

## CÓMO HACER NEGOCIOS EN RUMANIA: 10 CLAVES

*José María Rodríguez Clemente\**

Uno de los países de Europa que ofrece mejores oportunidades para hacer negocios es Rumanía ya que, junto a su condición de Estado Miembro de la Unión Europea (UE) desde 2007, constituye un mercado de veinte millones de habitantes con muchas necesidades por cubrir para aproximarse a sus principales socios europeos en términos de desarrollo y bienestar económico.

El país de los Cárpatos ha liderado las cifras de crecimiento europeas en 2016, con un sorprendente 5,2%, y seguirá en una senda excelente en 2017, con un 4,2%, según datos del Fondo Monetario Internacional (por encima de todo el resto de países de la UE, incluida Irlanda, que crecerá un 3,4%).

El actual plan rumano anticorrupción ha sentado un ejemplo indudable para toda la región, con la detención de más de 1.250 cargos públicos, entre los que se incluye el que fue su primer ministro, Victor Ponta, por contraste con los mucho peores resultados en este campo de países vecinos tales como Hungría y especialmente Bulgaria. La población se ha mostrado especialmente reactiva a posibles pasos hacia atrás, con las manifestaciones más numerosas desde el ocaso de Ceaușescu en los primeros meses de 2017. Su resultado ha sido la introducción de modificaciones significativas al proyecto de ley que hubiese eximido de prisión a los responsables de casos de corrupción por un valor inferior a 44.000 euros y la ratificación de una ley que prohíbe a los condenados penalmente ejercer como ministros en Rumanía.

Los factores clave del crecimiento económico han sido los recortes de impuestos (reducciones del IVA del 24% al 20%, del impuesto sobre dividendos del 19% al 5%...), las subidas salariales en el sector público, la mejor aplicación de los fondos europeos, unos tipos de interés reducidos e importantes incrementos en la facturación del comercio minorista (un 13,1% en 2016, un 8,9% en 2015). La economía rumana se ha volcado hacia la productividad y el valor añadido, con sectores punteros como el de las TIC, que de suponer un 6,1% del PIB nacional se calcula que superará el 10% antes de que concluya la década en curso: hoy, muchas de las grandes empresas tecnológicas a nivel mundial (Adobe, IBM, Intel, Microsoft...) operan desde Bucarest, gracias a la competitividad de sus costes e impuestos.

Rumanía cumple los criterios de convergencia para entrar en la zona euro de forma ininterrumpida desde julio de 2015 (desarrollo de infraestructura, aumento de ingresos fiscales, consolidación de finanzas públicas, aumento de la competitividad, producción con mayor valor añadido, desarrollo de las pymes, financiación adecuada de educación y salud...). No obstante, la dirección de su banco central se ha acogido de forma paciente a un criterio conservador y por el momento defiende el mantenimiento de una política monetaria independiente, a fin de apoyar la progresiva convergencia de la renta per cápita del país antes de

privarse de su soberanía monetaria e incurrir así en múltiples riesgos en caso de cambios de ciclo económico.

Con todo, Rumanía suma hoy a un crecimiento envidiable una situación financiera solvente, con una deuda pública de sólo el 40% de su PIB, muy por debajo de la media europea (que supera ya el 83%). Si a ello le sumamos el desarrollo de su infraestructura aérea y marítima (16 aeropuertos y 23 puertos fluviales y marítimos), sus 53 parques industriales, su riqueza de recursos naturales (agua, tierras fértiles, petróleo y gases naturales), el creciente interés que genera en los inversores extranjeros, su armonización legislativa con el acervo comunitario, el acceso a fondos europeos (23.000 millones de euros entre 2014 y 2020) y una política fiscal sana, podemos hablar de Rumanía como una de las economías más atractivas y con mejores perspectivas del continente europeo.

Sobre esa base, podemos ofrecer **10 claves fundamentales** para que el exportador que se dirija a este país entre en él con buen pie y prevenido frente a posibles sorpresas evitables:

1. **Sostenga en la primera reunión de negocio una actitud formal y proyecte una imagen de confianza cautelosa.** Sea paciente en el inicio de su colaboración, muestre buena fe y analice cómo su socio potencial le corresponde. Las relaciones comerciales en Rumanía se forman sobre una base de reciprocidad y es en los primeros pasos cuando se ponen de manifiesto actitudes y comportamientos que pueden constituir pruebas más o menos indiciarias de una falta de seriedad o fiabilidad susceptible de agravarse con el tiempo. Confianza o dadivosidad excesivas pueden generar en su contraparte tentaciones de abuso. Sea observador, preste atención a las cifras, compare datos, analice las reacciones y no se precipite. Una buena herramienta para realizar estudios preliminares exhaustivos de las empresas con las que planea negociar la pone a nuestra disposición la firma islandesa implantada en Rumanía CreditInfo (<http://www.creditinfo.ro>).
2. **Antes de acudir a una reunión asegúrese de que podrá tener lugar en un idioma en el que esté capacitado para negociar.** Si bien es relativamente común encontrar a directivos rumanos que se comunican fluidamente en inglés, francés, italiano o español, tampoco es infrecuente dar con otros que sólo conocen su idioma nativo. Verifique en qué caso se encuentra y, de ser necesario, no olvide contratar a un intérprete.
3. **Prepare sus presentaciones con acento en los hechos y en la asequibilidad de su comprensión.** Incluya gráficos y estadísticas que ofrezcan un acceso sencillo a la información expuesta y permitan trasladar los datos clave en un máximo de quince minutos. Disponga con antelación su oferta (lista de precios, catálogos traducidos al menos al inglés, etc.), con información sobre volúmenes, tiempos y condiciones de envío y forma de pago, así como sobre certificaciones y referencias de sus clientes en otros países. Todo ello proyectará una imagen de solvencia y seriedad, fundamental para generar confianza en un primer acercamiento.



