

# CÓMO HACER NEGOCIOS CON RUMANIA

## COMERCIO EXTERIOR DEL PAIS

### 1. IMPORTACIONES POR PAÍS DE ORIGEN AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014:

| Nº | País            | En millones Euros | % participación |
|----|-----------------|-------------------|-----------------|
| 1  | Alemania        | 11 204,13         | 19,15           |
| 2  | Italia          | 6337,63           | 4,31            |
| 3  | Hungría         | 4595,82           | 7,85            |
| 4  | Francia         | 3322,52           | 5,68            |
| 5  | Polonia         | 2716,42           | 4,64            |
| 6  | R.P.China       | 2348,51           | 4,01            |
| 7  | Kazakstán       | 2288,43           | 3,91            |
| 8  | Federación Rusa | 2272,97           | 3,88            |
| 9  | Austria         | 2208,27           | 3,77            |
| 10 | Países Bajos    | 2186,04           | 3,74            |
| 11 | Turquía         | 1948,74           | 3,33            |
| 12 | Bulgaria        | 1680,61           | 2,87            |
| 13 | República Checa | 1603,20           | 2,74            |
| 14 | España          | 1528,59           | 2,61            |
| 15 | Gran Bretaña    | 1334,30           | 2,28            |
|    | Subtotal        | 34 083,62         | 51,71           |
|    | Resto           | 10 896,38         | 48,29           |
|    | Total           | 58 508,44         | 100,00          |

Fuente: Departamento de Comercio Exterior en base a datos Extrastat

En 2014, el intercambio comercial total de Rumania alcanzó 110.968,2 millones de euros, registrando un aumento de 5,9% frente al año 2013. Las exportaciones registraron un aumento de 5,8% hasta con 52.459,8 millones, mientras que las importaciones registraron un aumento de 5,9%, alcanzando los 58.508,4 millones de euros.

En estas condiciones, el déficit de la balanza comercial aumentó en un 6,0%, de los -5.707 millones de euros en 2013 a -6.048,6 millones de euros al 31 de diciembre del 2014.

El comercio internacional de Rumania se realiza prioritariamente con los países europeos (85,5 % del total de las exportaciones y el 90,0 % de las importaciones totales). El valor de los intercambios intracomunitarios de bienes (con los 27 países miembros UE) fue el año pasado de 81.413,7 de millones de euros, con 6,6% más que en 2013. El volumen de las exportaciones, por un valor de 37.306,6 millones de euros lo que significa un aumento de 8,1% frente al año anterior, representa un éxito destacable especialmente teniendo en cuenta que los países de la zona euro, y los principales socios de Rumania, están paulatinamente saliendo de la crisis.

El comercio extracomunitario también registró una evolución positiva, sumando unos 29.554,5 millones de euros, con 3,9% más que en 2013. Si bien las exportaciones hacia países no-UE crecieron en sólo 0,7% el año 2014, las importaciones subieron en un 7,5% frente a 2013, sumando 14.401,3 millones de euros.

## 2. IMPORTACIONES POR PRODUCTO AÑO 2014 (DATOS PROVISORIOS):

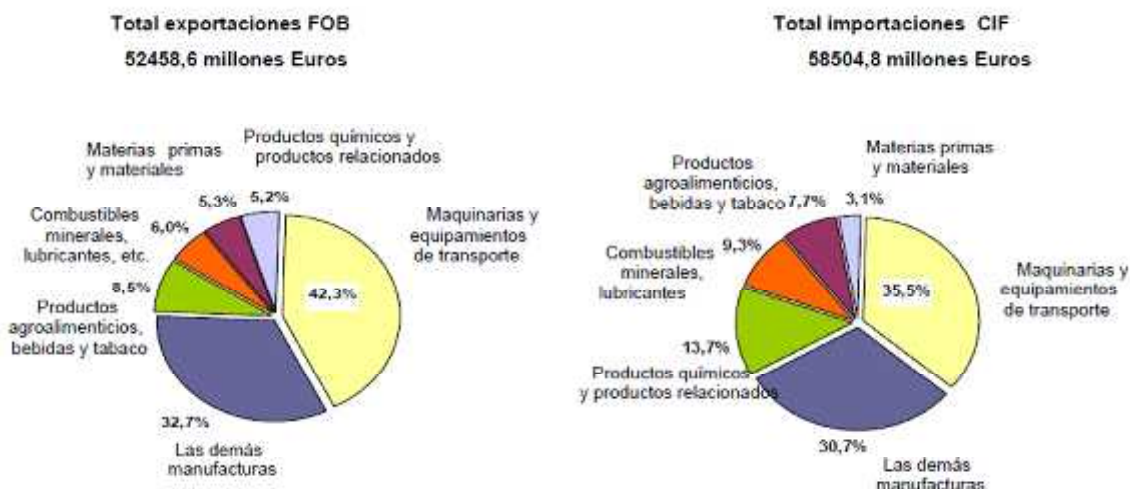
| Nº                     | Producto  | En Euros miles    | % Participación |
|------------------------|---|-------------------|-----------------|
| 1                      | Aceites brutos de petróleo y min. bituminosos   | 3.567.348,32      | 6,10            |
| 2                      | Partes y accesorios para vehículos de las partidas arancelarias 8701-8705                                       | 2.325.124,76      | 3,97            |
| 3                      | Medicamentos  | 2.200.021,15      | 3,76            |
| 4                      | Aparatos eléctricos de telefonía o telegrafía por hilo  | 1.303.611,70      | 2,23            |
| 5                      | Hilos, cables y demás conductores eléctricos aislados   | 1.203.771,29      | 2,06            |
| 6                      | Aceites de petróleo y min. Bituminosos, distintos a los brutos (bencinas, diesel)                               | 1.172.433,14      | 2,00            |
| 7                      | Coches y vehículos para transporte de personas  | 1.122.611,43      | 1,92            |
| 8                      | Aparatos para conmutación, protección, corte, conexión de circuitos eléctricos, para una tensión de máx. 1000 V | 835.710,64        | 1,43            |
| 9                      | Circuitos integrados y micromontajes electrónicos   | 659.609,82        | 1,13            |
| 10                     | Los demás artículos plásticos   | 646.783,07        | 1,11            |
| 11                     | Bombas de aire , compresores de aire o gas  | 626717,56         | 1,07            |
| 12                     | Máquinas para el procesamiento automáticos de datos   | 542114,68         | 0,93            |
| 13                     | Tractores, otros que los de la pos 8709   | 505327,90         | 0,86            |
| 14                     | Los demás artículos de hierro o acero   | 500398,78         | 0,86            |
| 15                     | Partes de uso exclusivo para las pos arancelarias 85.35-85.37   | 463978,20         | 0,79            |
| SUBTOTAL (miles Euros) |   | 17.675.562,44     | 30,22           |
| RESTO (miles Euros)    |   | 40.832.877,56     | 69,78           |
| <b>TOTAL</b>           |   | <b>58.508.440</b> | <b>100</b>      |

