

Como Hacer Negocios con INDIA

“Una Nueva Oportunidad”

Dr. Sumit Seth
Representante Comercial
Embajada de la India
Bogota Colombia



¿ Quiere Apostar ?



- Porque INDIA
- Haciendo Negocios con INDIA
- Como Embajada Puede Apoyar



¿Por qué India?

EMBAJADA DE LA INDIA

<http://www.embajadaindia.org/>

Dr.Sumit Seth

comercial@embajadaindia.org



Ventaja India

- Un mercado enorme.
- Un centro de suministro de productos y una base de fabricación a bajo coste.
- Un alto potencial para desarrollar sectores de alta tecnología.
- Una población joven, cualificada y entre la que está muy extendido el idioma inglés.
- Una economía en claro proceso de liberalización y de apertura e incentivo.
- Puede ser una puerta de entrada para otras regiones en desarrollo.
- Estabilidad política y jurídica.



Poblaciones en 2000 y 2050

2000			2050 (projection)		
1	China	1,262	1	India	1,620
2	India	1,014	2	China	1,470
3	U.S.	275	3	U.S.	404
4	Indonesia	225	4	Indonesia	338
5	Brazil	173	5	Nigeria	304
6	Russia	146	6	Pakistan	268
7	Pakistan	142	7	Brazil	205
8	Bangladesh	129	8	Ethiopia	188
9	Japan	127	9	Bangladesh	188
10	Nigeria	123	10	Zaire	182



