

ANÁLISIS DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS DE LA CÁMARA COLOMBIA
INDIA DE COMERCIO E INDUSTRIA Y PROPUESTA PARA EL INTERCAMBIO
COMERCIAL EN EL SECTOR INDUSTRIAL

PROYECTO

POR: DANIELA ROBLES SANTOS

TALLER DE GRADO II

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

2012

Tabla de contenido

1. TITULO.....	10
2. INTRODUCCIÓN.....	11
3. ANÁLISIS DEL COMERCIO BILATERAL ENTRE COLOMBIA E INDIA.....	14
3.1 PRINCIPALES PRODUCTOS:.....	14
3.2 VENTAJAS DE COLOMBIA.....	15
3.3 OPORTUNIDADES PARA INDIA.....	15
3.4 ENTORNO.....	17
3.4.1 Inversión Segura y rentable.....	17
3.4.2 Compromisos públicos en la oferta de incentivos para la inversión y estabilidad para los negocios.....	18
3.4.3 Desempeño económico sostenido el cual garantiza un entorno empresarial competitivo y un mercado domestico atractivo.....	18
3.4.4 Plataforma exportadora con acceso a 1.500 millones de consumidores.....	18
3.4.5 Recursos humanos para un óptimo desempeño empresarial.....	19
3.4.6 Múltiples polos de desarrollo con oportunidades diferenciadas para la inversión.....	19
3.4.7 Diversidad biológica y de pisos térmicos.....	19
3.4.8 Colombia cuenta con muchas ciudades que ofrecen oportunidades únicas de inversión.....	20
4. ANÁLISIS DE PORTAFOLIO DE LAS CÁMARAS BILATERALES Y BENCHMARKING.....	22
TABLA 1 . BENCHMARKING CÁMARAS DE COMERCIO COLOMBO CHINA Y ALEMANA.	22
5. FACTORES ESPERADOS POR EMPRESARIOS.....	24
5.2 ANÁLISIS GRÁFICO DE LA PRUEBA PILOTO:.....	25
6. PROPUESTA DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS PARA LA CÁMARA COLOMBIA INDIA DE COMERCIO E INDUSTRIA.....	30
6.1 FORMAS DE PROMOCIÓN Y CANALES PARA EL SECTOR INDUSTRIAL.....	30
6.1.1 EEPC INDIA.....	31
6.2 NECESIDADES DE LOS EMPRESARIOS ÍNDIOS.....	33
6.4 MARKETING.....	34
7. BIBLIOGRAFÍA.....	36
8. ANEXOS.....	39
8.1 ANEXO 1: COMERCIO BILATERAL ENTRE COLOMBIA E INDIA.....	39
8.2 ANEXO 2: TABULACIÓN DE LA PRUEBA PILOTO.....	40

Lista de Tablas

Tabla 1 . Benchmarking Cámaras de Comercio Colombo China y Alemana.....	16
Tabla 2 . Servicios Cámara Colombo India de Comercio de Industria.....	18
Tabla 3. Impacto redes sociales (Marketing.es).....	28

1. Título

Análisis del portafolio de servicios de la Cámara Colombia India de Comercio e Industria y propuesta para el intercambio comercial en el sector industrial.

2. Introducción

Una Cámara de Comercio es una organización voluntaria de empresas, funcionarios públicos, profesionales y ciudadanos interesados en la difusión, promoción y desarrollo de oportunidades comerciales e industriales en sus zonas (Britannica, 2011).

Dentro de las cámaras bilaterales encontramos a la Cámara Colombia India de Comercio e Industria (Industria, 2010), la cual fue constituida como una entidad privada, sin ánimo de lucro, el 26 de septiembre de 2008 por empresarios de Colombia e India motivados por promover y consolidar un escenario para el fortalecimiento de las relaciones comerciales y de inversión entre ambos países, esta cámara se creó oficialmente por acta No. 1 del 26 de septiembre de 2008, inscrita en la Cámara de Comercio de Bogotá D.C. el 10 de noviembre de 2008.

