
AUTOMÓVIL EN INDIA

IVEX INDIA
Enero de 2012

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1. Panorámica General del país	5
1.2. Relaciones Comerciales de India con España y la Comunidad Valenciana	7
1.3. Delimitación del Sector	10
1.4. Clasificación Arancelaria	10
2. OFERTA	11
2.1. Tamaño y características del mercado	11
2.2. Producción local	15
2.3. Comercio Exterior	20
2.4. Proyectos de inversión	24
3. PRODUCTO	26
3.1. Adaptación del producto	26
3.2. Normas técnicas de fabricación y homologación	29
3.3. Otros obstáculos	31
4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	33
4.1. Parque móvil indio	33
4.2. Análisis cualitativo del parque móvil indio	34
4.3. Evaluación del volumen de la demanda	36
4.3.1. Crecimiento esperado	36
4.3.2. Tendencias industriales, tecnológicas y medioambientales ..	37
4.4. Situación y percepción del producto español y de la Comunidad Valenciana	38
5. CANALES DE DISTRIBUCIÓN	44
5.1. Canales de distribución	44
5.2. Esquema de la distribución	48
5.3. Principales distribuidores	48
5.4. Actitudes y motivaciones de los diferentes canales	53
5.5. Estrategia de canal	54

6.	FORMACIÓN DEL PRECIO	57
6.1.	Gravámenes a la importación.....	57
6.2.	Medios de transporte y coste	58
6.3.	Niveles de precios de mercado	59
6.4.	Medios de pago, usos y costumbres.....	62
6.5.	Tramitación de las importaciones y documentación necesaria	62
7.	MEDIOS DE PROMOCIÓN	67
7.1.	Ferias	67
7.2.	Revistas especializadas y páginas Web.....	68
8.	RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES. DAFO	70
9.	ANEXOS.....	72
9.1.	Principales empresas locales	72
9.2.	Listado de importadores.....	75
9.3.	Listado de Asociaciones.....	76
9.4.	Direcciones de interés.....	77
9.5.	Fuentes de Información.....	78

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Panorámica general del país.

República de la India (Bharat Republico f India) es una península en el sur de Asia bordeada al Norte por China, Nepal y Bután; al este por Myanmar, Bangladesh y Golfo de Bengala; al sur por el Océano Índico; al oeste por el Mar Árabe; y al noroeste por Pakistán.

La India tiene una extensión de 3,2 millones de km² (seis veces la superficie de España), y según las cifras provisionales del censo de 2011 cuenta con una población de 1210 millones de habitantes.

La capital es Nueva Delhi, con una población de 12 millones de habitantes.

Otras ciudades importantes son Mumbai (18 millones), Bangalore (5,5 millones), Kolkata (5 millones) y Chennai (4,6 millones).

Los idiomas oficiales en India son el hindi y el inglés. Además se reconocen como oficiales otras 22 lenguas regionales, de las cuales las más habladas son: bengalí, urdu, telugu, marathi, tamil y gujarati.

Las religiones con mayor presencia en India son el Hinduismo (82%), el Islam (12%), el Cristianismo (3%) y el Sikhismo (1%).

El sistema político que rige en la India es el de una democracia parlamentaria.

El poder legislativo del gobierno central reside en el Lok Sabha (Cámara Baja) y en el Rajya Sabha (Cámara Alta), teniendo mayor poder legislativo la Cámara Baja.

La Constitución establece que el poder ejecutivo esté en manos del Presidente, pero de facto lo ejerce el Consejo de Ministros encabezado por el Primer Ministro, que es elegido por el Parlamento.

Actualmente la Presidenta del país es Smt. Pratibha Devisingh Patil y el Primer Ministro Dr. Manmohan Singh.

La India está constituida por 28 Estados y 7 "Union Territories" (Territorios de la Unión) que son administrados directamente por el Gobierno Central.

La India está evolucionando hacia un sistema de economía de mercado abierto, aunque quedan muchas reminiscencias de su anterior sistema autárquico.

La liberalización económica comenzó a principios de los años 90 y ha propiciado claramente el crecimiento económico del país, que ha rondado el 7% anual ininterrumpidamente desde 1997. Entre las medidas adoptadas encontramos la liberalización industrial, la privatización de empresas estatales, y un menor control en el comercio y la inversión extranjera en India.

La economía India es tan diversa que encontramos las formas más arcaicas de agricultura junto a sistemas agrícolas sofisticados, una amplia gama de actividades industriales y multitud de servicios.

El sector servicios es el gran impulsor del crecimiento del país (54% PIB) aunque sólo concentra la tercera parte de la población activa. India cuenta con un gran número de ciudadanos altamente cualificados y anglófonos que le han convertido en el mayor exportador de informáticos y de servicios informáticos.

En 2010 la economía India se recuperó claramente de la crisis debido a la gran demanda interna, el crecimiento superó el 8% anual en términos reales. Las exportaciones de mercancías, que representan aproximadamente el 15% del PIB, volvieron a los niveles previos a la crisis financiera. La expansión industrial y la subida de los precios de los alimentos, consecuencia tanto de las débiles lluvias en el año 2009 como del ineficiente sistema de distribución de alimentos del Gobierno, dispararon la inflación, que alcanzó cerca del 11% en el primer semestre del 2010. Sin embargo ha ido disminuyendo gradualmente desde entonces tras una serie de subidas del tipo de interés por parte del Banco Central.

El Gobierno Indio busca reducir su déficit presupuestario al 5,5% del PIB en el año fiscal 2010-2011, frente al 6,8% del ejercicio anterior.

Los retos a los que se enfrenta el país a largo plazo son la pobreza generalizada, las deficientes infraestructuras, las escasas oportunidades de empleo no agrícola y el limitado acceso a una educación básica y superior de calidad.

Pese a los problemas que sufre India hay que destacar que se trata de un país estable. Tiene unas profundas raíces democráticas, está en pleno crecimiento y cuenta con un tejido industrial consolidado y desarrollado que crece aprovechando la actual coyuntura y la clase media emergente. Esa clase media se traduce en millones de consumidores ávidos por adoptar pautas de consumo occidentales. En definitiva, la India se presenta no sólo como apuesta de futuro sino claramente como apuesta de presente.

En cuanto al sector automovilístico, hay que señalar que ha registrado resultados excelentes, con un crecimiento en torno al 14-15% anual desde el año 2001.

En el ejercicio 2008-2009 el sector se vio afectado por la crisis financiera alcanzando un crecimiento del 9%.

En el año fiscal 2009-2010 las exportaciones representaron el 33% de la producción, frente al 57% del año fiscal anterior.

Pese a que la crisis ha afectado los resultados del sector podemos considerar que las cifras siguen siendo muy positivas, con una producción de 3,54 millones en el 2010 (cifras provisionales de la OICA), lo que supone una recuperación del 33,9% frente al año anterior, en el que se produjeron 2,64 millones de vehículos.

Hay que destacar también el crecimiento de la industria de componentes de automoción como consecuencia de las actividades de outsourcing de los gigantes del sector.

1.2. Relaciones comerciales de India con España y la Comunidad Valenciana.

RELACIONES COMERCIALES INDIA - ESPAÑA

Las relaciones comerciales entre España e India son relativamente escasas teniendo en cuenta el potencial de ambos países. Pero también hay que señalar que está en aumento.

La cifra de exportaciones de España a la India pasó de casi 382 millones de euros en el año 2004 a alcanzar los máximos en el año 2008 con la cifra de 1.185,8 millones de euros.

La crisis financiera ha afectado claramente las exportaciones, que cayeron hasta los 806 millones de euros en el año 2009 y 768 en 2010. Sin embargo las cifras publicadas en lo que va de año apuntan a una recuperación.

La tasa de cobertura venía rondando en los últimos años en torno al 30%. En los años 2008 y 2009 se produjo un gran aumento, que tras verse afectado por la crisis en el año 2010 parece que vuelve a recuperarse, pues el primer trimestre de 2011 muestra una tasa cobertura del 45%.

A nivel mundial España ocupa el 37º puesto en países exportadores a India.

En cuanto a las importaciones procedentes de India han pasado de 1290 millones de euros en el año 2004 a 2354 millones de euros en el año 2010. Prácticamente no se han visto afectadas por la crisis, la variación entre las importaciones del 2008 y las de los dos años siguientes son mínimas.

España ocupa el 27º puesto mundial como destinatario de los productos indios.

Los principales productos que se exportan a India son: Tecnología industrial; productos químicos; industria auxiliar mecánica y de la construcción; moda; materias primas, semimanufacturadas y productos intermedios; medio ambiente; producción energética y hábitat.

Los principales productos que se importan a España de India son: Moda; tecnología industrial; productos químicos; industria auxiliar, mecánica y de la construcción; hábitat; tecnología de la información y de las telecomunicaciones; pescado y marisco; medio ambiente; producción energética y materias primas, semimanufacturadas y productos intermedios.

RELACIONES INDIA – COMUNIDAD VALENCIANA

Durante el año 2010, y según los datos facilitados por Aduanas, las exportaciones de productos valencianos a la India alcanzaron un valor de 92,83 millones de euros. Las importaciones procedentes de la India se valoraron en 289,9 millones de euros. El saldo comercial de los intercambios entre la Comunidad Valenciana e India dio un resultado negativo de 197 millones de euros y una tasa de cobertura del 32,02%.

Año	Exportación (miles €)	Importación (miles €)	Tasa de Cobertura	Saldo Comercial (miles €)
2004	32.520	223.936	14,52%	-191.416
2005	38.431	256.153	15,00%	-217.722
2006	41.090	281.161	14,61%	-240.071
2007	46.086	275.430	16,73%	-229.344
2008	45.327	291.907	15,53%	-246.580
2009	49.174	236.053	20,83%	-186.878
2010	92.835	289.901	32,02%	-197.066

Fuente: Aduana Española

Las relaciones comerciales de nuestra comunidad con India en 2010 se centran en los siguientes productos en lo que a exportaciones e importaciones se refiere:

EXPORTACIONES

- Productos cerámicos.
- Sal, azufre, tierras y piedras, yesos, cales y cementos.
- Productos químicos, extractos curtientes o tintóreos, pigmentos y demás materias colorantes, pinturas y barnices, tintas.
- Manufacturas de piedra, yeso fraguable, cemento, amianto, mica o materiales análogos.
- Máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes, aparatos de grabación y reproducción de sonido.
- Maquinaria, aparatos y artefactos mecánicos, calderas y partes de esta maquinaria.
- Pieles, excepto peletería y cueros.
- Plástico y sus manufacturas.

IMPORTACIONES

- Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos.
- Calzado, polainas y artículos análogos, y partes de estos productos.
- Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación, ceras minerales.
- Productos químicos orgánicos.
- Pieles.
- Frutas y frutos comestibles, cortezas de agrios, melones y sandías.
- Fundición, hierro y acero.
- Prendas de vestir y complementos de punto.

Si se analiza la evolución de las exportaciones y las importaciones desde el año 2004 se puede observar que en ambas hay una tendencia al alza.

En el caso de las exportaciones ha habido un aumento creciente que sólo se frenó en el año 2008 debido a la crisis económica, pero que se ha compensado con creces, superando todas las expectativas en el año 2010, año en el que prácticamente se doblaron las exportaciones de la Comunidad Valenciana destinadas a la India.

En cuanto a las importaciones la mayor tasa se alcanzó en el 2008, sin embargo hubo una importante recesión como consecuencia de la crisis económica en el año 2009. En el 2010 parecen haberse recuperado, alcanzando prácticamente las mismas cifras que consiguieron en el año 2008.

El saldo comercial negativo se sitúa en 197 millones de euros, cifra superior a la del año 2009, pero en cualquier caso una cifra positiva comparada con las de los años precedentes.

La Comunidad Valenciana en el año 2010 aportó el 7,83% de las exportaciones del conjunto de España a India, con lo que se posiciona como una de las comunidades más dinámicas en cuanto a las relaciones comerciales y exportaciones.

1.3. Delimitación del sector.

Este estudio tiene por objeto el sector de la automoción en India. Concretamente los vehículos de motor y las partes, piezas y componentes de automoción.

Los subsectores que se van a analizar son los siguientes:

- Automóviles de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para transporte de personas, incluidos los del tipo familiar y los de carreras
- Partes, piezas y componentes de automoción para vehículos con motor (bienes intermedios).

1.4. Clasificación arancelaria

Los productos analizados en este estudio están englobados en la Sección XVII de la clasificación arancelaria relativa a las materias de transporte. Pertenecen al Capítulo 87 "Vehículos automóviles, tractores, ciclos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios".

Las partidas arancelarias son:

- 8703 Automóviles de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para transporte de personas (excepto los de la partida 8702), incluidos los del tipo familiar (break o station wagon) y los de carreras
- 8706 Chasis de vehículos automóviles de las partidas 8701 a 8705, equipados con su motor
- 8707 Carrocerías de vehículos automóviles de las partidas 8701 a 8705, incluidas las cabinas
- 8708 Partes y accesorios de vehículos automóviles de las partidas 8701 a 8705

2. OFERTA

2.1. Tamaño y características del mercado

TAMAÑO DEL MERCADO

El parque automovilístico indio cuenta nada menos que con la cifra de 40 millones de vehículos de pasajeros.

La industria automovilística del país produce cerca de 17,5 millones de vehículos al año (teniendo en cuenta los vehículos de dos y cuatro ruedas), de los que exporta aproximadamente 2,33 millones al año.

Hay que señalar que el producto estrella del sector son los ciclomotores, que tienen una cuota de mercado del 75%. Los vehículos de pasajeros ocupan un 16 % del sector. El 9% restante lo integran los vehículos comerciales y los tractores. Sin embargo desde un punto de vista económico, es la categoría de vehículos de pasajeros la que genera los mayores ingresos.

El 91% de los vehículos se adquieren para uso personal frente al 9% restante que se adquiere para utilizar en la industria o para usos comerciales.

El presente estudio se centrará en la categoría de los vehículos de pasajeros. Las razones son diversas, pero como iremos viendo es la categoría de vehículos que presenta mayores oportunidades para una empresa valenciana del sector que quiera internacionalizarse y entrar en el mercado indio, ya sea en la venta de los vehículos como tal o de los componentes.

India es potencia mundial en la categoría de tractores y ciclomotores. Es líder mundial en la producción de tractores y el segundo productor mundial de ciclomotores. Desde el gobierno se están fomentando estas dos categorías y también la producción de vehículos de pasajeros económicos, pues son los más demandados en el país.