India en 2050

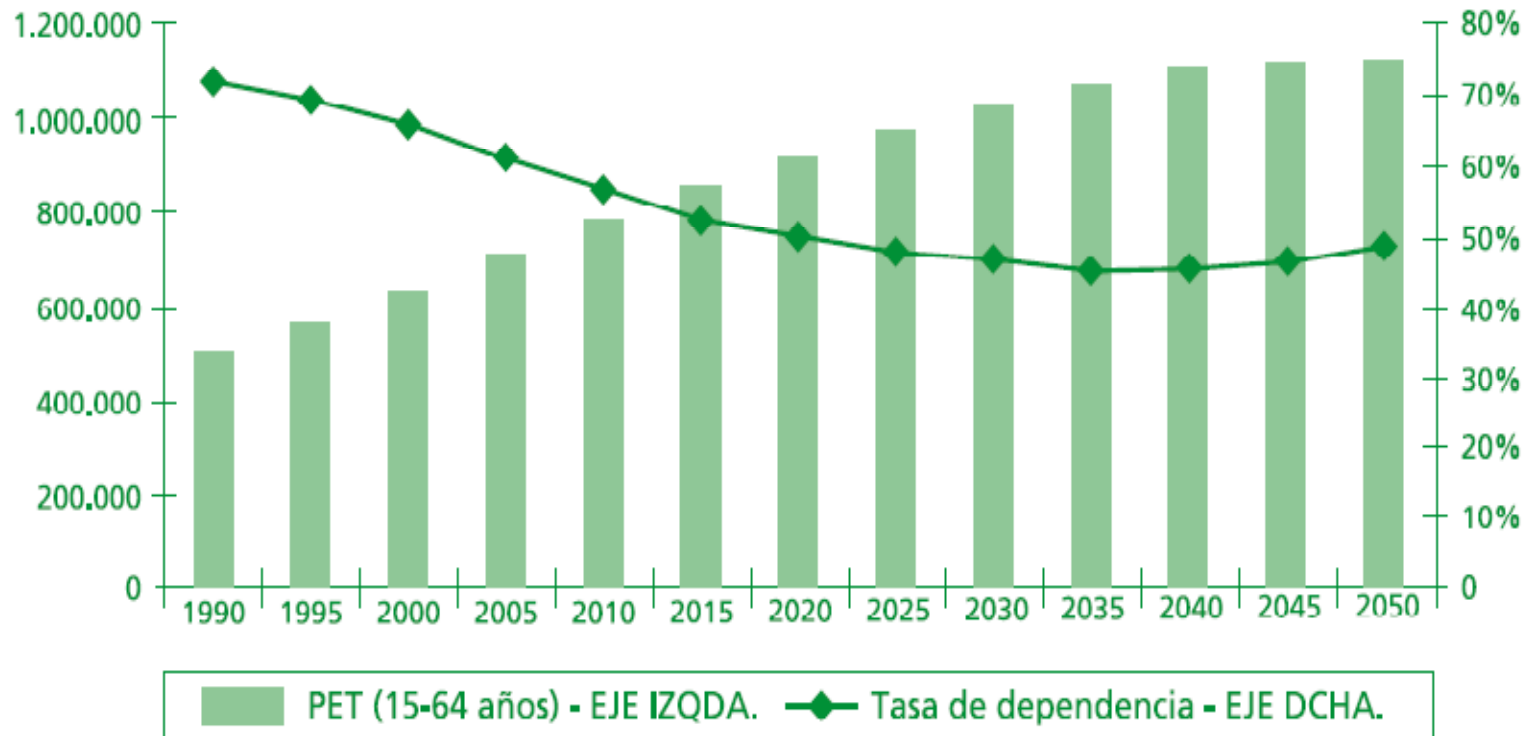
Las mayores economías en 2050





Gráfico 3. La "ventana de oportunidad" demográfica de la India

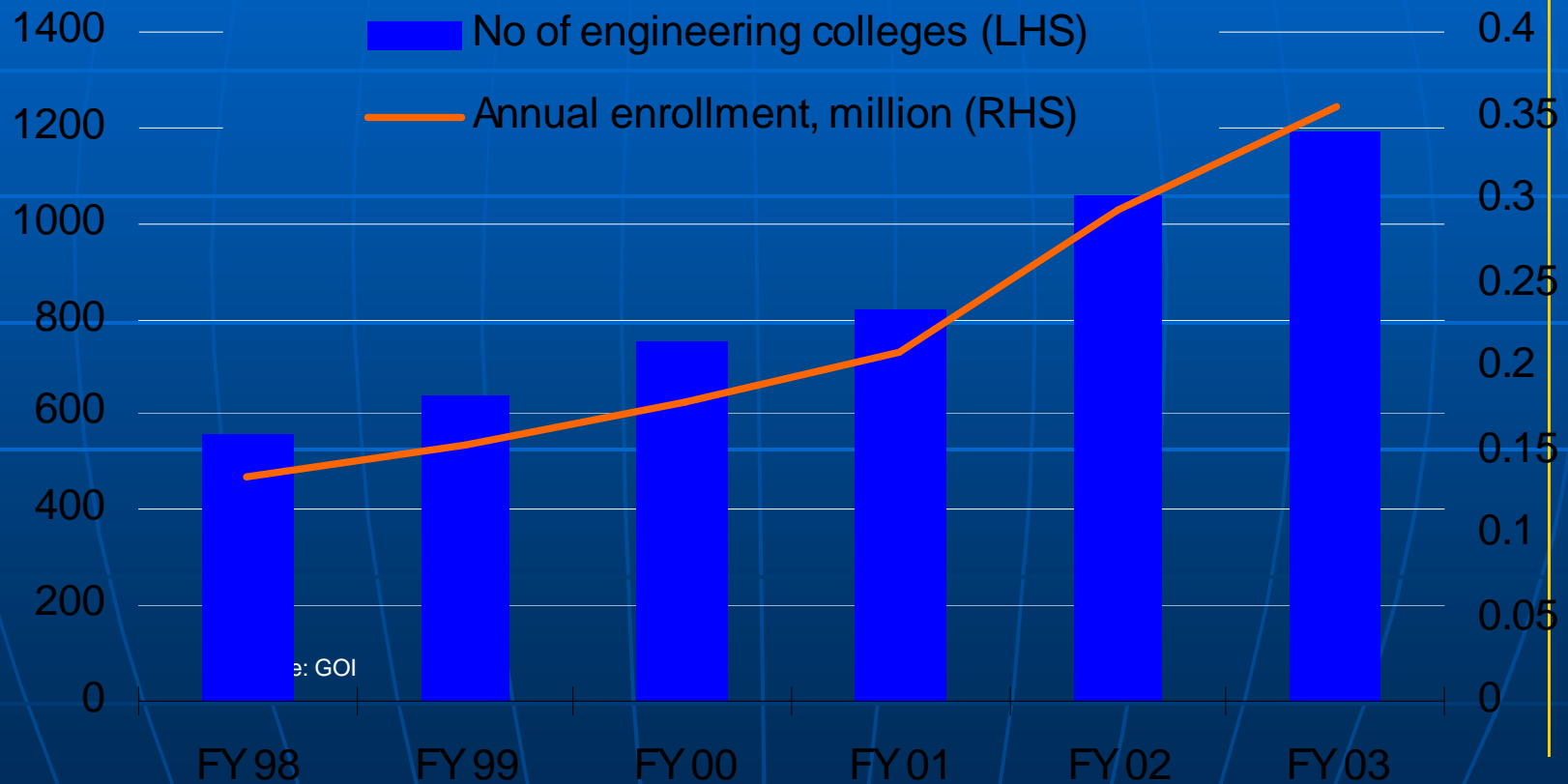
INDIA





Recurso Humano

India produce 360.000 ingenieros anualmente





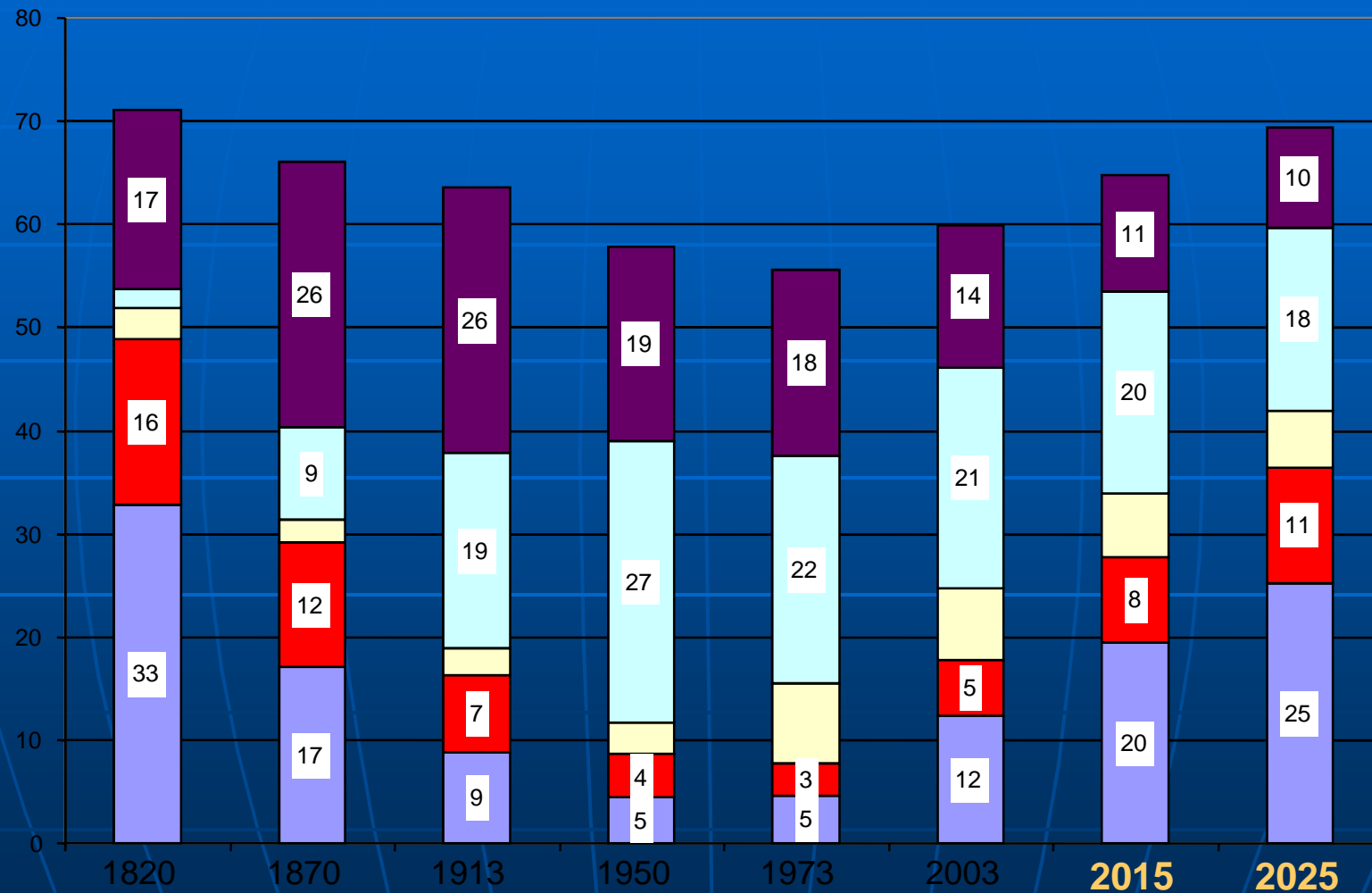
Oportunidades para los Colombianos



- Textiles (\$85 billones en el 2010)
- Componentes para autos
- Retail Revolución
- Tecnologías de la Información y Tercerización de Procesos Empresariales
- Investigación y Desarrollo
- Infraestructura



PIB (PPP), en porcentaje



Source: Maddison - IMF

EMBAJADA DE LA INDIA

<http://www.embajadaindia.org/>

China

India

Japan

United States

Big 4 Europe

Dr. Sumit Seth

comercial@embajadaindia.org



Algunas de las Compañías que han establecido laboratorios de Investigación y Desarrollo en la India.





? Retos o Oportunidades!!

General

- Infraestructura
