

CÓMO HACER NEGOCIOS CON INDIA 2014

1. RELACIONES BILATERALES CON CHILE

1. ACUERDOS Y/O TRATADOS COMERCIALES VIGENTES

Con Chile está vigente un Acuerdo de Alcance Parcial de Aranceles, pero se encuentra en negociación el proceso para ampliarlo a una gama de 1.100 glosas con preferencias arancelarias otorgadas a Chile, que se espera firmar en el año 2014, para posteriormente pasar a negociar un CEPA equivalente a un Tratado de Libre Comercio, que potenciaría el acceso de productos chilenos de alimentos y manufacturas de mayor valor agregado.

Respecto a otros tratados comerciales, India es miembro de las Naciones Unidas, de la OMC, del Movimiento de los Países No Alineados, del Grupo G-20, del Grupo G8+5, del Banco Asiático de Desarrollo, se incorporó a la ASEAN y es miembro del SAARC (Asociación para la Cooperación Regional del Sur de Asia).

- Singapur, firmado el 1 de agosto del 2005.
- ASEAN Se incorporó a la ASEAN en Bali el 8 de octubre del 2003, el 13 de agosto del 2009 firmó un acuerdo de desgravación comercial que entró en vigencia el 1 de enero del 2010, el cual contempla la desgravación gradual para el 80% de las glosas que representan un 75% del comercio India- ASEAN.
- Sri Lanka
- Corea. India firmó con Corea del Sur un TLC el 7 de agosto del 2009, el cual cubre comercio de bienes y servicios, inversión y cooperación bilateral en áreas de interés común. Bajo este acuerdo a partir del 1 de enero del 2010 los aranceles serán reducidos gradualmente o eliminados en un 93% de las glosas coreanas y en un 85% en las glosas indias.
- Australia

Acuerdo de Libre Comercio (ALC)

- Tailandia , firmó un acuerdo comercial con Tailandia el 1 de septiembre del 2004
- Bután
- Consejo de Cooperación del Golfo (CCG)

- BIMST. En febrero 2004, Bután, India, Myanmar, Nepal, Sri Lanka y Tailandia firmaron un acuerdo marco para facilitar las negociaciones de un ALC en bienes, servicios e inversiones y fortalecer la cooperación económica.
- The South Asia Free Trade Area (SAFTA). En enero 2004, los miembros del SAARC firmaron el Acuerdo de Libre Comercio de Sudeste asiático (SAFTA), que reducirá los aranceles al 0-5% en los próximos 7-10 años, entró en vigor en enero 2006. Este tratado se concibe como un paso hacia la creación de una Unión Económica del Sudeste Asiático (SAEU).
- Está en negociación un TLC con la Unión Europea que cubre comercio e inversiones, servicios, medidas sanitarias y fitosanitarias, barreras técnicas al comercio, normas de origen, facilitación del comercio, cooperación aduanera, mecanismos de defensa comercial, compras públicas, derechos de propiedad intelectual.
- Finalmente, India negocia un TLC con Nueva Zelanda, Sri Lanka, los países del bloque europeo EFTA.

Acuerdos Preferenciales de Comercio

- Acuerdo de Bangkok (Bangladesh, India, Corea, China y Sri Lanka)
- Acuerdo Marco India – Mercosur , firmado el 1 de junio del 2009
- Egipto Unión Aduanera Sudafricana (SACU)
- Afganistán

Grupo de Estudio Conjuntos (GEC)

- China
- Israel
- Malasia
- Japón (En la actualidad negocia un TLC con Japón)
- Mauricio
- Indonesia
- Canadá
- Rusia

2. COMERCIO CON CHILE

El comercio total entre Chile e India fue de MMUS\$ 2.989 en el año 2013. Las exportaciones chilenas a India cayeron en un 11% respecto del año 2012, por su parte las importaciones desde India se incrementaron en un 4 %.

Las exportaciones de cobre tienen la mayor participación con un 92% en las exportaciones totales de Chile a India, sin embargo en el 2013 las exportaciones de minerales de cobre tuvieron una contracción de un 13% con respecto al año anterior, el cobre sigue siendo el producto dominante reflejando la tendencia de crecimiento de la construcción e industria manufacturera India.

Entre los productos que aumentaron su participación en el mercado de exportaciones a India fueron celulosa (74%) y productos químicos orgánicos (163%).

Las importaciones desde la India representaron un 0,96% las importaciones totales de Chile. Las importaciones de vehículos subieron un 37 % y las de productos farmacéuticos un 36 %.

Las tablas siguientes detallan el comercio entre los dos países.

Exportaciones Chilenas a India 2013

Producto	Monto(US\$)	Par%
MINERALES DE COBRE Y SUS CONCENTRADOS.	1.909.165.778,30	87,47
YODO.	67.148.007,96	3,08
COBRE PARA EL AFINO.	52.953.089,64	2,43
PASTA QUIMICA DE MADERA SEMIBLANQUEADAS O BLANQUEADAS, DE CONIFERAS.	46.887.327,87	2,15
COQUE DE PETROLEO SIN CALCINAR.	19.918.357,12	0,91
LAS DEMAS HULLAS, INCLUSO PULVERIZADAS SIN AGLOMERAR.	16.594.126,88	0,76
MINERALES DE MOLIBDENO TOSTADOS, CONCENTRADOS.	7.932.733,05	0,36
PASTA QUIMICA DE MADERA CRUDA, DE CONIFERAS.	6.987.402,39	0,32
PASTA QUIMICA DE MADERA SEMIBLANQUEADA O BLANQUEADA, DE EUCALIPTUS.	6.005.909,84	0,28
MANZANA, VARIEDAD RICHARED DELICIOUS, FRESCA.	5.667.141,73	0,26
CATODOS Y SECCIONES DE CATODOS DE COBRE REFINADO.	5.387.918,23	0,25
HULLA BITUMINOSA PARA USO TERMICO, INCLUSO PULVERIZADA, PERO SIN AGLOMERAR.	3.314.333,68	0,15
LAS DEMAS MANZANAS VARIEDAD ROYAL GALA FRESCAS.	2.836.684,32	0,13
Sub Total	2.150.798.811,01	98,55
Total	2.182.661.811,84	100,00

Fuente: ProChile

Importaciones chilenas desde India 2013

Producto	Monto(US\$)	Par%
AUTOMOVILES DE TURISMO, DE CILINDRADA INFERIOR O IGUAL A 1000 CM3.	71.760.061,71	10,36
AUTOMOVILES DE TURISMO CON MOTOR DE EMBOLO (PISTON), DE ENCENDIDO POR COMPRESION (DIESEL O SEMI DIESEL), DE CILINDRADA SUPERIOR A 1500 CM3 PERO INFERIOR O IGUAL A 2500 CM3.	56.301.781,55	8,13
AUTOMOVILES DE TURISMO, DE CILINDRADA SUPERIOR A 1000 CM3 PERO INFERIOR O IGUAL A 1500 CM3.	55.640.683,49	8,03
CAMIONETAS CON CAPACIDAD DE CARGA UTIL SUPERIOR A 500 KILOS, PERO INFERIOR O IGUAL A 2000 KILOS.	45.595.651,33	6,58
LOS DEMAS GUANTES, MITONES Y MANOPLAS.	34.141.788,64	4,93
LOS DEMAS MEDICAMENTOS (EXCEPTO LOS PRODUCTOS DE LAS PARTIDAS 30.02 30.05 O 30.06) CONSTITUIDOS POR PRODUCTOS MEZCLADOS O SIN MEZCLAR, PREPARADOS PARA USOS TERAPEUTICOS O PROFILACTICOS, DOSIFICADOS (INCLUIDOS LOS ADMINISTRADOS POR VIA TRANSDERMICA) O	31.311.024,77	4,52
MOTOCICLETAS (INCLUIDOS LOS CICLOMOTORES) Y VELOCIPEDOS, DE TURISMO, CON MOTOR DE EMBOLO (PISTON) ALTERNATIVO DE CILINDRADA SUPERIOR A 50 CM3 PERO INFERIOR O IGUAL A 250 CM3.	14.541.962,87	2,10
GENERADORES DE GAS POBRE (GAS DE AIRE) O DE GAS DE AGUA, INCLUSO CON LOS DEPURADORES; GENERADORES DE ACETILENO Y GENERADORES SIMILARES DE GASES, POR VIA HUMEDA, INCLUSO CON SUS DEPURADORES.	10.591.671,62	1,53
TRACTORES DE RUEDAS, AGRICOLAS.	9.785.609,57	1,41
LOS DEMAS HILADOS DE FIBRAS DISCONTINUAS DE POLIESTER, MEZCLADOS EXCLUSIVA O PRINCIPALMENTE CON ALGODÓN, DE TITULO INFERIOR A 333,33 DECITEX (SUPERIOR AL NUMERO METRICO 30).	8.140.982,54	1,18
LOS DEMAS TUBOS DE HIERRO O ACERO DE SECCION CIRCULAR CON DIAMETRO EXTERIOR SUPERIOR A 406,4 MM SOLDADOS LONGITUDINALMENTE.	8.043.910,94	1,16
LAS DEMAS PLACAS, LAMINAS, HOJAS Y TIRAS, DE PLASTICO NO CELULAR Y SIN REFUERZO, ESTRATIFICACION NI SOPORTE, DE POLI(TEREFTALATO DE ETILENO).	6.060.565,56	0,88
Subtotal	351.915.694,59	50,81
Total	692.629.326,23	100,00

Fuente: Prochile

3. RANKING DE CHILE COMO PROVEEDOR A INDIA DE:

Las importaciones desde Chile a India representan un 0,69% de las importaciones totales de India con el ranking de ser el 32° proveedor del mercado. Por cierto en términos de Cobre Chile tienen un mejor ranking.

4. OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA LOS PRODUCTOS CHILENOS (POR SECTOR)

India es un mercado en fuerte expansión, donde existen favorables perspectivas para Chile en incrementar sus vínculos comerciales especialmente si se amplía el Acuerdo Parcial de Aranceles, a un Tratado de Libre comercio o CEPA.

Con una clase consumidora estimada en 320 millones de habitantes a la cual se estiman en la próxima década se incorporaran 20 millones de consumidores anualmente, es un atractivo mercado para alimentos dado sus cambios en los hábitos de consumo al estilo oriental, incluyendo vinos, fruta fresca, deshidratada, jugos concentrados, conservas de frutas y vegetales, aceite de oliva, vinagre, salmón y trucha entera congelada, en filetes ahumado, conservas productos del mar y semillas en especial hortalizas, más aun será una buena alternativa en nuestro objetivo de ser una potencia alimentaria en la próxima década, destacable es en este sentido el inicio de exportaciones de Agrosuper de carne de salmón y cerdo.

Además presenta oportunidades en madera aserrada, papel y cartones, fertilizantes, lana sucia, productos químicos, equipos e insumos mineros.

En plano de expandir negocios a terceros mercados utilizando a Chile como plataforma de negocios existen perspectivas de joint venture para producción conjunta de productos farmacéuticos, calzado, agroindustria, forestal, minero y alianzas estratégicas para potenciar a Chile en área tecnología de información, turismo y educación a nivel latinoamericano.

Sectores con mayor potencial de incrementar exportaciones a india

Alimentos. Dado el objetivo de Chile de transformarse en una potencia alimentaria mundial, el sector alimentos presenta grandes perspectivas de colocación en este mercado en especial en productos tales como: vinos, fruta fresca, deshidratada, jugos concentrados, conservas de frutas y vegetales, aceite de oliva, vinagre, salmón y trucha entera congelada en filetes ahumado, mejillones, manzana deshidratada, conservas productos del mar y semillas en especial hortalizas.

Manufacturas. Además presenta oportunidades en madera aserrada, papel y cartones, fertilizantes, lana sucia, productos químicos, equipos e insumos mineros.

Sectores con perspectivas de inversión joint ventures.

En el plano de expandir negocios a terceros mercados utilizando a Chile como plataforma de negocios existen perspectivas de alianzas estratégicas, inversión, joint venture para producción conjunta de productos farmacéuticos, calzado, agroindustria, forestal, minero y alianzas estratégicas para potenciar a Chile en el área de tecnología de información, turismo y educación a nivel latinoamericano, utilizando las franquicias de la red de Tratados de Libre comercio, suscritos:

FARMACEUTICO: Elaboración en Chile de productos farmacéuticos con insumos indios no disponibles en Latinoamérica.

TEXTIL VESTUARIO: Elaboración de prendas de vestir con diseños y cortes indios ensamblados en Chile, cooperación alta costura

CALZADO: Elaboración de calzado, ensamblado en Chile con componentes enviados desde India, en especial rubro deportivo.

INFORMATICA: Instalación en Chile para cubrir necesidades del mercado latino, incluido 20% de la población americana.

AUTOMOTRIZ- Ensamblaje en Chile de autos, motos y maquinaria agrícola, tractores, de Tata, Mahindra, Maruti y Bajaj.

OTROS SECTORES - Alianzas estratégicas y de comercialización en sectores:

MINERO: Máquinas y equipos de perforación sondeo al mercado indio e insumos químicos para la gran minería del cobre y manufacturas de acero para perforación y molienda.

TRANSPORTE MARITIMO: Generar instancia de línea directa Bombay San Antonio, dado que a futuro se realizaran viajes largos solo entre dos puntos, sin cabotaje, para optimizar número de viajes, con cabotaje a/desde barcos medianos, lo cual competiremos en la región con Callao, Guayaquil, Buenaventura, etc.

TRANSPORTE AEREO: Generar instancias para establecer viajes directo India, Santiago para potenciar tránsito de turistas, profesionales, empresarios y productos perecibles, al menos con frecuencia de dos veces semanales, en especial invierno en Europa que disminuye frecuencia de viajes a esa región.

ALIMENTO: Dado la gran demanda de alimentos que está generando y que continua en expansión, India requerirá alimentos en volumen, lo cual otorga franquicias para alianzas estratégicas y de comercialización con Chile en agroalimentos, fruta fresca, seca, vinos, aceite de oliva, conservas de alimentos, chocolates y confites, en la línea de Chile de ser una de las top 10 proveedoras de alimentos en la próxima década.

TELECOMUNICACIONES: Joint venture y alianzas en base a tecnología de satélite y experiencia en IT.

TURISMO: Joint venture y alianzas para desarrollar el turismo en las dos vías, ofertando paquete regional que incluya las bellezas y atractivos de Chile.

SERVICIOS UNIVERSITARIO:- generar alianzas entre universidades e institutos de elite en especial campo TI, dado interés por cubrir mercado latino que demandara especialistas del español para cubrir mercado de 43 países latinos, a futuro.

ENERGIA RENOVABLE: generar alianzas para transferencia de tecnología en energía renovable, eólica, biodegradable.

LOCACIONES: Un nuevo sector que puede formar parte de nuestra oferta de servicios, es el de las Locaciones para filmar películas, spot publicitarios y cortometraje con Bollywood, que es la industria cinematográfica de India.

India produce aproximadamente más de 1.000 películas al año utilizando 10 lenguajes distintos principalmente hindi que tiene la máxima participación, luego Tamil, Telegu, Kannad, con algunas locaciones en el exterior como *Zindagi na Milegi Dubara* en España, *Cocktail* en Sudáfrica, *Rockstar* en Praga, *Yevadu* en Brasil, *Robot* en Perú, etc. En su discurso en la feria FICCI Frames de 2012, el Sr. Chris Dodd, el Director de [Motion Picture Association of America](#), destacó que la industria cinematográfica está contribuyendo con USD 640 millones al año a la economía India. Las proyecciones indican que sus ingresos serían del orden de USD 2.000 millones, a partir del año 2015. Los productores indios siempre están en la búsqueda de países que además de tener atractivos turísticos de nivel mundial como la Antártica, Isla de Pascua, Desierto de Atacama, Torres del Paine, Centros de Sky, wine tour, y que

también le ofrezcan un costo bajo de producción con auspiciadores locales como lo ha hecho en España, Perú, Brasil, Nueva Zelanda, Australia, Hong Kong, Tailandia, Suiza, Francia, Japón, Singapur etc., con éxito comercial e incremento turístico indio a dichos mercados.

2. PROCESO DE IMPORTACIÓN

1. ARANCELES DE IMPORTACIÓN

India en base a sus compromisos con la OMC ha liberalizado su política arancelaria y de importaciones en los últimos años, generando una mayor apertura de mercado, en busca de reciprocidad para sus productos de exportación, incluyendo el vino. En abril del 2001 eliminó la licencia de importación especial (SIL), que ha sido substituida por la Licencia de ítem restringidos (RIL) para ciertos casos, y reduciendo los aranceles, fijando el arancel básico máximo en un 25%.

Sin embargo, los aranceles a la importación siguen siendo muy altos si los comparamos con los estándares internacionales, existiendo aun restricciones cuantitativas a la Importación.

El arancel de importación para bienes no agrícolas oscila entre un 10% y un 35%, aunque para los productos agrícolas son mayores, como el caso del vino al cual se aplica un arancel del 150%.

