



BOSNIA Y HERZEGOVINA: DIEZ CONSEJOS PRÁCTICOS

1. Informarse sobre el país.

Lo primero que se recomienda a cualquier exportador que tenga la intención de empezar a dar los primeros pasos en el mercado de Bosnia y Herzegovina, es la necesidad de conocer bien la manera en la que está organizado el país, después de superar un proceso de constitución bastante complicado, una vez finalizados los conflictos.

2. Diferencias entre comunidades.

Tener conciencia de que en Bosnia y Herzegovina existen dos Entidades (la Federación de Bosnia y Herzegovina y la República Srpska), tres comunidades (bosnios, croatas y serbios), con tres religiones diferentes (musulmanes, católicos y ortodoxos), que están superando ciertos problemas del pasado. Para evitar susceptibilidades, sería mejor centrar las negociaciones en las relaciones bilaterales con cada una de las comunidades.

3. Contactos con el mercado.

En Bosnia y Herzegovina no se puede pensar que el contacto a nivel de la capital Sarajevo es suficiente, porque desde ahí solo se controla un tercio del país (la parte bosniaca). Hay que viajar a Mostar (capital "oficiosa" de la parte croata) y a Banja Luka (capital de la parte serbia) para poder acceder al mercado de esas zonas con ciertas posibilidades de éxito.

4. Tres idiomas.

Conviene recordar que existen tres idiomas oficiales bosnio, croata y serbio, herederos del serbocroata, prácticamente iguales entre sí. A los habitantes del país, les gusta establecer las debidas diferencias. Así que cuando estemos en la República Srpska nos referiremos al idioma serbio (de caracteres cirílicos), en la parte de Herzegovina, de la Federación de Bosnia y Herzegovina, al idioma croata y en el resto, es decir en la parte central de Bosnia, haremos mención al idioma bosnio.

5. Prudencia a la hora de invertir.

En estos momentos, en los que necesitan dar un cierto empuje a la economía de Bosnia y Herzegovina, es posible que se presenten, sobre el papel, muchas posibilidades de inversión para desarrollar nuevos mercados. Habrá que ser especialmente prudentes a la hora de emprender cualquier proyecto y comprobar la solvencia de la empresa y la veracidad de su actividad así como el nivel de sus relaciones comerciales.



6. Posibilidad de comunicarse.

El manejo de los idiomas es escaso, pero con el inglés existen posibilidades de entenderse. Antes de ir a una cita es mejor cerciorarse de que no es necesario llevar un intérprete.

7. Representante o distribuidor.

Es indispensable tener un representante, por lo menos, para aquellas empresas que tengan intención de entrar en los grandes proyectos o en los proyectos de inversión. Hay que hacer mucha labor de "lobby" y de relaciones personales, antes de pensar en conseguir un proyecto. En el caso de los distribuidores, la situación se presenta algo diferente, porque es casi más fácil que los productos españoles lleguen hasta la región de Herzegovina desde Croacia que desde un distribuidor de la región de Bosnia. Y a la República Srpska se llega mejor desde un distribuidor establecido en Serbia.

8. Fuerte competencia.

Las empresas españolas se enfrentan a la competencia de Alemania, Italia, Austria y Eslovenia, que conocen bien el mercado. Pero los españoles deberían aprovechar que, en Bosnia y Herzegovina, España tiene una imagen excelente, por la ayuda que hemos venido prestando tanto en temas de protección civil como de ayuda humanitaria y de reconstrucción. Los empresarios españoles tienen las puertas abiertas con su sola presencia, lo que puede resultar una gran ventaja a la hora de negociar.

9. Asegurar el cobro.

CESCE tiene abierta la cobertura a Bosnia y Herzegovina. Este país está clasificado en el grupo 7º, tanto para corto como para medio y largo plazo y la política de cobertura es caso por caso a corto plazo y caso por caso para importes reducidos a medio y largo plazo. Es conveniente asegurar el cobro de las operaciones. Si se opta por las cartas de crédito se recomienda utilizar aquellos bancos que ya han sido privatizados y que cuentan con capital italiano, alemán o austriaco, porque ofrecen mayores garantías.

10. Posibilidades de apoyo.

Aunque no existe Oficina Económica y Comercial en Sarajevo, las empresas españolas cuentan con una colaboradora de la Oficina Económica y Comercial de Zagreb en la capital, con perfecto dominio del español y una dilatada experiencia en las relaciones comerciales entre ambos países. Dicha persona proporciona información sobre el país, listado de importadores, acceso al mercado así como organiza y elabora agendas de negocios individuales y conjuntas (misiones comerciales).