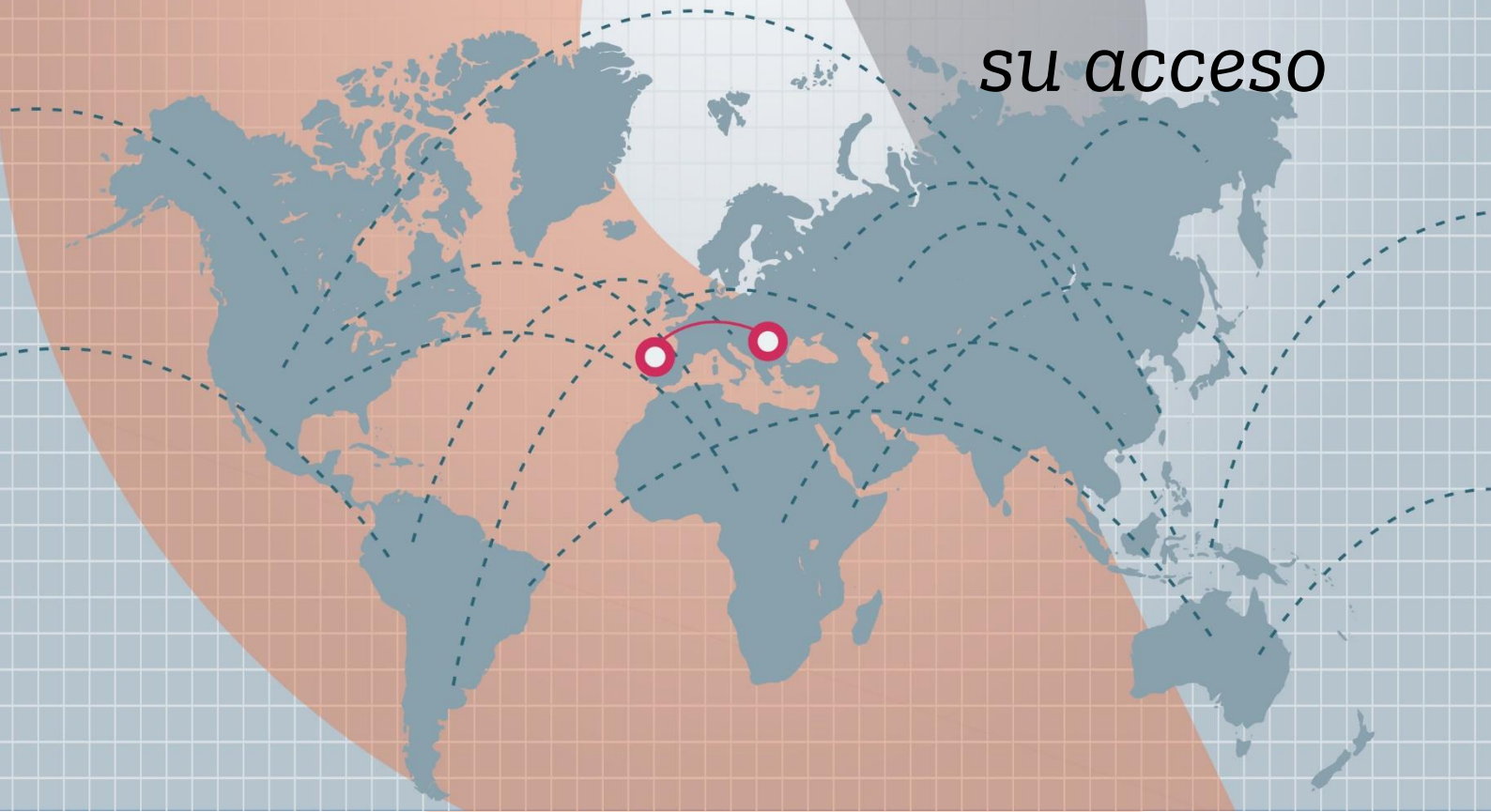
CONSORCIO ZONA FRANCA VIGO

**JORNADA-TALLER**

# ***Rumanía y Bulgaria:***

## *Principales oportunidades y aspectos a tener en cuenta para su acceso*



# Contenido

**1. Introducción: Situación económica de los mercados objetivo ..... 3**

**2. Análisis de las relaciones bilaterales con los mercados objetivo..... 7**

**3. Análisis de las importaciones de Rumanía y Bulgaria ..... 9**

3.1 Importaciones de Rumanía ..... 9

3.2. Importaciones de Bulgaria..... 13

**4. Exportación española y gallega a los mercados objetivo..... 16**

4.1 Exportaciones españolas a los mercados objetivo: Rumanía y Bulgaria ..... 16

4.2 Exportaciones gallegas a los mercados objetivo: Rumanía y Bulgaria ..... 20

**5. Tendencias de consumo en el mercado..... 25**

**6. Oportunidades comerciales y de inversión para las empresas gallegas en los países objetivo ..... 28**

6.1. Oportunidades comerciales..... 28

6.2. Oportunidades de inversión ..... 29

**7. Métodos de entrada..... 32**

**8. Entorno legal y fiscal ..... 34**

8.1. Constitución de sociedades ..... 34

8.2. Contratación de personal..... 37

8.3. Principales impuestos ..... 38

**9. Cultura de negocios en los países objetivo. Criterios para hacer negocios ..... 41**

**10. Contactos de interés ..... 43**

## *1. Introducción: Situación económica de los mercados objetivo*

**Rumanía**

Tras su adhesión a la UE en 2007, Rumanía sufrió una desaceleración económica debido a la crisis financiera mundial, especialmente en el sector del automóvil, que está sujeto a la demanda externa. Las dificultades financieras obligaron a Rumania a buscar ayuda al FMI, la Comisión Europea y el Banco Mundial. Posteriormente, la economía rumana fue la economía de más rápido crecimiento en la UE, pero este auge económico comenzó a desvanecerse en 2018 (4,0%) y se espera que continúe disminuyendo a 3,4% y 3,3% en 2019 y 2020 respectivamente.

*"A pesar del crecimiento económico tras la crisis financiera mundial, se espera que la economía rumana se desacelere en los próximos años"*

El crecimiento económico se recuperó en el período 2013-2017, impulsado por las fuertes exportaciones industriales, las excelentes cosechas agrícolas y, más recientemente, las políticas fiscales expansivas. Las exportaciones siguieron siendo un motor del crecimiento económico, liderado por el comercio con la UE, que representa aproximadamente el 70% del comercio de Rumania. La demanda interna fue el principal impulsor, debido a los recortes de impuestos y los grandes aumentos salariales que comenzaron el año pasado y que se espera que continúen en 2018. Estas ganancias macroeconómicas han comenzado a estimular la creación de una clase media y a abordar la pobreza generalizada del país.

Los aumentos significativos de los salarios en la administración pública, así como en los sectores de salud y educación, han contribuido a un mayor coste fiscal. La inflación promedio anual se mantuvo en 4,7% en diciembre de 2018 y el FMI espera que la inflación tenga un promedio de 2,7% en 2019 y 2,8% en 2020. La deuda pública disminuyó en los últimos años a pesar del mayor gasto gubernamental, pero se espera que vuelva a crecer (37,2% del PIB en 2018 y 38,8% en 2019). El desempleo ha disminuido en los últimos años (4,8% en 2019 según las estimaciones del FMI), pero la economía informal del país sigue siendo significativa.

*"El aumento de los salarios ha estimulado la creación de una clase media que comienza a abordar la pobreza generalizada del país"*

Con el 35% de la población en riesgo de pobreza, Rumania sigue siendo uno de los países más pobres de Europa. Asimismo, el envejecimiento de la población, la emigración de mano de obra cualificada, la evasión fiscal significativa, la atención médica insuficiente y el relajamiento agresivo del paquete fiscal comprometen el crecimiento a largo plazo de Rumania y la estabilidad económica, siendo las principales vulnerabilidades de la economía.

*Tabla 1. Principales datos macroeconómicos de Rumanía.*

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|---|---|---|---|---|
| **PIB** *(miles de millones de USD)* | 189,05 | 211,88e | 239,44 | 248,84 | 269,84 |
| **PIB** *(crecimiento anual en %, precio constante)* | 4,8 | 6,9 | 4,0 | 3,4 | 3,3 |
| **PIB per cápita** *(USD)* | 9.567 | 10.786e | 12.189 | 12.669 | 13.738 |
| **Deuda bruta del Gobierno** *(en % del PIB)* | 38,8 | 36,8 | 37,2 | 38,8 | 39,8 |
| **Tasa de inflación** *(%)* | -1,6 | 1,3 | 4,7 | 2,7 | 2,8 |
| **Tasa de paro** *(% de la población activa)* | 5,9 | 4,9 | 4,7 | 4,8 | 4,9 |

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos del Santander Trade (e.- datos estimados).

**Principales sectores**

La economía de Rumanía se centra principalmente en el sector servicios, que representa el 56,18% del PIB y emplea a casi el 48% de la fuerza laboral de la nación. El turismo, en particular, está en auge con casi 11 millones de turistas en 2017. Por otro lado, el sector de la tecnología también ha experimentado un inmenso crecimiento en los últimos años, debido al surgimiento de una fuerza laboral altamente calificada cuyo costo es inferior al promedio europeo. Sin embargo,la fuerza laboral de Rumanía ha ido disminuyendo en la última década debido a la migración masiva de trabajadores rumanos a países de Europa occidental.

En segundo lugar se encuentra el sector industrial, que emplea al 28,5% de la población activa. Gracias a la mano de obra barata, su industria es diversificada y competitiva. Históricamente, las empresas manufactureras y el sector industrial representan la columna vertebral de la economía de Rumania.

Por último, la agricultura es el tercer sector en importancia,ya que la producción sigue siendo muy baja en comparación con la capacidad potencial del país (más del 58% de la tierra es agrícola).

*"El sector servicios es el principal impulsor de la economía rumana, seguido del sector industrial y la agricultura en tercer lugar"*

**Bulgaria**

Bulgaria, país que ingresó a la UE en 2007 y, por consiguiente, se vio afectada por la crisis de la deuda en la región en 2010-2012, tiene una economía abierta que históricamente ha demostrado un fuerte crecimiento, pero su ingreso per cápita sigue siendo el más bajo entre los miembros de la UE. Sin embargo, el crecimiento del PIB ha aumentado desde 2014 y se situó en el 3,6% en 2018 (estable a partir de 2017, según el FMI), con aumentos salariales que continuaron alimentando el consumo privado (parcialmente compensado por exportaciones más débiles debido a una menor demanda externa).

Las finanzas públicas del país son relativamente fuertes, con una relación deuda / PIB estimada en 23,3% en 2018 (y una tendencia a la baja que debería reducirla a 21,5% en 2020). Las cuentas corrientes son positivas y se situaron en el 2,4% del PIB en 2018 (del 4,5% del año anterior). La inflación anual promedio, que ha sido negativa entre 2013 y 2016, aumentó a 2,6% en 2018, reflejando un aumento en los precios mundiales del petróleo y en los ingresos disponibles de los hogares, junto con una mala cosecha que causó un aumento en los precios de los alimentos no procesados. Sin embargo, el ingreso per cápita de Bulgaria sigue siendo el más bajo de la UE (47% de la media de la UE) y la tasa de crecimiento negativo de la población sigue pesando en comparación con las perspectivas futuras.

*"A pesar de su lenta recuperación tras la crisis, la economía búlgara ha aumentado desde 2014 y la tasa de paro ha disminuido en el los últimos años"*

La tasa de desempleo se estimó en 5,6% en 2018, frente al 6,2% del año anterior. Asimismo, la pobreza disminuyó del 8,5% en 2015 al 7,5% en 2017 (Banco Mundial). Sin embargo, la desigualdad de ingresos en Bulgaria es la más alta en la Unión Europea.

A pesar de un régimen de inversión favorable, que incluye impuestos a la renta corporativos bajos, aún quedan desafíos importantes. La corrupción en la administración pública, un poder judicial débil, baja productividad, falta de transparencia en las adquisiciones públicas y la presencia de la delincuencia organizada siguen obstaculizando el clima de inversión y las perspectivas económicas del país.

*"Entre los desafíos más importantes a los que aún se enfrenta Bulgaria se encuentra la corrupción en la administración pública, el débil poder judicial y la baja productividad"*

*Tabla 2. Principales datos macroeconómicos de Bulgaria.*

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **PIB** *(miles de millones de USD)* | 53,24 | 56,94 | 63,65 | 66,24 | 70,6 |
| **PIB** *(crecimiento anual en %, precio constante)* | 3,9 | 3,6e | 3,6 | 3,1 | 2,8 |
| **PIB per cápita** *(USD)* | 7.496 | 8.077e | 9.080 | 9.504 | 10.187 |
| **Deuda bruta del Gobierno** *(en % del PIB)* | 27,4 | 23,9 | 23,3 | 22,6 | 21,5 |
| **Tasa de inflación** *(%)* | -1,3 | 1,2 | 2,6 | 2,3 | 2,3 |
| **Tasa de paro** *(% de la población activa)* | 7,7 | 6,2 | 5,6 | 5,5 | 5,5 |

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos del Santander Trade (e.- datos estimados).