El ciclomotor se demanda por su precio económico y la facilidad para esquivar el tráfico, un problema en todas las grandes ciudades de la India. Los tractores se demandan por ser la agricultura la primera actividad económica del país. Además es un sector con grandes perspectivas, pues tan sólo el 50 % de los campos están motorizados y se espera que el porcentaje se incremente notablemente en los próximos años.

Es por ello que el gobierno ha querido potenciar estos sectores y proteger la producción, para facilitar que quede en manos de empresas nacionales. Por otro lado los precios que manejan son difícilmente ofertables por una empresa extranjera.

La empresa extranjera encontraría su lugar, y una gran oportunidad, en el rango de vehículos de pasajeros y comerciales que van desde el rango medio-alto hasta los vehículos de lujo, ya sea en la venta de los automóviles o de sus componentes.

Centrándonos ya en el objeto de este estudio hay que señalar que India es el séptimo productor mundial de vehículos comerciales y de pasajeros, con una producción que superó los 3,7 millones en el año 2010.

Es una de las industrias automovilísticas más grandes del mundo y la que está experimentando un mayor crecimiento.

Según informes recientes de la SIAM (Sociedad de Fabricantes de Automóviles Indios: www.siamindia.com) en el período 2011-2012 India desbancharía a Brasil pasando a ocupar la sexta posición mundial en producción de automóviles, con un aumento de la producción del 16 al 18 %, que le llevaría a fabricar unos 3 millones de unidades.

A medio plazo se espera que India alcance las 5 millones de unidades para el año 2015 y los 9 millones en el año 2020. En el año 2030 debería haberse posicionado como el tercer mercado mundial en el sector automovilístico.

En cuanto al tamaño de su parque automovilístico hay expertos en el sector que prevén que India será el país con mayor número de vehículos en el año 2050, con una cifra que rondaría los 611 millones de unidades.

Estas cifras nos pueden parecer poco realistas, pero hay que tener en cuenta que en el año 2009 tan sólo el 10% de hogares indios contaban con al menos un vehículo (frente, por ejemplo, al 80% de los hogares suizos). Es un mercado que pese a tener una de las mayores parques automovilísticos, porcentualmente tiene pocas unidades.

El crecimiento económico que se está dando tanto en el sector, como en general en la economía india, el crecimiento de la clase media que comienza a comprar vehículos y otras razones como el cambio en las costumbres, nos llevan a pensar que tal vez las cifras señaladas no sean tan descabelladas y que deba considerarse seriamente el mercado indio como uno de los más interesantes de la escena mundial para cualquier empresa extranjera del sector.

UN POCO DE HISTORIA Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR

A título de curiosidad podemos señalar que en 1897 entraba en India el primer vehículo. A partir de 1930 comenzó la importación de vehículos, aunque en pocas unidades. En los años 40 se establecían las primeras empresas Indias.

No sería hasta 1991, con la liberalización económica del país, que comenzó el verdadero desarrollo industrial del sector automovilístico.

Es una industria muy reciente, que en tan solo 20 años ha conseguido posicionarse entre los países líderes del sector. Desde la liberalización económica en el año 1991 el crecimiento de la industria del automóvil ha venido rondando el 17% anual. Ha tenido un proceso espectacular, muy rápido tanto en aumento del número de vehículos como en puesta al día en los aspectos tecnológicos.

La flota india de vehículos se caracteriza por tener un número muy elevado de vehículos viejos, altamente contaminantes y en malas condiciones. Esto causa muchos problemas. Suponen un riesgo para la circulación y contaminan, anulando todos los efectos de las nuevas directrices dictadas para combatir este problema.

Hay muchas propuestas que incluyen la adaptación de las normas de emisión a los estándares europeos y que piden que el gobierno elabore un programa de renovación de la flota de automóviles.

Aún no se han tomado medidas al respecto ni se ha aprobado ninguna de las propuestas mencionadas, pero no se descarta que a plazo medio pudiera aprobarse el programa de renovación, que supondría la entrada de muchísimos vehículos nuevos en el mercado.

EVOLUCIÓN DEL SECTOR

Producción de Vehículos de Pasajeros (unidades)	
2004-2005	1.209.876
2005-2006	1.309.300
2006-2007	1.545.223
2007-2008	1.777.583
2008-2009	1.838.697

Fuente: SIAM

Producción de Vehículos Comerciales (unidades)	
2004-2005	353.703
2005-2006	391.083
2006-2007	519.982
2007-2008	549.006
2008-2009	417.126

Fuente: SIAM

Ventas de Vehículos de Pasajeros (unidades)	
2004-2005	1.061.572
2005-2006	1.143.076
2006-2007	1.379.979
2007-2008	1.549.882
2008-2009	1.551.880

Fuente: SIAM

Ventas de Vehículos Comerciales (unidades)	
2004-2005	318.430
2005-2006	351.041
2006-2007	467.765
2007-2008	490.494
2008-2009	384.122

Fuente: SIAM

Ingresos producción de Vehículos de Motor (en millones de USD)	
2004-2005	24.379
2005-2006	26.969
2006-2007	30.507
2007-2008	32.383
2008-2009	33.342

Fuente: Departamento de Industria Pesada, Ministerio de Industrias Pesadas y Empresas Públicas

PRINCIPALES ZONAS PRODUCTORAS

El núcleo de producción de vehículos por excelencia es Chennai. En Chennai se concentra el 60% de toda la producción de país. De hecho a Chennai se le conoce popularmente como "el Detroit indio". Tiene presencia de empresas como Ford, Hyundai, Volvo, Renault, Nissan, Ashok Leyland, Toyota, o una planta de ensamblaje de BMW.

En Haryana se encuentra la planta de Maruti Suzuki en Gurgaon; una planta de Honda en Noida y también hay plantas Yamaha, Tata, Swaraj, etc.

Chakan Corridor, cerca de Pune, es otro centro importante de la industria automovilística, con empresas como General Motors, Volkswagen, Skoda, Mahindra, Tata Motors, Land Rover, Fiat, Audi, Renault, BMW o Mercedes Benz.

2.2. Producción local.

Los fabricantes de automóviles locales establecidos en India son:

Fabricantes locales de automóviles en India	
Chinkara Motors	www.chinkara.co.in
Hindustan	www.hindmotor.com
ICML	www.icml.co.in
Mahindra	www.mahindra.com
Maruti Suzuki	www.maruti-suzuki.com
Premier	www.premier.co.in
San	www.san-automotive.com
Tata	www.tatamotors.com

Los fabricantes extranjeros establecidos en India son:

Fabricantes extranjeros de automóviles en India	
Audi	www.audi.co.in
Bentley	www.bentleymotors.com
BMW	www.bmw.in
Chevrolet	www.chevrolet.co.in
Ferrari	www.ferrari.com
Fiat	www.fiat-india.com
Ford	www.india.ford.com
Honda	www.hondacarindia.com
Hyundai	www.hyundai.com/in
Jaguar	www.jaguar.com/in
Lamborghini	www.lambocars.com
Land Rover	www.landrover.in
Maybach	www.maybach-manufaktur.com
Mercedes-Benz	www.mercedes-benz.co.in
Mitsubishi	www.mitsubishi-motors.co.in
Nissan	www.nissan.in
Porsche	www.porsche.com
Renault	www.renault.co.in
Rolls Royce	www.rolls-roycemotorcars.com
Skoda	www.skoda-auto.co.in
Suzuki	www.marutisuzuki.com
Toyota	www.toyotabharat.com
Volkswagen	www.volkswagen.co.in
Volvo	www.volvocars.com/in

Maruti Suzuki es la empresa líder de la producción local de automóviles en India. La distribución por empresas es la siguiente:

Producción local Vehículos de Pasajeros	
Maruti Suzuki India	46,07%
Tata Motors	16,45%
Hyundai Motor India	14,15%
Otros	23,33%

Fuente: SIAM

Producción local Vehículos Comerciales	
Tata Motors	63,94%
Ashok Leyland	16,47%
Mahindra & Mahindra	10,01%
Otros	9,58%

Fuente: SIAM

Exportación de Vehículos de Pasajeros (unidades)	
2004-2005	166.402
2005-2006	175.572
2006-2007	198.452
2007-2008	218.401
2008-2009	335.729
2009-2010	446.145
2010-2011	453.479

Fuente: SIAM

Exportación de Vehículos de Comerciales (unidades)	
2004-2005	29.940
2005-2006	40.600
2006-2007	49.537
2007-2008	58.994
2008-2009	42.652
2009-2010	45.009
2010-2011	76.297

Fuente: SIAM

Ingresos obtenidos de las exportaciones de Vehículos Automóviles de la partida 8703 (millones de USD)	
2004-2005	766,65
2005-2006	938,96
2006-2007	1.135,23
2007-2008	1.386,33
2008-2009	2.457,89
2009-2010	3.155,59
2010-2011	5.479,65

Fuente: Ministerio de Comercio, Gobierno de India

<http://commerce.nic.in>

LÍNEAS DE PRODUCTO OFRECIDAS

Líneas de vehículos ofertadas en el mercado indio	
Hatchbacks (vehículos de 3 o 5 puertas)	Chevrolet Spark, Chevrolet Beat, Chevrolet Aveo, Fiat Nuova 500, Fiat Grande Punto, Ford Figo, Honda Jazz, Hyundai Santro, Hyundai i10, Hyundai i20, Maruti 800, Maruti Suzuki Alto, Maruti Suzuki WagonR, Maruti Suzuki Estilo, Maruti Suzuki A-star, Maruti Suzuki Ritz, Maruti Suzuki Swift, Nissan Micra, Skoda Fabia, Tata Nano, Tata Indica, Toyota Etios, Volkswagen Beetle, Volkswagen Polo.
Sedans	Chevrolet Aveo, Chevrolet Optra, Chevrolet Cruze, Ford Ikon, Ford Fiesta, Fiat Linea, Hindustan Ambassador, Honda City, Honda Civic, Honda Accord, Hyundai Accent, Hyundai Verna, Hyundai Sonata, Maruti Suzuki Swift DZire, Maruti Suzuki SX4, Mahindra Renault Logan, Mitsubishi Lancer, Nissan Teana, Renault Fluence, Skoda Octavia, Skoda Laura, Skoda Superb, Toyota Etios, Toyota Prius, Toyota Corolla, Tata Indigo, Volkswagen Jetta, Volkswagen Passat.

Vehículos de lujo	Audi A4, Audi A6, Audi A8, Bentley Arnage, Bentley Brooklands, Bentley Continental Flying Spur, Bentley Mulsanne, BMW 3 Series, BMW 5 Series, BMW 7 Series, BMW M5, Jaguar XF, Jaguar XJ, Maybach 57 y 62, Mercedes Benz Clase C, Mercedes Benz Clase CLS, Mercedes Benz Clase E, Mercedes Benz Clase S, Porsche Panamera, Rolls Royce Ghost, Rolls Royce Phantom, Toyota Camry, Volvo S60, Volvo S80, Volkswagen Phaeton.
Modelos deportivos	Audi TT, Bentley Azure, Bentley Continental GT, BMW M3, BMW M6, BMW Z4, Chinkara Roadster, Jaguar XK, Lamborghini Gallardo, Lamborghini Murcielago, Mercedes Benz Clase CL, Mercedes Benz Clase SL, Mercedes Benz Clase SLK, Nissan 370Z, Porsche 911, Porsche Boxter, Porsche Cayman, Rolls Royce Phantom Coupé, Rolls Royce Phantom Drophead Coupé, San Storm.
Vehículos 4X4	Audi Q5, Audi Q7, BMW X3, BMW X5, BMW X6, Chevrolet Captiva, Ford Endeavour, Honda CR-V, Land Rover Discovery, Land Rover Freelander, Maruti Suzuki Gypsy, Mahindra Scorpio, Mercedes Benz Clase M, Mitsubishi Pajero, Mitsubishi Montero, Mitsubishi Outlander, Nissan X-Trail, Porsche Cayenne, Premier RiO, Range Rover, Range Rover Sport, Renault Koleos, Suzuki Grand Vitara, Tata Safari, Toyota Fortuner, Toyota Land Cruiser, Toyota Land Cruiser Prado, Volkswagen Touareg, Volvo XC90.
Furgonetas	Chevrolet Tavera, Maruti Omni, Maruti Eco, Maruti Versa, Mahindra Xylo, Mercedes Benz Viano, Premier Sigma, Tata Sumo, Tata Aria, Toyota Innova.

PUNTOS FUERTES DE LA INDUSTRIA LOCAL

Los precios que se ofertan en el mercado indio son muy competitivos. El consumidor indio a la hora de elegir un producto, en la mayoría de casos tiene como único criterio el precio. Por tanto sería muy difícil para una empresa valenciana competir en el rango de vehículos económicos o de precio medio.

Es recomendable que se centren en las líneas de vehículos de gama media-alta hasta gamas de lujo, o que oferten los componentes de automóvil a empresas indias que produzcan vehículos de gamas más altas. La empresa extranjera debe buscar al consumidor indio caprichoso, de gran poder adquisitivo, que a la hora de elegir no tiene en cuenta el precio, sino otros criterios como la calidad, el diseño, la innovación.

Si bien en un principio es difícil que se comience a producir en India, sería conveniente con el tiempo (tras probar que el producto español funciona en el mercado indio) montar una fábrica o planta de ensamblaje en la India para eludir los aranceles y reducir costes en la fabricación y el transporte, que repercutirán de manera importante en el precio final del vehículo. Es especialmente importante en el sector de la automoción, por los aranceles tan altos y el costo elevado del transporte de los vehículos. Para ello se puede tomar ejemplo del proceso de entrada en el mercado indio que han seguido otras empresas extranjeras.

El mercado indio es un mercado con mucho potencial, pero tiene muchas dificultades que hay que analizar.