Fuente: Departamento para Comercio Exterior en base a datos del Instituto Nacional de Estadísticas de Rumania.

La crisis representó una buena lección para Rumania desde dos puntos de vista. Primero, produjo una reestructuración de la oferta comercial. Si antes de la crisis Rumania registraba resultados récord en los sectores de la metalurgia, la petroquímica y la industria ligera, hoy los primeros lugares están ocupados por las industrias eléctrica, electrónica y tecnológica, luego la fabricación de automóviles, con sus accesorios y máquinas acabadas, y en tercer lugar los equipos y herramientas de la industria productora de maquinaria. Este sería el aspecto cualitativo.

Desde el punto de vista de la orientación geográfica, debido a la crisis Rumania no puede seguir dependiendo en su totalidad del mercado europeo, que ocupa tres cuartas partes de su volumen de exportaciones. Tanto el sector privado como el estatal persiguen conquistar nuevas zonas geográficas y Rumania es competitiva en muchas zonas del mundo. Hoy están considerando diferentes mercados como el ruso, chino, de África del Norte, del Este y Occidental y el sureste asiático, porque son zonas de gran impacto para los productos rumanos.

## Estructura del comercio exterior por grupos de productos



## COMERCIO BILATERAL CON CHILE

### 1. ACUERDOS Y/O TRATADOS VIGENTES – BREVE ANÁLISIS

Chile y Rumania cuentan con una gama de acuerdos bilaterales muy completa que cubre amplias áreas de cooperación. La existencia del Acuerdo de Asociación Estratégica de Chile con la Unión Europea puede facilitar e incrementar las cifras comerciales, dado que los productos chilenos ingresan al país sin tasas arancelarias. Desde este punto de vista, Chile debería considerar los siguientes elementos en sus relaciones con Rumania en los próximos años: su potencial de crecimiento; el hecho que es el 2º país de dentro los nuevos socios de la UE en la Europa Central después de Polonia en cuanto a territorio y población; la recepción de fondos europeos para financiar su crecimiento; su posición estratégica en la cuenca del Mar Negro y el potencial de su fuerza de trabajo; y la constante adecuación de sus instituciones, tanto políticas como económicas, según lo previsto en el marco de la UE.

#### PRINCIPALES ACUERDOS Y PROGRAMAS

- Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones ( 4 de julio de 1995 )
- Acuerdo Básico de Cooperación Técnica, Científica y Tecnológica ( 20 de noviembre de 1998)

- Acuerdo de Cooperación entre la Cámara Nacional de Comercio de Chile y la Cámara de Comercio e Industria de Rumania (6 de marzo de 1991).
- Acuerdo de Cooperación entre la Cámara de Comercio de Santiago y la Cámara de Comercio e Industria de Rumania (2 de agosto de 1993).
- Convenio de Cooperación entre la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) y el Consejo Nacional de Pequeñas y Medianas Empresas Privadas de Rumania (NCSMSPER) (4 de julio de 1995).
- Acuerdo de Cooperación entre la Confederación de Industriales de Rumania “UGIR 1903” y la Confederación para la Producción y Comercio de Chile (20 de diciembre de 2004).

