



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

LAS RELACIONES COMERCIALES ENTRE FRANCIA Y CHINA

Autor : Edouard Guillabert
Director : Antonio Javier Ramos Llanos

Madrid
Junio de 2014

Resumen	3
Introducción	4
I. Las relaciones históricas entre Francia y China.....	7
A. El origen histórico de las relaciones comerciales Franco-Chinas.....	7
1) El colonialismo Francés en el Este de Asia.....	7
2) Las relaciones después de la Segunda Guerra Mundial	8
3) Las relaciones después de la Guerra Fría	8
B. Las divergencias en el desarrollo entre Francia y China.....	10
1) La integración de Francia en la Unión Europea	10
2) El nacimiento de China como primera potencia comercial mundial.....	12
3) Un desequilibrio de fuerzas explicado por la teoría económica.....	15
C. La situación comercial actual entre los dos países	17
1) La visión que China tiene de Francia	17
2) Las divergencias comerciales	18
3) El impacto de la relaciones políticas sobre el comercio.....	20
4) El impacto de las relaciones culturales, científicas y técnicas sobre el comercio.....	22
II. ¿Porque China es un socio comercial imprescindible para Francia?.....	24
A. La participación de China en la economía francesa.....	24
1) Las importaciones desde China disminuyen	24
2) China, un inversor cada vez más presente en Francia	27
3) Las empresas chinas en Francia	29
B. La participación de Francia en la economía China	30
1) Las exportaciones hacia China disminuyen	30
2) Las inversiones francesas en China	34
3) Las empresas francesas en China	37
C. Una balanza comercial que queda desequilibrada.....	38
1) La evolución del saldo de la balanza comercial entre Francia y China.....	38
2) La estructura del déficit de la balanza comercial entre Francia y China.....	40
3) La explicación del déficit de la balanza comercial de Francia con China.....	42
III. Los retos y las recomendaciones para los años futuros.....	46
A. Utilizar la imagen positiva de Francia	46
1) Capitalizar sobre la influencia cultural de Francia.....	46
2) Promover Francia como una marca de calidad y un estilo de vida	48
3) Mejorar la atención y la integración de los chinos en Francia	49
B. Estructurar la oferta económica francesa en función de la demanda de China.....	51
1) La energía	51
2) El transporte.....	52
3) La ciudad y el medioambiente.....	52
4) El sector agrícola y agroalimentario	53
5) La salud	53
C. Mantener un vínculo político y crear una política comercial europea	54
1) Una relación duradera y estable	54
2) Una cooperación descentralizada entre regiones.....	55
3) Una política comercial europea	55
Conclusión.....	57
Bibliografía	60

Resumen

Este trabajo trata de analizar las relaciones comerciales entre Francia y China para entender la dependencia comercial que tiene Francia con el país asiático y el desequilibrio que existe entre los dos socios. Esa dependencia viene dada por el importante papel que desempeña China en la economía francesa, con tres explicaciones fundamentales. Las importaciones de Francia que representan 41.188 millones de euros. La importancia de las exportaciones nucleares y aeronáuticas para Francia, representando un 30% de las exportaciones totales, que dependen de los contratos firmados. La implantación de 9.000 empresas en China que realizan un volumen de negocio de 30 mil millones de euros. En este contexto, Francia en vez de tomar medidas proteccionistas debe explotar las debilidades de la economía China que provienen de las externalidades negativas de su crecimiento. En relación con esas debilidades, Francia puede responder a la demanda de China en cinco grandes sectores donde tiene una clara ventaja competitiva tecnológica sobre China: la energía, los transportes, el sector medioambiental, el agroalimentario y la salud. Esos cinco sectores representan cuál debe ser el porvenir comercial de Francia para disminuir su dependencia y reequilibrar su déficit comercial con China.

Palabras clave : Francia, China, Comercio, Saldo de la balanza comercial, importaciones, exportaciones, inversión, deslocalización, implantación, política comercial.

Abstract

This paper attempts to analyse trade relationship between France y China to understand the trade dependence and the imbalance of France with his Asiatic partner. This dependence come from the important role that China plays in the French economy, with three main explanations: France imports represent 41.188 billion euros. France exports are dependent of aeronautical sales that represent around 30% of the global exports with China. French companies in China which represent 9.000 firms that realize turnover of 30 billion euros each year. In this context, France instead of taking protectionist measures should exploit the weaknesses of the Chinese economy, coming from the negative externalities of growth. In connection with these weaknesses, France can answer China's demand with five majors sectors where it has a clear technological competitive advantage over China: energy, transport, the environmental sector, the food and health sectors. These five sectors are the key points for France to reduce its dependence and rebalance its trade deficit with China.

Key words : France, China, Trade, Balance of trade, imports, exports, investment, relocation, business establishment, trade policy.

Introducción

El presente trabajo de investigación se centra en analizar las relaciones comerciales entre Francia y China. El interés en este tema viene dado por motivos personales y profesionales, ya que es mi intención la de llevar a cabo una carrera profesional en el área del comercio internacional y de manera más específica, en la distribución de productos franceses en China. Además, pretendo que este trabajo me sirva como base para preparar el viaje que realizaré durante un mes para un seminario de investigación sobre oportunidades de negocio en China, perteneciente al Máster que realizaré el próximo año. De esta forma, podré abordar ese nuevo camino con un conocimiento más profundo acerca de la historia de las relaciones comerciales, la estructura de los bienes que se intercambian y su evolución. Este país representa, a nivel comercial, una fuente de oportunidades impresionante para jóvenes emprendedores, del mismo modo que para pequeñas y medianas empresas. En concreto, a través de este trabajo analizaremos la dependencia comercial de Francia en su cooperación histórica pero también desequilibrada con China. El objetivo final es entender las razones de este desequilibrio y formular recomendaciones para ayudar a Francia a reducir su déficit comercial, aprovechándose de las oportunidades que ofrece China para nuestra economía.

En cuanto a la metodología utilizada para realizar este trabajo, he decidido emplear un método cuantitativo, utilizando el análisis de datos numéricos para determinar la cantidad y la estructura del saldo comercial de Francia con China. Este trabajo puede estar asociado a una investigación inductiva descriptiva de los intercambios comerciales, ordenando y analizando los resultados para establecer una conclusión y dar recomendaciones para resolver este déficit comercial.

El proceso de investigación se ha desarrollado en cinco grandes pasos. En primer lugar, se realiza una búsqueda de las teorías económicas más relevantes sobre los intercambios comerciales internacionales. Por un lado, *David Ricardo* (Ricardo, *Téoría de la ventaja comparativa*, 1817) explica cómo con el fenómeno de la globalización, es necesaria la especialización productiva de cada país a través de la teoría de la ventaja

comparativa. Cada país exporta los bienes que produce de manera más eficiente e importa los bienes que produce de manera menos eficiente. Además, para explicar las diferencias comerciales entre países, el grupo de economistas constituido por *Hecksher, Ohlin y Samuelson* (Hecksher, Modelo Hecksher Ohlin Samuelson, 1941), explica la especialización productiva de cada país en función de los factores productivos que cada uno tiene a disposición. Por último, debido a la amplificación de las desigualdades comerciales entre países, el economista *Paul Krugman* define una nueva teoría del comercio internacional (Krugman, Nueva Teoría del Comercio Internacional, 1991) para responder a la competencia imperfecta entre los socios comerciales. Esa última teoría es determinante en el análisis de los intercambios comerciales entre Francia y China, dada la importancia del papel del Estado para regular los intercambios y proteger su economía. En segundo lugar, se procede a hacer un estudio de las relaciones históricas entre los dos países, para entender los grandes eventos históricos, políticos, económicos y culturales que condicionan los intercambios comerciales entre Francia y China. El objetivo de este segundo paso de la investigación es entender por qué Francia tiene una relación tan especial y privilegiada con China. En tercer lugar, se elabora un análisis de la evolución económica de los dos países desde el fin de la Segunda Guerra Mundial a través de documentos históricos, para poder entender mejor la posición de cada país en el marco mundial. En cuarto lugar, se analizan los intercambios comerciales a través de los informes y bases de datos de organizaciones internacionales como la Organización Mundial del Comercio, el Banco Mundial y los Bancos Centrales de cada país que lleva una contabilidad detallada de su balanza comercial. A partir de esos informes y bases de datos, se lleva a cabo un estudio con tablas y gráficos del volumen de exportaciones e importaciones entre Francia y China, la composición de los intercambios comerciales entre los dos países y el saldo de la balanza comercial. En quinto lugar, se utiliza la lectura de la prensa económica y los puntos de vista de los economistas para determinar el origen del déficit comercial de Francia con China, y así definir una serie de recomendaciones que se puedan hacer para reequilibrar los intercambios y reducir el déficit.

Este año 2014, se celebra el 50 aniversario del establecimiento de las relaciones diplomáticas entre Francia y China, lo que suscita primordialmente el atractivo de la

realización de este trabajo, con el fin de exponer la interesante cooperación histórica de Francia con la primera potencia comercial del mundo. El ascenso de China en la economía mundial es uno de los elementos económicos mayores del siglo XXI. Con una población de 1.351 millones de habitantes, la tercera superficie más grande del mundo y una tasa de crecimiento media de 9% desde 1980, China es uno de los países más dinámicos de la época moderna. Esa formidable expansión empezó en 1979 con la liberalización parcial de su economía y su integración progresiva a los intercambios internacionales. El resultado de este proceso de apertura es la adhesión del país a la Organización Mundial del Comercio en 2001. En 2013, China se convirtió en la primera potencia comercial mundial superando a Estados Unidos con 4.000 millones de dólares de intercambios. Este crecimiento del comercio exterior de China, perturba a los mercados mundiales y supone una amenaza para países industrializados como Francia. El éxito de China es percibido como “el peligro amarillo” constituyendo un espejo que nos recuerda nuestras propias debilidades. Las relaciones comerciales de Francia con China ilustran esa situación denominada “peligro francés”.

El trabajo se estructura en tres partes. En la primera, se presenta la evolución histórica de las relaciones bilaterales entre Francia y China. El objetivo es explicar la particularidad histórica de la cooperación desde 1964 y el desarrollo paralelo de los dos países en los últimos 50 años para entender el marco actual. En la segunda, se analiza por qué China es un socio comercial imprescindible para Francia con el objetivo de analizar por qué Francia no puede imaginar un futuro con éxito sin China, a través del peso del comercio con China. En la tercera, se exponen los desafíos y las recomendaciones para los años futuros para determinar cómo Francia puede reequilibrar su déficit comercial y sacar provecho de esa relación privilegiada que tiene con la primera potencia comercial mundial.

I. Las relaciones históricas entre Francia y China

Esta primera parte tiene tres objetivos: analizar el origen histórico de las relaciones comerciales entre Francia y China, la evolución de los dos países desde 1964 para entender el desequilibrio de fuerzas entre los dos socios, y la situación actual a la hora de celebrar el 50 aniversario de sus relaciones bilaterales.

A. El origen histórico de las relaciones comerciales Franco-Chinas

Francia y China son dos países que están muy relacionados debido a vínculos históricos nacidos, especialmente, al finalizar la Segunda Guerra Mundial. Estas relaciones políticas, culturales y sociales han fomentado las condiciones básicas para iniciar una cooperación comercial estable entre los dos países. El estudio de estos aspectos históricos es necesario para entender el desequilibrio comercial que existe actualmente entre los dos socios.

1) El colonialismo Francés en el Este de Asia

Tras el fin de la Segunda Guerra Mundial, Francia intenta mantener su dominio colonial en los países Tonkín, Annam, Cochinchina, Laos y Camboya, situados en la península Indochina. A pesar de la ayuda de los americanos, Francia no llega a ganar la guerra contra las fuerzas del *VietMinh*, apoyados por el gobierno comunista de China. En mayo de 1954, el ejército francés es derrotado en la famosa batalla de *Dien Bien Phu*. En julio de 1954, Francia pierde sus colonias en Asia con la firma de la Conferencia de Ginebra, que supone la independencia de Vietnam, Laos y Camboya. La derrota francesa en esta guerra tiene dos consecuencias clave en su relación con China. Por un lado, marca el inicio del debilitamiento de la posición de Francia en el mundo con la reducción de su imperio colonial, al mismo tiempo que empieza a establecerse un fortalecimiento del comunismo Chino. Por otro lado, marca el fin de la guerra indirecta entre China y Francia, y el inicio de relaciones igualitarias y pacíficas entre los dos países.

2) Las relaciones después de la Segunda Guerra Mundial

El 27 de enero de 1964, es la fecha crucial que marca el nacimiento de las relaciones bilaterales entre Francia y China. Francia es el primer país occidental en reconocer la República Popular de China, formada en octubre de 1949, por *Mao Zedong*¹ con la victoria militar del Partido Comunista Chino contra el *Guomindang* (Partido Político Nacionalista). El *General de Gaulle*², considera lógico que Francia tenga relaciones diplomáticas con el país más poblado del mundo. Esa decisión de Francia, provoca una reacción en el resto de potencias occidentales y colabora con la integración progresiva de China en la organización internacional. En 1971, China entra como miembro permanente en la Organización de la Naciones Unidas. Además de esta entrada en la ONU³, Estados Unidos finalmente reconoce a la República Popular de China en 1979, 15 años después de que lo hiciera Francia. El reconocimiento de la República Popular de China por parte de Francia en 1964 permitió el fin del aislamiento y el proceso de integración de China en la comunidad internacional. Esto supone el inicio de una cooperación profunda entre los dos países, tanto al nivel político, como económico, y cultural que fundará las bases de las relaciones comerciales entre ambos, promovidas principalmente por este aspecto histórico.

3) Las relaciones después de la Guerra Fría

Las relaciones entre Francia y China después de la Guerra Fría se resumen en tres fechas clave :

- En 1997, Francia y China establecen una “Asociación Estratégica Global”. El objetivo de este acuerdo es construir una relación basada en la igualdad, la tolerancia y los beneficios mutuos. Los dos países ponen en marcha una coordinación y cooperación en asuntos internacionales, crisis regionales y sobre todo, acuerdos para luchar contra el proteccionismo comercial. La celebración de esos acuerdos se concretiza con la primera compra simbólica

¹ Presidente del partido comunista chino de 1949 a 1976

² Presidente de Francia de 1959 a 1969

³ Organización de la Naciones Unidas

por parte de China de 30 aviones *Airbus* por 1.500 millones de dólares que se realiza entre los jefes de Estado *Jiang Zemin*⁴ y *Jacques Chirac*⁵.

- 2004, es el año de “China en Francia”, con la decisión compartida entre *Jacques Chirac* y *Jiang Zemin* de reforzar la cooperación cultural entre los dos países, con manifestaciones artísticas y deportistas. Este evento supone la primera cooperación cultural de la República Popular de China desde su creación en 1949, y la cooperación cultural más importante de Francia con un país extranjero. El objetivo de este proyecto es triple. Primero, pretende permitir a la población francesa descubrir la diversidad y el dinamismo de la cultura China. Además, quiere integrar a la sociedad China en Francia. Por último, busca fomentar los intercambios comerciales entre los dos países.
- En 2008, se desarrollan los Juegos Olímpicos en Pekín. Este evento representa un desafío mediático y geopolítico para el país que invierte más de 3.500 millones de dólares en la modernización y la construcción de nuevas infraestructuras. El objetivo es dar una imagen democrática del país, pero al mismo tiempo tiene lugar la crisis del Tíbet que afecta a las relaciones diplomáticas, con la demanda de *Nicolás Sarkozy*⁶ a *Jiang Zemin* de respetar los derechos humanos básicos de la población tibetana. Este es el inicio de una serie de tensiones políticas entre Francia y China que se resolvieron con la visita del presidente francés en abril de 2010, y con la firma y la venta de 30 nuevos *Airbus* por un valor de 20.000 millones de euros⁷.

