



REVISTA DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO DE FRANCIA

ANA MARÍA GALLEGO BOTERO

NATALIA ANDREA SALAZAR TORO

DIRECTORA DEL PROYECTO DE GRADO

LEIDY VANESSA ZULUAGA GÓMEZ

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

MERCADEO INTERNACIONAL Y PUBLICIDAD

ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

SANTIAGO DE CALI

2019

Tabla de Contenido

Resumen	5
Introducción	7
1. Información relevante y perfil macroeconómico de Francia	9
2. Comercio exterior de Francia	11
2.1 Francia y el mundo (Exportaciones).....	13
2.2 Francia y el mundo (Importaciones).....	14
2.3 Francia y Colombia	18
3. Oportunidades de negocios	21
4. Relaciones bilaterales.....	23
5. ¿Cómo ingresar al mercado francés?	27
5.1 Requisitos para entrar al mercado francés y/o Unión Europea.....	29
5.2. Medidas arancelarias	30
5.3 Medidas no arancelarias	30
6. Turismo en Francia.....	31
7. Conclusión.....	35
8. Bibliografía	37
Anexos	47
Tips para negociar en Francia	62

Listado de Anexos

Anexo 1. Infografía	47
---------------------------	----

Anexo 2. Caso de Éxito.....	52
Anexo 3. Tabla de oportunidades.....	58
Anexo 4. Línea de tiempo de las relaciones Colombia-Francia.....	61
Anexo 5. Tips para negociar en Francia.....	62

Listado de Ilustraciones

Ilustración 1. Exportaciones.....	14
Ilustración 2. Importaciones.....	15
Ilustración 3. Balanza comercial de Francia	16
Ilustración 4. Destinos exportaciones de Francia.....	17
Ilustración 5. principales orígenes de las importaciones de Francia.....	17
Ilustración 6. Inflación de Francia	17
Ilustración 7. Participación en millones de US\$ del FOB y de toneladas en transporte aéreo y marítimo en Colombia.....	20
Ilustración 8. Comercio bilateral entre Colombia y la Unión Europea.....	25
Ilustración 9. INCOTERMS	29

Listado de Tablas

Table 1. Indicadores de comercio exterior en Francia	13
Tabla 2. Importaciones en % del PIB.....	16
Tabla 3. % Importaciones de Francia según país de destino.....	16
Tabla 4. Principales productos colombianos exportados a Francia	19

Tabla 5. Principales productos exportados (USD millones)..... 25

Tabla 6. Principales productos importados (USD millones)..... 26

Resumen

Por medio de este trabajo de grado se quiere dar a conocer a los inversionistas y posibles inversionistas colombianos la gran variedad de oportunidades de negocios que existe en el mercado francés gracias a las relaciones y los diferentes acuerdos comerciales entre los dos países. Para lograrlo, en el desarrollo de este trabajo se investigaron temas concernientes a la economía, política y cultura para así dar una visión más amplia del mercado a los empresarios. Se realizó un análisis acerca del perfil macroeconómico que tiene Francia en estos momentos, sus maravillosos destinos turísticos, como también algunos tips de como negociar, además de consejos referentes a un caso de éxito sobre exportación, así como también se muestran comparaciones con otros países para dar a conocer los grandes beneficios que trae consigo las negociaciones entre estas naciones. Se evidencio que los principales productos en los que los hay más posibilidad de negociación por parte empresarios franceses son los textiles, el café y algunas especies de flores.

Palabras clave: Francia, negociaciones, empresarios, inversionistas, comercio

Abstract

Through this thesis we want to show Colombian investors and potential investors the wide variety of business opportunities that exist in the French market, thanks to the relations and the different commercial agreements between the two countries. To achieve this, issues concerning the economy, politics and culture were investigated in order to give a broader vision of the market to entrepreneurs. An analysis of the macroeconomic profile that France has at the moment was carried out, its wonderful tourist destinations, some tips on how to negotiate, advice regarding a case of export success, as well as comparisons with other countries to demonstrate the great benefits that negotiations between these nations bring. It was evident that the main products in which there are more possibilities for negotiation by French businessmen are textiles, coffee and some species of flowers.

Keywords: France, negotiations, businessmen, investors, commerce

Introducción

La República de Francia es, hoy, uno de los países más modernos del mundo y se posiciona dentro de las 10 economías más importantes debido a su volumen del PIB (Producto Interno Bruto). Es líder entre las naciones europeas gracias a que desempeña un papel influyente como miembro de importantes organizaciones multilaterales; dentro de las cuales están la zona euro, espacio Schengen, la OTAN, el G-7 y el G-20, entre otras. Es un país altamente poblado que cuenta con infraestructuras y servicios públicos de calidad, y así mismo, dispone de una mano de obra especializada y bastante productiva.

También, el turismo es uno de los sectores clave para este país. Es el primer destino turístico a nivel internacional; con una afluencia récord de entre 88 y 89 millones de visitantes extranjeros (France Diplomatie, 2018).

El mercado francés propone distintos entornos beneficiosos que están al alcance de todos los inversores extranjeros que deciden apostar por él. Dentro de este contexto cabe resaltar el privilegio con el que cuenta este país al ser miembro de la UE, ya que prácticamente son inexistentes las restricciones a la colaboración de capital de terceros que se une a la participación de los distintos sectores de la industria francesa. Además, el gobierno ha demostrado su apoyo a las relaciones bilaterales que se han ido fortaleciendo en los últimos años en todos los sectores de actividad, puesto que ha desarrollado diferentes tratados con casi todos los países a nivel mundial.

Francia es un país que puede ser penetrado por la industria colombiana para percibir grandes oportunidades de negocio en cuanto a la exportación y que hasta el momento

no han sido explotadas correctamente. El objetivo de este trabajo es realizar una revista que contenga información relevante acerca de Francia; como el perfil macroeconómico, comercio exterior (exportaciones e importaciones), relaciones bilaterales, oportunidades de negocio y algunos tips para ingresar y negociar dentro de este mercado. Por último, se trata el caso de éxito del señor Eduardo Jaramillo, asesor de comercio exterior de empresas que exportan a Francia productos textiles confeccionados en Colombia.

1. Información relevante y perfil macroeconómico de Francia

Francia, oficialmente República Francesa, es un país que se ubica en lo que hoy en día conocemos como la Unión Europea. Específicamente, está ubicado en Europa Occidental, en donde limita al suroeste con Andorra, España y el mar Cantábrico; al sur, con el mar Mediterráneo, Mónaco e Italia. Al oeste, limita con el océano Atlántico mientras que al norte limita con Bélgica, el Canal de la Mancha, el mar del Norte y al este con Alemania, Luxemburgo y Suiza. Francia, cuenta con una superficie total de 675 417 km² siendo así el país más grande de la Unión Europea. Su capital, París, situada en el centro norte de Francia, es líder en actividades económicas. Cuenta con una población de 67.028.048 personas, catalogado como un país muy poblado a nivel internacional. La mayoría de la población habla francés, el idioma oficial, sin embargo, hay variantes lingüísticas que se hablan en distintas regiones del país pero que no se enseñan ni se usan de forma oficial. El Euro (EUR) es la moneda oficial de Francia, que a su vez también lo es en toda la zona Euro. Este ha facilitado el comercio, el intercambio y el turismo en toda la zona, trayendo con sí infinidad de ventajas a la hora de atravesar fronteras, pues los precios entre ciudades como Madrid, Niza o París no varían mucho respecto al cambio. La estabilidad del Euro ha mostrado un nivel organizacional muy alto entre países que conforman la zona y hoy en día forma parte de los estándares básicos de la construcción europea.

En el contexto económico, Francia se posicionó como la séptima potencia económica mundial, justo detrás del Reino Unido y la India, en el 2018. Estudios muestran que

está diversificada en todos los sectores y el gobierno ejerce una fuerte presencia dentro de algunos como la energía, el transporte público y las industrias de defensa. También, el país ha sido caracterizado por ser el más visitado del mundo y gracias a esto ha mantenido el tercer ingreso más grande, a nivel global, del turismo; puesto que es uno de los sectores clave de la economía francesa, con una afluencia récord de entre 88 y 89 millones de visitantes extranjeros que generan alrededor del 8 % del PIB de Francia y representa 2 millones de empleos directos e indirectos (Ministerio para Europa y de asuntos exteriores, 2018).

Francia es actor principal dentro del comercio global. Su comercio representa más del 60% del PIB del país y está ubicado en el octavo puesto como mayor exportador y en el puesto sexto como mayor importador de mercancías (Francia: Economía y demografía, 2018). Dentro de sus principales productos de exportación están aeronaves, vehículos, productos farmacéuticos, productos alimentarios, comúnmente vino, hidrocarburos y componentes electrónicos. A su vez, importa una cantidad de bienes de consumo para vehículos, hidrocarburos y productos farmacéuticos.

Últimamente, las importaciones se han ido desarrollando más rápido debido a que la población de este país es potencial consumidor de bienes importados, a su vez, a estos bienes se les ha ido disminuyendo el precio en el mercado local para fomentar el intercambio dentro del mismo.

Sus principales socios comerciales son la UE, Estados Unidos y China. Actualmente, El Reino Unido es el quinto cliente y el octavo proveedor de Francia, y sus relaciones internacionales han sido muy buenas gracias a todos los tratados que ha ido adquiriendo a través del tiempo por su buen comportamiento a nivel gubernamental.

Francia es una de las principales potencias agrícolas de la Unión Europea. No obstante, este sector representa una pequeña parte del PIB del país (1,5%) y emplea a menos de 3% de la población. Dentro de los productos están el trigo, maíz, carne y vino. La industria manufacturera ha ido variando a lo largo de los años, representa más de 17% del PIB, y emplea a un quinto de la población activa. Los principales sectores industriales en Francia son las telecomunicaciones, la electrónica, la automoción, la industria aeroespacial y la armamentística. El sector terciario representa casi el 70% del PIB y emplea a más de tres cuartos de la población activa. Una de sus principales ventajas es su renovada infraestructura que dispone de uno de los sistemas de transporte más avanzados y extensos a nivel Europeo, y esto ha facilitado el comercio dentro de este (Santander, 2019).