## 2. COMERCIO CON CHILE

### Principales Importaciones desde Chile año 2014

| Nº       | Producto  | En US\$ miles | % Participación |
|----------|---|---------------|-----------------|
| 1        | Maíz híbridos para siembra.   | 2.617.175,65  | 31,35           |
| 2        | Nueces de nogal con cascara, frescas o secas.   | 1.616.998,75  | 19,37           |
| 3        | Salmones del atlántico enteros congelados.  | 1.509.802,05  | 18,09           |
| 4        | Lanas tops.   | 1.175.398,04  | 14,08           |
| 5        | Los demás fungicidas, excepto los que contengan bromometano (bromuro de metilo) o bromoclorometano.   | 548.600       | 6,57            |
| 6        | Vinos   | 318.980,33    | 3,82            |
| 7        | Fruta seca  | 169.963       | 2,04            |
| 8        | Fruta fresca  | 116.805,20    | 1,40            |
| 9        | Las demás hojas para chapado y contrachapado de coníferas, aserradas longitudinalmente, cortadas o desenrolladas, incluso cepilladas, lijadas, unidas longitudinalmente o por los extremos, de espesor igual a 6mm. | 98.983,35     | 1,19            |
| 10       | Jurel con salsa de tomate en conserva entero o en trozos, excepto picado  | 85.755,94     | 1,03            |
| SUBTOTAL |   | 8.258.462,31  | 98,93           |
| RESTO    |   | 89.277,52     | 1,07            |
| TOTAL    |   | 8.347.739,83  | 100             |

Fuente: Webcomex Direcon

Los principales productos exportados a Rumania fueron: semillas (maíz), fruta, vinos, pescado congelado y enlatado, productos de madera, productos químicos, etc.

Principales Exportaciones a Chile año 2014

| Nº       | Producto  | En US\$ miles | % Participación |
|----------|---|---------------|-----------------|
| 1        | Los demás aparatos de recepción, conversación y transmisión, excepto aparatos de conmutación y encaminamiento y módems de los tipos utilizados en las máquinas automáticas.   | 6.554.776,65  | 25.36           |
| 2        | Calderas de vapor acuotubulares con una producción vapor superior a 45 t por hora, y partes de calderas   | 3.125.944,93  | 12.09           |
| 3        | Hidróxido de aluminio   | 1.318.710,97  | 5.10            |
| 4        | Los demás instrumentos y aparatos para ensayos de viscosidad, porosidad, dilatación, tensión superficial o similares o para medidas calorimétricas, acústicas o fotométricas (incluidos los exposímetros); micrótomos, excepto instrumentos nucleares | 852.974,43    | 3.30            |
| 5        | Las demás barras de hierro o acero.   | 765.786,91    | 2.96            |
| 6        | Tableros llamados "oriented strand board" (OSB).  | 751.880,03    | 2.91            |
| 7        | Los demás aparatos elevadores o transportadores, de acción continua, para mercancías, de banda o correa, para minería.  | 657.846,76    | 2.55            |
| 8        | Furgones con motor de embolo (pistón), de encendido por chispa, con capacidad de carga útil superior a 2000 kilos, de peso total con carga máxima inferior o igual a 5 t.   | 525.900       | 2.03            |
| 9        | Vidrio sin armar con capa absorbente, reflectante o anti reflectante.   | 478.665,19    | 1.85            |
| 10       | Las demás maquinas y aparatos para la producción de frio, partes y piezas.  | 456.824,34    | 1.77            |
| SUBTOTAL |   | 15.489.310,21 | 59.93           |
| RESTO    |   | 10.356.307,94 | 40.07           |
| TOTAL    |   | 25.845.618,15 | 100             |

Fuente: Webcomex Direcon

Los principales productos importados desde Rumania fueron: aparatos y material eléctrico, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, productos metalúrgicos, productos de madera, productos químicos, etc.

En cuanto a las estadísticas del comercio bilateral, es necesario destacar que presentan un nivel de distorsión producido por el fenómeno de triangulación de importaciones dentro de la UE. Ello sucede porque la UE funciona como mercado integrado y una vez que un producto pasa la barrera aduanera común, el libre tránsito interno hace muy difícil determinar el destino final de consumo del producto importado.



## PROCESO DE IMPORTACIÓN

### 1. ARANCELES DE IMPORTACIÓN

La existencia del Acuerdo de Asociación Estratégica de Chile con la Unión Europea puede facilitar e incrementar las cifras comerciales, dado que los productos chilenos ingresan al país sin tasas arancelarias. Ciertos productos están gravados por accisas.

### 2. CERTIFICACIONES

Con carácter general se rige por la normativa comunitaria común a todos los países miembros, aunque existen ciertas especificidades que deben ser resaltadas.

- Registro del Automóvil de Rumania (Registrul Auto Roman, RAR): se encarga de la homologación y certificación en el sector del automóvil. Cabe destacar que todas las piezas de recambio que no sean originales del fabricante o fabricadas por una compañía certificada por este deben obtener el certificado de esta agencia para certificar que no vulneran derechos de propiedad industrial y que cumplen la normativa.

- Agencia Nacional Sanitaria-Veterinaria y de Seguridad Alimentaria (Autoritatea Nationala Sanitar-Veterinara si pentru Siguranta Alimentelor, ANSV): agencia encargada de supervisar el cumplimiento de la normativa de seguridad alimentaria en Rumania. Existe una normativa europea única, por lo que los productos certificados en cualquier país miembro pueden ser comercializados en Rumania.

- Inspección del Estado para el Control de Calderas, Recipientes a Presión e Instalaciones de Elevación (Inspectia de Stat pentru Controlul Cazanelor, Recipientelor sub Presiune si Instalatiilor de Ridicat, ISCIR): organismo encargado de la certificación y homologación de calderas, recipientes e instalaciones a presión y maquinaria de elevación. Cualquier tipo de maquinaria de este tipo que se envía a Rumania para su instalación, para emplearse en obras de construcción, etc., debe contar con la certificación y la supervisión de este organismo.