2.3. Comercio exterior

La industria automovilística india exporta a 203 países. Los principales países de destino son los siguientes (en orden de volumen de ventas):

Destino Exportaciones de Automóviles partida 8703 (en millones de USD)	
Indonesia	640,02
Argelia	575,93
Sudáfrica	368,63
Sri Lanka	349,19
Reino Unido	345,31
Países Bajos	269,96
Israel	234,89
Chile	234,21
España	231,59
Italia	179,50
Australia	178,53
Alemania	163,67
Egipto	147,29
Bélgica	140,97

Fte.: Ministerio de Comercio, Gobierno de India

<http://commerce.nic.in>

Destino Exportaciones de Chasis de Vehículos de la partida 8706 (en millones de USD)	
Sudáfrica	50,20
Sri Lanka	49,08
Bangladesh	14,31
EAU	13,84
Ucrania	12,57
Bután	11,45
Tanzania	4,37
Kenia	3,70
Nigeria	3,19
Nepal	3,07

Fte.: Ministerio de Comercio, Gobierno de India

<http://commerce.nic.in>

Destino Exportaciones Carrocería de Vehículos de la partida 8707 (en millones de USD)	
EAU	7,00
Singapur	0,66
Nepal	0,52
Israel	0,30
Senegal	0,26

Fte.: Ministerio de Comercio, Gobierno de India

<http://commerce.nic.in>

Destino Exportaciones de Partes y Accesorios de Vehículos de la partida 8708 (en millones de USD)	
EEUU	7,00
Tailandia	0,66
Turquía	0,52
Italia	0,30
Alemania	0,26
Reino Unido	111,70
Brasil	76,64
Francia	70,46
México	54,03
Bélgica	49,70

Fte.: Ministerio de Comercio, Gobierno de India

<http://commerce.nic.in>

La importación directa de vehículos no es muy alta. Las empresas extranjeras suelen establecerse en el país a través de una joint-venture con una empresa local, para poder producir o al menos ensamblar los vehículos en India y reducir así los costes.

Nos han informado que ese suele ser el procedimiento con las líneas de vehículos que se venden en gran número. Los modelos poco vendidos, especialmente algunos modelos de lujo, no tienen suficiente demanda para poder producirse en India, por lo que se importan desde el país de origen. Es lo que ocurre con algunos modelos de las empresas Ferrari, Mercedes Benz, Bentley, BMW, etc.

Origen Importaciones de Automóviles partida 8703 (en millones de USD)	
Alemania	287,10
Reino Unido	83,66
Japón	54,99
EEUU	51,52
Corea	36,90
República Eslovaca	30,43
México	6,50
Suecia	4,79
Sudáfrica	2,47
España	1,96

Fte.: Ministerio de Comercio, Gobierno de India

<http://commerce.nic.in>

Origen Importaciones de Chasis de Vehículos de la partida 8706 (en millones de USD)	
Brasil	7,83
Alemania	1,86
China	1,44
Corea	0,16
Ucrania	0,09
Suecia	0,08
Japón	0,06

Fte.: Ministerio de Comercio, Gobierno de India

<http://commerce.nic.in>

Origen Importaciones Carrocería de Vehículos de la partida 8707 (en millones de USD)	
China	17,25
República Checa	14,44
Alemania	12,08
Corea	1,16
Taiwán	1,10

Fte.: Ministerio de Comercio, Gobierno de India

<http://commerce.nic.in>

Origen Importaciones de Partes y Accesorios de Vehículos de la partida 8708 (en millones de USD)	
Corea	736,98
Alemania	378,02
Japón	376,09
China	320,94
Tailandia	186,23
República Checa	185,28
España	93,45
EEUU	85,16

Fte.: Ministerio de Comercio, Gobierno de India

<http://commerce.nic.in>

2.4. Proyectos de inversión

El Gobierno Indio es consciente de la importancia que tiene el sector automovilístico tanto a nivel nacional como mundial, y de la necesidad de que se desarrolle adecuadamente para poder atender a la creciente demanda interna y posicionarse como uno de los nuevos sectores clave de la economía del país.

Para ello, tras la liberalización económica, estableció unas directrices con objetivos que quiere alcanzar en el sector y ha determinado una serie de medidas para alcanzar los objetivos.

Los objetivos fijados por el Gobierno son:

- Potenciar el sector automovilístico para que sea un motor del crecimiento industrial, del empleo y que sea un valor añadido importante en el desarrollo del país.
- Promover una industria automovilística competitiva a nivel mundial.
- Establecerse como centro internacional de fabricación de vehículos de pasajeros pequeños y económicos.
- Garantizar una transición adecuada hacia el libre mercado que suponga el mínimo riesgo para la economía India y la industria local.

- Llevar a cabo una modernización de este sector de la industria y promover la investigación y desarrollo, así como el diseño en el contexto de la automoción.
- Involucrar la industria India del software en el sector automovilístico.
- Facilitar el desarrollo de vehículos propulsados por energías alternativas.
- Desarrollar estándares de seguridad y medioambientales que estén al nivel de los estándares internacionales.

Para llevar todos estos objetivos a la práctica el Gobierno ha establecido toda una serie de medidas relativas a la inversión extranjera, los precios y los aranceles e impuestos.

También ha aumentado la adjudicación de fondos destinados al desarrollo de las infraestructuras y la construcción de vías destinadas a la circulación de vehículos, que puedan abarcar el crecimiento del parque automovilístico.

3. PRODUCTO

3.1. Adaptación del producto

En el mercado indio de automoción, concretamente en los **vehículos de pasajeros**, encontramos las siguientes clases de producto:

VEHÍCULOS PEQUEÑOS O "SMALL CAR MARKET"

Esta clasificación abarca los vehículos pequeños y económicos (rondan entre los 3 y 5 lakh, 4.500 a 7.800 euros aproximadamente). Están destinados a consumidores urbanos, generalmente de edad media o joven que tienen un presupuesto muy ajustado para la adquisición de un vehículo, pero aprecian la innovación, las tecnologías y el diseño.

La competencia en este sector se ha intensificado de tal manera, que son modelos que pese a su reducido valor económico intentan destacar por tales aspectos como son el diseño, la innovación y la incorporación de nuevas tecnologías.

Este sector ha crecido hasta dominar el mercado de automoción en India, suponiendo más del 70% de la producción anual. Una de las razones de tal crecimiento ha sido el fomento de la producción de estos vehículos por parte del Gobierno

El líder indiscutible en esta categoría es Suzuki. También se han hecho su espacio en el mercado empresas como Tata Motors, así como otras que han conseguido ofrecer algún producto interesante en este rango (Volkswagen, Nissan, Hyundai).

Los modelos de vehículo que destacan en esta categoría son el Maruti 800, el Hyundai Santro o el Daewoo Matiz.

VEHÍCULOS MEDIANOS

Esta categoría incluye los vehículos que van desde el tamaño que se conoce como compacto hasta los grandes. Suelen tener una capacidad para cuatro pasajeros y el precio ronda entre los 3 y los 8 lakh (4.500 a 12.500 euros aproximadamente).

Este sector del mercado ha crecido mucho en los últimos años. Si el crecimiento medio de la industria automovilística ha rondado en torno al 7%, en el caso de los vehículos medianos se ha venido situando en torno al 20%.

Las causas de este crecimiento son diversas (crecimiento económica general del país, mayor capacidad adquisitiva, mayor clase media, las medidas adoptadas por el gobierno para promover el sector, etc).

Las compañías que lideran el sector son Maruti, Tata Motors Hindustan, Fiat, Ford y San Motors. Sin embargo podrían cambiar rápidamente, pues se espera que con el aumento de la demanda y la creciente apertura del mercado indio diversas empresas extranjeras entren a competir en este sector.

VEHÍCULOS DE LUJO

Los vehículos de lujo suelen tener capacidad para 6 pasajeros. Son vehículos de máxima calidad y sofisticación, que cuidan el diseño, los acabados, los accesorios, el confort, etc. Sin embargo los compradores buscan más que calidad, ya que estos vehículos son símbolos de estatus. Los precios comienzan en torno a los 20 Lakh (unos 30.000 euros).

Las principales empresas de coches de lujo en India son BMW, Rolls Royce, Porsche, Mercedes-Benz, Daimler Chrysler y Bentley.

La venta de vehículos de lujo también ha crecido en los últimos años, pero no con la rapidez que ha caracterizado la venta de vehículos pequeños y medianos, pues el número de posibles consumidores es limitado y no hay acciones de promoción para estimular este sector por parte del gobierno.

VEHÍCULOS DEPORTIVOS UTILITARIOS

Para acabar la clasificación podemos mencionar esta última gama de vehículos del mercado, que si bien no tiene la importancia de los anteriores, está registrando un crecimiento imparable.

En el mercado automovilístico indio podemos encontrar desde modelos más accesibles como el Tata Safari o los modelos Hyundai Terracan y Tuscon, hasta modelos para consumidores de alto poder adquisitivo como los Toyota Prado, Qualis e Innova. En el segmento de precios más elevados encontramos el Toyota Land Cruiser y los BMW X5 y X6.

Estos vehículos tan llamativos por su tamaño y potencia son apreciados por el consumidor indio en mayor medida que en otros países, pues son un símbolo de estatus y poder adquisitivo.

En cuanto al mercado de los **componentes de automoción**, podemos clasificar el sector en dos categorías, el sector organizado y el sector no organizado:

SECTOR ORGANIZADO

El sector de los componentes de automoción en India se estima que cuenta con unas 6500 empresas con datos del 2011. De ese total solo un 10% pertenece al sector organizado.

La mayoría de empresas que pertenecen a ese 10% del sector organizado pertenecen a ACMA (Automotive Component Manufacturer Association).

A fecha de 2011 la asociación cuenta con 620 miembros, que constituyen aproximadamente el 95% de las empresas del sector organizado.

Este sector se caracteriza por estar constituido mayoritariamente por pequeñas y medianas empresas que se especializan en determinados componentes de los automóviles. Producen principalmente para el mercado local, pero también exportan.

En el año 2009-2010 las exportaciones sumaron el 13% de la producción y se espera que en 2010-2011 lleguen al 17%.

Las ganancias del sector organizado en 2009-2010 fueron de 22.000 millones de dólares, un 20% más que el año anterior, aunque tan solo 46 empresas obtuvieron unos beneficios superiores a los 100 millones de dólares.

SECTOR NO ORGANIZADO

No se conoce con exactitud el número de empresas ni la producción procedente de este sector, pues pertenecen a la economía sumergida o a las Small Scale Industries, pequeñas o medianas empresas de producción casi artesanal que reciben una protección especial por parte del Gobierno.

Las estimaciones apuntan a que existen en la actualidad cerca de 6000 empresas en el sector no organizado, que aportan poco más del 10% de la producción nacional.

La proliferación de talleres oficiales y la concienciación de los consumidores de la conveniencia de utilizar productos de calidad ha dado lugar a un descenso de la producción de este sector, que en el año 2000 representaba un 20-25% de la producción nacional.

3.2. Normas técnicas de fabricación y homologación

Existen dos acuerdos internacionales sobre armonización de regulaciones de los vehículos. Ambos fueron adoptados bajo la dirección de UN/ECE, conocida en castellano como CEPE (Comisión Económica para Europa).

Acuerdo UN/ECE 1958: Este acuerdo se estableció con el fin de armonizar las prescripciones técnicas de los vehículos y sus componentes relativas a seguridad, medio ambiente, energía y sistemas antirrobo. Este convenio aboga por el reconocimiento mutuo de las normativas y la homologación de los vehículos entre los países firmantes del convenio. Se revisó en el año 2005 para incorporar la participación no Europea. A fecha de 2009 estaba suscrito por 58 países.

Acuerdo UN/ECE de 1998: Es similar al acuerdo anterior, ya que tiene por objetivo el desarrollo de unas regulaciones técnicas internacionales relativas a los vehículos y sus componentes (conocidas como GTR, Global Technical Regulations). Sin embargo este acuerdo no hace referencia a las homologaciones entre los países firmantes.

India no ha suscrito ninguno de estos acuerdos, pero en su esfuerzo por armonizar gradualmente su normativa adaptándola a los estándares internacionales se unió en el año 2002 como miembro observador al Foro Mundial para la Armonización de la Reglamentación de Vehículos.

El gobierno está considerando la posibilidad de suscribir al menos uno de los acuerdos mencionados.

Para conocer detalladamente las regulaciones establecidas en los acuerdos UN/ECE: www.unece.org

Si pasamos a analizar la normativa india, podemos observar que efectivamente a partir del año 2000 se han realizado grandes esfuerzos por adoptar progresivamente las regulaciones técnicas internacionales, tanto por las necesidades medioambientales, como por razones de seguridad.

Todos los coches fabricados en India deben cumplir con los Estándares Indios (IS) y con los Estándares de la Industria de la Automoción (AIS). Estas normativas se emitieron a finales de los años sesenta y, con sus modificaciones, han sido de aplicación desde entonces.

La regulación sobre fabricación y homologación de vehículos de motor la encontramos en la Ley de Vehículos de motor (Motor Vehicles Act, 1988), desarrollada por el Reglamento sobre Vehículos de Motor (Central Motor Vehicles Rules, 1988). Concretamente en lo que atañe a este apartado debemos centrarnos en el Capítulo V sobre Construcción, Equipamiento y Mantenimiento de Vehículos de Motor.

Estas normas establecen la regulación en materia de construcción, equipamiento y mantenimiento de vehículos, así como normativa en materia de emisiones y seguridad.

Estas normas se revisan periódicamente por el Comité Técnico Permanente, dependiente del Ministerio de Transporte y Carreteras (Ministry of Road, Transport and Highways).

Junto a estas leyes de aplicación nacional hay normas propias de los estados conocidas como "State Motor Vehicle Rules".

Desde el año 2000 las normas internacionales (ECE Regulations) se han utilizado como base para establecer la normativa india. Estos esfuerzos se intensificaron a partir del año 2002 con la elaboración de una estrategia a seguir (Road Map for Automobile Safety Standards) por parte de la SIAM, que fue aprobado por el gobierno.

El "Roadmap" pone especial hincapié en la seguridad a la hora de fabricar los vehículos, pues la tasa de accidentes en India es muy elevada debido a factores como las condiciones del tráfico, los hábitos de conducción y el comportamiento irresponsable de los conductores.

Toda la legislación actualizada sobre esta materia se puede encontrar en:

<http://morth.nic.in>

3.3. Otros obstáculos

PRECIO

Una empresa que quiera importar a India deberá analizar en primer lugar la posibilidad de adaptar su producto a los precios locales, pues de lo contrario es prácticamente imposible que logre acceder al mercado con éxito.

El precio es el criterio más importante que tiene en cuenta el consumidor indio a la hora de adquirir un producto. Este criterio es válido también en el sector de la automoción, en especial en el caso de los vehículos pequeños y medianos y en el sector de los componentes.

Los consumidores de vehículos pequeños y medianos suelen contar con presupuestos muy ajustados y sin embargo esperan adquirir por el precio un vehículo con el mayor número de prestaciones posibles, complementos, tecnologías incorporadas, e incluso con un diseño innovador.

Lo mismo ocurre en el caso de los vehículos medianos. El comprador no suele prestar tanta atención a los complementos, pero sí espera que el vehículo sea de mayor tamaño y confortable, pues en la mayoría de casos se trata de vehículos familiares.

En el sector de los componentes de automoción el precio es el criterio central sobre todo en el mercado de reposición, pues los talleres buscan obtener el mayor beneficio por el recambio de los componentes y para ello adquieren los productos más baratos que estén disponibles en el mercado.

