



LA IMPLANTACIÓN DE LAS EMPRESAS FRANCESAS EN ESPAÑA

Magali Renaud

Máster en Gestión Internacional
de la Empresa e Idiomas

Universidad de Almería

Fecha de defensa: 29 Junio 2012

Director del trabajo: María Loreto Cantón Rodríguez

RESUMEN

Las relaciones comerciales entre Francia y España son importantes. Los intercambios comerciales se han multiplicado por dos durante los diez últimos años. Francia se ha convertido en el primer socio económico de España. Cada año, más empresas francesas eligen implantarse en el país vecino y inversamente. España puede ser un destino interesante para las empresas francesas por varias razones. Tiene una posición geoestratégica privilegiada: forma parte de la Unión Europea, está cerca de África del Norte y tiene una cultura y una historia en común con América latina. He elegido este tema porque quería que mi tesis tuviera un lazo entre el país de donde vengo, Francia, y el país donde estudio actualmente, España.

ABSTRACT

The commercial relationships between France and Spain are important. The commercial exchanges have doubled during the last ten years. France became the first economic partner of Spain. Every year, more French companies establish themselves in the neighbour country and vice versa. Spain can be an interesting destination for the French companies for several reasons. It has a geo-strategic privileged position: it is part of the European Union, it is near of North Africa and has a common culture and history with Latin America. I chose this topic because I wanted my thesis to have a link between the country where I come from, France, and the country where I currently study, Spain.

ESTRUCTURA

El proyecto está dividido en 4 partes. En una primera parte, estudio el mercado de Francia y de España, comparándolos. Después, doy las razones de por qué es interesante para una empresa francesa implantarse en España. Describo las ventajas pero también los inconvenientes de la implantación. Luego, explico cómo implantarse en España: las diferentes posibilidades para invertir, las ayudas que se pueden pedir etc. En la última parte, tomo el caso práctico de la empresa Mediapost y explico por qué y cómo se ha implantado en España.

ÍNDICE

1. ESTUDIO DEL MERCADO FRANCÉS Y ESPAÑOL

1.1. SITUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

1.2. LEGISLACIÓN FISCAL

1.3. CONDICIONES DE TRABAJO Y CULTURA

1.4. SECTORES MÁS IMPORTANTES DE INTERCAMBIOS COMERCIALES

1.5. EMPRESAS FRANCESAS YA IMPLANTADAS EN ESPAÑA

2. ¿PORQUE IMPLANTARSE EN ESPAÑA?

2.1. VENTAJAS

2.2. INCONVENIENTES

3. ¿CÓMO IMPLANTARSE EN ESPAÑA?

3.1. POSIBILIDADES PARA INVERTIR EN ESPAÑA

3.2. SECTORES PRIVILEGIADOS PARA IMPLANTARSE

3.3. ZONAS PRIVILEGIADAS PARA IMPLANTARSE

3.4. AYUDAS

4. CASO PRÁCTICO: GRUPO MEDIAPOST

4.1. PRESENTACIÓN DEL GRUPO MEDIAPOST

4.2. MEDIAPOST SPAIN S.L.

4.3. LA IMPLANTACIÓN EN ESPAÑA

1. ESTUDIO DEL MERCADO FRANCÉS Y ESPAÑOL



Fuente: Encarta

1.1. SITUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

España es la octava potencia económica mundial y Francia se encuentra en el quinto sitio.

(2010)	España	Francia
PIB en mil millones de €	1052,8	1937,6
PIB por habitante en €	22 592	29 947
Tasa de crecimiento del PIB	-0,1%	1,6%
Tasa de inflación	1,8%	1,7%
Tasa de desempleo	20,3%	10,7%

Fuente: Embajada de Francia a Madrid

1.1.1. PRODUCTO INTERIOR BRUTO

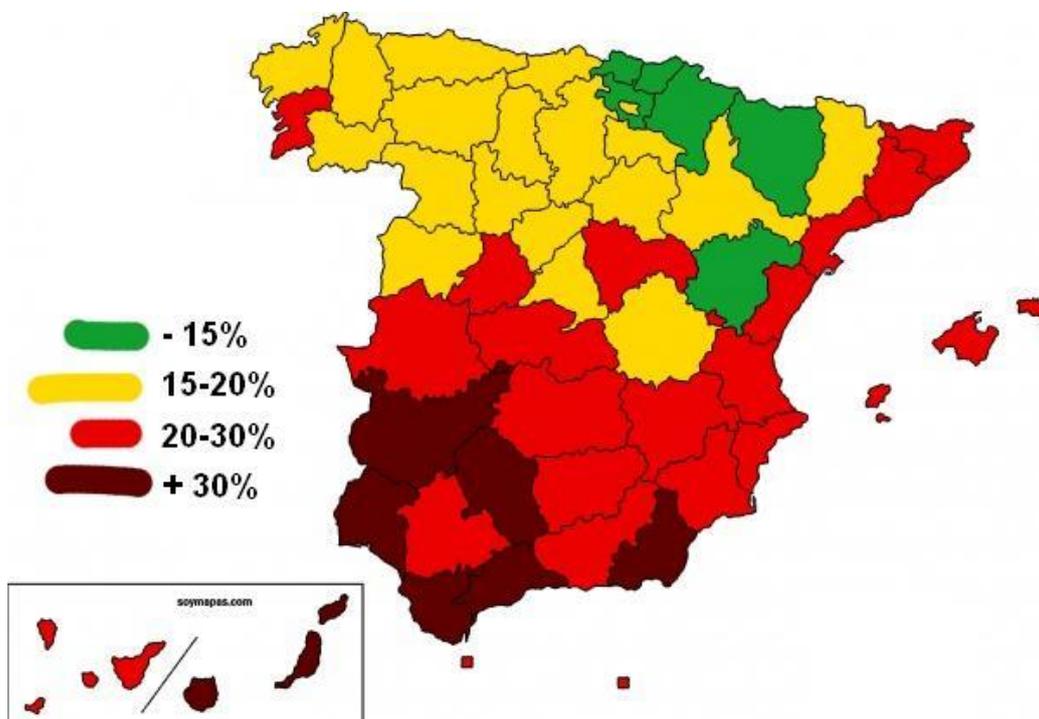
El PIB de España es inferior al de Francia pero forma parte de los mejores de los países de la Unión Europea. Es uno de los escasos países que respetan los criterios de convergencia del tratado de Maastricht. (Mission économique de Madrid, 2009:20) España es una excepción entre los países del sur de Europa porque tenía un crecimiento

anual medio de 3,7% durante los diez últimos años. Gracias a la fuerte demanda interna que tenía, al apoyo de los fondos europeos y la fuerte inmigración, España conoció un dinamismo económico durante un periodo prolongado. Su crecimiento era de 3,7% en 2007, mucho más alto que la media de la zona euro (2,6%) o de Francia (1,9%), Alemania (2,5%) o Gran Bretaña (3,1%). (Mission économique de Madrid, 2009:36)

1.1.2. TASA DE DESEMPLEO

España tiene la tasa de desempleo más alta de la Unión Europea con 22,9% de la gente al paro en diciembre 2011. La tasa de Francia es inferior a la mitad de la de España, con una tasa de 9,9 % en el mismo periodo. El 18,2% de los jóvenes no tienen trabajo, lo que significa un porcentaje de 3 puntos por encima de la media Europa que está en el 15%. El sudoeste de España es la región que tiene la tasa de paro más importante y el Nordeste tiene la tasa más débil. (Mission économique de Madrid, 2009:111)

Tasa de desempleo por provincias en España



Fuente: <http://lascifras.blogspot.com.es/2012/01/distribucion-geografica-del-desempleo.html>

1.1.3. EXPORTACIONES E IMPORTACIONES

Las exportaciones e importaciones en España han aumentado mucho estos últimos años. Gracias a eso, España se ha convertido en uno de los países más internacionalizados del mundo. España exporta principalmente bienes de equipo y del sector automóvil y sus importaciones más importantes se encuentran en el sector de los productos energéticos y de los bienes de equipo.

EXPORTACIONES		IMPORTACIONES	
Bienes de equipo	19,8%	Productos energéticos	21,1%
Sector automóvil	15,8%	Bienes de equipo	17,8%
Alimentos	14%	Productos químicos	14,4%
Productos químicos	13,8%	Manufacturas de consumo	10,6%
Semimanufacturas no químicas	12,2%	Sector automóvil	10,5%
Manufacturas de consumo	8,2%	Alimentos	10,4%
Productos energéticos	7,5%	Semimanufacturas no químicas	7,6%
Otras mercancías	4,3%	Materias primas	4,3%
Materias primas	2,7%	Bienes de consumo duradero	2,5%
Bienes de consumo duradero	1,7%	Otras mercancías	0,8%

Fuente: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

Principales socios comerciales:

Los principales socios comerciales de España son los países de la Unión Europea, que representaban 70% de las exportaciones españolas en 2007. Las exportaciones españolas son dirigidas primero hacia Francia (18,6%), segundo hacia Alemania (10,8%) y el tercero destino es Portugal con 8,6%.

Después de Europa es el continente de América Latina el que recibe la tasa más importante de las exportaciones españolas con 4,7%. Seguidamente viene Asia con 4% y China y Japón como primeros receptores. (Mission économique de Madrid, 2009:66)

1.1.4. INVERSIONES EXTRANJERAS

En 2009, las inversiones extranjeras en España han bajado de 62% a causa de la crisis: representaban 14 694 mil millones de euros. Sin embargo, en 2010, las inversiones extranjeras directas han aumentado de 41,5% para alcanzar el importe de 23 415 mil millones de euros. España se ha convertido en uno de los 15 primeros países receptores de Inversiones Directas Extranjeras.

En 2010, los principales sectores en los que los países extranjeros han invertido eran el transporte y el almacenaje con 17%, el inmobiliario también con 17%, la industria manufacturera (14,8%), las actividades financieras y los seguros (12,9%) y el suministro de electricidad (11,9%).

En 2011, las inversiones extranjeras han seguido siendo importantes.

Los principales países inversores en España en 2010:

Países Bajos	22,4%
Luxemburgo	15,3%
Reino Unido	10,5%
Estados Unidos	9,9%
Francia	6,8%
Italia	6,6%
Alemania	6,6%

Fuente: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

Principales flujos de inversiones directas francesas en España (en millones de €):

2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
2529	-368	-1843	-129	1588	2733	2017	1000	1200

Fuente: Banco de España y Datainvest

La forma jurídica que las empresas prefieren para implantarse en España son la Sociedad Anónima o la Sociedad a Responsabilidad Limitada.

1.2. LEGISLACIÓN FISCAL

1.2.1. PRINCIPALES CARGAS SOCIALES E IMPUESTOS

	Francia	España				
Cargas sociales para el asalariados	Aproximadamente 20% del sueldo bruto	Aproximadamente 6,4% del sueldo bruto				
Cargas sociales para el empleador	35-45% del sueldo bruto	30,60% del sueldo bruto				
Impuestos sobre las sociedades (IS)	33,33% de los beneficios	Entre 20% y 32,5% de los beneficios (depende del volumen de negocios)				
Impuesto sobre la renta	IR (Impôt sur le revenu) 2011		IRPF (Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas) 2011			
	Desde	Hasta	Tasa	Desde	Hasta	Tasa
	0€	5963€	0%	0€	5050€	0%
	5964€	11896€	5,5%	5051€	17707€	24%
	11897€	26420€	14%	17707€	33007€	28%
	26421€	70830€	30%	33007€	53407€	37%
	70831€	-	41%	53407€	-	43%
Cargas sobre el sueldo del gerente	Si sueldo <2200€ bruto / mes =32-33% sueldo bruto Si sueldo >2200€ bruto / mes = 42% sueldo bruto	Importe fijo: 254,21€ por mes o 177,94€ por mes (si menos de 30 años)				

Fuente: creersocieteespagne.com

Podemos ver que las diferencias más importantes se encuentran en las cargas sociales de los asalariados, que son tres veces más elevadas en Francia que en España. Las cargas sociales para los empleadores son también menos elevadas en España, lo que significa que los empleados cuestan menos a una empresa en España que en Francia. Otros impuestos menos elevados en España son los impuestos sobre las sociedades pero

lo más importante para alguien que quiere crear su empresa en España es el hecho de que las cargas sobre el sueldo del gerente son mucho más elevadas en Francia que en España.

