

“Invertir en India exige experiencia, tiempo y músculo financiero”

ENTREVISTA TERESA SOLBES *Consejera Económica y Comercial de España en India* / “La automoción o los bienes de consumo ofrecen buenas perspectivas para las empresas españolas, pero la cautela es fundamental”.

A.Ormaetxea. Madrid

La economía india crecerá en el entorno del 7,5% este año. Seguirá en proceso de expansión, por lo tanto, aunque será sensiblemente menor que el registrado el año pasado (8,5%) a causa de la caída del sector manufacturero, que representa el 17% del PIB nacionales y que está sufriendo los rigores de la crisis europea, lo que se ha traducido en una menor demanda exterior.

No obstante, el Gobierno indio sigue apostando fuerte por las manufacturas. “La caída del sector ha sido coyuntural y el apoyo a las manufacturas forma parte de la estrategia gubernamental de promover la industrialización del país y crear 100 millones de puestos de trabajo para mano de obra cualificada”, explica Teresa Solbes, consejera económica y comercial de la embajada española en Nueva Delhi. Se trata de movilizar mano de obra de la agricultura (que da empleo al 60% de la población activa) y promover una mayor especialización de los trabajadores.

Como parte de esa misma estrategia, el Ejecutivo indio también está apostando fuerte por lo que se ha denominado la *indigenización* de la producción, con leyes que favorecen la producción local.

Dentro de ese escenario, Solbes asegura que “hay oportunidades para las empresas españolas en sectores como la automoción, los bienes de consumo, las energías renovables o la producción de bienes de equipo”. No obstante, la consejera económica insiste en la necesidad de cono-



Teresa Solbes, consejera económica y comercial de España en India.

cer bien las particularidades del mercado indio antes aventurarse. “India no es un país nada fácil, es preciso llegar con ventaja competitiva y músculo financiero porque hay que hacer frente a muchos costes legales y consultoría; hay mucha burocracia, con normativas locales y regionales que hay que conocer y que exigen estar constantemente asesorado”, explica.

En cuanto a la estrategia más adecuada para adentrarse en el mercado indio, la consejera explica que depende del sector en el que se quiera emprender un negocio: “En los sectores donde es preciso tener trato directo con el Gobierno, es mejor tener un socio local”. Por el contrario, en las áreas en las que se permite inversión extranjera al 100%, la mejor opción es la implantación total. Eso sí, “cuando se decide emprender un negocio en India, es preciso buscar un directivo de allí”, añadió.

Un centenar de experiencias exitosas

Más de un centenar de empresas españolas están afincadas en India, según los datos del Ices. Destacan grandes firmas como El Corte Inglés, BBVA, Banco Sabadell, La Caixa, Gamesa, Isolux, ACS, Indra, Fagor o Roca. Destaca la presencia de empresas de ingeniería y construcción. “También hay muchas compañías que están mirando al mercado indio, pero que aún no se han implantado en el país”, matiza Teresa Solbes,

España duplica las exportaciones de alimentos

El Plan India, suscrito en 2010 por el Ices, el Ministerio de Agricultura y Medio Rural y Marino, la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas y los organismos de promoción de once comunidades autónomas, está cumpliendo sus metas con holgura. En el momento de su firma, se marco el objetivo de duplicar en tres años las exportaciones españolas hacia India, reto que se ha logrado en solo dos años. En 2009, España exportaba a ese país alimentos y bebidas

por valor de 10 millones de euros, cifra que rozó los 20 millones en 2011 (con datos contabilizados hasta noviembre). Según explica Pilar Paredes Fernández, directora adjunta de la división de productos agroalimentarios del Instituto de Comercio Exterior “los alimentos españoles que más crecimiento han experimentado en cuanto a sus exportaciones hacia India son el aceite de oliva, las aceitunas y los vinos, seguidos de las carnes, los dulces y las bebidas no alcohólicas”.