Principales niveles de aranceles de importación:

1. Arancel básico o "Basic Duty".

2. Arancel adicional o "Additional Duty", también denominado Countervailing Duty (CVD), se ha incrementado del 8 al 10%. Es equivalente al impuesto que se aplica sobre artículos similares producidos en India. Suele ser de un 10,3% (10% más la tasa de educación básica del 2%, más 1% por tasa educación secundaria, aplicada sobre ese 10%) Se aplica sobre el precio de la mercancía en destino (Landed Cost)

3. Additional custom duty (ACD) de un 4%.

4. Tasa de Educación ("Educational Cess", EC). Esta tasa está en vigor desde el 9 de julio de 2004, es del 2% para educación básica y de 1% para educación superior SEC y se aplica dos veces (como parte del arancel adicional y vuelve a aplicarse sobre el arancel total sin tasa de educación para obtener el arancel total)

A modo de ejemplo un producto para el cual su valor CIF sea de USD 1000, corresponde el siguiente arancel:

A. Valor CIF, Landed value USD 100	= \$ 1.000
B. Arancel básico del 10%	= \$ 100
C. Landed Cost (A+B)	= \$ 1.100
D. CVD@ 10% + 3% (2% EC+1% SEC)	= \$ 113,30 (110 + 3,30)
E. Arancel sin cargo educacional	= \$ 100 + \$ 113,30 = \$ 213,30
F. Cargo educacional será \$ 6,399 es decir 3% de \$ 213,30	
G. Additional CD, ACD de 4%	= (\$ 1000+ \$ 213,30+ \$ 6,399) x 4%= \$48.787
Total Arancel aduana	= \$ 213,30 + \$6,399 + \$ 48.787= \$268,49

Además existen otros tipos de impuestos:

Impuesto al valor agregado (VAT -IVA): Además de aranceles de importación, India aplica desde el 1 de Abril del 2005 el impuesto al valor agregado, que cuenta con 2 niveles del 4% y del 12,5 %, según el producto servicio: 0% (mercaderías exportadas); 5% (agua limpia, fertilizantes, pesticidas, medicinas y equipos médicos, instrumentos educativos, juguetes, productos agropecuarios no procesados, alimentos para animales, servicios científicos y técnicos, servicios directos para agricultura, entre otros); 10% (para la mayor parte de mercaderías: petróleo y sus productos, electricidad, productos mecánicos, eléctricos y electrónicos, productos cosméticos, productos textiles, papeles y sus productos, azúcar, leche, golosinas, todos artículos de confitería, bebidas y otros alimentos procesados, construcción y materias de construcción, transporte, servicios de comunicación y telecomunicación, servicios legislativos, entre otros); y 20% (mercaderías de lujo y servicios como hoteles, turismo y restaurantes, transporte marítimo, servicios intermediarios, entre otros).

2. NORMATIVAS

Estándares.

El Bureau of Indian Standards (BIS) operativo desde abril 1987 es el responsable de la formulación y la aplicación de estándares para 14 sectores (producción e ingeniería general, químicos, electrónica y tecnología de la información, estándares electrotécnicos, alimentación y agricultura, ingeniería mecánica, ingeniería civil, gestión y sistemas, equipo médico y planificación hospitalaria, petróleo, carbón y productos relacionados con los mismos, ingeniería de transporte, ingeniería metalúrgica, textiles y recursos acuáticos. Para mayor detalle visitar sitio: www.bis.org.in

El BIS también ha sido designado por India como el punto de información sobre temas OMC de Barreras Técnicas al Comercio (TBT), mientras que el Ministerio de Comercio e Industria es la autoridad designada para la administración del acuerdo TBT de la OMC.

Además de los estándares desarrollados por el BIS, existen estándares específicos para la industria automovilística, contaminación, alimentación, productos farmacéuticos, cosméticos, energía atómica y aviación civil.

3. CERTIFICACIONES

Existen varias agencias de gobierno para otorgar certificaciones a varios productos. Es imprescindible para el importador indio obtener el certificado relevante por su producto.

Las importaciones de productos agrícolas primarios y alimentos requieren de un permiso fitosanitario, emitido por el **Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI)**. El FSSAI act 2006, que entró en vigor en el 2011, reemplaza las actas previas sobre las regulaciones de alimentos y seguridad alimenticia y lo faculta para tener autoridad sobre temas de:

- Registro de negocios relacionado con alimentos
- Empaque y etiquetas
- Aditivos en los alimentos
- Restricción de venta de algunos alimentos
- Pruebas de contenido no deseado en los alimentos

Las importaciones de plantas o productos relacionados (con la excepción de aquellas enumeradas bajo Lista VII del Plant Quarantine (Regulation of Imports into India) Order 2003 <http://www.plantquarantineindia.org/>) requieren de un permiso bajo esta norma, que se emite únicamente tras un análisis de control de plagas, por parte del Department of Agriculture and Cooperation. Esta institución está asistida por varios institutos de investigación, como el Council of Agricultural Research (ICAR). Se debe solicitar el permiso 7 días antes de la importación, y se emite, en dos días, con una validez de 6 meses, permitiendo varios envíos. Cada envío debe estar acompañado de un certificado fitosanitario emitido por las autoridades competentes del país de origen, en nuestro caso el SAG.

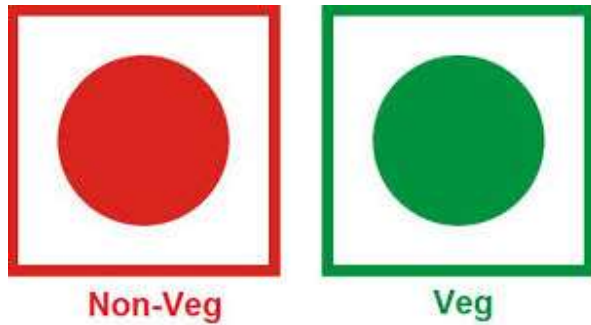
La importación de ganado y productos cárnicos están regulados, respectivamente, bajo Livestock Importation Act, 1898 (enmienda de 2001) y el Meat Products Order, 1973 y requieren de un permiso emitido por el Department of Animal Husbandry, Ministry of Agriculture. El permiso de importación de ganado tiene una validez de 6 meses y puede utilizarse para varios envíos.

El Drug and Cosmetics Act, y sus normas, regula la calidad y la seguridad de los productos farmacéuticos y cosméticos y es administrada por el Central Drug Standard Control Organization (CDSCO) en el Ministry of Health and Family Welfare. Los fabricantes extranjeros y los productos a importar deben estar registrados bajo la Drugs and Cosmetics Rules, 1945. Todos los importadores y fabricantes requieren de licencia de importación emitido por el CDSCO, que tarda unas 2-3 semanas en emitirse, con una validez de 3 años.

4. ETIQUETADOS

El etiquetado y empaquetado de productos alimenticios se regula por el Food Safety and Standard Association. Todas las etiquetas de productos alimenticios debe contener: nombre, marca o descripción del alimento contenido en el envase, ingredientes, en orden descendente de acuerdo a su composición por peso o volumen, nombre y dirección del fabricante o importador, peso neto o medida del volumen del contenido, mes y año de fabricación, fecha de caducidad, la cual, para productos que contengan aspartamo no debe superar los 3 años desde la fecha de empaquetado y la fecha de caducidad. Además, para los productos que contienen sabores artificiales, no se deberán usar los nombres químicos. Para los productos que contengan sabores naturales, se debe mencionar el nombre común. Para los productos que contengan gelatinas de origen animal, éste debe mencionarse. Otros requisitos específicos se aplican para leches de consumo infantil, alimentación infantil, agua mineral embotellada y productos lácteos.

En India la comida vegetariana y no-vegetariana está segregada, y todos los productos alimenticios deben indicar en base a los símbolos universales indicados a continuación. El verde es para alimentos vegetarianos y el rojo para no vegetariano.



5. TRÁMITES ADUANEROS

El sistema de importación de India es complejo y la documentación requerida para la importación varía en función del tipo de mercadería y producto de que se trate.

Para iniciar actividades en comercio internacional, las empresas indias deben tener:

1. El registro de inicio de actividades en el comercio internacional ante las autoridades correspondientes (Departamento de Planeamiento e Inversión de provincias o ciudades).
2. El registro del código de empresa exportadora/importadora ante autoridades correspondientes (Oficina de Aduana).
3. El registro del código arancelario (Oficina del Impuesto).
4. Dependiendo del tipo de productos que comercializan, deben tener otros documentos como registros ministeriales (como el registro del Ministerio de Salud Pública en caso de medicamentos y materiales primas para la industria farmacéutica).

Para realizar los trámites aduaneros de importación, en general dependiendo del producto servicio, se debe presentar en aduanas la siguiente documentación:

1. Declaración aduanera, Bill of entry
2. Contrato comercial firmado por ambas partes legales.
3. Factura Pro forma comercial.
4. Licencia de importador
5. Bill of landing y otros documentos **adicionales**:
 1. Listado de empaque (en caso de importación de diferentes mercaderías).
 2. Declaración del valor de importación (si es necesario).
 3. C/O (para gozar de la tarifa preferida de importación).
 4. Permiso de importación (si es necesario).
 5. Contrato de importación por comisión (en caso de importación por comisión).
 6. Certificado de inspección del control de calidad y peso.
 7. Cuota de importación (en caso de importación por cuota).
 8. Certificado fitosanitario vegetal/animal de importación (en caso de plantas, animales y productos derivados).
 9. Certificado bancario del pago (PTA, L/C).
 10. Certificado de origen.
 11. Cuaderno ATA, para ingresos temporales en exhibiciones.
 12. Si la transacción es en valor FOB, se requiere el certificado de seguro y flete.

13. Caso productos químicos, composición química.
14. Documento de transporte, según el medio.
15. Documentación sobre seguros involucrados.