El mundo en Colombia ha aumentado su flujo de IED pasando de 2.436 millones de dólares en 2000 a 10.583 millones de dólares en 2008 lo cual significa que Colombia cada vez más es considerada por el mundo en general como un destino apropiado para invertir. La IED de India en Colombia entre 2000-2009 fue de 2,0 millones de dólares con una participación del 0,006%. Por su parte la IED de Colombia en India fue de 5,7 millones de dólares y tuvo una participación el 0,040%. Lo anterior evidencia que la IED es más grande de Colombia en India que la de India en Colombia, esto quiere decir que faltan empresarios Indios interesados en invertir cada vez más en Colombia y esto se logra a través del reconocimiento internacional, de acuerdo con análisis realizados por Proexport, y comentarios del director de la Cámara Colombia India de comercio e

industria indican que esta variable es definitiva en el desarrollo de este proyecto.(Ver Anexo 1)

El analizar los servicios de la Cámara Colombia India de Comercio e Industria permitió identificar nuevas oportunidades de crecimiento, así como de alianzas internacionales. De esta forma las relaciones entre ambos países serán cada vez más amplias y la oportunidad de crecimiento en aspectos culturales, políticos y económicos también. En este documento se muestran cuáles servicios permiten a la Cámara Colombia India de Comercio e Industria incrementar el intercambio comercial entre Colombia e India en el sector de la Industria.

Según informe de IED de India en Colombia, India se ubica en el puesto 55 del ranking de países fuentes de inversión en Colombia entre 2000 y 2010 con US\$2,4 millones.

El crecimiento de la Cámara Colombia India de Comercio e Industria se ve reflejada en el crecimiento de afiliaciones; en el año 2008 había 32 afiliados, y en el año 2011 incremento a 50 afiliados de los cuales 6 son Indios, esto muestra que ha incrementado el número de empresarios Colombianos interesados en invertir en India y viceversa. (Rodriguez, 2011) Estas cifras muestran un crecimiento importante de afiliados colombianos e indios, no obstante, es evidente que hacen falta afiliaciones de Indios.

Los sectores de Minería y Comercio han concentrado más del 89% de los flujos de IED de India en Colombia entre 2008 y primer semestre de 2010. Con base en el estudio de segmentación que realizó Proexport, el cual se validó con la oficina comercial de Proexport en India, se determinó que entre varios sectores con potencial de inversión

para empresas Indias en Colombia, los sectores de Alimentos procesados, Automotriz-ensamble, Cosméticos y artículos de aseo, materiales de construcción, metalmecánica, plásticos, software y servicios TI y telecomunicaciones son los que presentan las mayores oportunidades de promoción y éxito en Colombia (Proexport Colombia, 2010). Como evidencian las cifras, el sector industrial es de gran interés en el comercio bilateral.

La metodología de la investigación utilizada en este trabajo es de enfoque cualitativo, este enfoque se caracteriza porque no se fundamenta en la estadística, desarrolla preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Estas actividades sirven para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes y después refinarlas y responderlas (Sampieri, 2011).

Los individuos encuestados y analizados son empresarios Indios y Colombianos, pertenecientes al sector de la industria e interesados en el comercio entre Colombia e India.

Se utiliza el método de muestreo no probabilístico, muestreo por conveniencia (Bernal, 2006, págs. 112-113) ya que no se puede cuantificar la representatividad de la muestra dado que por cuestiones logísticas es difícil entrevistar un gran número de empresarios Indios. Casos individuales representativos, no desde el punto de vista estadístico (Sampieri, 2011). Teniendo en cuenta la capacidad operativa de recolección y análisis, el número de casos que se puede manejar de manera realista y accesible, y de acuerdo con los recursos que se disponen se establece una muestra de seis empresarios los cuales serán 40% Colombianos y 60% Indios. Este número de casos responden a las preguntas de investigación y llevan al análisis del caso (Sampieri, 2011, pág. 394).