Por ejemplo, un gerente que gana 2500 € en Francia, tendrá que pagar $2500 \times 0,42 = 1050$ € de impuestos mientras que en España tendrá que pagar solo 254,21€. Referente al impuesto sobre la renta, la diferencia entre Francia y España es mínima pero más ventajosa en Francia.

1.2.2. IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO (IVA)

	Francia	España
Tasa reducida	7% (productos agrícolas, libros, trabajos de restauración de locales...)	8% (transporte de personas, restauración, conciertos, bibliotecas...)
	5,5% (bebidas sin alcohol, alimentación, materiales para personas minusválidas...)	
Tasa particular	2,1% (medicamentos, audiovisual público, ventas de animales vivos...)	4% (libros, periódicos, materiales escolares...)
Tasa normal	19,6% (todo el resto)	18% (todo el resto)

Los impuestos sobre el valor añadido son parecidos en Francia y en España. La tasa normal es más baja en España mientras que las tasas reducidas y particulares son más bajas en Francia.

1.3. CONDICIONES DE TRABAJO Y CULTURA

La legislación laboral se constituye a nivel del Estado en España: “La Guía Laboral” es un conjunto de leyes y de decretos. También, convenios colectivos son firmados entre las organizaciones patronales y sindicales de cada sector de actividad a

nivel de las comunidades autónomas, para regular las condiciones de trabajo. Además, en el seno de la empresa también existen acuerdos sobre las condiciones de trabajo de los empleados. Estos convenios y acuerdos pueden ofrecer condiciones de trabajo más favorables que las del nivel nacional pero nunca pueden ser menos favorables.

1.3.1. REMUNERACIONES

El salario anual bruto medio era de 26 808 euros en España y de 34 329 euros en Francia en 2009.

En las comunidades autónomas de Madrid, del País Vasco y de Navarra se encuentran los salarios brutos medios más elevados de España. Al contrario, los más bajos son los de las regiones de Extremadura, de las islas Canarias, y de Murcia. (Mission économique de Madrid, 2009:115)

El salario mínimo se llama S.M.I. (Salario Mínimo Interprofesional) en España y S.M.I.C. (Salario Mínimo Interprofesional de Crecimiento) en Francia. En 2011, era de 642,40 euros netos mensuales en España y de 1096,94 euros netos al mes en Francia. Podemos ver que este salario mínimo es casi el doble de España en Francia.

1.3.2. DURACIÓN DEL TRABAJO

En España, una semana de trabajo dura 40 horas mientras que en Francia solo dura 35 horas. Sin embargo, eso no es fijo y depende también del convenio colectivo o del contrato de trabajo. Muchas veces se practican los horarios de verano o se trabaja sin pausa el viernes para terminar antes en España. Según la ley, se puede distribuir de manera irregular estas 40 horas semanales durante el año, pero con ciertos límites. En cuanto a las horas suplementarias, pueden ser recuperadas por un tiempo de descanso o remuneradas, dependiendo del convenio colectivo o del contrato de trabajo. Las horas suplementarias pueden ser pagadas igual que las horas normales de trabajo pero en España pasa mucho que los trabajadores hacen horas suplementarias sin ser pagado. Los horarios de trabajo en Francia y en España son bastante diferentes: En España se comienza más tarde, sobre las 9 (a las 8 generalmente en Francia). La jornada de

mañana se acaba alrededor de las 14 en España mientras que dura solo hasta las 12 en Francia. Sin embargo, la pausa en España dura 3 horas contra solo 1 o 2 horas en Francia. Por la tarde se trabaja en general de las 17 a las 20 en España y de las 14 a las 17 en Francia. Sin embargo, estos horarios dependen del sector.

1.3.3. DIFERENTES TIPOS DE CONTRATOS DE TRABAJO

Los principales tipos de contratos que se pueden encontrar en España y en Francia son los siguientes:

En España:

- Contrato indefinido
- Contrato a tiempo parcial
- Contrato obras y servicios
- Contrato eventual
- Contrato de interinidad
- Contrato de formaciones y prácticas

En Francia:

- “Contrat à durée indéterminée” (Contrato indefinido)
- “Contrat à durée déterminée” (Contrato definido)
- “Contrat de travail temporaire” (Contrato temporal)
- “Contrat à temps partiel” (Contrato a tiempo parcial)
- “Contrat de travail intermittent” (Contrato discontinuo)
- “Contrat d’apprentissage” (Contrato de aprendizaje)

1.3.4. CULTURA

Hay numerosas diferencias culturales entre Francia y España. Un inversor francés tiene que tener eso en cuenta si quiere implantarse en España. Tiene que adaptarse y demostrar una mentalidad abierta.

Las relaciones en el mundo de los negocios en España son menos formales que en Francia. Los plazos y las horas de cita son bastante flexibles. Por el contrario en Francia son más estrictos. El tuteo se usa mucho más en España; en Francia casi siempre se trata de usted a una persona desconocida. Durante una reunión de trabajo, es muy común no hablar únicamente de negocios porque la relación personal es muy importante en España. Sin embargo, los españoles saben negociar y pueden también ser muy duros. Con los clientes también, las relaciones son diferentes: son más directas, menos formales y con una proximidad mayor. Las comunicaciones son más verbales que escritas: entonces, es importante conocer el idioma español para favorecer las relaciones.

También hay diferencias en cada comunidad: tienen prácticas comerciales e idiomas diferentes. La lengua oficial es el castellano pero también existen unas lenguas cooficiales habladas en las diferentes comunidades: el vasco, el catalán, el gallego y el valenciano.

1.4. SECTORES MÁS IMPORTANTES DE INTERCAMBIOS COMERCIALES

Según el informe de la Cámara de Comercio Francesa en Barcelona, en 2011, Francia todavía es el primer socio comercial de España y los principales productos de intercambio entre Francia y España son los siguientes:

Principales exportaciones de España hacia Francia en 2011:

Productos	Informe (millones €)	% del total
Vehículos automóviles	11 347,1	29,5
Maquinas y aparatos mecánicos	2 281,0	5,9
Combustibles, aceite mineral	2 095,7	5,4
Aparatos y material eléctrico	1 965,6	5,1
Materiales plásticos y derivados	1 481,5	3,9
Fundición, hierro y acero	1 145,6	3,0
Frutas, conservas	1 120,1	2,9

Fuente: Dirección general de Aduanas

Principales exportaciones de Francia hacia España en 2011:

Productos	Informe (millones €)	% del total
Vehículos automóviles	11 347,1	26,2
Fundición, hierro y acero	2 281,0	6,8
Aparatos y material eléctrico	2 095,7	6,5
Productos farmacéuticos	1 965,6	5,7
Materiales plásticos y derivados	1 481,5	4,2
Cereales	1 145,6	4,0
Aceite esencial; perfumería	1 120,1	2,8

Fuente: Dirección general de Aduanas

El sector automóvil es el sector más importante para las exportaciones y las importaciones entre Francia y España.

1.5. EMPRESAS FRANCESAS YA IMPLANTADAS EN ESPAÑA

En 2012, las IDE (Inversiones Directas en el Extranjero) francesas en España representaban 30,6 mil millones de euros, lo que significa 3,8% del total de las inversiones directas francesas en el extranjero. Según los datos del Banco de España, Francia tenía 6% de las existencias en España, lo que hace del país el quinto inversor directo en España. Los cuatro primeros son el Reino Unido, Estados Unidos, los Países Bajos y Luxemburgo.

Los principales sectores en los cuales Francia ha invertido en España son:

- los bienes inmuebles y los servicios a las empresas (19 %)
- la intermediación financiera (14,6 %)
- la industria automóvil (10,4 %)
- las telecomunicaciones (6,8 %)
- la industria alimentaria (6,2 %)

Las empresas francesas más importantes en España en los sectores siguientes son:

- Los transportes: Renault, PSA, Alstom, Alcatel división automatización del transporte, Airbus
- El banco: Crédit Agricole, Société Générale, BNP-Paribas
- La distribución: Carrefour, Auchan, Leroy Merlin
- Los seguros: Axa, Macif, Groupama
- Los laboratorios farmacéuticos: Aventis-Sanofi, Pierre Fabre
- Las telecomunicaciones: Orange/France Telecom, Alcatel

La mayoría de las empresas francesas en España han elegido implantarse en las Comunidades Autónomas de Madrid (37,6 %) y de Cataluña (60 %).

Francia es el primer país inversor en la Comunidad de Barcelona: 706 empresas francesas se han implantado allí (Renault, Michelin, Alstom, Chanel...).

Sin embargo, algunas empresas también se implantaron en otras ciudades como Valladolid (Renault), Vigo (PSA) o Sevilla (EADS) por ejemplo. (Mission économique de Madrid, 2009:72,73)

En 2010, casi 2200 empresas francesas son implantadas en España. Procuran más de 400.000 empleos, lo que corresponde a 10,7 % del total de los engendrados por sociedades extranjeras.

En 2008, entre las 30 primeras empresas en España, 5 eran francesas:

Clasificación	Empresa
Nº 9	Carrefour
Nº 11	Peugeot-Citroën
Nº 26	Renault
Nº 29	Orange y Día (grupo Carrefour)

2. ¿PORQUE IMPLANTARSE EN ESPAÑA?

2.1. VENTAJAS

2.1.1. CALIDAD DE VIDA

España es un buen país para vivir y trabajar: la gente es abierta y hay una buena calidad de vida.

Educación

Un extranjero que quiere invertir en España no tendrá problemas para inscribir a sus hijos en una escuela, un colegio o un instituto francés o bilingüe: hay numerosos en las grandes ciudades. En España, por cada 1000 alumnos, hay 90 alumnos extranjeros. En Barcelona por ejemplo se encuentran el “Lycée Européen” o el “Lycée Français”. Hay también algunas de las principales escuelas de comercio de Europa y algunos másteres oficiales donde se inscriben cada año más extranjeros.

Sanidad

En España existe un sistema de sanidad público y privado, los dos son de muy alta calidad. Los especialistas de la salud y la asistencia médica urgente también están muy bien valorados. Los extranjeros se pueden beneficiar de los mismos servicios que los españoles gracias a unos acuerdos de la Seguridad Social entre España y Francia. El Sistema Sanitaria Nacional está financiado automáticamente con los impuestos y por eso, no hay que pagar nada cuando se va al médico general.