3. CLAVES PARA HACER NEGOCIOS

1. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

En los años 1990, la caída del esquema socialista en Rusia su principal aliada, y los efectos de la guerra del Golfo en el precio del petróleo, causó una grave crisis de balanza de pagos en India con niveles de reserva de 1.000 millones de dólares, que no le permitían cumplir con sus compromisos internacionales y afectaban su abastecimiento interno y crecimiento de su economía. En dicha perspectiva, en período de crisis, India solicitó un préstamo de urgencia de USD 1.800 millones al Fondo Monetario Internacional, que a cambio exigió se implementaran reformas de apertura en la economía centralizada inspirada por socialistas de la post independencia de India. El país inicio así, un proceso de transición de una economía centralizada a una economía de libre mercado, logrando un rápido crecimiento económico, generando un proceso de apertura gradual de su economía e implementando reformas con atractivos para la captación de inversión extranjera. En el siglo veintiuno, India se ha tornado un poder económico emergente con recursos humanos, naturales, y una base de conocimiento enorme. India es hoy la décima economía más grande en el mundo en base a su PGB nominal y la cuarta mayor en Paridad de poder adquisitivo (PPP). Los economistas predicen que hacia el 2025, India estará entre las tres principales economías del mundo.

2. CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR

La clase media en India, está proyectado que crecerá anualmente en la próxima década un 7% anualmente, registrando un impresionante crecimiento a la fecha si consideramos que virtualmente no existía en 1947, cuando India logró su Independencia.

La India tiene una clase media alta estimada en 350 millones de consumidores, con un creciente aumento de su poder adquisitivo, debido al alto crecimiento de su economía. Cada vez más indios se han vuelto conscientes de la marca, calidad, han adquirido más conocimiento, se tornan más exigentes y están cambiando sus hábitos de consumo al estilo occidental que le otorga más status y valor, en su toma de decisión al adquirir un producto servicio, dando como resultado un mayor potencial de crecimiento para el sector del comercio minorista.

El crecimiento económico está consolidando una dicha clase media alta de 350 millones de personas, con incorporación anual de 20 millones en la próxima década, y con un poder adquisitivo lo suficientemente alto como para comprar bienes de consumo duradero, y con hábitos de compra cada vez más parecidos a los occidentales influenciados por los medios y viajes al exterior. Aun cuando constituye un mercado de primera magnitud por número, no posee todavía un nivel de riqueza similar

al de las clases medias occidentales y no constituye un mercado homogéneo y agrupado, dado el tamaño y la diversidad de la India.

La clase media se compone de tres estratos: media alta, media media y media baja. En un estudio de 1999, la clase media se estimaba en 300 millones de personas, de las cuales la clase media-alta con ingresos anuales de USD 600.000 según PPP se estimaba en 40 millones de consumidores, la clase media-media con 150 millones de personas y un ingreso anual de USD 20.000 según PPP y la clase media-baja de 110 millones de personas con ingresos promedio anual entre USD 2.000 a USD 4.500

Al 2001, los grupos familiares indios se estimaban en 188,2 millones, de los cuales 13,8 millones de familias constituían la clase de altos ingresos, 109,2 millones de familias constituían la **clase media** y 65,2 millones de grupos familiares constituían el estrato de bajos ingresos.

El 28,9% de la población es urbana, si bien hay que señalar una clara diferencia de localización en función de la renta. Así, las unidades familiares con una renta familiar superior a USD 4.500 anuales, vive mayoritariamente en las ciudades, concentrándose en ellas el 66% de la clase media.

El 71,1% de la población vive en las áreas rurales, si bien concentrándose mayoritariamente en ellas las unidades familiares con renta familiar anual inferior a USD 2.000.

3. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO

El empresario Indio en general es desconfiado por lo cual el desarrollo de lazos de confianza es vital para impulsar negocios, en dicho sentido es altamente aconsejable el contacto cara a cara para potenciar la química de negocios, en una perspectiva de largo plazo.

Es educado, con gran capacidad negociadora, conoce su oficio traspasado de generación en generación y es un negocio familiar.

4. ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN

Para hacer negocios en India es casi imprescindible contar con un colaborador o socio local. Cuando se trata de vender productos industriales es aconsejable contratar un ingeniero que actúe como delegado en exclusiva de la empresa. Para productos de consumo, la figura del agente comercial está muy reconocida.

Sin su ayuda, difícilmente podrá penetrarse en el complejo entramado empresarial del país. En las alianzas con un socio local, lo más habitual es crear una joint-venture a la que se cede la tecnología de la empresa extranjera. Es preferible constituir una sociedad nueva, que adquirir parte de una empresa existente ya que podrían generarse conflictos.

Las ofertas que se presenten deben ser competitivas. Cada vez se valora más la relación calidad – precio. La asistencia técnica que se pueda prestar y la formación que se ofrezca a los empleados de la empresa, son factores críticos en la toma de decisiones.

En la negociación sobre precios tienden a mostrarse duros, recurriendo habitualmente al regateo. Es mejor mostrarse firme y no ceder en exceso, ya que de esta forma se generará una reacción de respeto hacia la otra parte. Una alternativa a la petición de precios más bajos, es ofrecer facilidades de financiación. Los tipos de interés en India son más altos que en occidente por lo que para ellos representará una ventaja importante.

5. ESTRATEGIAS PARA ENTRAR AL MERCADO

1. Venta Directa: Esta forma es usual en exportadores de grandes equipos. Estos productos exigen un importante esfuerzo de atención al cliente, especialmente para mercados alejados como India, se aconseja que la empresa constituya una sucursal o filial comercial, para dar servicio pre-venta y post-venta adecuados, además de incorporar valor añadido al producto.

2. La utilización de un agente o distribuidor: Este es el método más común de entrada en el mercado indio. Es una práctica relativamente sencilla, útil y no muy costosa. Es la fórmula normalmente utilizada por empresas pequeñas que se introducen por primera vez en el mercado y cuando se trata de productos industriales.

El distribuidor toma posesión de la mercadería y luego la revende a los clientes finales, convirtiéndose en cliente de la empresa.

El agente actúa en representación de los productos, a cambio de una comisión. También es factible entrar en el mercado indio a través de empresas fabricantes locales interesadas en ampliar su gama de productos. Estas pueden otorgar un servicio de post-venta a los compradores, facilitando así la penetración en el mercado.

Los distribuidores o agentes suelen solicitar exclusividad de marca y en algunos casos solicitan exclusividad en todo el territorio. Se deberá tener claro la capacidad del distribuidor para concederle dicha exclusividad, ya que el mercado indio es inmenso y es difícil que un solo agente pueda encargarse de todo el territorio. Se suele delimitar las zonas de actuación del distribuidor o agente y contar con más de uno. Las divisiones de los mercados que más se utilizan por las empresas extranjeras son (estas zonas son sólo orientativas): Zona Norte: Delhi Zona Oeste: Mumbai Zona Sur: Chennai, Bangalore

3. Establecimiento de una subsidiaria comercial: Esta modalidad constituye la siguiente etapa en el proceso de internalización, y es fruto de una positiva labor del agente o distribuidor el cual ha logrado tener una cuota de ventas creciente.

El establecimiento de subsidiarias comerciales es costoso, por lo que se realiza cuando el mercado representa un volumen importante del producto.

La subsidiaria se encarga de canalizar todos los pedidos de compra del mercado exterior y se encarga de vender directamente a los compradores. También la Oficina de Representación sirve para realizar estudios preliminares de mercado, investigar nuevas oportunidades de negocio, dar un servicio de post-venta y para estar presente en India por la importancia que los clientes indios otorgan a la cercanía y al trato cotidiano.

El proceso de establecimiento de una Oficina de Representación es largo y complicado, y con frecuencia requiere la participación encadenada de más de 10 órganos estatales y locales diferentes. La intervención de la empresa o agencia patrocinadora que gestione todo el papeleo es impuesta por ley, lo que sólo deja al inversor la posibilidad de elegir la que más confianza le dé.

6. NORMAS DE PROTOCOLO EN REUNIONES DE NEGOCIOS

En occidente, las virtudes del buen negocio incluyen eficiencia, fechas límites, comunicaciones dinámicas, y un anfitrión de similares condiciones. En India, sin embargo, muchas de estas virtudes son minimizadas o están ausentes. En su lugar hay conceptos, que ayudan a definir la cultura comercial en India. En este contexto, examinaremos aquellos tópicos que estimamos son los más esenciales, en el camino al éxito de sus interacciones personales en India.

Debemos considerar, que en muchos casos, las industrias más grandes o aquellas compañías experimentadas en el negocio exterior son a menudo más cercanas a sus homólogos occidentales. Por ejemplo, la Industria de Tecnología de la información en India es multinacional y por consiguiente, es una industria excepcionalmente eficiente en términos de práctica comercial y comercio internacional.

Horario laboral. En general, el día laboral es de 9am a 5pm, aunque la mayor parte de los asuntos comerciales son realizados entre las 11am y 4pm. La mayor parte de los negocios tienen un horario de almuerzo de una hora. La semana laboral es generalmente de seis días excluyendo los domingos. Algunos negocios dan a sus empleados el sábado libre o trabajan media jornada. El comercio tiene un día libre no necesariamente el domingo, en diferentes días por sectores de la ciudad.

