

L'Índia: una de les grans assignatures pendents de l'empresa espanyola

Durant el temps que porto observant les relacions bilaterals entre Espanya i l'Índia, no deixo de sorprendre'm les similituds entre tots dos països. El fet d'haver viscut a Espanya i ara estar al meu país d'origen, l'Índia, em permet apreciar el respecte a les tradicions, la inclinació als valors familiars i l'hospitalitat com a denominadors comuns de les dues societats.

“La joventut és un dels trets que caracteritza la societat índia”

Més 373 milions d'indis tenen entre 10 i 24 anys, que representa més del 27,5% de tota la població ¹. Les noves generacions estan cridades a ser no només el motor del creixement de l'Índia, sinó del món sencer. Aquesta joventut és la que està impulsant l'economia i en la qual s'han de fixar les empreses. És una generació que està exposada a la globalització i a una obertura que els permet estar connectats amb el món i amb les tendències i influències que estan modelant el futur. A més, el creixement mitjà de més 7% dels últims 20 anys² ha fet que la gent tingui una major capacitat adquisitiva, creant una de les classes mitjanes més puixants. Aquesta classe mitjana és el present i el futur de l'Índia.

“Les infraestructures, malgrat les excel·lents xifres de creixement, segueixen sent la gran assignatura pendent i un dels principals esculls per al desenvolupament econòmic del país”

Tot i que el Govern porta anys invertint en una posada a punt, no aconsegueix un nivell òptim. Les infraestructures, malgrat les excel·lents xifres de creixement, segueixen sent la gran assignatura pendent i un dels principals esculls per al desenvolupament econòmic del país. La venda de cotxes va per davant del ritme de la construcció de carreteres i ponts. A les grans urbs ja hi ha metro, Delhi, per exemple, que compta amb una de les xarxes més extenses. A més, els principals ports necessiten ser reformats urgentment, ja que, per falta de noves infraestructures portuàries, la càrrega total no pot ser assumida. El dèficit elèctric no millora i la demanda creix per sobre de l'augment de la capacitat de generació. Conscient d'aquest factor, el Govern central ha augmentat la partida dedicada al desenvolupament d'infraestructures en l'actual any fiscal.

La ràpida i caòtica urbanització del país, fruit d'una forta migració de les zones rurals cap a les urbs, ha pressionat les ciutats. Tot el relacionat amb el desenvolupament i gestió urbana, des de les *Smart Cities* fins a l'habitatge assequible, es troben entre les principals prioritats del Govern. Això ofereix un ampli ventall d'oportunitats de negoci en àrees on l'empresa espanyola compta amb molta experiència.

“Un altre dels sectors on l'empresa espanyola es troba còmoda és en l'automoció”

Les empreses proveïdores de les principals marques de cotxes ja es troben a l'Índia, amb elevats nivells d'inversió en plantes productives. El país asiàtic no només compta amb un mercat vigorós –les vendes de cotxes per a ús privat van créixer un 7,89% en l'últim any fiscal-³ sinó que també s'ha convertit en un *hub* important de producció per a exportació.

Altres de les moltes oportunitats a l'Índia són per a les empreses espanyoles d'energies renovables. Després d'haver ratificat l'acord de París, el Govern aposta per les energies netes, convertint l'Índia en el segon mercat més atractiu d'energies renovables al món, segons el Renewable Energy Attractive Index 2017. Tal com ha dit el primer ministre, Narendra Modi, en reiterades ocasions, el país té l'ambició objectiu d'aconseguir una capacitat renovable instal·lada de 175 GW l'any 2022. Tot i que el consum d'energia per habitant és molt baix, s'ha de tenir en compte que es tracta d'un país amb més de 1.350 milions d'habitants, el que fa presagiar que el sector presenta un futur més que prometedor. A més, segons l'Agència Internacional d'Energia, la demanda energètica el 2040 creixerà considerablement.

Ser present a l'Índia també permet acostar-se al mercat del subcontinent indi. Països com Bangladesh o Sri Lanka es troben en moments clau en la seva història i representen interessants oportunitats. Per exemple, Bangladesh és un país de 167 milions de persones (més que França, Alemanya i els Països Baixos junts)⁴ que porta creixent per sobre del 6% anual des del 2011.

“L'Índia és una de les grans assignatures pendents de l'empresa espanyola, que mira cap al país però de vegades ho fa amb cert temor i aprensió”

Qui s'anima a iniciar aquesta aventura ha de fer-ho ben assessorat. De fet, l'Índia no és un sol mercat, sinó que es tracta d'un territori amb perspectives interessants i situacions desiguals. La claredat d'idees i l'acompanyament d'un equip professional especialitzat a la regió són claus per a l'èxit.

1. www.populationpyramid.net
2. datos.bancomundial.org
3. dades de Society of Indian Automobile Manufacturers
4. www.countrymeters.info
5. datos.bancomundial.org