

Evolución reciente del comercio exterior francés



Informe de Patrick Artus y Lionel Fontagné

Francia ha presentado en el período reciente un déficit exterior significativo. ¿Hay que preocuparse? ¿Deben tomarse medidas para salir de tal configuración?

El informe de Patrick Artus y Lionel Fontagné aporta respuestas que aclaran estas dudas. La crisis petrolera actual y la subida del euro explican en parte el deterioro de nuestra balanza comercial. Pero, bajo el ángulo del precio del barril y del tipo de cambio del euro, todos los países de la zona euro están en la misma situación, o casi.

El informe propone así un análisis fino de la especialización internacional de Francia. Pareciera que las diferencias de especialización en términos de productos o bajo el ángulo geográfico explican sólo una fracción de las diferencias de rendimiento entre Francia y Alemania. De hecho, Francia, para mejorar su competitividad, debe intensificar sus esfuerzos de I+D, de innovación, de formación y de cualificación del personal, pero también favorecer el crecimiento de las pequeñas empresas. Con más empresas medianas podríamos reforzar a la vez nuestra competitividad, nuestras exportaciones y nuestro atractivo.

Mientras que Francia había resistido mejor que la mayoría de los países industrializados a la fuerte arremetida de los nuevos competidores, sus rendimientos exteriores se han deteriorado después de 2001. La originalidad del informe de Patrick Artus y Lionel Fontagné se relaciona con la cobertura especialmente completa de las causas de la reciente pérdida de terreno de las exportaciones francesas. Después de haber examinado los enfoques tradicionales, los autores aplican sus análisis a un nivel fino, el de los productos y de las empresas. Este nuevo enfoque los lleva a concluir que el problema del comercio exterior francés es ante todo de orden microeconómico. Ellos preconizan, para dinamizar las exportaciones francesas, aumentar la reactividad de las empresas y, especialmente, de hacer las PYMES más productivas, más grandes y más flexibles.

Este informe ha sido objeto de presentaciones al ministro de Economía, de Finanzas y de Industria, y a los colaboradores del Primer ministro. Esta carta, publicada bajo la responsabilidad de la célula permanente, reproduce las principales conclusiones obtenidas por los autores.

1. Los hechos

Los autores presentan en un primer tiempo los hechos relativos al comercio exterior de Francia :

- recuerdan que Francia ha resistido mejor a la fuerte arremetida de los nuevos competidores que la mayoría de los países industrializados hasta el 2000. De 1970 a 1999, la cuota de mercado de Francia en los intercambios mundiales de bienes industriales y agrícolas (fuera de las materias primas) ha efectivamente disminuido solamente en un 4 %, contra un 15 % para Alemania o Estados Unidos. Las evoluciones recientes muestran sin embargo que los rendimientos franceses son inferiores a los de Alemania ;
- en cuanto a las evoluciones en volumen, las exportaciones alemanas y francesas crecen al mismo ritmo que el comercio mundial desde mediados de los años 90 hasta el 2000. Pero, a partir de 2001, las exportaciones francesas se estancan, mientras que las exportaciones alemanas progresan a un ritmo más sostenido que el

comercio mundial ;

- el examen de las balanzas comerciales muestra grandes diferencias entre Alemania, Italia y Francia a partir de 2001, en el momento en que las exportaciones y las importaciones conocen una fuerte aceleración. En Alemania, el crecimiento más rápido de las exportaciones en relación a las importaciones se manifiesta por excedentes comerciales que aumentan muy rápidamente de 2001 a 2005. En Italia, la balanza comercial permanece, en promedio, más o menos equilibrada, mientras que la balanza francesa se hace deficitaria a principios de 2004 ;

- el alza del precio del petróleo ha aumentado evidentemente la factura petrolera de los países europeos, pero este elemento ¿explica realmente las diferencias de rendimientos comerciales entre los tres países ? El déficit energético ha aumentado casi en el mismo volumen en Alemania, en Francia y en Italia. Así, son las evoluciones de los saldos comerciales fuera de la energía que han hecho la diferencia : el excedente comercial alemán fuera de la energía ha sido multiplicado por 2,5 entre 2000 y 2005, el de Italia se ha duplicado, mientras que el escaso excedente comercial francés fuera de la energía ha permanecido estable ;

- las evoluciones de la competitividad-coste no permiten dar cuenta de las diferencias de rendimientos a la exportación entre Francia y Alemania. Ciertamente, cuando examinamos la evolución en la última década del tipo de cambio efectivo real deflactado por los costes salariales unitarios para el conjunto de la economía, observamos un mejoramiento de la competitividad de Alemania en relación a Francia : el coste salarial unitario del conjunto habiendo crecido de 15 puntos más en Francia. Pero esta observación hecha para el conjunto de la economía es engañadora. En efecto, en la industria manufacturera, las evoluciones de los costes salariales unitarios, de la productividad, o de los salarios por cabeza, son muy cercanas en Alemania y en Francia desde hace diez años .