No se trabaja durante las numerosas festividades del gobierno y religiosas. Las festividades varían según las regiones y estados de India, en base a ello, verifique esta información con la Oficina Comercial de Chile en India, Oficina Turística india, Consulado o Embajada antes de programar su visita al país.

Puntualidad. Los indios aprecian la puntualidad, pero no siempre la practican. Su agenda debe ser bastante flexible, para cambios de última hora.

En India los retrasos son inevitables, en particular tratando con la burocracia del gobierno y la congestión vehicular. El gobierno indio es conocido para moverse en un paso lento, y la comunicación dentro del país puede ser a veces un desafío, sin embargo, si uno conoce esta realidad y planea en consecuencia, estas tardanzas pueden ser evitadas o disminuidas.

La empresa familiar India. En muchas compañías en India, los niveles jerárquicos son estrictos, y el CEO de una compañía toma la figura paternal. Según su posición dentro de esta jerarquía, usted debería jugar una variedad de papeles. El lugar de trabajo a menudo está centralizado en protocolo, costumbres, y obligaciones. El orden jerárquico es estricto y saltarse esta cadena de mando puede tener efectos adversos. Por ejemplo, un empleado siempre llamará a su superior por "Señor" o "Señora", y un empleado no realizará tareas fuera de su descripción del trabajo, a menos que expresamente lo solicite un superior.

Además, habría que acercarse primero a la persona de mayor nivel jerárquico en una organización, aunque un subordinado pueda ser delegado al trabajo solicitado, ésta es una oportunidad de compartir una taza de té con el jefe y presentarse, pero depende del nivel jerárquico del visitante, si es dueño socio, Presidente, CEO su contraparte será de ese nivel, por el poder de decisión que representa.

Vestimenta. El atuendo comercial formal es normal en el lugar de trabajo, para hombres de negocios terno y corbata es apropiado. Sin embargo, en el verano intenso (mayo-julio por lo general), los hombres pueden optar por un traje *safari* indio, que es una tenida cómoda hecha de algodón. Para uso diario, las camisas manga corta y los pantalones largos son preferidos para los varones. Los pantalones cortos son aceptables para hombres sólo en actividades deportivas, las mujeres practicando footing deberían llevar puestos pantalones largos. Las mujeres de negocios deberían llevar puestos vestidos conservadores o trajes de chaqueta y pantalón. Los vestidos no deberían revelar demasiado las piernas.

Los pantalones para mujeres son también aceptables. Las sandalias o *chappals* son una alternativa durante los meses calurosos y el monzón.

Sus amigos indios le invitarán probablemente a bodas, ceremonias y acontecimientos relacionados. Para un invitado femenino occidental, sería apropiado llevar puesto un *sari* en estas ocasiones si lo desea, mostrando integración a su cultura, sus anfitriones lo interpretarán como un gesto de buena voluntad e igualdad si usted hace el esfuerzo para llevar puesto un atuendo indio. Para hombres durante ceremonias culturales, un *kurta pajama* es apropiado. Este consiste en una camisa delgada larga, por lo general hecha de seda y pantalones delgados. Las mujeres a menudo usan un atuendo similar llamado "*salwar kamiz*". Por supuesto, las mujeres indias a menudo llevan puesto un *sari* para ocasiones formales.



Salwar kamiz



Sari



Kurta pajama

Nombres y Títulos. Hay una reverencia para los títulos en India, es usual usar títulos profesionales como Profesor y Doctor, por tanto su tarjeta de presentación es clave para estratificarlo en jerarquía en la toma de decisiones y asignarle contraparte equivalente en la negociación. También oirá títulos comunes y honoríficos en el hindi usado en la imprenta y en la conversación, éstos incluyen adjuntar al principio de un nombre la palabra "Sri" o "Shri" para hombres y "Srimati" o "Shrimati" para mujeres. Al final de nombres, uno a menudo añadirá, "Ji". Espere a generar confianza antes de dirigirse a alguien por su nombre. Tradicionalmente, los indios no tienen apellidos de familia, usan la inicial del nombre del padre, seguido de su propio nombre. Por ejemplo, en una persona que se llame R. Chibalratti, la "R" significa que el nombre de su padre empieza por esa letra y Chibalratti es su nombre propio. A efectos legales deben escribirse completos el nombre del padre y el nombre propio. No obstante, en la práctica los nombres largos se acortan.

Relaciones Interpersonales y Cortesía Corporativa. El estatus social se determina por la edad, los títulos universitarios, la casta y la profesión. Los funcionarios públicos tienen más prestigio que los empleados del sector privado. La naturaleza jerárquica de la sociedad india exige que el jefe sea reconocido como el individuo de más alto rango. En algunas oficinas, los empleados se levantan de sus asientos cada vez que el jefe entra en la oficina como gesto de respeto. Los empleados también tienden a seguir el ejemplo de sus superiores en otras acciones y aspectos del ambiente laboral. Incluso si un empleado puede pensar que el jefe se equivoca, él/ella a menudo encontraría inadecuado discrepar sus puntos de vista más aun en público. El jefe toma todas las decisiones y acepta toda la responsabilidad.

Por consiguiente, usted a menudo encontrará que los subordinados están poco dispuestos a asumir responsabilidad. Si usted es el jefe, su presencia es importante, de modo que las negociaciones pueden ocurrir a un nivel superior.

En términos generales, los subordinados serán capaces de reunirse sólo con un subordinado y los jefes con jefes. En una discusión en grupo, sólo la persona de mayor jerarquía debe hablar, pero esto no significa que los demás estén de acuerdo con él, los cuales deben mantener silencio, sin contradecirlo (o a usted), como respeto jerárquico.

Similar a una familia, muchos negocios menores funcionan con apretones de manos, contratos de palabra y confianza. Si bien no hay que basar una transacción comercial internacional simplemente en la confianza, toma tiempo llegar a desarrollar contactos comerciales basados en relaciones de confianza profesional, en lo cual el *face to face*, es clave para generar la química del negocio.

La confianza profesional puede mover montañas, sobre todo en trámites de papelería. Tal contacto en gran parte informal en el mundo del comercio global, puede ser vital para comenzar a tramitar el negocio con una compañía particular o industria.

La conversación con sus amigos y familia es una parte importante de establecer una relación, con aquellos implicados en el proceso comercial. Muchos negocios indios son dirigidos por familias. Dentro de negocios dirigidos por familia, los asuntos comerciales a menudo son restringidos dentro de la familia, así, a menudo a nadie más le permiten negociar cuando la cabeza de la familia está lejos, quién por lo general guarda el control sobre la información comercial restrictiva, hasta dentro de su propio grupo familiar.

Las habilidades interpersonales así como la capacidad de formar amistades, son a veces consideradas más importantes que competencia profesional y experiencia. Sin embargo, hay admiración para el logro, así como éxitos de gestión en compañías anteriores o títulos universitarios del individuo.

Muchos indios son generalmente demasiado corteses y evasivos para contestar directamente que no. Las respuestas ambiguas, son consideradas más protocolar que una respuesta negativa franca. Por ejemplo, rehusando una invitación, un indio más probablemente puede contestar, " lo intentaré," más bien que "No, no puedo."

Un indio que vacila en responder, puede indicar una respuesta negativa. Cabe destacar que un movimiento de cabeza de derecha a izquierda unas tres veces, que está muy radicado en los indios, que podríamos interpretarlo como negativo, es un gesto de aprobación.

Crítica y Agresividad. Mientras la agresividad moderada a menudo es reverenciada en el lugar de trabajo en occidente como un signo de confianza e ingenio, en el contexto indio puede ser visto como un signo de desacato, en particular si es de un subordinado o de alguien desconocido. La crítica sobre individuos, ideas, o trabajo tiene que ser hecha con cuidado y constructivamente. Tampoco es positivo hacerles ver sus errores, ya que nunca los reconocerán. Como en la mayoría de los países asiáticos el *face saving* es fundamental. Hay que tener en cuenta que en su religión no existe el remordimiento, el propósito de enmienda ni la confesión, propio de las religiones cristianas.

En ocasiones, los negociadores indios pueden mostrar cierto aire de superioridad en su relación con los occidentales. No hay que olvidar que su civilización tiene cinco mil años de antigüedad.

Se espera que supervisores supervisen el trabajo de un individuo y toman la responsabilidad de terminar un trabajo antes de la fecha prevista. Los indios más educados en general con estudios en el exterior, tienden a seguir métodos occidentales de supervisar el trabajo de alguien como personal y completarlo según lo programado.

En base a ello, es de esperar una variedad de experiencias en el lugar de trabajo, desde límites de ambientes jerárquicos y formales tradicionales a menos formal, más lugares de trabajo occidentalizados, sobre todo en los sectores del entretenimiento, publicidad, y Tecnología de la información.

Género y el Lugar de trabajo. Como es el caso en sociedades occidentales, las mujeres en India se incorporan lentamente al campo laboral, pero la igualdad entre los sexos de ningún modo ha sido conseguida. Los hombres todavía dominan el mundo laboral en India, como en los Estados Unidos, pero los tiempos cambian, sobre todo en los nuevos sectores de la economía. En términos generales, las mujeres se sienten completamente seguras y confortables en la mayoría de las organizaciones indias.