### 3. PROTECCIÓN DE PATENTES Y MARCAS

Rumania ha suscrito las distintas convenciones internacionales existentes sobre protección de patentes, copyright, marcas, modelos industriales, diseños, etc. Actualmente, la legislación rumana en este campo está en línea con la normativa comunitaria.

Rumania es miembro de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. Asimismo, Rumania ha suscrito un acuerdo de cooperación con la Organización Europea de Patentes, para la extensión a este país de las garantías de que gozan las patentes en Europa.

Existe una Oficina de Patentes y Marcas ([www.osim.ro](http://www.osim.ro)), cuyas principales funciones son tomar parte activa en los trabajos para el funcionamiento de la estrategia nacional en el campo de la

protección de la propiedad industrial en Rumania, implementar la política del Gobierno en este ámbito, realizar proposiciones legislativas sobre esta materia, teniendo en cuenta su adecuación con los acuerdos internacionales de los que Rumania es parte y garantizar los títulos de protección en el ámbito de la protección de la propiedad industrial en el territorio nacional.

A principios de 2007 se publicó la Ley 28 de 15 de enero, que modifica y completa la Ley sobre patentes de invenciones, que armoniza la legislación rumana con la Convención Europea sobre Patentes.

#### 4. TRÁMITES ADUANEROS

Como miembro de la UE desde el 1 de enero de 2007, las relaciones de Rumania con terceros países se desarrollan en el marco de la Política Comercial Común. Entre los países de la UE rigen los principios de mercado interior y por lo tanto de libre circulación de mercancías.

El 1 de Agosto del 2010, para luchar contra la evasión de impuestos en las importaciones, entró en vigor el nuevo Registro de Operadores Intracomunitarios (ROI) necesario para poder comerciar con Rumania.

Las zonas francas en Rumania tienen un régimen especial, que se regula mediante la ley 84/92, y sus modificaciones posteriores. Actualmente, Rumania cuenta con 6 zonas francas en: Sulina, Constanta, Galati, Braila, Giugiu y Curtici-Arad.

## IV. CLAVES PARA HACER NEGOCIOS

### 1. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

Rumania es el segundo mayor mercado dentro de los nuevos países integrados a la UE, tras Polonia, con unos 20 millones de habitantes (9º de la UE) y 238.000 Km<sup>2</sup> (7º). Lo anterior lo convierte en un mercado especialmente atractivo, teniendo en cuenta que además se sitúa en un punto geográfico estratégico que combina un fácil acceso al mercado de la UE y buenas conexiones tanto con los Balcanes como con Ucrania, Rusia y los antiguos países de la CEI.

El centro de negocios del país se encuentra en Bucarest, que también es el principal mercado al ser la ciudad más poblada del país con más de 2 millones de habitantes y una renta superior a la media (en torno a US\$ 650). El resto de las ciudades no superan los 320.000 habitantes y son por orden de importancia: Iasi, Cluj-Napoca, Timisoara, Constanza, Craiova, Galati y Brasov.

Rumania es también uno de los principales productores y exportadores de productos agrícolas de Europa del Este, representando este sector alrededor del 7% de su PIB. Tiene yacimientos de gas natural y petróleo, pero no cubren las necesidades totales del país, por lo que debe

importar recursos energéticos, haciéndolo principalmente de Rusia. Su estratégica posición lo hace lugar de paso obligado de los diferentes proyectos para la diversificación de suministros energéticos a la UE (proyectos Agri, PEOP o Whitestream).

La importancia de Rumania ha crecido desde su entrada como miembro de pleno derecho en la UE. En estos años, se ha convertido en un importante centro de producción para la exportación de sectores como el de automoción (Renault o Ford y empresas de la industria auxiliar), electrónica (Bosch) o TICs. Es previsible que en los próximos años su importancia aumente dado los recursos disponibles, una mano de obra cualificada y relativamente barata y su posición estratégica para el comercio. Por Rumania pasan 3 de los corredores europeos de transporte y dispone de acceso a más de 200 millones de consumidores en un radio de 1.000 Km., con salida al Mar Negro y privilegiada posición para abastecer a los mercados de Europa Central y del Este.

El comercio exterior de Rumania durante el periodo 2000-2008 se caracterizó por un fuerte crecimiento, en contraste con los años de estancamiento de finales de los noventa. Sin embargo, en 2009 las importaciones registraron una caída del 30% debido a la fuerte caída de la demanda interna. En 2010, la situación mejoró relativamente, aunque sin dejar de ser mala. En el 2011 Rumania logró estabilizar su economía situándola en una buena posición. Se redujo la inflación a 3,1% anual, el déficit público se redujo al 4,4% del PIB y se logró un crecimiento anual del 2,5% del PIB. Con un déficit corriente en torno al 4% y una tasa de paro del 7% de la población activa.

En 2012 el crecimiento económico se enfrió como consecuencia de la inestabilidad en los mercados europeos de deuda y los temores a una nueva recaída de los principales socios comerciales. La timidez de la recuperación de la demanda interna, la posible disminución de la demanda externa, el ajuste fiscal y cierta escasez crediticia provocada por la crisis del euro, dejaron poco margen para un crecimiento vigoroso en 2013. A pesar de ello, al final del 2013 Rumania registró un crecimiento del 3,5% y la tasa de inflación anual alcanzó 3,98 %.