Desde el reconocimiento de la República Popular de China en 1964 por el *General de Gaulle*, Francia es el país que más ha intercambiado a nivel diplomático, visitas presidenciales e intercambios culturales con China. Se puede notar la importancia de las ventas de aviones *Airbus* en esas relaciones diplomáticas, que siempre han estado asociadas a un diálogo político para resolver un desacuerdo o celebrar un acuerdo. El reconocimiento anticipado de la República Popular de China, otorga a Francia una

⁴ Presidente de la República Popular de China de 1993 a 2003

⁵ Presidente de Francia de 1995 a 2007

⁶ Presidente de Francia de 2007 a 2012

⁷ Según el Ministerio de las relaciones exteriores (dsd, 2012) (blanchard, 2010)

posición privilegiada que el país utiliza como ventaja competitiva a nivel comercial. Entre 1995 y 2005, el comercio entre China y Francia pasa de 10.000 millones a 15.000 millones de euros⁸. Esos 10 años marcan la mayor evolución de los intercambios comerciales entre los dos países, con tasas de crecimiento anuales del 15% antes de la llegada de la crisis en 2008.

B. Las divergencias en el desarrollo entre Francia y China

Entre 1964 y 2013, Francia y China han experimentado una evolución totalmente distinta que se puede ver reflejada en dos tendencias. Por un lado, se produce la pérdida de la hegemonía de Francia a nivel mundial y su integración en la Unión Europea. Por otro lado, el progreso de China en los intercambios comerciales mundiales, transformándose en 2013 en la primera potencia comercial mundial por delante de Estados Unidos.

1) La integración de Francia en la Unión Europea

Desde la Segunda Guerra Mundial y la Guerra Fría, Francia ha perdido progresivamente su hegemonía internacional, frente a nuevas potencias como Estados Unidos, Rusia y China. Una de las principales razones de la pérdida de influencia de Francia a nivel mundial es la pérdida de sus colonias en Asia (1945-1954) y más tarde en África (1945-1980). Esa descolonización ha tenido consecuencias importantes perjudiciales para Francia en dos vertientes : efectos económicos, debidos a la pérdida de rentas, y efectos políticos con el fin de su influencia en esas regiones del mundo. En este contexto, en 1957 con el *Tratado de Roma*, Francia inicia el proceso Europeo con Alemania (el gran perdedor de la Segunda Guerra Mundial) para formar una alianza económica y política, y así ganar peso en el marco internacional. En 1992, el *Tratado de Maastricht* establece la Unión Europea y la Unión Monetaria, con la creación de una moneda común para facilitar los intercambios comerciales. Este papel de Francia como país fundador de la Unión Europea ha sido determinante para su nueva imagen frente a países como China.

⁸ Según “Le Monde”

La economía francesa es la segunda más importante de Europa y la quinta a nivel mundial. La integración de Francia en la Unión Europea ha conllevado una actividad comercial principalmente orientada hacia sus socios europeos, lo que supone un 60% de su comercio, y una especialización productiva en algunos sectores claves (automóvil, aeronáutico, nuclear). La crisis bancaria de 2008, transformada posteriormente en crisis económica y en crisis de deuda soberana, tiene consecuencias directas sobre su tasa de crecimiento cerca del 0%, su deuda pública que representa un 91,7% del PIB (41.9 mil millones de euros), un déficit público de 4,3% del PIB y una tasa de paro de 10,9%⁹. El proyecto Europeo, con la falta de independencia económica, financiera y fiscal amplifica los efectos de la crisis, sobre todo la crisis de la deuda soberana que impacta de manera muy negativa la economía francesa, su competitividad y su actividad comercial, con países en desarrollo como China.

La influencia diplomática de Francia, en oposición a su situación económica, sigue estando en buena posición debido al elevado poder de decisión que tiene el país en la Unión Europea y a la presencia clave en las grandes organizaciones mundiales como la ONU¹⁰, la OMC¹¹, el FMI¹², y el Banco Mundial. Por este último aspecto queda reflejada una influencia diplomática muy fuerte sobre los asuntos internacionales.

La influencia militar de Francia representa también una ventaja sobre muchos países como China por su industria militar moderna, que constituye una parte importante de sus exportaciones, su proceso de disuasión nuclear, su presencia en la OTAN¹³, y su sexta posición como potencia nuclear.

La influencia cultural de Francia es otro punto fuerte que tiene también un impacto relevante sobre los intercambios comerciales del país, ya que se trata del primer destino turístico del mundo¹⁴. La historia, los artistas, la gastronomía, la moda y el estilo de

⁹ Según el Insee (instituto nacional de estadística y estudios económicos francés)

¹⁰ Organización de las Naciones Unidas

¹¹ Organización Mundial del Comercio

¹² Fondo Monetario Internacional

¹³ Organización del Tratado de Atlántico Norte

¹⁴ En número de turistas (monde)

vida participan en la riqueza del patrimonio cultural francés que puede ser exportado fácilmente al extranjero.

En conclusión, estos últimos años, Francia ha perdido tanto hegemonía como su título de potencia mundial debido a la pérdida de peso económico, demográfico y geográfico frente a nuevos países como China. Sin embargo, Francia se ha transformado en la segunda potencia de la Unión Europea. En este contexto, la influencia actual de Francia en el mundo se debe al nivel económico y a su especialización productiva, sin embargo, su influencia cobra una mayor importancia principalmente a nivel diplomático, político y cultural debido a su historia y su pasado de antigua potencia mundial.

2) El nacimiento de China como primera potencia comercial mundial

Desde los años 80, China está viviendo una situación totalmente opuesta a la de Francia, tanto a nivel económico como político y cultural. El milagro económico de China se ha construido gracias a su apertura progresiva a los mercados externos, proceso que comenzó en 1978 con su creciente liberalización, que ha llevado a una tasa de crecimiento media de alrededor del 9% en estos últimos 30 años¹⁵. Dicha evolución se puede analizar y clasificar en tres períodos de tiempo :

- Entre los años 1949 y 1978, la economía de China estaba controlada y planificada por el gobierno de *Mao Zedong*¹⁶. Durante esos 30 años, la economía funcionó gracias a su agricultura, en un régimen de total autarquía sin ningún tipo de intercambio comercial con otros países del mundo.
- En 1979, el gobierno de *Deng Xiaoping*¹⁷ empieza el proceso de liberalización progresivo de la economía, pero siguiendo la línea política del comunismo. El Gobierno establece cuatro zonas económicas abiertas a la inversión extranjera en el litoral. Esas zonas ofrecen condiciones ventajosas para firmas internacionales, con la única condición de compartir su conocimiento tecnológico. Entre 1979 y 1984, el país emprende también el proceso de descolectivización agraria y de apertura al comercio

¹⁵ Según la OCDE (organización para la cooperación y el desarrollo económico)

¹⁶ Presidente de la República Popular de China de 1949 a 1976

¹⁷ Presidente de la República Popular de China de 1978 a 1992

internacional, con la introducción de ciertas reglas del libre mercado y la liberalización parcial de los precios.

- En 2001, la adhesión de China a la OMC marca el punto clave del proceso de liberalización emprendido desde los años 80. En 2010, China profundiza sus relaciones comerciales con sus vecinos asiáticos creando la zona de libre comercio entre China y seis países de ASEAN¹⁸ (Tailandia, Indonesia, Brunéi, Filipinas, Singapur y Malasia). Las relaciones comerciales entre China y ASEAN +6 se han duplicado entre 2003 y 2013, pasando de 59.000 a 112.000 millones de dólares. El objetivo comercial de China con ASEAN, es crear y controlar la zona de libre comercio más grande del mundo con alrededor de 2.000 millones de habitantes y 500.000 millones de dólares de intercambios al año¹⁹.

Desde 2013, China es la primera potencia comercial mundial ante Estados Unidos con 2.943 millones de euros de intercambios comerciales, es decir 1.626 millones de euros de exportaciones y 1.435 millones de euros de importaciones²⁰. El origen de esa potencia comercial se encuentra en cuatro ventajas competitivas sobre las que apoyan sus intercambios comerciales con el resto de países :

- Los factores de producción abundantes y de bajo coste, como su mano de obra poco cualificada pero muy productiva, que permite producir bienes manufacturados en grandes cantidades con un coste laboral muy competitivo.
- La tecnología surge a partir de la obligación de las empresas extranjeras que se instalan en el territorio nacional de compartir el *know how*²¹ tecnológico. Es una condición que deben cumplir para implantarse en el país con los mejores costes laborales. China es el primer taller del mundo pero, también podría llegar a ser el primer laboratorio tecnológico, con altas inversiones en capital humano y tecnológico por parte de las empresas extranjeras y del gobierno.

¹⁸ Asociación de Naciones del Sudeste Asiático

¹⁹ Según “Le Figaro”

²⁰ Según “Le Monde”

²¹ Conocimiento fundamental, forma de transferencia tecnológica

- La paridad del yuan con el dólar desde 1994, y su baja evaluación es el factor clave del éxito económico y comercial del país. Desde el punto de vista de los intercambios exteriores, la paridad del yuan con el dólar es un factor de estabilidad que permite a las empresas invertir de forma segura y con una convertibilidad fácil. La baja evaluación del yuan permite a China tener una mejor competitividad con productos y servicios gracias a dos mecanismos. Por un lado, las exportaciones son más fáciles con una moneda barata. Por otro lado, los costes de producción y en particular, la mano de obra, son reducidos, lo que favorece la implantación de la actividad productiva en el país. La baja evaluación del yuan reside en dos factores. En primer lugar, el dinamismo de las exportaciones de China, que representan hoy 2.210 millones de dólares. En segundo lugar, la acumulación de reservas de cambio de China, que es la más importante del mundo con 3.820 millones de dólares en 2014²². La principal explicación es la obligación de los exportadores de depositar sus ingresos. Una gran parte de las reservas de dólares de China son invertidas en bonos del tesoro de Estados Unidos. Esto otorga a China un poder financiero considerable sobre Estados Unidos con la amenaza constante de que China empiece a vender en masa sus dólares, lo que tendría un efecto de devaluación y de colapso destructor sobre la moneda y la riqueza de Estados Unidos.
- La demanda interna está creciendo a un ritmo muy rápido por la necesidad creciente del país en relación con el papel de primer “taller del mundo”. China consume mayoritariamente materias primas (hierro, cobre, y productos agrícolas), productos semiterminados (tejido, plástico, y papel), y productos terminados (máquinas, productos electrónicos, y productos agroalimentarios). Con una población de 1.351 millones de personas, el consumo interno de los chinos representa solamente un 35% del PIB contra el 70% en los países de la OCDE²³. Con el nacimiento de la clase media y el aumento del poder adquisitivo, la demanda interna china constituye una fuente de oportunidades enorme para los socios comerciales de China como

²² Según la OMC

²³ Según la OCDE

Francia, con consecuencia de la aceleración de las importaciones en estos últimos años.

No se puede analizar el espectacular desarrollo del comercio exterior de China sin tener en cuenta el papel de las empresas extranjeras y sus inversiones. El capital extranjero invertido en empresas asiáticas representaba un 20% en 1992 frente a un 57% en 2012. Los países extranjeros financian en gran parte la producción y las exportaciones de China hacia el mundo, siendo 2013 el año de mayores inversiones directas extranjeras en China con una cifra de 117.590 millones de dólares. Estos fondos se concentran principalmente en el sector manufacturero²⁴.

El excedente comercial de China provocado por las exportaciones industriales, permite al país tener una reserva de cambio en dólares muy elevada, lo que crea un poder financiero muy importante sobre Estados Unidos y Europa. El yuan es también un instrumento significativo para China. En 2012, su porcentaje de utilización en los intercambios comerciales era de 1,89% contra 8,55% en 2013²⁵. Esto puede llevar a sacar conclusiones de que en un futuro el yuan podría llegar a imponerse como moneda clave en los intercambios comerciales generando una amenaza directa contra el dólar y el euro.

En conclusión, esos últimos años China ha experimentado un desarrollo comercial muy positivo que ha revolucionado los intercambios y la economía mundial. La situación comercial entre Francia y China ha cambiado de manera significativa desde los años 80. El país asiático tiene ahora un poder comercial elevado que constituye un desequilibrio de fuerzas importante que se puede ver reflejado en la balanza comercial de los dos países.

3) Un desequilibrio de fuerzas explicado por la teoría económica

Entre 1964 y 2014, la situación comercial y las relaciones de poder entre Francia y China han evolucionado de manera distinta. En 30 años, China ha observado un milagro

²⁴ Según el Ministerio de las relaciones exteriores

²⁵ Según “Le Monde”

económico gracias a la liberalización parcial de su economía, mientras que, en sentido contrario, Francia vive desde el final de los 30 gloriosos (1945-1975) dificultades de competitividad frente a China. Esa evolución contraria de Francia y China durante los 50 últimos años nos permite entender mejor las relaciones de poder que se ejercen entre los dos países y la dependencia comercial actual de Francia que se traduce en su déficit comercial.

Este desequilibrio de fuerzas se puede explicar a partir de las teorías de dos economistas que han definido las principales bases del comercio internacional :

- La teoría de la ventaja comparativa (Ricardo, Teoría de la ventaja comparativa, 1817) muestra que los países se especializan en la producción y la exportación de bienes que fabrican con un coste más bajo que el resto de países, lo que producen de manera más eficiente, e importan los bienes que producen con menos eficiencia. Esa teoría puede explicar el desequilibrio de la balanza de pagos entre Francia y China. Desde su entrada en la Unión Europea, Francia se ha especializado en sectores de producción muy específicos como el aeronáutico, el nuclear o el lujo. Con esa especialización Francia tiene una oferta de productos para la exportación mucho más reducida que un país como China que tiene una eficiencia de producción mayor que Francia en numerosos sectores. China tiene más productos que Francia para la exportación, lo que implica que exporta más e importa menos. Francia tiene menos productos que China para la exportación lo que implica que exporta menos e importa más. El desequilibrio entre los dos países y el déficit de la balanza comercial de Francia con China es normal según la visión de *David Ricardo*.
- La teoría de los recursos (Heckscher, Teoría de los recursos, 1941) explica el desequilibrio de fuerza entre Francia y China a través del desequilibrio de los factores productivos. China tiene una ventaja sobre Francia por la cantidad y el precio de su mano de obra lo que implica una competitividad injusta entre los dos países. Cuando el salario mínimo en Francia es de 8,5 euros por hora

para los 65 millones de franceses, el salario mínimo en China es de 13 yuan por hora (1,53 euros) para los 1.340 millones de chinos²⁶.

- La nueva teoría del comercio internacional (Krugman, Nueva Teoría del Comercio Internacional) demuestra que los grandes países emergentes como China tienen ventajas sobre pequeñas economías como Francia, porque las economías de escala de esas grandes estructuras permiten producir con un coste unitario más bajo. Cuanto más grandes son los países, más posibilidad tienen de obtener economías de escala determinantes creando dificultades para los nuevos entrantes. Para el economista, el nuevo comercio internacional es dominado por grandes sociedades que vienen de países que tienen mucho capital en mercados poco concurridos como China. En este contexto, el Estado tiene un papel importante que desempeñar en el comercio internacional para implementar subvenciones de ayuda a las empresas más pequeñas e impuestos aduaneros para proteger sus pequeñas empresas en un mercado de competencia imperfecta. Esta teoría puede ser analizada como una forma de proteccionismo.