Seguridad pública

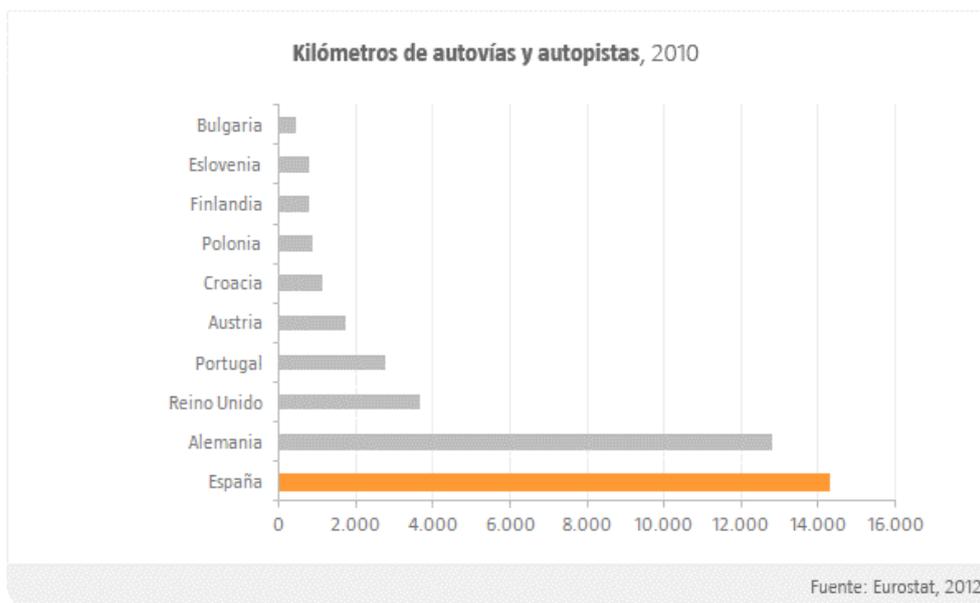
España es uno de los países más seguros y políticamente estables de Europa. En 2009, la tasa de criminalidad estaba de 45,1 delitos por 1000 habitantes, 23 puntos debajo de la media de la Unión Europea.

Clima

España tiene un clima muy agradable con 3000 horas de sol al año. El sur de España tiene uno del mejor clima de Europa. Los inviernos fríos como en Francia casi no existen. Las temperaturas anuales se encuentran entre 2° y 13° en invierno y entre 18° y 27° en verano. Gracias al Clima que tiene España, un sector interesante para invertir es el Turismo.

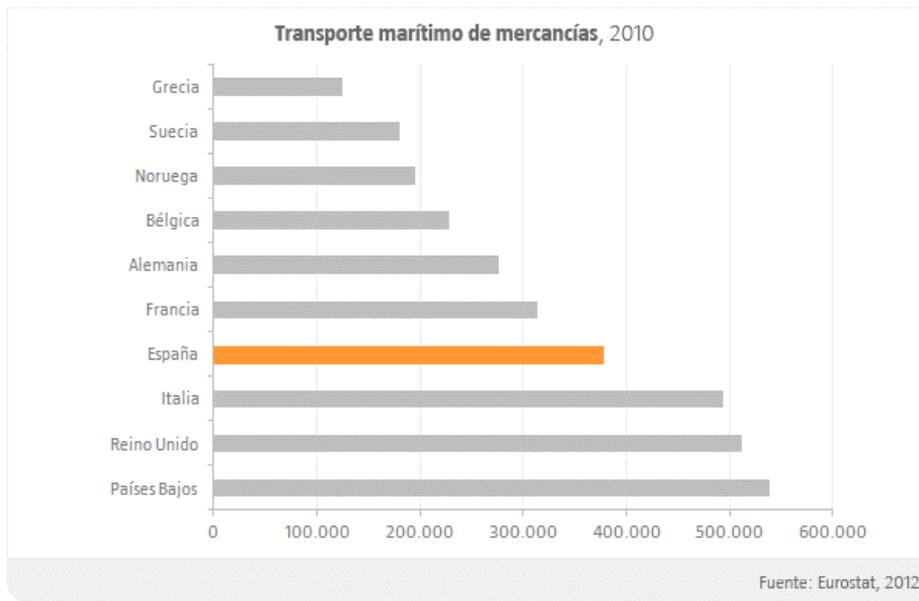
2.1.2. CALIDAD DE LAS INFRAESTRUCTURAS

La calidad de las infraestructuras modernas de España facilita el desarrollo empresarial. La red de autopistas de España es la primera de Europa:



España tiene también importantes aeropuertos, entre los cuales 2 de los 10 más importantes de Europa (Madrid y Barcelona). En total hay 47 aeropuertos con muchas líneas nacionales e internacionales.

El transporte marítimo también es de muy buena calidad, con 46 puertos y dos de los 10 más grandes de Europa (Algeciras y Valencia), lo que permite a España estar en la cuarta posición del transporte marítimo de mercancías:



El Plan Estratégico de Infraestructura y de Transporte (P.E.I.T.):

En julio 2005, para mejorar la competitividad económica de España, el gobierno decidió elaborar el Plan Estratégico de Infraestructura y de Transporte (P.E.I.T.), que está planeado hasta 2020 y era una inversión de 249mil millones de euros. (Mission économique de Madrid, 2009)

2.1.3. RELACIÓN PRIVILEGIADA CON AMÉRICA LATINA

España tiene una relación privilegiada con América latina y eso puede ser una ventaja porque es una puerta para entrar en un nuevo mercado, lo que es más difícil si una empresa se queda en Francia. Esto se explica entre otras cosas por su lengua, su historia y su cultura común.

Gracias al hecho de que España ofreció un crédito de mil millones de euros a los países de América del Sur en 1965, para apoyarlas en su desarrollo, la relación entre España y este continente ha cambiado. Desde esta fecha, España exporta más hacia América del Sur y algunos acuerdos bilaterales también han sido firmados. (Enrique Couceiro Nuñez, 1967:1123,1124)

Hoy, las tendencias se han invertido. Los países de América Latina registran una tasa de crecimiento muy fuerte del 6 % en 2010 contra 1,7% para los países de Europa. El crecimiento rápido de los países de América Latina es una ventaja para España. Las empresas españolas han invertido 100 mil millones de euros en América Latina durante los 15 últimos años.

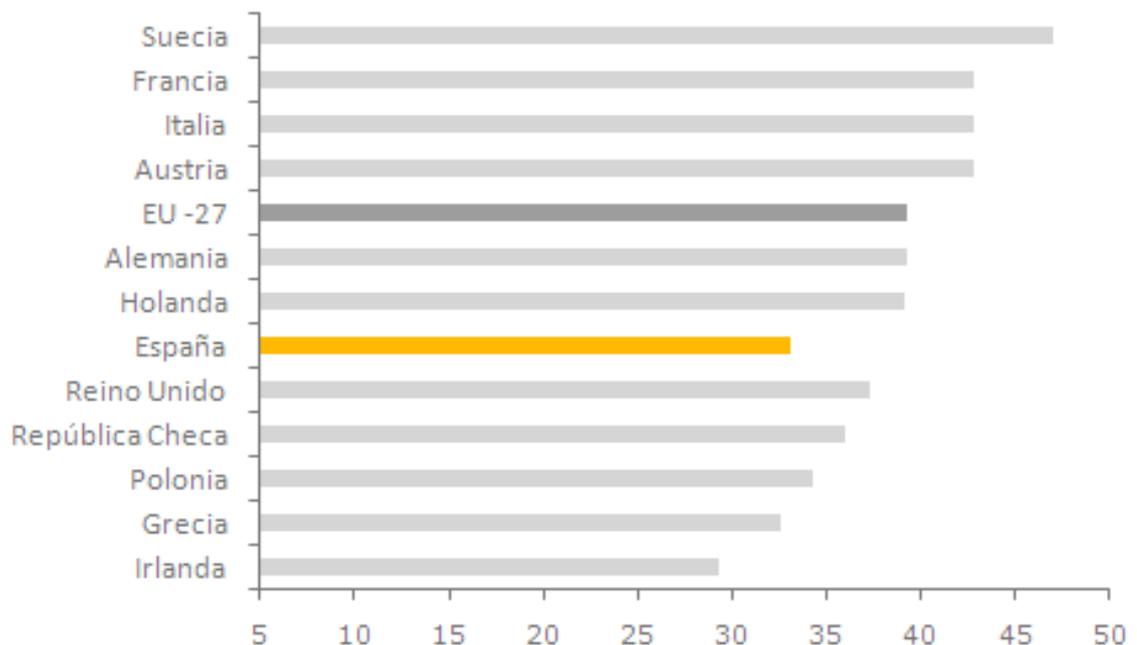
«L'Amérique latine va croître très rapidement. Les pays bien implantés sur le continent seront les premiers à en bénéficier.»(Mathieu de Taillac, 2010)

América Latina va crecer muy rápidamente. Los países bien implantados sobre el continente sur-americano serán los primeros en beneficiarse de este crecimiento.

2.1.4. FISCALIDAD ESPAÑOLA

La presión fiscal española es más ventajosa que en Francia y se encuentra por debajo de la media de la Unión Europea.

Presión fiscal medida como porcentaje de impuestos y seguridad social sobre el P.I.B. (2008)



Fuente: Taxation Trends in the European Union

2.1.5. CRISIS: UNA OPORTUNIDAD PARA EMPRENDER

El hecho de que la crisis en España es muy fuerte, presenta inconvenientes, pero puede también ser una ventaja para los inversores por varias razones, lo que han confirmado algunos economistas.

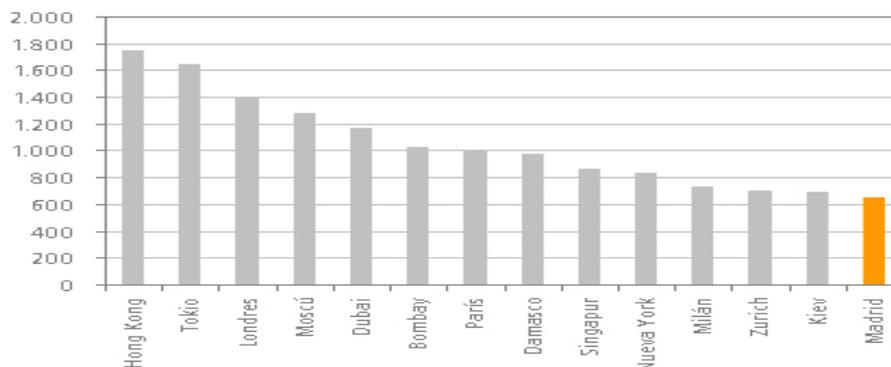
Crecimiento después de la crisis

Después de cada crisis hay un periodo de crecimiento. De hecho, si una empresa se crea y consigue sobrevivir durante una crisis, seguramente después, estará más fuerte y tendrá la ventaja de ya estar lanzada y de tener un adelanto sobre las otras. Sus resultados solo pueden ser mejores después de la crisis. Además, la falta de dinero ayuda a la creatividad.

Baja de los precios

Durante una crisis, los precios suelen bajar para que la gente siga comprando. Si alguien quiere crear su empresa, puede comprar equipamientos de las empresas que han quebrado, que los venden más baratos. El precio del inmobiliario baja también, lo que es una ventaja si hay que comprar o alquilar un local para su empresa. El alquiler de una oficina en España es mucho más barata que la media europea. El marketing también sale más barato y entonces cuesta menos hacer publicidad para su empresa o sus productos. Lo más importante es el precio de la mano de obra, que es más barata.