2.Comercio exterior de Francia

Francia es considerada una de las potencias económicas mundiales debido a su solidez y estabilidad ya que se encuentra convenientemente ubicado en la parte occidental del continente europeo. Solo el territorio francés representa el 0,50% de las tierras emergidas del planeta y si se ve por el lado comercial, a esta república le suscita enormes ventajas debido a que sus principales orígenes de importaciones son sus países aledaños Alemania, Italia, Bélgica-Luxemburgo y España, igualmente le posibilita tener bajos costos de transporte para sus exportaciones e importaciones, y facilidad de acceder a diferentes y nuevos mercados. No obstante, estas ventajas no se evidencian, debido a que desde el 2017 Francia tenía una balanza comercial deficitaria de \$78,6

mil millones en las importaciones netas. (The Observatory of Economic Complexity, 2017)

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede notar en la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**, el valor total de las exportaciones e importaciones en dólares de Francia, para la fase comprendida entre los años 2013 y 2017. Desde el 2013 hasta el 2017 la tendencia de la balanza ha sido decreciente, reforzada durante los últimos 5 años con una reducción en las exportaciones a una tasa anualizada del -1%.

Aun así, en el año 2018 las exportaciones de Francia aumentaron un 4% a comparación del año anterior. Sus ventas al exterior simbolizan el 20,94% de su PIB nacional, con una suma de 492.673,9 millones de euros está entre los mayores exportadores mundiales posicionándose en el puesto número 103 de los 190 países del ranking de exportaciones respecto al PIB (Datosmacro.com, 2018). Esto se debe principalmente a la comercialización de productos tales como: aeronaves, automóviles, medicamentos, vinos, petróleo crudo y aceites de petróleo o de minerales.

Para poder innovar es necesario enfocarse en la conectividad digital, salud y bienestar, y Francia tiene un gran potencial para el desarrollo de estas actividades debido a que en el año 2017 el e-commerce en Francia creció un 14% (EL e-commerce en francia: La venta online, país a país, 2018). No solo el e-commerce es una buena oportunidad de negocio, sino también los son las flores ya que esta república es el quinto mayor importador de flores en el mundo, lo que genera una situación favorable entre Colombia y Francia, incentivando nuevas oportunidades entre ambas economías gracias a que en el 2016 las exportaciones totales hacia Francia obtuvieron un crecimiento del 35%. (Portafolio, 2017)

Table 1. Indicadores de comercio exterior en Francia

Indicadores de comercio exterior	2013	2014	2015	2016	2017
Importación de bienes (millones de USD)	681.467	676.603	572.661	573.022	624.716
Exportación de bienes (millones de USD)	580.963	580.471	505.897	501.263	535.186
Importación de servicios (millones de USD)	226.193	251.769	228.159	235.679	240.462
Exportación de servicios (millones de USD)	255.311	274.699	239.682	236.760	248.244
Importación de bienes y servicios (crecimiento anual en %)	2,1	4,8	5,7	4,2	4,0
Exportación de bienes y servicios (crecimiento anual en %)	1,9	3,3	4,3	1,8	3,1
Importación de bienes y servicios (en % del PIB)	30,4	30,8	31,2	31,0	32,0
Exportación de bienes y servicios (en % del PIB)	29,4	29,7	30,6	30,2	30,9
Balanza comercial (millones de USD)	-56.631	-56.476	-27.788	-29.663	-51.819
Balanza comercial (incluyendo servicios) (millones de USD)	-30.594	-36.221	-17.971	-29.525	-30.802
Comercio exterior (en % del PIB)	59,8	60,5	61,8	61,1	62,9

Fuente: WTO - World Trade Organization; World Bank, últimos datos disponibles

2.1 Francia y el mundo (Exportaciones)

El comercio exterior francés, en 2017, tuvo un superávit en la balanza comercial de productos de exportación y déficit en la de servicios. En indicadores del mismo año, se mostró que Francia exportó \$516 mil millones en productos a nivel mundial, lo que la hace el 6º exportador más grande del mundo (Exportaciones, 2018). Este, ocupa el segundo lugar respecto a la exportación de servicios y de productos agrícolas, aunque, los principales fueron liderados por aeronaves como helicópteros, aviones, vehículos espaciales, incluidos los satélites y sus vehículos de lanzamiento y vehículos suborbitales; que representan el 9,4% de las exportaciones totales de Francia. Medicamentos (excepto los productos de las partidas 3002, 3005 ó 3006), que representan el 4,77%. Automóviles de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para transporte de personas (excepto los de la partida 8702), incluidos los del tipo familiar (break o station wagon), de carreras, partes y accesorios

de vehículos automóviles de las partidas 8701 a 8705, y por último, vino de uvas frescas y mosto de uva (excepto el de la partida 2009) (Samper, Productos más exportados de Francia, 2018).

Los principales destinos de estos son Alemania con \$69,1 mil millones, Bélgica-Luxemburgo con \$39,7 mil millones, Italia con \$39,7 mil millones, España con \$37,6 mil millones y Estados Unidos con \$36 Mil millones (OEC, 2017).



Ilustración 1. Exportaciones

Fuente: The Observatory of Economic Complexity, (2019)

2.2 Francia y el mundo (Importaciones)

Las importaciones de Francia representan el 24,19% de su PIB, en el 2018. (Importaciones de mercancías, 2019). Para este mismo año, estas aumentaron un 3,88% si comparamos el año anterior, por lo que podemos asegurar que se encuentra en muy buen puesto en el ranking de importaciones con mayor volumen; compitiendo con 190 países a nivel mundial. El monto total fue de 569.296,3 millones de euros, tienen como lugar de procedencia a Alemania, Bélgica y Holanda, que suponen el 18,38%, 10,28%

y 8,20% del total de las importaciones del país, respectivamente (Samper, Productos más importados de Francia, 2018).

Los productos más importados de Francia son los ordenadores con 68,3 mil millones de dólares y representando un 12,2% del porcentaje total, seguido por vehículos con 59,3 mil millones de dólares y un porcentaje de 10,6%, y maquinaria eléctrica, representando un valor de importaciones de 51,7 mil millones de dólares y 9,2% sobre el porcentaje total (The Observatory of Economic Complexity, 2017).

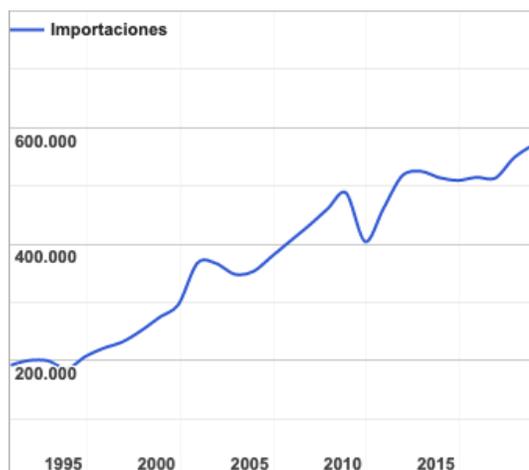


Ilustración 2. Importaciones

Fuente: Banco Mundial, (2019)

Tabla 2. Importaciones en % del PIB

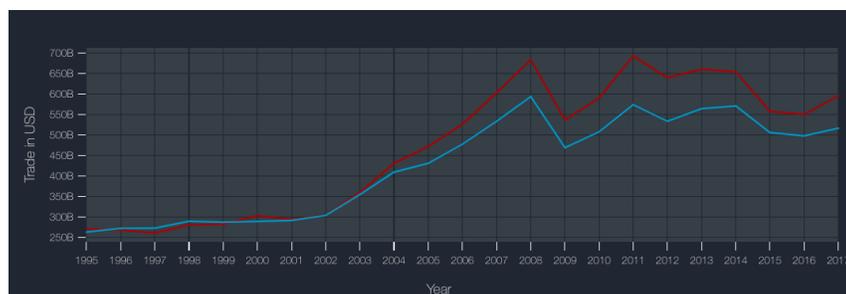
Fecha	Importaciones	Importaciones % PIB
2018	569.296,3 M.€	24,19%
2017	548.046,9 M.€	23,88%
2016	513.099,6 M.€	22,97%
2015	514.613,1 M.€	23,41%
2014	509.231,0 M.€	23,69%
2013	513.888,9 M.€	24,27%
2012	524.918,3 M.€	25,13%
2011	517.261,8 M.€	25,13%
2010	460.941,2 M.€	23,10%
2009	404.097,8 M.€	20,87%
2008	487.350,4 M.€	24,46%
2007	460.314,8 M.€	23,71%
2006	431.601,9 M.€	23,35%
2005	405.212,1 M.€	22,95%
2004	378.603,3 M.€	22,22%
2003	352.581,5 M.€	21,62%
2002	348.204,5 M.€	21,93%
2001	366.914,0 M.€	23,85%
2000	366.977,0 M.€	24,82%

Fuente: Datosmacro.com, (2019)

Tabla 3. % Importaciones de Francia según país de destino

<< 2017		% Importaciones de Francia según país de destino (2018)	
Países		Importaciones	
Alemania		18,38%	
Bélgica		10,28%	
Holanda		8,20%	
Italia		8,14%	
España		7,25%	
China		5,17%	
Estados Unidos		5,02%	
Reino Unido		4,07%	
Suiza		2,93%	
Polonia		1,97%	
Rusia		1,68%	
República Checa		1,45%	
Suecia		1,26%	
Turquía		1,23%	
Irlanda		1,20%	
Portugal		1,20%	
Austria		1,18%	
Arabia Saudita		1,12%	
Japón		1,03%	

Fuente: Datosmacro.com, (2019)

**Ilustración 3. Balanza comercial de Francia**

Fuente: The Observatory of Economic Complexity, (2017)

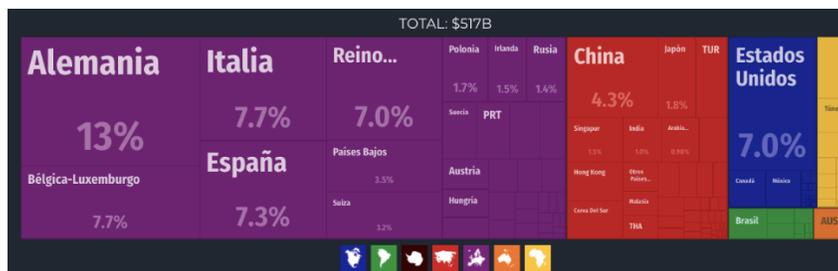


Ilustración 4. Destinos exportaciones de Francia
Fuente: The Observatory of Economic Complexity, (2019)



Ilustración 5. principales orígenes de las importaciones de Francia
Fuente: The Observatory of Economic Complexity, (2019)