2. Análisis tradicionales

Los autores examinan después los factores que originaron desde 2001 la degradación de los rendimientos franceses en la exportación. Destacan que si los factores macroeconómicos determinantes tradicionales (demanda dirigida, competitividad-precio) han contribuido evidentemente a este mal rendimiento, su poder explicativo es insuficiente para dar cuenta de la diferencia de rendimiento a la exportación entre Francia y Alemania.

Después analizan si las diferencias de estructuras sectoriales y geográficas de las exportaciones francesas y alemanas permiten explicar el reciente retroceso de las exportaciones francesas.

Para distinguir lo que depende de la estructura sectorial de lo que depende del rendimiento, la diferencia entre el crecimiento de las exportaciones francesas y el crecimiento de las exportaciones alemanas se descompone en dos términos. El primero, igual a la suma de las diferencias de peso entre los dos países para cada sector ponderado por el crecimiento medio de las exportaciones del sector, identifica el efecto de estructura sectorial. El segundo, igual a la media de las diferencias de crecimiento (entre los países) de las exportaciones de cada sector ponderadas por el peso medio de los sectores en las exportaciones, mide el efecto de rendimiento sectorial.

Este cálculo muestra que, entre 1998 y 2003, sólo el 9 % de la diferencia de crecimiento entre las exportaciones alemanas y francesas provienen del efecto de estructura sectorial : son los sectores del automóvil y de las máquinas y equipos que explican lo esencial de la ventaja alemana ; en cambio, para el sector agroalimentario y la aeronáutica, la ventaja de estructura es para Francia. Lo esencial de la diferencia, el 91 %, proviene así del efecto de rendimiento. Este efecto es muy desfavorable a Francia para cuatro sectores que representan cerca del 60 % del efecto de rendimiento : radio, televisión y equipos de comunicación ; máquinas de oficina y material informático ; aeronáutica y espacial ; y automóvil. Sólo dos sectores vienen a limitar el mejor rendimiento sectorial alemán: se trata de la farmacia y, en menor medida, del hierro y del acero.

El mismo ejercicio, realizado esta vez a nivel geográfico, muestra que, entre 1998 y 2002, el efecto de estructura es también muy débil : representa el 6 % de la diferencia de crecimiento entre las exportaciones alemanas y francesas. La estructura geográfica de las exportaciones es ciertamente desfavorable a Francia en relación a Alemania, que beneficia de una especialización geográfica en la exportación más orientada hacia los países de Europa Central y Oriental (PECO) y los países emergentes de Asia, zonas de fuerte crecimiento. Sin embargo, las diferencias de peso de esas destinaciones en las exportaciones totales de Francia y de Alemania son demasiado débiles para contribuir significativamente al mejor rendimiento alemán, desde un punto de vista global.

La diferencia de crecimiento de las exportaciones entre Francia y Alemania proviene así principalmente de un efecto de rendimiento geográfico favorable a Alemania, que representa el 94 % de la diferencia total. El factor que mejor explica el menor rendimiento francés en relación a Alemania es... el "bilateral", que contribuye a una altura del 23,8 % al bajo rendimiento francés : el crecimiento de las exportaciones alemanas hacia Francia es ampliamente superior al crecimiento de las exportaciones francesas hacia Alemania. Esto proviene probablemente de una demanda interna más dinámica en Francia que en Alemania. El 47 % de este menor rendimiento se explica por Europa fuera del comercio bilateral (incluyendo Suiza) y el 27 % proviene de la zona Asia y Oceanía. En menor medida, un 12 % del efecto de rendimiento geográfico desfavorable a Francia resulta de un mejor rendimiento de las exportaciones alemanas hacia Estados Unidos.