**Principales sectores**

Tradicionalmente, Bulgaria ha sido un país agrícola, sin embargo, ahora está considerablemente industrializada. De hecho, el sector agrícola es el tercer sector en importancia, por detrás del sector servicios y el industrial.

El sector terciario ha duplicado su contribución a la economía del país desde el final del sistema comunista, representando el 58,3% del PIB y empleando al 64,5% de la fuerza laboral. Por otro lado, la industria representa el 24,7% del PIB, y el 29% de la fuerza laboral está empleada en el sector industrial. La industria sigue dependiendo en gran medida de los subsectores de manufactura (metalúrgicos, químicos, construcción de maquinaria. Sin embargo, los sectores más dinámicos son los textiles, los productos farmacéuticos, los productos cosméticos, la comunicación móvil y la industria del software. Los principales recursos minerales de Bulgaria incluyen bauxita, cobre, plomo, zinc, carbón, lignito (carbón marrón) y mineral de hierro.

*"Aunque tradicionalmente Bulgaria haya sido un país agrícola, el sector más importante de su economía es el terciario"*

## 2. Análisis de las relaciones bilaterales con los mercados objetivo

En base al análisis de la balanza comercial, a continuación se muestran las relaciones bilaterales que mantiene España con cada uno de los dos mercados.

**Balanza comercial de España con Rumanía**

La balanza comercial hispano-rumana muestra un saldo comercial positivo para España durante los últimos años, donde las exportaciones han aumentado en un +36,70% durante el periodo de estudio. Al mismo tiempo, las importaciones también han seguido un aumento progresivo, lo que determina unas relaciones comerciales favorables entre ambos países.

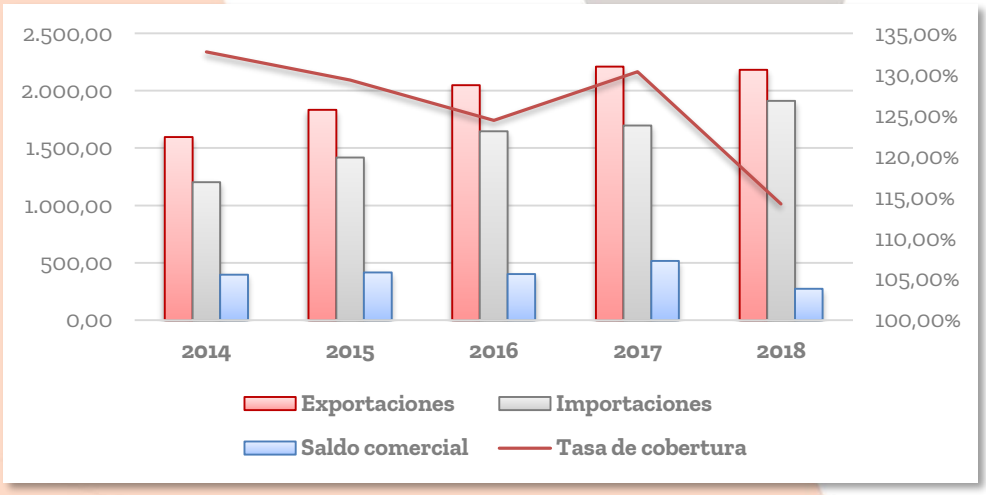
*Tabla 3. Balanza comercial española con Rumanía. Datos en millones euros.*

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | Var. 2014/18 | Var. 2017/18 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Exportaciones** | 1.596,65 | 1.832,90 | 2.048,53 | 2.211,55 | 2.182,60 | 36,70% | -1,31% |
| **Importaciones** | 1.202,69 | 1.417,41 | 1.646,74 | 1.696,95 | 1.911,50 | 58,94% | 12,64% |
| **Saldo comercial** | 393,96 | 415,49 | 401,79 | 514,60 | 271,10 | -31,19% | -47,32% |
| **Tasa de cobertura** | 132,76% | 129,31% | 124,40% | 130,32% | 114,18% | -13,99% | -12,39% |

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ICEX (Estacom).

*"La balanza comercial hispano-rumana se muestra favorable a España, con un aumento de las exportaciones de +36,70 en el último lustro"*

*Gráfico 1. Evolución de la balanza comercial española con Rumanía. Datos en millones de euros.*




Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ICEX (Estacom).

**Balanza comercial de España con Bulgaria**

A pesar de que Bulgaria no sea un país prioritario para España, las relaciones bilaterales entre ambos países gozan de salud, donde la balanza comercial muestra un superávit por el lado español. Las exportaciones españolas hacia el mercado búlgaro han aumentado en un +27,30% entre 2014/18, mientras que en el mismo periodo las importaciones también se han visto incrementadas en una cuota similar (+27,25%).

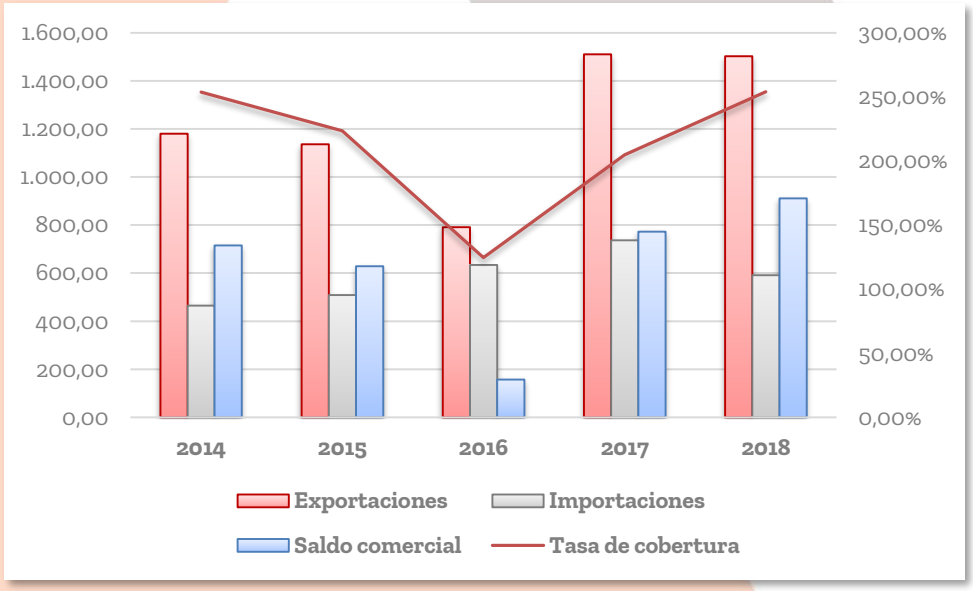
*Tabla 4. Balanza comercial española con Bulgaria. Datos en millones de euros.*

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | Var. 2014/18 | Var. 2017/18 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Exportaciones** | 1.179,91 | 1.136,70 | 791,12 | 1.510,00 | 1.502,01 | 27,30% | -0,53% |
| **Importaciones** | 464,87 | 508,76 | 634,46 | 737,02 | 591,53 | 27,25% | -19,74% |
| **Saldo comercial** | 715,04 | 627,94 | 156,66 | 772,98 | 910,48 | 27,33% | 17,79% |
| **Tasa de cobertura** | 253,82% | 223,43% | 124,69% | 204,88% | 253,92% | 0,04% | 23,94% |

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ICEX(Estacom).

*"El saldo de la balanza comercial entre España y Bulgaria se muestra tradicionalmente favorable a España"*

*Gráfico 2. Evolución de la balanza comercial española con Bulgaria. Datos en millones de euros.*




Fuente: elaboración propia Opera Global Business, a partir de datos de ICEX (Estacom).

## 3. Análisis de las importaciones de Rumanía y Bulgaria

En el presente apartado se lleva a cabo el análisis de las importaciones de cada mercado objetivo, atendiendo tanto a la evolución de las mismas, como a los principales productos importados y a sus principales países proveedores.

### 3.1 Importaciones de Rumanía

Con respecto al análisis del comportamiento de las importaciones de Rumanía durante los últimos cinco años, se observa un crecimiento sostenido a lo largo del periodo, alcanzando en este último año una variación de +41,60% con un valor de 82,890 millones de euros.

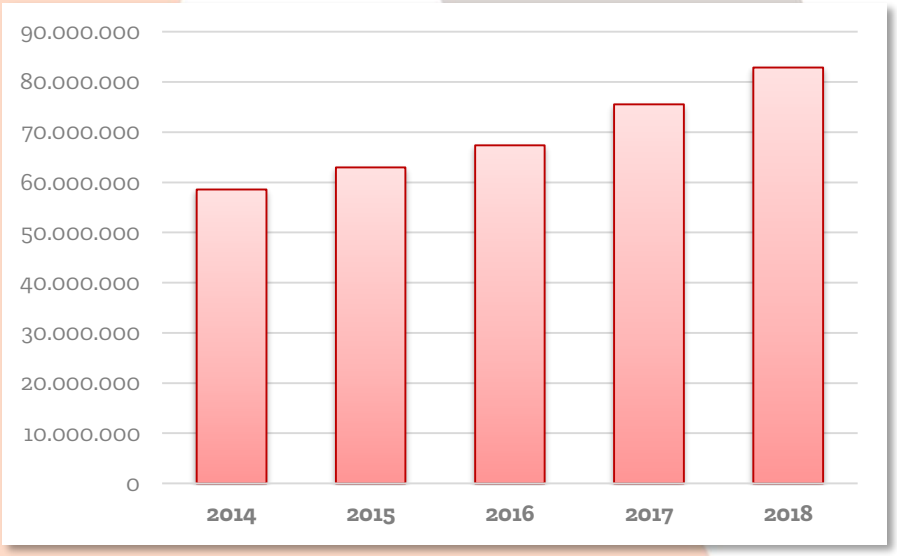
*Tabla 5. Evolución de las importaciones de Rumanía. En millones de euros.*

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | Var. 2014/18 | Var. 2017/18 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Importaciones totales** | 58,537 | 62,958 | 67,355 | 75,539 | 82,890 | 41,60% | 9,73% |

Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de Trademap.

*"Las importaciones de bienes en Rumanía han aumentado en un 41,60% en el último lustro, caracterizadas por un crecimiento sostenido a lo largo del periodo"*

*Gráfico 3. Evolución de las importaciones de Rumanía. En miles de euros.*




Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de Trademap.

**Principales sectores/productos importados**

En cuanto a los principales sectores importados por Rumanía, se observa que la maquinaria eléctrica y la mecánica representan la mayor cuota de importación (15% y 13%), seguidamente, el sector del automóvil se encuentra en tercer lugar, representando un 10% sobre el total de las importaciones. Por el lado del sector agroalimentario, se observa que el total de sus partidas copa un 9% dentro de las compras de bienes del mercado rumano, por lo que se configura como el cuarto sector en importancia. Dentro de este, se encuentran productos como la carne, fruta, leche y productos lácteos, entre los más demandados. En general, se observa una evolución positiva entre todas las partidas importadas, sin embargo, cabe destacar el crecimiento de los instrumentos y aparatos de óptica (72,75%) durante el periodo considerado, así como el aumento de las importaciones de automóviles (72,66%).

*"La maquinaria eléctrica, la maquinaria mecánica y los automóviles son los tres principales sectores de importación en Rumanía"*

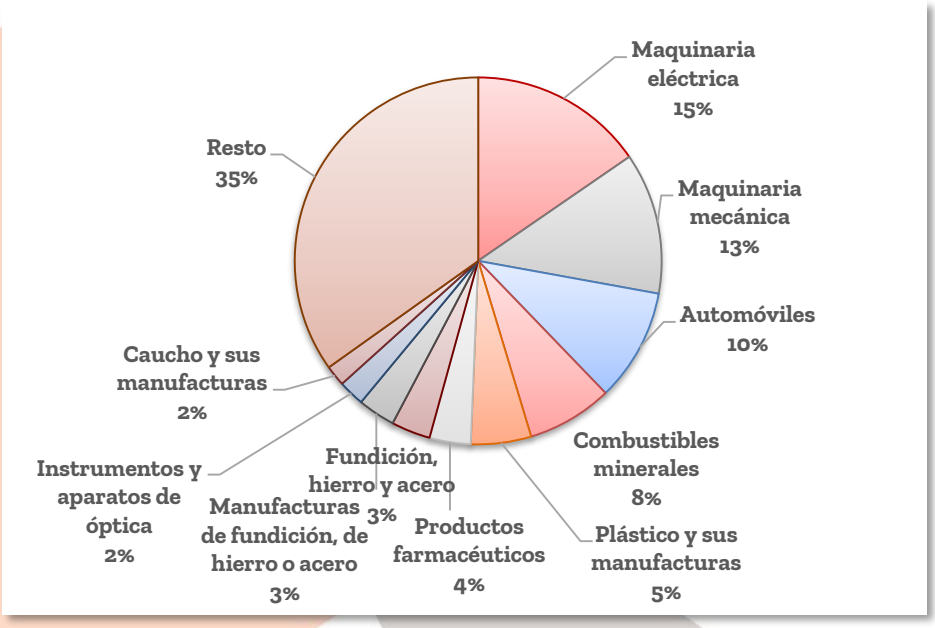
*Tabla 6. Principales sectores de productos importados en Rumanía. En millones de euros.*

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | Var. 2014/18 | Var. 2017/18 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Maquinaria eléctrica** | 8,589 | 9,524 | 10,510 | 11,676 | 12,771 | 48,69% | 9,38% |
| **Maquinaria mecánica** | 7,390 | 8,388 | 8,440 | 9,300 | 10,323 | 39,68% | 11,00% |
| **Automóviles** | 4,767 | 5,558 | 6,390 | 6,895 | 8,232 | 72,66% | 19,39% |
| **Combustibles minerales** | 5,455 | 4,041 | 3,810 | 4,980 | 6,252 | 14,62% | 25,55% |
| **Plástico y sus manufacturas** | 3,110 | 3,451 | 3,680 | 4,107 | 4,404 | 41,60% | 7,22% |
| **Productos farmacéuticos** | 2,610 | 2,588 | 2,737 | 2,937 | 3,005 | 15,16% | 2,34% |
| **Fundición, hierro y acero** | 2,092 | 2,140 | 2,020 | 2,604 | 2,856 | 36,53% | 9,70% |
| **Manufacturas de fundición, de hierro o acero** | 1,868 | 1,986 | 2,039 | 2,320 | 2,732 | 46,23% | 17,75% |
| **Instrumentos y aparatos de óptica** | 1,101 | 1,369 | 1,396 | 1,650 | 1,903 | 72,75% | 15,34% |
| **Caucho y sus manufacturas** | 1,139 | 1,158 | 1,211 | 1,419 | 1,518 | 33,23% | 6,96% |
| **Resto** | 20,410 | 22,752 | 25,115 | 27,647 | 28,888 | 41,54% | 4,49% |
| **Total** | 58,537 | 62,958 | 67,355 | 75,539 | 82,890 | 41,60% | 9,73% |

Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de Trademap.