C. La situación comercial actual entre los dos países

1) La visión que China tiene de Francia

La imagen que China tiene de Francia hoy en día es muy diferente de la que tenía en los años 80 por la evolución que hemos visto antes. La crisis económica ha supuesto una disminución del valor económico de la Unión Europea, y por consiguiente de Francia pero en ningún caso un desinterés de China hacia sus socios europeos. Además, las autoridades esperan una cercana finalización de la crisis del euro, en un contexto en el que sus exportaciones dependen de manera directa de la salud económica y del consumo de países como Alemania, Inglaterra, Francia, e Italia.

La situación comercial en Europa es, sin embargo más compleja debido a la competencia indirecta de Francia y Alemania en sus exportaciones nucleares y de

²⁶ Según “Alternativas Económicas”

automóviles hacia China. Desde 2008, Alemania es el primer socio comercial europeo de China con unas relaciones muy estrechas entre *Ángela Merkel*²⁷ y *Xi Jinping*, pero Francia tiene ventajas que Alemania no tiene para convencer a China.

Desde un punto de vista político, Francia fue un actor principal en la construcción de la Unión Europea, además de un defensor de un enfoque multipolar de las relaciones internacionales más cercano a la visión de China. Francia tiene también ventajas diplomáticas que no tiene Alemania, como por ejemplo el hecho de ser miembro permanente del Consejo de Seguridad de la Naciones Unidas.

Desde un punto de vista económico, Francia es un país altamente productivo con sectores tecnológicos muy desarrollados como la energía nuclear, la industria aeroespacial y los servicios financieros de banca y seguros. Sobre este último aspecto, los servicios financieros, París podría transformarse en un centro financiero privilegiado para las transacciones en yuan, y en un mercado estratégico para las empresas chinas.

Desde un punto de vista cultural, a los chinos les gustan mucho el patrimonio cultural francés, la calidad de vida, la gastronomía, la moda, la arquitectura y muchos otros aspectos, que hacen de Francia el principal receptor de turistas y estudiantes chinos.

2) Las divergencias comerciales

En los últimos años, las relaciones comerciales entre la Unión Europea y China han conocido ciertas tensiones que han impactado directamente sobre Francia, como puede verse reflejado en el caso de los paneles fotovoltaicos.

El punto de partida se sitúa en 2011, cuando la Comisión Europea decide aumentar los derechos aduaneros sobre los paneles fotovoltaicos importados desde China. Como consecuencia, China decide tomar medidas de represalia sobre sus importaciones de vino. La razón básica del aumento de los derechos aduaneros sobre los paneles fotovoltaicos es la de proteger la industria fotovoltaica europea que se ve directamente

²⁷ Canciller de Alemania desde 2005

amenazada por el *dumping*²⁸ del Gobierno chino que presta dinero a sus industriales con tasas de interés cerca de cero. Eso implica la posibilidad de las empresas chinas de vender sus productos a precios muy inferiores a los de las empresas europeas. El objetivo de China con esa ayuda, es ganar cuota de mercado en los países europeos eliminando a la competencia con una estrategia de precios bajos, y una vez que se haya establecido en los mercados, subir los precios para llegar a una situación de monopolio. En 2012, Europa importaba 21.000 millones de euros en paneles solares desde China, quién es responsable de un 80% de la producción mundial. La respuesta de China ha sido elaborar una estrategia *anti-dumping* contra los vinos europeos importados. China considera también que los productores de vinos reciben subvenciones de la Unión Europea creando una competencia desleal con los productores chinos. Con esa medida, Francia es la principal víctima en un sector que representa exportaciones de 1.000 millones de euros y el empleo de 500.000 personas²⁹.

Ese ejemplo de los paneles fotovoltaicos y del vino francés, ilustra las debilidades estructurales y políticas de Europa y Francia para hacer frente a la presión comercial de China, que puede hacer este tipo de ultimátum frente a un grupo de países que carecen de una verdadera unidad. Si Europa tuviese una estructura común, podría responder a la provocación de China y construir una política comercial común, con lo que China tendría menos poder. Sin embargo, la situación no es así, sino que cada país europeo tiene una política comercial propia con objetivos particulares. Además, la balanza comercial europea es negativa con 146.000 millones de euros de déficit en 2012³⁰. En esta situación de dependencia comercial es todavía más difícil negociar y aplicar sus decisiones.

Europa se divide en dos grupos de países. Por un lado, Europa del Norte con Alemania, Bélgica, Luxemburgo, Países Bajos, Austria y Finlandia que son países industrializados que tienen una balanza de pago positiva con China. Por otro lado, Europa del Sur con

²⁸ Práctica desleal del comercio internacional que consiste en la introducción de un producto en el mercado de otro país a un precio inferior a su coste de producción en el país de origen

²⁹ Según “Les Echos” (prensa económica francesa)

³⁰ Según la OMC

Francia, Grecia, Italia y España, que están menos industrializados y que no pueden competir con China por dos razones : el tipo de cambio del euro, que es demasiado alto frente al yuan, y la estructura de su economía, mayoritariamente enfocada a los servicios, mientras que a nivel mundial se exportan más las materias primas de los países en desarrollo y los productos industriales de los países desarrollados. La industria de esos países del Sur de Europa no es suficientemente competitiva para exportar en China.

En este contexto, China puede desarrollar una política agresiva sin tener miedo a que Europa le cierre su mercado. El riesgo de una verdadera guerra comercial es al final poco probable debido a la interdependencia comercial de las dos zonas económicas, que son esenciales la una para otra. El objetivo de esas presiones es llegar a negociaciones para ahorrar dinero e imponer sus reglas.

3) El impacto de la relaciones políticas sobre el comercio

En este clima de tensiones comerciales, Francia y China han emprendido recientemente un nuevo diálogo político para salir de los conflictos comerciales de estos 3 últimos años. Este diálogo se traduce en 3 grandes ejes fundamentales. En un primer lugar, reforzar el diálogo político. En segundo lugar, reequilibrar las relaciones económicas con una voluntad de reciprocidad. En tercer lugar, favorecer los intercambios entre las sociedades civiles concediendo una mayor prioridad a jóvenes y estudiantes. Como prueba de la intención por parte de las autoridades chinas de dar un nuevo impulso a las relaciones entre los dos países, *François Hollande*³¹ ha sido el primer presidente en realizar una visita de Estado y a haber sido recibido por el nuevo gobierno de *Xi Jinping* en 2013. Se ha establecido que ambos países mantendrán al menos una reunión anual, de forma que puedan llevarse a cabo intercambios regulares entre los ministros acerca de las relaciones exteriores para un seguimiento más profundo y estable de las relaciones bilaterales. En este contexto, el ministro de las relaciones exteriores *Zhang Ming*³² ha sido recibido por *Laurent Fabius*³³ por primera vez desde hace 3 años.

³¹ Presidente de Francia desde 2012

³² Ministro de las relaciones exteriores chino

³³ Ministro de las relaciones exteriores francés

El 50 aniversario de la relaciones Franco-Chinas celebrado en 2014, es también un punto de partida ideal para reiniciar y estimular las relaciones económicas y sobre todo comerciales con China. La visita del presidente *Xi Jinping* en Francia del 25 al 28 de marzo de 2014, para celebrar este aniversario, simboliza la voluntad de los dos países de desarrollar cada vez más sus relaciones bilaterales que comenzaron en 1964. Las consecuencias de esos tres días son 50 acuerdos reagrupados en ocho temas esenciales de la cooperación entre los dos países :

- Acuerdos de lucha contra el cambio climático y la protección del medio ambiente
- Acuerdos financieros para facilitar la inversión de los bancos asiáticos en Francia
- Acuerdos nucleares sobre el reciclaje de los combustibles
- Acuerdos aeronáuticos
- Acuerdos agroalimentarios sobre la calidad de los productos importados en China
- Acuerdos sobre la salud para la exportación de productos farmacéuticos
- Intercambios culturales con la coproducción de dos películas
- Cooperación educativa y universitaria

Este aniversario de manera más concreta ha desencadenado la firma de dos acuerdos comerciales claves para reequilibrar la balanza comercial entre Francia y China :

- La venta de aviones *Airbus* por 8.000 millones con 43 aparatos de *Airbus A320*, y 27 *A330*. En 2012, esa compra había sido congelada por China debido al proyecto europeo de gravar las emisiones de dióxido de carbono de las compañías extranjeras como *China Airlines*. El constructor francés también ha anunciado la extensión de su cooperación durante un período de diez años con la sociedad *Aviation Industry Corporation of China*, para ensamblar los aviones *A320* en la planta de *Tianjin*³⁴.
- La asociación estratégica entre *Peugeot Citroën* y *Dongfeng* que ha invertido 800 millones de euros para tomar control de 14% del capital de la empresa

³⁴ Según “Le Monde”

francesa. Este acuerdo permite al grupo francés salvar su salud financiera (déficit de 2.300 millones de euros en 2012) y reforzar su presencia en el primer mercado mundial del automóvil, tanto China como en el Sudeste Asiático³⁵.

Esos dos ejemplos demuestran de forma contundente el impacto del diálogo y de las relaciones políticas en la cooperación comercial entre Francia y China. En tan solo tres días de visitas, 50 acuerdos comerciales han sido firmados en el *Palacio del Elíseo* en presencia de los dos Jefes de Estado.

4) El impacto de las relaciones culturales, científicas y técnicas sobre el comercio

Las relaciones comerciales entre Francia y China también dependen de otros cuatro tipos de relaciones :

- La cooperación científica fue definida y clasificada en 2011 en seis grandes sectores que son : el desarrollo sostenible, la biodiversidad, la gestión de la energía, del agua y de la salud, y la gestión de las enfermedades. Hoy más de 2.000 investigadores de los dos países trabajan conjuntamente alrededor de treinta establecimientos de investigación públicos con el apoyo financiero de los Estados para así poder obtener sinergias³⁶.
- La cooperación medioambiental empezó en 2004 con la intervención de la *Asociación Francesa de Desarrollo* en China para ayudar en la transición del país hacia una economía limpia de carbono. En total, veinte proyectos han sido realizados con una facturación total de 10 millones de euros³⁷.
- La cooperación universitaria es también un punto clave, en diez años el número de estudiantes chinos en Francia se ha multiplicado por diez representando hoy una comunidad de 30.000 estudiantes repartidos en los establecimientos de estudios superiores. La cooperación lingüística en 2011 y 2012 ha llevado 40.000 estudiantes francés a aprender el Chino, que en la

³⁵ Según “Le Figaro”

³⁶ Según la Embajada de Francia en China (ambafrance.fr)

³⁷ Según el Consulado de Francia en China (consulfrance.fr)



actualidad es la quinta lengua más enseñada en Francia. De forma recíproca, en China alrededor de 100.000 estudiantes estudian el Francés³⁸.

- La cooperación cultural se centra esencialmente en el festival artístico “Cruces” que empezó en 2004. El objetivo de esas relaciones culturales es vender una imagen nueva de Francia como un país cultural pero también moderno para atraer más inversores y sobre todos más turistas. En 2012, el turismo representaba 79.000 millones de euros de volumen de negocio (7% del PIB francés). Ese mismo año Francia atrajo 1,4 millones de turistas chinos siendo el país el más atractivo de Europa por delante de Italia y Suiza³⁹.

³⁸ Según el Consulado de Francia en China (consulfrance.fr)

³⁹ Según la Embajada de Francia en China (ambafrance.fr)

II. ¿Porque China es un socio comercial imprescindible para Francia?

Esta segunda parte tiene como objetivo cuantificar y analizar la estructura de los intercambios comerciales entre Francia y China, para entender por qué China es la principal causa del déficit comercial francés.

A. La participación de China en la economía francesa

China desempeña un papel fundamental en la economía francesa. En 2013, las importaciones desde China representaban 41.188 millones de euros. Esa cifra demuestra la dependencia comercial de Francia con China, que es su segundo proveedor más importante por detrás de Alemania (88.600 millones de euros). En términos de inversión y de presencia empresarial, China no es el actor más dinámico en Francia, pero su participación es necesaria para el buen funcionamiento de la economía francesa, ya que es de gran ayuda para resolver problemas de financiación y salvar puestos de trabajo en el marco de la crisis.

1) Las importaciones desde China disminuyen

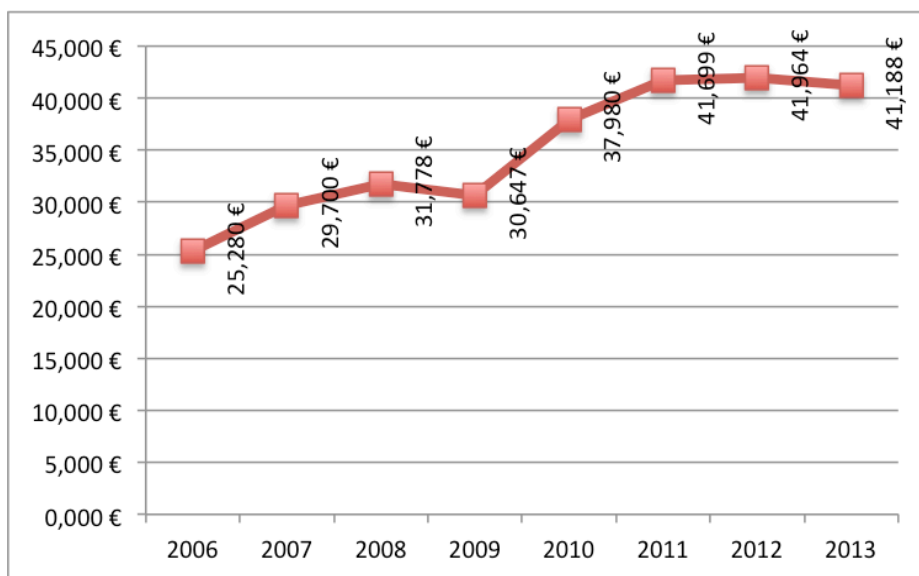
Entre 2006 y 2011, las importaciones desde China han aumentado en un 60% para pasar de 25.280 a 41.699 millones. Entre 2011 y 2012, esas importaciones han mantenido una cifra estable en torno a los 30 mil millones de euros. Entre 2012 y 2013, se puede notar una deceleración en el crecimiento de esas importaciones de 0,3% (766 millones) por la primera vez desde 1997. En el mismo período, las importaciones totales de Francia han aumentado en un 0,9%, lo que significa que las importaciones desde China no siguen la misma tendencia que las importaciones francesas provenientes de otros países⁴⁰.

En 2013, las importaciones de productos que vienen de China fueron de 41.188 millones de euros, lo que representa un 8,3% del total de las importaciones de Francia (496.677 millones de euros). Eso hace de China el segundo proveedor más grande de

⁴⁰ Según el Banco de Francia

Francia por detrás de Alemania. Europa representa un 57,9% de las importaciones de Francia, y China es el país desde donde más se importa después de Europa⁴¹.

Figura 1 : Importaciones desde China (mil millones de euros)



Fuente : Elaboración propia con datos del *Banco de Francia*

Esta disminución del consumo de productos chinos se puede justificar por tres motivos :

- En primer lugar, la caída del consumo francés fue de 0,3% en 2013 debido a la reducción del poder adquisitivo de un 0,5% de los franceses desde el inicio de la crisis en 2008⁴².
- En segundo lugar, se puede destacar la desconfianza progresiva de los franceses en los productos importados desde China. Este problema de calidad es un tema actual con los numerosos escándalos de productos chinos que no cumplen las normativas europeas. El más conocido y el más dramático fue el de 2008 con la leche concentrada de un productor local, contaminada con melanina que afectó a 300.000 niños y conllevó la muerte de seis de ellos.

