



**La Cambra**

Cambrade Comerç  
de Terrassa

## Gran èxit de participació en el debat CAMBRACTIVA sobre l'Índia

### L'ÍNDIA, UN GRAN MERCAT EN CREIXEMENT CONTINU

Blasco de Garay, 29-49  
08224 TERRASSA  
Tel. 93 733 98 33  
Fax 93 789 11 65  
info@cambraterrassa.es  
www.cambraterrassa.es

---

**Delegació de Rubí**  
Rambleta Joan Miró, s/n  
(Edifici Rubí+D) 08191 RUBÍ  
Tel. 93 697 02 69  
Fax 93 697 28 86  
rubí@cambraterrassa.es

---

**Delegació de  
Sant Cugat del Vallès**  
C. Villà, 68 (Casa Aymat)  
08173 SANT CUGAT DEL VALLÈS  
Tel. 93 587 90 25  
santcugat@cambraterrassa.es

**Terrassa, 2 de maig de 2007.** El mercat indi ofereix grans oportunitats de negoci per a aquells que sàpiguen aprofitar-les. Aquesta va ser la conclusió a la qual van arribar tots els ponents en el marc de la sessió CAMBRACTIVA sobre l'Índia que va tenir lloc el passat dijous a la tarda a la seu de la Cambra de Comerç de Terrassa. Els ponents de l'acte, **Sanjay Peters**, professor d'Economia d'ESADE i conseller del Banc britànic, **Evarist Michavila**, director General de CIPSA, i **Josep Maria Tarragó**, vicepresident executiu de Ficosa Internacional, van animar als assistents, empresaris de la zona, a establir relacions comercials a l'Índia amb grans expectatives d'èxit. També van estar presents la periodista **Rosa Maria Calaf**, corresponsal de TVE a Àsia Pacífic, que va moderar del col·loqui, i **Marià Galí**, president de la Cambra, que va fer la presentació.

Sanjay Peters va exposar el ventall de possibilitats que permet l'Índia, un país en desenvolupament, amb més de mil milions d'habitants i un important potencial de recursos humans, a més a més de ser una de les majors economies del món (la quarta major economia per capacitat de compra): "l'Índia no es limita a la informàtica, a l'I+D i al *call center*, sinó que també ofereix oportunitats de negoci en altres sectors com les manufactures, el sector energètic i la construcció entre d'altres". Ara bé, segons Tarragó, "en un país en evolució com l'Índia s'ha de trobar quin són els sectors que estan en evolució". L'exemple més clar per al vicepresident executiu de Ficosa és l'automoció: "cada any es fabriquen un milió de vespes. En quatre dies, aquestes vespes passaran a ser un milió de cotxes més".

El professor també va parlar de la manca d'inversió espanyola a la regió pel gran desconeixement que hi ha del país, i de tots els avantatges que permet l'Índia en detriment d'altres potències econòmiques com la Xina. El règim democràtic i les garanties jurídiques de l'Índia, la llengua i la familiaritat amb la cultura occidental són alguns dels exemples que es van destacar.

“És imprescindible trobar un soci natiu amb el qual establir una relació de confiança mútua”. Aquesta va ser una de les frases que més es va repetir durant tota la sessió. Sanjay Peters va esmentar la necessitat de viatjar a la zona per conèixer la gent i aprendre la seva cultura empresarial, ja que “la cultura de negoci del país només es pot aprendre estant allí”. Evarist Michavila va estar d’acord amb Peters, i va afegir que el *feeling* amb el soci és essencial per establir bones relacions comercials, “ha de ser un amor a primera vista”, va dir. Josep Maria Tarragó va coincidir amb els altres ponents i va fer referència a un altre valor afegit molt important: la competitivitat. “L’Índia et permet ser competitiu a les teves plantes europees perquè s’abarateixen els costos de producció”.

Cal esmentar que l’Índia no només ofereix oportunitats de producció, sinó que també és un país atractiu pel seu gran mercat potencial. A l’Índia hi viu una sisena part de la població mundial i la seva classe mitjana està en augment (es calcula que creix al voltant d’uns 20 milions de persones a l’any). Per tant, és un dels mercats amb més perspectives de futur del món i les empreses espanyoles no poden deixar passar aquesta gran oportunitat. Ara bé, segons Sanjay Peters, “és necessari adaptar-se”. Cal que l’empresa espanyola s’adapti al mercat indi i no a l’inversa, ja que les necessitats són diferents. “S’ha de fer un producte concret per a aquest mercat”, va dir el professor d’ESADE.

A més a més, tots tres ponents van destacar la gran quantitat de recursos humans que ofereix el país tant en mà d’obra com en personal qualificat i els incentius del govern per tal de fomentar la inversió estrangera. Peters va agrair a la Cambra aquesta iniciativa del debat CAMBRACTIVA sobre l’Índia per tal de donar a conèixer el seu país.

Peters també es va dirigir a les petites empreses, assenyalant les classes baixes de la societat índia com a potencials clients, ja que també cal abastir les seves demandes. Cal tenir en compte que hi ha moltes ciutats com Bombai amb 16 milions d’habitants, on la classe baixa representa un 60% de la població. En aquest sentit, Josep Maria Tarragó va afirmar “que hi ha oportunitats tant en productes de gran qualitat com en productes amb menors prestacions, perquè el mercat és molt ampli”. També van ressaltar estratègies de comercialització dels productes a l’usuari final en petites proporcions com una forma d’apropar-se a les demandes reals d’aquesta població. Segons Peters

“en aquestes zones no es poden vendre paquets de vuit piles, sinó d’una sola unitat”.

Un total de 100 persones van assistir a aquesta sessió de debat sobre l’Índia. Recordem que aquest debat forma part de CAMBRACTIVA, un punt de trobada entre empresaris i directius que promou el coneixement i el debat de temes d’actualitat i que organitza periòdicament la Cambra de Comerç de Terrassa.