



Fecha edición: junio 2011

CONSEJOS PRÁCTICOS

- 1) Un error muy frecuente es considerar los tres estados bálticos con un mercado homogéneo, si bien esto podría ser cierto para Lituania y Letonia, Estonia está mucho más próxima lingüística, cultural y económicamente a Finlandia.
- 2) El desconocimiento sobre Letonia entre el empresariado español es considerable. Un mínimo de información previa sobre el país permitiría no incurrir en errores básicos o tópicos y sería altamente apreciado por sus interlocutores letones.
- 3) Dimensione adecuadamente el mercado letón: se trata de un mercado pequeño (2,2 millones de habitantes) con un poder adquisitivo medio-bajo. Sin embargo, existe un pequeño nicho con un poder adquisitivo muy elevado.
- 4) Cuide la puntualidad, en reuniones de negocios o citas importantes el letón se suele presentar con cierta antelación sobre la hora prevista.
- 5) Idiomas: el ruso está ampliamente extendido entre la población adulta aunque el inglés es muy utilizado entre la población más joven.
- 6) Oportunidades de negocio: céntrese en Riga, la capital, pues en ella se centraliza la población con más poder adquisitivo y la toma de decisiones empresariales.
- 7) Proporcione una imagen moderna de su empresa: mantenga una página web actualizada con información disponible en inglés (y ruso si fuera posible). Toda la información promocional de la empresa que proporcione a sus posibles clientes también debe estar convenientemente traducida.
- 8) Existe una favorable imagen de España y nuestro país es considerado por muchos letones como un destino con alta calidad de vida. Sin embargo, carecemos de un buen posicionamiento como productores de bienes con valor añadido, intente romper esos tópicos.
- 9) Letonia como enclave estratégico: considere Letonia como un destino adecuado para cubrir otros mercados. Cuenta con un sector logístico de transporte por carretera y marítimo muy competitivo.
- 10) Solicite información a la Oficina Comercial de Lituania, podemos remitirle información de utilidad sobre la situación de su producto en el mercado letón y facilitarle la toma de decisiones.