⁴¹ Según el Banco de Francia

⁴² Según el Insee (instituto nacional de estadística y estudios económicos francés)

- En tercer lugar, la voluntad del gobierno francés de hacer esfuerzos consumiendo menos productos para reequilibrar el déficit comercial con China.

Esa deceleración de las importaciones en 2013, no modifica la estructura de los principales productos que Francia importa desde China. Esas importaciones se reparten en tres grandes sectores :

- Para empezar, se encuentran los equipamientos electrónicos que representan un 30,8% de las importaciones con productos como ordenadores, teléfonos o televisiones. El volumen de compra de esos productos fue de 12.334 millones de euros en 2013⁴³.
- A continuación se puede destacar el textil que representa un 17,2% del total de las importaciones con ropas, zapatillas, y productos de cuero. El volumen de compra de esos productos fue de 7.196 millones de euros en 2013⁴⁴.
- Por último, están los equipamientos eléctricos que representan un 9,5% de las importaciones. El volumen de compra de esos productos fue de 3.712 millones de euros en 2013⁴⁵.

Además de estos tres grandes sectores que representan la mayoría (57,5%) de las importaciones provenientes de China, Francia importa también otros productos manufacturados (4.786 millones de euros), productos químicos, de plástico o de caucho (1.896 millones de euros), productos metálicos y siderúrgico (1.456 millones de euros)⁴⁶.

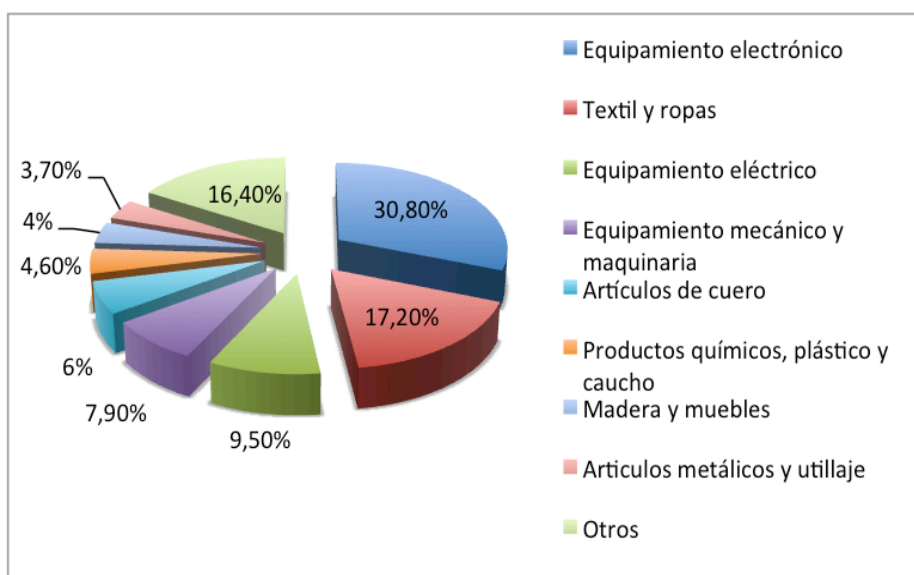
⁴³ Según las Aduanas franceses, el Banco de Francia, Eurostat

⁴⁴ Según las Aduanas franceses, el Banco de Francia, Eurostat

⁴⁵ Según las Aduanas franceses, el Banco de Francia, Eurostat

⁴⁶ Según las Aduanas franceses, el Banco de Francia, Eurostat

Figura 2 : Estructura de las importaciones desde China



Fuente : Elaboración propia con datos del *Banco de Francia*

En conclusión, podemos decir que Francia tiene una dependencia comercial con China en tres sectores claves, los equipamientos electrónicos (ordenadores, teléfonos, televisiones), la industria del textil (ropas, zapatillas, artículos de cuero) y los productos eléctricos (electrodoméstico). En general, un 74,4%⁴⁷ de las importaciones desde China representan productos directamente destinados al consumidor final. La importancia de los productos chinos se mide por su alta cuota de mercado en Francia que permanece estable desde hace tres años alrededor de 8%⁴⁸ (8,17% en 2011, 8,06% en 2012, 8,01% en 2013). Con la modernización de la economía de China, los productos manufacturados de bajo valor añadido están perdiendo peso frente a productos más tecnológicos como los productos electrónicos y eléctricos.

2) China, un inversor cada vez más presente en Francia

En los años 2000, el gobierno chino ha emprendido una política de inversión masiva en Europa con tres argumentos principales. En primer lugar, invertir la máxima cantidad de capital posible en el país y así evitar un riesgo de inflación de la economía. En segundo

⁴⁷ Según las Aduanas franceses

⁴⁸ Según Eurostat

lugar, asegurar la seguridad energética del país. En tercer lugar, adquirir las tecnologías y métodos de administración de los países desarrollados.

En 2010, Francia se convirtió en el tercer receptor europeo de las inversiones de China (por detrás de Alemania y Reino Unido) y el undécimo a nivel mundial. En 2000, las inversiones de China en Francia eran casi nulas pero la situación ha cambiado totalmente con las oportunidades de negocio que ofrece la crisis europea para inversores que tienen reservas de cambio disponibles para invertir. Entre 2005 y 2012, los flujos de inversiones de China en Francia pasaron de 250 millones de euros a 3.500 millones de euros. En 2013, las inversiones representaban 4.200 millones de euros, pero esa cifra constituía solamente un 1% de las inversiones extranjeras directas de China. En comparación con los 100.000 millones de dólares invertidos por Estados Unidos, las inversiones de China en Francia parecen minoritarias, pero la naturaleza de la inversión de China en Francia es muy relevante para el país, debido a la creación del empleo que, dada la situación actual en la que se encuentra Francia, no puede ser despreciada⁴⁹.

El ejemplo de la inversión del productor de leche en polvo *Synutra* es un buen reflejo de la evolución de los flujos de inversiones chinas en Francia. En 2012, *Synutra* invirtió 100 millones de euros en una empresa basada en Bretaña. El grupo Chino tomó esa decisión con el objetivo de asegurar su aprovisionamiento dado el contexto de tensión que hemos visto anteriormente sobre los escándalos de la leche infantil en China. Para su primera inversión fuera de China, el grupo *Synutra* ha elegido esa región por la calidad de su leche y los elevados volúmenes disponibles. Esa inversión ha traído consigo la construcción de una nueva planta y la creación de 3.000 puestos de trabajo. El principal objetivo de esas inversiones es el acceso a una marca o una tecnología para poder exportarla a China. Eso explica el interés de los inversores asiáticos en el lujo, los cosméticos, y el sector agroalimentario francés⁵⁰.

En conclusión, las inversiones de China en Francia son débiles pero muy importantes porque participan activamente en la financiación de las empresas en el marco de la

⁴⁹ Según la OMC

⁵⁰ Según “Les Echos” (prensa económica francesa)

crisis y colaboran en la conservación de puestos de trabajo y la creación de otros nuevos. Esa inversión también presenta un potencial de aumento considerable para los próximos años, lo que justifica la importancia de atraer a más inversores chinos.

3) Las empresas chinas en Francia

La implantación de empresas extranjeras en Francia tiene también un papel clave en la economía del país y sobre todo en las exportaciones. Las 20.000 empresas extranjeras que se encuentren actualmente en Francia representan solamente un 1% del número total de empresas en el país, pero a su vez, tienen a dos millones de trabajadores en ellas, suponen un 30% de las exportaciones francesas. En el sector manufacturero, esas exportaciones de las empresas extranjeras implantadas en Francia pueden alcanzar hasta el 40% de las exportaciones. La implantación de empresas chinas ha aumentado entre 2005 y 2013 pasando de 92 a 250. En las empresas chinas en Francia trabajan solamente 11.000 empleados y tienen menos de un 1% de cuota de mercado, sobre todo en sectores energéticos, agroalimentarios y en el lujo⁵¹.

El ejemplo de la compra de los viñedos franceses por millonarios chinos es hoy muy frecuente en la región de *Burdeos*, donde se produce un 60% del famoso vino francés. Entre 2008 y 2010, 75 explotaciones vinícolas fueron compradas por personalidades de China por un precio entre 2 y 20 millones de euros en función de la calidad y del nombre del vino. Esas inversiones representan para los compradores una plusvalía enorme en sus exportaciones en China, una botella que cuesta 10 euros en Francia puede venderse por 300 euros en un restaurante en Pekín. Las consecuencias de esas inversiones de China en Francia son muy positivas para el mercado del vino francés ya que facilita y promueve su entrada en el mercado chino. La consecuencia directa es la conversión de China en el primer importador de vino de *Burdeos* desde 2010, por delante incluso de Estados Unidos⁵².

⁵¹ Según el Ministerio de las relaciones exteriores

⁵² Según “Le Monde”

Como conclusión sobre la presencia empresarial china en Francia, se puede afirmar que la dinámica es muy buena desde 2005 pero el peso del valor económico depende de las inversiones de los emprendedores chinos.

B. La participación de Francia en la economía China

Francia desempeña un papel poco destacado en la economía China. En 2013, las exportaciones hacia China fueron de 19.559 millones de euros. Esa cifra demuestra la baja importancia de las exportaciones de Francia en China cuando sabemos que China importa 1.435 millones de euros de mercancías cada año. Francia es el tercer proveedor europeo de China y el decimoséptimo a nivel mundial. En términos de inversión, Francia invierte solamente un 2,6% de sus IED en China pero cuenta con 9.000 empresas implantadas en China que generan un volumen de negocio de 30 mil millones de euros⁵³.

1) Las exportaciones hacia China disminuyen

Entre 2006 y 2011, las exportaciones hacia China aumentaron en un 81,5% pasando de 10.771 a 19.559 millones de euros. Entre 2006 y 2009, esas exportaciones se mantuvieron estables alrededor de 11.000 millones de euros. Entre 2009 y 2012, tuvieron una evolución positiva y pasaron de 10.246 a 21.045 millones de euros. Por último, entre 2012 y 2013 las exportaciones de Francia sufrieron una disminución de 7,5% (1.486 millones). En el mismo período, las exportaciones totales de Francia disminuyeron en un 1,28%, lo que significa que las exportaciones hacia China disminuyen más que la tendencia global de las exportaciones de Francia con sus otros socios comerciales⁵⁴.

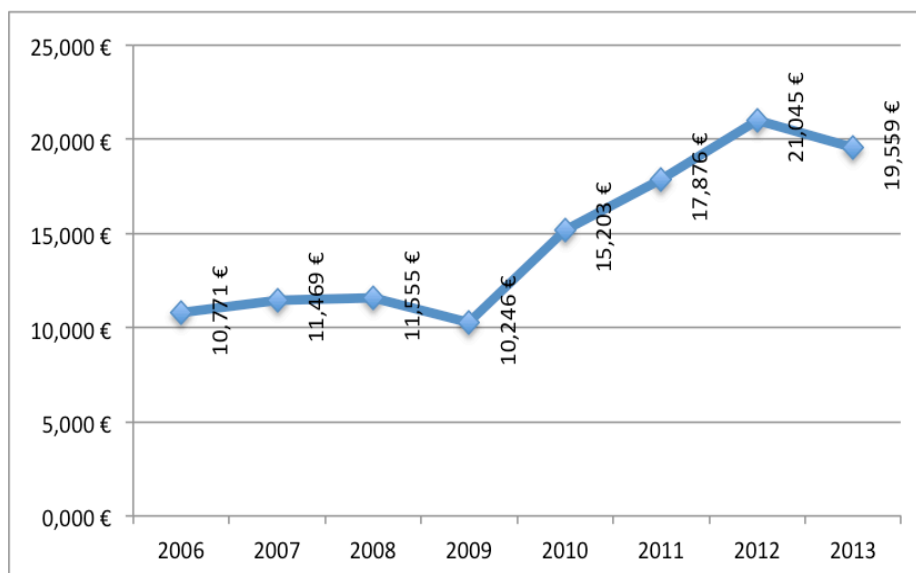
En 2013, las exportaciones hacia China fueron de 19.559 millones de euros, lo que representa un 4,5% del total de las exportaciones de Francia (435.913 millones de

⁵³ Según el Banco de Francia

⁵⁴ Según las Aduanas franceses

euros). Francia es el tercer proveedor europeo de China y el decimoséptimo a nivel mundial lo que refleja una importancia relativa en valor económico de China⁵⁵.

Figura 3 : Exportaciones a China (mil millones de euros)



Fuente : Elaboración propia con datos del *Banco de Francia*

Esta disminución de las exportaciones hacia China puede explicarse por la dependencia y la fluctuación de los contratos en dos grandes sectores claves : el aeronáutico y el nuclear. Las exportaciones de Francia hacia China están esencialmente compuestas por productos de alta tecnología, productos agroalimentarios y productos químicos.

Los cuatros grandes sectores de exportación de Francia son :

- En primer lugar, el sector aeronáutico que representa un 27,40% de las exportaciones con un valor de 5.359 millones de euros. El problema de ese sector es que es muy dependiente de los contratos firmados por grandes empresas Francesas como *Airbus*, *Dassault Aviación* y *Eurocopter*. En 2014, por ejemplo se ha firmado un contrato excepcional a 20 años entre *Airbus* y China que consiste en la venta de 1.000 helicópteros para 4.000 millones

⁵⁵ Según las Aduanas franceses

euros y otro contrato a 10 años basado en la venta de 500 A320 por 2.000 millones de euros⁵⁶.

- En segundo lugar, el sector del equipamiento para maquinaria y mecánico (material eléctrico, electrónico y informático) que representa un 26,6% de las exportaciones con un valor de 3.400 millones de euros⁵⁷.
- En tercer lugar, el sector agrícola y agroalimentario que representa un 14,20% de las exportaciones con un valor de 1.700 millones de euros. La estructura es la siguiente: los vinos representan un 60%, los productos semiterminados representan un 30%, compuestos por carne de cerdo, aves de corral y productos lácteos, y los productos terminados representan un 10% de las exportaciones.
- En cuarto lugar, el sector químico (con los perfumes, productos cosméticos y productos farmacéuticos) representa un 9,10% de las exportaciones con un valor de 1.400 millones de euros⁵⁸.

Además de estos cuatro grandes sectores que representan la mayoría (77,3%) de las exportaciones hacia China, Francia exporta también productos de transporte (4,70%) y productos de lujo (5,6%). El lujo es un sector particularmente dinámico en Francia ya que cuenta con diversas marcas prestigiosas, pero a pesar de ello, ese sector representa solamente 1.100 millones de euros, una cifra muy alejada de las ventas aeronáuticas o de energía⁵⁹.

El reparto geográfico de las exportaciones de Francia es desigual con tres regiones que llevan a cabo un 57,5% de las exportaciones : Mediodía-Pirineos 27,7%, Isla de Francia 18,7% y Región Ródano-Alpes 11%.