Coste de utilización de una oficina (€/año y m²), 2009



Fuente: Cushman & Wakefield

Mucha gente busca trabajo

El paro está muy elevado, especialmente en España y por eso es más fácil encontrar los mejores empleados. Las empresas tienen un gran número de personas cualificadas donde elegir a sus empleados. Además, los empleados están mucho más motivados porque no quieren perder su trabajo por la escasez del mismo. Serán pues, menos exigente con el sueldo, y aceptarán un sueldo más bajo que lo que podrían recibir en tiempo normal con su educación. También, se puede encontrar socios cualificados muy motivados para emprender algún negocio, que posiblemente tengan mucha experiencia y hayan sido despedidos de empresas donde trabajaban durante años. Por ejemplo Michael Bloomberg ha creado Bloomberg después de que le hubieran despedido de Salomon Brother o Tom Stemberg ha creado Staples después de que le hubieran despedido de un supermercado.

Competencia menos fuerte

Cuando el mercado está creciendo, hay oportunidades pero también mucha competencia. En tiempo de crisis, numerosas empresas han cerrado y por eso hay menos competencia. Se puede tener más parte de mercado. Además, las empresas competentes no desconfían de la competencia porque tienen que ocuparse ya de sus problemas. Nuevos mercados se desarrollan durante las crisis, como por ejemplo lo de low cost; la gente no tiene mucho dinero y busca una buena relación entre la calidad y el precio. Una idea también sería crear una empresa que ayude a reducir los costes de las empresas.

Ayudas del Estado

El estado propone ayudas fiscales para las empresas durante una crisis, especialmente las que empiezan, porque quieren mejorar la economía de su país. En España por ejemplo se han bajado los Impuestos sobre las Sociedades para las pymes durante tres ejercicios (de cinco puntos).

Ejemplos

Grandes grupos han sido creados durante las crisis: Apple y Microsoft por ejemplo han empezado en los años 70, cuando había los choques petroleros. De hecho, la mitad de las empresas del índice Dow John han sido creadas durante una crisis (Disney, Mc Donald, General Electric etc.)

2.1.6. CERCANÍA CON ÁFRICA DEL NORTE

España, y especialmente Andalucía está muy cerca de África del Norte y más precisamente de Marruecos. Eso es una ventaja para las empresas francesas porque en el Magreb se habla francés. Una empresa francesa tendrá una posición estratégica si se implanta en Andalucía por su cercanía con Marruecos porque va a ser más fácil y menos caro trabajar con Marruecos que si se queda en Francia.

Las Islas Canarias, Andalucía, Ceuta y Melilla están muy cerca de Marruecos. Gracias a esta situación, España y Marruecos han creado lazos económicos y políticos. En 2003, España era el primer inversor en Marruecos con 12% de sus inversiones brutas. Los sectores concernidos más importantes son el tabaco, la industria agroalimentaria y las telecomunicaciones. (Mission économique de Madrid, 2005:37)

Marruecos es un país con potencial económico. El Fondo Monetario Internacional anuncia una tasa de crecimiento fuerte para Marruecos para 2013. El Producto Interior Bruto tendría que aumentar de 4,3% en 2013. El problema es que el futuro de la situación política del país no es cierto.

2.2. INCONVENIENTES

2.2.1. CRISIS FUERTE EN ESPAÑA

España y Grecia son los dos países más afectados por la crisis y eso representa un riesgo muy importante para una empresa que se implanta en el país. En Marzo 2012, el país cayó en recesión por segunda vez desde el 2009. La tasa de desempleo es la más

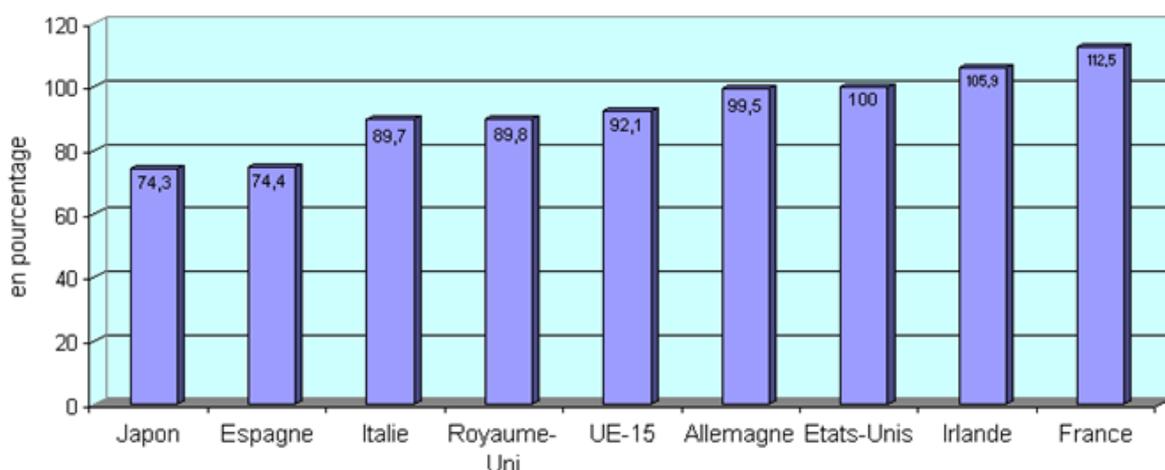
alta de los países europeos y la deuda pública es enorme porque representa 80% del Producto Interior Bruto. A causa de la burbuja inmobiliaria que explotó en 2008, los bancos están en una muy mala situación: en las cuentas de los bancos españoles se encuentran 184 mil millones de euros de activos en riesgo. La crisis se puede explicar por varias razones como la productividad y la competitividad débil del país. España no invierte bastante en la Investigación y el Desarrollo y utiliza poco las tecnologías avanzadas en comparación con los otros países de Europa. Hay muchos problemas estructurales en la economía española y la crisis mundial ha influido mucho sobre el país. A consecuencia, las inversiones francesas son importantes en España pero los flujos netos de Inversiones Directas al Extranjero bajaron de 91% en el primer semestre de 2009, lo que hizo de España el octavo receptor de inversiones francesas.

2.2.2. PRODUCTIVIDAD DÉBIL DE LA MANO DE OBRA

La productividad horaria de la mano de obra en España es inferior a la media europea.

En este grafico se puede ver que España en 2004 tenía una de la peor productividad horaria de Europa, al contrario que Francia que tenía una de las mejores.

Productividad horaria - 2004



Fuente: Sénat

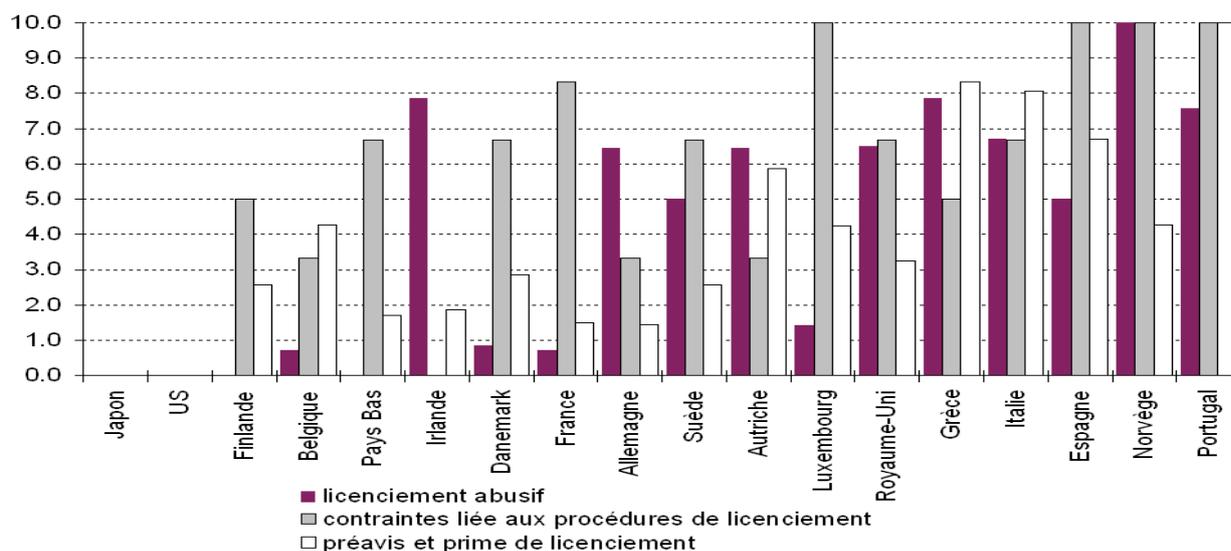
El crecimiento de la productividad española es aún bastante débil: +0,1 % en 2006 contra +1,4 % para la zona euro. Una explicación de esto puede ser la inadecuación del sistema educativo español con lo que piden las empresas. (Mission économique de Madrid, 2009:41)

2.2.3. ALTA INDEMNIZACIÓN POR DESPIDO

Las indemnizaciones de despido son muy altas en España. Es uno de los países que tiene más obligaciones referentes al despido individual de empleados. Sus primas de despido también son muy altas, al contrario que Francia.

Antigüedad	Indemnización en España	Indemnización en Francia
≥ 6 meses	10 días (de sueldo)	0 días (de sueldo)
≥ 9 meses	15 días	0 días
≥ 1 año	20 días	0,2 meses (ap. 6 días)
≥ 2 años	40 días	0,4 meses (ap. 12 días)
≥ 4 años	80 días	0,8 meses (ap. 24 días)
≥ 5 años	100 días	1 mes (ap. 30 días)
≥ 10 años	200 días	2 meses (ap. 60 días)
≥ 20 años	360 días	5,33 meses (ap. 160 días)

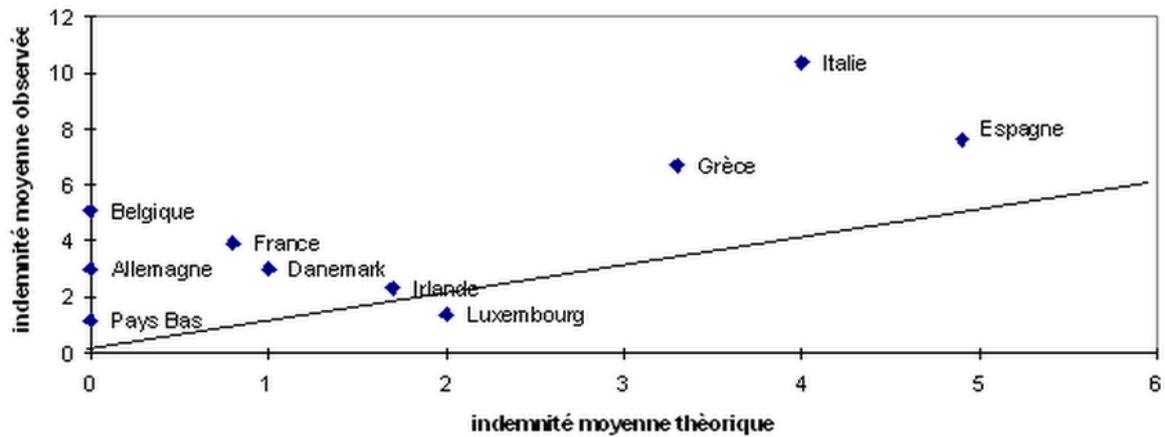
Obligaciones en materia de despidos individuales



Fuente: Sénat

Como se puede ver en ese gráfico, en teoría, España tiene las indemnizaciones medias más altas de Europa.

Comparación de las indemnizaciones medias teóricas y efectivas:



Fuente: Sénat

Sin embargo, el gobierno hizo una reforma con la que pretendía bajar las indemnizaciones de despido. Hasta ahora, un empleado víctima de un despido abusivo recibía una indemnización de 45 días de salarios por año trabajado. Después de la reforma, esta indemnización no será más de 33 días de salarios por año trabajado. Además, las indemnizaciones de despidos ya no podrán sobrepasar dos años de salarios (contra tres años y medio hasta ahora).