- Los déficit presupuestario y exterior.

Particular

- la fragmentación del mercado
- la creciente competencia
- los obstáculos administrativos
- las dificultades para encontrar directivos locales con formación internacional



Haciendo Negocios con India..!!





Factores para el Éxito

- Tómese su tiempo para conocer el mercado
- Fíjese en el largo plazo
- Seleccione el socio correcto
- Contrate una buena administración local



Tómese su tiempo para conocer el mercado

- Primero visite la India para conocer el panorama en toda su amplitud
- Esté dispuesto a pagar por adquirir conocimiento
- Conozca a sus clientes y a la competencia
- Conozca los diferentes niveles de la cadena de distribución – 600.000 pueblos, 5 eslabones



Fíjese en el Largo Plazo

- **Es muy poco probable** que en el corto plazo usted genere altas ganancias en la India
- **No** vea en la India la solución a sus problemas de rentabilidad en su país
- Prepárese a invertir dinero, y sobretodo, tiempo directivo
- Después de haber seleccionado el segmento de mercado apropiado, **sea realista con sus expectativas**
- Prepárese para recibir sólo conocimiento **durante los primeros años**



Seleccionando al Socio Correcto

- Existen muchos hombres de negocio amables en cada país pero no es igual que un buen socios.
- **Tómese su tiempo entrevistando socios potenciales y comprendiendo cómo están organizados sus negocios**
- **Investigue cuidadosamente qué adaptación a nivel de negocio y cultural se deberá producir entre su compañía y su posible socio de la India.**



Contrate una buena Administración Local para sus operaciones

- La India es compleja
 - ▶ Es muy difícil para los extranjeros llegar a ser operativos en el corto plazo
 - ▶ Por lo tanto: Contrate localmente – es también más económico
- La India posee una fuerza de trabajo preparada y talentosa
- Existen muchas compañías de Recursos Humanos