En el mercado de componentes para equipamiento original se valora el precio, pero no es el criterio decisivo. Las empresas que fabrican automóviles manejan otros criterios como la seriedad y fiabilidad de los proveedores de componentes, que se adapten a los plazos de entrega y que cumplan unos mínimos de calidad.

ARANCELES DE IMPORTACIÓN E IMPUESTOS

Una de las principales barreras a la hora de importar productos de este sector a India se encuentra en el elevado coste de los aranceles de importación e impuestos, que pueden suponer más del 50% del coste final, lo cual dificulta enormemente la necesidad de adaptar el producto a los precios locales.

Se detallarán los aranceles e impuestos en el capítulo 6 del estudio sobre "Formación del precio".

MERCADO ALTAMENTE COMPETITIVO

El sector de la automoción en India es muy competitivo, con pocos fabricantes dominando la práctica totalidad de las ventas. Como líder indiscutible encontramos a Maruti Suzuki, seguido de Tata Motors, Hyundai Motor India o Ashok Leyland.

Además están presentes en India casi la totalidad de grandes fabricantes de automóviles internacionales, como ya se expuso en el apartado 2. Estas empresas se encuentran en India a través de subsidiarias propias o estableciendo joint-ventures con empresas locales.

En el caso de los componentes de automoción, la demanda se encuentra cubierta por la gran red de pequeñas y medianas empresas especializadas en los diversos productos requeridos tanto por los fabricantes de vehículos de motor, como por el mercado de reposición. La vía de acceso a este sector del mercado sería ofreciendo componentes a un precio razonable para el mercado local que sea de calidad superior o características particulares y poco comunes en el mercado.

OTROS

El mercado de automoción en India tiene muchos aspectos que mejorar. De manera general se pueden mencionar los siguientes retos que plantea el sector:

- Mejora de las infraestructuras y la red de carreteras.
- Ampliación de la capacidad productiva del sector.
- Acceso a tecnología y procedimientos de fabricación de primera categoría.
- Mantenimiento de precios competitivos.
- Disponibilidad de capital rentable para las inversiones.
- Reforma de la política comercial.



4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

4.1. Parque móvil indio

4.1.1. Automóviles

El parque automovilístico Indio cuenta con 40 millones de vehículos de pasajeros. Esa cifra constituye tan solo el 16% del total de vehículos de motor. El producto por excelencia es el ciclomotor, que tiene una cuota de mercado del 76% y el restante 8% está integrado por vehículos comerciales y tractores.

En India en el ejercicio 2010-2011 hubo una demanda de 2.520.421 vehículos de pasajeros, lo que supuso un aumento del 30% respecto del ejercicio anterior, y una subida del 120% comparado con las cifras de hace 5 años.

La producción nacional superó esas cifras de demanda, siendo en el ejercicio 2010-2011 de 2.987.296 vehículos de pasajeros y 416.870 vehículos comerciales. La producción aumentó un 27% con respecto al ejercicio anterior y un 128% respecto a la producción de hace 5 años.

El 15% de los 2.520.421 vehículos de pasajeros fabricados en India fueron destinados a la exportación (453.579 vehículos), tan sólo un 1,6% más que los que se exportaron el año anterior. Sin embargo, las exportaciones de vehículos producidos en India han aumentado casi un 160% en los últimos 5 años.

En cuanto a la venta de componentes de automoción, en el ejercicio 2010-2011 se alcanzó en India la cifra de 39.900 millones de USD, lo que supuso un aumento del 32,6% respecto al ejercicio anterior.

Cerca del 17% de los componentes de automoción producidos en India fueron exportados. Europa fue la principal destinataria (36%), seguida de Asia (28%), Norte América (23%), África (7%), Sudamérica (5%) y Australia (1%).

Del total de componentes de automoción adquiridos en India el 80% fue adquirido por OEM (fabricantes) y el 20% se vendió en el mercado de reposición.

4.1.2. Componentes de automoción

La demanda de componentes de automoción se puede clasificar en las siguientes categorías:

Demanda de componentes de automoción	
Piezas de motor	31%
Sistemas de transmisión y dirección	19%
Carrocería y chasis	12%
Suspensión y frenos	12%
Equipación	10%
Partes eléctricas	9%
Otros	7%

Fte. IVEX con datos Automotive Component Manufacturers Association of India (ACMA)

www.acmainfo.com

4.2. Análisis cualitativo del parque móvil indio

4.2.1. Automóviles

El parque móvil indio cuenta con un número muy elevado de vehículos antiguos, en malas condiciones y altamente contaminantes.

La demanda ha aumentado en los últimos años y el parque automovilístico ha crecido considerablemente, lo que supone la incorporación en los últimos años de muchos vehículos nuevos.

La mayor parte de estos vehículos nuevos son pequeños utilitarios de origen indio o asiático.

El gobierno ha promovido la producción nacional de vehículos, en especial la producción de vehículos pequeños de bajo coste, para promover el sector automovilístico y facilitar el acceso a la compra de vehículos a un gran porcentaje de la población que anteriormente no podía permitirse adquirir un vehículo particular.

Otro de los objetivos del gobierno, debido a la concienciación de la necesidad de proteger el medioambiente, es ir sustituyendo los vehículos más antiguos, que ponen en riesgo la circulación y contaminan. Sin embargo aún no se han tomado medidas para la sustitución, pues son muchas las personas que dependen de su vehículo como medio de subsistencia y no tienen recursos para sustituirlo por uno nuevo.

El porcentaje de vehículos familiares, y en especial el de los vehículos de lujo, si bien ha aumentado considerablemente, sigue siendo un porcentaje bajo dentro de la flota de vehículos del país.

4.2.2. Componentes de automoción

La evolución del sector de componentes de automoción ha sido similar. Solía ser un sector dominado por los productos de baja calidad, pero a partir de la liberalización del año 1991 el aumento de la competitividad concienció a los fabricantes de la importancia de ofrecer un producto de calidad.

La calidad ha aumentado considerablemente en estas dos décadas y gran parte de las empresas del sector se preocupan por adquirir las certificaciones ISO para demostrar la calidad de los productos que fabrican con un certificado internacional.

Otro factor que ha influenciado de manera definitiva ha sido la entrada en el país de numerosas empresas extranjeras, ya sea mediante joint-ventures, colaboraciones tecnológicas o subcontratación de empresas locales, que han traído al país toda la tecnología y su experiencia en la producción de componentes de calidad. Hay que señalar que el avance ha sido considerable y se siguen mejorando la calidad y prestaciones de los componentes, pero la mayoría de empresas locales siguen lejos de los estándares europeos.

En el sector de componentes de automoción en India el porcentaje de piezas defectuosas es más elevado y en consecuencia India sólo exporta los componentes y piezas en los que la calidad no es tan importante y los compradores eligen el producto en atención al precio. En precio los fabricantes indios pueden presentar un producto competitivo. La exportación de componentes está limitada a pequeñas piezas y accesorios.



4.3. Evaluación del volumen de demanda

4.3.1. Crecimiento esperado

India en tan sólo 20 años desde la liberalización económica del sector de la automoción se ha posicionado entre los países líderes en la escena internacional.

El país cuenta con un parque automovilístico de 40 millones de vehículos de pasajeros. Expertos del sector prevén que en el 2050 se situará como país con mayor número de vehículos del mundo, con una cifra que rondará los 611 millones de vehículos.

Esa cifra que puede parecer poco realista sí que podría llegar a alcanzarse, pues si bien India tiene una de las mayores flotas de automóviles del mundo, en proporción a la población del país el porcentaje de vehículos es muy bajo. Como ya se mencionó al principio del estudio, tan solo el 10% de hogares indios cuentan con al menos un vehículo en propiedad, frente al 80% de los hogares suizos.

Respecto a la producción local de automóviles India es el país que está experimentando un mayor crecimiento. En el año 2010 se situó como 7º productor mundial de Vehículos de Pasajeros y Vehículos Comerciales, con una cifra de 3,7 millones de unidades.

Las previsiones de SIAM (Society of Indian Automobile Manufacturers: www.siamindia.com) apuntan a que alcanzará la 6ª posición en el ejercicio 2010-2011, desbancando a Brasil.

A medio plazo, hacia el año 2015 estaría produciendo unos 5 millones de unidades, cerca de 9 millones por el año 2020, y se posicionaría como tercer mercado mundial de automóviles en torno al año 2030.

Para elaborar estas previsiones los expertos de SIAM han tenido en cuenta los siguientes aspectos:

- Variables macroeconómicas (PIB, producción industrial, inflación, tipos de interés, etc.).
- Variables del sector (Lanzamientos de nuevos modelos de vehículos, precios de los vehículos, competencia entre los diferentes segmentos, etc.).
- Barreras y facilidades (situación de las carreteras, facilidades financieras, etc.).

Respecto a los componentes de automoción ACMA (Automotive Component Manufacturers Association of India: <http://acmainfo.com>) ha publicado unas previsiones según las cuales el sector seguirá creciendo, si bien no al mismo ritmo al que lo ha hecho en los últimos 5 años (14,6%). Las previsiones de ACMA para los próximos 10 años apuntan a un crecimiento en torno al 11%, hasta alcanzar la cifra de ventas de 113.000 millones de USD en el ejercicio 2020-21.

4.3.2. Tendencias industriales, tecnológicas y medioambientales

La mayoría de automóviles que forman parte del parque móvil indio cuentan con una tecnología y accesorios más simples que los que suelen presentar los vehículos europeos. A título de ejemplo podemos mencionar que la mayoría carecen de limpiaparabrisas en el cristal trasero, suelen prescindir también de los sistemas de calefacción en las ventanas para eliminar el vaho, etc. Se eliminan aquellos elementos que no son esenciales y permiten abaratar el coste final del producto.

Sin embargo si que se comienza a tomar conciencia de la importancia de la seguridad y la protección del medio ambiente (al menos desde la administración) y comienzan a introducirse elementos relacionados con ello.

Como ejemplo podemos mencionar la creciente incorporación de sistemas de airbag, los elevavolantes eléctricos, los catalizadores, etc.

Los nuevos vehículos en India deben cumplir con la normativa Euro II, que se ha utilizado de modelo al actualizar la legislación nacional, incorporando en el ordenamiento indio toda una serie de nuevas normas relativas a la construcción, el equipamiento y el mantenimiento de los vehículos de motor en las que se ha tenido en cuenta la importancia de la seguridad y el medio ambiente, destacando la nueva normativa relativa a las emisiones.

En cuanto a las tendencias tecnológicas hay que señalar que el consumidor final demanda cada vez más productos innovadores. El consumidor indio suele tener más interés en los accesorios y la tecnología que incorpora un vehículo que en la calidad del mismo. Esto está dando lugar a cambios muy rápidos y a una adaptación del sector hacia los elementos tecnológicos que se ofertan a nivel internacional.

La entrada de tantas empresas internacionales, tanto en el sector de la automoción como de los componentes, ha influenciado de manera definitiva en el avance a nivel de tecnología, pues ha supuesto la entrada de nuevas técnicas, maquinarias de fabricación y la importación del know how por parte de empresas que llevan décadas de experiencia en el sector.

4.4. Situación y percepción del producto español y de la Comunidad Valenciana

El sector de la automoción en India está dominado por marcas asiáticas. Predomina en el mercado Maruti Suzuki y le siguen otras empresas como Tata Motors o Hyundai.

En cuanto a las marcas de vehículos de lujo las más conocidas y vendidas son Mercedes, BMW y Audi, y entre las clases más pudientes del país se admiran las marcas como Rolls Royce, Porsche, Bentley y Daimler Chrysler.

No hay marcas españolas conocidos en el sector de los automóviles.

En cuanto a la imagen del producto valenciano, no hay percepción del producto valenciano como tal en este sector. Esto no se debe entender como un dato negativo, simplemente se debe al hecho de que no hay marcas valencianas conocidas en la venta de automóviles ni de componentes de automoción.

Esta situación sólo se podría cambiar con la entrada en el país de empresas valencianas que se hicieran un sitio en este sector del mercado indio.

La ventaja que encontrarían las empresas valencianas o españolas es la percepción positiva hacia los productos europeos en general y la percepción positiva de España como país debido a los triunfos deportivos en diversas disciplinas (Fútbol, Fórmula 1, tenis, etc.) y al lanzamiento de una película de Bollywood rodada en España ("Zindagi na Milegi Dobara", traducida como "Sólo se vive una vez") que ha sido un gran éxito en taquilla y ha puesto a nuestro país en el punto de mira.

Encontramos en India algunas empresas españolas en el sector de los componentes de automoción:

FICOSA INTERNATIONAL S.A.
www.ficosa.com

Ficosa es un grupo multinacional dedicado a la investigación, desarrollo, producción y comercialización de sistemas y componentes para vehículos. Fundado en 1949, tiene su sede central en Barcelona y está presente a través de sus centros productivos, centros de ingeniería y oficinas comerciales en 19 países de Europa, Norte América, Sudamérica y Asia.

Ficosa es proveedor oficial y socio tecnológico de la mayoría de fabricantes de vehículos en todo el mundo.

Ficosa opera en India desde 1998, a través de una Joint-Venture con el grupo TATA. La compañía tiene tres centros productivos, dos en Pune - cerca de Mumbai - y otro en Pant Nagar - cerca de Nueva Delhi-, además de un centro de I+D en Pune.

Desde la primera planta creada en Pune (2002) y la planta de Pant Nagar (2007), el Grupo desarrolla, produce y comercializa toda su gama de productos para el mercado indio. La segunda planta creada en Pune (2004) está dedicada a la exportación. Entre otros proyectos, TATA Ficosa ha sido escogida para desarrollar y proveer los retrovisores (exteriores e interiores), la palanca de cambio de marchas, el sistema lava parabrisas y depósitos para el modelo TATA Nano.

Entres sus clientes en India se encuentran:

Brose

www.brose.com

Fiat

www.fiat-india.com

Ford

www.india.ford.com

General Motors

www.chevrolet.co.in, www.opel.co.in

Hindustan Motors

www.hindmotor.com

Honda

www.hondacarindia.com

John Deere

[www.deere.com/en IN](http://www.deere.com/en_IN)

Mahindra

www.mahindra.com

Mahindra Renault

www.renault.co.in

Tata

www.tatamotors.com

Toyota

www.toyotabharat.com

GESTAMP AUTOMOCIÓN

www.gestamp.com

Gestamp Automoción es un grupo internacional dedicado al diseño, desarrollo y fabricación de componentes y conjuntos metálicos para el automóvil.