En total, la estructura sectorial, por una parte, y la estructura geográfica por la otra, explican sólo una parte muy pequeña de las diferencias de crecimiento a la exportación entre Francia y Alemania. Después de haber explorado estas pistas tradicionales y destacado su escaso poder explicativo, los autores se dedican a un análisis centrado en los aspectos microeconómicos.

3. Posicionamiento de gama y tecnológico

Un elemento decisivo de la competitividad de un país reside en su capacidad para adoptar un posicionamiento sobre los productos de alta calidad y que disponen de un avance tecnológico. Este posicionamiento es estratégico, ya que constituye una defensa frente a la competencia de los países de bajos salarios. En promedio, en el período 2000-2003, la Unión Europea de quince países y Japón realizan la mitad de sus exportaciones en esta categoría de alta calidad, un segmento de mercado que representa el tercio de la demanda mundial, mientras que para China este segmento de gama sólo representa el 13 % de sus ventas. Considerando todos los mercados, Alemania está más especializada en la alta calidad (48,9 % de sus exportaciones en 2003) que Francia (42,4 %) o incluso que Italia (38,3 %).

La dimensión tecnológica de los productos no debe ser confundida con su gama, incluso si las dos dimensiones no son independientes : un producto de alta calidad puede ser un producto no tecnológico que incorpora componentes tecnológicos; exportar un producto tecnológico de baja calidad puede ser hecho por un simple ensamblador sin real capacidad tecnológica ; el nivel de gama de un producto puede proceder principalmente de una imagen de marca.

De 1995 a 2002, el excedente de Francia en el mercado mundial (fuera de la UE) de productos de tecnología de vanguardia se había deteriorado muy rápidamente. En 2003 se ha invertido la situación y el excedente francés (1,5 % de las importaciones mundiales (fuera de la UE) de productos de tecnología de vanguardia) representa el tercio del excedente japonés. Es ampliamente superior al de Alemania, próximo del equilibrio, al igual que el de Italia. Estados Unidos está casi en equilibrio para esos productos, lo que corresponde sin embargo a una importante ventaja comparativa considerando su déficit comercial global. China ha superado a Francia desde el 2000 : el excedente franco-alemán acumulado no alcanza el excedente chino. Así, China tiene desde ahora el mayor excedente del mundo en productos de tecnología de vanguardia (2,5 %).

Esta presencia creciente de China sugiere que, en la tecnología de vanguardia como en el resto de la competencia industrial, es desde ahora importante poder posicionarse en segmentos de mercado con muy alto valor añadido, y así en la categoría de mayor calidad de la tecnología de vanguardia. A este respecto, la posición francesa es buena y relativamente durable, más allá de las fluctuaciones registradas de un año a otro. Alemania, que no estaba presente hasta el 2000, ha alcanzado después en este sector. Cada uno de los dos países supera a Japón en 2003, mientras que China es ampliamente deficitaria. Aquí, el déficit chino es equivalente al excedente acumulado de Francia y de Alemania, y este déficit aumenta muy rápidamente.

Por consiguiente, más allá de fuertes variaciones de corto plazo, es difícil atribuir al posicionamiento de los productos franceses los malos rendimientos exportadores. Al contrario, Francia parece haber favorecido aquí ampliamente la explotación de sus ventajas competitivas : más de dos tercios de las exportaciones francesas en la categoría de mayor calidad de la tecnología de vanguardia están en efecto relacionadas únicamente con la actividad aeronáutica. Aparte Finlandia (y los teléfonos móviles), ningún otro país, sobre todo del tamaño de Francia, no enfrenta una tal concentración.

4. Ajustes de precios a la exportación según las variaciones del cambio (*Pricing to market*) y elasticidades de las exportaciones

Basándose en un análisis de los factores determinantes tradicionales (demanda dirigida, competitividad-precio) de las exportaciones francesas y alemanas sobre datos sectoriales finos y no a un nivel agregado, los autores identifican importantes fuentes de asimetría entre Francia y Alemania.