Errores Típicos

- La interpretación inexacta de la información recolectada durante las primeras etapas
- Elección equivocada del socio
- Estimación errónea del volumen del mercado, precio y la organización de la distribución
- Sobre todo, expectativas poco realistas



Temas Críticos

- Conocer el tamaño real del mercado
- El Precio es un factor crítico
- Sociedades
- Distribución
- Ubicación



Conocer el tamaño real del mercado

- Muchas compañías han descubierto en los últimos diez años, **que las oportunidades deben ser matizadas.**
- Dependiendo del producto y el precio, su mercado puede ser de 0.5 millones de personas en 6 ciudades, o de 20 millones en 25 ciudades.
- **Sólo pocas compañías**, tales como Unilever, pueden llegar a **500 millones de consumidores Indios** o más.
- **Cada compañía debe conocer el valor del potencial de sus productos antes de crearse expectativas**

Temas Críticos



El Precio es un factor crítico

- Salvando a unos pocos consumidores o segmentos de clientes industriales, la India continúa siendo un mercado sensible al precio, con niveles reales de ingreso muy por debajo a aquellos en Estados Unidos y Europa.
- Las compañías necesitan **desarrollar sus productos para cubrir las necesidades del mercado de India** en términos del precio y características.
- Las compañías que han sido exitosas han comprendido que la India no se trata sólo de productos baratos sí de ofertar el justo valor.

Temas Críticos



Distribución

- La India tiene tres niveles de distribución: distribuidor, mayorista, y minorista
- Una empresa que abastece todo el territorio nacional puede tener entre 500 y 2.500 distribuidores, que a su vez sirven los mayoristas que llegan a entre 250.000 y 750.000 minoristas (de los 4 millones que hay)
- La fuerza comercial para gestionar este mercado puede variar entre 75 y 500
- En general, los márgenes son bajos: 4-5% (distribuidor), 3-4% (mayorista) y 10-15% (minorista)
- El sector organizado de distribución tiene perspectivas de crecimiento anual de entre 50 a 60%



Alianzas

- Las alianzas con socios locales pueden ser cruciales.
- Más allá de la selección de un socio:
 - Se debe analizar profundamente en encaje entre el socio y su compañía
 - Algunas veces este proceso puede tomar uno o dos años.



Ubicación

- Para tomar la decisión del lugar para montar su planta de montaje/producción, etc usted debe conocer "mapa productivo" de la India- no solo entre las industrias sino dentro de una misma industria.
- **Ejemplo: Industria Textil**
 - Gujarat y Maharashtra: Fábricas de hilatura y de tejidos con telares automáticos.
 - Zona de Surat: Telas de poliéster
 - Zona de Salem-Erode: Centro de las telas tejidas en algodón con telares semi-automáticos
 - Tirupur (Al sur de la India): Punto (knitwear) en algodón
 - Ludhiana: Tejidos y punto en lana.



Como Embajada India Puede Apoyar

A.P.C.M

- Aplique para Becas
- Preperar un plan de negocios
- Consultar con Comercial Representante
- Montar su negocios



Aplique para Becas

- Visite www.embajadaindia.com
- Información sobre becas
- Consulte ICETEX
- Ir a la India



Preperar un plan de negocios

- Llegue a INDIA
- Hacer investigación sobre sus negocios
- Visite empresas de su interes
- Busque un socio
- Regrese a Colombia
- Preprar sus plan de negocio



Consultar con Comercial Representante

- Reunion con Rep. Comercial
- Hacer contacto con socio a traves de Embajada India
- Informe su Embajada en India



Montar sus negocios



**No existe tarea alguna o realidad virtual
que lo preparen para lo que es la India .**

Primero visite la India!!!



■ ¿ Quiere Apostar sobre INDIA ?



ii..Los Valientes van a Ganar..!!



Contactenos:

- www.embajadaindia.org

comercial@embajadaindia.org