En la actualidad Gestamp Automoción está presente en 21 países, cuenta con 70 centros productivos y 13 centros de I+D+i, y emplea a más de 18.000 trabajadores.

Entre los clientes de Gestamp Automoción se encuentran: Volkswagen, Renault-Nissan, Peugeot-Citröen, Daimler, GM, Ford, Chrysler, Audi, Bentley, BMW, Daewo, Fiat, Iveco, Jaguar, Land-Rover, Mazda, Mercedes-Benz, Porsche, Opel, Saab, Seat, Suzuki, Skoda, Volvo, Hyundai, Toyota.

Gestamp tiene un centro de diseño de componentes de automoción en Pune (GTO Design India Pvt. Ltd) y otros ocho centros productivos, de los cuales seis se encuentran en el estado de Maharastra. Funciona a través del sistema de joint-ventures, habiendo formado ya 7 joint-ventures con socios locales.

En India Gestamp abastece a Volkswagen (cuenta con una planta enteramente destinada a producir la carrocería de los modelos Polo y Fabia) y es proveedor de las filiales en India de Mercedes-Benz, Fiat, Suzuki, GM y Ford.

GRUPO ANTOLÍN IRAUSA, S.A.

www.grupoantolin.com

Grupo Antolin es un proveedor global de componentes de interior del automóvil que ofrece a sus clientes un Servicio Integral (concepción, diseño, desarrollo, fabricación y distribución) en techos, puertas y asientos.

Esta multinacional española opera en 23 países, con 88 plantas y 20 oficinas técnico-comerciales.

Grupo Antolín está establecido en India con plantas productivas en Chennai, Delhi y Pune, donde además cuenta con una oficina técnico-comercial

IDIADA

www.idiada.es

Applus + IDIADA es una empresa del sector de la automoción que está presente en 15 países. Está especializada en proveer apoyo a las grandes empresas de automóviles en las áreas de diseño, ingeniería, "testing" y homologación de cualquier tipo de vehículo o sistema.

IDIADA entró en el mercado indio en el año 1996 bajo el nombre de IDIADA AUTOMOTIVE TECHNOLOGY INDIA.

INDUSTRIAS DEL RECAMBIO, S.L. (IR)
www.irecambioindia.com

IR se estableció en India en el año 1996 como Industrias del Recambio India Pvt. Ltd. Está especializada en la fabricación de componentes de automoción para el mercado de sustitución, es decir, las piezas de recambio de automóviles destinadas a los talleres y particulares.

La planta en India está situada en Chennai.

MIJU, S.A.
www.miju.es

Miju es una empresa dedicada a la fabricación de caucho y plástico para automóvil e industria. Está especializada en la fabricación de piezas caucho, caucho-metal, caucho-tejido, caucho-plástico, termoplástico y plásticos por diferentes sistemas como son la compresión, transferencia, inyección e inyección con placas frías o calientes.

Miju destaca por haber llevado a cabo un proceso de implantación excepcionalmente rápido en el mercado indio, por cuya razón se va a explicar en este estudio.

La empresa se plantea la posibilidad de entrar en el mercado indio a principios del año 2004 y entra en contacto con este mercado por primera vez a través de la feria Auto Expo 2004 en Nueva Delhi. En marzo de ese mismo año llevan a cabo una evaluación para determinar si les favorece más una estrategia de implantación o de subcontratación, y tras decantarse por la primera opción compran terrenos, seleccionan personal adecuado y constituyen una sociedad filial en julio del 2004. En noviembre comienza la construcción de la fábrica.

En marzo de 2005 traen la maquinaria necesaria desde la empresa matriz y tan solo dos meses más tarde están suministrando material a sus clientes.

Tardaron tan sólo un año y cuatro meses desde que se plantearon la entrada en el mercado indio hasta que estaban efectivamente suministrando a sus clientes desde India como suministrador global.

RINDER INDUSTRIAL, S.A.

www.rinder.in

Rinder es una empresa líder mundial en diseño y fabricación de equipos de alumbrado para la industria de automoción. Proporciona un servicio completo que comienza con el diseño y desarrollo del producto y su posterior fabricación y logística.

Rinder es proveedor tanto para vehículos de 2 ruedas como de 4 ruedas. En el sector de los automóviles sus clientes son los siguientes:

- Irizar
- Iveco
- Ashok Leyland
- Leci Trailer
- Britax
- Italjet
- Jaguar
- John Deere
- Kinetic
- Kubota
- Massey Ferguson
- Mercedes-Benz
- Rover
- MG
- New Holland
- Nissan
- Peugeot
- Tata
- Case
- Volvo
- Bodex

Rinder India es una filial que pertenece enteramente al grupo Rinder Industrial. Se estableció en el año 1997 y cuenta ya con tres plantas productivas, dos en Pune y una en Bahadurgarh, a 30 km de Delhi.

Los clientes a los que provee Rinder India son:

- Bajaj Auto Ltd.
- Bajaj-KTM
- TVS Motors Ltd
- Tata Motors
- Maruti Udyog
- Swaraj Mazda
- Yamaha India
- Piaggio India
- Ashok Leyland
- Nissan
- Ashok Leyland
- MAN Force Motors
- Kamaz Vectra
- Ford India
- VST Tractors & Trillers
- JCB India etc.

Rinder exporta productos fabricados en India a Yamaha, Kawasaki, Piaggio Italy y Rinder Industrial.

WALTER PACK, S.A.

www.walterpack.com

El grupo Walter Pack está conformado por cuatro empresas que trabajan de manera conjunta para el sector de la automoción y la industria en general.

Fabrican accesorios de automoción como moldes o utillajes, y desarrollan proyectos de decoración de piezas plásticas para los automóviles.

En India tienen una filial registrada como Walter Pack Automotive Products India Pvt. Ltd. que tiene su base de operaciones en Pune, en el estado de Maharastra.

5. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

5.1. Canales de distribución

La cadena de producción y distribución de **automóviles** en India es bastante similar a la de los países que cuentan con una trayectoria larga en el sector y que tienen una industria asentada y lucrativa.

Los actores que configuran la cadena desde el inicio de la producción hasta que el producto se coloca en manos del comprador final son los siguientes:

OEM (Original Equipment Manufacturers)

Son los fabricantes de equipamiento original, es decir, las grandes empresas fabricantes de automóviles que comercializan bajo una marca conocida (Audi, BMW, Maruti Suzuki, etc.). Estas empresas en la actualidad prácticamente no producen componentes o partes de automóvil. Realizan estudios de mercado para conocer las necesidades y preferencias de los consumidores potenciales y diseñan vehículos acordes a esa demanda. La mayoría de componentes y partes las encargan a otras empresas y se centran en el ensamblaje y acabado de los vehículos, y en la comercialización bajo su marca.

Se hace referencia a los OEM en primer lugar por ser los actores más destacados en el sector automovilístico, además de ser la cara visible de esta industria. A continuación se enumeran los demás elementos de la cadena comenzando por el inicio de la producción:

“TIER 3” O SUBPROVEEDORES

Son las empresas que no tienen una función relacionada con la producción de automóviles como tal, pero proveen los materiales necesarios para la fabricación (acero, aluminio, plástico, etc.), y las empresas que producen pequeños componentes y piezas poco sofisticadas y que no requieren gran tecnología. Venden las piezas a los “TIER 2”. Hay un gran número de empresas que se dedican a proveer este tipo de piezas y suelen estar especializadas en determinados componentes.

“TIER 2” O PROVEEDORES DE SEGUNDO GRADO

Son empresas con una gran capacidad de ingeniería y recursos tecnológicos que elaboran componentes de automóvil, normalmente a petición y siguiendo el diseño indicado por los TIER 1. En esta fase utilizan los productos adquiridos por los TIER 3 para integrarlos en sus componentes, más elaborados y complejos.

“TIER 1” O PROVEEDORES DE PRIMER NIVEL

Número reducido de empresas que se encargan de la producción de las partes y componentes de los automóviles. Son empresas que disponen de las últimas tecnologías y proveen a los OEM de las partes principales del vehículo (motor, suspensión, sistema de frenado, etc.).

Los TIER 1 proporcionan a los OEM aproximadamente el 80% de los componentes de los automóviles. Incluso realizan investigaciones y mejoran los diseños para aumentar las prestaciones de los componentes y responder a las exigencias de los OEM.

Estos son los actores principales de la industria automovilística en India. Junto a ellos hay pequeñas empresas que fabrican accesorios, que se venden tanto a los OEM como a los propietarios de los vehículos. Son productos como GPS, limpiaparabrisas, equipos de música, alfombrillas, fundas para los asientos, productos de limpieza especializados, etc.

También hay empresas que ofrecen todo tipo de servicios que requiere la industria automovilística. Como ejemplo podemos mencionar los servicios de "testing" o prueba de los automóviles, servicios de financiación para los compradores, servicios de mantenimiento y reparación de los vehículos, etc.

India se caracteriza por tener infinidad de pequeñas empresas dedicadas a la fabricación de accesorios y servicios para los automóviles.

En cuanto a la situación geográfica, la mayoría de estas empresas que forman la cadena de producción de automóviles tienen una distribución geográfica que coincide en gran medida con la de los OEM, que se expuso en el apartado 2.1. de este estudio (2.1. Tamaño y características del mercado: Principales zonas productoras). Las empresas que dependen de los OEM se han ido emplazando a los alrededores de las zonas industriales en las que están concentradas las fábricas del sector, por razones de economía en el transporte, facilidad de entrega, mayor disponibilidad para entregar en los plazos acordados.

DEALERS

Los dealers conforman el último eslabón de la estructura del sector de la automoción. Su función consiste en comercializar el producto final que les entregan los OEM. Para ello los OEM se hacen con una red de vendedores o concesionarios autorizados en cada zona en la que deseen vender, que son los que colocan los vehículos acabados en manos de los compradores.

En el caso de los **componentes de automoción**, los productos se destinan a dos tipos mercados distintos, que incluso difieren en los canales de distribución:

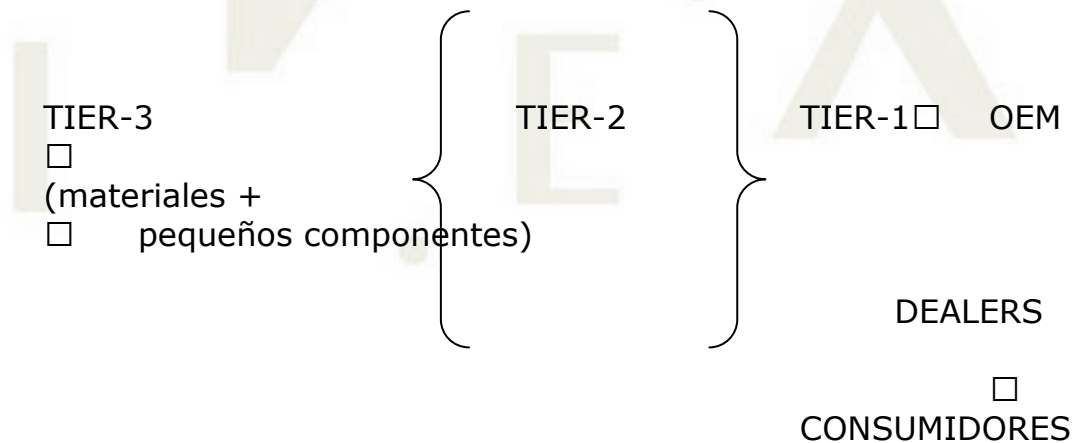
-Los componentes se destinan por un lado al mercado de equipamiento original, es decir, a los OEM. Es un mercado que interesa a los fabricantes de componentes ya que supone un volumen de ventas elevado de sus productos. Pero también se trata de un cliente más exigente, ya que las OEM demandan componentes de calidad, tienen plazos de entrega que deben respetarse y además al comprar en grandes cantidades ofrecen menor margen de beneficios a los productores de los componentes.

-Por otra parte está el mercado de reposición que tiene la siguiente estructura:

- Fabricantes de componentes:
 - Sector organizado: Destinan su producto tanto al mercado de equipamiento original como al de reposición.
 - Sector no organizado: Está compuesto por un gran número de pequeñas fábricas que producen productos de baja calidad destinado en exclusiva al mercado de reposición. También se incluye en este sector la fabricación de falsificaciones de componentes de marcas conocidas.

- Distribuidores y dealers:
 - Distribuidores: Venden al por mayor. Compran a los fabricantes y distribuyen el producto entre minoristas, talleres, etc. También hay grandes distribuidores que se han especializado en surtir a los fabricantes de vehículos, de manera que éstos pueden adquirir todas las piezas de un solo distribuidor, evitando tener que tratar con una diversidad de fábricas, especializadas cada una en componentes determinados. Los fabricantes de automóvil pagan al intermediario, pero se ahorran las molestias y el tiempo de tener que tratar con todos los pequeños fabricantes de componentes.
 - Dealers: Compran a los distribuidores o directamente a las fábricas y venden el producto al consumidor final. Es un ejemplo claro del mercado de reposición de componentes.

5.2. Esquema de la distribución



5.3. Principales distribuidores

5.3.1. Distribuidores de automóviles

AUDI INDIA

Tel.: 1-800-103-6700, 1-800-209-6700

Dirección: B1/H1, M.C.I.E., Mathura Road, New Delhi-110044, India.

Página web: www.audi.in

BENTLEY NEW DELHI

Tel.: +91-11-2412 1717

Dirección: Hotel Samrat, Lower Ground floor, Kautilya Marg, Chanakyapuri, New Delhi-110021, India.

Página web: www.newdelhi.bentleymotors.com

BMW INDIA

Tel.: +91-11-39885577

Dirección: 1 Ambience Mall, Ambience Island, NH-8 Gurgaon-122002, Haryana, India.

Página web: www.bmw.in

CHEVROLET

Tel.: +91-2676-221000

Dirección: Chevrolet Sales India Pvt Ltd., Block B, Chandrapura Industrial Estate, Halol-389351, District Panchmahals, Gujarat, India.

Página web: www.chevrolet.co.in

CHINKARA MOTORS PVT. LTD.

Tel.: +91-2141248703

Dirección: 1002 Sterling Apartments, Chembur, Mumbai-400088, India.

Página web: www.chinkara.co.in

FERRARI

Tel.: +91-22-67450000

Dirección: Poonam Chambers 401C, Worli-400018, INDIA

Página web: www.ferrari.com

FIAT INDIA

Tel.: +91-02138-672700/ 232144/ 5/ 6/ 7

Dirección: B-19, Ranjangaon MIDC Industrial Area, Ranjangaon-412210, Taluka-Shirur, Dist.-Pune, India.

