

You are here: Home / Profesionales / Abogados / Para invertir en la India es necesario una buena dosis de paciencia, cierto pulmón financiero y un correcto asesoramiento jurídico y comercial

Para invertir en la India es necesario una buena dosis de paciencia, cierto pulmón financiero y un correcto asesoramiento jurídico y comercial

24/03/2014 By Redaccion Leave a Comment



Por Pablo Castells, responsable de Indian Desk de Bufete Escura

India es uno de los países con mayores expectativas de crecimiento económico. El asesoramiento legal en las áreas de derecho mercantil-societario, urbanismo, laboral, inmobiliario, de tecnologías de la información, administrativas, procesales y arbitraje, fiscal, penal y civil, así como la consultoría comercial es clave para las empresas españolas que quieren invertir en la India y para las compañías indias

interesadas en el desarrollo de su negocio en España.

Desde los 90, la India ha abierto su mercado interior a través de reducciones del control del gobierno sobre el comercio exterior y la movilidad de capitales. Han ido en aumento los esfuerzos legislativos que ha hecho el país asiático para garantizar la máxima seguridad a los inversores extranjeros.

Es el segundo país del mundo, con una población de casi 1.300 millones de personas, 100 millones con una capacidad económica como la media-alta europea y 1 millón con fortunas millonarias en €, es sin duda de interés para las empresas españolas.

India es un mercado con muchas oportunidades, aunque conviene hacer las cosas bien y no dejarse emborrachar por las cifras.

España puede aportar mucho a India, lo demuestran la presencia de empresas constructoras, ingenierías y de renovables. Nuestro país cuenta con una extensa experiencia en estos sectores, e India requiere pde ese "know how".

"Declarar que los productos importados de España, van dirigidos a una población potencial de 450 millones de personas, puede empujar a muchas empresas españolas a invertir en India, pero la realidad es que la competencia local e internacional también está alerta, y conviene asegurar bien la apuesta", afirma Pablo Castells.

El indio de clase alta se siente atraído por los productos de fuera considerados de calidad, que además ha consumido en sus viajes al extranjero.

Vender nuestro aceite de oliva a casi 10 € y ser líder del sector en el sector retail indio, supone una inversión a largo plazo que no se consigue en 2 ni 3 años.

"Siempre digo que en India, el que tiene paciencia, la pierde, y el que no la tiene, la gana. Otro factor importante es el conocimiento de la cultura del país, India cuenta con una tradición milenaria, con unas costumbres muy diferentes a las nuestras. El respeto a sus mayores y a los cargos elevados tienen también su influencia en las relaciones comerciales", asevera el abogado Pablo Castells.

No sólo por nuestro deporte estrella conocen España. La gastronomía española y el interés por nuestra lengua y cultura suponen un reclamo cada vez más creciente.

"Nuestra ventaja es que tenemos un pie en la India, en el corazón de Nueva Delhi, que nos permite contar con un indicador al minuto de lo que está ocurriendo" sentencia Fernando Escura.

Aunque a partir del primer año el empresario puede empezar a detectar reacciones, el resultado esperado va a tardar todavía algún tiempo. Los indios tienen una forma de funcionar muy suya. El español a menudo quiere imponer su *modus operandi* y esto no funciona en la India. Por otro lado, es

importante también contar con un cierto pulmón financiero.

En cuanto a los obstáculos a la hora de vender en la India, no son tanto las limitaciones a la inversión, ya que se están liberalizando muchos sectores, pero sí la alta competencia existente, tanto local como internacional, así como las políticas arancelarias para ciertos productos como el alcohol (vinos, cervezas y licores).

“India no es un mercado emergente, ya ha emergido”, comenta Pablo Castells