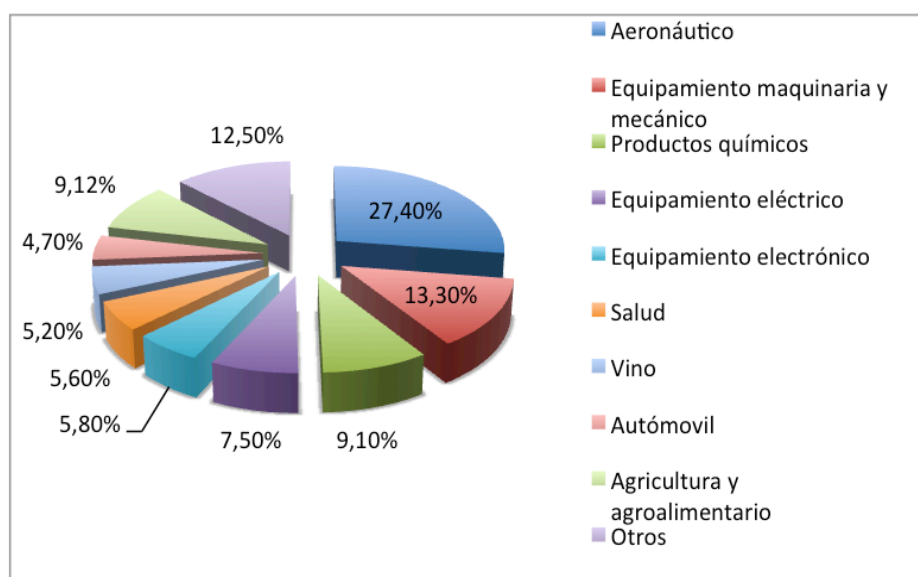
⁵⁶ Según el Banco de Francia

⁵⁷ Según el Banco de Francia

⁵⁸ Según el Banco de Francia

⁵⁹ Según el Banco de Francia

Figura 4 : Estructura de las exportaciones a China



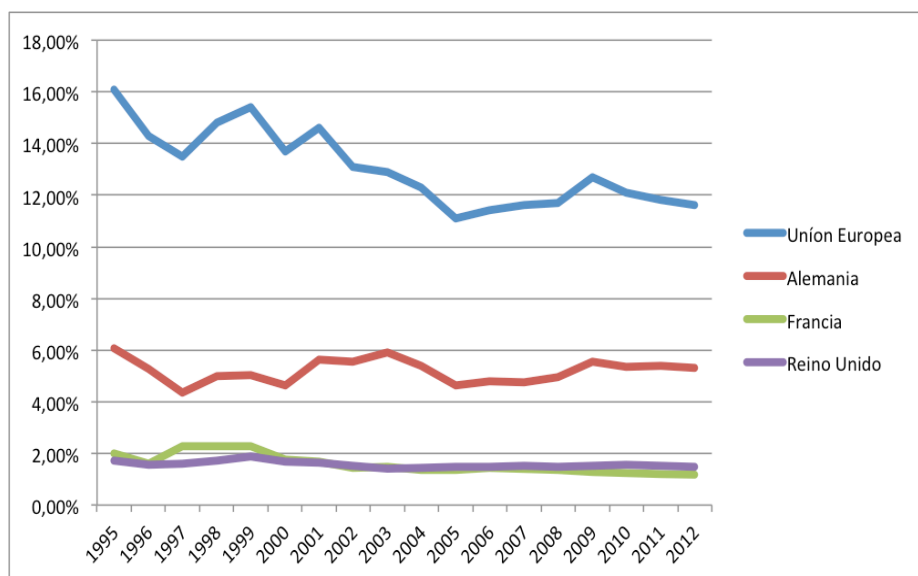
Fuente : Elaboración propia con datos del *Banco de Francia*

En conclusión, Francia exporta a China esencialmente productos de alta tecnología (aeronáutica, nuclear y productos electrónicos), pero también productos agroalimentarios, productos químicos (cosméticos, perfumes, farmacéuticos), y productos de lujo. De manera general, las exportaciones francesas se caracterizan más por su calidad que por su cantidad.

En relación con la penetración de los productos exportados, después de algunos años difíciles de crisis que han afectado a las exportaciones, la cuota de mercado de Francia en China ha pasado de 1,23% en 2012 a 1,3% en 2013. En comparación con su principal competidor europeo, Alemania tiene una cuota de mercado de productos exportados a China cuatro veces superior a la de Francia con un 5,1%. La principal explicación es la exportación masiva en el sector automóvil, nuclear y de maquinaria que hace de Alemania el primer socio comercial europeo de China⁶⁰.

⁶⁰ Según el Banco de Francia

Figura 5 : Cuota de mercado de Francia en China
(porcentaje del mercado)



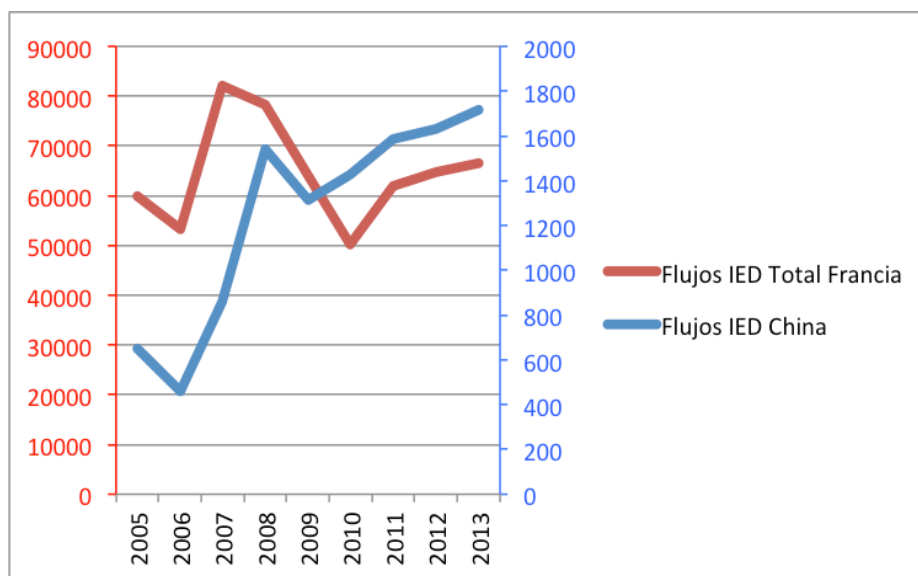
Fuente : Elaboración propia con datos de *Eurostat*

2) Las inversiones francesas en China

Los flujos de inversiones de Francia hacia China fueron muy bajos en 2013, solo 1.730 millones de euros en comparación con los flujos totales de IED de Francia (66.543 millones de euros). Esos flujos de inversiones en China representan un 2,6% de los flujos de inversiones totales en el mundo. Lo que es positivo es el dinamismo de esos flujos que han pasado de 652 millones de euros en 2005 a 1.730 millones de euros en 2013, lo que representa un aumento del 165%. Esos flujos de inversión hacen de China el duodécimo país de destino de las inversiones francesas⁶¹.

⁶¹ Según el Ministerio de las relaciones exteriores

Figura 6 : Evolución de los Flujos de IED franceses a China frente a los flujos totales franceses (millones de euros)

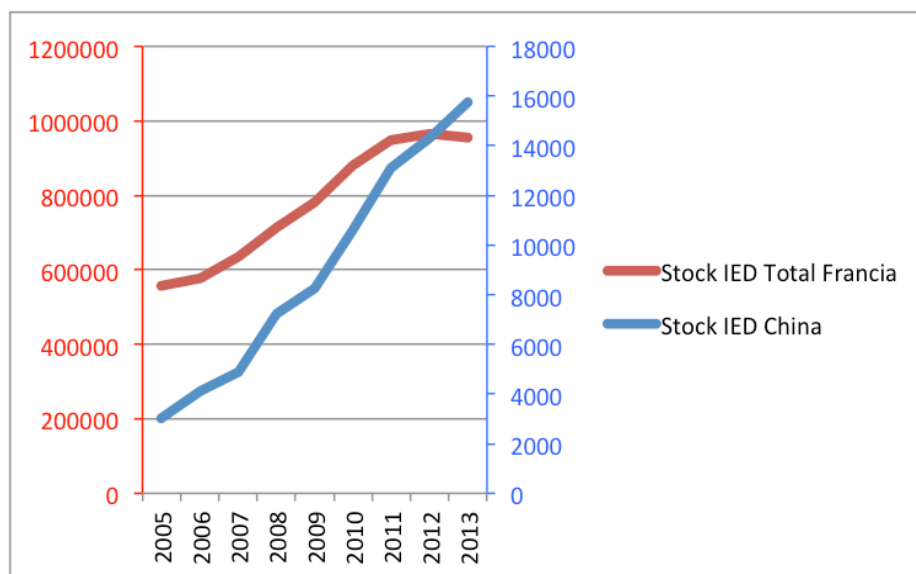


Fuente : Elaboración propia con datos del *Banco de Francia*

El stock de capital francés invertido en China también tiene unos niveles que quedan por debajo del capital total invertido por Francia, en 2013 se invirtieron en China 15.767 millones de euros, frente a una cifra total de 957.742 millones de euros. Ese stock de inversión en China representa solamente un 1,64% del stock de inversión total en el mundo. Lo que también es positivo es el dinamismo de ese stock que ha pasado de 3.021 millones de euros en 2005 a 15.767 millones de euros en 2013, lo que representa un aumento de 400%. Este stock de inversiones hace de China el decimotercero país titular de stock de IED francesa⁶².

⁶² Según el Banco de Francia

Figura 7 : Evolución del stock de IED francés en China en comparación con el stock total de IED francés (millones de euros)



Fuente : Elaboración propia con datos del *Banco de Francia*

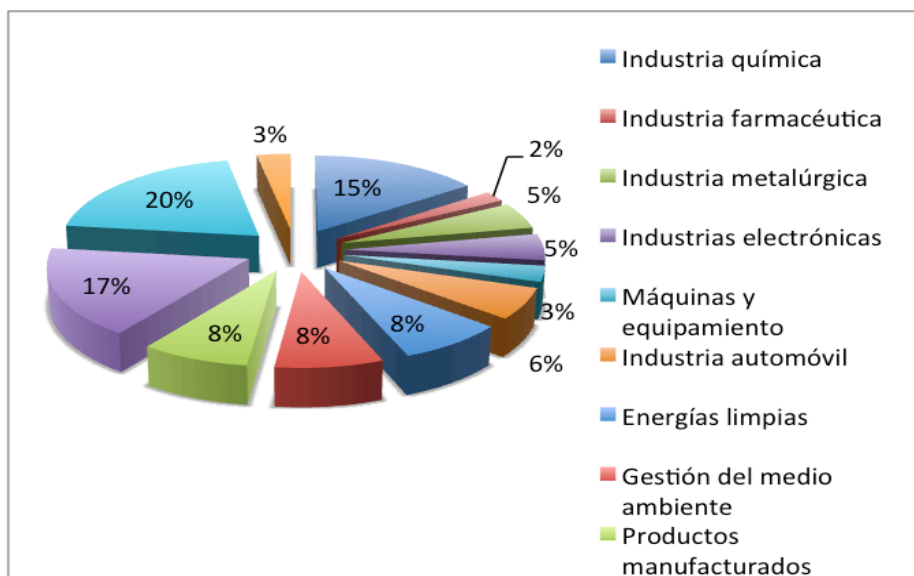
La composición de las inversiones extranjeras directas se reparte de la manera siguiente. La industria manufacturera representa casi la mitad (46,3%) del stock de inversión con 6.060 millones de euros. Los servicios financieros (banca y seguros) suponen un 17,16% con 2.250 millones de euros. Este sector financiero podría crecer en los próximos años debido a la demanda creciente de la nueva clase social media china. La industria química representa un 15,4% del stock de inversión. Las actividades de distribución de electricidad, gas y aire acondicionado son un 8,2% con 1.100 millones de euros. Este sector es también un sector clave dado el desarrollo urbano esperado de China durante los próximos años. La automoción y los materiales de transporte son de 5,9%, los equipamientos informáticos y electrónicos representan 5,33%, y la metalurgia 5,29%⁶³.

El reparto geográfico de esas inversiones en China se concentra de manera tradicional en el litoral Este cerca de *Shanghái*, *Schenzhen*, *Cantón* y *Tianjin*, pero estos últimos

⁶³ Según el Ministerio de las relaciones exteriores

años se ha empezado a llegar con las IED francesas a nuevas localizaciones en ciudades en la parte central y Oeste del país, que se encuentran en fase de desarrollo.

Figura 8 : Sectores de los IED franceses en China en 2012



Fuente : Elaboración propia con datos del *Banco de Francia*

En conclusión, la dinámica de las inversiones de Francia en China es muy reciente lo que explica que el stock de capital invertido en China represente solamente un 1,64% de nuestro stock de capital total. Francia tiene que hacer esfuerzos para seguir invirtiendo en sectores claves como la gestión del medio ambiente, las energías limpias y la industria farmacéutica.

3) Las empresas francesas en China

La cuota de mercado de Francia en China (1,3%) que hemos analizado antes no es un instrumento suficiente para medir la importancia de China en la economía francesa, porque solo tiene en cuenta los intercambios comerciales. La presencia de las empresas francesas en China es también un factor clave para la economía.

En 2000, había 800 empresas francesas instaladas en China que facturaban un volumen de negocio de 12.000 millones de euros. En 2013, Francia cuenta con 1.800 empresas

que generan alrededor de 30.000 millones de euros de volumen de negocio. Ese volumen de negocio realizado en China representa más ingresos que las exportaciones de Francia hacia China. En 2013, China es el tercer terreno de implantación de empresas francesas después de Estados Unidos y Alemania.⁶⁴ Las empresas francesas en China emplean a 400.000 personas, 75% de los cuales son empleados por las 15 empresas más grandes⁶⁵.

El sector de las *joint ventures*⁶⁶ es el elemento clave del éxito empresarial francés en China. En 2011, el grupo francés *Michelin* ha formado una *joint venture* con dos socios locales, *Double Coin* y *Huayi* para producir en China y al mismo tiempo entrar en el mercado *low cost* asiático. El objetivo de *Michelin* es multiplicar por dos su presencia en los países emergentes dentro de 5 años, en particular en Asia que tiene una tasa de crecimiento anual de 10%. Existen otras empresas francesas que llevan a cabo *joint ventures* para entrar en el mercado chino, *Alstom*, *Veolia*, *Peugeot Citroën*, *Lafarge*, etc.

El mercado chino por su coste laboral bajo y su demanda interna, se posiciona como el mercado más dinámico esperado para los próximos años.

C. Una balanza comercial que queda desequilibrada

Los intercambios comerciales entre Francia y China se caracterizan por un déficit comercial muy importante para Francia, por lo que ahora vamos a cuantificarlo, analizar su estructura e intentar explicarlo.

1) La evolución del saldo de la balanza comercial entre Francia y China

El déficit de balanza comercial de Francia con China es el más grande de Francia (40%) por delante de Alemania (26%) y Bélgica (11%). Este déficit comercial fue negativo por primera vez en el año 2000 con 5.723 millones de euros. Entre 2006 y 2011, el déficit

⁶⁴ Según la Embajada de Francia en China (ambafrance.fr)

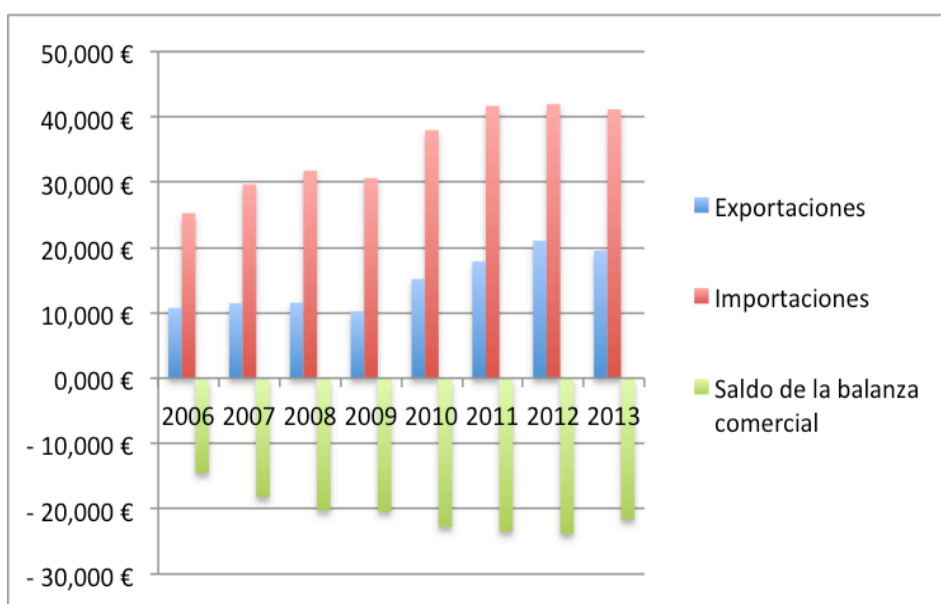
⁶⁵ Según la Embajada de Francia en China (ambafrance.fr)

⁶⁶ Acción de dos o más empresas de juntarse o asociarse para la consecución de un proyecto común

pasó de 14.509 a 23.823 millones de euros. Entre 2011 y 2013, el déficit disminuyó un poco, de 23.823 a 21.629 millones de euros⁶⁷.