La inflación continuó su descenso durante el 2014, situándose en 1,1%.

Los analistas prevén para el 2015 un crecimiento económico del país sea de entre el 2 y el 3%. Esto dependerá, por supuesto, de las evoluciones de las economías e inversiones externas. La empresa de investigación de mercados Business Monitor International, estima para la economía rumana un aumento mayor al 3% para este año y 2016. El motivo principal de este positivismo es el crecimiento causado por las exportaciones y el avance generado por la demanda interna. La Comisión Nacional de Pronóstico, a su vez, prevé para 2015 un crecimiento económico del 2,5%. Estas cifras se acercan a las estimaciones de la Comisión Europea y el Fondo Monetario Internacional, del 2,4% y el 2,5% respectivamente.

Se observa, por tanto, que desde distintos organismos se espera una buena situación macroeconómica en Rumania para este año.

El presupuesto de 2015 elaborado por el Gobierno se dirige principalmente hacia las inversiones en Rumania y la creación de empleo. Así, el presupuesto contiene un aumento de la cofinanciación con el sector privado para la absorción de los fondos europeos, de esquemas de garantías públicas y ayudas públicas, de un mayor apoyo a los productores agrícolas, de la



concesión de facilidades puntuales a las inversiones extranjeras con valor añadido y del desarrollo de los parques industriales y tecnológicos junto a los estímulos concedidos a la enseñanza técnica.

### COMERCIALIZACIÓN

La entrada del país en la UE en enero del 2007, posibilitó el aumento de las redes de distribución y la mejora de las existentes, occidentalizando los canales de distribución. El sector de la distribución presenta dos vías de entrada: a través de importadores/distribuidores y a través del establecimiento o la creación de redes propias. En el caso de los importadores/distribuidores han de distinguirse entre los de bienes de consumo y de bienes industriales. Para los de bienes de consumo, no se considera que exista una especialización en un producto o sector (el único sector en el que se da cierta especialización es en el de vinos y alcoholes), mientras que para los bienes industriales los importadores-distribuidores suelen especializarse al menos sectorialmente. Es normal que un mismo operador realice la distribución de marcas de un mismo producto que compiten tanto en precio como en calidad.

La entrada en el mercado a través de la propia red es muy costosa y requiere de un gran poder de financiamiento, ya que la complicada geografía, las escasas instalaciones logísticas y las deficientes redes de transporte no permiten, salvo para empresas experimentadas, realizar una distribución eficiente.

En los últimos años está cobrando importancia la figura del agente, para realizar las ventas de la empresa de manera directa en el país.

### BANCOS

El sistema bancario rumano tiene una estructura de dos niveles. Por una parte, el conjunto de bancos comerciales, y por otra, el Banco Nacional de Rumania, que los supervisa. Este goza de una amplia autonomía respecto al Gobierno y es el responsable de la regulación de las transacciones bancarias y de la política monetaria. Según datos del Banco Nacional de Rumania (BNR), actualmente existen 40 instituciones de crédito autorizados (incluyendo las 9 sucursales de bancos extranjeros), con capital mayoritariamente privado (representando 91,2% del total de activos netos). Los activos netos sumaban en diciembre de 2014 unos 364,4 mil millones de lei (aproximadamente unos 109 mil millones de dólares).

### SISTEMA FISCAL

El tipo impositivo general del Impuesto de Sociedades es el 16% sobre el beneficio neto antes de impuestos. Este tipo impositivo, en el caso de casinos y locales nocturnos no podrá suponer una cuota inferior al 5% de la cifra de negocios. A finales del 2010 se reintrodujo el régimen especial de las microempresas, que fue luego modificado en 2013, mediante el que las microempresas pagan un tipo impositivo del 3% sobre la cifra de negocios en lugar del 16% sobre el beneficio.

En cuanto al Impuesto sobre la Renta de Personas Físicas, la mayoría de los ingresos percibidos por los individuos son gravados a un tipo fijo del 16%.

En materia de IVA esta implementada la sexta directiva de la UE, la cual armoniza la legislación rumana con la comunitaria. De este modo, cualquier transacción con países de la UE será considerada como nacional, es decir, adquisición o suministro de bienes o servicios intracomunitarios. Los tipos impositivos son del 24%, 9% y 5%. El Gobierno rumano ha decidido reducir a partir del mes de junio 2015 el IVA a los alimentos, a las bebidas no alcohólicas y a los servicios de alimentación pública del 24% al 9%, seis meses antes de que entre en vigor el nuevo Código Fiscal. Para el resto de los productos y los servicios, esta prevista una reducción del 4%, es decir que el IVA bajará al 20% a partir del 1 de enero.

Las principales barreras a la entrada en el mercado rumano son:

- Complejidad y falta de coherencia en el marco legal, lo que propicia casos de arbitrariedad administrativa. La excesiva burocracia suele implicar retrasos y obstáculos en determinadas gestiones.
- El escaso desarrollo de las infraestructuras y la debilidad de la oferta de servicios en ciertas zonas del país supone una complicación logística.
- Deficiente funcionamiento de la administración en general y de la de justicia en particular. Se recomienda evitar los pleitos y buscar asesoramiento especializado con experiencia local en caso de que resulte imprescindible.

## 2. CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR

El perfil del consumidor rumano presenta un cierto grado de convergencia con el perfil del consumidor europeo en general, en una serie de aspectos demográficos, socio-económicos y en estilos de vida asociados con el desarrollo de la sociedad post-industrial.