Página web: www.fiat-india.com

FORD INDIA

Tel.: +91-44-67403333

Dirección: Ford India P Ltd, S.P. Koil Post, Chengalpattu-603204, India.

Página web: www.india.ford.com

HINDUSTAN

Tel.: +91-11-42092100

Dirección: Birla Tower, 8th Floor, 25 Barakhamba Road, New Delhi-110001, India.

Página web: www.hindmotor.com

HONDA INDIA

Tel.: +91-0120-2341313/ 1321/ 1327/ 1801/ 1806

Dirección: Honda Siel Cars India Ltd., Plot No. A-1, Sector 40/ 41, Surajpur-Kasna Road, Greater Noida Industrial Development Area Distt. Gautam Budh Nagar, U.P.-201306, India.

Página web: www.hondacarindia.com

HYUNDAI MOTOR INDIA LIMITED

Tel.: 1800-11-4645/ +91-098-73564645

Dirección: Irrugattukottai, NH No. 4, Sriperumbudur Taluk, Kanchipuram District, Tamil Nadu-602105, India.

Página web: www.hyundai.com/in

JAGUAR (Jaguar-Land Rover India)

Tel.: +91-9560755000

Dirección: 22 A, Janpath, New Delhi-110001, India.

Página web: www.jaguar.in

LAMBORGHINI

Tel.: +91-9810442222

Dirección: The Ashok Hotel, 50-b Chanakyapuri, Chanakyapuri, Chanakyapuri

New Delhi, Delhi-110021, India.

Página web: www.lamborghini.com

LAND ROVER (Jaguar-Land Rover India)
Tel.: +91-9560755000
Dirección: 22 A, Janpath, New Delhi-110001, India.
Página web: www.landrover.in

MAHINDRA & MAHINDRA
Tel.: 1800-22-6006/ +91-22-28468525
Dirección: Mahindra Towers, Third Floor, Akruhi Road, Kandivali (East),
Mumbai-400101, Maharashtra, India.
Página web: www.mahindra.com

MARUTI SUZUKI INDIA LIMITED
Tel.: +91-11-46781000
Dirección: Nelson Mandela Road, Vasant Kunj, New Delhi-110070, India.
Página web: www.marutisuzuki.com

MERCEDES BENZ INDIA PRIVATE LIMITED
Tel.: +91-2135-673000/ 395000
Dirección: E-3, MIDC, Chakan. Phase-III, Chakan Industrial Area, Kuruli & Nighoje, Tal: Khed. Pune- 410501, India.
Página web: www.mercedes-benz.co.in

MITSUBISHI
Tel.: +91-11-41021234
Dirección: 3 B, 3rd Floor, Lotus Towers, Community Centre, New Friends Colony, New Delh -110025, India.
Página web: www.mitsubishi-motors.co.in

NISSAN
Tel.: 1-800-209-4080/ +91-020-66806100
Dirección: Nissan Motors India Pvt. Ltd., ASV Ramana Towers 37&38, Venkatnarayana Rd, T.Nagar-600017, India.
Página web: www.nissan.in

PORSCHE
Tel.: +91-22-66233911
Dirección: 13, N.S. Patkar Marg, Mumbai-400007, India.
Página web: www.porsche.com/middle-east/mumbai

PREMIER

Tel.: +91-22-61179000

Dirección: 58, Nariman Bhavan, Nariman Point, Mumbai-400021, India.

Página web: <http://premier.co.in/>

RENAULT

Tel.: +91-044-30253420, +91-9042880000

Dirección: 623, Model High School Road, Anna Salai, Chennai-600006, India.

Página web: www.renault.co.in

ROLLS ROYCE

Dirección: Rolls-Royce Motor Cars New Delhi, Shangri La Hotel
19 Ashoka Road, New Delhi-110001, India.

Página web: www.rolls-roycemotorcars.com

SAN MOTORS LIMITED

Tel.: +91-22-22618293/94

Dirección: 5th floor, Sadhana Rayon House, Dr. D. N. Road, Fort, Mumbai-400 001, India.

Página web: www.sanmotors.com

SKODA

Tel.: +91-240-6631111/ 222/ 333

Dirección: A-1/1, M.I.D.C, Five Star Industrial Area, Shendra Aurangabad-431 201, India.

Página web: www.skoda-auto.co.in

TATA MOTORS

Tel.: +91-22-66658282

Dirección: Bombay House, 24, Homi Mody Street, Fort, Mumbai-400001, India.

Página web: www.tatamotors.com

TOYOTA

Tel.: 1800-4250001/ +91-080-66293001

Dirección: Plot No. F-7, Blockb-1, Mohan Cooperative Industrial Estate,

Mathura Road, New Delhi-110044, India.

Página web: www.toyotabharat.com

VOLKSWAGEN

Tel.: +91-11-42077777

Dirección: N-12, South Extension Part-1, South Delhi, New Delhi-110049, India.

Página web: www.volkswagen.co.in**VOLVO AUTO INDIA PVT. LTD.**

Tel.: +91-124-6743100

Dirección: Tower A, Ground Floor, Unitech Cyber Park, Greenwood City, Sector-39, Gurgaon, Haryana-122001, India.

Página web: www.volvocars.com/in**5.3.2. Distribuidores de componentes****ALVA AUTO SPARES PVT. LTD.**

Tel.: +91-124-4209750

Dirección: 4, Chander Nagar, Gurgaon-122022- India.

AUTO KING

Tel.: +91-11-28758837

Dirección: 52, Hardhyan Singh Road, Naiwala, Karol Bagh, Delhi-110005- India.

AUTO PLAZA

Tel.: +91-20-24367840

Dirección: 29/13, Classic Garden Co-operative Housing Society, Chaitanya Nagar, Dhanakawadi, PMC-411043- India.

AUTO SPARES

Tel.: +91-22-23611714

Dirección: Purushottam Building, Ground Floor, Opera House, Mumbai-400004- India.

BALAJI AUTOS

Tel.: +91-80-22220423

Dirección: 59/2, Lalbagh Main Road, Bangalore-560004- India.

JB AUTO

Tel.: +91-33-22263684

Dirección: 108/2, S N Banerjee Road, Esplanade, Kolkata-700004- India.

SAINI AUTO PARTS

Tel.: +91-120-2531089

Dirección: E-44, Sector 9, Noida-201301- India.

SOUTHERN AUTO LTD.

Tel.: +91-44-243335812

Dirección: New-660, Old-481, Mount Road, Nandanam, Chennai-600033- India.

UDHAYAM AUTO

Tel.: +91-44-26714139

Dirección: 145/2, Sathya Vinagar Kovil Street, Kolathur, Chennai-600002- India.

5.4. Actitudes y motivaciones de los diferentes canales

El mercado indio de automoción tiene un gran número de fabricantes de automóviles, tal vez demasiados teniendo en cuenta la demanda. Son muy pocas las que han conseguido un volumen elevado de ventas (es por ejemplo el caso de Maruti Suzuki que el ejercicio pasado alcanzó cerca del 50% de las ventas de vehículos de pasajeros).

Por lo tanto es un mercado que difícilmente tiene lugar para nuevas empresas fabricantes de vehículos pequeños o medianos, pues la oferta es inmensa y a un coste muy bajo.

Sin embargo es un país en el que sí que hay demanda de vehículos de lujo por parte de una minoría de la población que tiene un gran poder adquisitivo. Hay lugar para las marcas de vehículos de lujo con renombre a nivel internacional, que cada vez son más demandados. Además los compradores exigen cada vez más variedad tanto en marcas como en modelos de esta categoría de automóviles.

Ejemplo de ello es la inauguración de la primera planta de ensamblaje de Jaguar, Land Rover en India que tuvo lugar en junio de este año en la ciudad de Pune; o la apertura del primer concesionario Ferrari, que se inauguró en Delhi en mayo también de este año 2011.

En octubre de 2011 se celebrará por primera vez en Delhi el gran premio de fórmula uno, que se espera que corone la trayectoria imparable de crecimiento en las ventas de esta categoría de automóviles de los 3 últimos años.

Las marcas que más ventas han obtenido han sido BMW, Mercedes y Audi, pues llevan más de 10 años vendiendo en India. Las cifras son espectaculares y se espera que mejoren aún más en los próximos años.

A lo largo del 2010 Mercedes aumentó sus ventas en el mercado Indio en un 80%, mientras que Audi y BMW consiguieron doblar las ventas del año anterior.

Otras empresas como Porsche o los vehículos de alta gama de Toyota y Skoda también obtuvieron muy buenos resultados.

En cuanto a los componentes de automoción, la calidad ha ido mejorando bastante a lo largo de los últimos años, a exigencia de los numerosos fabricantes extranjeros que han ido trasladando a India sus centros de producción de vehículos.

Aún así, hay bastante que mejorar y reflejo de ello es que está aumentando la exportación de pequeños accesorios y componentes producidos por India a terceros países, en los que no se da tanta importancia a la calidad y el precio suele ser el criterio definitivo del consumidor para elegir el producto. Sin embargo no hay exportación de los grandes componentes a otros países productores de automóviles. Los fabricantes de vehículos internacionales tienen la opinión generalizada de que en India se producen componentes de baja calidad, con tecnología desfasada y con un porcentaje bastante elevado de componentes defectuosos.

Como explicaremos en el apartado siguiente el mercado indio de la automoción tendría lugar para empresas españolas de componentes de automoción que puedan ofrecer componentes de calidad, que sean innovadores y que presenten características extraordinarias y poco frecuentes entre los componentes producidos por las empresas del sector instaladas en India.

5.5. Estrategia de canal

Las empresas extranjeras de automóviles entran al mercado indio siguiendo una de las tres siguientes fórmulas:

- Joint-venture: En este sector en concreto suele consistir en un acuerdo de colaboración entre la empresa extranjera y una empresa local, por el que el socio local aporta su conocimiento del mercado indio y su red de contactos y la empresa extranjera aporta el capital y el producto (los vehículos de una determinada marca conocida internacionalmente).
- Acuerdo de colaboración tecnológica: Acuerdo de colaboración entre dos empresas, en el que la empresa extranjera, dada la dificultad para entrar en el mercado indio, cede sus conocimientos tecnológicos a una empresa local a cambio de una retribución económica.
- Subsidiaria de la empresa matriz: La empresa extranjera establece una filial en India para poder acceder al mercado de forma independiente, ya sea para la venta de vehículos, como para la fabricación y venta de los mismos.

La oportunidad de negocio en el sector de automoción en India se podría encontrar en la venta de automóviles de lujo. Para ello habría que comenzar con una fuerte campaña publicitaria que diera a conocer el producto en el mercado. En el segmento de los vehículos de lujo la publicidad es un aspecto muy importante, pues los consumidores además de un buen vehículo buscan el plus de estatus que otorga tal clase de vehículos, y por tanto valoran que sea una marca conocida.

La publicidad debe ir destinada al tipo de consumidor que puede adquirir tales vehículos. Se recomiendan canales de publicidad especializados y destinados al cliente potencial, como son las revistas y páginas web de automóviles, eventos y exposiciones en lugares selectos, etc. En India no se suele recomendar la publicidad en periódicos nacionales y emisoras de televisión, ya que es extremadamente cara en comparación a otros países, y no alcanza al cliente concreto que se busca. Sin embargo en el caso de los vehículos sí podría recomendarse, pues se trata de darle notoriedad a la marca y conocimiento por parte de la generalidad de las personas, requisito valorado por el cliente que suele comprar esta clase de automóviles.

Para la entrada en el mercado se recomienda la venta a petición de los clientes, o mediante una pequeña selección del producto en India que se vaya reponiendo a medida que se venden los vehículos. Tan solo tras probar el funcionamiento del producto en el mercado indio y comprobar que gusta y obtiene resultados satisfactorios, debería plantearse la empresa ir un paso más allá y comenzar el ensamblamiento y acabado de los vehículos o incluso la fabricación integral en India.

Tal estrategia es la que han seguido empresas que tienen actualmente grandes ventas en el mercado indio, como es el caso de BMW, que tras una década en el país tiene ya centros de ensamblaje y fabricación de vehículos. Sin embargo, incluso una empresa tan exitosa en India como es BMW, se limita a producir los vehículos más vendidos en India; y los modelos lujosos con poca demanda (por ejemplo BMW X5 o X6) los trae íntegramente de Alemania, pues la baja demanda hace que no compense producirlos en India.

De ahí que se haga hincapié en la prudencia y en la entrada gradual al mercado. Es muy importante un estudio profundo de las posibilidades de un producto concreto en el mercado indio, y que tras determinar la posibilidad de éxito se elabore una estrategia a seguir.

En el caso de los vehículos pequeños o medianos no se puede recomendar con mucho convencimiento de las posibilidades de éxito, pues como ya se ha indicado es un segmento del mercado saturado, con una gran oferta y pocas empresas que obtengan grandes ganancias. En cualquier caso, tampoco se descarta rotundamente el sector, pues incluso en los segmentos más saturados a veces se encuentran fórmulas exitosas. Podría ser el caso de una joint-venture con una empresa local que ya fabrique, para la producción de un modelo concreto que presenta características totalmente innovadoras y atractivas para el consumidor indio de recursos económicos limitados. En este caso el criterio fundamental sería el precio, por lo que habría que ofrecer tal producto a un precio bajo y competitivo en el mercado.

En cuanto a los componentes de automoción parece más factible la entrada en el mercado. La dificultad se encontraría en los contactos con las empresas que compran componentes, pero es un aspecto que puede solucionarse fácilmente con una joint-venture con una empresa local, o incluso con un agente o representante en India que conozca el sector en profundidad y las empresas.

En este sector la empresa valenciana se encontraría con la ventaja de ser una marca europea. Hay que indicar que en India hay una percepción muy positiva de los productos europeos en general, y en caso de elegir entre dos productos de características y precio similar, el consumidor indio se decantará por el producto europeo. Para ellos lo europeo es sinónimo de calidad y diseño. Y aunque no siempre sea un producto de calidad, tiene el atractivo de lo extranjero, algo que no se puede permitir la mayoría de la población.

Es importante recalcar que en el caso de los componentes de automoción habría que presentar un producto innovador y de calidad, pues el cliente que se busca es el fabricante de automóviles, o en menor medida el mercado de reposición, y en ambos casos se trata de clientes conocedores del producto, exigentes y que sólo lo adquirirán si presenta esas características que lo hacen destacar.

6. FORMACIÓN DEL PRECIO

6.1. Gravámenes a la importación

Los aranceles de importación son muy elevados en India, pues existe un gran proteccionismo de la industria automovilística nacional. Es por ello que la mayoría de empresas optan por establecer sus fábricas o al menos centros de ensamblaje en territorio Indio para evitar esos costes y poder ofrecer un producto más competitivo en el mercado.