Entre 2012 y 2013, las exportaciones hacia China disminuyeron un 2,2%, lo que se puede explicar por la volatilidad de los dos sectores claves de las exportaciones francesas : el aeronáutico y el nuclear. En el mismo periodo, las importaciones desde China descendieron un 0,3%, lo que se puede explicar por la disminución del consumo en el marco de la crisis y la desconfianza de los consumidores en los productos chinos. Como Francia importa mucho más de lo que exporta, aunque la disminución de las exportaciones (2,2%) es más elevada que la disminución de las importaciones (0,3%), el déficit comercial ha mejorado en 2.194 millones de euros.⁶⁸

Figura 9 : Evolución del saldo de la balanza comercial entre Francia y China
(mil millones de euros)



Fuente : Elaboración propia con datos de la *Organización Mundial del Comercio*

⁶⁷ Según la OMC

⁶⁸ Según la OMC

2) La estructura del déficit de la balanza comercial entre Francia y China

Entre 2000 y 2012, las importaciones provenientes de China se han multiplicado por tres mientras que las exportaciones hacia China solo se han duplicado. Las exportaciones hacia China cubren un 33% de las importaciones francesas, mientras que las exportaciones hacia Alemania cubren un 81% de las importaciones a Francia.

Es interesante entender de dónde viene este déficit comercial, del mismo modo que saber cuáles son los sectores en superávit. El análisis de la balanza comercial realizado y resumido en la tabla siguiente permite sacar estas dos conclusiones:

Los tres siguientes sectores son deficitarios⁶⁹:

- Los equipos mecánicos, eléctricos, electrónicos e informáticos con una factura de 16.423 millones de euros
- El textil con una factura de 8.812 millones de euros
- Los productos manufacturados diversos (artículos de deporte, juguetes, muebles) con una factura de 3.011 millones de euros

Los seis sectores a continuación son excedentarios⁷⁰:

- La industria aeronáutica con 5.692 millones de euros
- La agricultura y los industria agroalimentaria con 1.692 millones de euros
- La industria cosmética con 828 millones de euros
- La industria farmacéutica con 323 millones de euros
- Los materiales de transporte con 250 millones de euros
- La gestión de los residuos con 140 millones de euros

El problema es que los sectores deficitarios pesan mucho más que los sectores excedentarios. Por ejemplo, las exportaciones aeronáuticas compensan solamente un 30% de las importaciones de equipamientos electrónicos y eléctricos.

⁶⁹ Según el Banco de Francia

⁷⁰ Según el Banco de Francia

En los últimos años, los intercambios comerciales entre Francia y China se traducen en dos tendencias⁷¹ :

- Por un lado, se ha dado un aumento de las importaciones de productos de alta tecnología como los ordenadores, móviles y televisiones, lo que explica el déficit en equipamiento electrónico y eléctrico (16.423 millones de euros)
- Por otro lado, ha habido una disminución de las importaciones de productos manufacturados de baja tecnología, lo que explica la disminución del déficit de productos manufacturados diversos (3.011 millones de euros)

Estas dos tendencias explican el aumento del déficit comercial ya que los productos tecnológicos son más costosos que los productos manufacturados. Para ilustrar esto, un teléfono sobre dos en Francia es comprado en China así como tres ordenadores de cada cuatro.

Tabla 1 : Comparación de las importaciones y exportaciones entre sectores en 2013
(millones de euros)

Sectores	Importaciones	Exportaciones	Saldo
Aeronáutico	0,000	5.692	5.692
Equipamiento mecánico, eléctrico, electrónico y informático	20.882	4.459	-16.423
Agricultura y agroalimentario	577	2.269	1.692
Productos cosméticos	1.030	1.858	828
Productos metalúrgicos y metálicos	2.883	1.154	-1.729
Material de transporte (sin el aeronáutico)	865	1.115	250
Productos farmacéuticos	577	900	323
Productos manufacturados diversos	3.872	861	-3.011
Textil	9.556	43	-8.812
Residuos industriales	212	352	140
Total	41.188	19.559	21.629

Fuente : Elaboración propia con datos del *Banco de Francia*

⁷¹ Según el Banco de Francia

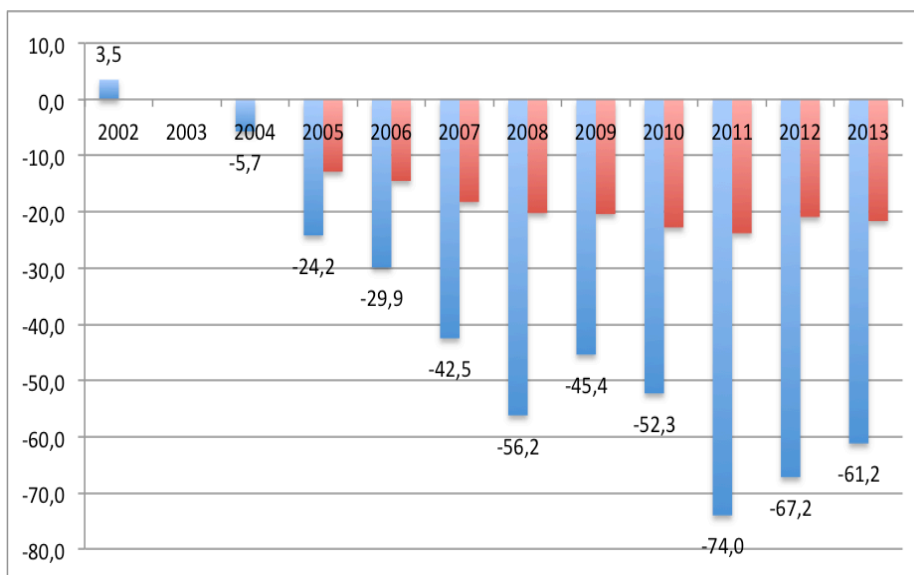
3) La explicación del déficit de la balanza comercial de Francia con China

Francia presenta un déficit comercial desde el 2000, como se puede observar en el gráfico siguiente. Sus principales países deficitarios en 2013 al nivel de la balanza comercial son China (25%) Italia (18%), Japón (14%), Bélgica (8%) y Estados Unidos (6%). Sus principales países excedentarios al nivel de la balanza comercial son Reino Unido (23%), España (20%), Emiratos Árabes Unidos (11%), Grecia (10%) y Algeria (8%)⁷².

Figura 10 : Saldo de la balanza comercial de Francia (mil millones de euros)

Barra azul : Déficit comercial total de Francia

Barra roja : Déficit comercial de Francia con China



Fuente : Elaboración propia con datos del *Insee*

Los economistas franceses *Thomas Piketty* (Piketty, 2012) y *Olivier Blanchard* (Blanchard, 2013) relacionan el déficit comercial francés de estos diez últimos años con una causa fundamental, que es la pérdida de competitividad del país. Pero existen otras

⁷² Según el Insee (instituto nacional de estadística y estudios económicos francés)

cinco causas estructurales más precisas que explican la degradación de la situación comercial francesa frente a China :

En primer lugar, es un déficit manufacturero combinado con un factura energética creciente. El sector que está perdiendo dinamismo en Francia es la industria del automóvil (5,07%) frente a la industria aeronáutica (27,40%) que está en plena explosión. El sector agroalimentario, el lujo, el vino y los productos farmacéuticos poseen también un éxito importante como hemos visto anteriormente con las exportaciones hacia China. Por el contrario, con los productos informáticos, electrónicos, metalúrgicos y textiles, Francia no puede competir con los nuevos actores como China. Por eso, Francia no tiene otra alternativa que la compra de esos bienes de bajo coste en China, lo que ha provocado un aumento de las importaciones en estos últimos años.

En segundo lugar, la globalización ha dado pie, según la teoría de *David Ricardo* (Ricardo, Teoría de la ventaja comparativa, 1817) da lugar a una especialización productiva en los productos y servicios que se producen con más eficiencia. La estrategia francesa ha sido especializarse en productos y servicios con alto valor añadido. Esa decisión implica que los países emergentes con mano de obra barata como China e India solo se encargan de la fabricación de productos básicos con menos valor añadido. En la actualidad, la situación está cambiando y los países emergentes como China e India se están especializando cada vez más en productos de alto valor como ordenadores, teléfonos y televisiones. Francia sigue estando especializada en tecnología media y alta, destacando los sectores nuclear, aeronáutico y la industria farmacéutica, pero ha perdido sectores clave como la automoción que era un punto fuerte y que ahora es una debilidad (lo que puede verse reflejado en la fusión entre *Peugeot Citroën* y *Dongfeng*). Con el tiempo, la estructura de las exportaciones se ha desequilibrado con algunos factores clave que hemos evocado antes. En paralelo, los principales socios comerciales de Francia han conservado una estructura más equilibrada. La conclusión es que cuando Francia intercambia productos y servicios, puede ofrecer solamente un número reducido de sectores, mientras que se ve en la necesidad de comprar mucho en otros sectores donde tiene que aprovisionarse (textil, máquinas, productos terminados,

productos semiterminados). El problema que tiene esta especialización productiva es también la dependencia de las exportaciones en algunos sectores clave como el aeronáutico y el nuclear que son muy volátiles y cualquier evolución (contratos firmados) impacta de manera muy fuerte a la balanza de pago.

En tercer lugar, Francia está cambiando la orientación geográfica de sus exportaciones para adaptarse a las nuevas oportunidades que ofrecen los países asiáticos como China e India. Francia realiza la mayoría de su comercio (60%) con sus socios europeos, y ahora, Francia está intentando transferir sus exportaciones de los países americanos, que no se encuentran en un momento de especial dinamismo, hacia los países asiáticos que representan oportunidades más interesantes. Esta modificación geográfica explica la débil presencia de Francia en Asia (solo 10% de sus exportaciones) y su dinamismo reciente en estos mercados con los flujos de inversiones y la implantación de empresas en China.

En cuarto lugar, el aparato exportador francés presenta grandes disparidades, con un número muy alto de pequeñas empresas que luchan para integrarse en los mercados internacionales y un número pequeño de grandes firmas multinacionales muy abiertas que realizan la mayor parte de los resultados comerciales. En Francia, el número de empresas que exportan es muy débil (4%) en comparación con el número total de empresas. En 2013, sobre el total de 11.341 empresas francesas que han exportado su producción en China, 4.324 son pequeñas y medianas empresa. Esas pequeñas y medianas empresas (38%) han contribuido solamente a un 3,8% del volumen de exportaciones, mientras que las grandes empresas (6,2%) han representando un 62% del total de las exportaciones⁷³.

En quinto lugar, el papel de la moneda también juega un papel clave en la competitividad de cada país. La devaluación del yuan de entre un 30% y un 40% conlleva una revalorización del euro (1 yuan = 0,12 euro). Ese desequilibrio afecta de manera directa al comercio internacional perjudicando la competitividad y las exportaciones de las empresas occidentales y facilitando las exportaciones de China. El

⁷³ Según “Le Figaro”



problema reside en la paridad fija entre el dólar y el yuan desde la entrada de China en la OMC en 2001. El superávit comercial de China y la manipulación del tipo de cambio del yuan por el gobierno implica unas reservas de cambio que financian el déficit público de Estados Unidos.

En conclusión, sobre los factores explicativos del déficit de la balanza comercial de Francia con China, se puede decir que es normal que Francia tenga un déficit comercial ya que se trata de una competición frente a la primera potencia comercial del mundo que ha exportado 1.626 mil millones de euros e importado 1.435 mil millones de euros de productos y servicios en 2013. El problema reside en encontrar la manera de reducir la dependencia comercial de Francia y sobre todo como reequilibrar este déficit comercial utilizando las ventajas competitivas que Francia tiene sobre China.

III. Los retos y las recomendaciones para los años futuros

Esta tercera parte tiene como objetivo analizar los desafíos comerciales de Francia con China para los años próximos y expresar algunas recomendaciones para intentar reequilibrar el déficit comercial de Francia. El milagro económico de China entraña muchas externalidades positivas pero también algunas negativas para el país, como pueden ser la alimentación, la organización de la ciudades, la gestión del medio ambiente, la energía y la salud. En este contexto, Francia no debe tener miedo de China y adoptar medidas proteccionistas, sino al contrario, debe explotar estas externalidades negativas para potenciar su oferta comercial.

A. Utilizar la imagen positiva de Francia

Francia debe utilizar su imagen económica, diplomática y cultural para atraer nuevos inversores, nuevos turistas y así estimular sus intercambios comerciales con China.

1) Capitalizar sobre la influencia cultural de Francia

La capitalización de Francia sobre su cultura tiene como objetivo la mejora de la influencia cultural del país en el mundo asiático, pero también reforzar su impacto económico. La penetración comercial que ofrece la presencia cultural francesa en China es muy importante, y Francia tiene marcada como meta la de posicionarse como primer actor europeo en el sector de la industria cultural.

La influencia cultural de Francia sobre China se organiza en cuatro sectores clave :

- La lengua es la base de toda cooperación cultural entre países. La idea es promover una cooperación entre universidades francesas y chinas para que los estudiantes extranjeros puedan estudiar en Francia y aprender el francés. La atracción de los estudiantes chinos ya es importante con más de 100.000 estudiantes que aprenden el francés en China. La próxima etapa es convencer a los estudiantes franceses de aprender chino para crear un intercambio, ya que a día de hoy, solamente 11.000 estudiantes franceses hablan chino. La necesidad de una acción del Gobierno para promover la utilidad de este

idioma es inevitable frente al elevado crecimiento económico de China. En 2012, tuvo lugar el año de la lengua francesa en China con más de 200 manifestaciones y eventos orientados a los estudiantes para promover el aprendizaje del francés⁷⁴.