*"El sector agroalimentario representa un 9% sobre el total de las importaciones del mercado rumano"*

*Gráfico 4. Cuota de los principales sectores de productos importados en Rumanía Año 2018.*




Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de Trademap.

**Principales proveedores de Rumanía**

En relación a los principales proveedores de Rumanía, se observa que los países europeos son los que más presencia tienen en este mercado, donde concretamente Alemania se establece como el principal proveedor con una cuota del 20%. En segundo lugar, se encuentra Italia representando un 9% y posteriormente su país vecino Hungría con un 7%.

Por otro lado, países como Polonia, Francia, Países Bajos y Austria también se encuentran dentro de los 10 principales proveedores. En cuanto a España, se observa que actualmente se encuentra en el 13° puesto del ranking, no obstante, ha registrado un significativo crecimiento a lo largo del último lustro (43,14%).

De cara a la evolución, es importante destacar el aumento del 87,22% de China, siendo el país que más crecimiento ha desarrollado durante el periodo considerado, seguido de Turquía con una variación de +83,68%.

*"Alemania, Italia y Hungría son los tres principales proveedores de Rumanía, no obstante, países no europeos como China han aumentado sus importaciones significativamente en los últimos años"*

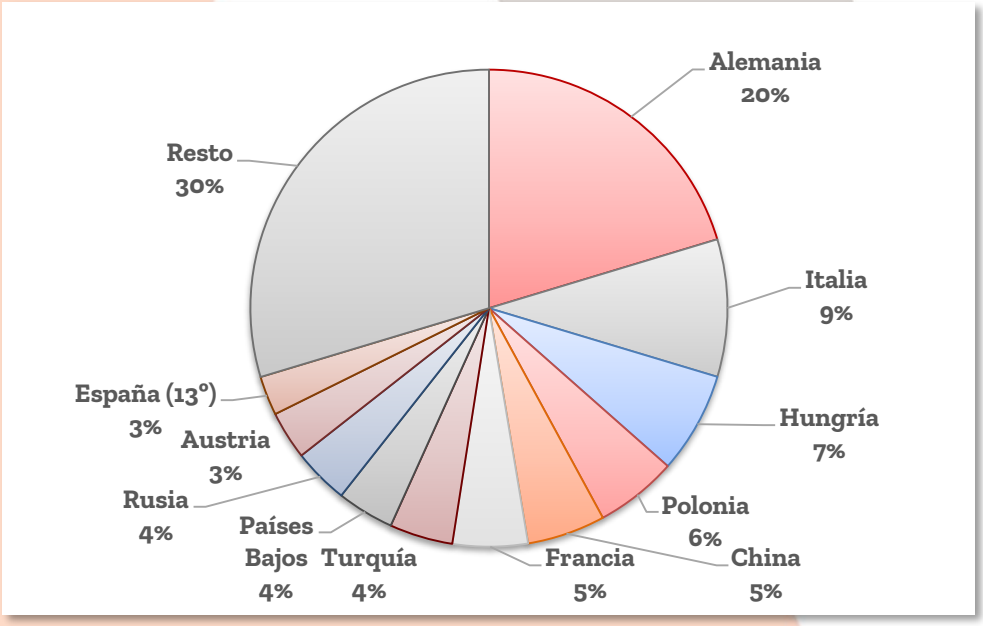
*Tabla 7. Principales países proveedores de Rumanía. En millones de euros.*

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | Var. 2014/18 | Var. 2017/18 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Alemania** | 11,197 | 12,485 | 13,797 | 15,060 | 16,857 | 50,55% | 11,93% |
| **Italia** | 6,262 | 6,774 | 6,838 | 7,498 | 7,716 | 23,23% | 2,90% |
| **Hungría** | 4,579 | 5,002 | 5,056 | 5,675 | 5,693 | 24,32% | 0,31% |
| **Polonia** | 2,721 | 3,042 | 3,453 | 4,105 | 4,610 | 69,43% | 12,30% |
| **China** | 2,346 | 2,879 | 3,428 | 3,773 | 4,392 | 87,22% | 16,41% |
| **Francia** | 3,318 | 3,506 | 3,727 | 3,997 | 4,215 | 27,02% | 5,45% |
| **Turquía** | 1,938 | 2,262 | 2,522 | 2,971 | 3,559 | 83,68% | 19,80% |
| **Países Bajos** | 2,182 | 2,519 | 2,733 | 2,996 | 3,208 | 47,00% | 7,06% |
| **Rusia** | 2,276 | 1,982 | 1,980 | 2,480 | 3,131 | 37,59% | 26,27% |
| **Austria** | 2,194 | 2,422 | 2,394 | 2,506 | 2,715 | 23,74% | 8,32% |
| **España (13º)** | 1,542 | 1,606 | 1,836 | 2,033 | 2,207 | 43,14% | 8,53% |
| **Resto** | 17,979 | 18,473 | 19,585 | 22,438 | 24,582 | 36,72% | 9,55% |
| **Total** | 58,537 | 62,958 | 67,355 | 75,539 | 82,890 | 41,60% | 9,73% |

Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de Trademap.

*"España ocupa actualmente la 13ª posición entre los principales proveedores de Rumanía"*

*Gráfico 5. Cuota de los principales países proveedores de Rumanía. Año 2018.*




Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de Trademap.

## 3.2. Importaciones de Bulgaria

Las importaciones búlgaras han seguido un crecimiento progresivo a lo largo del periodo de estudio, donde se observa un mayor impulso de las mismas a partir de 2016, llegando a una variación de +23,08% entre 2014/18 y un valor de 32,135 millones de euros.

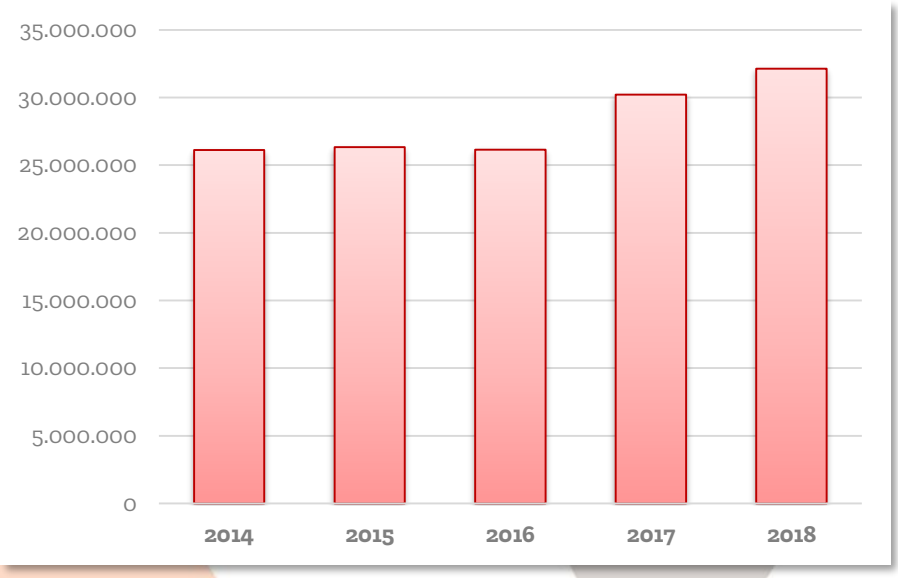
*Tabla 8. Evolución de las importaciones de Bulgaria. En millones de euros.*

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | Var. 2014/18 | Var. 2017/18 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Importaciones totales** | 26,110 | 26,338 | 26,155 | 30,202 | 32,135 | 23,08% | 6,40% |

Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de Trademap.

*"Las importaciones de Bulgaria han seguido una línea creciente durante los últimos cinco años, sobre todo a partir de 2016"*

*Gráfico 6. Evolución de las importaciones de Bulgaria. En miles de euros.*




Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de Trademap.

**Principales sectores/productos importados**

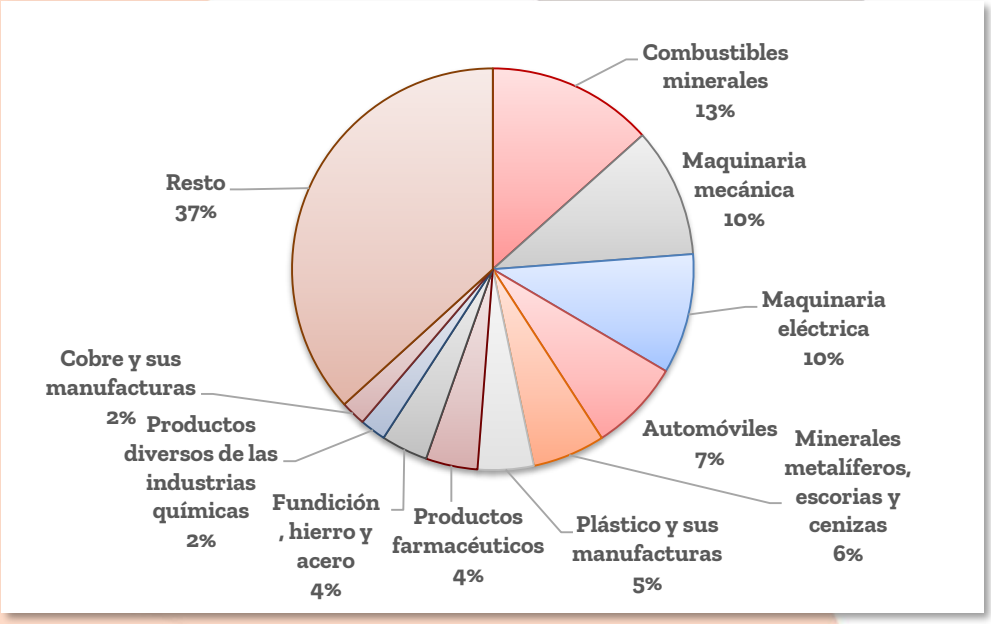
Entre las principales partidas importadas por Bulgaria, se encuentran en primer lugar los combustibles minerales con una cuota de mercado de 13%, posteriormente, la maquinaria mecánica y la eléctrica representan respectivamente un 10% sobre el total importado.

*Tabla 9. Principales sectores de productos importados en Bulgaria. En millones de euros.*

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | Var. 2014/18 | Var. 2017/18 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Combustibles minerales** | 5,196 | 4,100 | 3,237 | 4,217 | 4,299 | -17,26% | 1,95% |
| **Maquinaria mecánica** | 2,586 | 2,698 | 2,705 | 3,177 | 3,347 | 29,45% | 5,36% |
| **Maquinaria eléctrica** | 2,168 | 2,402 | 2,538 | 2,741 | 3,107 | 43,29% | 13,36% |
| **Automóviles** | 1,599 | 1,955 | 1,973 | 2,133 | 2,380 | 48,80% | 11,58% |
| **Minerales metalíferos, escorias y cenizas** | 1,333 | 1,314 | 1,052 | 1,740 | 1,880 | 41,04% | 8,04% |
| **Plástico y sus manufacturas** | 1,134 | 1,201 | 1,219 | 1,346 | 1,445 | 27,38% | 7,34% |
| **Productos farmacéuticos** | 1,025 | 1,108 | 1,124 | 1,255 | 1,340 | 30,69% | 6,79% |
| **Fundición, hierro y acero** | 769 | 829 | 796 | 1,023 | 1,208 | 57,08% | 18,10% |
| **Productos diversos de las industrias químicas** | 330 | 423 | 611 | 686 | 671 | 102,98% | -2,13% |
| **Cobre y sus manufacturas** | 462 | 445 | 431 | 641 | 646 | 39,94% | 0,77% |
| **Resto** | 9,503 | 9,857 | 10,467 | 11,238 | 11,807 | 24,25% | 5,06% |
| **Total** | 26,110 | 26,338 | 26,155 | 30,202 | 32,135 | 23,08% | 6,40% |

Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de Trademap.

