

EL ARTICULO DEL MES

LOS MERCADOS EUROPEOS

Los mercados europeos.

El artículo que se transcribe a continuación fue publicado en "The Wall Street Journal" del día 30 de marzo último. Su autor es Lawrence W. Hampton, consultor de empresas americanas que pretenden instalarse en Europa.

Muchos empresarios americanos, incluso -o más aún, tal vez- los más viajeros, están convencidos de que conocen Europa tan bien como California. Después de todo, todos los grandes países están en el Mercado Común. Los derechos arancelarios son idénticos en todos ellos. Toda la gente importante habla inglés. Suecia, con sus vastísimos espacios nórdicos, es el país más grande de Europa, pero Francia es el de mayor población y Londres está justo al oeste de París. ¿Verdad?. Mentira.

Hay 18 países en lo que comúnmente se llama Europa Occidental, que van desde la pequeña Islandia, en el Oeste (que ya existía antes de que Bobby Fisher y Ronald Reagan la descubrieran), hasta Grecia, en el Este. Esos 18 países tienen 354 millones de habitantes (50% más que Estados Unidos y casi tres veces más que Japón) que viven en una superficie de 3,7 millones de kilómetros cuadrados.

El producto interior bruto de Europa Occidental es de algo más de 2,8 billones de dólares, 25% menos que el de Estados Unidos pero 2,1 veces mayor que el de Japón. Ningún país europeo tiene un PIB per cápita mayor que el de Norteamérica, aunque Suiza y Noruega se le acercan mucho. El promedio

del PIB por habitante en Europa es justo la mitad del de Estados Unidos, al tiempo que la media del consumo privado es el 36% inferior.

El país más grande de Europa es Francia (551.000 kilómetros cuadrados), pero el país con más habitantes es Alemania Federal (61 millones). El más densamente poblado es Holanda (con un 10% más gente por kilómetro cuadrado que Japón, y casi 14 veces más que Estados Unidos). El país más rico es Suiza. El más pobre, Portugal, aunque Grecia, Irlanda y España no puede decirse que sean "ricos".

Alemania, Holanda, Suiza y Austria han tenido, en el periodo 1.981-85 tasas de inflación sustancialmente inferiores a Estados Unidos, aunque ligeramente superiores a Japón, que tuvo una inflación muy pequeña. Generalizando, desde el punto de vista de marketing, los dos países más importantes de Europa son Alemania y Francia (importante número de habitantes, elevado PIB y alto nivel de gasto privado). En un segundo nivel, justo detrás, están el Reino Unido e Italia (importante número de habitantes, pero menores posibilidades de gasto). El tercer grupo lo constituyen el Benelux y el Norte (poblaciones relativamente pequeñas, pero con un importante poder adquisitivo). España es un caso especial, con una población relativamente grande pero, por su tamaño, con carteras pequeñas (el PIB per capita es el 48% inferior al del resto de Europa). Además, España, Portugal y Grecia son los únicos países en Europa cuyas fronteras resultan imposibles o caras de cruzar, a pesar de su reciente incorporación al Mercado Común.

Las empresas que vendan productos para el consumo harían bien recordando unos cuantos elementos clave que afectan a

la eficacia y a la utilidad de cualquier programa de marketing o de ventas concebido para "Europa":

1. Fuera de los cinco mayores países (cuya población supone el 76% de la total europea), once de los otros trece países tienen menos de 10 millones de habitantes. Así, incluso el mejor programa para uno de esos países no producirá un gran volumen de ventas.
2. En varios países, la población está tan esparcida que resultará difícil llegar tanto a ella como a los agentes que la sirven. En Noruega, Suecia y Finlandia, unos 17 millones de personas viven en territorio de más de 1,1 millones de kilómetros cuadrados, lo que equivale a 15,5 seres humanos por kilómetro cuadrado. Un vendedor puede considerarse feliz si realiza dos visitas útiles en un día, fuera de las grandes ciudades.
3. Para muchas categorías de productos, el clima, en la zona Norte y en los países alpinos, impone normas estrictas de compra, tanto para los comerciantes como para los consumidores. Los detallistas pasan sus órdenes de compra de artículos de verano en agosto-octubre, y de productos de invierno en febrero-mayo. Si pierdes el principio de temporada tienes que esperar otro año.