Las mujeres extranjeras que trabajan en India deberán adaptarse a un ambiente de trabajo en el cual, es necesario tener en cuenta los códigos de vestimenta conservadores e interacciones de género mínimas, incluso existen trenes y buses en las grandes metrópolis que solo transportan mujeres. Los varones comparten con varones y las mujeres con mujeres, es usual ver a personas del mismo sexo tanto varones o mujeres, tomados de la mano, no así de sexo opuesto, en la tradición india las manifestaciones de afecto son reservadas, no se exponen en público, donde los besos y caricias están prohibidos incluso en las películas de Bollywood. Cabe mencionar que la gran mayoría se casa en base a arreglos familiares, algunos de los cuales se conocen al momento de comprometerlos o casarlos.

Tabús de Alimento. Tenga presente que la mayor parte de hindús, que es 80% de la población india, no comen carne de vacuno, y la mayor parte de Musulmanes que son un 14% de la población, no comen carne de cerdo. Para musulmanes, otros tipos de carne deben ser ritualmente procesados, *Halaal*. La Mayor parte de Jainistas no comen carne, la miel, o muchas clases de verduras. Algunos indios son vegetarianos estrictos, antecedentes que usted siempre debería tener en cuenta.

La mano izquierda en India tiene connotaciones particulares representa lo negativo del cuerpo, no así la mano derecha que representa lo positivo, auspicioso y venerado del cuerpo. Al cenar, de ser posible, use al igual que su anfitrión, su mano derecha.

Alcohol. Aunque el Islam prohíba el alcohol y la religión Sikh el alcohol y fumar, no necesariamente sus miembros son estrictos en estas observancias. Las mujeres indias tradicionales, sin tener en cuenta su religión, no fuman o beben, pero las mujeres indias de una cierta posición social si lo hacen, en especial consumo de champagne y vino blanco.

Es mejor preguntar a su invitado: "¿Qué va Usted a beber?" más bien que "¿puedo ofrecerle una cerveza?" Incluso los invitados que son bebedores no beberán el alcohol en ciertas ocasiones como festivales religiosos o si está presente, una persona mayor que respeten. Siempre hay jugos naturales y refrescos disponibles para los no bebedores. No es aconsejable beber agua que no esté envasada o servida en hoteles, el agua no es potable. Igualmente comer fuera de los hoteles y restaurantes recomendados para "occidentales" es un riesgo que aumenta cuánto más pequeña sea la ciudad visitada.

Relación Social comercial. En India, la relación de invitado-anfitrión es muy importante, y es normal para contactos comerciales invitarle a sus casas y permitirle una conversación personal para conocerlo mejor, todo ello como una parte del negocio. Se espera que uno acepte la invitación amablemente. El llevar una caja de dulces, chocolates o un simple arreglo floral, sería un gesto bienvenido.

En la conversación deben evitarse temas como la pobreza, la religión o las relaciones con el vecino Pakistán. Hablar del clima tampoco es una buena elección ya que suele ser muy caluroso y húmedo. Temas bien recibidos son: el arte, la vida de otros países, el crecimiento y perspectivas de India y el cine ya que India es el país del mundo que más películas produce, en Bombay el Bollywood de la India.

Si usted planea recibir a un invitado comercial indio, debe averiguar sobre alguna restricción alimenticia antes del evento. Algunos indios no beben alcohol o comen carne o pescado. Sin embargo, hoy en día muchos indios beben alcohol y comen carne, aunque la carne de vacuno y la carne de cerdo siempre debieran ser evitadas. El cordero, el pollo, y el pescado son las carnes preferidas por los indios que no son vegetarianos. El alimento y el *buffet* deberían estar etiquetados, facilitando la elección de lo que ellos pueden comer.

Cuando usted esté planificando un acontecimiento social, debería ponerse en contacto con cada invitado personalmente por teléfono, aun si usted ha enviado ya una invitación impresa. Está consciente que los invitados indios no siempre responderán a una petición de R.S.V.P., o asistirán aun después de confirmar asistencia. Las invitaciones deberían ser enviadas anticipadamente y las llamadas telefónicas deberían ser realizadas cerca de la realización del evento.

Los maridos o las esposas deberían ser invitados a traer a sus cónyuges a una función social, aunque sea bastante común que el cónyuge no asista. Algunos invitados traen a sus propios invitados, debe estar preparado para un número de invitados superior al esperado.

Almuerzos/Cenas de negocio. Muchas de sus interacciones comerciales no serán tan formales como anfitrión o invitado a un evento. Como en occidente, muchos negocios toman lugar en una comida en algún restaurante. Una propina en los mejores restaurantes, del 10-15 % es suficiente, si el servicio no ha sido añadido a la cuenta.

Invitación a residencia. Es habitual que a los actos sociales y cenas se llegue con bastante retraso. Antes de pasar a cenar se dedica un tiempo largo a los aperitivos y bebidas. La sobremesa no existe, una vez que han terminado de comer se levantan de la mesa, el dicho local "**indio comido, indio ido**", lo expresa muy bien. La Mayor parte de indios se quitan sus zapatos entrando en una casa ya que el calzado trae al hogar las inmundicias del mundo, así como en un templo o mezquita en señal de respeto, por tanto esté preparado para sacarse el calzado si es invitado a la residencia de su socio potencial. Si usted se queda durante la noche en la residencia de un indio, no espere tener su propio cuarto. "El cuarto de huéspedes" es un concepto conocido sólo para la clase alta. En la mayoría de las casas de clase media, el dormitorio es cualquier lugar en se pueda instalar una cama.

Cuando usted se queda en una casa con criados, y los criados han tenido un trabajo extra debido a su presencia, es un gesto apreciado y de consideración darles una propina como un regalo, cuando usted se marcha. Sin embargo, consulte con sus anfitriones y déjeles aconsejarles la cantidad apropiada para darles, ya que el ser demasiado generosos, en relación al salario mensual de los criados, puede poner a sus anfitriones en una posición incómoda.

Intercambio de Regalos. Los regalos, en general, no son abiertos en la presencia del donante. Si usted recibe un regalo envuelto, mantenerlo así hasta que el invitado se haya ido, con ello se evita la vergüenza de intercambiar regalos muy extremos en valor, por ello se aconseja informar si habrá intercambio de regalos y de qué valor estimado para que el intercambio sea homogéneo, ello principalmente para evitar que tu rostro al abrir el presente refleje decepción, incomodidad o neutralidad, es mejor mostrarse muy agradecido como que lo recibido fuera de gran valor. No envuelva regalos en papel negro o blanco, que son considerados colores desafortunados, nunca una novia utilizara dichos colores en sus vestidos. En cambio, utilice colores como el verde, rojo, y amarillo, ya que son considerados colores afortunados. Cuando sea invitado a la casa de un indio para la comida, traiga un pequeño regalo de chocolates importados o flores.

Las imágenes de perros son consideradas inaceptables para los musulmanes, nunca regale perros de juguete o regalos con imágenes de perros a musulmanes indios. Muchos hindús no usan productos que son hechos de cuero, así los productos de cuero pueden no ser regalos apropiados para amigos hindúes, jamás se siente al lado de un indio y ponga la pierna entrecruzada, mostrándole la suela del calzado, es una ofensa. Se esperará que usted pida perdón siempre que sus zapatos toquen a otra persona. También se debe evitar como regalo objetos cortantes, un abre carta aún de lapislázuli y plata no será bienvenido, se asocia a *ruptura* de amistades, negocios.

Protocolo Diario. En India la intimidad en público es mal vista, los indios de todos los grupos étnicos desaprueban demostraciones públicas de afecto entre la gente del sexo opuesto. No es bien visto saludos de abrazos y besos. Si usted es varón, fuera del trabajo no es prudente dirigirse a una mujer que esté sola.

La Mayor parte de indios evitan el contacto físico entre hombres y mujeres en público, sin embargo los indios occidentalizados estrecharán la mano al sexo opuesto. Si usted no está seguro si será bien visto ofrecer su mano como saludo, la mejor política es seguir el ejemplo de su homólogo. Las mujeres occidentales no deberían estrechar las manos con hombres indios, menos dar besos de mejillas.

También verá que los indios saludan a algunas personas tocándoles el calzado, es una señal de respeto en general a personas mayores o de cargos relevantes.

El tradicional saludo de encuentro y despedida hindú es "namaste". Para ejecutar el "namaste", mantenga las palmas de sus manos unidas (como en oración) debajo de la barbilla, incline la cabeza o dóblese ligeramente, y diga "namaste" (nah-mas-tay). Este saludo es útil para extranjeros en cualquier circunstancia en la cual un apretón de manos podría no ser apropiado. Además, esto es una alternativa sensible a un apretón de manos cuando una mujer de negocios occidental saluda a un hombre indio. El juntar las dos manos en que la derecha se asocia a lo positivo y la izquierda a lo negativo, se transmite el mensaje de paz, *que en el bien y en el mal yo le ofrezco mis respeto a Ud.*, este saludo es tradicional en especial en grupos, así se saluda a todos por igual tanto al arribo como al despedirse, sin transmitir efectos desiguales como a quien se saluda de mano, a quien se saluda de abrazo y a quien se saluda con abrazos y palmadas, reflejando grados de simpatía diferenciados de los asistentes.