Estas tendencias se pueden identificar en la reducción del crecimiento de la población, un cambio en las edades (la población natural rumana decrece y envejece, en cambio hay un crecimiento en la población de emigrantes), incremento en el desempleo y en el trabajo de medio tiempo, un incremento en el empleo femenino, reducción en el tamaño de la familia (uno, máximo dos hijos por familia) asociados con bajas en la tasas de natalidad y un incremento en los divorcios, más una polarización en el ingreso familiar.

La desaparición de fronteras para movimientos de mercadería, el turismo al cual los rumanos acceden frecuentemente y principalmente fuera de su país, el buen nivel de educación, está transformando el estilo de vida. Se observa un incremento en la búsqueda de la estabilidad y seguridad, lo que puede ser percibido como una actitud conservadora dado el estilo de vida actual, el cual es muy acelerado e intenso.

Podemos decir que el consumidor rumano es en cierto modo tradicionalista, enfocado en su familia, cumplidor de leyes, apegado a actitudes y productos específicos de su país.

La generación joven entre 20 y 35 años es espontánea, bien educada, activa en su tiempo libre, más individualistas y con fuertes aspiraciones sociales, consumidores de tecnologías y ocio, se identifican más con las marcas de lujo y suelen invertir mucho dinero en el cuidado de su estética y su salud. Esta tendencia favorece el consumo de productos en categorías más

sofisticadas, de marcas “Premium” y de mayores precios en edades más tempranas cuando en otras épocas las parejas se enfocaban en satisfacer necesidades básicas familiares. Muchas de estas personas efectúan sus compras a través de Internet, fundamentalmente porque interactúan a través de las redes sociales y por ahorro de tiempo.

El principal factor de compra para el consumidor rumano es la relación calidad -precio, la búsqueda de servicios añadidos, como cambios y reembolsos, el interés por certificaciones (productos verdes, orgánicos, naturales, con denominaciones de origen, productos seguros e inocuos, etc.)

### 3. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO

El nivel empresarial rumano claramente ha mejorado y su presencia aporta riqueza. Con todo, nos encontramos a veces con algunas excepciones, y aspectos que se pueden mejorar en la gestión práctica. Dos aspectos se destacan por sus efectos negativos y ocasional frecuencia: la falta de planificación a largo plazo y la escasa atención a la política de recursos humanos.

Según las encuestas, de la población adulta de Rumania los empresarios entre 25 y 54 años son los más numerosos (70% del número total de empresarios). Informes GEM (Global Entrepreneurship Monitor) para Europa mencionan que en el Este de Europa, el promedio de los jóvenes empresarios es mayor que en otras áreas geográficas. Probablemente, el espíritu emprendedor de las nuevas generaciones de estos países puede explicarse por las diferencias radicales entre el sistema social y económico en que crecieron. Se puede decir que el típico empresario rumano es hombre, con edades comprendidas entre los 24 y 34 años, que por lo general es la principal fuente de ingresos del hogar (más del 33%), licenciado y con estudios de post grado. Según el mismo informe, la principal motivación es el deseo de independencia individual, junto con la necesidad de aumentar los ingresos.

Las principales actividades que registran el porcentaje más alto de interés empresarial son: el comercio, la industria manufacturera, construcción, transporte y almacenamiento, hoteles y restaurantes. Menos atractivas son las áreas de la agricultura, caza y silvicultura, salud, asistencia social y la educación, que necesitan inversiones y presentan altos riesgos.

Una especial atención hay que prestar a la relación tecnología - espíritu empresarial. Rumania es uno de los países en los que las nuevas tecnologías no son ampliamente difundidas, ya que hay muchas barreras, especialmente financieras a la introducción de las nuevas tecnologías y la implementación de equipos modernos en el mercado. Sin embargo, las tecnologías ofrecen nuevas oportunidades de desarrollo para el país hacia una economía moderna y eficiente. Rumania será, en los próximos 20 años, un campo fértil para la iniciativa empresarial de altas tecnologías y podría convertirse en un polo de innovación en Europa y en el mundo.

### 4. ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN

- Para hacer negocios en Rumania hay que estar muy presente en el mercado, bien sea visitando de forma continua el país o estableciendo una filial comercial. Otra posibilidad es nombrar un representante comercial. En este último caso es necesario solicitar autorización al Ministerio de Comercio y Turismo, y pagar las tasas correspondientes.