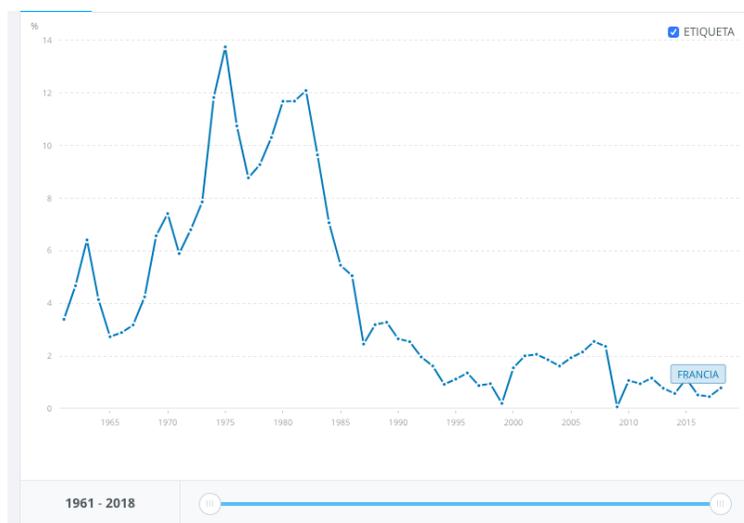


Ilustración 6. Inflación de Francia
Fuente: Banco Mundial, (2018)

2.3 Francia y Colombia

A pesar de que las relaciones comerciales de Francia con el Mundo, suponen a Alemania como su principal socio comercial, Colombia también tiene un papel importante como aliado comercial del país europeo. Francia se posiciona como el sexto destino de exportaciones y para el año 2015 Colombia subió dos puestos en la lista de proveedores de Francia, quedando en la posición número 72. (France Diplomatie, 2019). Igualmente, Entre 2010 y 2017, 39 empresas francesas han invertido en Colombia, generando casi 3.000 empleos, esta república se encuentra entre los primeros 5 inversores directos del país. También, entre 1994 y 2016 con un acumulado de \$2.857,6 millones dólares, Francia es el tercer país de Europa con mayor inversión de capital en Colombia. Así mismo, para el año 2017 se presentaron algunas colaboraciones importantes como la elaboración de más de 700 proyectos en los ámbitos de cultura, economía, gastronomía, turismo, deporte y educación. (El Espectador, 2017)

Por otro lado, desde el punto de vista colombiano, la balanza comercial entre Colombia y Francia ha sido típicamente deficitaria, aun así, según el instituto nacional de estadísticas, durante el 2017 las exportaciones colombianas hacia Francia fueron de \$312 millones de dólares representando un aumento del 19% respecto al año anterior, mientras que las importaciones colombianas desde Francia para el año 2017 sumaron un total de \$905 millones de dólares. (France Diplomatie, 2019). Así, podemos evidenciar que las exportaciones totales de ese año presentaron un aumento a comparación del descenso que registraron en el 2016 del -13%. Los hidrocarburos y

otros productos de las industrias extractivas aportaron en 16,1 puntos a este aumento. (France Diplomatie, 2019).

En la Tabla 2. Importaciones en % del PIB. Principales productos colombianos exportados a Francia se exponen los principales productos que Colombia exporta a Francia, en ella se destacan que los principales productos de exportación son los minerales y productos del reino vegetal. En este sentido, es importante destacar el sector de las materias textiles ya que, según Procolombia la mayor oportunidad de negocio en este sector está en los productos como ropa interior y de control, e igualmente las frutas tropicales debido a que cuentan con características nutricionales muy positivas y esto es algo que valora mucho el mercado francés.

Tabla 4. Principales productos colombianos exportados a Francia

Productos	2015	2016	2017
	Valor de las exportaciones		
Productos minerales	\$105 M (54%)	\$122 M (61%)	\$182 M (58%)
Productos del reino vegetal	\$40.1 M (21%)	\$50 M (20%)	\$69.4 M (22%)
Animales vivos y producto del reino animal	\$8.53 M (4.4%)	\$9.22 M (3.8%)	\$15.3 M (4.9%)
Productos De Las Industrias Alimentarias; Bebidas, Líquidos Alcohólicos Y Vingagre; Tabaco Y Sucedáneos Del Tabaco Elaborados	\$8.5 M (4.4%)	\$11.3 M (4.6%)	\$10.4 M (3.3%)
Perlas Finas Cultivadas, Piedras Preciosas O Semipreciosas, Metales Preciosos, Chapados De Metal Precioso Y Manufacturas De Estas Materias; Bisutería; Monedas	\$8.02 M (4.1%)	\$4.6 M (4.6)	\$6.44 M (2.1%)
Materias textiles y sus manufacturas	\$5.55 M (2.9%)	\$3.96 M (1.6%)	\$4.21 M (2.1%)
Productos De Las Industrias Químicas O De Las Industrias Conexas	\$5.43 M (2.8%)	\$4.6 M (1.9%)	\$5.51 M (1.8%)
Metales Comunes Y Manufacturas De Estos Metales	\$2.7 M (1.4%)	\$1.49 M (0.61%)	\$1.31 M (0.41%)

Máquinas Y Aparatos, Material Eléctrico E Sus Partes; Aparatos De Grabación O Reproducción De Sonido, Aparatos De Grabación O Reproducción De Imágenes Y Sonido En Televisión, Y Las Partes Y Accesorios De Estos Aparatos	\$2.53 M (1.3%)	\$1.92 M (0.79%)	\$1.65 M (0.53%)
Instrumentos Y Aparatos De Óptica, Fotografía O Cinematografía, De Medida, Control O Precisión; Instrumentos Y Aparatos Medicoquirúrgicos; Aparatos De Relojería; Instrumentos Musicales; Partes E Accesorios De Estos Instrumentos O Aparatos	\$2.41 M (1.2%)	\$2.08 M (0.86%)	\$2.62 M (0.84%)

Fuente: The Observatory of Economic Complexity, (2015)



Ilustración 7. Participación en millones de US\$ del FOB y de toneladas en transporte aéreo y marítimo en Colombia

Fuente: DANE - Procesados por Procolombia (2017)

Según el Logistics Performance Index (LPI) publicado por el Banco Mundial en el año 2018, Francia se encuentra en el puesto 16 de países del mundo en cuanto al desempeño logístico.

Para la movilización de la mercancía, este país dispone con 6.000km de vías fluviales navegables, además de una gran infraestructura portuaria integrada por 100 puertos. Así, para el año 2017 Colombia exportó a Francia un total de 1.356.368 toneladas, que correspondieron a US\$182,638,738 millones en valor FOB. Evidenciando aumento de 427.697 toneladas respecto al año anterior (Procolombia, 2019). Por otro lado, al analizar la infraestructura aeroportuaria francesa se identifican alrededor de 30 aeropuertos con muy buenos servicios aduaneros. Actualmente hay 5 aerolíneas que prestan servicios de transporte de carga a Francia. En el año 2017 Colombia exportó a Francia 1.729 toneladas, que correspondieron a US\$11,868,331 millones en valor FOB, reflejando un aumento de 324 toneladas respecto al año anterior.

3.Oportunidades de negocios

Francia es un país que a lo largo de los años se ha ido desarrollando como una de las mayores potencias de la economía en Europa y a escala mundial. Esta representa una economía fuerte y a su vez es la entrada a un extenso mercado en expansión. Las oportunidades que existen en este país evidencian las tendencias de lo que hoy en día se demanda en los diferentes mercados y la oferta varía de acuerdo a la capacidad y asequibilidad del producto.

Francia es un país abierto a la inversión internacional y muy atractivo para las inversiones extranjeras, contando con más de 66 millones de consumidores que han hecho que esta sea una de las 10 economías más importantes del mundo por volumen del PIB (ICEX, 2018), mostrando que los ciudadanos cuentan con una buena calidad de vida. También, si a negocios nos referimos, es importante reconocer que ésta se encuentra en el 32° puesto de los 190 países que hacen parte del *Doing Business* (Aumentan las dificultades para hacer negocios en Francia, 2019), que cataloga a diferentes países según su simplicidad para hacer negocios. Además, ha invertido 242 millones de euros en el programa de inversión de futuro y en el plan France Très Haut Débit (Plan Francés de comunicaciones en muy-alta-velocidad) (G, 2019).

En el 2018 el consumo de los hogares aumentó beneficiando así distintos sectores, tales como la venta minorista, el automotriz y el sector primario, por consecuente las inversiones de negocios también aumentaron. Gracias al actual presidente, Emmanuel Macron, se ha buscado atraer inversiones por medio de la renovación de sociedades económicas y así incitar las inversiones en sectores que han sido reconocidos como débiles (Francia: llegar al consumidor, 2019).

Posee un tren de alta velocidad, que une los principales puntos económicos e industriales del país, la industria aeroespacial, la industria armamentística y la industria de telecomunicaciones que ayuda a mantener estable el sector de servicios, la cual permite estimular la llegada y salida de mercancías al país.

Cabe resaltar que ha desarrollado un fuerte sector nuclear y el precio de la energía es muy competitivo a nivel internacional. También, la mano de obra está altamente calificada, sus atracciones culturales son su mayor tesoro, sus organizaciones de salud

son bastante eficaces y su sentido de creatividad y diseño son muy apetecidas a nivel mundial.

Francia es el quinto mayor exportador del mundo y asimismo el quinto mayor importador. En 2010, más del 61% de las exportaciones eran destinados a miembros de la UE como Alemania, Italia, España y Bélgica (OEC, 2018). Adicional, dentro de sus programas operativos está el fomento del desarrollo sostenible, la innovación, apoyo a pequeñas y medianas empresas y el cuidado del medio ambiente como prevención de riesgos.

Como se puede observar, Francia es un lugar muy viable y apetecible para recibir nuevos empresarios dispuestos a entregar sus proyectos y ponerlos en práctica. tanto sus indicadores macroeconómicos como sus indicadores sociales demuestran que es un país muy bien estructurado, con un sólido modelo económico que además de ser atractivo para inversores, también es muy llamativo a nivel turístico.

4.Relaciones bilaterales

La Unión Europea (UE) es una entidad geopolítica que abarca gran cantidad del continente europeo. Es una colaboración económica y política exclusiva en el mundo, conformada por 28 países, dentro de los cuales Francia forma parte. Esta colaboración ha ayudado a mejorar el nivel de vida de los que habitan dentro de la UE, tiene una moneda única y esto ha contribuido a que personas, bienes, servicios y capital circulen con total libertad dentro de esta. Todas las acciones que esta asociación comete se basan en los tratados, aprobados voluntaria y democráticamente por sus países miembro.

