



En busca de las cuotas de mercado perdidas

Les notes du conseil d'analyse économique, no 23, Mayo de 2015

La llegada a los mercados mundiales de nuevas potencias – China se encuentra en primera fila – reduce mecánicamente las cuotas de mercado de las economías avanzadas. Pero la cuota de mercado de Francia en la exportación se reduce más que las de otros países europeos. Esto no es el resultado de una mala especialización geográfica o sectorial, de una insuficiencia de ayudas a los exportadores, de una infrarrepresentación de las PYMES en la exportación, o de la influencia de las obligaciones de crédito. Se debe principalmente a la “relación calidad-precio promedio” insuficiente de los productos franceses. Cuando la calidad está presente, los resultados son excepcionales, como lo demuestran la industria del lujo, la aeronáutica o los aparatos de distribución eléctrica, sectores dirigidos por un buque insignia o dos, y/o por marcas que parecen desempeñar un papel clave.

La competitividad de un país tiene una dimensión precio y otra ajena al precio. Tratándose de la competitividad precio, el coste directo del trabajo solo representa un 23 % en promedio del valor de las exportaciones francesas y un 44 %, incluyendo el coste del trabajo de los consumos intermediarios nacionales. La competitividad precio no es pues solo un asunto de coste del trabajo en las empresas exportadoras. Debe buscarse del lado de los *inputs*, ya sea en cuanto a los bienes intermediarios (eventualmente importados), a la energía o bien servicios producidos en Francia, para las empresas exportadoras. El mensaje central es que la competitividad es asunto de todos, y no solo

de las empresas industriales. Una mayor eficiencia de los sectores protegidos de la competencia internacional (servicios a las empresas, construcción, servicios públicos) contribuye, en consecuencia, a la construcción de la competitividad del precio.

La competitividad exceptuando los precios es más difícil de medir : nos apoyamos en datos dispersos con el fin de aportar un diagnóstico por producto, enfoque microeconómico particularmente adaptado para revelar los impactos de la calidad. Entre los países de la OCDE, Francia se mantiene en una relativa buena posición, si contamos el número de sectores que forman parte de los diez mejores en competitividad, exceptuando el precio (7^a posición). Sin embargo, observamos una deficiencia desde 2008, con el retroceso de varios sectores.

Políticas de competitividad exceptuando los precios, y políticas de productividad se confunden en gran parte, por ello ponemos de relieve la importancia de las reasignaciones de factores de producción (trabajo y capital) para lograr que emerjan con mayor rapidez las empresas más productivas. Las reformas que reducen las normativas en los mercados de bienes, de servicios y del trabajo, deberían tener en cuenta, de forma explícita, este objetivo. Además, el ejemplo del lujo muestra la importancia de las marcas en la construcción de una competitividad, exceptuando el precio. La protección de la propiedad intelectual debería constituir una prioridad de Francia y de la Unión Europea, en las negociaciones internacionales.

Esta nota esta publicada bajo la responsabilidad de sus autores y solo les compromete a ellos.

^a CEPII ; ^b Paris School of Economics (PSE) y CEPII, Miembro del CAE ;

^c Sciences Po, Miembro del CAE ; ^d Sciences Po, Banque de France y CEPII.

Conclusiones y recomendaciones

Las conclusiones

Conclusión 1. Los malos resultados franceses en la exportación están relacionados con una “relación calidad-precio” insuficiente, y no con un posicionamiento erróneo del país o de los productos.

Conclusión 2. Los sectores que mejor han resistido se apoyan en marcas potentes.

Conclusión 3. Las PYMES francesas disponen de amplia gama de apoyos públicos para la exportación. Aunque todavía se podrían racionalizar útilmente, estos dispositivos no son la solución principal a la erosión de las cuotas de mercado francesas.

Conclusión 4. Entre los países de la OCDE, Francia se beneficia de una competitividad relativamente buena exceptuando los precios (7ª posición de la OCDE), pero esta competitividad ha retrocedido desde 2008. Alemania tiene una posición extrema, entre los países OCDE.

Las recomendaciones

Recomendación 1. Evaluar el impacto del CICE (Crédito de Impuesto para la Competitividad y el Empleo) en la dinámica de los salarios. Aunque se haya observado un mayor crecimiento de los salarios, relativamente altos, tras la implementación del CICE, concentrar las rebajas de los gastos sociales en los salarios bajos.

Recomendación 2. Hacer de la defensa de la propiedad intelectual una prioridad en las negociaciones internacionales.

Recomendación 3. En los arbitrajes sobre las reformas llamadas estructurales, tener en cuenta, de forma explícita, el impacto de estas reformas en la reasignación de los factores de producción (trabajo y capital) hacia las empresas más productivas.



**conseil d'analyse
économique**

El Conseil d'analyse économique, creado acerca del Primer Ministro, tiene por misión ilustrar, mediante la confrontación de los puntos de vista y los análisis de sus miembros, las elecciones del Gobierno, en materia económica.

Présidente déléguée Agnès Bénassy-Quéré

Secrétaire générale Hélène Paris

Conseillers scientifiques

Jean Beuve, Clément Carbonnier,
Manon Domingues Dos Santos,
Aurélien Eyquem

Asistente de Investigación

Alice Keogh

Miembros Agnès Bénassy-Quéré, Antoine Bozio,
Pierre Cahuc, Brigitte Dormont, Lionel Fontagné,
Cecilia García-Peñalosa, Augustin Landier,
Philippe Martin, Pierre Mohnen, Xavier Ragot,
Jean Tirole, Alain Trannoy, Étienne Wasmer,
Guntram Wolff

Corresponsales

Anne Perrot, Christian Thimann

Directora de la publicación Agnès Bénassy-Quéré

Redactora jefe Hélène Paris

Publicación electrónica Christine Carl

Contacto Prensa Christine Carl

Teléfono: +33(0)1 42 75 77 47
christine.carl@cae-eco.fr