

CLAVES PARA NEGOCIAR EN RUSIA

*Por José María Rodríguez Clemente**

La Rusia de hoy es un país en ebullición, que evoluciona cada día, que poco o nada tiene que ver con el entorno de inseguridad y crimen organizado que algunos imaginan y que se parece sólo al país que dejó de ser hace ya muchos años.

En palabras de Aliona Yakovleva, una joven consultora que desempeña su trabajo en Siberia, Rusia quizá sea uno de los países más agradecidos del mundo en el ámbito de los negocios, especialmente para los extranjeros. Los productos y servicios de origen europeo tienden a recibir más confianza que los de origen ruso. Al mismo tiempo, un sistema tributario previsible y generoso y una legislación incompleta ofrecen grandes oportunidades al exportador e inversor foráneo.

¿Cuáles son las claves que ningún empresario extranjero puede soslayar al dirigirse a este gran mercado, con tanto potencial, pero a la vez tan complejo para quien ignora sus secretos? A continuación se ofrecen 10 consejos básicos. Una información completa para hacer negocios en Rusia puede encontrarse en la [Guía de Negociación y Protocolo en Rusia](#).

Preocúpese por conocer el mercado para sus productos y los clientes potenciales

En Rusia el acceso a la información puede resultar muy complicado y los organismos oficiales no siempre proporcionan datos fiables. De la identificación y conocimiento inicial del nicho al que pretende acceder puede depender su éxito o su fracaso: es recomendable contar con un socio presente en el mercado que tenga acceso a canales internos de información.

Adapte correctamente su producto y cuide rigurosamente las formas

Hay que buscar el equilibrio entre encajar en el mercado e innovar respecto a la oferta preexistente. El material promocional con el que se dirija a un posible socio local debe ir en formato presentación, estar bien traducido al ruso e incluir material visual de calidad. En cuanto a su presentación personal, en su primera reunión con un socio local, cuide los detalles: los rusos prestan especial atención al vestuario, estilo e imagen en general. Si traduce su página web y su tarjeta de visita al ruso ganará puntos en cuanto a la percepción de su compromiso y su interés en el país.

Cultive relaciones duraderas y de confianza con sus socios, proveedores y clientes

La cultura de negocio rusa se apoya en las relaciones personales por encima de cualesquiera otros factores, legales, formales o técnicos. Prepárese para mantener gran cantidad de conversaciones y encuentros personales con posibles socios y clientes para sentar bases firmes de éxito. Los medios de comunicación a distancia (teléfono, correo electrónico, Skype...) podrán servir para resolver los problemas del día a día, pero el contacto personal será imprescindible para mantener las relaciones vivas y avanzar en la cooperación con su contraparte rusa.

Sea puntual

En un entorno de negocios, los rusos son estrictamente puntuales y no es extraño que lleguen a las citas incluso con media hora de antelación. Adelantándose al tiempo acordado para un encuentro demostrará su interés en el buen curso de la cooperación futura.

Evite las informalidades y las falsas promesas

Los rusos son analíticos, prácticos y muy directos. Evite las inexactitudes, los plazos infinitos y las vaguedades. Plantee siempre cuestiones concretas y no tenga miedo a expresar un “no” rotundo. No prometa lo que no pueda cumplir en el plazo comprometido, o perderá para siempre la confianza de su contacto local en favor de su competencia.

Prepárese para posiciones iniciales de agresividad y desconfianza

Los ejecutivos rusos son desconfiados por naturaleza y, por ello, no hay que tener miedo si en un principio le resultan bruscos o arrogantes: si actúa con respeto y cumple su palabra la superación de esa barrera es una mera cuestión de tiempo. En una negociación, la mentalidad rusa difiere de la europea: ellos concentrarán su estrategia no en ser los que más ganen, sino los que menos pierdan. Mantenga sus posiciones aunque amenacen con abandonar la sala o con interrumpir la negociación: se trata de estrategias típicas de presión por su parte.

Identifique a la persona que toma las decisiones y tome contacto con ella

Las empresas rusas suelen tener una estructura muy jerarquizada, con un número de personas muy reducido que toma todas las decisiones. No pierda el tiempo negociando con cargos intermedios: sin la aprobación de la jefatura máxima lo

decidido puede eventualmente invalidarse o demorarse considerablemente en el tiempo.

No descuide los canales de comunicación informal

Aunque parezca un tópico, muchas decisiones empresariales de calado se toman en Rusia con una botella de vodka sobre la mesa. Si un ruso le invita a beber después de una cita de negocios y usted se niega, será mejor si puede presentarle una excusa convincente. De lo contrario, puede que éste lo perciba como una ofensa.

Válgase de personas de confianza que le sirvan de ojos y oídos en su ausencia

Incluso aunque pueda viajar a Rusia con frecuencia, es prácticamente imprescindible que se garantice el acceso a un representante permanente, un buen abogado ruso y un agente de aduanas. El primero le permitirá garantizar una relación fluida con sus clientes y socios (elementos que los rusos valoran muy especialmente), el segundo, aprovechar en su favor las lagunas de la legislación rusa y el tercero le ayudará a reducir los plazos y costes en el caso, no poco frecuente, de bloqueo de mercancía en la frontera.

Considere internet como herramienta de marketing

Las redes sociales son la actividad online más importante en Rusia. Contar con presencia en redes como VK (la mayor red social europea en internet) puede servirle para reforzar su imagen de marca, vender confianza y permanecer en contacto directo con sus clientes.

* [*Managing Director de Rusbaltika*](#), consultora especializada en asesoramiento, representación e inversiones en Rusia y los países bálticos.



Para obtener la [Guía completa de Negociación y Protocolo Rusia](#), haga clic [aquí](#).

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