Frente a una crisis de cambio, el comportamiento en términos de fijación de precios de los exportadores de los dos países difiere en efecto profundamente: sólo el 16 % de la crisis de cambio es absorbido por los exportadores alemanes, contra el 34 % para los exportadores franceses. Cuando el euro aumenta su valor en un 10 %, los exportadores franceses reducen sus precios en euros de más del 3 %, los exportadores alemanes la mitad menos. Así, los exportadores franceses comprimen sus márgenes para conservar sus partes de mercado a la exportación, mientras que los exportadores alemanes transmiten mucho más directamente las variaciones de cambio en sus precios a la exportación, lo que les permite preservar sus márgenes. Cuando el euro pierde valor, los exportadores franceses reconstituyen sus márgenes, con el riesgo de perder en competitividad-precio. Desde este punto de vista, Francia es similar a Italia y Alemania a Estados Unidos.

Estas diferencias de comportamiento entre Francia y Alemania se explican en parte por las estructuras de mercado : frente a una crisis de cambio, los exportadores alemanes son capaces de mantener sus precios en euros (y sus márgenes) por el hecho de su mayor cuota de mercado en los países importadores. Dotados de un poder de mercado más limitado, los exportadores franceses son además víctimas de la menor diversificación geográfica de sus ventas, lo que los incita a no descuidar ninguno de sus mercados y, por consiguiente, a adoptar comportamientos de *pricing to market*.

Otra diferencia importante concierne las elasticidades-renta. Mientras que la de las exportaciones alemanas es elevada – pero de un nivel comparable a la de los otros países europeos – las exportaciones francesas progresan mucho menos después de un aumento determinado de la demanda. Por otro lado, las exportaciones francesas aumentan al ritmo de la demanda, mientras que las exportaciones de todos los otros países de la muestra aumentan (cerca de dos veces) más rápido que la demanda.

Así, con una estructura geográfica dada, los exportadores franceses benefician menos de la progresión de la demanda en los mercados exteriores que sus competidores alemanes. No es tanto la orientación de los intercambios que es problemática, sino que la capacidad para sacar partido de los mercados más dinámicos, y de ahí la importancia de las pérdidas de mercado elementales. Esta dificultad de los exportadores franceses tiene dos orígenes : por una parte, sus ventas están concentradas en bienes con elasticidad-renta relativamente baja; por otra parte, para bienes idénticos, los exportadores franceses son confrontados a una elasticidad-renta más baja en promedio que sus competidores alemanes y europeos. Así, en la mecánica, las exportaciones francesas aumentan dos veces más rápido que la demanda mundial y las exportaciones alemanas tres veces. En los vehículos es menos de una vez para Francia y cinco veces para Alemania.

¿ Cómo explicar este resultado ? Los autores proponen varias pistas : el mayor dinamismo de la demanda interna francesa podría tener un papel desincentivante para las firmas francesas ; al tener estas últimas menos poder de mercado que sus homólogas alemanas en sus mercados de exportación, ellas podrían estar menos incitadas a buscar nuevos clientes en la medida en que sus posiciones serán más frágiles frente a un movimiento de cambio ; finalmente, una falta de competencia en el mercado interno reforzaría el efecto anterior, dando un poder de mercado a las firmas francesas en su propio mercado. Al mismo tiempo, el exportador "marginal" francés tendría características que limitan su proyección internacional : sería demasiado pequeño, probablemente aislado, y debería hacer *pricing to market* para mantenerse si ya ha soportado los costes fijos de exportación.

5. Exportación y rendimientos individuales de las firmas

Estas sugerencias incitan a los autores a interesarse en el comportamiento de las empresas mismas. Los trabajos recientes sobre los datos de exportaciones de las firmas, que informan sobre la destinación de cada flujo individual de exportación, permiten estudiar varios aspectos interesantes del rendimiento a la exportación. Aunque se basan en datos ya antiguos, estos trabajos permiten obtener algunas enseñanzas que los autores estiman que pueden ser

aplicadas, en la medida en que se refieren a las características estructurales de las economías.

Existen grandes disparidades en términos de tamaño, de productividad y, por tanto, de comportamiento a la exportación entre las firmas al interior de un mismo sector. La comparación del tamaño de las empresas, en términos de número de empleados, revela que las que exportan son más grandes que las no exportadoras. Son igualmente más grandes en términos de volumen de negocios total. Las empresas exportadoras son igualmente las más productivas de su sector. La cuestión del sentido de la causalidad, actualmente al centro del debate empírico, sigue planteada; pero es probable que el comercio seleccione entre empresas que ya tienen desde el principio niveles de productividad diferentes.

Otra característica importante aparece cuando se estudia el número de exportadores y el volumen medio exportado por empresa según los mercados. La mayor parte de la variación de las exportaciones francesas hacia diferentes países se debe a la variación del número de exportadores, mucho más que al volumen medio exportado por empresa.