2.2.4. LAS 17 COMUNIDADES

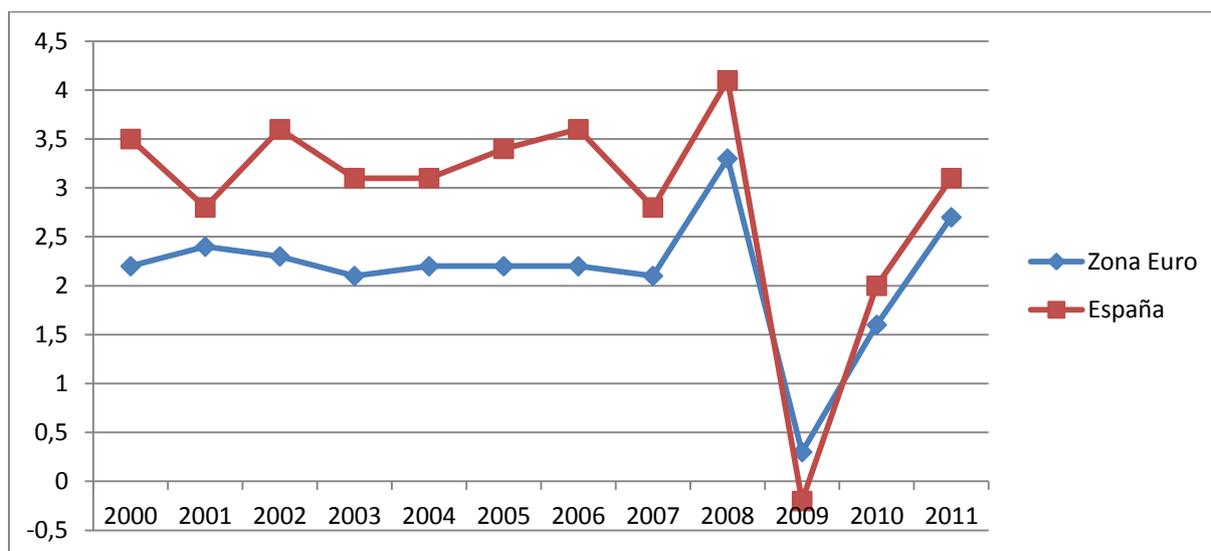
Otra cosa que hay que considerar a la hora de su implantación en España es el hecho de que España no es un país tan centralizado como Francia. Se compone de 17 comunidades autónomas y de dos ciudades autónomas en África (Ceuta Y Melilla). Cada Comunidad tiene su cultura específica e incluso a veces su idioma (el Catalán en Cataluña por ejemplo). En Francia, los idiomas regionales casi ya no existen pero es diferente en España. Estos idiomas se usen en la vida corriente pero también en la vida profesional. Además, son reconocidos como idiomas oficiales. Antes de implantarse, es importante tener conciencia de esta diversidad cultural y de tomar en consideración las particulares de cada comunidad. (Mission économique de Madrid, 2009:28)

El hecho de que hay 17 comunidades es un inconveniente porque cada una tiene leyes y normas diferentes, lo que puede complicar la implantación y los negocios.

2.2.5. INFLACIÓN

La tasa de inflación en España es más alta que la media de los países de la zona Euro. Es un problema para la economía española. De 1992 a 2008, el índice de los precios al consumo casi siempre estuvo por encima del 3%. La inflación en España tenía un diferencial en general superior a un punto con la zona euro. Esta diferencia entre la tasa de inflación española (4,5% en septiembre 2008) y la zona Euro perjudica a la competitividad de España en comparación a los otros países de Europa. También hace que las exportaciones sean más difíciles. (Mission économique de Madrid, 2009:39)

Tasa media de inflación en la zona Euro y en España



Fuente: Eurostat, 2012

En abril del 2011, la tasa de inflación era muy fuerte, con 3,5%. Es la tasa más alta desde octubre del 2008. Sin embargo, la inflación en España está mejorando este año. En febrero del 2012, la inflación ha disminuido un 1,9%.

2.2.6. BAJA DE LA DEMANDA INTERNA

La demanda interna era muy importante para la economía española, gracias al dinamismo del sector de la construcción y el consumo de las familias españolas. Sin embargo, la demanda interna española ha disminuido desde 2005. El consumo de las familias españolas ha bajado: 3,8% del PIB en el primer trimestre de 2007 y 2,9% en el cuarto trimestre de 2007. Por eso, el crecimiento de las inversiones en el sector de la construcción ha disminuido: en 2008, de 6% a 4%. (Mission économique de Madrid, 2009:40)

En 2012, España ha entrado en recesión por segunda vez desde el principio de la crisis en 2008. Según el Instituto Nacional Español, la causa de la recesión es la contribución negativa de la demanda interna, en comparación con la demanda externa. El PIB ha bajado un 0,5% de enero a marzo de 2012, después de casi dos años de aumento.

Sin embargo, la demanda interna está baja en toda Europa porque los precios han subido, las familias ganan menos e incluso muchos pierden su trabajo. Por eso su poder adquisitivo ha bajado. Pero Francia (con Alemania) es uno de los pocos países de Europa donde al principio de 2012, el PIB era positivo (+0,4%), mientras que en España era negativo (-1%).

3. ¿COMO IMPLANTARSE EN ESPAÑA?

Antes de implantarse en España, un empresario debe conocer los procedimientos que conciernen a las empresas en España, que son diferentes de las de Francia.

Si una empresa quiere implantarse en España o en cualquier otro país, tiene que tomar esa decisión en serio y saber que no es fácil pero tampoco imposible. La empresa tiene que estudiar bien el mercado y definir una estrategia adaptada. (Mission économique de Madrid, 2009:77)

3.1. POSIBILIDADES PARA INVERTIR EN ESPAÑA

Un inversor extranjero dispone de varias posibilidades para invertir en España:

- Crear una sociedad española
- Adquirir una o varias empresas españolas: Fusión y Escisión
- Abrir una oficina de representación
- Abrir una sucursal
- Abrir una filial
- Asociarse con otros empresarios instalados en España: Joint-venture
- Invertir sin implantarse en España

PRINCIPALES FORMAS DE IMPLANTACIÓN

Las principales formas de implantación comercial en España son:

- Sociedad Anónima – S.A.
- Sociedad de Responsabilidad Limitada – S.R.L.
- Sociedad de Responsabilidad Limitada, Nueva Empresa – S.L.N.E.
- Sociedad Regular Colectiva – S.R.C.

Las dos formas jurídicas más interesantes para los inversores extranjeros son la S.A. y la S.R.L. (Mission économique de Madrid, 2009:137)

Forma de Sociedad	Forma correspondiente en Francia	Número de socios	Capital (€)
Sociedad Anónima - S.A.	Société Anonyme - S.A.	Mínimo 1 - No Máximo	Mínimo 60 101,21 - No Máximo
Sociedad de Responsabilidad Limitada - S.R.L.	Société Anonyme à Responsabilité Limitée - S.A.R.L.	Mínimo 1 - No Máximo	Mínimo 3005,06 - No Máximo
Sociedad de Responsabilidad Limitada, Nueva Empresa - S.L.N.E.	S.A.R.L. Nouvelle entreprise	Mínimo 1 - Máximo 5	Mínimo 3012 - Máximo 120 202
Sociedad Regular Colectiva - S.R.C.	Société en Nom Collectif - S.N.C.	Mínimo 2 - No Máximo	No Mínimo - No Máximo

ADQUISICIÓN DE UNA O VARIAS EMPRESAS ESPAÑOLAS: FUSIÓN Y ESCISIÓN

Una fusión significa la unión de una o varias sociedades para formar solo una.

Hay dos maneras de fusionar:

- Fusión absorción: transferencia del activo y del pasivo de una empresa a otra que ya existe.
- Fusión creación: transferencia del activo y del pasivo de dos o más sociedades que ya existen para formar una nueva.

En el caso de una escisión, la sociedad española desaparece: la totalidad de su patrimonio social es transmitido a la sociedad francesa. (Mission économique de Madrid, 2005:110-114)

OFICINA DE REPRESENTACIÓN

Antes de crear una sucursal o una filial, puede ser interesante abrir una oficina de representación junto con la presencia en España de agentes comerciales independientes como por ejemplo para la promoción de los productos. La oficina de representación no está considerada como una sucursal si no dispone de una autonomía efectiva de gestión.

Para abrir una oficina de representación, no hace falta gestiones administrativas particulares. (Mission économique de Madrid, 2009:79)

Esta oficina no tiene personalidad jurídica propia y sus actividades están limitadas. Va a permitir conocer contactos, hacer publicidad, tener información sobre el mercado pero no puede hacer ninguna actividad económica. Tiene una actividad de colaboración y de coordinación. Es la sociedad matriz en Francia que es responsable de las deudas de la oficina de representación.

SUCURSAL

Para una sucursal, no hace falta un capital mínimo social. La empresa matriz decide el capital que quiere atribuir a su sucursal. No tiene una personalidad moral independiente. (Mission économique de Madrid, 2009:136)

En el caso de una sucursal, las actividades de la sociedad matriz se desarrollan a través de un establecimiento con una representación permanente, que tiene cierta autonomía de gestión. Es un establecimiento secundario, unido al establecimiento principal del punto de vista jurídico y financiero. Sin embargo, la sucursal es independiente administrativamente. Tiene sus propias instalaciones, organización... La sucursal es responsable de las deudas del establecimiento principal y viceversa.

FILIAL

La filial española de una empresa extranjera debe tomar la forma jurídica de una sociedad de derecho español. Es una persona jurídica independiente de la empresa matriz. Su capital mínimo debe corresponder a las reglas establecidas para esta sociedad. (Mission économique de Madrid, 2009:136)

Una filial puede explotar una actividad económica con su propio capital. El capital mínimo es de 3000€ para una Sociedad Limitada y de 60 000€ para una Sociedad Anónima.

FORMA DE COOPERACIÓN ENTRE EMPRESAS: JOINT-VENTURE

Un inversor puede asociarse con una empresa ya implantada en España. La forma de cooperación entre empresas francesas y españolas más frecuente es la joint-venture. Existen diferentes formas de joint-ventures en la reglamentación española pero la más utilizada es la Unión temporal de empresas. Es un sistema de colaboración entre empresarios (personas físicas o morales, españolas o extranjeras). Se usa para actividades de duración determinada cortas o más largas pero siempre de menos 10 años. La Unión temporal de empresas no tiene personalidad moral pero funciona como una empresa autónoma. Esta forma de colaboración se usa mucho por las empresas de construcción para la realización de grandes obras. (Mission économique de Madrid, 2009:139)

Las otras formas de joint-venture son por ejemplo la Agrupación de Interés Económico (A.I.E.) o la Agrupación Europea de Interés Económico (A.E.I.E.). La joint-venture permite compartir los riesgos y compartir recursos y experiencia.

INVERSIÓN SIN IMPLANTARSE

Sin embargo, para invertir en España, no es obligatorio implantarse físicamente en España o asociarse. También existen otras posibilidades:

- Acuerdos de distribución
- Realizar operaciones a través de una agencia
- Realizar operaciones a través de un comisionista
- Establecer una franquicia

EJEMPLOS

La sociedad francesa de producción y venta de productos electrónicos, Archos, ha creado en 2011 una filial en España: Archos Tecnología España.