Esta colaboración diligencia sus relaciones comerciales con terceros, por medio de acuerdos comerciales, que tienen como objetivo desarrollar oportunidades comerciales y dominar barreras que existan entre ellas.

La Unión Europea, sus Estados Miembro y Colombia firmaron El Acuerdo Comercial, en la ciudad de Bruselas, Bélgica, el 26 de junio de 2012. El Parlamento Europeo informó el Acuerdo el 11 de diciembre de 2012 y su culminación para la aplicación el 27 de febrero de 2013. Por otro lado, Colombia, inició trámites en noviembre de 2012 y culminó para la aplicación el 1 de agosto de 2013 (CVN, 2016).

La UE es el segundo mayor socio comercial de Colombia, representa el 14,7% del comercio exterior de su país. Países como Alemania, España y Francia se posicionaron dentro de los 10 países que más exportaron a Colombia en el año en que el acuerdo entró en vigencia (TLC entre Colombia y la Unión Europea, 2018). El Acuerdo Comercial entre estos dos, ha permitido identificar, penetrar y desarrollar oportunidades para la diversificación de la canasta exportadora, explotando la disputa de los bienes no tradicionales como agroindustriales y manufactureros. Así, la oferta de estos que se exportan a Europa es cada vez más numerosa. Desde el 2013, más de 480 productos de origen colombiano han ingresado al territorio europeo y los bienes no tradicionales, mencionados anteriormente, son los que más han disfrutado de este acuerdo (TLC entre Colombia y la Unión Europea, 2018). Las ventas de estos productos han incrementado significativamente ya que, según Procolombia, la uchuva, el aguacate, el café, las flores y los bananos son algunos de los artículos que más se han exportado desde que inició el acuerdo. Sin embargo, los textiles y las confecciones también han tenido una entrada fuerte a estos países, puesto que, gracias a su calidad,

los europeos reconocen estos bienes como superiores, en comparación a los de otros orígenes.



Ilustración 8. Comercio bilateral entre Colombia y la Unión Europea

Fuente: Analex, datos DANE. (2017)

Las exportaciones de Colombia a Europa, en el año 2013, tuvieron un valor de USD 9.290 millones, como se puede ver en el gráfico 1. Sin embargo, en el 2017, estas alcanzaron los USD FOB 5.439 millones, un 40,3% menos que en 2015. Este decrecimiento fue el resultado de la caída de las exportaciones minero-energéticas (Castiblanco Carlos, 2018).

Tabla 5. Principales productos exportados (USD millones)

Capítulo	Descripción producto	2013	2014	2015	2016	2017
27	Combustibles minerales	7.211	6.967	3.632	2.606	2.935
8	Frutas y frutos comestibles	591	666	699	818	856
9	Café, té, yerba mate y especias	572	831	784	753	699
15	Grasas y aceites animales o vegetales	103	148	211	207	290
6	Plantas vivas y productos de la floricultura	118	129	128	125	128
21	Preparaciones alimenticias diversas	53	45	54	56	56
17	Azúcares y artículos de confitería	41	48	45	52	55
72	Fundición, hierro y acero	175	123	66	29	51
39	Plástico y sus manufacturas	28	36	48	42	42
26	Minerales metalíferos, escorias y cenizas	0	7	26	28	40
3	Pescados y crustáceos, moluscos y demás	19	24	18	26	32
	Subtotal	8.913	9.023	5.710	4.742	5.185
	Total	9.319	9.441	6.025	4.993	5.467

Fuente: Analex, datos TradeMap.(2017)

Las importaciones provenientes de la UE aumentaron cerca de un 10% entre 2016 y 2017, esto fue de gran importancia para los empresarios colombianos, puesto que fueron compras de materias primas y bienes de capital que necesitó la industria para ser más competitivos.

Tabla 6. Principales productos importados (USD millones)

Capítulo	Descripción del producto	2013	2014	2015	2016	2017
84	Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas	1.461	1.473	1.297	1.024	1.178
30	Productos farmacéuticos	1.060	1.198	1.118	996	1.020
87	Vehículos automóbiles, tractores, velocípedos y demás	467	478	438	541	509
85	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción	602	544	510	415	438
88	Aeronaves, vehículos espaciales, y sus partes	974	1.593	1.448	227	436
90	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía	454	514	430	359	363
29	Productos químicos orgánicos	223	240	260	228	269
39	Plástico y sus manufacturas	248	281	250	238	257
38	Productos diversos de las industrias químicas	211	216	213	206	211
48	Papel y cartón	177	191	174	173	194
27	Combustibles minerales	173	53	137	175	180
73	Manufacturas de fundición, de hierro o acero	186	157	131	100	130
	Subtotal	6.235	6.938	6.406	4.680	5.185
	Total	7.962	8.774	8.283	6.256	6.857

Fuente: Analdex, datos TradeMap (2017)

Además de todo esto, Francia y Colombia quisieron fortalecer su relación bilateral mediante el registro de doce acuerdos y tratados de colaboración, en donde se incluyeron temas de carácter comercial, cultural, de inversión, formación profesional, doble tributación y, además, unir fuerzas para el proceso de paz que vive Colombia hoy en día, en el cual Francia ha estado presente y ha demostrado su apoyo.

En junio de 2014, estas dos naciones firmaron El Acuerdo de Protección y Promoción Recíproca de Inversiones (APPRI). El acuerdo constituye modelos internacionales como la no diferenciación entre inversionistas, la prohibición de despojación sin una causa justa y la libertad de transferencias de divisas para que los empresarios puedan expedir sus utilidades (Acuerdos comerciales vigentes, 2017). Este acuerdo

complementa el TLC en el que colaboran la UE y Colombia, y se hizo válido por 10 años prorrogables.

5. ¿Cómo ingresar al mercado francés?

Francia cuenta con un mercado de 66 millones de consumidores con un poder adquisitivo bastante prominente (ICEX, 2018). Estos puntos básicos pero fuertes del país, son los que atraen a las empresas e inversiones extranjeras interesadas a expandirse en el mismo. Una de las principales características que debemos resaltar en cuanto al comercio es su variedad de acuerdos y tratados comerciales a nivel internacional. Al ser una gran potencia industrial, localizada en el mercado europeo líder, tiende a otorgar infinidad de beneficios para las personas que deseen tanto invertir como implementarse.

El país cuenta con muchas reglamentaciones que han sido resultado de todos los acuerdos y tratados que se han consolidado con el pasar de los años. Al ser uno de los países fundadores de la UE y de la zona euro, cuenta con significativos lazos, tanto físicos como económicos con muchos países miembros del mismo.

También, Francia cuenta con numerosas terminales de distribución interior que se interconectan con los principales puertos marítimos, lo que permite estimular la llegada y salida de mercancías y así poder reducir sus costes.

Gracias al mercado exclusivo y único de la Unión Europea, la libre circulación de mercancías, es uno de los tantos beneficios que pueden disfrutar los países miembros. Esto quiere decir que, en políticas de comercio exterior, los países miembros cuentan con derechos preferenciales, siendo éstos un solo territorio sin fronteras; libres de

derechos arancelarios, en donde bienes, servicios, personas y capital pueden desplazarse independientemente. Para países fuera de la UE, son aplicables las normas comunitarias que requieren una específica autorización para el tránsito o importación de artículos.

Hay varios aspectos que se deben tener en cuenta para hacer de la entrada al mercado francés un fácil acceso. Los canales de distribución en el país han logrado modernizarse con el tiempo y el desarrollo del sistema de puntos de ventas hace parte de este proceso. Ahora, el sistema logístico moderno que funciona en tiempo real (just-in-time), es en Francia y en toda Europa uno de los más importantes junto con la evolución y creación de las nuevas plataformas especializadas en la prestación de servicios logísticos (Just in time - Logística, 2019).

También, se debe tener en cuenta que los impuestos varían entre los estados miembro de la UE. Estos serán imputados en el país de destino de la mercancía y no en el de entrada. Así, Francia aplica una carga impositiva del 19,6% (Impuestos, 2018). En cuanto al manejo de los contratos comerciales, se debe considerar el marco legal internacional e Incoterms.

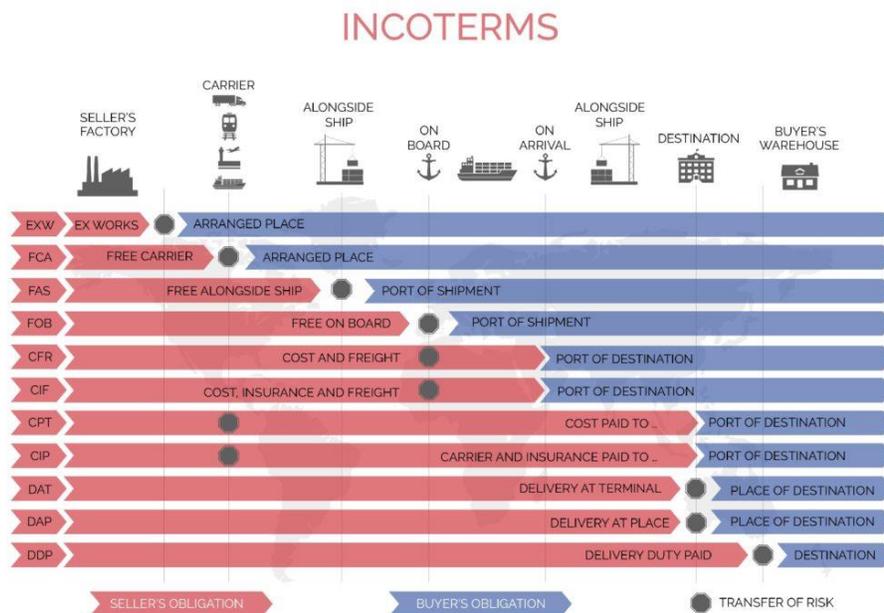


Ilustración 9. INCOTERMS

Fuente: QeOPS, (2017)

Por último, hay ciertos productos que pueden hallar limitaciones tanto comunitarias como nacionales al comercio en forma de cuotas y permisos de exportación. Todo artículo deberá presentar una declaración de aduana y la documentación deberá estar redactada en francés.

