

## **Jornadas sobre las Relaciones Argentino-Rusas Contemporáneas**

El Grupo de Estudios Contemporáneos de Europa Central y la Comunidad de Estados Independientes organizó las “Jornadas sobre las Relaciones Argentino-Rusas Contemporáneas”, con el objetivo de reflexionar sobre la diversidad temática y la trayectoria en los vínculos que mantienen ambos países.

### **2. Segunda reunión: “El mundo de los negocios”. 7 de junio de 2006**

La segunda sesión tuvo lugar el día 7 de junio de 2006 en el CARI, y estuvo dedicada a examinar más directamente las experiencias de actores del mundo de los negocios en la relación bilateral. Expusieron el Lic. Alejandro Raele de la Cámara Regional Argentino-Rusa de Comercio, Industria, Bodegas y Agroalimentos (CRACIBA) y el Lic. Daniel Solda del Consejo Empresario Argentino-Ruso (CEAR), actuando como moderadora la Lic. Melina Orué.

- **Resumen de la presentación del Lic. Alejandro Raele**, Cámara Regional Argentino-Rusa de Comercio, Industria, Bodegas y Agroalimentos (CRACIBA).

La Federación Rusa está mejorando la performance de sus bancos, lo que habilita el aumento de las exportaciones, inversiones, etc.

Las grandes compañías alimenticias rusas han comenzado a subdividirse, hoy en día, formando empresas más pequeñas. Las PyMES están empleando aproximadamente 17 millones de personas. El negocio está en encontrar la ventana de oportunidades con Rusia.

En lo que se refiere a los frigoríficos argentinos, se han puesto en marcha modelos de complementación que permiten disminuir los costos, eliminando la intermediación de países europeos e intercambiar capital y trabajo.

Además, la Federación Rusa está abriendo su mercado a empresas de automóviles y camiones como Toyota, Ford, entre otras.

- **Resumen de la presentación del Lic. Daniel Solda**, Consejo Empresarial Argentino-Ruso.(CEAR)

El principal argumento con respecto las exportaciones argentinas hacia Rusia es que la empresa que encuentre el nicho adecuado, puede vender su producto, sin ser una cuestión de tamaño ya que los rusos pueden demandar volúmenes que una PyME argentina no esté en condiciones de abastecer. En ese caso se cita la experiencia con productores avícolas de Entre Ríos que encontraron un nicho exportando pollo fileteado, pudiendo cubrir volúmenes que eran menores a los del producto en bruto, y agregando valor.

En la actualidad ese mercado debe calcularse en unos 30 millones de personas con buen poder adquisitivo. Se destacó además que el mercado ruso no presenta restricciones al ingreso de productos, hecho que lo diferencia claramente del mercado europeo.

En la actualidad Argentina se encuentra exportando alrededor de 250 productos, casi todos con valor agregado, a través de aproximadamente 180 empresas.

Un tema recurrente con Rusia es que Argentina debiera comprarle aún más. La parcialización del mercado en Rusia está generando nuevas y variadas oportunidades para las empresas argentinas. La tendencia a monopolizar los negocios se está dejando de lado, dando lugar a la subdivisión de los grandes grupos económicos.

Además en Rusia, la economía está en pleno crecimiento con una mejor distribución del ingreso y con capitales que empiezan a invertirse en el ámbito productivo.

Se mencionó una diferencia cultural en la manera de hacer negocios por parte de los rusos, con un perfil más oriental, tomándose más tiempo para las decisiones.

Se señala el excedente de capital líquido del que dispone el país, motivo por el cual salen a realizar inversiones en el exterior y en consecuencia son potenciales inversores en la Argentina. En cuanto al sector del turismo, se mencionaron ciertas inversiones rusas en compra de hoteles en la zona de Bariloche.

En lo referente a los medios de pago, sostiene que no es un obstáculo tan relevante como se lo suele pensar la no existencia de cartas de crédito, ya que las operaciones comerciales realizadas por contratos que preveen un 30% del pago anticipado y el resto al recibir la mercadería, son altamente favorables a los exportadores argentinos. Otra opción es el establecimiento de una base allí, contando con un depósito para realizar venta directa, mecanismo que acortaría 35 días las operaciones.

Las preguntas se centraron en el tipo de demandas del consumidor ruso, sus preferencias en cuanto a envases y diseño, las perspectivas sobre incrementar acciones en lo que se denomina "la industria cultural" y una caracterización que defina a un empresario, a un consumidor y a un funcionario. En general, se señaló que en caso del empresariado todavía se observa una combinación de algunos, posiblemente mayoritarios, que son competentes y se han adaptado rápido a las nuevas reglas y a la competencia y otros que aún no lo han hecho del todo. Al consumidor de esa franja ya mencionada se lo puede caracterizar en sus preferencias como un consumidor europeo y respecto a los funcionarios, se señala que en general predomina el funcionario responsable que percibe a lo público como un honor, más allá de casos puntuales que puedan actuar incorrectamente.