"namaste," saludo tradicional en India de desear Paz.

Señalar con el dedo es considerado ofensivo, los indios prefieren señalar con la barbilla. El silbido en cualquier circunstancia es considerado ofensivo e inaceptable.

Propina y Limosna. Si usted quiere dar propina a un taxista, que es opcional, simplemente ajuste la tarifa a cifras redondas, por cierto si no tiene taxímetro debe acordar el precio del recorrido, los tres ruedas pueden costarle más caro que un taxi con aire acondicionado, sino fija la tarifa previamente. Tenga en cuenta que la renta de un VAN Toyota con chofer y aire acondicionado por 8 horas u 80 kilómetros, bordea los USD 65. En un restaurante si el servicio no está incluido una propina del 10% es más que suficiente. Mantenga siempre sencillo, ya que los taxistas y los comerciantes callejeros, a menudo afirmarán que ellos no tienen cambio.

El visitante a India no sólo se maravillará de la belleza y la complejidad de su cultura, sino también por la extremidad de su pobreza, si es conmovido a dar dinero a los pobres en las calles en especial niños, es recomendable dar donativos a e instituciones de beneficencia como Las Misioneras de la Caridad del legado de Sor teresa de Calcuta y otras, más bien que distribuir dinero a niños y mendigos en la calle, lo cual le causara un grave problema ya que aparecerán varios que incluso le impedirán continuar su viaje y tornaran agresivos. Si quiere darles algo, del desayuno guarde algunos alimentos como fruta y galletas que ofrecerles. Tenga en cuenta, que la cabeza se considera el lugar donde reside el alma, no se debe tocar nunca la cabeza de un indio, ni siquiera para acariciar el pelo de un niño. Si desea tomarse fotos con indias con vestimenta típica, con un encantador de serpientes, etc..., tenga en cuenta que debe pactar el precio.

Estacionalidad. La mejor época para visitar la India es de octubre a abril. Se evitan así las estaciones de extrema humedad y el riesgo de monzones, sobre todo en el período julio-septiembre.

Castas. Matrimonios arreglados. Vaca sagrada¹.

Trataremos de explicar temas que son de gran importancia para entender la filosofía de los indios, como son las castas, los matrimonios arreglados y la vaca sagrada.

Desde siempre la clase dominante, los miembros de la familia imperial o real junto con la clase sacerdotal definían el poder y las normas de conducta aduciendo que ellas eran designios de los

¹ Casta (hinduismo), cita textual de Wikipedia, disponible en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Casta_\(hinduismo\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Casta_(hinduismo))

dioses, y los indios no han sido la excepción en ello, como lo entenderán al leer la estratificación de la sociedad en castas, de las cuales solo se podía ascender o descender en base a futuras reencarnaciones, por decisión de los dioses. Hemos tenido revoluciones en varios países en busca de mejoras en las condiciones de vida de la sociedad, es por tanto posible para los hombres enfrentar tiranías de hombres, pero no enfrentar o contradecir los designios de los dioses.

Casta (en sánscrito *varna*, literalmente 'color' (visto como una cualidad) corresponden a una forma de estratificación social establecida, en forma tradicional y prescriptiva, por el hinduismo en la India, la cual clasifica a las personas dentro de la sociedad en cuatro grandes grupos. En forma general casta se refiere a cualquier forma de estratificación que pone énfasis en factores heredados o de nacimiento del individuo para clasificarlo socialmente.

El sistema de castas de la India, existe desde hace unos 2.500 años, está profundamente ligado al hinduismo, una de las tres religiones principales de la India.

Los cuatro grupos básicos se denominan *varnas*, o grados de ser. El hinduismo enseña que los seres humanos fueron creados de las diferentes partes del cuerpo de una divinidad llamada Brahma. Dependiendo de la parte del cuerpo de Brahma, de donde los humanos fueron creados, éstos se clasifican en cuatro castas básicas, las cuales definen su estatus social, con quién se pueden casar, y el tipo de trabajos que pueden realizar.

Las *Leyes de Manu* dictaminan que este orden es sagrado y que **nadie puede aspirar a pasar a otra casta en el transcurso de su vida**. Es decir que debe tener el oficio de su padre y casarse con alguien de su casta. Sólo mediante la sucesión de **reencarnaciones se puede ir avanzando (o retrocediendo) en este estatus**. La reencarnación no es casual, los individuos que hayan seguido las actividades correspondientes a su camino (*karma*) pueden reencarnarse en un estado superior.

A pesar de que varios reformadores sociales han tratado de abolirlo, el sistema de castas continúa siendo una característica indeleble de la sociedad india, más marcada en las zonas rurales o villas.

El primer texto hindú en hacer referencia a los *varnas* como las cuatro grandes clases es el *Purusha-sukta* del Rigveda. Allí se dice que Purusha el ser supremo o el primer ser, mediante su sacrificio de inmolación, se crearon todos los seres y cosas que existen, y de él salieron las cuatro grandes castas:

- Los *brahmanes* (sacerdotes, maestros, académicos) son la casta más alta, que según ellos salieron de la boca del Dios Brahma, la cabeza donde reside el alma.
- Los *chatrías* (clase política-militar), que salieron de los hombros, pecho de Brahma.
- Los *vaishias* (comerciantes, artesanos y agro ganaderos), que se formaron de las caderas y piernas de Brahma.
- Los *shudrás* (siervos y los obreros), que provienen de los pies de Brahma.

Además existen los intocables, los *dalits* (*parias*, *mlechas*), una clase tan baja que se considera fuera de los *varnas* y *por tanto fuera del cuerpo del Dios que los creó*. Los hindúes consideran que los *dalits* son tan bajos como el mar, antiguamente tenían que apartarse como los leprosos de las comunidades, ya que su sola sombra contaminaba los alimentos que debían destruirse.

La base de toda la moral hindú está en la idea de que cada 'varna' o casta, tiene sus propias reglas de vida o "senda del deber" (*dharma*). Al morir el cuerpo, el alma afronta su destino transmigrando a un ser inferior o superior (*karma*). Quienes siguen fielmente la "senda del deber", *dharma*, se encontrarán un poco más altos en el cuerpo de Brahma en la próxima reencarnación.

La violación de "la senda del deber", *dharma*, lleva a un descenso en la próxima reencarnación del alma, hacia el rango de paria o incluso a la reencarnación en un animal tan despreciable, como un cerdo.

Matrimonios arreglados. Es también tema sensible, pero si han entendido la filosofía de las castas, entenderán que los dioses por intermedio de su *gurú* guían a los padres para seleccionar la pareja perfecta para su hijo hija, acorde a sus cartas astrales, que definen incluso el día y hora en que debe realizarse la boda, acorde al lineamiento de los astros, lo cual está muy arraigado en la cultura india, incluso los indios que viven en el exterior casan a sus hijos hijas con indios del continente, difícilmente con locales de los países en que residen. Por tanto los dioses no pueden equivocarse y si bien la mayoría de los novios no se conocen hasta concertar el matrimonio o casarse, los hechos reflejan la solidez de tales matrimonios, basados no en amor a primera vista sino en amor después del matrimonio, ya que solo 11 sobre 1.000 matrimonios indios terminan en divorcio, una de las tasas de divorcio más bajas del mundo.

La **vaca es un animal sagrado en India**, provee el principal alimento nutricional para la población y combustible biodegradable para los más desposeídos, ello le ha permitido ser a nivel mundial el mayor productor de leche. Es usual ver en las calles a dichos animales incluso generando caos de tráfico recostadas en las principales avenidas, sin que se les perturbe su descanso.

4. INFORMACIÓN ADICIONAL

1. ORGANISMOS RELEVANTES

Ministry of Commerce

Udyog Bhavan, Rafi Marg, New Delhi 110 011.

Telephone: (11) 301-5299 or 301-6917. Fax: (11) 301-4418.

E-mail: commerce@hub.nic.in

Web address: <http://commin.nic.in/doc/welcome.html>

Ministry of External Affairs

South Block, New Delhi 110 011.

Telephone: (11) 301-2318 or 301-1165. Fax: (11) 301-6781.

E-mail: webmaster@meadev.gov.in.

Web address: <http://meadev.nic.in/1page.htm>

Ministry of Finance, Government of India

Government of India, North Block, New Delhi.

Contact email addresses:

Joint Secretary (Administration), Economic Affairs: jsdea@finance.delhi.nic.in

Joint Secretary (Administration), Expenditure : jsexp@finance.delhi.nic.in

Joint Secretary (Administration), Revenue: jsrev@finance.delhi.nic.in

Web address: finmin.nic.in

Ministry of Tourism

Web address: <http://www.tourisminindia.com/>

Government of India Tourist Office (GITO)

88 Janpath, New Delhi 110 001.

Telephone: (11) 332-0342 or 332-0005 or 332-0008 or 332-0266.