5.1 Requisitos para entrar al mercado francés y/o Unión Europea

Con el fin de asegurar un nivel prominente de protección al consumidor, las importaciones en la UE deben seguir unos procesos determinados. Las mercancías necesitan de unas normas generales de comercialización comunitaria que constan de: requisitos mínimos de calidad, requisitos mínimos de madurez, indulgencia y mercado de origen de los productos.

5.2. Medidas arancelarias

Para ingresar al mercado francés, ciertos productos necesitan de una licencia de importación. Para artículos con un peso inferior a 1.000 kg, es suficiente una declaración verbal en aduana presentando la factura. Para valores superiores es indispensable presentar en aduana la declaración sumaria para recoger la mercancía, declaración de derecho común (DUA); que acompaña a la mercancía para autorizar su entrada. Un nuevo sistema de control de importaciones que recientemente la UE implementó, “Import Control System” (ICS), permite asegurar, tanto al empresario como al consumidor final, el flujo de mercancía en el momento es que esta ingresa al país de destino mediante el territorio aduanero de la región. Así, este proceso obliga a los operadores a diligenciar una declaración sumaria de ingreso, en el país de llegada, todo esto para simplificar, asegurar y centralizar procesos (Banco Santander, 2019).

5.3 Medidas no arancelarias

Entre los regímenes no arancelarias están las regulaciones y trámites burocráticos, las normas de seguridad y los requerimientos en términos de pruebas y certificación. También, debemos tener claro que para ciertos productos, además de efectuar las normas europeas, puede exigirse el cumplimiento de normas específicas francesas complementarias. Así mismo, el control de divisas se adapta a todo el territorio francés

y los pagos por importaciones de terceros países deben ejecutarse en cuenta corriente EUR (ICEX, 2018).

Documentos de acompañamiento de la importación

Las mercancías de origen comunitario pueden transitar libremente y están exentas de trámites aduaneros por toda la Unión Europea.

En una entrega intracomunitaria se necesita:

- Factura comercial: se solicita factura en duplicado y traducido al francés.
- Conocimiento de embarque: no hay orden específico.
- Certificado de origen: habitualmente no es solicitado pero en caso de si, debe ser certificado por una cámara de comercio francesa.
- Declaración de antigüedad.

En una transacción comunitaria se necesita:

- Licencias de importación.
- Homologaciones.
- Documento Único Aduanero.
- Certificado sanitario.

6.Turismo en Francia

Francia es un país con una cultura rica y extraordinaria que posee mucha popularidad como destino turístico y una inmensidad de posibilidades, desde París hasta Bretaña. Igualmente, esta república es una de las más elegidas por los viajeros ya que presenta una oferta turística basada en el arte, la historia y la gastronomía que combinado con distintos factores conforman un grupo de experiencias encantadoras e inolvidables para

las personas que decidan visitarlo. Así mismo, su gran variedad de atracciones y destinos cubren todos los gustos y deseos de las personas que llegan a este encantador país en plan de vacacionar. Lo que muchos turistas ignoran, pero se considera una gran ventaja de diferenciación, es un pase que se adquiere al momento de la llegada, el cual permite la entrada a una gran variedad de atracciones en distintas regiones. Por ende, lo más recomendable es hacer un plan de viaje que abarque ciudades y regiones que deseen visitar.

Las 5 joyas turísticas de Francia

Gargantas del Veldron.

También conocido como “la garganta de las aguas color turquesa” nombrado así por su distintivo color, con 25 kilómetros de largo y 700 metros de profundidad, se le considera como uno de los cañones más hermosos de toda Europa. La garganta de Veldron se encuentra ubicado en el sureste de Francia, pero el tramo más alucinante se localiza entre las ciudades de Castellane y Moustiers-Sainte-Marie, donde el mismo río ha creado un barranco y brinda la posibilidad de hacer paseos en kayak, escalar, pescar y tirarse de parapente haciéndolo así más llamativo en la temporada de verano. Igualmente, cuenta con una multiplicidad de 1500 rutas que incorpora grietas, pilares y muros.

1. Museo Louvre

El museo Louvre que se encuentra en la capital francesa, es el más importante del país y uno de los más visitados en el mundo, en donde actualmente se reciben más de 8 millones de visitas cada año y alberga un total de 445.000 obras que abarcan colecciones antiguas orientales, egipcias, griegas, etruscas,

romanas, entre otras y es reconocido por tener obras como La Mona Lisa de Leonardo Da Vinci. El museo Louvre contribuye en gran medida al turismo francés ya que en el 2018 tuvo un incremento del 25% del número de visitantes respecto al año anterior, batiendo un nuevo record con 10,2 millones de vistas, cifra que no ha alcanzado ningún museo en el mundo. Solo los turistas extranjeros representan $\frac{3}{4}$ partes del total.

2. Carcassonne

Carcassonne es una comuna francesa pequeña con menos de 500.000 habitantes, situada en el sur de Francia, a 80 kilómetros al este de Toulouse. Es reconocida por su ciudadela medieval amurallada con un encanto donde el tiempo parece haberse detenido, siendo declarada patrimonio de la humanidad por la Unesco en el año 1997. Dentro de La Cité se ofrecen recorridos por las murallas interiores, exhibiciones arqueológicas y gracias a su cercanía con España y a su posición estratégica entre las playas del mediterráneo, las estaciones de esquí y las cumbres de los pirineos se ha transformado en un destino de muchos turistas. Pero no únicamente La cité es el atractivo principal, fuera de esas murallas también se encuentra el museo des Beaux-Arts donde exhibe arte europeo del siglo XVIII.

3. Monte Saint-Michel

Declarado patrimonio de la humanidad por la Unesco en el año 1979 el Monte Saint-Michel es una pequeña isla rocosa ubicada en el noreste de Francia, en la región de Normandía donde no viven más de 40 personas de forma permanente. Su bahía y su asombrosa arquitectura la convierte en el sitio turístico más

famoso de Normandía y uno de los primeros en Francia. Aquí turistas y peregrinos vienen en busca de un descubrimiento espiritual, ante todo, este es un lugar sagrado y lleno de historia. Como la mayoría de los sitios turísticos, el Monte Saint-Michel contribuye al turismo ya que cada año la visitan 3,2 millones de turistas y en un día de temporada alta pueden llegar a asistir hasta 20.000 personas.

4. Palacio de Versalles

El Palacio de Versalles ubicado a unos 30 minutos de la ciudad de París, es un lugar histórico y un complejo arquitectónico monárquico bastante conocido e igualmente reconocido como patrimonio de la humanidad desde hace más de 30 años. Con una formidable arquitectura y más de 800 hectáreas de jardines es uno de los lugares más visitados de Francia y uno de los palacios más conocidos a nivel mundial ya que ahí se inició la revolución francesa y la firma del tratado de Versalles que dio fin a la primera guerra mundial (parte importante de la historia francesa). El palacio de Versalles es de gran atractivo para los turistas ya que tan solo en el año 2017 la afluencia de visitantes se ubicó en 7.7 millones, registrando un aumento de 0.4 millones respecto al año 2012.

7. Conclusión

A lo largo del tiempo Colombia y Francia han venido reforzando sus relaciones comerciales. Aun así, la investigación arrojó a pesar que la balanza comercial entre estos dos países ha sido típicamente deficitaria y que Alemania es su principal socio comercial, Colombia también cumple un papel importante como aliado del país europeo ya que hubo un aumento económico interanual en las exportaciones e importaciones. Esto señala que son países en los que hay una buena visión comercial para invertir, además gracias al acuerdo comercial entre la Unión Europea y Colombia se facilitan las negociaciones e intercambio de bienes y servicios. Se encontró en Francia que existe gran oportunidad de negocio en las industrias textiles, así como también en productos derivados del café, las flores y algunas frutas como el aguacate. Estos son productos que actualmente se producen y comercializan en Colombia con tal éxito que pueden satisfacer el mercado francés, en donde cada día los consumidores se vuelven más exigentes respecto a la calidad de estos. Es importante tener en cuenta que hay algunos tips culturales estratégicos para las negociaciones con dicho país, como los buenos modales, el saludo, el conocimiento del idioma y la cultura, ya que son factores a los que le dan mucha importancia y poder así establecer buenas relaciones comerciales. Se entrevistó al señor Eduardo Jaramillo, asesor de comercio exterior de la empresa Industrias Textiles SAS (anexo 2), donde expresó que incursionó en el mercado francés debido a que un gran segmento de este país presenta unos hobbies específicos en la práctica de deportes extremos como alpinismo y ciclo montañismo (tipo de prendas que la empresa exporta). Sabe que compiten contra grandes compañías francesas, ya que en dicho país también tienen producción de artículos similares,

especialmente textiles. Pero a pesar de eso, el señor Eduardo reitera que la empresa industrias Textiles SAS fabrica productos de buena o mejor calidad que muchas compañías nacionales, dando a entender que tienen la capacidad para atender dicho mercado. De igual forma, Francia es un país abierto a la inversión internacional, desarrollándose como una de las mayores potencias en la economía europea y a escala mundial. Representa una economía fuerte y a su vez es la entrada a un gran mercado en expansión, atrayendo a inversionistas de todo el mundo.