*Gráfico 7. Cuota de los principales sectores de productos importados en Bulgaria. Año 2018.*




Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de Trademap.

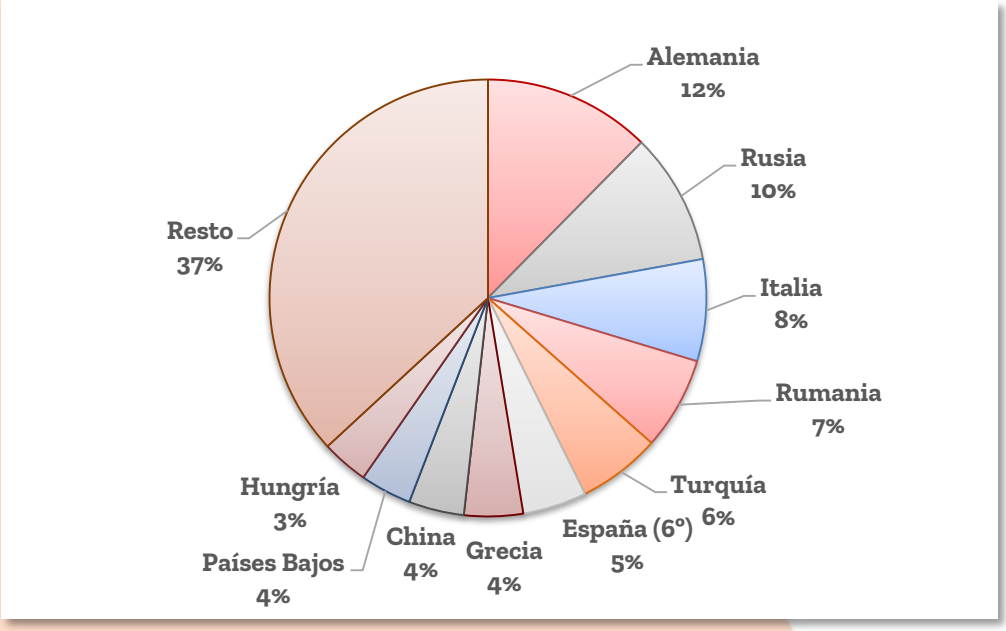
## Principales proveedores de Bulgaria

*Tabla 10. Principales países proveedores de Bulgaria. En millones de euros.*

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | Var. 2014/18 | Var. 2017/18 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Alemania** | 3,212 | 3,394 | 3,422 | 3,702 | 3,982 | 24,00% | 7,58% |
| **Rusia** | 3,961 | 3,169 | 2,336 | 3,101 | 3,131 | -20,96% | 0,97% |
| **Italia** | 1,840 | 1,995 | 2,070 | 2,193 | 2,422 | 31,59% | 10,45% |
| **Rumania** | 1,783 | 1,786 | 1,814 | 2,133 | 2,206 | 23,75% | 3,43% |
| **Turquía** | 1,467 | 1,493 | 1,622 | 1,862 | 1,971 | 34,35% | 5,87% |
| **España (6º)** | 1,257 | 1,207 | 1,038 | 1,593 | 1,519 | 20,88% | -4,64% |
| **Grecia** | 1,336 | 1,267 | 1,258 | 1,331 | 1,400 | 4,75% | 5,12% |
| **China** | 864 | 968 | 1,040 | 1,109 | 1,317 | 52,35% | 18,72% |
| **Países Bajos** | 719 | 882 | 955 | 1,111 | 1,222 | 69,96% | 10,04% |
| **Hungría** | 881 | 975 | 996 | 1,065 | 1,111 | 26,03% | 4,29% |
| **Resto** | 8,784 | 9,196 | 9,599 | 10,996 | 11,848 | 34,88% | 7,75% |
| **Total** | 26,110 | 26,338 | 26,155 | 30,202 | 32,135 | 23,08% | 6,40% |

Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de Trademap.

*Gráfico 8. Cuota de los principales países proveedores de Bulgaria. Año 2018.*




Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de Trademap.

## *4. Exportación española y gallega a los mercados objetivo*

En el presente apartado se lleva a cabo el análisis de las exportaciones realizadas tanto desde España como desde Galicia hacia los dos mercados objetivo, observando la evolución del valor de las exportaciones en un periodo de cinco años, así como los productos exportados, por España y Galicia, en mayor medida a cada destino.

### 4.1 Exportaciones españolas a los mercados objetivo: Rumanía y Bulgaria

Las exportaciones españolas a Rumanía han mantenido una evolución constante en los últimos años. A pesar de reducirse levemente en el último año, el volumen global aumentó en más de 600 millones de euros desde 2014.

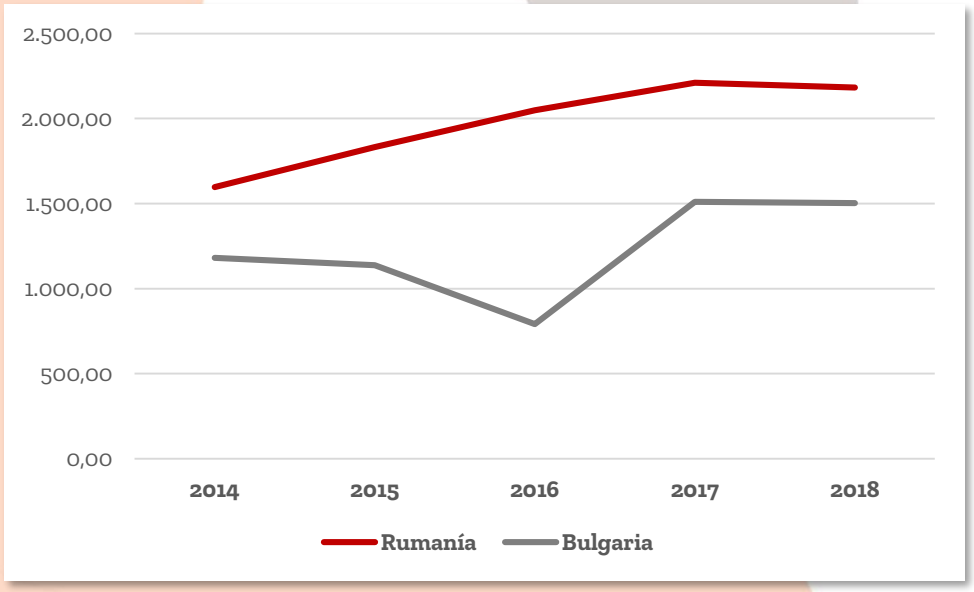
Bulgaria, por su parte, no ha representado un mercado tan atractivo como el rumano para la exportación española, aunque ha aumentado más de un 27% en el periodo 2014-18 y su reducción en el último año ha sido menor que en Rumanía.

*Tabla 11. Exportaciones españolas a Rumanía y Bulgaria. Datos en millones de euros.*

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | Var. 2014/18 | Var. 2017/18 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Rumanía** | 1.596,65 | 1.832,90 | 2.048,53 | 2.211,55 | 2.182,60 | 36,70% | -1,31% |
| **Bulgaria** | 1.179,91 | 1.136,70 | 791,12 | 1.510,00 | 1.502,01 | 27,30% | -0,53% |
| **Total** | 2.776,56 | 2.969,60 | 2.839,65 | 3.721,55 | 3.684,61 | 32,70% | -0,99% |

Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de ICEX (Estacom).

*Gráfico 9. Evolución de las exportaciones españolas a Rumanía y Bulgaria. Datos en millones de euros.*




Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de ICEX (Estacom).

Por tanto, en términos generales se puede decir que la evolución de la exportación española a los dos países objetivo no ha diferido del desempeño del comercio exterior español desde la crisis económica anterior. Así, tras un fuerte crecimiento y una evolución constante durante más de un lustro, el volumen de exportaciones ha disminuido levemente en el último ejercicio.

**Exportaciones españolas a Rumanía por productos**

Atendiendo al valor de las exportaciones por productos, el sector de la automoción (automóviles y componentes) en conjunto lidera claramente la actividad exportadora de España al mercado rumano, alcanzando un valor global de casi 750 millones de euros, lo que supone prácticamente un 35% del valor total de exportaciones.

En segundo lugar, destaca la industria química, uno de los sectores que ha mantenido su crecimiento incluso en el último año hasta superar los 190 millones de euros, aumentando más de un 20% con respecto a 2017.

Por último, destacan los sectores de la moda y el agroalimentario, con volúmenes cada vez mayores y una evolución positiva. Así, en 2018, las exportaciones de prendas textiles superaron los 180 millones de euros. En la agroalimentación, sobresale el sector cárnico -que aumentó su volumen más de un 30% el último año- y el de las hortalizas, pese a haber disminuido parcialmente su volumen.

A pesar de la evolución favorable en la inmensa mayoría de productos, el descenso en la exportación de equipos y componentes de automoción es el causante del ligero declive global de la exportación española.

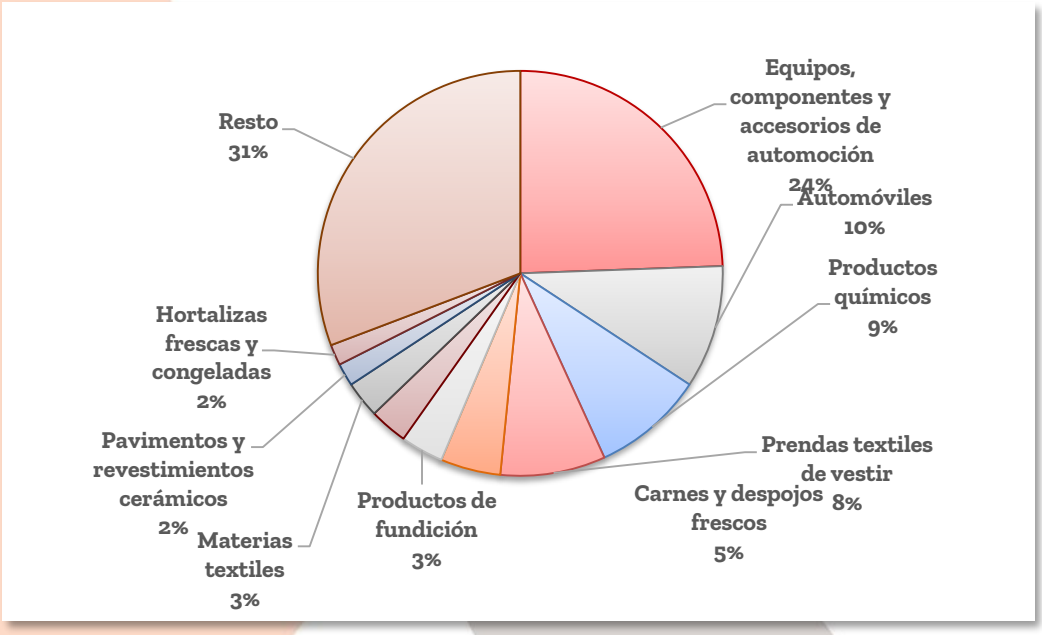
*Tabla 12, Principales partidas exportadas desde España a Rumanía. Datos en millones de euros.*

| | 2018 | Var. 2014/18 | Var. 2017/18 |
|---|---|---|---|
| **Equipos, componentes y accesorios de automoción** | 533,19 | 14,84% | -26,13% |
| **Automóviles** | 214,48 | 49,26% | 1,30% |
| **Productos químicos** | 194,87 | 41,73% | 22,25% |
| **Prendas textiles de vestir** | 183,31 | 132,29% | 4,30% |
| **Carnes y despojos frescos** | 104,58 | 590,38% | 33,78% |
| **Productos de fundición** | 74,60 | 16,57% | 31,70% |
| **Maquinaria y material eléctrico** | 66,35 | 99,64% | 46,39% |
| **Materias textiles** | 63,56 | 32,65% | 10,87% |
| **Pavimentos y revestimientos cerámicos** | 39,74 | 61,27% | 2,09% |
| **Hortalizas frescas y congeladas** | 36,34 | 27,32% | -8,67% |
| **Resto** | 671,58 | 20,19% | 7,17% |
| **Total** | 2.182,60 | 36,70% | -1,31% |

Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de ICEX (Estacom).

*"Automoción, moda y alimentación lideran las exportaciones españolas a Rumanía, que representan ya un volumen superior a los 2.000 millones de euros"*

*Gráfico 10. Cuota de mercado de los principales productos españoles exportados a Rumanía Año 2018.*




Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de ICEX (Estacom).

**Exportaciones españolas a Bulgaria por productos**

Hasta la fecha, la exportación española a Bulgaria ha estado dominada por el sector minero, el cual representaba más de la mitad del volumen total de exportación. Junto a él, el sector de la construcción en general ha encontrado tradicionalmente en Bulgaria un buen mercado.

Destaca asimismo el menor peso de sectores típicamente exportadores, como el de la moda, cuyo volumen incluso se redujo un 12% el último año, o la alimentación. Sin embargo, gracias a la relativa madurez del mercado búlgaro, las exportaciones de productos con mayor valor añadido están creciendo exponencialmente. Así, por ejemplo, aunque el valor de las exportaciones de equipos y componentes informáticos es aún modesto, su volumen creció más de un 110% de 2017 a 2018.