La sociedad de Seguros francesa Predica, ha creado una sucursal en España en 1997: Predica Espagne.

En 2012 tuvo lugar la fusión de la empresa francesa Crédit Mutuel y la empresa española Banco Popular.

3.2. SECTORES PRIVILEGIADOS PARA IMPLANTARSE

Antes de implantarse en España, hay que estudiar el mercado y mirar que sectores son los más interesantes para invertir. A pesar de la fuerte crisis que conoce España, hay sectores interesantes para invertir desde una empresa francesa.

El sector de la biotecnología es muy interesante para invertir. En España, se desarrolla cuatro veces más rápidamente que en el resto de Europa y España es el cuarto contribuidor mundial más importante a la producción de biotecnologías.

España también es un país interesante para los call centers porque la mano de obra es de 30% más barata que en el resto de Europa. Algunos grupos internacionales son presentes en España: Avis, Hewlett-Packard, Citigroup etc.

El sector inmobiliario tiene algunas ventajas sobre sus países vecinos, particularmente en el sector del turismo: en Costa del Sol, Costa de la Luz, Costa Tropical o Costa de Almería por ejemplo. El turismo representa 11% del P.I.B. de España y está en progresión. La tasa de fidelidad de los turistas es muy alta: 6 turistas sobre 8 vuelven a España. España es el primer destino de los turistas franceses y Francia el primer destino de los turistas españoles.

El sector del agua, especialmente del tratamiento de las aguas usadas, también es interesante para invertir porque hay una fuerte falta de agua en España. El gobierno ha lanzado el Plan Agua en el periodo 2006-2015.

El sector aeronáutico es un sector que no sufre tanto de la crisis porque no depende del mercado nacional. Es un sector que crece y además, numerosos proyectos están en curso.

La industria del automóvil es un sector importante donde hay muchas exportaciones. Además, la producción del automóvil española corresponde exactamente a la demanda actual de Europa: coches pequeños que consumen poco. Sin embargo, ha sido tocado bastante por la crisis.

Las energías renovables también representan un sector interesante. El gobierno ha lanzado el Plan de Acción para las Energías Renovables. Hay programas comunes entre Francia y España, por eso es interesante invertir en este sector para una empresa francesa.

Las TIC (tecnologías de la información y de la comunicación) están en desarrollo: por ejemplo la Investigación y el Desarrollo para las tecnologías de la información y de la informática (como el desarrollo de logicales). Tres proyectos importantes fueron lanzados en Barcelona: se llamaron el Triangulo económico de Barcelona.

Otros sectores para invertir son la industria química, farmacéutica y plástica, según el Instituto Español para el Comercio Exterior. O también el medioambiente, el agroalimentario, el transporte y la logística.

Los sectores a evitar para las empresas francesas son el textil y la agricultura.

3.3. ZONAS PRIVILEGIADAS PARA IMPLANTARSE

España está constituida por 17 comunidades autónomas diferentes las unas de las otras por su mentalidad y su tipo de contribución a la economía española. Para implantarse, hay que elegir bien la zona de implantación, en función del producto, del tipo de empresa pero también de otros criterios. Las regiones privilegiadas son las siguientes:

MADRID

Es preferible tener la sede o filiales en Madrid o en Barcelona al ser las capitales más importantes de España.

CATALUÑA

Cataluña es una comunidad muy rica, que contribuye a más del cuarto del Producto Interior Bruto de España. Además, está situado muy cerca de Francia, lo que puede ser una ventaja para las empresas francesas. Las exportaciones en Barcelona son muy importantes y aumentan.

PAÍS VASCO

El País Vasco es la región más rica de España. Su Producto Interior Bruto es de 32 133€/habitante. Su situación cerca de Francia también es ventajosa.

ANDALUCÍA

La ventaja de invertir en una región menos rica es el hecho que se puede recibir ayudas de la unión europea, gracias al FEDER (Fondo Europeo de Desarrollo Regional). Andalucía es interesante por el turismo.

También hay que tener en cuenta las zonas francas, como por ejemplo Cádiz.

3.4. AYUDAS

Los empresarios franceses que deciden invertir en España pueden pedir ayudas de la Unión Europea, del gobierno español pero también de las diferentes comunidades autónomas, de las municipalidades o de organizaciones.

EUROPEAS

La Unión Europea ofrece ayudas financieras a los países con menor índice de riqueza o de desarrollo. España recibe casi todas estas ayudas.

El Banco europeo de Inversión por ejemplo propone ayudas al desarrollo de las pymes, a la mejora de la competitividad industrial de la Unión Europea gracias a incentivos para las regiones más pobres de los países.

Los Fondos estructurales pretenden reducir las desigualdades entre las diferentes regiones de la Unión Europea con la financiación de iniciativas públicas y privadas.

NACIONALES

Las administraciones locales, las agencias de desarrollo y de promoción económica internacional de las regiones ayudan a la creación de empresa y al desarrollo de las empresas en España.

En 2006 fue creada la Agencia española Interés, que favorece la atracción de las inversiones extranjeras en España. (Mission économique de Madrid, 2009:31,32) Interés Invest in Spain es una organización gubernamental que depende de los ministerios de la economía y del comercio. Es la más importante de España. Ayuda a las empresas extranjeras a realizar sus proyectos de implantación o desarrollo de sus actividades en España.

REGIONALES

Algunas comunidades autónomas también proponen ayudas financieras como subvenciones, por ejemplo para promover el desarrollo de las actividades industriales en su región.

- **Andalucía:** en Linares, Carolina, Andujar, Bailén, Allí Guarroman
- **País Vasco:** subvenciones pagadas a las nuevas empresas, en particular a las pymes del sector servicios.
- **Galicia:** préstamos a tasas reducidas para las empresas que se implantan en esta comunidad.

INSTITUCIONES

Numerosas instituciones también están en la disposición de los empresarios para ayudarles a crear su empresa en España.

En Francia:

- Cámara de comercio franco-española en París (abogados a disposición)
- Servicio económico de la embajada de España en París (da informaciones para la creación de empresa en España)
- Mission économique de Madrid (acompaña a las empresas francesas en su desarrollo para la exportación)
- CCI internacional Nord-Pas-de-Calais (acompaña a las empresas al internacional)

En España:

- Cámara de comercio francesa en España (ayudas para la creación de empresa, los estudios de mercado etc.)
- Consulado general de Francia (ayuda al estudio de mercado)
- Servicio de Apoyo a la creación de empresas (da información y apoyo para crear una empresa, se encuentra en 50 municipalidades)

4. CASO PRÁCTICO: GRUPO MEDIAPOST

Para el caso práctico de mi trabajo, he elegido el Grupo Mediapost. He buscado empresas francesas que están implantadas en España en Internet. He encontrado varias empresas grandes como Carrefour, Leroy Merlin, Auchan etc pero también algunas más pequeñas y menos famosas como Mediapost. Mandé un email a cada una de estas empresas para preguntar si me podían dar información sobre su implantación en España. Muy pocas empresas han respondido y entre las que me han respondido, todas excepto Mediapost me han dicho que toda la información se encuentra en la página web de la empresa y que el resto es confidencial. Sin embargo, en las páginas webs no había informaciones específicas sobre su implantación en España. Mediapost fue el único que me contestó favorablemente. Frederic Porte, el Responsable de Territorios y Recursos me propuso llamarle para preguntarle la información que necesitaba. No podía darme informaciones escritas por lo que preparé una lista de preguntas relacionadas con la primera parte de mi trabajo y le llamé dos veces para preguntarle. He intentado ordenar la información en esta parte de mi trabajo, añadiendo información que he encontrado en diferentes fuentes.

4.1. PRESENTACIÓN DEL GRUPO MEDIAPOST

4.1.1. FICHA DE IDENTIDAD

Mediapost es una empresa francesa especializada en el marketing relacional. Es una filial de La Poste, el principal operador francés encargado del reparto del correo. Mediapost es el primer operador de distribución de impresos publicitarios en Francia, experto en geomarketing. La empresa está presente en cuatro países: Francia, Rumania, Portugal y España. Su sede está en Montrouge y su sede administrativa en Lyon.

Emplea a 13 000 asalariados: 11 500 distribuidores, 464 distribuidores tutores y 175 comerciales. La sociedad distribuye 10 mil millones de objetos (impresos y muestras) al año. Fue creada en 2004. Su forma jurídica es una Sociedad Anónima (S.A.), su capital es de 17 057 159,16 € y su volumen de negocios en 2012 era de 448M€.

4.1.2. HISTORIAL

Mediapost ha sido creado el 1 de enero de 2004 gracias al acercamiento de las actividades de publicidad en los buzones del grupo La Poste, de Delta Difusión y de Médiapost.

El 19 de septiembre de 2008, Mediapost está creado en Portugal gracias a la adquisición del grupo Baam. Llega a ser el primer operador privado de distribución de impresos publicitarios.

El 20 de enero de 2009, Mediapost se crea en España y llega a ser la primera red ibérica de distribución de impresos publicitarios, gracias a la compra de 5 sociedades regionales españolas especializadas en la comunicación directa.

El 23 de marzo de 2009, Mediapost Hit Mail se crea en Rumania con la adquisición del grupo Hit Mail. La nueva sociedad ambiciona desarrollar el mercado del impreso publicitario en Rumania y en los Balcanes.

En Septiembre de 2012, el grupo Mediapost es creado y presidido por Nathalie Andrieux.

4.1.3. ACTIVIDAD

Mediapost es experto en relación con el cliente. Propone a los anunciantes un acompañamiento durante cada etapa de su paso de comunicación:

- Reflexión estratégica y objetivo (estudios geomarketing)
- Elección del medio de comunicación (impreso o correo publicitario, emailing)
- Alquiler de ficheros de direcciones cualificadas
- Prestación de tratamientos de ficheros
- CRM y Business Intelligence

4.1.4. CLIENTES

Mediapost tiene 25 000 clientes, cuyos muchos grandes grupos internacionales.

Por ejemplo:



4.2. MEDIAPOST SPAIN S.L.

Mediapost Spain S.L está presente en toda España y tiene sedes en 12 ciudades españolas: Madrid, Barcelona, Valencia, Murcia, Alicante, Castellón, Málaga, Sevilla, Euskadi, Vigo, En Coruña y Zaragoza.

Mediapost Spain ofrece servicios divididos en 5 actividades interconectadas y complementarias:

- Geodata
- Geobuzon
- Programas Relacionales
- Contact Centre
- Logística relacionale

Tiene 750 empleados y la razón social está en Valdemoro (Madrid). El Director general del grupo Mediapost en España es Ignacio Pi, el fundador de una de las cinco sociedades adquiridas por Mediapost.

Desde su creación, Mediapost Spain es líder de su sector en España, gracias a sus 10 % de cuota de mercado.

Los principales clientes de Mediapost en España son Carrefour, Ikea, Leroy Merlin, Continental, Hertz, Conforama, Seur, Telepizza, Eroski, BlackBerry, Repsol etc.

“Nous travaillons pour les mêmes clients qu’en France. Grâce au fait d’être présents dans plusieurs pays, nous pouvons répondre à des appels d’offres internationaux, ce qui n’est pas le cas si l’on est présent dans un seul pays. Nous travaillons beaucoup pour Ikea et Carrefour.” (Frederic Porte, Responsable de Territorios y Recursos, 2012)

Trabajamos para los mismos clientes que en Francia. Gracias al hecho de estar presente en varios países, podemos responder a licitaciones internacionales, lo que no se puede si estamos solo en un país. Trabajamos mucho para Ikea y Carrefour.