- Los museos son sectores de crecimiento claves para Francia. La riqueza del patrimonio artístico francés gracias a sus importantes pintores, escultores y otros artistas presenta muchas oportunidades para la atracción de turistas, la organización de exposiciones y la exportación de sus obras a China. Los intercambios entre museos deberían ponerse más en práctica, ya que crean una fuente de promoción cultural y apertura para los pintores franceses en el mercado chino. China es el segundo país más grande de compradores de arte por detrás de Estados Unidos. Para tener una idea más clara, el mercado de arte contemporáneo concentra un 75% de su actividad en China con un volumen de negocio de 254 millones de euros, lo que representa una fuente de oportunidades enorme para los artistas franceses que están poco presentes en este país⁷⁵.
- La arquitectura es también un sector artístico relevante para la imagen moderna y estética de Francia. Las exportaciones de los arquitectos franceses en China representan un 60% de sus actividades en el extranjero. El ejemplo reciente de las dos óperas de *Pekín* y *Shanghái* realizadas por dos famosos arquitectos franceses, *Jean Marie Charpentier* y *Paul Andreu* es muy positivo para la hegemonía cultural de Francia. Además, el sector de la construcción y de la arquitectura representa una oportunidad de negocio enorme para los arquitectos franceses, en un país que está viviendo un éxodo rural y una urbanización muy fuerte con una subida del poder adquisitivo de la clase media.
- La música, la literatura y el cine son también sectores artísticos que no están muy desarrollados entre los dos países, por las diferencias culturales que existen. En 2013, China fue el segundo mercado más grande de exportación de cine francés (por detrás de Estados Unidos) con 5,3 millones de euros de

⁷⁴ Según el Ministerio de las relaciones exteriores

⁷⁵ Según “Les Echos” (prensa económica francesa)

volumen de negocio. El cine Francés en China representa 7 películas de 77 extranjeras (en contraposición a 43 para Estados Unidos). Esto deja un margen de progresión importante para los años futuros. En 2008, el número de espectadores en China era de 172.000 millones, y en 2013 de 473.000 millones de personas. El número de salas de cine ha pasado de 4.000 en 2008 a 13.000 en 2013. En este contexto, las exportaciones del cine francés en China representan una oportunidad de negocio muy importante a nivel cultural y comercial. El ejemplo de la cooperación firmada este 17 de mayo 2014 en el festival de Cannes para la coproducción Franco-China de la película “*Papa la lanternes*” es un ejemplo claro de cooperación entre Consejo Nacional del Cine Francés y del Gobierno chino para fomentar relaciones cinematográficas entre los dos países para los años futuros⁷⁶.

2) Promover Francia como una marca de calidad y un estilo de vida

La promoción de Francia debe hacerse como una marca de calidad y de un estilo de vida, a través de las tres estrategias siguientes :

- La promoción de la industria francesa con cierta connotación cultural es muy importante. El desarrollo económico de China es debido a un aumento masivo del consumo de productos de alta gama y el gusto por “el arte de vivir Francés”. En efecto, los chinos consumen productos franceses en gran parte por la imagen que proyectan marcas como *Chanel*, *Dior* o *Hermes*. La riqueza del patrimonio cultural que Francia ha construido con el tiempo debe ser el punto de apoyo sobre el que el país se base a la hora de exportar su refinamiento a través de la gastronomía, la joyería, la moda y otros sectores del lujo Francés. La imagen de las marcas francesas es muy valorada, pero Francia debe seguir exportando sin producir de forma local, para conservar la autenticidad y la imagen de calidad de sus productos.
- La promoción de la excelencia francesa a nivel industrial y tecnológico es clave para las exportaciones. Francia no puede producir con la misma competitividad que China, por eso, tiene que fabricar productos de alta calidad con una imagen de excelencia que justifique los precios de los bienes

⁷⁶ Según “LSA”

exportados. En un entorno cada vez más competitivo, Francia debe proteger su *know how* sin compartirlo con China. Este riesgo es muy frecuente en los proyectos de *joint venture*, cuando una empresa francesa quiere entrar en el mercado chino y se asocia con una empresa local.

- La promoción de la garantía y de la seguridad es imprescindible porque es lo que busca un consumidor chino que compra productos importados de Francia. El tema de la seguridad es importante en dos sectores claves. Los productos agroalimentarios que Francia exporta, sobre todo en el contexto actual de las crisis alimentarias y sanitarias en China. Los productos de alta tecnología como el aeronáutico y el nuclear, dados los accidentes nucleares como el de *Fukushima* en 2013.

3) Mejorar la atención y la integración de los chinos en Francia

La atención y la integración de los chinos en Francia es un tema fundamental para la imagen del país y sobre todo para la atracción de nuevos turistas y nuevos inversores.

- La integración de los estudiantes chinos es el primer punto clave para la imagen de Francia y las oportunidades de negocio futuros. En 2013, 30.349 estudiantes chinos estudiaron en Francia con un aumento del 11,9% cada año, Francia es el sexto país que más atrae a los estudiantes chinos. Esta tendencia pone de manifiesto el atractivo y la calidad del sistema educativo francés. Este tema de los estudiantes chinos que vienen a estudiar en Francia representa una oportunidad increíble para formar futuros trabajadores, y crear contactos que faciliten los intercambios comerciales entre los dos países.
- La gestión de los turistas es el segundo punto clave debido a la elevada proporción que representa China para el turismo en Francia. En 2013, 1,4 millones de turistas chinos visitaron Francia, lo que representa un aumento de 23,3% frente a 2012⁷⁷. En promedio, cada turista gasta 1.600 euros durante su visita al país. Esa actividad genera un 7% del PIB francés (54.000 millones de euros). En relación con esa actividad clave de la economía francesa, las autoridades deben solucionar tres problemas graves que

⁷⁷ Según el Ministerio de las relaciones exteriores

amenazan el turismo para los próximos años. En primer lugar, el problema de los visados franceses, los cuales son muy difíciles de obtener en China. En segundo lugar, el problema de las infraestructuras (vuelos, hoteles y restaurantes) que no son suficientes para recibir a todos los turistas que llegan a Francia. En tercer lugar, el problema de la seguridad de los turistas especialmente en cuanto al tema de robos y agresiones racistas que aumentan en estos últimos años⁷⁸.

- La recepción de los inversores chinos que van a Francia a invertir su dinero en empresas francesas, o comprar esas empresas, es el tercer punto clave. Las relaciones al nivel de inversiones son desequilibradas entre Francia y China. Mientras que Francia invierte en China 16.700 millones de euros, China invierte en Francia solamente 3.760 millones de euros. Siguiendo la misma línea de desproporción, Francia tiene 9.000 empresas en China, cuando China solamente tiene 250 empresas en Francia. En este contexto, es necesario para Francia cuidar de cada inversor chino. Para fomentar el crecimiento de las inversiones de China, Francia debe actuar de tres maneras. En primer lugar, debe acompañar y colaborar con los inversores sobre todo en temas complicados como el ámbito fiscal y legal. De este punto se encarga la *Agencia Francesa de Inversiones Internacionales* desde su creación en 2001. En segundo lugar, tiene que promover el éxito de las inversiones en Francia, ya que la implantación de empresas chinas en Francia tiene una elevada tasa de éxito de 94%. La promoción de este éxito conlleva un círculo virtuoso en una cultura asiática donde los inversores reaccionan favorablemente frente a un mercado exitoso. En tercer lugar, se debe demostrar la rentabilidad del mercado a los inversores chinos. Esto se puede facilitar con la creación de fondos de inversión franco-chinos, para promover el atractivo y la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas francesas, que cada vez son de mayor interés para los inversores chinos.

En conclusión, para intentar reequilibrar su déficit de balanza de pago y los desequilibrios de las inversiones que existen entre los dos países, Francia debe utilizar

⁷⁸ Según “LSA”

en primer lugar su imagen positiva para atraer a los inversores y los turistas ya que estos tienen un papel muy importante en la financiación y los ingresos de la economía. En este sentido, se debe utilizar de manera más profunda la influencia cultural que Francia tiene en el mundo a través de su experiencia en los distintos artes (cine, arquitectura, pintura), su imagen de calidad, y colaborar en la mejora de la integración de la población china en Francia para facilitar los intercambios comerciales. El objetivo final es atraer cada vez más turistas e inversores que desempeñan un papel clave en la economía francesa.

B. Estructurar la oferta económica francesa en función de la demanda de China

Francia debe utilizar las externalidades negativas del crecimiento económico de China en estos 30 últimos años para promover su pericia y responder a la demanda de China en cinco grandes sectores: la energía, el transporte, la ciudades y el medioambiente, el sector agrícola y agroalimentario, y la salud. Los puntos positivos de las empresas francesas en estos cinco sectores son numerosos y coinciden a la perfección con las nuevas prioridades del Gobierno chino para los próximos años, debido a la subida del nivel de vida de los chinos.

1) La energía

China sufre de un déficit energético creciente debido a su gran explosión industrial y busca una autonomía energética para los próximos años. Desde 2002, las importaciones de energía representan alrededor de un 12% de su consumo. Para hacer una comparativa, el consumo energético por unidad de PIB en China es tres veces más alto que en Canadá y cinco veces más que en Estados Unidos. Para llegar a su estrategia de autonomía energética, emprendió en 2011 un plan de construcción masivo de centrales nucleares, con el apoyo de la empresa francesa *Areva*, especializada en el sector, para así poder pasar de una producción eléctrica de 1,5% a 4% en cinco años. En diciembre de 2014, *Areva* firmará una serie de acuerdos secretos para equipar la central china de *Fuqing* con dos nuevos reactores. Francia debe inscribir su cooperación nuclear con China como objetivo comercial prioritario para los próximos años. La industria nuclear

es un de los escasos sectores donde Francia todavía tiene una ventaja tecnológico sobre China. La condición de un reequilibrio de la balanza comercial reside en esa industria donde Francia tiene que cuidarse de no compartir de manera demasiado importante su *know how*, para utilizar durante el mayor tiempo posible su ventaja competitiva en este sector⁷⁹.

2) El transporte

China con su éxodo rural e integración progresiva de su territorio quiere desarrollar una buena red de transportes, tanto aérea como ferrocarril y de autopistas. Al nivel del transporte aéreo, el país va a proceder a la compra de nuevos aviones para sus nuevos aeropuertos. Francia debe utilizar esta oportunidad para aumentar sus ventas de aviones con *Airbus* y de helicópteros con *Eurocopter*. Al nivel del transporte ferrocarril, el país quiere también aumentar su red, a la imagen de la línea *Pekín-Shanghái* con el famoso *TGV* francés de la marca *Alstom* que está conquistando nuevos mercados, sobre todo en el centro de las ciudades, como por ejemplo el nuevo metro de *Nankín*. Al nivel del transporte por carretera, el aumento del número de coches del 11% entre 2012 y 2013 con 12,5 millones de unidades significa nuevas oportunidades para empresas como *Vinci* y *Sanef*, especializadas en la construcción y gestión de carreteras. Francia debe utilizar esa nueva integración del territorio de China para aumentar sus exportaciones en el sector de transportes y así proveer a China de aviones, trenes y coches con la nueva alianza entre *Peugeot Citroen* y *Dongfeng*, que permite al constructor francés entrar por la primera vez en el mercado chino⁸⁰.

3) La ciudad y el medioambiente

China con su éxodo rural y sus construcciones masivas en estos últimos años se ha encontrado con problemas importantes en la gestión y la organización de sus ciudades, lo que provoca graves problemas medioambientales debido a la contaminación del agua y del aire. Francia debe utilizar su experiencia en sectores como la gestión de le red eléctrica y del gas con *EDF Suez*, el tratamiento de aguas residuales con *Veolia*, y la gestión de los residuos con *Thalès* para apoyar la construcción de nuevas ciudades en

⁷⁹ Según Areva

⁸⁰ Según Peugeot Citroën

China. De manera general, la oferta de las empresas francesas cubre en gran parte la demanda de China en el tema de las ciudades inteligentes y sostenibles. Para ilustrar esta cooperación franco-china, en 2007 se firmó un acuerdo para la reestructuración de la periferia de la ciudad de *Whuan* por 10.000 millones de euros, con arquitectos, urbanistas y empresas francesas para rediseñar la organización con un enfoque sostenible. Desde un punto de vista comercial, este primer acuerdo marca el inicio de una cooperación clave para Francia que puede ser muy rentable por el elevado número de empresas que implica.

4) El sector agrícola y agroalimentario

China tiene problemas para garantizar la seguridad alimentaria en su país, lo que explica el peso de las importaciones desde Francia (1.700 millones de euros) y su dinamismo (+14%) en 2013. Francia es el tercer proveedor de China en productos agrícolas y agroalimentarios, sobre todo con determinados productos como el vino (60%), productos semiterminados como carne, aves de corral, productos lácteos (30%), y productos terminados (10%). El ejemplo de las importaciones desde Francia de leche en polvo refleja la voluntad de China de importar productos de calidad después del escándalo en 2008 de la leche contaminada por melanina. El aumento global del nivel de vida en China conlleva también un consumo más importantes de productos occidentales de alta calidad. Francia debe utilizar esa oportunidad para asentar su presencia agroalimentaria en China con sus grupos *Danone*, *Nestlé*, *Lactalis*, y así generar más exportaciones⁸¹.

5) La salud

China puso en marcha en 2005 una reforma de su sistema de protección social, para suprimir las desigualdades sociales causadas por el crecimiento del país. La modernización de la economía de China y la privatización progresiva de sus empresas no puede continuar sin un nivel de protección social adecuado. Las reformas de este sector representa una oportunidad importante para la industria farmacéutica francesa y sus laboratorios como *Sanofi Aventis*. Entre 2012 y 2013, las exportaciones de productos farmacéuticos aumentaron en un 18,3% pasando de 451 a 532 millones de

⁸¹ Según el Ministerio de la Agricultura

euros. Francia debe utilizar su destreza en el ámbito sanitario y su imagen de país líder en la industria farmacéutica para apoyar el cambio de sistema de protección social de China y exportar más en este sector⁸².

C. Mantener un vínculo político y crear una política comercial europea

Francia y China tienen desde 1964 relaciones políticas muy importantes que condicionan en gran manera los intercambios comerciales. La política comercial de Francia debe estar apoyada en tres factores clave: una relación política duradera y estable con China, una cooperación política descentralizada entre regiones y un diálogo europeo para solucionar los límites de la política comercial europea.

1) Una relación duradera y estable

El dispositivo francés en China es uno de los más importantes del país con alrededor de 300 personalidades diplomáticas repartidas en seis consulados. Esa presencia diplomática histórica es imprescindible para promover la cultura francesa y sus empresas. El ejemplo más significativo de la importancia de las relaciones políticas sobre el comercio es la asociación estratégica entre Francia y China sobre la explotación de los sectores aeronáutico y nuclear.

En 2014 se celebra el 30 aniversario de la cooperación nuclear entre los dos países. La cooperación empezó en 1984 con la firma de un contrato entre *Guandong Nuclear Power Joint Venture Company* y *Areva* para la venta de dos reactores nucleares. Hoy en día, de 18 reactores, 13 utilizan la tecnología francesa de la empresa *Areva*. En 30 años de cooperación, la mayoría de los contratos han sido firmados con la presencia de los Jefes de Estado de cada país, del mismo modo que el último, que fue firmado el 23 de mayo 2014 en el palacio del Eliseo por *Xi Jinping* y *François Hollande*.

En 2014, también se celebra el 50 aniversario de las relaciones bilaterales entre Francia y China. Este año marca la voluntad de los dos Jefes de Estado de intensificar su relación, sus visitas y su diálogo en los próximos años. Esta visita de *Xi Jinping* ha

⁸² Según “LSA”

conllevado la firma de 50 acuerdos por valor de 18.000 millones de euros. Estos acuerdos tienen impacto principalmente en cuatro sectores. El turismo, facilitando la accesibilidad de visas disponibles en 48 horas. El aeronáutico, con la venta de 70 *Airbus* por 7.000 millones de euros. El automóvil, con la cooperación entre *Peugeot Citroën* y *Dongfeng*, que representa un aumento de capital de 3.000 millones para la empresa francesa. El agroalimentario, con la apertura del mercado chino para embutidos franceses y el fin de la crisis comercial sobre el vino francés⁸³.