4. **Confirme sus reuniones con varias semanas de antelación y evite la Navidad y la Pascua Ortodoxa.** Cuando llegue la fecha, acuda al encuentro con puntualidad, ya que los rumanos suelen valorarla y acostumbran a llegar incluso antes de la hora designada. **En las negociaciones prepárese para posiciones duras.** Los directivos rumanos defenderán sus intereses con astucia e intentarán obtener el resultado que mejor favorezca a sus intereses en cada caso. Evite en la medida de lo posible una confrontación agresiva.
5. **Ofrezca a sus socios potenciales regalos corporativos o típicos de su país de procedencia.** Se trata de una costumbre bien apreciada en Rumanía, que suele interpretarse como una demostración de interés genuino. A ese propósito sirve tanto material de oficina (bolígrafos, carpetas, agendas... con nuestra identidad corporativa) como un vino selecto de origen español.
6. **La cultura de negocios rumana es especialmente jerárquica y todavía fundamentalmente masculina.** Los directivos de sociedades más o menos tradicionales ostentan un poder rígido y extenso, por lo que el único modo de llegar a acuerdos con sus empresas es identificarlos, a fin de negociar sólo con aquellas personas cuyo poder de decisión no acabe resultando meramente aparente o ficticio.
7. **Designe a un distribuidor con capacidad para prestar de forma seria y previsible un servicio posventa de calidad.** Una vez designado, proporcione a su personal una formación completa acerca de su producto, cómo venderlo y cómo resolver con eficacia sus problemas más comunes. Igualmente, póngale al día periódicamente sobre futuros desarrollos, modificaciones y la actividad de la competencia, en la medida en que pueda afectar a su posición en el mercado.
8. **Profundice en las relaciones personales como clave del desarrollo de sus relaciones comerciales.** El canal informal y la amistad son claves para conocer mejor con quién está tratando en el país y para establecer una base firme que sirva de plataforma para una asociación próspera y mutuamente beneficiosa. En ese sentido, no es extraño que antes de tratar asuntos de negocio tengan lugar conversaciones intrascendentes acerca de intereses personales, deporte, viajes o política. Los rumanos tienden a ser relativamente humildes y valoran negativamente la ostentación y la arrogancia: si desea obtener su simpatía, muéstrese educado, amistoso y accesible. Por lo demás, a modo de demostración de atención e interés, conviene mantener el contacto visual con el interlocutor.
9. **Cárguese de paciencia respecto a la burocracia (especialmente en caso de implantación).** Rumanía es un país todavía considerablemente lastrado por el peso de la ineficiencia en los trámites ante la Administración Pública. Prepárese para saltar de una instancia a otra, en ocasiones con decenas de papeles y en la obligación de observar múltiples textos legislativos de distintos órdenes territoriales. La mejor atemperación posible para el tedio de estos trámites es valerse de relaciones personales y de socios locales bien asentados, que conozcan atajos y trucos prácticos.



10. **Fíese más de los hechos que de las palabras.** En Rumanía son rasgos más persistentes de lo que gustaría al exportador que las promesas tengan un valor relativo, la mentira no se considere una falta especialmente grave y un “no” (“no estoy interesado”, “no deseo que nuestra relación comercial continúe”, “no voy a cumplir mi parte del acuerdo”) tienda a manifestarse más frecuentemente mediante actitudes que mediante palabras. Una aparente demostración de interés inicial puede llevar a una persecución infructuosa, en la que nuestro socio potencial será incapaz de expresar abiertamente su cambio de opinión, por muy insistentes que seamos. En Rumanía, prestar atención a los hechos y relativizar las palabras nos permitirá ahorrar mucho tiempo y no pocos disgustos a medio y largo plazo.



Para obtener información completa de cómo hacer negocios en 70 países clic en:

[Guías de Negociación y Protocolo en 70 Países](#)

-----  
*\* [Director ejecutivo de Rusbaltika](#), consultora especializada en asesoramiento, representación e inversiones en los países bálticos, Rusia y Bielorrusia*

TradeLibrary es la primera Biblioteca online de Comercio Internacional que incluye más de 400 publicaciones (libros, casos prácticos, modelos de contratos y cartas, guías-país, artículos, etc.) sobre diferentes temas como marketing, finanzas, medios de pago, transporte y logística, Incoterms, negociación y gestión administrativa del comercio internacional.

## Contenidos de TradeLibrary

- Libros de Comercio Internacional
- Casos Prácticos (marketing, negociación, finanzas, transporte internacional, etc.)
- Documentos (comerciales, transporte, aduanas)
- Contratos Internacionales (español-inglés)
- Cartas Comerciales Internacionales (español-inglés)
- Guías de Negociación y Protocolo en 60 Países
- Artículos de Comercio Internacional

**TradeLibrary**  
Información y Suscripciones