4.3. LA IMPLANTACIÓN EN ESPAÑA

“En Espagne, la PNA représente environ 400 messages par foyer et par an, contre 700 en France. Il y a donc un potentiel énorme que nous avons souhaité exploiter grâce à l’acquisition de sociétés spécialisées qui ont une excellente connaissance des spécificités de leur marché. Nous espérons pouvoir lever l’un des principaux freins au développement de la communication non adressée en Espagne et au Portugal qui réside dans l’atomisation de l’offre. Auparavant, un annonceur qui souhaitait réaliser une campagne nationale devait signer avec cinq prestataires différents. Désormais, nous proposons un interlocuteur unique pour une mise en place plus facile et rapide des opérations.” (Nathalie Andrieux, Directora general de Mediapost, 2009)

En España, la publicidad no dirigida representa cerca de 400 mensajes por hogar y por año, frente a 700 en Francia. Entonces hay un potencial enorme que deseamos explotar gracias a la adquisición de sociedades especializadas que tienen un conocimiento excelente de las especificidades de su mercado. Esperamos poder levantar uno de los principales frenos al desarrollo de la comunicación no dirigida en España y en Portugal que reside en la atomización de la oferta. Antes, un anunciador que deseaba realizar una campaña nacional debía firmar con cinco prestatarios diferentes. A partir de ahora, proponemos un interlocutor único para una aplicación más fácil y rápida de las operaciones.

4.2.1. ESTRATÉGICA DE IMPLANTACIÓN

Mediapost adquirió 5 sociedades regionales españolas de marketing directo:

- Actea (Madrid)
- Galanta (Madrid)
- Aaron (Murcia, Valencia, Alicante)
- Publired (Barcelona)
- Ago (Madrid, Málaga)

“Les entreprises que nous avons rachetés étaient des entreprises complémentaires et leader sur le marché. Aujourd’hui, nous avons les mêmes concurrents que lors de notre implantation. Nous sommes leader du fait que nous sommes multicanaux, pas comme en France. Nous avons des concurrents multiples.” (Frederic Porte, Responsable de Territorios y Recursos, 2012)

Las empresas que compramos eran unas empresas complementarias y líderes sobre el mercado. Hoy, tenemos los mismos competidores que en el momento de nuestra implantación. Somos líder del hecho de que somos multicanales, no como en Francia. Tenemos competidores múltiples.

“Nous avons cherché le ranking des 5000 plus grosses entreprises espagnoles. Nous avons regardé où elles sont implantées et nous avons choisi les 10 ou 12 premières villes où les entreprises sont présentes pour nous implanter.” (Frederic Porte, Responsable de Territorios y Recursos, 2012)

Hemos buscado el ranking de las 5000 empresas españolas las más grandes. Hemos mirado donde están implantadas y hemos elegido las 10 o 12 primeras ciudades donde las empresas son presentes para implantarnos.

“Geopost est une entreprise française de transport de colis... Elle est présente en Espagne à travers Secur. C’est un leader dans le domaine du transport. Nous avons un contact de Secur qui nous a aidé pour notre implantation en Espagne.” (Frederic Porte, Responsable de Territorios y Recursos, 2012)

Geopost es una empresa francesa de transporte de paquete... Es presente en España a través de Seur. Es un líder en el dominio del transporte. Teníamos un contacto de Seur que nos ayudó para nuestra implantación en España.

“Notre implantation a durée 3 ans. Nous avons commencé les négociations en 2008, fait les achats en 2009 et la première fusion a eu lieu en 2010.” (Frederic Porte, Responsable de Territorios y Recursos, 2012)

Nuestra implantación duró 3 años. Comenzamos las negociaciones en 2008, hemos hecho la compra en 2009 y la primera fusión se efectuó en 2010.

4.2.2. RAZONES DE LA IMPLANTACIÓN

“Nous avons choisi de nous implanter en Espagne car à l’époque le pays a connu une très forte croissance et il y avait beaucoup d’implantations françaises en Espagne.” (Frederic Porte, Responsable de Territorios y Recursos, 2012)

Hemos elegido implantarnos en España porque en esta época el país conoció un crecimiento muy fuerte y había muchas implantaciones francesas en España.

¿Por qué se han implantado durante la crisis?

“C’est un hasard que nous nous sommes implantés en plein pendant la crise. Il y a à peine 5 ans, on parlait d’Eldorado espagnol, du modèle Allemand du Sud. L’Espagne a connu une forte croissance.” (Frederic Porte, Responsable de Territorios y Recursos, 2012)

Es una casualidad que nos implantamos durante la crisis. Hace apenas 5 años, hablábamos de El Dorado español, del modelo alemán del Sur. España conoció un crecimiento fuerte.

¿Por qué se han implantado en Portugal antes que en España?

“C’est une question d’opportunité de négociations. Tous les dossiers d’internationalisation ont été lancés en même temps. Mais au Portugal ils ont répondu avant. Nous avons 5 négociations en Espagne donc ça a pris plus de temps.” (Frederic Porte, Responsable de Territorios y Recursos, 2012)

Es una cuestión de oportunidad de negociaciones. Todos los expedientes de internacionalización han sido lanzados al mismo tiempo. Pero en Portugal respondieron antes. Teníamos 5 negociaciones en España entonces necesitábamos más tiempo.

4.2.3. VENTAJAS

“Le marché espagnol est moins mature que le marché français. Un boom économique a eu lieu en France. Le potentiel de croissance est moins important. Il y a plus de potentiel en Espagne.” (Frederic Porte, Responsable de Territorios y Recursos, 2012)

El mercado español es menos maduro que el mercado francés. Un boom económico ha tenido lugar en Francia. El potencial de crecimiento es menos importante. Hay más potencial en España.

“Un avantage de la crise est le fait qu’elle peut nous aider à “nettoyer le marché” ; les plus faibles ne survivent pas. C’est une opportunité pour remporter des parts de marchés plus importantes. Si on est déjà fort avant la crise, on sera encore plus fort après.” (Frederic Porte, Responsable de Territorios y Recursos, 2012)

Una ventaja de la crisis es el hecho de que puede ayudarnos a "limpiar el mercado"; los más débiles no sobreviven. Es una oportunidad para llevarse cuotas de mercado más importantes. Si ya estamos fuertes antes de la crisis, estaremos todavía más fuertes después.

“Les infrastructures en Espagne sont excellentes grâce aux subventions qu’elle a reçu de l’Union Européenne. Elles sont même trop développées. L’Espagne a le premier

réseau de ligne de TGV européen, des aéroports énormes, suréquipés... Ils sont prêts pour les dix prochaines années. A Madrid par exemple il y a 4 périphériques. Il y a de nombreuses autoroutes, gratuites en plus.” (Frederic Porte, Responsable de Territorios y Recursos, 2012)

Las infraestructuras en España son excelentes gracias a las subvenciones que recibió de la Unión Europea. Incluso son demasiado desarrolladas. España tiene la primera red de línea de AVE europeo, aeropuertos enormes y sobre equipados... Están listos por los diez próximos años. En Madrid por ejemplo hay 4 periféricos. Hay numerosas autopistas, gratuitas además.

“Le prix de marché est plus avantageux qu’en France mais pour nous ce n’est pas très important car on travaille au niveau local.” (Frederic Porte, Responsable de Territorios y Recursos, 2012)

El precio del mercado es más ventajoso que en Francia pero para nosotros no es muy importante porque trabajamos a un nivel local.

“La qualité de vie est mieux qu’en France. Le décalage entre le salaire et le niveau de vie est moins élevé qu’en France. En Espagne par exemple, il est possible de vivre dans des grandes villes comme Madrid alors qu’en France il est devenu presque impossible de vivre à Paris.” (Frederic Porte, Responsable de Territorios y Recursos, 2012)

La calidad de vida es mejor que en Francia. La diferencia entre el salario y el nivel de vida es menos elevada que en Francia. En España por ejemplo, es posible vivir en grandes ciudades como Madrid mientras que en Francia se volvió casi imposible vivir en París.

“Les salaires des ouvriers sont beaucoup moins élevés qu’en France, avec un Smic à 800 euros en Espagne et 1300 euros en France. Mais la différence n’est pas aussi élevée concernant les salaires des cadres.” (Frederic Porte, Responsable de Territorios y Recursos, 2012)

Los salarios de los obreros son mucho menos elevados que en Francia, con un salario mínimo de 800 euros en España y de 1300 euros en Francia. Pero la diferencia no es tan elevada para los salarios de los ejecutivos.

“La fiscalité pour les entreprises est plus avantageuse en Espagne mais il y a eu des augmentations.” (Frederic Porte, Responsable de Territorios y Recursos, 2012)

La fiscalidad para las empresas es más ventajosa en España pero hubo unos aumentos.

4.2.4. INCONVENIENTES/DIFICULDADES

“La crise est très forte en Espagne. C’est la plus grande difficulté. Ça ne remet pas en cause notre implantation mais ça ralentie les ventes. Nous avons lancé un nouveau modèle de marketing : le marketing relationnel. Mais à cause de la crise, c’est difficile de vendre.” (Frederic Porte, Responsable de Territorios y Recursos, 2012)

La crisis está muy fuerte en España. Es la dificultad la más grande. No cuestiona nuestra implantación pero frena las ventas. Hemos lanzado un nuevo modelo de marketing: el marketing relacional. Pero a cause de la crisis, es difícil vender.

“Le plus dur à gérer lors de l’implantation c’est la différence de culture. L’intégration culturelle est un défi. Je suis le seul français en Espagne. Il y a des actionnaires espagnols. Il faut savoir travailler ensemble. La différence de culture est une source de conflits. C’est la première source d’échecs. C’est très important de s’intégrer culturellement. La non-compréhension à cause de la langue entre-autres.” (Frederic Porte, Responsable de Territorios y Recursos, 2012)

El más difícil a gestionar durante la implantación es la diferencia de cultura. La integración cultural es un desafío. Soy el único francés en España. Hay unos accionistas españoles. Hay que saber trabajar juntos. La diferencia de cultura es una fuente de conflictos. Es la primera fuente de fracasos. Es muy importante integrarse culturalmente. La no comprensión a causa de la lengua entra otros.

“L’Espagne est très décentralisée. C’est un problème car il y a des gouvernements pour chaque communauté autonome. Chacune a ses règles. L’exemple le plus flagrant est la Catalogne : la langue officielle est le Catalan, c’est la première langue enseignée à l’école. Pour nous ça n’a pas trop posé de problèmes car nous sommes une entreprise centralisée.” (Frederic Porte, Responsable de Territorios y Recursos, 2012)

España es muy descentralizada. Es un problema porque hay gobiernos para cada comunidad autónoma. Cada una tiene sus reglas. El ejemplo más flagrante es lo de Cataluña: la lengua oficial es el catalán, es la primera lengua enseñada en la escuela. Para nosotros esto no es un problema demasiado grande porque somos una empresa centralizada...

“En Espagne il est plus facile de licencier mais ça coute très cher (45 jours par année d’ancienneté avant et 33 jours maintenant). En France, pour licencier quelqu’un qui est en C.D.I., il faut qu’il ait commis une faute grave ou qu’il y ait un plan social.” (Frederic Porte, Responsable de Territorios y Recursos, 2012)

En España es más fácil despedir pero es muy caro (45 días por año de antigüedad antes y 33 días ahora). En Francia, para despedir a alguien que tiene un contrato indefinido, hace falta que ha cometido una falta grave o que hay un plan social.