Tel/Fax: (11) 332-0109.

India Tourism Development Corporation Ltd (ITDC)

L1 Connaught Place, New Delhi 111 001.

Telephone: (11) 332-0331 or 332-2336. Fax: (11) 332-0331.

Contactos bancarios:

Reserve Bank of India: <http://www.rbi.org.in/>

State Bank of India: <http://www.statebankofindia.com/>

Indian Banks Association: <http://www.indianbanksassociation.org/>

International Monetary Fund: <http://www.imf.org/>

World Bank: <http://www.worldbank.org/>

Bank for International Settlements: <http://www.biz.org/>

Website of Commercial Banks in India <http://www.ficci.com/ficci/index.htm>

National Stock Exchange of India, Limited

Web address: <http://www.nse-india.com/>

Note that there are twenty regional stock exchanges as well. For more information, see:

<http://www.nse-india.com/>

Security and Exchange Board of India

E-mail: sebi@sebi.gov.in

Web address: <http://www.sebi.gov.in/>

Patentes: <http://ipindia.nic.in/ipr/patent/patents.htm>

Aranceles:

Schedule of Customs duties- The Customs Tariff Act 2005 <http://www.cbec.gov.in/customs/cst-0708/cst-main.htm>

Website of Central Board of Excise and Customs <http://www.cbec.gov.in/>

The Customs Act 1962 <http://www.cbec.gov.in/customs/cs-act/cs-act-idx.htm>

Customs Manual http://www.cbec.gov.in/customs/cs-manual/manual_idx.htm

Asociaciones empresariales gremiales nivel nacional

Confederation of Indian Industry <http://www.indianindustry.com> , <http://www.cii.com>
<http://www.ciionline.org>

Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry <http://www.ficci.com>

The Associated Chambers of Commerce and Ind. of India <http://www.assochem.org>,

<http://www.indiamart.com/assocham>

Cámaras de comercio regionales

PHD Chamber of Commerce & Industry <http://www.phdcci.org/>
 Bharat Chamber of Commerce <http://www.allindia.com/bcc>
 Indian Merchants Chamber <http://www.imcnet.org>
 The Fedration of Andhra Pradesh Chambers of Commerce and Industry. <http://www.fapcci.org>
 Bombay Chamber of Commerce & Industry <http://www.bombaychamber.com>
 The Cochin Chamber of Commerce & Industry <http://www.cochinchamber.com>
 Goa Chamber of Commerce and Industry <http://www.goachamber.org>
 Southern Gujarat Chamber of Commerce and Industry (SGCCI) <http://www.suratchambers.com>
 Gurgaon Chamber of Commerce and Industry <http://www.gurgaonchamber.org>
 Madras Chamber of Commerce <http://www.chennaievents.com/mcci>
 Indian Chamber of Commerce www.indianchamber.org/
 Tamil Nadu Chamber of Commerce and Industry India <http://epages.webindia.com/india/tn-chamber>
 Merchants' Chamber of Commerce www.mercham.org/glassco_india.htm
 Kanara Chamber of Commerce and Industry www.allindia.com/kcci/
 Salem Chamber of Commerce www.salem-chamber.org/
 Udaipur Chamber of Commerce and Industry www.ucciudaipur.com
 The Bengal Chamber of Commerce and Industry www.bengalonthenet.com/economy/chambers/
 The Calcutta Chamber of Commerce www.bengalonthenet.com/economy/chambers/
 Bengal National Chamber of Commerce & Industry www.westbengal.com/bncci/

Asociaciones Industriales en India

Automotive Components Manufacturers Association of India (ACMA) www.indianauto.com/
 Automotive Tyre Manufacturers Association (ATMA) www.atmaindia.com/
 All India Biotech Association (AIBA) www.aibaonline.com/
 Builders' Association Of India www.baidc.com/
 Cement Manufacturers' Association www.cementindia.com
 Indian Chemical Manufacturers Association www.icmaindia.com
 Consulting Engineers Association of India www.ceaindia.org
 All India Distillers' Association www.aidaindia.org
 Indian Drug Mfrs Association www.idma-assn.org/
 Electronic Component Industries Association www.elcina.com/
 Indian Electrical & Electronics Manufacturers' Association www.ieema.org
 The Fertilizer Association of India www.fadinap.org/india/developments.htm
 Hotel Association of India www.hotel-assn-india.com/
 Federation Of Hotel & Restaurant Association of India www.fhraindia.com/index.htm
 Indian Association of Tour Operators www.iato.net
 All India Plastic Manufacturers Association www.aipma.org
 Indian Jute Industries Research Association www.ijira.org
 Indian Oilseeds and Produce Exporters Association www.iopea.com
 Internet Service Providers Association of India www.ispai.org/
 National Association of Software and Service Companies (NASSCOM) www.nasscom.org
 Indian Small Scale Paint Association www.isspa.org
 Pesticides Manufacturers & Formulators Association of India www.pmfai.org/

All India Plastic Manufacturers Association www.aipma.org
 Organization of Plastic Processors of India www.oppindia.org
 Silk Association Of India silkassociation.com/
 Federation of Indian Micro and Small & Medium Enterprises - FISME www.fisme.org.in
 The Solvent Extractors' Association of India www.seaofindia.com/
 Indian Sugar Mills Association www.indiansugar.com/
 Indian Tea Association www.indiantea.org
 Association of Basic Telecom Operators (ABTO) www.abto.org/
 Cellular Operators Association of India (COAI) www.coai.com/
 Tools & Gauge Manufacturers Association Of India www.protosystech.com/tagma
 Indian Wind Power-Indian Wind Turbine Manufacturers Association www.indianwindpower.com/

Consejos de promoción de exportación en India

Federation of Indian Export Organisation <http://www.fieo.com>
 Agricultural and Processed Food Products Export Development Authority (APEDA) <http://apedaweb.nic.in/>
 Apparel Export Promotion Council <http://www.aepc.com/>
 Carpet Export Promotion Council www.indiancarpets.com/
 Chemical & Allied Products Export Promotion Council www.capexil.com/
 Cashew Export Promotion Council of India www.cashewindia.org/
 Cotton Textile Export Promotion Council <http://texprocil.com/>
 Electronic & Computer Software Export Promotion Council www.indiansources.com
 Engineering Export Promotion Council www.eepc.gov.in
 Gems & Jewellery Export Promotion Council www.gjepc.org/
 Export Promotion Council for Handicrafts www.epch.asiansources.com/
 Handloom Export Promotion Council www.hepcindia.com/
 Council for Leather Export www.indianbusiness.com/ie/leatherpol.htm
 Overseas Construction Council of India projectexports.nic.in/
 Plastic Export Promotion Council plexcon.org/
 Powerloom Development & Export Promotion Council www.pdexcil.org/
 Wool & Woolens Export Promotion Council www.wwepc.com

Otras Fuentes de Información

India Brand Equity Foundation www.ibef.org
 India Business Directory <http://www.indiamart.com/>
 Business Information Services Network for India <http://www.bisnetworld.net>
<http://www.bisnetindia.com>
 Information in the area of clean, energy efficient and climate friendly technologies, products and services <http://www.cleantechindia.com>
 SAARC Countries Information Centre <http://www.saarcnet.org>
 Technology Innovation Management and Entrepreneurship Information Services <http://www.technopreneur.net>
 Agri-business Information Centre <http://www.agroindia.org>
 Indian Ocean Rim Countries Business Information Database <http://www.iornet.com>
 African Countries Trade & Investment Policy Information and Business Directories <http://www.bisnetafrika.com>
 Indian Sources Online <http://www.indiansources.com>

India Trade Promotion Organization (ITPO) <http://www.indiatradepromotion.org>
<http://www.textstylesindia.com>
India Investment Centre http://iic.nic.in/vsiic/iic1_a.htm
Directory of bank offices in India <http://www.rbi.org.in/dob/intro.html>

Diarios (en inglés)

The Economic Times: <http://www.economictimes.com/>
The Times of India: <http://www.timesofindia.com/>
Indian Express: <http://www.indian-express.com/>
The Hindu: <http://www.hinduonnet.com/>
Hindustan Times: <http://www.hindustantimes.com/>
The Deccan Herald: <http://www.deccanherald.com/>
The Telegraph: <http://www.telegraphindia.com/>
The Statesman: <http://www.thestatesman.net/>

2. FERIAS COMERCIALES INTERNACIONALES A REALIZARSE EN EL MERCADO

Las ferias más importantes en India

Alimentos:

- Annapoorana <http://www.worldoffoodindia.com/>
- Fine Food India <http://www.finefoodindiaexpo.com/>

Turismo:

- SATTE <http://www.satte.in/>
- OTM <http://www.otm.co.in/>

Construcción:

- Constru India <http://www.construindia.com/>
- Delhi Build <http://www.tradeindia.com/TradeShows/36356/Delhi-Build-2013.html>

Se puede revisar el sitio de India Trade Promotion Organisation que contiene el programa actualizado de las ferias <http://www.indiatradefair.com/>