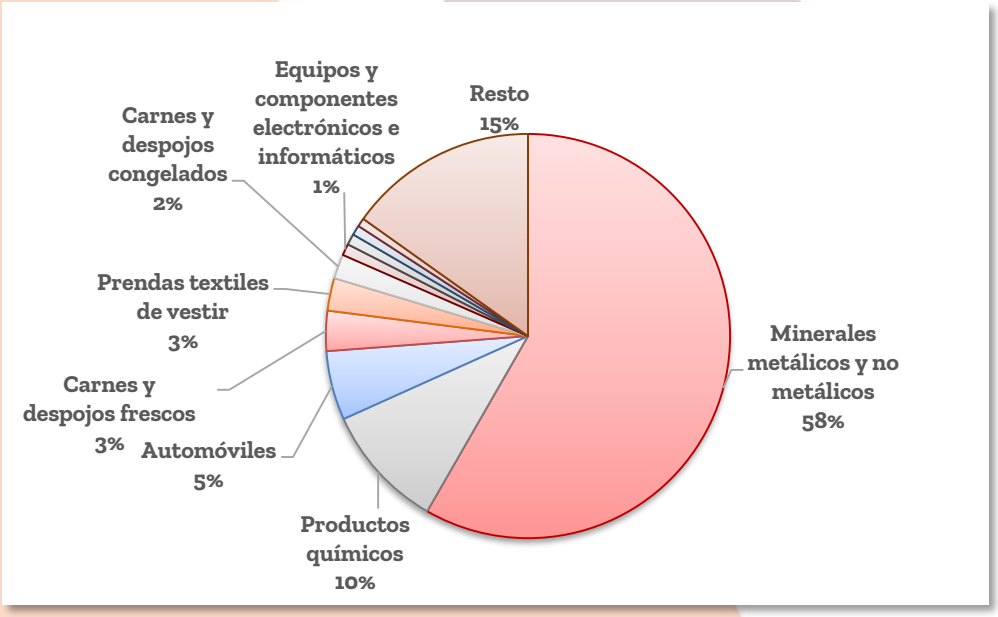
Atendiendo al valor económico, las partidas que siguen a los minerales son las de productos químicos y automóviles. Los primeros rozaron los 150 millones de euros en 2018, experimentando un incremento del 52%. En cuanto a los automóviles, que superaron los 80 millones de euros, destaca el aumento del 12%, una excepción notable dada la inestabilidad provocada en el sector a raíz de la incertidumbre en torno al diésel.

*Tabla 13. Principales partidas exportadas desde España a Bulgaria. Datos en millones de euros.*

| | 2018 | Var. 2014/18 | Var. 2017/18 |
|---|---|---|---|
| **Minerales metálicos y no metálicos** | 875,86 | 9,31% | -5,46% |
| **Productos químicos** | 149,64 | 111,94% | 52,48% |
| **Automóviles** | 83,07 | 178,90% | 12,98% |
| **Carnes y despojos frescos** | 48,21 | 182,03% | 4,88% |
| **Prendas textiles de vestir** | 39,20 | 84,33% | 3,21% |
| **Carnes y despojos congelados** | 29,23 | -24,92% | -9,76% |
| **Equipos y componentes electrónicos e informáticos** | 13,91 | 259,32% | 113,30% |
| **Materias textiles** | 13,19 | 27,98% | -12,84% |
| **Pavimentos y revestimientos cerámicos** | 11,88 | 44,41% | 14,52% |
| **Maquinaria y material eléctrico** | 10,17 | 72,84% | 59,35% |
| **Resto** | 227,64 | 31,84% | -11,48% |
| **Total** | 1.502,01 | 27,30% | -0,53% |

Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de ICEX (Estacom).

*Gráfico 11. Cuota de mercado de los principales productos españoles exportados a Bulgaria. Año 2018.*




Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de ICEX (Estacom).

*"El sector minero domina la exportación española a Bulgaria, seguido de los productos químicos y el sector de la automoción"*

## 4.2 Exportaciones gallegas a los mercados objetivo: Rumanía y Bulgaria

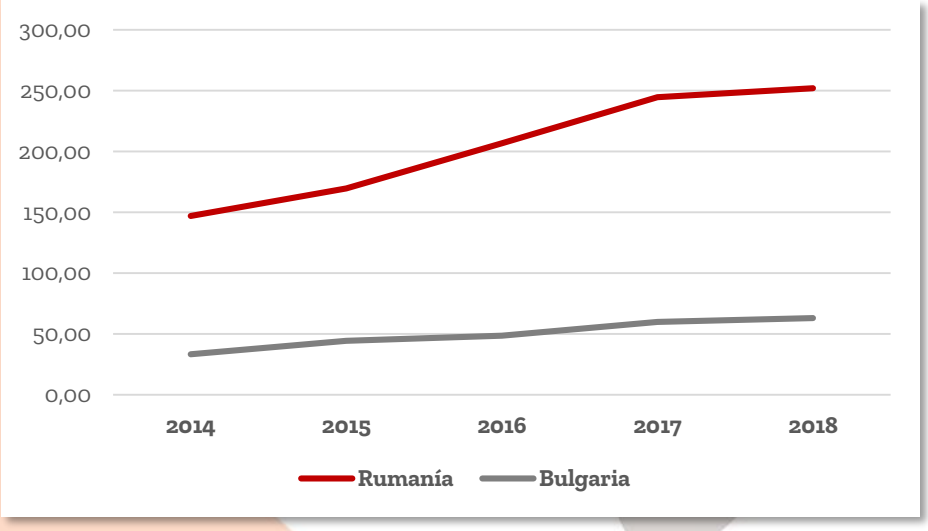
Del total de exportaciones gallegas a Rumanía y Bulgaria, el mercado rumano concentró casi un 80% de la actividad. Esta preponderancia de Rumanía es más acusada que en el conjunto de la exportación española, donde representa un 60 %. No obstante, la evolución en ambos mercados objetivo ha sido constante, situándose las tasas de crecimiento en torno al 70-90% en el periodo 2014-18. Además, las exportaciones gallegas han aumentado incluso en el último ejercicio, a diferencia del cómputo global español.

*Tabla 14. Exportaciones gallegas a Rumanía y Bulgaria. Datos en millones de euros.*

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | Var. 2014/18 | Var. 2017/18 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Rumanía** | 147,10 | 169,50 | 206,68 | 244,67 | 251,94 | 71,27% | 2,97% |
| **Bulgaria** | 33,42 | 44,29 | 48,51 | 60,04 | 62,96 | 88,39% | 4,86% |
| **Total** | 180,52 | 213,79 | 255,19 | 304,71 | 314,90 | 74,44% | 3,34% |

Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de ICEX (Estacom).

*Gráfico 12. Evolución de las exportaciones gallegas a Rumanía y Bulgaria. Datos en millones de euros.*

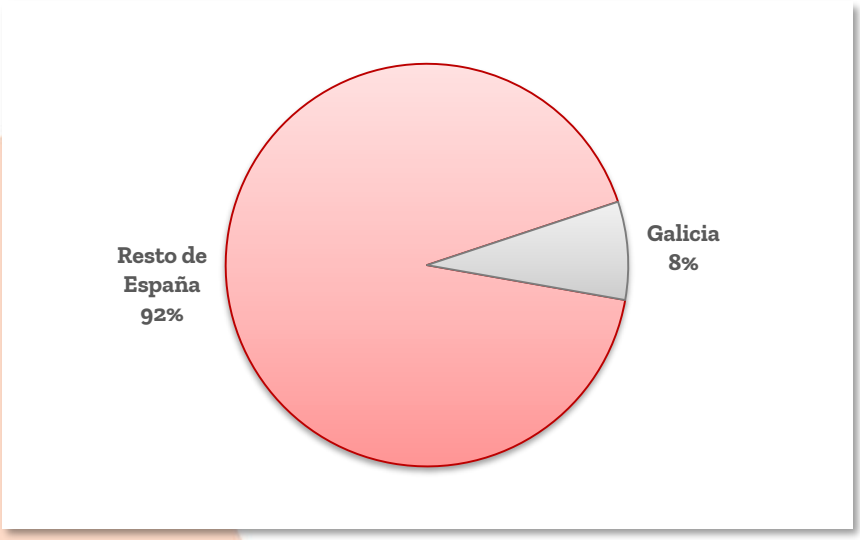



Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de ICEX (Estacom).

*"La evolución de las exportaciones gallegas a Rumanía y Bulgaria ha sido constante, manteniéndose incluso en el último ejercicio, a diferencia del conjunto de la exportación española"*

Por lo demás, el peso de las exportaciones gallegas en comparación con el resto de España se sitúa en la media de otros países, en torno al 8 %.

*Gráfico 13. Cuota de exportación de Galicia en las exportaciones españolas a Rumania y Bulgaria. Año 2018.*




Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de ICEX (Estacom).

**Exportaciones gallegas a Rumanía por productos**

Al igual que en el conjunto de exportaciones españolas, los sectores de la moda, la alimentación y la automoción dominan las exportaciones gallegas a Rumanía. Más aún, el peso del sector de la moda es todavía más acusado, pues representa más de la mitad del volumen total de exportaciones gallegas, superando los 137 millones de euros. No obstante, a pesar de una evolución muy positiva en los últimos años, el sector ha dado muestras de cierto estancamiento en el último ejercicio.

En cuanto al sector de la automoción, aunque la exportación de equipos y componentes ha disminuido un 5% desde 2017, la de automóviles ha experimentado un espectacular crecimiento del 87,50%.

Junto a la industria del papel, que mantiene una evolución muy positiva, también sobresale la exportación de pescados y mariscos, ya sea congelado o en conserva. Este sector, característico de la actividad comercial gallega, supera ya los 16 millones de euros, manteniendo también una evolución por encima de la media en el último ejercicio.

*"En el conjunto de la exportación gallega a Rumanía, sobresale el sector de la moda, que concentra más de la mitad de la actividad. Asimismo, el peso de los sectores de la alimentación y la automoción también es destacable"*

Por último, analizando el peso del sector agroalimentario en conjunto, se observa que el mismo supone un aporte del 7 % del total exportado por Galicia al mercado rumano. Aspecto que le situaría como el tercer sector de exportación, tras moda y automoción.

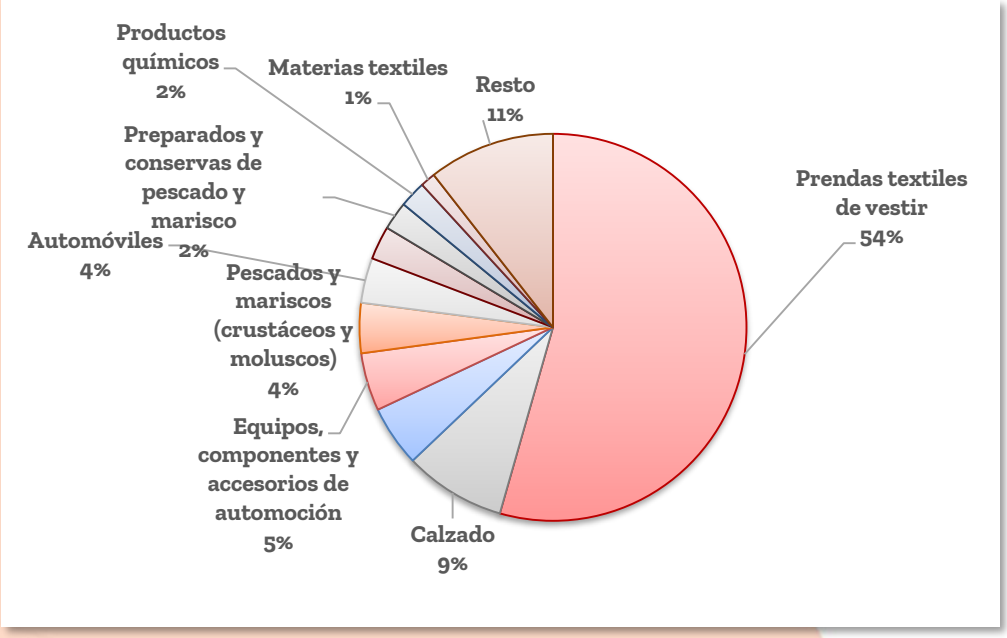
Como ya se ha evidenciado, estas exportaciones agroalimentarias están dominadas por los productos pesqueros, siendo otros productos a destacar los cárnicos y sus transformados.

*Tabla 15. Principales partidas exportadas desde Galicia a Rumanía. Datos en millones de euros.*

| | 2018 | Var. 2014/18 | Var. 2017/18 |
|---|---|---|---|
| **Prendas textiles de vestir** | 137,13 | 126,67% | 1,63% |
| **Calzado** | 21,36 | 47,00% | -0,77% |
| **Papel y sus semimanufacturas** | 12,84 | 157,79% | 53,39% |
| **Equipos, componentes y accesorios de automoción** | 12,20 | 79,79% | -5,76% |
| **Pescados y mariscos (crustáceos y moluscos)** | 10,55 | 11,71% | 4,81% |
| **Automóviles** | 9,47 | 93,25% | 87,50% |
| **Equipos de protección y seguridad laboral** | 7,05 | 89,23% | -2,62% |
| **Preparados y conservas de pescado y marisco** | 5,96 | 195,20% | 6,40% |
| **Productos químicos** | 5,59 | -41,50% | -0,03% |
| **Materias textiles** | 3,16 | -65,59% | 14,79% |
| **Resto** | 26,62 | 23,95% | -12,98% |
| **Total** | 251,94 | 71,27% | 2,97% |

Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de ICEX (Estacom).