8. Bibliografía

- 101 Lugares Increíbles. (2014). *18 rincones curiosos de Francia que tal vez desconocías (parte 1)*. Obtenido de 101lugaresincreibles.com:
<https://101lugaresincreibles.com/2014/05/18-rincones-curiosos-de-francia-que-tal-vez-desconocias-parte-1.html>
- 101viajes.com. (2019). *Idioma En Francia*. Obtenido de www.101viajes.com/:
<https://www.101viajes.com/francia/idioma-francia>
- Acuerdos comerciales vigentes*. (20 de Junio de 2017). Obtenido de El Espectador:
<https://www.elespectador.com/economia/asi-estan-las-relaciones-comerciales-entre-francia-y-colombia-articulo-699190>
- América Economía. (2017). *Así están las relaciones comerciales entre Francia y Colombia*. Obtenido de www.americaeconomia.com/:
<https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/asi-estan-las-relaciones-comerciales-entre-francia-y-colombia>
- Aumentan las dificultades para hacer negocios en Francia*. (2019). Obtenido de Datos macro: <https://datosmacro.expansion.com/negocios/doing-business/francia>
- Banco Mundial. (2018). *Inflación, índice de deflación del PIB (% anual) - France*. Obtenido de datos.bancomundial.org/:
<https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.DEFL.KD.ZG?locations=FR&view=chart>
- Banco Mundial. (2019). *Francia*. Obtenido de datos.bancomundial.org/:
<https://datos.bancomundial.org/pais/francia?view=chart>

- Banco Santander. (2019). *Acuerdos Internacionales Y Tramites Aduaneros*. Obtenido de santandertrade.com: <https://santandertrade.com/es/portal/gestionar-embarques/francia/acuerdos-y-procedimientos-aduaneros>
- Banco Santander. (2019). *Cifras Del Comercio Exterior En Francia*. Obtenido de santandertrade.com/: https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/francia/cifras-comercio-exterior#classification_by_products
- Banco Santander. (2019). *Cifras Del Comercio Exterior En Francia*. Obtenido de santandertrade.com: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/francia/cifras-comercio-exterior>
- Banco Santander. (2019). *Francia: Política Y Economía*. Obtenido de santandertrade.com: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/francia/politica-y-economia>
- Banco Santander. (2019). *FRANCIA: POLÍTICA Y ECONOMÍA*. Obtenido de es.portal.santandertrade.com: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/francia/politica-y-economia>
- Banco Santander. (2019). *Regímenes arancelários*. Obtenido de Trámites aduaneros en Francia: <https://santandertrade.com/es/portal/gestionar-embarques/francia/tramites-aduaneros-importacion>
- Banco Santander. (2019). *Trámites Aduaneros En Francia*. Obtenido de santandertrade.com: <https://santandertrade.com/es/portal/gestionar-embarques/francia/tramites-aduaneros-importacion>

- Carnero, M. (2017). *20 rincones mágicos de Francia. ¡Descúbrelos!* Obtenido de [www.skyscanner.es: https://www.skyscanner.es/noticias/los-20-lugares-de-francia-que-deberias-visitar](https://www.skyscanner.es/noticias/los-20-lugares-de-francia-que-deberias-visitar)
- Castiblanco Carlos, S. M. (2018). *TLC entre Colombia y la Unión Europea*. Obtenido de ANALDEX: <https://www.analdex.org/2018/07/26/tlc-entre-colombia-y-la-union-europea/>
- Civitatis Paris. (2019). *Palacio de Versalles*. Obtenido de [www.paris.es: https://www.paris.es/palacio-versalles](https://www.paris.es/palacio-versalles)
- CVN. (2016). *Colombia – Unión Europea*. Obtenido de [Tratados de libre comercio vigentes en Colombia: https://www.cvn.com.co/tratados-de-libre-comercio-vigentes-en-colombia/](https://www.cvn.com.co/tratados-de-libre-comercio-vigentes-en-colombia/)
- Datosmacro.com. (2018). *Francia - Exportaciones de Mercancías*. Obtenido de [datosmacro.expansion.com: https://datosmacro.expansion.com/comercio/exportaciones/francia](https://datosmacro.expansion.com/comercio/exportaciones/francia)
- Datosmacro.com. (2019). *Francia - Importaciones de Mercancías*. Obtenido de [datosmacro.expansion.com: https://datosmacro.expansion.com/comercio/importaciones/francia](https://datosmacro.expansion.com/comercio/importaciones/francia)
- EL ecomerce en francia: La venta online, país a país*. (Julio de 2018). Obtenido de [https://www.ecommerce-nation.es: https://www.ecommerce-nation.es/ecommerce-francia-cifras-2018/](https://www.ecommerce-nation.es)
- El Economista. (2017). *Francia y Colombia estrecharán vínculos comerciales*. Obtenido de [www.eleconomista.com.mx:](http://www.eleconomista.com.mx)

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Francia-y-Colombia-estrecharan-vinculos-comerciales-20170122-0047.html>

El Espectador. (2017). *Así están las relaciones comerciales entre Francia y Colombia.*

Obtenido de www.elespectador.com:
<https://www.elespectador.com/economia/asi-estan-las-relaciones-comerciales-entre-francia-y-colombia-articulo-699190>

Exportaciones. (2018). Obtenido de OEC: <https://oec.world/es/profile/country/fra/>

France Diplomatie. (2018). *El turismo, sector clave de la economía francesa.* Obtenido

de El turismo, una ventaja clave para Francia:
<https://www.diplomatie.gouv.fr/es/politica-exterior/turismo/el-turismo-una-ventaja-clave-para/>

France Diplomatie. (2018). *El turismo, una ventaja clave para Francia.* Obtenido de

www.diplomatie.gouv.fr/: <https://www.diplomatie.gouv.fr/es/politica-exterior/turismo/el-turismo-una-ventaja-clave-para/>

France Diplomatie. (2019). *Francia y Colombia.* Obtenido de

www.diplomatie.gouv.fr/: <https://www.diplomatie.gouv.fr/es/fichas-de-paises/colombia/francia-y-colombia/article/francia-y-colombia>

Francia: Economía y demografía. (2018). Obtenido de Datos Macro:

<https://datosmacro.expansion.com/paises/francia>

Francia: llegar al consumidor. (Mayo de 2019). Obtenido de Santander:

<https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/francia/llegar-al-consumidor>

- G, J. (24 de Octubre de 2019). *France*. Obtenido de GNT: <https://www.generation-nt.com/tres-haut-debit-rip-fibre-optique-actualite-1969797.html>
- Gestion.org. (2019). *Negociar con franceses*. Obtenido de www.gestion.org: <https://www.gestion.org/negociar-con-franceses/>
- Guía Blog Francia. (2019). *Moneda de Francia*. Obtenido de blog-francia.com/: <https://blog-francia.com/historia-y-geografia-de-francia/moneda-de-francia>
- Guía De Turismo De Francia. (2011). *Ubicación de Francia*. Obtenido de www.francia.net: <https://www.francia.net/ubicacion-de-francia/>
- Herrera, A. (2019). *¿Cómo negociar con la cultura francesa?* Obtenido de www.diariodelexportador.com: <https://www.diariodelexportador.com/2016/12/como-negociar-con-la-cultura-francesa.html>
- ICEX. (2018). *Barreras no arancelarias. Contingentes y licencias de importación*. Obtenido de Régimen arancelario y reglamentación : <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/exportar-a/acceso-al-mercado/regimen-arancelario-y-reglamentacion/index.html?idPais=FR>
- ICEX. (2018). *El mercado (nivel de vida, rasgos de la demanda, centros económicos)*. Obtenido de Francia: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/informacion-del-mercado/index.html?idPais=FR>

ICEX. (2018). *Información del mercado*. Obtenido de ICEX:
<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/informacion-del-mercado/index.html?idPais=FR>

Importaciones de mercancías. (2019). Obtenido de Datos Macro:
<https://datosmacro.expansion.com/comercio/importaciones/francia>

Impuestos. (2018). Obtenido de Comercio Exterior:
<https://www.comercioexterior.ub.edu/correccion/05-06/francia/regulaciones.htm>

Just in time - Logística. (2019). Obtenido de TRANSEOP:
<https://www.transeop.com/blog/just-in-time-logistica/322/>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. (2019). *Qué es la UE*. Obtenido de www.exteriores.gob.es:
<http://www.exteriores.gob.es/RepresentacionesPermanentes/EspanaUE/es/que-es2/Paginas/default.aspx>

Ministerio de Relaciones Exteriores. (2015). *Colombia y Francia fortalecen su relación bilateral a través de la suscripción de doce acuerdos de cooperación comercial, cultural y de inversión*. Obtenido de www.cancilleria.gov.co:
<https://www.cancilleria.gov.co/en/newsroom/news/colombia-y-francia-fortalecen-su-relacion-bilateral-traves-suscripcion-doce-acuerdos>

Ministerio De Relaciones Exteriores. (2019). *Biblioteca Virtual de Tratados*. Obtenido de www.cancilleria.gov.co:
[apw.cancilleria.gov.co](http://www.cancilleria.gov.co):

<http://apw.cancilleria.gov.co/tratados/SitePages/BuscadorTratados.aspx?Estado=250&Tipo=B>

Ministerio De Relaciones Exteriores. (2019). *Instrumentos y Acuerdos Suscritos Colombia - Francia*. Obtenido de francia.embajada.gov.co: http://francia.embajada.gov.co/colombia/instrumentos_acuerdos

Ministerio para Europa y de asuntos exteriores. (Enero de 2018). *El turismo, una ventaja clave para Francia*. Obtenido de France Diplomatie: <https://www.diplomatie.gouv.fr/es/politica-exterior/turismo/el-turismo-una-ventaja-clave-para/>

OEC. (2017). *Exportaciones*. Obtenido de Francia : <https://oec.world/es/profile/country/fra/>

OEC. (2018). *Francia*. Obtenido de OEC: <https://oec.world/es/profile/country/fra/>

Orange. (2012). *Café, Perfil de exportación*. Obtenido de <http://otca.gob.do>: <http://otca.gob.do/wp-content/uploads/2010/08/PERFIL-EXPORTACION-CAFE-HACIA-FRANCIA.pdf>

Portafolio. (2017). *Frutas y textiles tienen un mayor potencial en mercado francés*. Obtenido de www.portafolio.co: <https://www.portafolio.co/negocios/frutas-y-textiles-colombianos-son-apetecidos-en-francia-503608>

Procolombia. (2017). *¿Cómo aprovechar oportunidades para exportar café a mercados internacionales?* Obtenido de www.colombiatrader.com.co: <https://www.colombiatrader.com.co/noticias/como-aprovechar-oportunidades-para-exportar-cafe-mercados-internacionales>

Procolombia. (2019). *Colombia muestra en Seafood lo mejor de su tilapia y trucha.*

Obtenido de www.procolombia.co:

<http://www.procolombia.co/noticias/colombia-muestra-en-seafood-lo-mejor-de-su-tilapia-y-trucha>

Procolombia. (2019). *Exportación de productos para mascotas mueven casi un billón*

de pesos. Obtenido de www.colombiatrader.com.co:

<https://www.colombiatrader.com.co/noticias/exportacion-de-productos-para-mascotas-mueven-casi-un-billon-de-pesos>

Procolombia. (2019). *Herramientas y servicios para el exportador: Perfil logístico de*

exportación a Francia. Obtenido de www.colombiatrader.com.co:

<https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-francia>

Procolombia. (2019). *Productos Pesqueros: Los Productos Colombianos Del Sector*

Acuícola Y Pesquero. Obtenido de www.procolombia.co:

<http://www.procolombia.co/compradores/es/explore-oportunidades/productos-pesqueros>

Procomer. (2017). *Colombia busca posicionar cacao y subproductos en Francia.*

Obtenido de www.legiscomex.com:

<https://www.legiscomex.com/Documentos/colombia-posicionar-cacao-francia-may-23-17-16not>

Proexport. (2019). *Tendencias de consumo en la UE.* Obtenido de

<https://www.legiscomex.com/>:

<https://www.legiscomex.com/Documentos/tendencias-pais-tlc-colombia-ue-especial-rci>

Protocolo.org. (2013). *Claves para negociar de forma exitosa en Francia*. Obtenido de www.protocolo.org: <https://www.protocolo.org/internacional/europa/claves-para-negociar-de-forma-exitosa-en-francia.html>

QeOPS. (2017). *INCOTERMS (INternational COmmercial TERMS)*. Obtenido de qeops.eu: <https://qeops.eu/2017/11/15/incoterms-international-commercial-terms/?lang=en>

Samper, J. (2018). *Productos más exportados de Francia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/ranking/productos-mas-exportados-de-francia.html>

Samper, J. (2018). *Productos más importados de Francia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/ranking/productos-mas-importados-de-francia.html>

Santander. (Mayo de 2019). Obtenido de Francia: política y economía : <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/francia/politica-y-economia>

The Observatory of Economic Complexity. (2015). *What does Colombia export to Francia? (2015)*. Obtenido de oec.world: https://oec.world/es/visualize/tree_map/hs92/export/col/fra/show/2015/

The Observatory of Economic Complexity. (2017). *Importaciones Francia*. Obtenido de oec.world: <https://oec.world/es/profile/country/fra/>

The Observatory of Economic Complexity. (2019). *Francia*. Obtenido de oec.world: <https://oec.world/es/profile/country/fra/>

TLC entre Colombia y la Unión Europea. (2018). Obtenido de ANALDEX:

<https://www.analdex.org/2018/07/26/tlc-entre-colombia-y-la-union-europea/>

TLC entre Colombia y la Unión Europea. (2018). Obtenido de ANALDEX:

<https://www.analdex.org/2018/07/26/tlc-entre-colombia-y-la-union-europea/>

Wikipedia. (2019). *Francia.* Obtenido de es.wikipedia.org:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Francia>

X. (2019). *Francia.* Obtenido de www.x.com.pe:

<http://www.x.com.pe/lib160/francia.htm>

Anexos

Anexo 1. Infografía

POBLACIÓN:

65.672.900 (2019 población estimada)

Mujeres: 33.708.316 (2019)

Hombre: 31.964.585 (2019)

TASA DE ALFABETISMO:

Mayores de 15 años

Hombres: 99% Mujeres: 99%

SISTEMA POLITICO:

Republica semipresidencial

PRESIDENTE: Emanuel Macron

PRIMER MINISTRO: Édouard
Philippe

EXTENSIÓN

643,801 KM².

CAPITAL: París

MONEDA: Euro (EUR)

1 EUR = 1,10 USD (noviembre 2019)

IDIOMA OFICIAL: francés

EXPECTATIVA DE VIDA:

82,9 años

PIB: 2,778 Billones (USD) (2018)

PIB PER CAPITA:

38.476,66 USD (2017)

INFLACIÓN: 1.59% (2018)

TERRITORIAL:

Anexo 2. Caso de Éxito

EMPRESA: Industrias Textiles SAS.

ENTREVISTADO: Eduardo Jaramillo CARGO: Asesor de comercio exterior

E: ¿Quisiéramos saber un poco más de usted? ¿Podría usted contarnos acerca de sus labores como asesor de comercio exterior?

EJ: Yo soy asesor de empresas en comercio exterior. Son productos textiles confeccionados en Colombia bien sea con materias primas de la Comunidad Europea y de Colombia.

E. ¿Podría definir el portafolio de productos (o servicios) que la empresa brinda al mercado?

EJ: El portafolio de productos para el mercado europeo es el siguiente: ropa deportiva en telas especiales para práctica de alpinismo y ciclo montañismo. (Chaquetas, camisetitas manga corta, camisetitas manga larga, short, pantalón media pierna, pantalón largo). Género de destino: Mujer, Hombre, Niño, Niña.

E. ¿Cuáles son los países en los que han incursionado?

EJ: Por ahora se ha incursionado en países como: Ecuador, Perú, Bolivia, en Centro América, Costa Rica, Guatemala y Salvador y se gestiona un agresivo plan de mercado para Europa, ingresando por España y Francia

E. ¿Considera que una empresa debe tener experiencia en el mercado nacional como requisito para exportar?

EJ: No necesariamente las empresas deben tener experiencia en la comercialización de sus productos en Colombia para poder gestionar operaciones en otras naciones. Existen empresas que solo se dedican a la producción y su producto tiene como único destino el exterior. Estas empresas buscan operaciones grandes o estables que le generen las divisas necesarias para su operación. La experiencia en la comercialización en Colombia si es buena para unos determinados productos como los alimentos, aunque las exigencias del exterior son mayores.

E. ¿Por qué razón escogieron a Francia como país a exportar? ¿Qué tan complejo fue?

EJ: La razón de escoger a Francia para incursionar en el mercado del exterior y especialmente el europeo es que el producto está diseñado para un segmento del mercado con unos hobbies específicos, como lo es la práctica de deportes extremos y de competencia. Francia es pionero en esta práctica deportiva y los niveles, según estudios de consumo de estos productos es bastante interesante. La competencia es alta y de mucha calidad, pero trabajamos con última tecnología en telas y confecciones de prendas para competir con las empresas europeas, asiáticas y norte americanas. Son Muchas las barreras arancelarias para el ingreso a este mercado, la primera es localización del producto, el precio de venta al público, la disponibilidad del producto, la publicidad, patrocinio de eventos o deportistas, altos costos de proceso de producción por la capacitación otorgada al personal, costos de importación de materias primas de las telas. Algunos insumos son europeos buscando beneficios de origen para cuando se incursione a cualquier país de la unión europea, no se paguen impuestos de aduana por tener la tela comprada en cualquiera de estos países y en especial en Francia.

E. ¿Cuántos años llevan exportando a Francia?

EJ: A Francia se ha hecho una labor de más de 18 meses para incursionar en el mercado, en un principio se asistieron a ferias internacionales no solo en Francia, sino en países cercanos para conocer la competencia, que están ofertando y en especial los países de venta al público, también para saber como se hace la comercialización de dicho país y como se manejan los procesos de competencia deportivas y de patrocinio a personas o quipos. Después se hizo una labor grande como expositor de los productos dichas ferias, e igualmente se asistió a ruedas de negocio en busca de contactos y en especial para encontrar un comercializador con los canales requeridos. Esta labor se vino a concretar aproximadamente entre 9 y 11 meses. Ha sido muy complicado porque la competencia hace que se reestructure los mismos procesos internos y especial los costos de producción.

E. ¿Con que frecuencia exportan al mercado francés?

EJ: La frecuencia de las exportaciones por ahora se establecen para mantener al comercializador francés abastecido. Se hicieron exportaciones de producto básico y producto de moda con el fin de cubrir dos clientes objetivo, ahora se busca abastecer las faltas de inventario de nuestro comercializador y atender los eventos especiales y

competencias ya establecidas. Se exporta 2 veces al mes un volumen de aproximadamente EUR20.000,00 Cada despacho

E. Siguiendo con esta línea. ¿Qué tal son las negociaciones con Francia? ¿Las considera difíciles?

EJ: Las negociaciones con países europeos en general no son fáciles, cada uno exige unas condiciones especiales, como: precios competitivos y cada vez más bajos, términos de negociación favorables para los compradores, términos de pago (con tendencia al crédito), condiciones de negociación y tiempos de respuesta (en cuanto a abastecimiento), entre otros, con unas exigencias muy fuertes, como si se tratara de alguna franquicia. Entre más alta la competencia es más difícil el abastecimiento de productos de la misma. Una de las exigencias que se puede determinar cómo decisiva, son los términos de pago, esto determina mucho ya que define el apalancamiento de la producción de un determinado pedido, la empresa exige siempre un anticipo del 30% para inicio de producción y un 70% al tener el pedido listo para despacho.

E. ¿A qué ciudad y por cuales medios de transporte llegan las exportaciones a Francia?

EJ: Las exportaciones se efectúan vía aérea desde Colombia llegando a París, tras hacer en la mayoría de los casos dos transbordos y conexiones para arribar a este destino. Desde Cali no hay conexión directa con Europa y las salidas son regularmente por Bogotá a Madrid o a través de Panamá con conexión a Europa. El transito es mínimo de 2 a 3 días. Para fechas cercanas a diciembre se complica más los vuelos ya que predominan los vuelos de pasajeros con carga únicamente de maletas y no carga de exportación. Se busca siempre efectuar los despachos antes de la última semana de noviembre con el fin de alcanzar los tiempos exigidos.

La comercialización se hace por París donde radica el comercializador y este hace una expansión del mercado con sus aliados estratégicos. El comercializador tiene una cobertura a nivel nacional y se circunscribe únicamente a los límites naciones del país francés. No puede atender otros mercados de otros países ni atender solicitudes de venta en Francia para ser enviada a otras naciones.

E. ¿Cuáles son los requisitos necesarios para exportar a Francia?

EJ: Los requisitos para exportar a la unión europea son bastante exigentes, porque este país también tiene producción de artículos similares y en especial los textiles. El primer requisito es cumplir con etiquetado de productos textiles, debe tener como mínimo quien lo produce, quien comercializa en Francia, composición de fibra de las telas con que se elaboraron las prendas y las instrucciones de cuidado de las mismas, así mismo indicar “MADE IN COLOMBIA”. No es requisito de elaboración que la marquilla este en idioma francés, puede ir en ingles por ser el idioma universal. El segundo requisito es disponer de un certificado de origen (EURO 1), bien sea para productos con materiales importados o materiales de origen. La mercancía debe ir empacada con productos bio degradable, todo tipo de publicidad debe ser impresa con tintas exentas de contaminantes con el fin de no perjudicar el medio ambiente. Para la comercialización en el interior del país se requiere que los productos siempre estén acompañados de un documento soporte bien sea de remisión o factura de venta que soporte quien es el comercializador y cuál es el destinatario. Toda importación de productos a Francia bien sea vía aérea o vía marítima requiere de una inspección de aduana en cada uno de los puertos de ingreso, esta aduana va a certificar aspectos del producto importado como: tipo de producto destinatario, calidad, tipo nuevo, que tenga las condiciones para su comercialización y según los documentos adjuntos el no pago o sí del impuesto de aduana.

