

ANTONIO ALONSO, PRESIDENTE DE LA CAMARA DE COMERCIO DE ESPAÑA EN FRANCIA



¿Cómo ve la evolución de las relaciones entre Francia y España en los últimos años? ¿Cómo se imagina las relaciones en el futuro?

Para comprender las relaciones entre Francia y España, es necesario:

en primer lugar, contextualizarlas en un espacio político económico como es el de la Unión Europea, que determina la estructura de dichas relaciones, y calibrarlas por ciclos temporales cortos y largos, más influenciados por la coyuntura económica internacional que por la evolución interna de las fuerzas productivas de nuestros dos países, aunque en nuestro caso preciso las convulsiones cíclicas mundiales, si bien han afectado poco a la intensidad de nuestros intercambios, si han afectado a la evolución de las estructuras sociales.

Por ello podemos decir que tanto Francia como España, por sus respectivos pesos económicos, así como por su representatividad política en el marco de la toma de decisiones comunitaria, colaboran estrechamente – por lo menos desde hace 23 años - en la definición de los objetivos sociales y económicos a alcanzar, y su determinación está condicionada por nuestra similar estructura económica, equivalentes flujos de intercambios y la no menos importante proximidad geográfica. Por ejemplo, nuestra colaboración económica en dominios como la inversión exterior es ejemplar, muchos de los programas llevados a cabo por la Unión Europea en Marruecos y en el Magreb en general, han sido capitaneados por asociaciones de empresas franco-españolas o, sin ir más lejos, en la propia Europa, la colaboración en la lucha antiterrorista ha sido y sigue siendo un ejemplo de eficacia. No obstante la intensidad de las relaciones está, sobretodo, determinada por empresas y organismos profesionales como el nuestro (la COCEF), que sirven para tejer relaciones profundas con otros organismos locales (como por ejemplo con la Agencia de Desarrollo de Paris Val de Marne), generando proyectos de inversión (El Centro de Negocios de la SILIC, creado hace dos años es una verdadera ilustración de esta cooperación) y dan una mejor visibilidad a sus respectivas empresas en el territorio del vecino (ver como ejemplo la reciente instalación del Cluster de Artes Gráficas y del Libro Gallego en dicho Centro), lo que sin duda permitirá, dentro de pocos años, una ampliación de las instalaciones que se adapte a la nueva demanda de las empresas españolas que quieran instalarse en Francia y ese es - respondiendo a la segunda pregunta - un horizonte cercano que refleja el incremento constante de nuestra interdependencia. El futuro será positivo si caminamos juntos y coordinados. No olvidemos que durante los últimos 20 años, las relaciones económicas de los dos países han sido capaces de vencer las crisis cíclicas que regularmente atacan nuestros sistemas económicos e incrementar y mejorar los intercambios en los ciclos de bonanza económica y crecimiento generalizado de nuestra zona de influencia. Por último, tampoco debemos olvidar que Francia es el primer cliente de España y España ostenta el puesto de 2º ó 3er cliente de Francia, según los años, y que España, en los últimos 10 años, se ha convertido en uno de los 5 primeros inversores del mundo en Francia, lo que se corresponde claramente con los flujos de intercambios y con la colaboración que tan buenos resultados está dando, entre nuestra Cámara y la Agencia de Paris Val de Marne. Podemos, así, concluir que las crisis cíclicas han podido transformar nuestras economías, pero no nuestras relaciones, lo que nos conduce a una unión aún más profunda.

¿De qué manera la Cámara de Comercio facilita su ayuda a las empresas que desean invertir en Francia? Cuáles son los pasos a seguir?

La COCEF dispone de un amplio abanico de competencias, a través de las cuales ejerce su acción de ayuda a las PYMES que quieren o se ven abocadas a un proceso de internacionalización.

Pero ¿en qué consiste un proceso de internacionalización?

Para algunas PYMES se tratará de hacer una o varias ventas directas, para otras, encontrar la buena forma de distribución y el buen distribuidor y para ello, tendrán que realizar actos de comunicación y de prospección, visitar o exponer en Ferias, pasar anuncios en revistas o catálogos, pedir informes comerciales y de solvencia, reinterpretar las presentaciones de cuentas, asegurarse una buena escritura contractual, introducirse rápidamente en las redes profesionales locales y, sobre todo, generar confianza.

Cuando algunos de estos aspectos quedan bien comprendidos algunas empresas querrán dar el salto e implantarse, y ahí surgirán otras preguntas, ¿cómo?, ¿dónde?, ¿bajo qué forma jurídica?, ¿con quién?, ¿por cuánto tiempo?, ¿cómo escoger mis interlocutores?, ¿qué fiscalidad tendré?, etc.

Y por último, a veces hay que echarse atrás, en tales casos, es necesario dar los buenos consejos y arrojar dichas empresas en una situación que para ellas, es muy delicada, debido al hecho de que la ruptura de contratos y compromisos en curso, no solo es dolorosa, también suele ser cara.

Cómo surgió la idea de este proyecto Centro de Negocios?

La relación entre nuestras dos instituciones se construyó, poco a poco, a través de realizaciones concretas y de análisis de resultados.

Gracias a nuestra posición privilegiada las empresas se dirigen a nuestros servicios para pedir informaciones pero también para quejarse o para solicitar una acción precisa, ya sea jurídica o económica a su favor.

Los diálogos con los responsables de la Agencia en base a nuestras observaciones, fueron poco a poco acotando y clasificando los problemas encontrados por las empresas en sus procesos de instalación, hasta que la creación de un Centro de Negocios específico para empresas españolas empezó a aparecernos como una idea llena de contenido y posible gracias al grado de compenetración existente entre nuestras dos instituciones. La idea fue transmitida a los servicios económicos de nuestra Embajada, y cuando tuvimos su beneplácito, solo fue cuestión de poner a trabajar a nuestros equipos y crear un procedimiento de colaboración, concretizado en un convenio de cooperación, que no limite, sino amplíe los horizontes de dicha colaboración, como se ha visto con las Noches de España durante el MIPIM, la traducción al español de la primera página web de la Agencia o de diferentes News, como la del MIPIM, así como la preparación y presentación conjunta de conferencias en diversos marcos institucionales y profesionales y la presentación conjunta en Salones o, sin ir más lejos, nuestra estrecha colaboración y participación para crear esta primera página web del Centro de Negocios.

Este Centro de Negocios cumple dos años y son ya más de diez empresas implantadas. Como valora usted estos resultados?

Por supuesto los valoro muy positivamente, por lo que ello dice de la eficacia de nuestra colaboración, aunque creo que en pocos años debiéramos multiplicar el nº de nuevos implantados, si mejoramos nuestros procedimientos de trabajo para hacerlos aún más eficaces.