*Gráfico 14. Cuota de mercado de las principales partidas gallegas exportadas a Rumanía. Año 2018.*




Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de ICEX (Estacom).

**Exportaciones gallegas a Bulgaria por productos**

A diferencia del conjunto global de exportaciones españolas a Bulgaria, dominadas, como ya se comentó, por la industria minera y química, las empresas gallegas que más exportan a Bulgaria pertenecen a los sectores de la moda, la automoción y la alimentación.

Como ocurre en el mercado rumano, el sector de la moda concentra prácticamente la mitad del volumen total de la exportación gallega a Bulgaria. No obstante, a pesar de encabezar la lista de productos exportados y de mantener una evolución positiva en el último año, su valor, en torno a los 30 millones de euros, está muy por debajo del de Rumanía.

La exportación de automóviles, pese a una evolución muy favorable en los últimos años, ha sufrido un notable retroceso en 2018, disminuyendo en casi un 30%. Un retroceso similar ha sufrido la exportación de pescados y mariscos, aunque el sector de la alimentación se ha visto compensado con un aumento superior al 10% en las exportaciones de conservas gallegas.

*Tabla 16. Principales partidas exportadas desde Galicia a Bulgaria. Datos en millones de euros.*

| | 2018 | Var. 2014/18 | Var. 2017/18 |
|---|---|---|---|
| **Prendas textiles de vestir** | 30,59 | 113,56% | 12,28% |
| **Automóviles** | 8,14 | 57,23% | -29,93% |
| **Calzado** | 4,05 | 52,79% | 17,02% |
| **Pescados y mariscos (crustáceos y moluscos)** | 3,87 | 21,82% | -29,85% |
| **Productos químicos** | 1,81 | 25,28% | 68,28% |
| **Materias textiles** | 1,80 | 21,54% | -24,11% |
| **Equipamiento para hostelería y restauración** | 1,61 | 712,44% | 204,61% |
| **Equipos de protección y seguridad laboral** | 1,24 | 94,33% | 7,44% |
| **Preparados y conservas de pescado y marisco** | 0,97 | 179,18% | 11,10% |
| **Electrodomésticos** | 0,88 | 25102,93% | 2229,42% |
| **Resto** | 8,01 | 101,14% | 29,85% |
| **Total** | 62,96 | 88,39% | 4,86% |

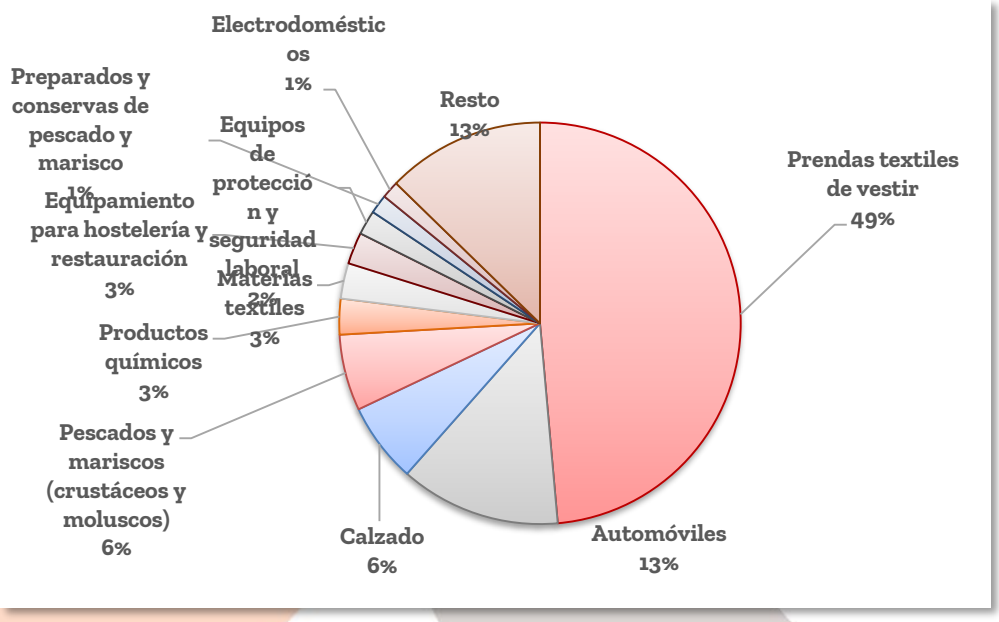
Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de ICEX (Estacom).

*"Como en Rumanía, la exportación gallega a Bulgaria pivota sobre los sectores de la moda, la automoción y la alimentación, a pesar de haber disminuido su volumen en el último año"*

Por último, al igual que en el caso de Rumania, conviene analizar el peso del sector agroalimentario en conjunto, del mismo se observa que el mismo supone un aporte del 9 % del total exportado por Galicia al mercado búlgaro (mayor peso que en Rumania). Aspecto

que le situaría como el tercer sector de exportación, tras moda y automoción. Como ya se ha evidenciado, y al igual que en el caso rumano, estas exportaciones agroalimentarias están dominadas por los productos de la pesca, siendo otros productos a destacar los cárnicos y sus transformados.

*Gráfico 15. Cuota de mercado de las principales partidas gallegas exportadas a Bulgaria. Datos en millones de euros.*




Fuente: elaboración propia Opera Global Business a partir de datos de ICEX (Estacom).

## 5. *Tendencias de consumo en el mercado*

**Rumanía**

A pesar de ser uno de los países de la UE que ha experimentado un mayor crecimiento del PIB en los últimos años, Rumanía tiene ante sí determinados retos que pueden afectar el consumo de la población a corto plazo.

Así, aunque en 2017 Rumanía fue el país de la UE con el crecimiento de la producción más rápido, el aumento productivo no se está traduciendo en un aumento de la riqueza de la población en términos relativos. Con una población modesta, en torno a los 20 millones de habitantes, Rumanía sigue a la cola de Europa en lo que a PIB per cápita se refiere. Las políticas adoptadas por los últimos ejecutivos, centradas en torno al aumento de los salarios y la reducción de los impuestos, han servido para aumentar el consumo de la población, pero no para fomentar el ahorro y la inversión.

En términos generales, el consumidor rumano gasta más de lo que gana y, según el OTP Bank, el 70% de los consumidores afirma no tener ahorros. La UE ya ha advertido de los peligros de esta situación, instando al Gobierno a modificar su política fiscal y corregir un déficit presupuestario insostenible a largo plazo.

*"Estimulado por la bajada de impuestos y el aumento de salario, el consumidor rumano típico gasta más de lo que gana y no tiene ahorros"*

Además, Rumanía sigue siendo el país con las carencias sociales más agudas de toda la UE, triplicando la media comunitaria. Según el informe de Eurostat[1], casi uno de cada dos rumanos tiene problemas de acceso a calefacción y no puede permitirse el consumo de carne o pescado cada dos días. A pesar de estos datos, la situación social del país evoluciona positivamente, y el porcentaje de población en riesgo de exclusión se ha reducido un 12,4% en los últimos cinco años.

Son precisamente estas características las que hacen de Rumanía un mercado menos maduro que otros países del entorno. Así, por ejemplo, la alta inclinación de los consumidores rumanos al gasto ha venido reforzando la impaciencia en la compra. Los consumidores más impacientes son precisamente los más jóvenes -el 53% de la población entre 18 y 23 años- y los que viven en entornos urbanos. Estos segmentos aspiran a adquirir bienes y servicios "aquí y ahora", y tienen la expectativa de mantener una interacción real con las marcas.

Otra de las tendencias apreciables en el mercado rumano es el auge de cierto minimalismo entre los consumidores. Esta predisposición se ha acentuado especialmente desde el año pasado, cuando las perspectivas de crecimiento y aumento del poder adquisitivo son cada

[1] "Material and social deprivation rate", *Eurostat* (30/08/2019).

vez más moderadas. Así, el 79% de la población urbana afirma estar intentando cambiar sus hábitos de consumo, centrándose en lo esencial.

*"Los consumidores rumanos son especialmente reacios a la publicidad, y su consumo se ha caracterizado recientemente por hábitos de compra rápidos y minimalistas"*

Por otra parte, según la encuesta *Consumer Trends Tracker* realizada por iSense en enero de 2019, los consumidores rumanos son especialmente reacios a la publicidad. Para ilustrar esta realidad basta observar el número de rumanos que usan el bloqueo de anuncios *online*: si en 2015 el 20% de los usuarios lo activaba, dicho porcentaje se ha incrementado hasta el 59% en 2019 (en España, el porcentaje es del 30%).

Por último, y siguiendo una tendencia cada vez más global, los rumanos valoran la reputación ética de las marcas y la procedencia de los productos, especialmente en el sector de la alimentación. Así, los alimentos etiquetados como orgánicos, bio o ecológicos son cada vez más apreciados entre los consumidores.

*"En el sector de la alimentación, las categorías orgánicas, bio y ecológicas cada vez son más buscadas"*

**Bulgaria**

Con algo más de 7 millones de habitantes y un PIB per cápita de 7.800€, Bulgaria es un mercado que ofrece ciertos contrastes. Así, aunque su tasa de crecimiento ha superado el 3% en los últimos años, los búlgaros son los más pesimistas no solo con respecto a la situación general del país, sino también con respecto a su situación personal. Este pesimismo, según arrojan los resultados del estudio de Cetelem *Consumo en Europa* (2019), se ha intensificado levemente en el último año.

A pesar de este pesimismo, un 30% de la población búlgara afirma que su poder adquisitivo ha incrementado en el último año. Es más, en contraste con una tendencia al ahorro generalizada en la UE, un 62% de los consumidores búlgaros tienen intención de aumentar el gasto en los próximos meses, el tercer mayor porcentaje de todos los países europeos encuestados. Los productos y servicios hacia los que los consumidores planean aumentar su gasta son ocio, tecnología y automóviles, en consonancia con el resto de países de Europa del Este.

*"A pesar de su pesimismo con respecto a su situación personal, los consumidores búlgaros tienen intención de aumentar su gasto, especialmente en ocio, tecnología y automóviles"*

Una tendencia a destacar es la importancia otorgada al "producto local", entendido como producto fabricado en Bulgaria, y concebido como un acto patriótico por casi un tercio de los consumidores búlgaros. No obstante, Bulgaria también presenta uno de los índices más altos de reconocimiento hacia productos fabricados en la UE, asociándoles conceptos como calidad, ética y fiabilidad.

*"Los búlgaros buscan novedad y valoran la responsabilidad social corporativa, especialmente en los productos alimenticios y de moda"*

Asimismo, se aprecia una predisposición a probar nuevas marcas y productos, especialmente en los sectores de la moda y la alimentación. Así, el 46% de los búlgaros estaría dispuesto a abandonar sus marcas habituales para probar otras. Junto al deseo por la novedad, otra de las tendencias en auge en el consumo alimentario es la búsqueda de productos ecológicos y respetuosos con el medioambiente.

## *6. Oportunidades comerciales y de inversión para las empresas gallegas en los países objetivo*

Tras el análisis de los puntos anteriores, se detalla una lista de los sectores que se consideran de oportunidad para las empresas gallegas que quieran expandir su ámbito de trabajo incluyendo alguno de los dos países que conforman el presente estudio.

*"En Rumanía y en Bulgaria, las principales oportunidades comerciales de las empresas gallegas se concentran en los sectores de la moda, la automoción y la alimentación"*

### 6.1. Oportunidades comerciales

#### *a) Rumanía*

Aunque el PIB per cápita del país está por debajo de la media europea, el crecimiento de los salarios ha propiciado un mayor consumo que se ha mantenido al alza en los últimos años. A tenor de los datos analizados previamente, los sectores más atractivos para las empresas gallegas son los siguientes:

- **Moda**

Con un volumen que supera los 137 millones de euros, el sector textil gallego mantiene desde hace años una posición fuerte en el mercado rumano. Dicho éxito, que ha aumentado más de un 120% durante el periodo 2014-2018, se debe principalmente al incuestionable triunfo comercial del grupo Inditex en el país, aunque los logros de actores más pequeños evidencian que hay oportunidades para más empresas gallegas.

- **Automoción**

Aunque el valor de las exportaciones gallegas en este sector es moderado, su crecimiento constante indica que representa una de las mejores oportunidades de expansión para las empresas gallegas. Además, el reciente aumento de la capacidad productiva del país gracias a las fábricas de Renault y Ford puede suponer una oportunidad excepcional para los fabricantes de accesorios gallegos. Con todo, las empresas deben adaptarse a los recientes cambios en el sector, especialmente a raíz de las dificultades que han aparecido con el subsector del diésel.

- **Alimentación y bebidas**

Pese a la adopción de determinadas medidas proteccionistas en el comercio minorista destinadas a privilegiar el producto nacional, el mercado alimentario rumano aún presenta oportunidades relevantes, especialmente en algunos nichos de mercado, como las conservas, el vino y los embutidos. Por otra parte, la exportación de pescado congelado viene ostentando una cuota significativa.