- Las citas deben concertarse con al menos dos o tres semanas de antelación. En la correspondencia debe utilizarse el inglés.
- El carácter rumano es muy receptivo y abierto. Tienen una gran simpatía por los visitantes extranjeros a los que tratan con mucha cordialidad.
- Los rumanos agradecen mucho cualquier cumplido o comentario personal que refuerce su autoestima, quizá, como consecuencia de las dificultades que encuentran en la vida diaria.
- Otra característica de los rumanos es la desconfianza. Hay que actuar de forma franca, sin caer en la más mínima contradicción ya que podría provocarse recelo.
- En la negociación conviene tomar la iniciativa. Hay que ofrecer mucha información con cifras, datos y experiencias que refuercen los argumentos.
- Teniendo en cuenta su escasa capacidad adquisitiva, el precio y las condiciones de pago, son las variables más importantes en una oferta. Otras ventajas como la calidad, el diseño o la marca no son determinantes para vender.
- En la negociación sobre precios conviene partir con un amplio margen ya que la cultura del regateo está muy extendida en el mundo de los negocios.
- En las operaciones de inversión (compra de empresas, constitución de joint-ventures, alianzas, etc.) se dispone de poca información para valorar los activos. Puede dar la impresión de que pretenden ocultar su verdadero valor, pero en realidad es desconocimiento sobre las técnicas de valoración utilizadas habitualmente.
- En Rumania existe un déficit de formación y conocimientos de gestión empresarial. Agradecen mucho cualquier material (libros, artículos, modelos de contratos) que se les facilite al respecto.
- La paciencia es imprescindible para hacer negocios. El equipo rumano retrasará una y otra vez la toma de decisiones basándose, sobre todo, en dos argumentos: la necesidad de obtener la autorización de una instancia jerárquica superior y los cambios en la legislación. Algo de verdad puede haber en ambos, pero a veces se utiliza como excusa. Determinar cuál es la razón verdadera ahorrará tiempo y esfuerzo.
- En ocasiones pueden aparecer planteamientos “poco claros” . No conviene ceder a las presiones y entregar cantidades “a cuenta” cuyo destino se desconoce, pensando que con ello se van a agilizar los trámites o conseguir los permisos necesarios.
- Debido a los continuos cambios en el marco legislativo y jurídico es imprescindible contar con el asesoramiento de un despacho de abogados local, especialmente en operaciones de inversión.

## 5. NORMAS DE PROTOCOLO

- La forma de saludo es un apretón de manos breve y ligero cada vez que se encuentra o se despide a una persona. Incluso cuando la reunión continúa el mismo día, después de un receso, hay que dar otra vez la mano. Entre amigos se dan abrazos y besos en las mejillas.
- Los hombres deben levantarse cuando son presentados a una mujer y esperar a que sea ella la que extienda la mano primero. Las mujeres deben permanecer sentadas.
- La expresión más utilizada en el saludo es Bunâ ziua (Buenos días) y más, informalmente, Bunâ (Hola).
- A las personas se les llama por el apellido precedido de Mr. Mrs. y Miss. Las palabras equivalentes en rumano son: Domn (Mr.), Doamnă (Mrs.) y Domnișoară (Miss). Es habitual el uso de títulos (Doctor, Ingeniero, Profesor). Los nombres propios solo se utilizan cuando se ha establecido una relación personal.
- Los rumanos prestan mucha atención al estatus profesional. En las tarjetas deben figurar el Título y el cargo. Cuando se está en Bucarest, es aconsejable alojarse en un hotel de prestigio.
- Los restaurantes, especialmente los de los hoteles, son el lugar en el que se celebran las reuniones sociales entre empresas. Las sobremesas suelen ser largas. Se combina la conversación de negocios con temas personales. Hay que estar preparado para corresponder a sus brindis.
- En la conversación debe evitarse hablar de política; sobre todo no hacer referencia a la época de Ceausescu que finalizó en la nochebuena de 1989 con el ajusticiamiento popular del dictador y su familia.
- Temas de conversación favoritos son las bellezas arquitectónicas de Bucarest, y la región de Transilvania o Bucovina.
- La comida es abundante. Como norma de cortesía habrá que probar los distintos platos que se ofrezcan.
- La invitación a las casas particulares no suele ser norma generalizada debido a su modestia y reducidas dimensiones.
- Los regalos, sobre todo de artículos de uso común, son muy apreciados. Chocolates, perfumes y, sobre todo, tabaco (son grandes fumadores) constituyen una buena elección.
- Debe vestirse de forma conservadora y, al igual, que en el resto de Europa del Este no hacer ostentación de artículos de lujo. Fuera de Bucarest el uso de la corbata no es generalizado.

# V ■ INFORMACIÓN ADICIONAL

## 1. ORGANISMOS RELEVANTES

### GOBIERNO DE RUMANIA

<http://www.gov.ro/>

Información sobre el gobierno, los distintos ministerios que lo componen, los principales objetivos a desarrollar por el gobierno. Además incluye noticias de actualidad del gobierno de Rumania y algunos enlaces de interés.

### CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE RUMANIA

<http://www.ccir.ro>

Esta web trata de acercar los servicios que son propios de un organismo de estas características: guía de negocios, bases de datos, promoción de los negocios on line. Incluye enlaces de interés, información sobre los proyectos y distintas publicaciones.

### DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR Y RELACIONES INTERNACIONALES

[www.dce.gov.ro/](http://www.dce.gov.ro/)

<http://doingbusiness.ro/>

Se trata del organismo encargado de coordinar la internacionalización de las empresas rumanas. Incluye información comercial, mecanismos para la promoción de los productos del país.

### OFICINA NACIONAL DEL REGISTRO DE COMERCIO (Oficiul Nacional al Registrului Comertului).

<http://www.onrc.ro/index.php/ro/statistici>

Dependiente del Ministerio de Justicia. Publica estadísticas sobre inversión de periodicidad mensual.

### TURISMO EN RUMANIA

<http://www.turism.ro>

Interesante web para conocer el país. Información sobre las distintas regiones a visitar, hoteles dónde alojarse. Incluye algunas cifras y hechos destacados de Rumania así como información para quien visiten el país. En español.