2) Una cooperación descentralizada entre regiones

La cooperación descentralizada entre Francia y China puede definirse como un intercambio directo entre colectividades territoriales sin pasar por las autoridades políticas de los dos países. En la actualidad, 70 colectividades territoriales francesas están comprometidas con 90 colectividades en China a través de 150 proyectos en varios sectores como la cultura, la investigación, y la ecología. El ejemplo de cooperación descentralizada firmado en 2012 entre la ciudad de *Toulouse* y *Chongqing* es muy significativo. Las dos ciudades cooperan en aspectos medioambientales para desarrollar un proyecto de transporte sostenible para *Chongqing*. Esa relación particular permite poner en contacto a empresarios locales que comercian directamente sin la ayuda del Estado. Es un medio de fomentar las inversiones cruzadas entre los dos países y atraer el capital a Francia. El papel de la cooperación descentralizada es muy importante para las pequeñas y medianas empresas que no se encuentran implantadas en las capitales. En 2013, esas pequeñas y medianas empresas representaban un 38% de las exportaciones totales y han contribuido a un 3,8% del volumen de exportaciones. Esa cooperación debe facilitar las exportaciones directas (sin tener que pasar por el Gobierno) y también aportar fuentes de financiación.

3) Una política comercial europea

Las tensiones comerciales en 2012 sobre los paneles fotovoltaicos y el vino francés han demostrado la necesidad de Francia y de los países de la Unión Europea de formar una verdadera unión comercial para tener una fuerza de negociación más importante frente a China. La única solución para reequilibrar los intercambios entre Francia y China (con

⁸³ Según el Ministerio de las relaciones exteriores

un déficit de 21.629 millones de euros) y sobre todo Europa y China (con un déficit de 150.000 millones de euros) es aplicar un principio de reciprocidad de los intercambios a nivel europeo. La unión puede permitir a los países europeos responder a las presiones y a los medios de represalia que China utiliza en caso de decisiones contrarias a sus intereses. La visión comercial de Europa está demasiado fragmentada entre los países del Norte (Alemania, Dinamarca, Finlandia) y los países del Sur (Francia, España, Portugal, Italia). Cada país razona en función de sus intereses para minimizar el déficit de su balanza comercial con China, lo que desemboca en una competencia directa entre los países europeos como la de Francia y Alemania en el sector de la energía nuclear.

La devaluación del yuan es también el origen de la baja competitividad de los países europeos frente a China, que supone un grave problema ya que no se puede arreglar sin utilizar la fuerza de la Unión Europea y el apoyo de Estados Unidos.

En conclusión, el papel de las relaciones políticas sobre el comercio entre Francia y China es primordial. Para reducir su déficit comercial con China, Francia debe intensificar ese diálogo político para llegar a nuevos acuerdos comerciales. El 50 aniversario de las relaciones bilaterales de este año marca una voluntad de reforzar los intercambios con reciprocidad.

Conclusión

Tras haber cumplido con el triple objetivo de este trabajo de analizar la dependencia comercial de Francia con China, entender las razones del desequilibrio entre los dos países, y formular recomendaciones para ayudar a Francia a reducir su déficit comercial con China, se concluirá con una recapitulación de las ideas más importantes recogidas en el mismo.

En 1964, Francia es el primer país en reconocer la República Popular de China y apoyar su entrada en la comunidad económica internacional. Este evento marca el inicio de una cooperación privilegiada pero desequilibrada entre los dos países. Entre 1964 y 2014, los dos países experimentan una evolución económica totalmente distinta en la que destacan la pérdida de hegemonía de Francia a nivel mundial, su integración en la Unión Europea y la conversión de China en primera potencia comercial mundial, siendo este hecho un milagro económico sin precedente. Esa evolución a lo largo de los años conlleva un desequilibrio progresivo entre los dos países y provoca unas tensiones comerciales que ponen de manifiesto la inquietud de los países europeos y de Francia frente al desarrollo comercial de China. Esa inquietud se traduce en el nacimiento de un corriente proteccionista para proteger las industrias europeas, que se ve reflejada en la decisión tomada por la *Comisión Europea* sobre los paneles fotovoltaicos importados desde China en 2012. En respuesta a ello, China decidió aumentar los derechos aduaneros sobre el vino francés importado, desembocando en un conflicto comercial generalizado en 2013.

Este año 2014, se celebra el 50 aniversario de las relaciones bilaterales entre Francia y China. Es la ocasión para los dos socios de dar un nuevo impulso a sus relaciones bilaterales y sobre todo comerciales con un principio de reciprocidad para reequilibrar el déficit comercial de Francia. Este desequilibrio se puede observar en tres aspectos. En primer lugar, un déficit comercial francés de 21.166 millones de euros. En segundo lugar, un desequilibrio en las inversiones directas al extranjero (mientras que Francia invierte en China 16.700 millones de euros, China invierte en Francia solamente 3.760 millones de euros). En tercer lugar, un desequilibrio en el número de empresas

(Francia tiene 9.000 empresas implantadas en China, China solamente tiene 250 empresas implantadas en Francia). Este desequilibrio es mucho más negativo para Francia que es el gran perdedor de esas relaciones comerciales, con una dependencia muy fuerte de China, que desempeña un papel clave en la economía francesa. Esa dependencia comercial se materializa en tres dimensiones: en primer lugar, una dependencia en importaciones de equipamientos electrónicos y eléctricos, en segundo lugar, una dependencia en las exportaciones nucleares y aeronáuticas, que son determinantes para el saldo de la balanza comercial, y en tercer lugar, una dependencia generada por las 9.000 empresas implantadas en China que realizan un volumen de negocio de 30.000 millones de euros y que emplean a más de 500.000 franceses. Existen cinco razones que pueden explicar este desequilibrio y esta dependencia comercial de Francia con China. Un déficit manufacturero combinado con una factura energética creciente. Una especialización en productos de alta tecnología, lo que entraña un desequilibrio de su balanza comercial con pocas exportaciones de productos de alto valor añadida, pero muchas importaciones de productos de bajo y medio valor añadida. Una migración geográfica de sus exportaciones desde América hacia Asia, lo que explica la debilidad de las exportaciones e inversiones francesas en China. Un problema de integración de las pequeñas y medianas empresas francesas en los mercados internacionales. Un yuan que se devalúa alrededor de 30% a 40% lo que perjudica fuertemente la competitividad europea.

En reacción a esa situación, la primera decisión de Francia ha sido tomar medidas proteccionistas para proteger su industrias, pero la autarquía en el mundo actual no puede ser una estrategia comercial viable y Francia necesita el apoyo de China para su viabilidad económica. Como consecuencia, Francia debe adaptar sus exportaciones a la demanda de China y explotar sus debilidades, de la misma manera que China explota las suyas. El milagro económico de China es un suceso económico difícil de contrarrestar, sin embargo, también supone ciertas externalidades negativas importantes para su país y su población. Este milagro económico también implica una subida del nivel de vida de China y el nacimiento de una clase media que consume muchos productos occidentales, como productos manufacturados de alta calidad, productos agroalimentarios y productos de lujo. En este contexto de liberalización



progresiva de China, Francia debe aprovechar las oportunidades que presentan las externalidades negativas de China para su país y la demanda de una nueva clase social. En los próximos años, Francia debe tener un doble objetivo. Por un lado, adaptar su estrategia comercial para exportar en sus sectores claves, en respuesta a la nueva demanda de China. Por otro lado, atraer nuevas inversiones, empresas y turistas. Para cumplir este doble objetivo, Francia debe construir su estrategia comercial alrededor de tres pilares. En primer lugar, utilizar la imagen positiva de Francia a través de su influencia cultural, su estilo de vida y la integración de la población china que viene a Francia. En segundo lugar, estructurar su oferta comercial en cinco grandes sectores que son la energía, el transporte, el medioambiente, el agroalimentario y la salud. En tercer lugar, mantener un vínculo político estrecho con China a través de una cooperación duradera entre los dos países, una cooperación descentralizada entre las regiones, y una mejor política comercial europea para tener un peso y un poder de negociación mayor. En conclusión, Francia debe utilizar su relación privilegiada con China para reequilibrar el déficit de su balanza comercial, aprovechándose de la demanda de China en sectores donde tiene una ventaja competitiva sobre China gracias a su imagen, su calidad y su tecnología.



Bibliografía

- Alain, F. 29/09/2011, "Dix ans de Chine à l'OMC : Bilan", *Le monde*, [Online], . Available from: http://www.lemonde.fr/idees/article/2011/09/29/dix-ans-de-chine-a-l-omc-bilan_1579900_3232.html.
- Alexandra, H. 19/02/2014, "Dongfeng Motor to buy stake in Peugeot for 800 million euros", *Bloomberg*, [Online], . Available from: <http://www.bloomberg.com/news/2014-02-19/china-s-dongfeng-to-buy-stake-in-peugeot-for-800-million-euros.html>.
- Alice, E. 26/04/2013, "Quelle importance la Chine accorde t'elle à la France?", *Le monde*, [Online], . Available from: http://www.lemonde.fr/idees/article/2013/04/25/quelle-importance-la-chine-accorde-t-elle-a-la-france_3166531_3232.html.
- Banco Munidal . Available: <http://donnees.banquemondiale.org>.
- Banque de France Web Statistiques . Available: <http://webstat.banque-france.fr/en/>.
- Brice, P. 28/01/2014, "50 ans de relations entre la Chine et la France célébrées à Pékin", *Le monde*, [Online], . Available from: http://www.lemonde.fr/asiе-pacifique/article/2014/01/28/cinquante-ans-de-relations-entre-la-chine-et-la-france-celebrees-a-pekin_4355428_3216.html.
- Central Bank of the Republic of China . Available: <http://www.cbc.gov.tw/mp2.html>.
- Charles, S. 26/03/2014, "50 accords à 18 milliards d'euros entre la France et la Chine", *Le Nouvel Observateur*, [Online], . Available from: <http://tempsreel.nouvelobs.com/economie/20140326.OBS1359/50-accords-a-18-milliards-d-euros-entre-la-france-et-la-chine.html>.
- Claire, G. 24/03/2014, "La France veut rééquilibrer ses échanges commerciaux avec la Chine", *Le monde*, [Online], . Available from: http://www.lemonde.fr/economie/article/2014/03/24/la-france-veut-reequilibrer-ses-echanges-commerciaux-avec-la-chine_4388405_3234.html.
- David, R. 2013, "Théorie de avantages comparatifs", *Trader Inside*, [Online], . Available from: <http://www.andlil.com/la-theorie-de-lavantage-comparatif-152211.html>.



- David, R. 2013, "Théorie des avantages comparatifs", *Universalis*, [Online], . Available from: <http://www.universalis.fr/encyclopedie/commerce-international-avantages-comparatifs/>.
- Douanes Françaises, d.s. . Available: <http://www.douane.gouv.fr/services/datadouane>.
- Emmanuel Jarry, K.Y. 05/11/2013, "France, China urge balances trade, reform", *Reuters*, [Online], . Available from: <http://www.reuters.com/article/2010/11/05/us-china-france-idUSTRE6A45EU20101105>.
- Eurostatistique . Available: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/population/data/database>.
- Fabien, P. 27/01/2014, "Les relations économiques franco-chinoises sont très déséquilibrées", *La Tribune*, [Online], . Available from: <http://www.latribune.fr/actualites/economie/france/20140127trib000812056/les-relations-economiques-franco-chinoises-sont-tres-desequilibrees.html>.
- François Bost 2014, *La France, mutations des systèmes productifs*, Sedes edn, .
- Françoise, L. 2008, *L'économie de la Chine*, La Découverte edn, .
- French Chamber of Commerce and Industry in China . Available: <http://www.ccifc.org>.
- Gabrielle Parussini 08/02/2012, "France posts record trade deficit", *The wall street journal*, [Online], . Available from: <http://online.wsj.com/news/articles/SB10001424052970204136404577208482586364466>.
- Ignacio Nino Perez 03/02/2014, "La relacion entre Francia y China en el marco del 50 aniversario del establecimiento de relaciones diplomaticas", *Observatorio de la politica China*, [Online], . Available from: <http://www.politica-china.org/nova.php?id=4463&clase=17&lg=gal>.
- Ivan Manez 27/03/2014, "Francia, un ejemplo de como aliarse con China", *Globalasia*, [Online], . Available from: <http://www.globalasia.com/actualidad/economia/francia-un-ejemplo-de-como-aliarse-con-china>.
- Jean Yves Carfantan 2014, *Le défi Chinois, les nouvelles stratégies d'un géant*, Seuil edn, .



- Jose Reinoso 03/12/2013, "El yuan desbanca al euro como segunda moneda del comercio mundial", *El pais*, [Online], . Available from: http://economia.elpais.com/economia/2013/12/03/actualidad/1386072878_263310.html.
- Ken Brown 28/04/2013, "France is open to selling firms to China Buyers", *The wall street journal*, [Online], . Available from: <http://online.wsj.com/news/articles/SB10001424127887323528404578450260657998192>.
- La documentation Française 2013, *La France dans le monde*, Questions internationales edn, .
- Marie, B. 25/04/2013, "Les relations économiques franco-chinoises en 10 chiffres", *Le Figaro*, [Online], . Available from: <http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2013/04/25/20002-20130425ARTFIG00390-les-relations-economiques-franco-chinoises-en-10-chiffres.php>.
- Mark, R. 09/10/2013, "Francia se ofrece como la puerta de entrada de China al mercado Europeo", [Online], . Available from: <http://actualidad.rt.com/actualidad/view/107963-francia-china-economia-comercio>.
- Ministère des affaires étrangères 2014, , *France-Chine 50 années d'amitiés*. Available: <http://www.france-chine50.com/fr>.
- Olivier, B. 09/07/2014, "La France est déprimée", *Le Figaro*, [Online], . Available from: <http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2013/07/09/20002-20130709ARTFIG00414-olivier-blanchard-la-france-est-deprimee.php>.
- Organización Mundial del Comercio . Available: <http://www.wto.org>.
- Paul Krugman, Maurice Obstfeld, Marc Melitz 2009, *Economie Internationale*, Pearson edn, .
- Rémy, A. 28/04/2014, "Areva souhaite rester un partenariat privilégié de la coopération avec la Chine dans l'industrie nucléaire", *News Xinhuanet*, [Online], . Available from: http://french.xinhuanet.com/economie/2014-04/28/c_133295362_3.htm.
- République Française 2014, , *La France en Chine*. Available: <http://www.ambafrance-cn.org/accueil.html>.



- Santander Trade 05/2014-last update, *Cifra del comercio exterior de Francia*. Available: <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/francia/cifras-comercio-exterior>.
- Solène, D. 13/12/2013, "La stratégie du gouvernement pour rééquilibrer les relations commerciales franco-chinoises", *L'Usine Nouvelle*, [Online], . Available from: <http://www.usinenouvelle.com/article/la-strategie-du-gouvernement-pour-reequilibrer-les-relations-commerciales-franco-chinoises.N226103>.
- Thomas, P. 2004, *L'économie des inégalités*, La découverte.
- Thomas, P. 14/02/2014, "Divergeances Franco-Allemandes", *Paris School of Economics*, [Online], . Available from: <http://piketty.pse.ens.fr/fr/articles-de-presse/36>.
- Trésor Public 08/01/2014, "Le secteur du tourisme dans les relations commerciales franco-chinoises", *Ministère des Finances et des Comptes Publiques*, [Online], . Available from: https://www.tresor.economie.gouv.fr/8679_le-secteur-du-tourisme-dans-les-relations-commerciales-franco-chinoises.
- Wang Yi 2013, "Equilibrando las relaciones", *Bjin Informa*, [Online], . Available from: <http://doc.bjreview.com/s-br/2004-05/2004.05-world-1.htm>.