### *b) Bulgaria*

Aunque, a nivel nacional, las empresas españolas han apostado mayoritariamente por el sector de la construcción, las mejores oportunidades en Bulgaria para las empresas gallegas se concentran en los siguientes sectores:

- **Moda**

Al igual que en Rumanía, el grupo Inditex ha liderado el éxito de las exportaciones gallegas en el sector de la moda, aunque el volumen es significativamente menor, en torno a los 30 millones de euros. Esto se debe, en parte, a la mayor madurez del mercado búlgaro.

- **Automoción**

Si bien la evolución de las exportaciones gallegas dentro de este sector ha sido relativamente irregular, sigue siendo uno de los puntos fuertes en la estrategia exportadora.

- **Alimentación y bebidas**

El mercado búlgaro presenta oportunidades atractivas para las empresas gallegas de la alimentación, especialmente en determinados nichos de mercado, como el de los bio-productos o los alimentos dietéticos. Asimismo, sectores más tradicionales como el del pescado y el marisco han constituido una de las fortalezas de la exportación gallega a Bulgaria.

## 6.2. Oportunidades de inversión

### *a) Rumanía*

Las principales oportunidades para los inversores gallegos se centran en los siguientes sectores de actividad:

- **TIC**

La conexión a internet en Rumanía es una de las mejores y más veloces del mundo, y destaca la posición del país como uno de los mayores exportadores de software a nivel europeo. Además, recientemente, destacadas multinacionales -como Huawei, Samsung, Amazon o Accenture- han inaugurado en el país centros de investigación y desarrollo. El sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones, por tanto, es uno de los grandes atractivos de inversión, gracias también a la presencia y disponibilidad de profesionales con buena cualificación. Para 2020, se espera que el sector alcance un volumen de 6,3 billones de euros.

- **Automoción**

Tal y como se ha comentado, la apuesta de fabricantes internacionales por el país ha provocado que el sector de la automoción encuentre en Rumanía un foco atractivo para las inversiones. Además, la posibilidad de encontrar mano de obra cualificada a precios competitivos supone otro de los puntos a favor para el clima inversor del país.

- **Agricultura**

Rumanía dispone de una tierra muy fértil y una rica tradición agrícola. Aunque una nueva legislación de 2014 introdujo determinadas medidas que han incrementado la burocracia necesaria, el sector sigue representando no obstante un atractivo para todos los inversores que apuesten por la agricultura.

*"Rumanía constituye un foco de atracción a nivel europeo en lo que se refiere a las TIC, gracias a su excelente conexión y a la presencia de profesionales cualificados"*

### *b) Bulgaria*

Por lo general, un mercado más maduro que el rumano, Bulgaria fomenta la inversión extranjera en los siguientes sectores de actividad:

- **Química**

Bulgaria cuenta con unas redes de gas y electricidad bien desarrolladas. Además, el país es sede de la mayor planta de carbonato sódico sintético en toda Europa. La mayoría de inversores destaca la existencia de materias primas como uno de los principales atractivos del sector. Esta ventaja, unida a la existencia de mano de obra cualificada y a precios competitivos, ha hecho que el sector químico haya atraído a buena parte de la inversión extranjera.

- **TIC**

Conocida como la Silicon Valley de Europa del Este, Bulgaria cuenta con una larga tradición en las tecnologías de la información y las comunicaciones. Aunque el crecimiento en este sector está siendo frenado por la falta de expertos profesionales, es uno de los que más está creciendo en el país. El hecho de estar eminentemente concentrado en la capital ha favorecido la creación de núcleos empresariales especializados en las TIC.

- **Ingeniería**

El país cuenta con una de las mejores infraestructuras de la región, y el sector se ha ido desarrollando gracias a la colaboración de empresas locales y extranjeras, lo que ha favorecido la creación de una cultura sectorial abierta y competitiva. Además, el sector es objetivo de financiación a nivel nacional y europeo, con más de 8 billones de euros destinados exclusivamente hasta 2020.

*"Las TIC, la química y la ingeniería son los sectores de actividad más atractivos para los inversores que apuestan por Bulgaria, gracias a la existencia de una buena infraestructura y mano de obra cualificada"*

## 7. Métodos de entrada

Miembros de pleno derecho de la UE, los dos países objetivo comparten con España el mismo marco legal en lo que a regulación y normativa de calidad se refiere.

Además, gracias al mercado común, no existen aranceles ni barreras significativas en ninguno de los mercados propuestos. El análisis que sigue, por tanto, pretende más bien describir cualitativamente la composición actual de los canales de distribución de ambos países, destacando los puntos más importantes a tener en cuenta.

*"La incorporación de Rumanía y Bulgaria a la UE ha supuesto la práctica desaparición de barreras a la comercialización de productos y servicios españoles"*

En conjunto, tanto Rumanía como Bulgaria comparten algunas características según el sector de actividad:

- *Alimentación*: expansión y concentración de grandes cadenas europeas, especialmente notable en las capitales y principales y núcleos urbanos. En el entorno rural, todavía perduran pequeñas cadenas locales.
- *Bienes industriales*: privatización de las antiguas cadenas estatales y concentración de los principales distribuidores con la construcción de centros logísticos. Al mismo tiempo, el papel de agentes y representantes es todavía muy importante en determinados productos.
- *Bienes de consumo*: proliferación de grandes centros comerciales tanto en las ciudades como en su periferia.

Por último, el porcentaje relativamente alto de población rural, por un lado, y la irrupción de nuevas tecnologías, por otro, propicia que la venta directa siga teniendo en ambos países un peso a tener en cuenta, si bien los obstáculos logísticos impiden que se desarrolle en todo su potencial. A continuación, se destacan los factores más relevantes de cada país por separado.

**Rumanía**

Desde la caída del comunismo en 1989, la economía rumana ha ido abriéndose al mercado global. Este proceso ha transformado de manera especial los canales de distribución del país, especialmente a partir del nuevo milenio y -de manera crucial- desde la entrada en la UE en 2007.

En efecto, la incorporación de Rumanía al marco comunitario aceleró significativamente el proceso de implantación de empresas extranjeras, modernizando los canales de distribución e introduciendo centros de comercio moderno, los cuales siguen expandiéndose y representan ya un 60% de las ventas totales nacionales.

A grandes rasgos, de un análisis preliminar de los canales de distribución rumanos se desprende el siguiente análisis:

- Los centros logísticos, primer eslabón de la cadena, están en su mayoría controlados por grandes cadenas extranjeras especializadas, así como por fondos de inversión. El aumento de la superficie dedicada a los mismos crece marcadamente desde 2016.
- En cuanto a la distribución y el transporte, destaca la menor concentración y el mayor peso de capital rumano.
- A nivel detallista el nivel de atomización es aún mayor, con notables diferencias dependiendo del sector.

**Bulgaria**

La distribución comercial en Bulgaria, al igual que en el caso anterior, ha ido modernizándose rápidamente desde la incorporación del país a la UE. Con todo, hay que tener presente que existe una marcada diferencia entre el comercio minorista y el mayorista.

Así, pequeñas cadenas de tiendas locales o regionales nacidas a partir del proceso de privatización tras la caída del comunismo dominan el sector al por menor. No obstante, la aparición de grandes almacenes europeos, sobre todo alemanes, franceses y austríacos, se ha intensificando durante los últimos años. Esta transformación está llamada a potenciarse en el futuro inmediato, pues estos grupos abren cada año nuevos puntos de venta.

Por su parte, el sector mayorista búlgaro se caracteriza por haber sufrido un desarrollado fragmentado, por lo que aun actualmente presenta canales muy específicos dependiendo del sector. Recientemente, la adaptación a nuevas tecnologías y la presencia cada vez mayor de empresas internacionales están dinamizando la venta al por mayor.

## *8. Entorno legal y fiscal*

A continuación, se muestra el análisis tanto del entorno legal como fiscal de cada uno de los países objeto de estudio, atendiendo a la constitución de sociedades, la contratación de personal y los principales impuestos vigentes.

### 8.1. Constitución de sociedades

**Rumanía**

A la hora de implantarse en Rumanía, existe una variedad de opciones de cara a constituir una sociedad. Según la Ley de Sociedades rumana, existen actualmente cinco modalidades:

**Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL)**

Es la modalidad más utilizada no solo por inversores locales, sino también por extranjeros. Sus principales características son:

- Máximo de 50 asociados, con la posibilidad de contar con un único socio.
- Limitación de la responsabilidad de los asociados a su participación en el capital social de la empresa.
- Simplicidad burocrática a la hora de establecer la sociedad, así como una mayor flexibilidad en cuanto a las formalidades.
- Capital mínimo inicial de 45€.
- Posibilidad de ser gestionada por uno o más administradores, de cualquier nacionalidad, con poderes limitados o totales.
- Los socios de una SRL pueden ser personas tanto físicas como jurídicas, aunque no pueden formar parte en exclusiva de otra SRL.

**Sociedad Anónima por Acciones (SA)**

Esta modalidad es cada vez más frecuente, y es especialmente utilizada cuando se prevé que la empresa cotice en bolsa o se desee financiar la sociedad a través de la emisión de bonos u otros instrumentos financieros similares. Esta modalidad se distingue por:

- Mínimo de dos socios sin límite máximo.
- Capital mínimo de 20.000€ (revisable por el Gobierno cada dos años).
- Tipos de administración:
    - *Sistema Unitario:* el número de administradores es impar y forman un consejo de administración que designará a uno o varios directores. Toda sociedad sujeta a la obligación de auditoría será gestionada por al menos tres administradores.
    - *Sistema Dualista:* un órgano directivo ejecutivo (*directorate*) dirige la compañía y controla permanentemente al consejo de supervisión, encargado a su vez de informar a la Junta General de Accionistas.

**Sociedad Comanditaria por Acciones**

Es la modalidad menos extendida, y sus rasgos distintivos son:

- Límite de la responsabilidad de los socios como en una SRL.
- Capital social representado por acciones como en una SA.
- División de socios en dos tipos:
    - *Socios comanditarios:* su responsabilidad va más allá del compromiso económico inicial.
    - *Socios colectivos:* su responsabilidad se limita al capital inicial aportado.

**Consorcios o *Joint Ventures***

Esta modalidad jurídica es especialmente utilizada entre asociaciones formadas por inversores extranjeros y locales, y se distingue por:

- Establecer un objetivo común para las dos partes asociadas.
- No tener personalidad jurídica propia.
- Fijar una serie de derechos y obligaciones entre las partes mediante contrato.

**Sociedad Europea (SE)**

Al igual que en muchos estados de la UE, se puede establecer una SE conforme a la Directiva del Consejo 2001/86/CE.

- Recibe el mismo trato que una SRL de acuerdo a la normativa nacional.
- Permite a una única empresa operar en diferentes estados miembro bajo la misma forma jurídica.

*"Gracias a la variedad de sociedades existente en Rumanía, los inversores pueden elegir el tipo de asociación que mejor se adapte a sus necesidades"*

**Bulgaria**

El país cuenta con varias modalidades de sociedad, similares en su conjunto a las existentes en Rumanía.

**Sociedad de Responsabilidad Limitada (OOD)**

- Capital mínimo de 2.556€.
- Sin límite de socios, independientemente de su personalidad jurídica.
- Se requiere un acuerdo mínimo del 75% del capital para las decisiones importantes.
- Antes de registrar la empresa, el capital inicial debe estar suscrito en su totalidad y desembolsado en un 70%.

- La designación de uno o más administradores es obligatoria. Dichos administradores, no obstante, pueden no ser socios de la OOD, ni residentes en Bulgaria.
- El Boletín Oficial del Estado publicará la información fundacional de la OOD.

**Sociedad Anónima (AD)**

- Capital mínimo de 25.560€.
- A la hora de registrar la AD, el consejo de administración debe haber sido nombrado y se ha debido desembolsar un mínimo del 25% del capital.
- Los activos de la compañía no pueden ser nunca inferiores al capital social.
- Las acciones preferentes, sin derecho a voto, no pueden nunca ser superiores al 50% del capital.

**Sociedad Regular Colectiva (SD)**

- No hay capital mínimo.
- Todos los socios integrantes han de firmar tanto la solicitud de registro como los estatutos de la SD.
- El objeto y la gestión de la SD deben constar en el registro de la misma, así como los pormenores acerca de su administración.

**Sociedad Comanditaria (KD)**

- Hay dos tipos de socios:
    - *Con responsabilidad ilimitada.*
    - *Con responsabilidad limitada.*
- La firma de los socios y la presentación de los estatutos es obligatoria en el proceso de inscripción.
- No hay un capital mínimo fijado.

**Sociedad Comanditaria Limitada por Acciones (KDA)**

- Mínimo de tres socios limitados, con acciones en función de su contribución al capital.
- De manera general, se aplica la regulación para las AD.

***Joint Ventures***

- Habitualmente, se rige por la normativa aplicable a las OOD.
- El objetivo primordial es reducir el riesgo de inversión.