**DEPARTAMENTO PARA INVERSIÓN EXTRANJERA y PARTENERIADO PÚBLICO-PRIVADO**  
[http://dpiis.gov.ro/new\\_dpiis/](http://dpiis.gov.ro/new_dpiis/)

Agencia gubernamental rumana para proporcionar servicios de asistencia y consultoría a inversores extranjeros.

**AAAS-Autoridad para la Administración de los Activos del Estado (Autoritatea pentru Administrarea Activelor Statului).**

<http://www.avas.gov.ro/>

Entidad encargada de la gestión de los proyectos de privatización de las compañías y activos públicos.)

**CONSEJO DE LOS INVERSORES EXTRANJEROS (Foreign Investment Council)**

[www.fic.ro](http://www.fic.ro)

**BANCO CENTRAL DE RUMANIA (Banca Nationala a Romanie).**

[www.bnro.ro](http://www.bnro.ro)

**INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (Institutul Nacional de Statistica)**

[www.insse.ro](http://www.insse.ro)

## 2. PRINCIPALES FERIAS COMERCIALES A REALIZARSE EN EL MERCADO

### IMM Forum

Soluciones para las Pymes

[www.imm-expo.ro](http://www.imm-expo.ro)

12.03.2015 - 14.03.2015

Bucarest

### Construct Expo

Feria Internacional de tecnologías, equipamientos, equipos y materiales para construcciones.

[www.constructexpo.ro](http://www.constructexpo.ro)

26.03.2015 - 29.03.2015

Bucarest

### Ambient Expo

Feria internacional de productos y sistemas para decoración interior y exterior, muebles y piscinas

[www.ambient-expo.ro](http://www.ambient-expo.ro)

26.03.2015 - 29.03.2015  
Bucarest

**Romtherm**

Feria Internacional de calefacción, refrigeración y aire acondicionado  
[www.romtherm.ro](http://www.romtherm.ro)

26.03.2015 - 29.03.2015  
Bucarest

**Expo Flowers & Garden**

Exposición internacional de la horticultura y el jardín  
[www.expoflowers.ro](http://www.expoflowers.ro)

26.03.2015 - 29.03.2015  
Bucarest

**Rommedica**

Feria internacional de medicina y farmacia  
[www.rommedica.ro](http://www.rommedica.ro)

22.04.2015 - 25.04.2015  
Bucarest

**Romenvirotec**

Feria internacional de tecnologías ambientales, equipos para la protección del medioambiente.  
[www.romenvirotec.ro](http://www.romenvirotec.ro)

22.04.2015 - 25.04.2015  
Bucarest

**BOOKFEST**

Salón Internacional del Libro  
[www.bookfest.ro](http://www.bookfest.ro)

20.05.2015 - 24.05.2015  
Bucarest

**TIBCO**

Feria Internacional de Bienes de Consumo  
[www.tibco.ro](http://www.tibco.ro)

28.05.2015 - 31.05.2015  
Bucarest

**Bife**

Exposición internacional de muebles, productos de madera, la madera y el interiorismo  
[www.bife-sim.ro](http://www.bife-sim.ro)

19.09.2015 - 23.09.2015  
Bucarest

**Expomil**

Feria de tecnología militar

01.10.2015-04.10.2015

**TIB**

Feria Internacional de Ingeniería  
[www.tib.ro](http://www.tib.ro)



14.10.2015 - 17.10.2015  
Bucarest

**EEE-Expo**

Feria Internacional de energías renovables, energía, petróleo, biogás, así como equipos y accesorios

[www.eee-expo.ro](http://www.eee-expo.ro)

14.10.2015 - 17.10.2015  
Bucarest

**Expo Inventika**

Salón internacional de invenciones de la investigación científica y las nuevas tecnologías

[www.expoinventika.ro](http://www.expoinventika.ro)

14.10.2015 - 17.10.2015  
Bucarest

**TTR**

Feria de turismo

[www.targuldeturism.ro](http://www.targuldeturism.ro)

12.11.2015 - 15.11.2015  
Bucarest

**All Pack**

International Fair for Packaging and Package Industry

[www.all-pack.ro](http://www.all-pack.ro)

28.10.2015 - 01.11.2015  
Bucarest

**Indagra**

Exposición internacional de la agricultura, la ganadería y la industria vitícola, equipos y productos

[www.indagra.ro](http://www.indagra.ro)

28.10.2015 - 01.11.2015  
Bucarest

**Indagra Food**

Feria internacional para la industria alimentaria

[www.indagra-food.ro](http://www.indagra-food.ro)

28.10.2015 - 01.11.2015  
Bucarest

**Expo drink & wine**

Feria internacional de vinos, licores y bebidas no alcohólicas

[www.targdevinuri.ro](http://www.targdevinuri.ro)

28.10.2015 - 01.11.2015  
Bucarest

**Romhotel**

Feria internacional para la arquitectura, equipamiento, equipo y mobiliario para hoteles y restaurantes

[www.romhotel.ro](http://www.romhotel.ro)

12.11.2015 - 15.11.2015  
Bucarest

**Renexpo® South-East Europe**

Feria internacional para la energía renovable y Energía eficiente edificio y transformación

<http://www.renexpo-bucharest.com>

18.11.2015 - 20.11.2015  
Bucarest

**Goodwine 2015**  
Feria Internacional de Vinos  
[www.goodwine.ro](http://www.goodwine.ro)

20.11.2015 - 22.11.2015  
Bucarest