Finalmente, el análisis de los comportamientos de exportación de las empresas hace aparecer un efecto de histéresis del estatuto de exportador : una empresa que ha soportado los costes de entrada a un mercado extranjero tendrá tendencia a continuar exportando hacia ese mercado, incluso si las características iniciales han variado levemente (incluyendo el tipo de cambio).

Todos esos elementos llevan a los autores a una conclusión simple : las empresas que exportan son grandes, productivas, y ya han tenido la experiencia de los mercados de exportación. Al contrario, aquéllas que no exportan son pequeñas, poco productivas y por tanto no tienen esa experiencia.

6. Implicaciones de política económica

Al término de este análisis multidimensional para comprender las causas de la reciente ralentización de las exportaciones francesas, los autores proponen cuatro mensajes :

- los exportadores franceses tienen una reactividad especialmente baja ante las evoluciones que se producen en los mercados exteriores y su poder de mercado es mucho menor que el de los exportadores alemanes ;
- el creciente recurso de las grandes empresas alemanas a la subcontratación o externalización (*outsourcing*), es decir a la fragmentación internacional de la producción, ha permitido reducir los costes de producción en la industria alemana y ganar así cuotas de mercado a la exportación. Esta estrategia, que tiene como contrapartida una baja del valor añadido por unidad producida y un alza de la parte de las importaciones en la demanda interna, ha aportado ganancias de competitividad sustanciales a Alemania, aun cuando las exportaciones así ganadas tienen un contenido en empleos relativamente bajo ;
- la rectificación de la situación relativa a la exportación de Francia pasa por un mayor esfuerzo de innovación en la empresa, para diversificar los sectores tecnológicos en los que Francia exporta o para ampliar el espectro de productos competitivos a partir de las posiciones existentes, y por el aumento del número de empresas exportadoras, sinónimo de crecimiento del número de variedades ofrecidas a los mercados extranjeros ;
- mucho más que las políticas habituales de ayuda a la exportación (créditos favorables, seguros para la exportación, ayudas para la prospección de mercados), para aumentar las exportaciones de Francia es necesario hacer las PYMES más productivas, más grandes y más flexibles. Por lo tanto, llevarlas a un nivel de tamaño crítico y de innovación que les permita exportar. Sabemos que la desventaja de Francia (y de Europa considerada globalmente) en relación a Estados Unidos no es ni el número de creaciones de empresas nuevas ni su porcentaje de supervivencia, sino la ausencia de crecimiento de las empresas. Esto remite a problemas conocidos : barreras a la entrada de ciertos mercados ; ausencia de una "ley de las pequeñas empresas" (como la "*Small business act*" de EE.UU.) que dé una parte mínima de los mercados públicos a las PYME y les ofrezca una garantía de volumen de negocios que les permita tomar el riesgo de la creación de empleos y de la exportación ; subcapitalización de las nuevas empresas (insuficiencia de inversores en las nuevas empresas (*start-ups*), ausencia de inversores particulares o informales (*business-angels*), etc.).

7. Comentarios

Jean-Michel Charpin lamenta que la comparación de los rendimientos franceses e italianos realizada en la primera parte no haya sido continuada hasta el término del informe. Formula críticas sobre el diagnóstico y las recomendaciones de política económica. El resultado sobre la especificidad francesa en términos de elasticidad de las exportaciones en relación a la demanda, le parece especialmente frágil y de interpretación difícil. Por otro lado, considera que el papel de la estructura geográfica de las exportaciones francesas es más importante que lo que sugieren los autores. Finalmente, considera imprudente extraer recomendaciones de política económica sobre la necesidad de aumentar el número de PYMES exportadoras y sobre el tamaño de las PYMES a partir de análisis basados en datos antiguos.

Olivier Garnier destaca la riqueza del análisis efectuado por los autores. Sin embargo, formula reservas sobre el hecho de utilizar Alemania como referencia para evaluar el rendimiento francés, indicando que, en muchos aspectos en los años recientes, es Alemania que parece atípica. Por otra parte, sugiere acordar más importancia en las conclusiones a los factores tradicionales como la competitividad-precio y la orientación geográfica de los intercambios, destacando en este último punto la necesidad para Francia de estar más presente en los mercados emergentes en fuerte crecimiento.