*"La claridad jurídica y el estímulo de la actividad económica son dos atractivos para la constitución de una empresa en Bulgaria"*

## 8.2. Contratación de personal

**Rumanía**

La legislación laboral rumana se rige por el Código de Trabajo correspondiente a la Ley 53/2003, modificada por última vez en 2011. De acuerdo con el Código, los contratos laborales vigentes en Rumanía son:

- Contrato individual indefinido
- Contrato con duración determinada
- Empleo temporal
- Empleo a tiempo parcial
- Empleo a domicilio

Desde enero de 2019, el salario mínimo interprofesional en Rumanía es de 2.080 RON mensuales, lo que equivale a unos 447€. Aunque el salario medio asciende a 776€ al mes, hay que tener en cuenta que la realidad salarial de Rumanía presenta una marcada diferencia entre Bucarest y el resto del país, así como entre sectores de actividad, siendo el hotelero y turístico el sector peor remunerado. Por su parte, la jornada laboral es de 40 horas a la semana, con un máximo legal de 48 horas semanales como media del mes. En cuanto al periodo de vacaciones remuneradas, asciende a un mínimo de 21 días laborables al año y 11 días festivos.

La nueva regulación de la Seguridad Social adoptada en 2018 introdujo dos importantes novedades. En primer lugar, se formalizó el traspaso del empleador al empleado de la obligación de cotización, pasando así el trabajador a contribuir un 25% para el pago de la Seguridad Social y un 10% para el seguro médico. Dichos pagos, conforme a la legislación, serán detraídos por el empleador. En segundo lugar, el pago a la cotización por accidentes de trabajo recae sobre el empleador, que debe contribuir con un pago del 2,25%.

*"Rumanía tiene una jornada laboral de 40 horas semanales, con un periodo vacacional mínimo de 21 días laborables y 11 festivos al año. El salario mínimo es de aproximadamente 447€ al mes"*

**Bulgaria**

El Código de Trabajo de 1986 regula los contratos laborales en Bulgaria, que deberán firmarse por escrito y contener las cláusulas establecidas en el artículo 66 del Código. Hay tres principales tipos de contrato recogidos en el Código:

- Contratos indefinidos
- Contratos temporales
- Contratos con periodo de prueba

La edad mínima para trabajar es de 16 años, y la jornada laboral se fija en 40 horas semanales repartidas en 5 días laborables a la semana. El periodo mínimo anual de vacaciones remuneradas es de 20 días laborables al año.

La Seguridad Social es obligatoria para todos, recayendo sobre el empleador el deber de registrar al empleado en un plazo de tres días desde el inicio de la relación laboral. Desde 2015, el empleado carga con una cuantía que oscila entre el 17,9% y el 18,5%, mientras que la carga del empleador se fija en un 12%. Adicionalmente, se deberá ingresar al Fondo de Accidentes Laborales y Enfermedades Ocupacionales un porcentaje en torno al 0,4% y el 1,1%, dependiendo del sector.

El salario mínimo interprofesional es de 260,76€ al mes, ascendiendo el salario medio nacional a 530,21€ al mes. Aunque no existen subvenciones a la contratación ni a las cotizaciones, el Gobierno ha aprobado recientemente un paquete de medidas destinadas a fomentar la formación con diversas subvenciones.

*"La jornada laboral en Bulgaria se fija en 40 horas semanales, con un periodo vacacional de 20 días laborables al año. El salario mínimo es de 260,76 € al mes"*

### 8.3. Principales impuestos

**Rumanía**

Por lo que respecta a presión fiscal en general, y atendiendo a los datos oficiales de 2018, Rumanía ocupa uno de los puestos más bajos en la UE, con un 25,7% respecto del PIB, por debajo del 34,2% español y lejos del 40,3% de Alemania o el 48,2% de Francia.

Desde su adhesión a la UE, el Consejo recomendó al Gobierno rumano ajustar su régimen fiscal a estándares comunitarios. De acuerdo con la Ley de Responsabilidad Fiscal 69/2010, el Gobierno rumano elabora anualmente una Estrategia Fiscal-Presupuestaria para los próximos tres años. Desde 2018, el Código Fiscal rumano ha sido modificado, introduciéndose algunos cambios significativos, como los criterios para el cálculo de la deducibilidad de los gastos financieros o la nueva normativa para microempresas.

*"La presión fiscal en Rumanía es una de las más bajas de Europa y existe un Convenio para evitar la Doble Imposición con España"*

El Impuesto de Sociedades para empresas, incluidas las No Residentes, se sitúa en una tasa del 16%, por debajo de la española y de la media europea. En cuanto al Impuesto al consumo, desde 2017 se estableció un nuevo tipo general del 19%, reduciendo la tasa previa del 20%. Destaca la tasa del 9% aplicable -sin distinción- a todos los productos alimentarios, incluyendo también los servicios de restauración y catering.

Asimismo, desde 2018, se introdujo en Rumanía un nuevo mecanismo para la recaudación del IVA, denominado *Split payment mechanism*. Dicho modelo divide en dos flujos el importe recibido por el suministrador de un bien o servicio. Así, por un lado, recibe el importe neto de la operación mientras que, por otro lado, el importe del impuesto se transfiere automáticamente a una cuenta bancaria especial.

*Tabla 17. Principales impuestos en Rumanía.*

| | |
|---|---|
| ***Impuesto sobre la renta de sociedades*** | 16% |
| ***Impuesto al consumo (IVA)*** | 5%; 9% ó 19% |
| ***Contribuciones a la Seg. Social (s/salario bruto)*** | 10,5% |
| ***Impuesto sobre la propiedad*** | Variable |
| ***Retención por dividendos pagados a no residentes*** | 5% |
| ***Retención por intereses pagados a no residentes*** | 16% |
| ***Royalties pagados a no residentes*** | 16% |

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, basado en información de Deloitte

Por último, cabe destacar que España y Rumanía firmaron un Convenio para evitar la Doble Imposición en 2017, actualmente en fase de aprobación parlamentaria, sustituyendo así al acuerdo ratificado en 1979 y afianzando la colaboración en materia fiscal entre los dos países.

## Bulgaria

El sistema impositivo búlgaro se caracteriza por incentivar activamente la actividad económica y la inversión extranjera. Aunque cada región administrativa cuenta con una Agencia Tributaria regional propia, el sistema impositivo del país centraliza la recaudación de los impuestos más relevantes.

*"El sistema fiscal de Bulgaria es uno de los más beneficiosos en Europa, con una tasa única del Impuesto de Sociedades del 10%"*

El Impuesto de Sociedades tiene una tasa única del 10%, aunque en aquellas regiones del país donde el desempleo es significativamente mayor que la media nacional, se ofrece un tipo del 0% cumpliendo una serie de requisitos. No existe Impuesto sobre Actividades Económicas, y la tasa del Impuesto sobre Transacciones con el Exterior es del 0% para países de la UE, salvo determinados productos.

*Tabla 18. Principales impuestos en Bulgaria.*

| | |
|---|---|
| ***Impuesto sobre la renta de sociedades*** | 10% |
| ***Impuesto sobre el valor añadido (general)*** | 20%, 9% ó 0% |
| ***Contribuciones a Seg. Social (máx. 2.600 BGN mensuales)*** | 17,8% - 18,5% |
| ***Retención por dividendos pagados a residentes de la UE*** | 0% |
| ***Retención por intereses pagados a no residentes*** | 10% |
| ***Royalties pagados a no residentes de la UE*** | 10% |

Fuente: elaboración propia Opera Global Business, basado en información de Deloitte

Por su parte, hay un IVA con tipo único del 20%, con la sola excepción de alojamiento en hoteles (9%). El mecanismo del IVA es muy similar al español, consistente principalmente en la deducción del impuesto soportado del repercutido. Cualquier persona física o jurídica con un volumen de negocios gravable de 50.000 BGN durante los 12 meses previos está obligada a registrarse a efectos del IVA, que se liquida mensualmente a través de una cuenta bancaria específicamente abierta a tales efectos.

## 9. Cultura de negocios en los países objetivo. Criterios para hacer negocios

Aunque ambos países comparten muchas premisas socio-culturales, es importante considerar algunos de los rasgos distintivos que caracterizan el desarrollo de las negociaciones en cada país.

**Rumanía**

*"Rumanía tiene una cultura altamente jerarquizada que mantiene las distancias en los primeros contactos. Una vez que se ha logrado obtener su confianza, no obstante, los rumanos se muestran abiertos y afables"*

- La cultura rumana presenta un alto grado de jerarquización, por lo que es fundamental dirigirse a las personas de mayor rango con deferencia, empleando sus títulos académicos/profesionales o, al menos, los títulos de "domnule" (señor) o "doamna" (señora) antes del apellido.
- El saludo habitual es el apretón de manos aunque, al saludar a una mujer, es conveniente esperar a que ella tome la iniciativa y extienda la mano primero. Asimismo, mantener el contacto visual directo es considerado una señal de respeto.
- Aunque puedan mostrarse reservados en los primeros contactos, los rumanos, muestran un carácter abierto y afable una vez que se ha establecido un mínimo de confianza.
- Los buenos modales y el estatus profesional tienen una importancia capital. Por ello, es preferible adoptar un enfoque eminentemente formal en la comunicación con interlocutores rumanos, evitando en todo momento realizar preguntas personales.
- La flexibilidad caracteriza el desarrollo de las reuniones, sirviendo la agenda -si se ha fijado una- como referencia general de los puntos a tratar, pero no como guía estricta.
- Aunque las negociaciones pueden llegar a ser duras, debe evitarse el recurso a la confrontación directa o a tácticas de presión, manteniendo en todo momento una postura paciente y flexible.
- Son las personas de mayor rango las encargadas de tomar las decisiones finales, por lo que es recomendable reservar las concesiones finales hasta que se trate directamente con ellas.
- Las reuniones sociales entre empresarios en hoteles y restaurantes son frecuentes, contando con sobremesas extensas donde se abordan de manera más informal los negocios.
- Conviene evitar hablar de política, siendo más adecuado tratar temas culturales.

**Bulgaria**

*"El trato personal es muy importante en Bulgaria, y la importancia del precio y las condiciones es determinante a la hora de mantener negociaciones"*

De cara a establecer relaciones de negocios en Bulgaria, conviene tener en cuenta algunos factores:

- El idioma oficial es el búlgaro y es importante tener en cuenta que los gestos realizados con la cabeza para asentir y negar son contrarios a los empleados en Occidente (por ello, es preferible atender a las palabras: "da": sí / "ne": no).

  De manera general, los búlgaros son escépticos en el primer contacto, manteniendo cierta distancia. No obstante, una vez que las relaciones se han establecido, muestran un trato abierto, fiel y leal.

- El trato personal es de suma importancia, por lo que conviene establecer una relación de confianza con la contraparte lo antes posible.
- Las empresas están muy jerarquizadas, y todos se conocen dentro del mismo sector.
- Los búlgaros están al corriente de las últimas tendencias en el mercado internacional, y su nivel de formación técnica suele ser muy alto.
- La importancia del precio y las condiciones en las negociaciones es determinante, por lo que conviene abordarlos con la mayor claridad y concisión posibles.
- Conviene tener paciencia con el desarrollo de las negociaciones, pues no es infrecuente el uso de tácticas dilatorias durante las mismas para reforzar su posición. Esta actitud de desconfianza ha de contrarrestarse tomando la iniciativa.
- España y, en general, todo lo español, es mirada con simpatía por los búlgaros, por lo que hablar de la cultura española puede ser un buen recurso para establecer temas de conversación más informales.

Informe elaborado por OPERA GLOBAL BUSINESS

## 10. Contactos de interés

**Rumanía**

- **Embajada de España en Bucarest**
- **Tlf:**+00 40 21 318 10 77
- **E-mail:**emb.bucarest@maec.es
- **Web:**www.exteriores.gob.es/embajadas/bucarest/es/Paginas/inicio.aspx

- **Consulado de España en Bucarest**
- **Tlf**: +00 40 21 318 10 80
- **E-mail**: emb.bucarest.info@maec.es

- **Oficina Económica y Comercial de España en Bucarest**
- **Tlf**: +4021 312 80 50/60
- **E-mail:**bucarest@comercio.mineco.es

- **Cámara de Comercio Rumano-Española**
- **E-mail**: info@cocitre.org
- **Web**: http://www.cocitre.org/

- **Embajada de Rumanía en España**
- **Tlf.:** +34 913454553
- **Web:**http://madrid.mae.ro/

- **Consulado General de Rumanía en Barcelona**
- **Tlf.:**+34 934181585

**Bulgaria**

- **Embajada de España en Sofía**
- **Tlf**: +359 2 943 3032
- **Web**:http://www.exteriores.gob.es/Embajadas/Sofia/es/Embajada/Paginas/HorariosLocalizacionContacto.aspx

- **Oficina Económica y Comercial de España en Sofía**
- **Tlf**: (00359 2) 8079662
- **E-mail**: sofia@comercio.mineco.es

- **Cámara Oficial de Comercio Hispano-Búlgara**
- **Tlf.:** +915 41 68 80
- **E-mail:** info@camarahispanobulgara.org
- **Web:** www.camarahispanobulgara.org

- **Embajada de Bulgaria en España**
- **Tlf.**: +34 913 455 761; +34 913 456 651
- **Web:**www.mfa.bg/embassies/spain
- **E-mail**: Embassy.Madrid@mfa.bg

CONSORCIO
ZONA FRANCA
VIGO