Los aranceles aplicables en el ejercicio 2011-2012 son los siguientes:

Código Arancelario	Descripción	Arancel aplicable
8703	Automóviles de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para transporte de personas, incluidos los del tipo familiar y los de carreras	100%
8704	Vehículos automóviles para transporte de mercancías	100%
8706	Chasis de vehículos automóviles de las partidas 8701 a 8705, equipados con su motor	10%
8707	Carrocerías de vehículos automóviles de las partidas 8701 a 8705, incluidas las cabinas	10%
8708	Partes y accesorios de vehículos automóviles de las partidas 8701 a 8705	10%

Fuente: Central Board of Excise and Customs, India

www.cbec.gov.in

Los vehículos de la partida 8703 tienen una variación en el arancel en los supuestos siguientes:

Basic Custom Duty 8703	
Vehículos totalmente desmontados (se conocen como CKD: Completely Knocked Down)	10%
Kit CKD que venga con el motor, la caja de cambios y el sistema de transmisión ya montados	30%
Vehículos nuevos en cualquier otra forma	60%

Los vehículos importados a India no están gravados con el "Excise Duty" (impuesto sobre el consumo) que se aplica en la venta de los vehículos y es una cuota fija de 15.000 Rupias.

Hay otros impuestos aplicables a la importación de vehículos y componentes de automoción, pero varían según el puerto de entrada al país y el estado en el que se vaya a comercializar el producto. A modo de ejemplo se puede mencionar el "National Calamity Duty" (1%) o el Counter Vailing Duty (22%). Sin embargo para alcanzar una cifra exacta es necesario analizar las importaciones caso por caso.

6.2. Medios de transporte y coste

El medio de transporte más habitual para traer a India los vehículos importados es el barco. La entrada al país se hace por los puertos de Mumbai, Chennai y Calcuta.

El incoterm más habitual en este tipo de transacción es el CIF.

El coste del transporte varía según el modelo de vehículo. Se suelen enviar contenedores de 3 o 4 vehículos dependiendo del fabricante y el modelo que se quiere vender.

En el caso de vehículos enviados desde el Puerto de Valencia al puerto Nhava Sheva (Mumbai) los costes son los siguientes:

Puerto de Embarque	Puerto de Descarga	Condiciones de muelle		Contenedor 1 TEU (39 m3)	Contenedor 2 TEU (77 m3)
		Carga	Descarga		
Valencia (ES)	Nhava Sheva (IN)	GI	GO	1.492 USD	1500 UDS
Valencia (ES)	Nhava Sheva (IN)	FI	GO	1.201 USD	1190 USD

FI: Gastos de carga y tarifas portuarias (puerto de origen) NO incluidos.

GI: Gastos de carga y tarifas portuarias (puerto de origen) incluidos.

GO: Gastos de carga y tarifas portuarias (puerto de destino) incluidas.

Los precios que se indican corresponden al transporte de dos vehículos en el caso de un contenedor de 1 TEU, y cuatro vehículos en un contenedor de 2 TEU.

6.3. Niveles de precios de mercado

En este apartado se pretende informar de las cifras que se manejan en el sector de los automóviles en India. Para ello se enumerarán algunos vehículos de cada categoría y se indicarán los precios medios que se ofertan. Es importante señalar que son muchos los factores que influyen en el precio final de venta de un vehículo y que por tanto las cifras indicadas son meramente orientativas.

Vehículos Pequeños	
Fiat 500	1,8 millones de INR (Aprox. 26.000 euros)
Hyundai Santro XING Erlx	327 a 452 mil INR (4.720 a 6.522 euros)
Maruti Suzuki ALTO	274 a 450 mil INR (3.957 a 6.498 euros)
Maruti Zen Estilo	374 a 473 mil INR (5.400 a 6.830 euros)
Tata Nano	166 a 229 mil INR (2.397 a 3.307 euros)

Vehículos Medianos	
Fiat Linea	723 a 974 mil INR (10.440 a 14.065 euros)
Ford Fiesta	633 a 922 mil INR (9.140 a 13.314 euros)
GM Aveo	677 a 800 mil INR (9.776 a 11.552 euros)
Honda City	855 mil a 1,065 millones INR (12.346 a 15.379 euros)
Hyunday Accent	575 a 616 mil INR(8.303 a 8.895 euros)
Mahindra Verito	558 a 759 mil INR (8.057 a 10.960 euros)
Maruti Suzuki Swift Dzire	559 a 800 mil INR (8.072 a 11.552 euros)
Volkswagen Vento	803 mil a 1,038 millones INR (11.595 a 14.989 euros)

Vehículos Compactos	
Fiat Grande Punto	486 a 764 mil INR (7.089 a 11.032 euros)
Ford Figo	408 a 618 mil INR (5.891 a 8.924 euros)
Honda Jazz	815 a 863 mil INR (11.769 a 12.462 euros)
Maruti Suzuki Swift	481 a 623 mil INR (6.945 a 8.996 euros)
Nissan Micra	484 a 715 mil INR (6.989 a 10.324 euros)
Skoda Fabia	513 a 778 mil INR (7.407 a 11.234 euros)
Volkswagen Polo	516 a 794 mil INR (7.451 a 11.465 euros)

Sedanes	
Audi A4	3,481 a 5,197 millones INR (50.267 a 75.047 euros)
BMW 3 Series	2,9 a 4,1 millones de INR (41.877 a 52.906 euros)
BMW GT	8,3 millones de INR (119.856 euros)
Honda Accord	2,332 a 3,028 millones de INR (33.675 a 43.725 euros)
Hyundai Sonata Transform	1,697 a 1,982 millones de INR (24.505 a 28.621 euros)
Mercedes-Benz C-Class	Desde 3,485 millones de INR (50.325 euros)
Skoda Laura	1,451 a 2,109 millones de INR (20.953 a 30.455 euros)
Toyota Corrolla Altis	1,232 a 1,694 millones de INR (17.790 a 24.462 euros)
Volkswagen Passat	2,423 a 2,984 millones de INR (34.989 a 43.090 euros)

Vehículos Deportivos	
Audi R8	14,555 millones INR (210.181 euros)
BMW Z4	7,939 millones INR (114.643 euros)
Mercedes-Benz SLK-200K	6,512 millones INR (94.036 euros)
Nissan 370Z	7,155 millones INR (103.321 euros)

Vehículos Deportivos Utilitarios	
Audi Q7	7,096 a 8,5 millones de INR (102.469 a 122.744 euros)
BMW X6	8,839 a 10,966 millones de INR ()
Mitsubishi Pajero	2,4 millones de INR (34.657 euros)
Hyundai Santa Fe	2,6 a 2,9 millones de INR (37.545 a 41.877 euros)
Mahindra Scorpio	869 mil a 1,275 millones de INR (12.548 a 18.411 euros)
Mercedes-Benz GL-Class	A partir de 9,593 millones de INR (138.527 euros)
Toyota Land Cruiser Prado	6,703 millones de INR (96.794 euros)

Vehículos Ecológicos	
Mahindra Reva	370 a 469 mil INR (5.342 a 6.772 euros)
Toyota Prius	3,583 millones de INR (51.740 euros)

El valor en Euros se indica según el cambio Rupias Indias/ Euros a fecha de 18/11/2011 (1EUR=69,2496 INR).

6.4. Medios de pago, usos y costumbres

El medio de pago por excelencia en el mercado indio de automoción es el préstamo bancario.

Hay numerosas entidades bancarias que ofrecen los préstamos y las condiciones varían significativamente de una a otra.

El cliente debe solicitar una propuesta de las condiciones del crédito a varias entidades tras haber elegido y negociado el vehículo que va a adquirir. Tras determinar la que le resulta más conveniente debe entregar al agente de la entidad de crédito los siguientes documentos:

- Documento de identidad
- Prueba de sus ingresos
- Prueba de su domicilio

La entidad crediticia puede exigir otros documentos, que varían de una a otra:

- Declaración de la renta
- Nómina
- Extractos bancarios
- Pasaporte
- Permiso de conducir

Tras la entrega de los documentos es habitual que un representante de la entidad crediticia ("field investigator") se persone en el domicilio del solicitante para comprobar los hechos declarados, como el lugar de domicilio, la estabilidad en el puesto de trabajo y que clarifique cualquier duda que se le hubiera planteado.

La razón de que se lleve a cabo una visita domiciliaria es que en India no se cuenta con unos registros tan completos y fiables como en España y es relativamente fácil obtener documentos y pruebas falsas.

Si la entidad crediticia queda conforme con la investigación aprueba el préstamo y entrega el crédito mediante un cheque o letra de cambio.

Los créditos bancarios en India se conceden por períodos que oscilan entre los 3 y los 5 años.

Habitualmente los créditos en India eran a un interés fijo. Sin embargo en septiembre de 2007 se introdujeron los intereses variables, por lo que actualmente se puede optar por cualquiera de las dos opciones.

En resumen, los pasos para obtener una hipoteca son los siguientes:

- Solicitud a la entidad crediticia
- Documentación
- Visita a domicilio del representante de la entidad crediticia
- Aprobación/ denegación del préstamo

6.5. Tramitación de las importaciones y documentación necesaria

La política de importación de vehículos a India es muy estricta. Además de fijar unos aranceles de importación altísimos se establece que los vehículos antes de la importación no pueden haber sido fabricados o ensamblados en India, ni haber sido vendidos, sujetos a leasing o hipotecados. Tampoco se pueden haber registrado para ningún uso. Aunque en la mayoría de casos se trata de vehículos nuevos, se hará mención a los supuestos de importación de vehículos de segunda mano, de los que también hay una gran demanda.

VEHÍCULOS NUEVOS

Se consideran vehículos nuevos aquellos que:

- No se hayan producido ni ensamblado en India
- No se hayan vendido, hipotecado o sometido a leasing.
- No se hayan registrado para ningún uso en ningún país con anterioridad a su importación a India.

Los vehículos nuevos deben cumplir los siguientes requisitos:

- Llevar un indicador de velocidad en Km/ h.
- El volante y los mandos deben ir a la derecha.
- La fotometría de los faros debe estar dispuesta para conducir por el carril izquierdo.
- El vehículo debe importarse desde el país de fabricación.

El vehículo nuevo a importar debe respetar las previsiones de la Ley de Vehículos de Motor de 1988 ("Motor Vehicles Act") y los reglamentos de desarrollo.

Los vehículos importados sólo pueden introducirse en el país por los puertos de Mumbai (Nhava Sheva), Calcuta y Chennai.

VEHÍCULOS DE SEGUNDA MANO

En cuanto a la importación de vehículos de segunda mano, se consideran que lo son:

- Aquellos que se han vendido, hipotecado o sometido a leasing.
- Los que se han registrado para cualquier uso en cualquier país con anterioridad a la importación.

La importación de vehículos de segunda mano debe cumplir con los siguientes requisitos:

- El vehículo no puede tener más de tres años (desde la fecha de fabricación).

-Además el vehículo:

- Debe llevar el volante y los mandos a la derecha.
- Tener un indicador de velocidad en Km/ h.
- La fotometría de los faros debe estar dispuesta para conducir por el carril izquierdo.

Al igual que en el caso de los vehículos nuevos, los de segunda mano también deben cumplir las disposiciones de la Ley sobre Vehículos de Motor de 1988 y los Reglamentos de desarrollo.

Los vehículos de segunda mano pueden entrar en India únicamente por el puerto de Mumbai.

El vehículo de segunda mano será sometido a las pruebas pertinentes para probar que cumplen con las regulaciones de la Ley de Vehículos de Motor. Las pruebas serán realizadas por los organismos designados por el Ministerio de Defensa.

Las normas mencionadas para la importación de vehículos nuevos y de segunda mano no son de aplicación en la importación de vehículos de pasajeros, jeeps, monovolúmenes, etc. Todos estos vehículos pueden importarse a India tras el pago de los aranceles correspondientes si se encuentran en uno de los siguientes supuestos:

- Particulares que se establezcan en India tras una estancia continuada de dos años en el extranjero y que prueben que han sido propietarios del vehículo durante al menos un año.
- Residentes indios que hayan obtenido el vehículo como premio en un evento, partido o competición en el extranjero.
- Sucesores o herederos de un vehículo perteneciente a una persona fallecida en el extranjero.
- Personas con una discapacidad física.
- Empresas extranjeras con participación en una empresa India.
- Sucursales y oficinas de empresas extranjeras.
- Instituciones religiosas o de caridad registradas en India en el Registro de Sociedades o de Fundaciones, o aprobadas por el Gobierno Central o uno estatal.
- Cónsules de países extranjeros, previa recomendación por parte del Ministerio de Asuntos Exteriores del Gobierno de India.

-Periodistas y corresponsales de agencias de noticias extranjeras que tengan acreditación de la Agencia de Prensa Informativa (Press Information Bureau), perteneciente al Ministerio de Información y Transmisión del Gobierno de India.

La Dirección General de Comercio Exterior (DGFT: <http://dgft.gov.in>) está autorizada a ampliar los supuestos de importación en algunos casos especiales no contemplados por la ley.

La documentación exigida en el despacho de aduana es la siguiente:

- Declaración jurada debidamente legalizada por notario
- Facturas de compra, pruebas del precio del vehículo
- Conocimiento de embarque (B/L)
- En caso de vehículos usados se requiere la inscripción del vehículo en el extranjero traducida al inglés y compulsada por la Embajada de India o el Alto Comisionado en caso de que el certificado no esté en inglés.
- Póliza de Seguro
- Pasaporte(s)
- Declaración "O.G.L." (Open General Licence).
- Certificado bancario del tipo de cambio para el pago de los impuestos

La documentación exigida para el registro en India del vehículo es la siguiente:

- Certificado de compra (en el Formulario 21).
- Formulario 22 junto con un Certificado de circulación emitido por los fabricantes
- Certificado del seguro.
- Prueba del domicilio (facturas de electricidad, contrato de alquiler o similar).
- Certificado de respeto a la normas de emisión de los vehículos.
- Certificado del despacho de aduanas.
- Pago de los impuestos correspondientes establecidos por la Ley Estatal de Imposición de Vehículos.

7. MEDIOS DE PROMOCIÓN

7.1. Ferias

- Auto and Automation Show: 20 a 24 de Noviembre en Guwahati, Assam.

<http://www.biztradeshows.com/auto-automation-show/index-ab.html>

La feria de Assam es un evento modesto que en su última edición contó con 2.000 visitantes y 60 expositores.