E. ¿Cuál considera usted que es el producto que más comercializan?

EJ: No es posible determinar que un producto tenga más rotación que otro y depende de los tipos de productos para unas determinadas temporadas. Hay productos que en sus ventas hacia los meses de invierno recuperan la baja rotación de inventarios de otras estaciones. Tratamos de manejar un abanico de posibilidades para que el cliente o consumidor final encuentre todas las alternativas con nuestra marca. Más bien establecemos productos de moda que su rotación y consumo está influenciada por muchos factores más subjetivos, como los gustos, las tendencias, el poder adquisitivo y la publicidad que se le otorgue. Esta marca busca sacar 4 colecciones al año donde estas tienen un comportamiento cíclico de lanzamiento, crecimiento, maduración y caída con ofertas especiales y descuentos.

E. ¿Cuál es el desafío más grande que ha experimentado en el mercado francés?

EJ: Se puede decir que el desafío más grande es poder fabricar en Colombia productos con tan buena o mejor calidad que los producidos con las altas tecnologías y de marcas reconocidas a nivel mundial. Para salir a un mercado tan exigente se debe estar alineados una serie de factores internos y externos de la empresa con unas índoles que afecta considerablemente en el posicionamiento de una marca o de un producto en los mercados internacionales. Poder competir con marcas que tienen unas infraestructuras mucho más grandes y unas tecnologías de punta es muy importante.

E. ¿Cómo ve el panorama económico a corto plazo en este mercado?

EJ: El mercado europeo y en especial el francés, están atravesando por un sin número de inconvenientes que se reflejan en la demanda de los productos. Este no es un producto de primera necesidad, es un producto catalogado como suntuario donde la mentalidad humana lo ha ido cambiando hasta convertirse en un producto casual, de moda y habitual ya que lo usan para deporte y como ropa de diario, viéndose bien vestidos. El hecho de que se esté presionando con publicidad sobre los beneficios que practicar un deporte por x cantidad de días a la semana, implica que las personas estén mirando estos productos no solo para verse bien, sino porque las telas generan bienestar a quien las usa. Se tiene una buena expectativa y se cree que para el año 2020 pueda tener un incremento apreciable en las ventas internacionales. Se puede buscar posicionar la marca en este mercado francés y que sirva de puerta de ingreso a los países nórdicos y con cubrimiento a países asiáticos.

E. A lo largo del tiempo en el que ha negociado con este país, ¿Ha encontrado o notado algunas curiosidades en torno a la cultura o la forma de hacer negocios?

EJ: Dentro de las curiosidades de este mercado es que la marca debe participar en cuanto evento se realice, asistir a las ferias y alta publicidad en medios y poster.

E. Para terminar, ¿Podría contarnos cuales han sido sus estrategias y cuáles son las proyecciones de la empresa?

EJ: Las estrategias principales son estar muy bien informado sobre el diseño, los cambios y nuevas materias primas. Igualmente, de las nuevas tecnologías aplicadas para no estar rezagando en la moda y en lo que visten los deportistas en la actualidad. Si la empresa está en post de la conquista de este mercado, debe también buscar referentes que permitan mostrar producto, es decir, aun personaje que sobresalga o que

haya logrado importantes triunfos en estos deportes. Este referente debe exhibir las prendas y firmar un contrato con la empresa en el que debe estar disponible para cada colección, toma de fotos, eventos y ferias. Estos contratos son muy costosos y se debe analizar muy bien los presupuestos y cuánto van a generar para la empresa en un determinado rango de tiempo. Se busca que el público reconozca la marca por algún detalle, bien sea por el logo, por una frase, por un motivo, etc. Otra de las formas para atender un mercado tan grande y tan cambiante, es producir en el exterior parte de la colección con el fin de poder estar a la par con las grandes marcas, esto permite salir a tiempo, con los colores de moda, con los diseños y pegar a la par.

Anexo 3. Tabla de oportunidades

Frutas: (Uchuva, granadilla, pitaya, gulupa, maracuyá, mango, mangostino, cholupa): Las frutas son uno de los mejores productos para exportar hacia esta república debido a que crecen en un clima tropical y son difíciles de conseguir en los países europeos. Además de que el mercado francés aprecia mucho el contenido nutricional de las frutas.

Textiles: Los productos textiles colombianos tienen un excelente potencial de exportación, más aún con la entrada en vigor del acuerdo comercial con la Unión Europea que permite no pagar aranceles sobre los bienes industriales.

Cacao: Colombia en el año 2016 exportó cacao en grano a 16 países en 4 continentes distintos, por esta razón el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo cree que este producto y sus derivados son una potencia para exportar.

Aguacate: En los últimos años las exportaciones del aguacate desde Colombia al resto del mundo han tenido un crecimiento muy notorio. En el 2016 las exportaciones hacia Francia se triplicaron respecto al año anterior, alcanzando los US\$2.7 millones. Por esta razón, esta fruta sería una buena opción para exportar hacia Francia

Café: El café es una bebida que hace parte del diario vivir de los consumidores franceses, debido a esto ellos son muy exigentes en cuanto a su calidad. Por esta razón el reto para los empresarios que quieran abrirse al mundo sería exportar un producto innovador que cumpla con sus expectativas.

Alimentos para animales: Las exportaciones de productos para mascotas han crecido de forma exponencial debido a la humanización de los animales. El negocio potencial se encuentra especialmente en el sector de alimentos, ya que tan solo en el primer semestre del 2018 las exportaciones de Colombia fueron de US\$17.5 millones. Aunque Europa aún no ha participado activamente en la importación de estos productos, existe un gran potencial por el aumento de la población animal (domestico).

Flores: La Unión europea es el mayor importador de flores y follajes del mundo, se cree que compran el 50% de las flores que se cultivan a nivel mundial. Igualmente, Colombia es el segundo país en exportar flores en el mundo convirtiéndose así en una excelente sinergia entre países.

Tilapia y trucha: La tilapia y la trucha colombiana se han ido ampliando cada vez más a mercados como Perú, Canadá e Islandia haciendo que el potencial para el desarrollo de esta industria sea indiscutible. En el 2015 las exportaciones del sector pesquero alcanzo los US\$138,8 millones, lo que hace que Colombia esté preparada para competir en nivel mundial. Así, como a los franceses les gusta comer sano y con frecuencia consumen crustáceos, el pescado igualmente es alto proteínas y minerales y bajo en calorías, lo que puede hacer llamar la atención.

Anexo 4. Línea de tiempo de las relaciones Colombia-Francia

#	Acuerdo o convenio	Año
	- Acuerdo de transporte aéreo	1953
	- Acuerdo de cooperación técnica y científica.	1963
	- Protocolo de cooperación aeronáutica.	1970
	- Acuerdo marco de cooperación cultural	1979
	- Convenio de coproducción cinematográfica e intercambio de películas Colombo-Francés	1985
	- Convenio de cooperación técnico militar. - Acuerdo complementario de cooperación técnica y científica en el campo de la cooperación universitaria.	1996
	- Convenio de asistencia judicial mutua en materia penal.	1997
	- Acuerdo de cooperación en materia de seguridad interior - Acuerdo bilateral de cooperación sobre el mecanismo de desarrollo LIMPIO (MDL) en el marco del artículo 12 del protocolo de Kyoto	2003
	- Acuerdo de reconocimiento mutuo de diplomas	2010
	- Acuerdo de coproducción cinematográfica	2013
	- Convenio de no doble tributación	2016
	- Acuerdo para la protección del medioambiente	2019

Anexo 5. Tips para negociar en Francia

Tips para negociar en Francia

- Los franceses se destacan en todo el mundo por marcar tendencias e igualmente por sus buenos modales. Por este motivo, es necesario que antes de reunirse con algún empresario francés trate de informarse acerca de temas tales como: el arte, historia y gastronomía debido a al orgullo que sienten por sus grandes aportes a estas áreas.
- Hay que conservar la formalidad en la negociación. Ellos saben diferenciar muy bien entre la relación profesional con la personal, por esta razón, no es adecuado tratar de establecer lazos de amistad ya que lo consideran invasión de su privacidad.
- En cuanto al saludo, éste es clave para dar una buena primera impresión. Se da un clásico apretón de mano (firme, pero no fuerte), aunque si es con una mujer se espera que ella ofrezca la mano primera. Los conocidos besos “les bises” (tres besos al aire tocando las mejillas) se conservan únicamente para un entorno social o para un compañero cercano.
- En la cultura de los empresarios franceses, su forma de negociar es lenta. Una estrategia que utilizan es dejar que la contraparte sea quién inicie los temas para tener una posición de ventaja, por esta razón es importante que la propuesta a presentar este organizada y muy detallada, esto evidencia seguridad en lo que se está ofreciendo.

- Los franceses son muy nacionalistas con el idioma y conocerlo es lo básico que se debe hacer. Se debe evitar hablar inglés en lo posible debido a su rivalidad con el mundo anglosajón, pero si tampoco domina la lengua francesa, sería correcto excusarse por ello.
- El poder de decisión es de relevada importancia. A los franceses no les agrada el hecho que las personas con las que estén negociando tengan que consultar cada decisión con alguien más. Por esto es preferible que las negociaciones se hagan entre directivos de alta jerarquía.
- El precio o el dinero es el último factor que se toca en la negociación. Tampoco se debe utilizar técnicas de regateo debido a que los franceses son cooperativos y buscan estabilidad en sus relaciones comerciales.
- Es preferible que la documentación, contratos o demás papeles que tengan que ver con la negociación estén en francés para facilitar su entendimiento ya que no comprenden la terminología anglosajona de negocio.
- La negociación no suele ser de forma lineal, es un proceso un poco más dinámico en donde es normal que las partes intervengan en medio de la conversación. Lo esencial es sostener su postura con buenos argumentos.
- Por lo general los franceses suelen elevar el tono de su voz, esto no quiere decir que están disgustados; simplemente al hablar gesticulan mucho. Esto no quiere decir que estén enojados, más bien equivale a que existe un interés.
- Es imprescindible llamar a las personas de “usted” o tratarlos como señor o señora o bien sea por el apellido. También se deben mantener tarjetas de presentación a la mano ya que el intercambio de estas es habitual.

- Por lo general al tener una comida de negocios, lo más habitual es que se haga a medio día y es importante ir presentados con ropa elegante de buena calidad con colores oscuros en los hombres y pasteles en el caso de las mujeres.