

La India: una de las grandes asignaturas pendientes de la empresa española

Durante el tiempo que llevo observando las relaciones bilaterales entre España y la India, no deja de sorprenderme las similitudes entre ambos países. El hecho de haber vivido en España y ahora estar en mi país de origen, la India, me permite apreciar el respeto a las tradiciones, el apego a los valores familiares y la hospitalidad como denominadores comunes de ambas sociedades.

“La juventud es uno de los rasgos que caracteriza a la sociedad india”

Más 373 millones de indios tienen entre 10 y 24 años, lo que representa más del 27,5% de toda la población ¹. Las nuevas generaciones están llamadas a ser no sólo el motor del crecimiento de la India, sino del mundo entero. Esta juventud es la que está impulsando la economía y en la que se deben fijar las empresas. Es una generación que está expuesta a la globalización y a una apertura que les permite estar conectados con el mundo y con las tendencias e influencias que están moldeando el futuro. Además, el crecimiento medio de más 7% de los últimos 20 años² ha hecho que la gente tenga una mayor capacidad adquisitiva, creando una de las clases medias más pujantes. Esta clase media es el presente y futuro de la India.

“Las infraestructuras, a pesar de las excelentes cifras de crecimiento, siguen siendo la gran asignatura pendiente y uno de los principales escollos para el desarrollo económico del país”

Aunque el Gobierno lleva años invirtiendo en una puesta a punto, no alcanza un nivel óptimo. Las infraestructuras, a pesar de las excelentes cifras de crecimiento, siguen siendo la gran asignatura pendiente y uno de los principales escollos para el desarrollo económico del país. La venta de coches va por delante del ritmo de la construcción de carreteras y puentes. En las grandes urbes ya hay metro, Delhi, por ejemplo, que cuenta con una de las redes más extensas. Además, los principales puertos necesitan ser reformados urgentemente, ya que, por falta de nuevas infraestructuras portuarias, la carga total no puede ser asumida. El déficit eléctrico no mejora y la demanda crece por encima del aumento de la capacidad de generación. Consciente de este factor, el Gobierno central ha aumentado la partida dedicada al desarrollo de infraestructuras en el actual año fiscal.

La rápida y caótica urbanización del país, fruto de una fuerte migración de las zonas rurales hacia las urbes, ha presionado a las ciudades. Todo lo relacionado con el desarrollo y gestión urbana, desde las *Smart Cities* hasta la vivienda asequible, se encuentran entre las principales prioridades del Gobierno. Esto ofrece un amplio abanico de oportunidades de negocio en áreas donde la empresa española cuenta con mucha experiencia.

“Otro de los sectores donde la empresa española se encuentra cómoda es en la automoción”

Las empresas proveedoras de las principales marcas de coches ya se encuentran en la India, con elevados niveles de inversión en plantas productivas. El país asiático no sólo cuenta con un mercado vigoroso –las ventas de coches para uso privado crecieron un 7,89% en el último año fiscal-³ sino que también se ha convertido en un *hub* importante de producción para exportación.

Otras de las muchas oportunidades en India, son para las empresas españolas de energías renovables. Tras haber ratificado el acuerdo de París, el Gobierno apuesta por las energías limpias, convirtiendo a la India en el segundo mercado más atractivo de energías renovables en el mundo, según el Renewable Energy Attractive Index 2017. Tal y como ha dicho el primer ministro, Narendra Modi, en reiteradas ocasiones, el país tiene el ambicioso objetivo de alcanzar una capacidad renovable instalada de 175 GW en 2022. A pesar de que el consumo de energía por habitante es muy bajo, se debe tener en cuenta que se trata de un país con más de 1.350 millones de habitantes, lo que hace presagiar que el sector presenta un futuro más que prometedor. Además, según la Agencia Internacional de Energía, la demanda energética en 2040 crecerá considerablemente.

Estar presente en la India también permite acercarse al mercado del subcontinente indio. Países como Bangladesh o Sri Lanka se encuentran en momentos clave en su historia y representan interesantes oportunidades. Por ejemplo, Bangladesh es un país de 167 millones de personas (más que Francia, Alemania y los Países Bajos juntos)⁴ que lleva creciendo por encima del 6% anual desde el 2011.

“La India es una de las grandes asignaturas pendientes de la empresa española, que mira hacia el país pero a veces lo hace con cierto temor y aprensión”

Quien se anime a iniciar esta aventura tiene que hacerlo bien asesorado. De hecho, la India no es un solo mercado, sino que se trata de un territorio con perspectivas interesantes y situaciones desiguales. La claridad de ideas y el acompañamiento de un equipo profesional especializado en la región son claves para el éxito.

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