Se organiza paralelamente un ciclo de conferencias sobre el sector y encuentros entre las empresas participantes.

No se recomienda la participación, pues podría suponer un gasto para las empresas que no se verá recompensado.

- Auto Expo 2012:
www.autoexpo.in

Esta feria lleva ya diez ediciones. La próxima tendrá lugar los días 6 a 12 de Enero de 2012 en Nueva Delhi.

Es el principal evento del país en el sector de los automóviles que organizan conjuntamente ACMA (Automotive Component Manufacturers Association of India) y SIAM (Society of Indian Automobile Manufacturers).

Se celebra paralelamente un ciclo de conferencias relacionadas con el sector y numerosos eventos. Es una feria muy publicitada que suele contar con la presencia de personajes del mundo artístico, políticos, etc. La pasada edición superó el millón de visitantes (1.205.152 visitantes, de los cuales 21.615 eran profesionales extranjeros). Además contó con 2105 participantes, de los cuales 42 eran fabricantes de vehículos, 1754 eran del sector de los componentes y el resto pertenecían a empresas de accesorios.

Vistas las cifras queda claro que es un evento ineludible para las empresas del sector que quieran entrar en el mercado indio tanto de automóviles como de componentes de automoción.

- Auto World Expo:
www.autoworldexpo.in

Se celebró por primera vez en Junio de 2011. Las fechas de la próxima edición están por fijar. Está prevista para el año 2013.

A pesar de ser Tamil Nadu el principal estado productor de automóviles y sus componentes en India, a día de hoy, este evento no tiene interés para las empresas valencianas u otras empresas del sector. Por el momento no han logrado atraer la atención de los posibles importadores y grandes distribuidores.

Actualmente no se recomienda la participación de empresas en esta feria por considerar que el esfuerzo económico, logístico y de organización no se vería recompensado, por el contrario, sí que consideramos que es un evento a tener en cuenta en el futuro.

Sería interesante ver la evolución de la feria en las próximas ediciones, pues el estado de Tamil Nadu es el que concentra el mayor porcentaje de producción de automóviles y componentes del país, habiendo alcanzado en los últimos años un 40 % de la producción.

7.2. Revistas especializadas y páginas Web

7.2.1. Revistas especializadas

- AUTO INDIA
www.businessindiagroup.com
- AUTOBILD INDIA
www.autobild.in
- AUTOCAR INDIA
www.autocarindia.com

- BS Motoring
www.bsmotoring.com
- CAR INDIA
www.carinida.com
- OVERDRIVE
<http://overdrive.in>

7.2.2. Páginas Web

- Cars 24
www.cars24.in
- Indiacar
www.indiacar.com
- Indian Autos Blog
<http://indianautosblog.com>
- MotorBeam
www.motorbeam.com
- My Car QnA
www.mycarqna.com
- Team-BHP
www.team-bhp.com
- Vicky
www.vicky.in
- WhatCar?
www.whatcarindia.com
- Wheels Unplugged
www.wheelsunplugged.com
- Zigwheels
www.zigwheels.com

8. RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES. DAFO.

8.1. Conclusiones

El sector de automoción está en su etapa de mayor expansión, pero principalmente en la gama de vehículos pequeños y económicos. El sector que presenta mayor oportunidad para el fabricante extranjero es el de los vehículos de lujo, pues el mercado indio está saturado de vehículos pequeños y las empresas locales y extranjeras asentadas en el sector se han concentrado en esa gama. Los vehículos de lujo si bien presentan una demanda muy limitada, presentan por ello menos oferta de competidores.

Para entrar en el mercado indio se debería comenzar con una fuerte campaña publicitaria que diera a conocer el producto en el mercado. En el segmento de los vehículos de lujo la publicidad es un aspecto muy importante, pues los consumidores además de un buen vehículo buscan el plus de estatus que otorga tal clase de vehículos, y por tanto valoran que sea una marca conocida.

Las empresas españolas aún no se han hecho un lugar en este mercado, que sin embargo presenta una oportunidad clara para la empresa que se plantee seriamente la entrada en India. Hay productos en el mercado español que perfectamente tendrían cabida en India si se elabora la estrategia adecuada.

En el sector de los componentes también hay oportunidades de negocio, y prueba de ello es que varias empresas españolas tienen su lugar en el mercado y están operando con buenos resultados. Sin embargo la recomendación es que al igual que en el sector de los automóviles, se busque aquellos componentes con menor disponibilidad en el mercado indio y que requieran unos estándares de calidad o diseño que no se ofrezca en el mercado local. En este sector se hace más patente la necesidad de unos precios muy ajustados y competitivos. Los clientes van a ser empresas de automóviles o dealers que también obtendrán su beneficio sobre el precio final y por tanto lo ajustan todo lo posible. Es por ello que la empresa española o valenciana que se plantee comercializar en el mercado indio debería elaborar una estrategia de entrada que plantee

la producción del producto en India. De esa manera se abaratarían considerablemente los costos de producción, transporte, aranceles, etc. pudiendo ofrecer un producto competitivo con los que ya se encuentran en el mercado.

8.2. Amenazas y oportunidades

AMENAZAS

- Numerosos competidores en el mercado, especialmente en el rango del automóvil pequeño y económico. Gran competitividad.
- Posible entrada de nuevos competidores, las grandes empresas cada vez más optan por producir o ensamblar en India para vender en mayores cantidades. Se prevé que esa tendencia continúe.
- Normativa de importación muy estricta, que fija aranceles elevados y trámites largos y complicados.
- Clientes exigentes y con presupuesto muy bajo. Imposibilidad de tener éxito si no se ajustan los precios a los de mercado.
- Demanda de ciclomotores como alternativa económica al automóvil y por su facilidad para esquivar el tráfico en las grandes ciudades.

OPORTUNIDADES

- País emergente con una economía en expansión.
- Sector del mercado de desarrollo muy reciente, demanda en aumento.
- Población numerosísima: más de 1100 millones de habitantes.
- Gran aprecio y demanda de automóviles de calidad y diseño por parte del sector de población de mayores recursos económicos.

9. ANEXOS

9.1. Principales empresas locales

9.1.1. Automóviles

CHINKARA MOTORS PVT. LTD.
www.chinkara.co.in

HINDUSTAN
www.hindmotor.com

ICML
www.icml.co.in

MAHINDRA & MAHINDRA
www.mahindra.com

MARUTI SUZUKI INDIA LIMITED
www.marutisuzuki.com

PREMIER
<http://premier.co.in>

SAN MOTORS LIMITED
www.sanmotors.com

TATA MOTORS
www.tatamotors.com

9.1.2. Componentes de Automoción

AASTHA

www.askbrake.com

Balatas, recambios y todo tipo de componentes y partes de automóvil.

AGIE CHARMILLES (SEA) PTE. LTD.

www.agiecharmilles.com

Maquinaria y componentes con CNC (Control numérico por computador) componentes de automoción, maquinaria, herramientas y otros.

AUTO COMPONENT INDIA PVT. LTD.

www.tsvauto.com

Diversos componentes y partes de automóvil.

AUTOLEAD

www.totalanj.com

Recambios, componentes y partes de automóvil, otros.

AUTOMOTION INDUSTRIES

www.kamcoindia.net

Amortiguadores, basculantes, embragues, bieletas, suspensiones, bobinas y otros componentes y partes de automóvil.

BAGLA TOTAL SOLUTION

www.baglagroup.com

Productos eléctricos, partes del motor, y otros componentes de vehículo.

BRV AUTO INDUSTRIES

www.brvauto.trade.india.com

Partes del sistema de inyección de carburante, componentes con CNC (Control numérico por computador) y componentes de aluminio.

CRP (INDIA) PVT. LTD.

www.indiamart.com/crp-india

Partes del sistema de transmisión, sistemas de fluido, sistemas de arranque, partes de motor, otras partes y componentes de automóvil.

DESAI AUTOCOM INDUSTRIES PVT. LTD.

www.desaiautocom.com

Láminas de metal (carrocería), abrazaderas de tubo, horquillas abrazaderas, partes de generador, depósitos de combustible, otras partes y componentes de metal.

DUROVALVES INDIA PVT. LTD.

www.varrocengq.com

Válvulas de motor, botones de manivela, componentes de automóvil forjados en frío.

ESC LTD.

www.panpune.com

Horquillas, yugos, poleas, forjados de acero, otros componentes y partes de automóvil.

GENAU EXTRUSIONS LTD.

www.genauindia.com

Diversos componentes de automoción forjados en frío.

GHELANI ENGINEERING CO.

www.ghelaniengineering.tradeindia.com

Componentes de automoción, piezas fundidas y forjadas.

HIGH PRECISION INDUSTRY

www.highprecisionindustry.com

Piezas de fundición para automóviles.

HINDUSTAN COMPOSITES LTD.

www.hindcompo.com

Frenos, embragues y otros componentes de automoción.

INDIATECH INDUSTRY

www.indiatechindustry.com

Componentes de automoción de metal prensado.

KUNAL AUTO INDUSTRIES (P) LTD.

www.kunalauto.com

Diversas partes y componentes de automoción.

LUMAX AUTOMOTIVE SYSTEMS LIMITED

www.lumanauto.com

Piezas y componentes de automoción de plástico.

MENON PISTON LIMITED

www.menonpistons.com

Pistones y partes de los mismos de aluminio y aleación para vehículos de pasajeros.

MUNJAL AUTO INDUSTRIES LIMITED

www.munjalauto.com

Partes y componentes de automoción.

NICKS AUTO INDUSTRIES

www.nicksindia.com

Partes de la suspensión, frenos y otros componentes y partes de automoción.

P S ROLLS PVT. LTD.

www.psrolls.com

Componentes de automoción forjados y prensados.

PROFILE FORGING

www.profileforging.com

Motores y otros componentes y partes de automóvil forjados. Maquinaria.

S S VALVES

www.ssv valves.net

Componentes de automoción como válvulas de motor, pistones, cilindros y otros.

SHRI KAMALAMBIGA ENGINEERS PVT. LTD.

www.kamalambiga.com

Componentes de automoción mecanizados con CNC (control numérico por computador), válvulas, juntas metálicas, precintos y otras partes y componentes de automóvil.

SHUBHAM INDUSTRIES

www.shubhamindustries.com

Componentes de metal tales como tuberías o sujeciones.

SHYAM INDUSTRIES LTD.

www.shyamindustries.com

Suspensión de ballestas, partes de la suspensión y otras piezas y componentes de automóvil.

SIGNET COMPONENTS PVT. LIMITED

www.signet.co.in

Componentes químicos de las baterías, alargadores de la duración de las baterías, y otras partes de las baterías de los automóviles.

SWARAJ AUTOMOTIVES LIMITED

www.swarajenterprise.com

Asientos, sistemas de asiento y otros componentes y partes de automóvil.

TECHNOSYSTEMS

www.tecnosysbqm.com

Partes y componentes de automoción de acero.

9.2. Listado de importadores

En India los importadores de automóviles y componentes de automoción no son muy numerosos. El proceso de importación es complicado y costoso, de ahí que se suela prescindir de la figura de importador como tal. Es más habitual que los fabricantes de automóviles compren los componentes que necesitan para producir sus vehículos a fabricantes de componentes establecidos en India, o que sean ellos mismos que importen directamente los componentes que necesitan. Por tanto, serían las propias empresas de vehículos los importadores de componentes.

Lo mismo ocurre con los vehículos de importación. Los grandes fabricantes (OEM) producen o ensamblan el máximo número de vehículos en India para reducir costes, y en aquellos casos en que no les resulta rentable por la baja demanda de determinados modelos los importan y venden a través de los mismos dealers que comercializan los vehículos que producen en el país.

9.2.1. Importadores de automóviles

MAGUS CARS

www.maguscars.com

9.2.2. Importadores de componentes de automoción

IMPORT MARQUES

www.importmarques.com

KAR SCANNING CENTRE PVT. LTD.

www.carscan.net

9.3. Listado de asociaciones

Las principales asociaciones de la industria automovilística en India son ACMA, FADA, SIAM y WIAA.

- ACMA (Automotive Component Manufacturers Association of India)
www.acmainfo.com
La Asociación Fabricantes de Componentes de Automoción es la agencia central de la industria India de componentes de automoción. Entre sus principales fines está promover el comercio, la mejora de la tecnología aplicable a los componentes de automoción y de la calidad y por último la recolección y difusión de información sobre el sector.
- FADA (Federation of Automobile Dealers Associations)
www.fadaweb.com
FADA es el mayor organismo de representación de comerciantes de automóviles en India. Se creó en 1964 con la unión de cuatro asociaciones regionales de comercio de vehículos, respectivamente "The Automobile Dealers Association of Maharastra", "The Motor Industries Association", "The Automobile Traders Association" de Delhi y "Motor Vehicles and Allied Industries Association" de Chennai.
- SIAM (Society of Indian Automobile Manufacturers)
www.siamindia.com

SIAM es el mayor organismo en la industria automovilística. Representa 44 de los principales fabricantes de vehículos y motores de India. SIAM actúa como canal de comunicación entre la industria automovilística y el Gobierno, así como con las Organizaciones Internacionales.

- **WIAA (Western India Automobile Association)**
www.wiaaindia.com
Es la primera y mayor de las asociaciones de motor del Sur de Asia. Cuenta con 48.000 miembros. La sede oficial está en Mumbai, pero cuenta con filiales en Ahmedabad, Pune, Nagpur, Jaipur y Goa.

9.4. Direcciones de interés

- Automotive Component Manufacturers Association of India (ACMA)
www.acmainfo.com
- Controllerate of Quality Assurance Vehicles
<http://drdo.org/labs/vrde>
- International Centre For Automotive Technology (ICAT)
www.icat.in
- Ministry of Road, Transport and Highways, Government of India
<http://morth.nic.in>
- National Automotive Testing and R&D Infrastructure Project (NATRiP)
www.natrip.in
- Society of Indian Automobile Manufacturers (SIAM)
www.siamindia.com
- The Automotive Research Association of India (ARAI)
www.araiindia.com
- The Central Institute of Road Transport (CIRT)
www.cirtindia.com

9.5. Fuentes de información

- Automotive Component Manufacturers Association of India (ACMA)
www.acmainfo.com
- Automotive Research Association of India (ARAI)
www.araiindia.com
- International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (OICA)
<http://oica.net>
- Ministry of Road, Transport and Highways, Government of India
<http://morth.nic.in>
- Ministry of Commerce and Industries, Government of India
<http://dipp.nic.in>
<http://commerce.nic.in>
- Society of Indian Automobile Manufacturers (SIAM)
www.siamindia.com