“Il n’y a pas de flexibilité en Espagne, pas de modulation du temps de travail. L’Espagne a essayé de réformer les droits du travail avec Zapatero, puis avec Rajoy, mais ce n’est pas comme en France.” (Frederic Porte, Responsable de Territorios y Recursos, 2012)

No hay flexibilidad en España, ninguna modulación del tiempo de trabajo. España intentó reformar los derechos laborales con Zapatero, luego con Rajoy, pero no es como en Francia.

4.2.5. OBJECTIVOS

“Nous nous sommes implantés en Espagne pour préparer notre expansion européenne au niveau du marketing.” (Frederic Porte, Responsable de Territorios y Recursos, 2012)

Nos hemos implantado en España para preparar nuestra expansión europea al nivel del marketing.

Esta llegada en el mercado ibérico nos muestra la voluntad del grupo de desarrollarse de manera dirigida a nuevos enlaces de crecimiento para sus actividades de correo y de acompañamiento de sus clientes en su desarrollo al internacional.

Mediapost espera un aumento de 25 % del volumen de negocios de su filial española en los próximos tres años.

¿Pensáis en implantaros en América del Sur luego?

“Pour l’instant ce n’est pas d’actualité. C’est peut-être un plan pour le futur. La culture et la langue sont similaires, sauf au Brésil. Beaucoup de groupes sont présents en Espagne et en Amérique du Sud et pilotent depuis l’Espagne. Repsol par exemple. Nous avons une approche avec une entreprise mexicaine. Nous sommes déjà entré en contact mais c’est en suspens pour l’instant à cause de la crise.” (Frederic Porte, Responsable de Territorios y Recursos, 2012)

Por el momento esto no es de actualidad. Es posiblemente un plan para el futuro. La cultura y la lengua son similares, excepto en Brasil. Muchos grupos están presentes en España y en América del Sur y pilotan desde España. Repsol por ejemplo. Tenemos un enfoque con una empresa mexicana. Ya entramos en contacto pero es en pausa por el momento a causa de la crisis.

CONCLUSIÓN

Francia es el primer socio comercial y el quinto inversor en España: más de 2200 empresas francesas se han implantado en España estos últimos años.

España es uno de los quince primeros países receptores de Inversiones Directas Extranjeras. Sin embargo, la situación económica francesa es mejor que la de España. La tasa de desempleo en España es la más alta de la Unión Europea. La legislación fiscal es más ventajosa que en Francia. A la hora de implantarse en España, hay que tener en cuenta la diferencia de las condiciones de trabajo y de la cultura. El salario mínimo francés es casi el doble del español. Los negocios en España son menos formales que en Francia y las prácticas comerciales varían según la Comunidad Autónoma. Los principales productos de intercambio entre Francia y España son los automóviles. Cinco de las treinta primeras empresas en España son francesas y la mayoría de estas se han implantado en Madrid o Cataluña.

Implantarse en España presenta varias ventajas. La calidad de vida es muy buena y las infraestructuras están muy desarrolladas. Además, España tiene una relación privilegiada con América del Sur, lo que representa una puerta para entrar en un nuevo mercado. La presión fiscal española es más ventajosa que en Francia y se encuentra por debajo de la media de la Unión Europea. La crisis puede ser una oportunidad para emprender. La cercanía de España con África del Norte también puede ser una ventaja para las empresas francesas que se implantan en España.

Sin embargo, implantarse en España presenta también inconvenientes. La crisis y la inflación están muy elevadas en España. El país ha caído dos veces en recesión desde 2008 entre otros motivos porque la demanda interna es muy baja. España es un país descentralizado, lo que puede complicar los negocios. La productividad de la mano de obra es muy débil, por debajo de la media europea, y las indemnizaciones por despido son muy altas.

Existen varias posibilidades para invertir en España. Se puede crear una sociedad (S.A., S.R.L.,...), abrir una filial, una sucursal o una oficina de representación, hacer una fusión, una escisión o un joint-venture con otra sociedad o invertir sin implantarse en el país. Según el producto y el tipo de empresa, hay que elegir la mejor zona para implantarse. Las zonas privilegiadas son Madrid, Cataluña, el País Vasco y Andalucía. Se pueden pedir ayudas para la implantación a la Unión Europea, al Estado, a las Regiones o a instituciones.

Para el caso práctico, he elegido la empresa francesa de marketing relacional Mediapost, que se ha implantado en España en 2009 gracias a la compra de cinco empresas españolas. El Responsable de Territorios y Recursos Frederic Porte me ha confirmado que la calidad de vida es mejor en España, que las infraestructuras son excelentes, que la crisis puede tener algunas ventajas y que la fiscalidad es ventajosa. Me ha dicho también que hay un potencial enorme en España porque el mercado es menos maduro que en Francia. En su opinión, el inconveniente más importante es la diferencia de cultura y la fuerte crisis en España. Me dije que aunque hay ventajas al implantarse en España, el hecho de que la crisis sea tan fuerte es un obstáculo muy importante.

Para concluir, al empezar a escribir mi trabajo, pensaba que podía ser interesante para una empresa francesa implantarse en España. Sin embargo, a medida que he desarrollado mi tesis, me he dado cuenta de que hay ventajas, pero que hay que considerar los inconvenientes, especialmente la situación económica y financiera de España que está pasando por un mal momento. Frederic Porte de Mediapost me ha confirmado esta idea. Por eso, pienso que España fue un país muy interesante para implantarse antes de la crisis pero que ahora es mejor para una empresa francesa esperar una mejora de la situación antes de implantarse en España.

BIBLIOGRAFIA

LIBROS

ENRIQUE COUCEIRO NUÑEZ, (1967), *Présence économique de l'Espagne en Amérique Latine*. Toulouse. Revue Tiers Monde

MISSION ECONOMIQUE DE MADRID, (2005), *S'implanter en Espagne*. Paris. Ubifrance

MISSION ECONOMIQUE DE MADRID, (2009), *L'essentiel d'un marché Espagne*. Paris .Ubifrance

PAGINAS WEB

20minutes.fr/ledirect/877662/espagne-vers-baisse-indemnites-licenciement,2012
acp.banque-

france.fr/fileadmin/user_upload/acp/Agreements_et_autorisations/Procedures_secteur_assurance/Passeport_europeen_assurance/201205-Succursales-d-entreprises-francaises-etablies-dans-EEE.pdf, 2012

acsan-consulting.com/espace-entreprises/agence-nationale-espagne.htm, 2010

ambafrance-es.org/france_espagne/IMG/pdf/FicheEspagne2011VF.pdf, 2011

apce.com/cid16543/comment-s-implanter-en-espagne.html?pid=95, 2011

archoslounge.net/Archos-cree-sa-filiale-espagnole.html, 2011

awex.be/fr-

BE/Infos%20march%C3%A9s%20et%20secteurs/Infosmarch%C3%A9s/Espagne/Pages/Lepaysenbref.aspx, 2011

centreemploi.com/edito/conseils/detail/article/les-principaux-types-de-contrat-de-travail.html, 2011

coeur.ieseg.fr/2012/03/21/europe-faiblesse-de-la-demande-interieure/, 2012

courrierinternational.com/breve/2010/12/14/une-croissance-de-6-en-amerique-latine-en-2010, 2010

creersocieteespagne.com, 2011

diplomatie.gouv.fr/fr/pays-zones-geo/espagne/presentation-de-l-espagne/, 2012

econostrum.info/Mediapost-s-implante-en-Espagne_a592.html, 2009

e-marketing.fr/Breves/Mediapost-s-implante-en-Espagne-27931.htm, 2009

e-marketing.fr/Marketing-Direct/Article/Mediapost-attaque-le-marche-espagnol-29864-1.htm, 2009

enviedentreprendre.com/2009/03/entreprendre-par-temps-de-crise-oui.html, 2009

epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&language=fr&pcode=tsieb060&tableSelection=1&footnotes=yes&labeling=labels&plugin=1, 2012

euractiv.fr/croissance-zone-euro-ue-2010-article, 2011

europarl.europa.eu/sides/getAllAnswers.do?reference=E-2004-0498&language=FR, 2004

extenda.fr/nouvelles/reprise-investissements-et-rangers-espagne-2010.html, 2011

francemondexpress.fr/vue-detail-defaut/n/catalogne-espagne-france-note-de-conjoncture-2011-comparee/, 2012

ilo.org/dyn/eplx/termdisplay.severancePay?p_lang=fr&p_country=ES&p_all_years=Y&p_expandcomments=N, 2011

insee.fr/fr/ffc/tef/tef2012/T12F051/T12F051.pdf, 2012

investinspain.org/icex/cda/controller/interes/0,5464,5322992_6260603_6279011_0,0.html, 2012

journaldunet.com/economie/magazine/dossier/creer-son-entreprise-en-temps-de-crise/20-bonnes-raisons-de-creer-sa-boite-pendant-la-crise.shtml, 2012

lachambre.es/fr/infos-espagne/commerce-exterieur/relations-commerciales-france-espagne.html, 2010

lachambre.es/fr/infos-espagne/economie-et-entreprises/donnees-macroeconomiques.html, 2010

lascifras.blogspot.com.es/2012/01/distribucion-geografica-del-desempleo.html, 2012

lavoixdunord.fr/France_Monde/Breves/2012/01/31/article_le-chomage-au-sommet-dans-la-zone-euro-l.shtml, 2012

lefigaro.fr/conjoncture/2010/05/17/04016-20100517ARTFIG00663-l-espagne-mise-sur-l-amerique-latine.php, 2010

lefigaro.fr/flash-eco/2012/03/13/97002-20120313FILWWW00381-l-inflation-recule-en-espagne-fevrier.php, 2012

lemoci.com/Espagne/14-Modalites-d-implantation.htm?nom_modele=fiches-pays/espagne/modalites-d-implantation&, 2011

lentreprise.lexpress.fr/etapes-creation-entreprise/faire-du-business-en-
espagne_15317.html, 2008

lentreprise.lexpress.fr/smic-et-smic-horaire-les-montants-a-partir-de-
2012_11263.html, 2011

liberation.fr/economie/2012/05/20/l-espagne-banque-pour-sa-bulle_820086, 2012

lopinion.ma/def.asp?codelangue=23&id_info=24837&date_ar=2012-5-3, 2012

maghreb.minutebuzz.com/2012/04/22/croissance-pib-
maroc/#/?&_suid=133865514401502029411365055112, 2012

mediapost.fr, 2011

mediapost-spain.es / sedes, 2011

mediapost-spain.es/quienes-somos/business-consulting, 2011

mediapost-spain.es/quienes-somos/clientes, 2011

mediapost-spain.es/quienes-somos/prensa, 2011

mfe.org/index.php/Portails-Pays/Espagne/Emploi-stage/Reglementation-du-travail,
2011

Mission économique de Madrid.fr/espagne/001B1200693A+espagne-fusion-bancaire-
franco-espagnole-alliance-credit-mutuel-banco-popul.html, 2012

net-iris.fr/indices-taux/fiscalite/32-tva-francaise-taxe-valeur-ajoutee, 2012

objectif-espagne.com/qualite-de-vie-en-espagne/, 2011

peit.cedex.es/, 2006

planet-expert.com/fr/pays/espagne/cadre-et-opportunités-d-investissement, 2012

planet-expert.com/fr/pays/espagne/investissement-direct-etranger-ide, 2012

senat.fr/rap/r06-189/r06-18913.html, 2012

senat.fr/rap/r98-388/r98-38820.html, 2012

voyagesphotosmanu.com, 2012