En la mayoría de los otros países las estaciones son menos importantes, pero factores económicos llevan a los detallistas más y más a pedir pequeñas cantidades, en el último momento, para ser servidas rápidamente, dejando

UNA PANORAMICA DE EUROPA

PAIS	PIB per cápita	Consumo per cápita	coches	(por 1.000 habitantes) teléfonos	televisores	1.981-85
Austria	\$8.776	\$6.490	306	460	300	+ 4.9%
Bélgica	7.964	7.637	335	414	303	+ 7.0
Dinamarca	11.226	6.826	282	749	371	+ 7.9
Finlandia	11.100	6.287	303	584	364	+ 8.5
Francia	9.247	8.009	360	541	297	+ 9.6
R.F.A.	10.160	7.274	412	598	367	+ 3.9
Grecia	3.307	4.118	108	336	158	+ 20.7
Islandia	11.111	6.335	418	525	290	+ 48.7
Irlanda	5.109	4.338	206	235	181	+ 12.3
Italia	6.275	6.254	359	405	243	+ 13.7
Luxemburgo	9.563	8.540	414	404	336	+ 6.9
Holanda	8.554	7.270	341	401	315	+ 4.2
Noruega	13.814	6.624	345	622	320	+ 9.0
Portugal	2.023	3.076	135	166	140	+ 23.2
España	4.378	5.456	231	360	256	+ 12.2
Suecia	11.964	5.821	369	890	390	+ 9.0
Suiza	14.119	8.755	392	1.299	329	+ 4.3
Reino Unido ...	7.897	6.535	312	521	336	+ 7.2
Europa	7.949	6.571	328	502	299	
Estados Unidos..	16.051	10.214	473	650	621	+ 5.5
Japón	11.008	6.751	221	535	250	+ 2.7

NOTA: Las cifras de población, PIB y precios al consumo son las correspondientes al 1.985. Consumo privado, automóviles, teléfonos y televisores corresponden al último año disponible (generalmente 1.984). Fuente: OECED.

que sea el suministrador el que conserve y financie los stocks.

4. En los 18 diferentes países existen 13 lenguas importantes, más una multitud de dialectos (bávaro, bretón, cockney...) y lenguas regionales (galés, alsaciano, flamento, gaélico...). Sólo Suiza, con sólo 6,5 millones de habitantes, tiene el suizo, el alemán, el francés, el italiano (todas lenguas oficiales) y el romanche.
5. Aunque 12 de los 18 países pertenecen al Mercado Común, cada uno de los 18 tiene sus propias normas de importación, tipos de valor añadido, requerimientos de embalaje y de etiquetaje, aranceles y, a veces, contingentes de importación. Se habla mucho de uniformar normas y reglamentos, pero sus efectos prácticos apenas se notan.
6. Y, naturalmente, cada país tiene su propia moneda y su propio sistema de regular los cambios. Aunque varias monedas se integran en la famosa "serpiente" del llamado Sistema Monetario Europeo, el dólar americano, la libra esterlina, el marco alemán y el yen japonés pueden fluctuar ilimitadamente el uno contra el otro, y de hecho así ocurre.

"Europa" es un gran mercado potencial para muchas empresas, con una gran población que dispone de un elevado poder de compra. Pero aunque uno suele frecuentemente referirse a "Europa", o a alguna de sus agrupaciones de países (Mercado

Común, Asociación Europea de Libre Comercio, Escandinavia, Benelux, etc.), estas agrupaciones no son efectivas, en muchos aspectos, desde el punto de vista comercial, y cada uno de los 18 países sigue siendo intensamente individualista, chauvinista y nacionalista.

El llamado "Mercado Común" no existe.