La recolección de datos consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes (emociones, prioridades, experiencias, significados y otros aspectos subjetivos). El investigador pregunta cuestiones abiertas, recolecta datos expresados a través el lenguaje escrito, verbal y no verbal, visual, los cuales describe y analiza y los convierte en temas que vincula a sus tenencias personales. (Todd, 2005) La preocupación directa del investigador se concentra en las vivencias de los participantes tal como son sentidas y experimentadas. (Webb, 1988)

3. Análisis del Comercio Bilateral entre Colombia e India

3.1 Principales Productos:

Según la balanza comercial del anexo 1 los sectores más atractivos para los dos países, para exportación hacia India según el Comercio bilateral de Colombia con India (Ministerio de Comercio, 2010) son; Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso (con una participación Enero-Agosto 2010 del 71,8%), Coques y semicoques de hulla, incluso aglomerados, carbón (Con una participación Enero-Agosto 2010 del 19,2%). En productos de importación desde India los principales productos son; Motocicletas y ciclos con motor (con una participación Enero-Agosto 2010 del 26,3%), hilados de algodón excepto hilo de coser (con una participación Enero-Agosto 2010 del 14,2%).

Existen dos principales sectores de exportación e importación; los principales sectores de exportación son el Petróleo (con una participación del 78%) y el carbón (con una participación del 19%). Los principales sectores de importación son Química Básica (con una participación del 31%) y textiles (con una participación del 13,2%)

3.2 Ventajas de Colombia

Según (Proexport Colombia, 2010) Colombia es un mercado que crece dos veces al ritmo de América Latina: Según datos de IDC, Colombia es el tercer país en América Latina en ventas de TI, alcanzando en 2010 USD 4.258 millones. La industria de Software en Colombia creció 131%, y la industria de Hardware 42% en los últimos 4 años. El gobierno está decidido a apoyar y dar impulso al sector por medio del Programa de Transformación Productiva, como una estrategia consolidada para el fomento y crecimiento de sector, que en los últimos años han generado un ambiente adecuado para su potencialización y reconocimiento a nivel mundial. Además de esto, Colombia demuestra su compromiso con el sano desarrollo de la industria, junto con Brasil, Colombia tiene la tasa de piratería más baja de la región, 54% 2010.

Colombia hace parte del Centro Latinoamericano para operaciones escalables de soporte técnico y servicios de voz de alto valor agregado para IT (soporte de ventas regional, servicio al cliente corporativo). Tiene oportunidades para el desarrollo y la integración de servicios TI y Aplicaciones; Oportunidades de fusiones y adquisiciones de empresas de Software; Oportunidades para Centros de Datos; Oportunidades para la prestación de servicios de telecomunicaciones a un mercado en crecimiento, y fortalecimiento de la infraestructura de telecomunicaciones.

3.3 Oportunidades para India

El TLC con Estados Unidos, que entrará en vigencia el próximo 15 de mayo, constituye para Colombia un gran instrumento para la prosperidad del país. La eliminación de barreras y la seguridad jurídica que se tendrá con los Estados Unidos

contribuirá al fortalecimiento del sector productivo nacional y la llegada de nueva inversión extranjera. Este es el resultado de un trabajo conjunto con el que los empresarios colombianos podrán acceder a nuevas tecnologías y afianzarse en la exportación de servicios, gracias a la negociación que se alcanzó en estos temas.

En industria, gracias al Tratado el 99,9% de la oferta exportable colombiana obtiene acceso inmediato libre de arancel. El 81,8% de los productos industriales estadounidenses, lo tendrá en el país. De esta última cifra, el 92,5% corresponde a materias primas y bienes de capital no producidos en Colombia. En cuanto al sector agroindustrial, unos de los principales ganadores serán los productores de grasas y aceites. Estos tienen gran potencial, gracias a que muchos de ellos son elaborados a partir de palma, lo cual significa que tienen menores contenidos grasos nocivos para la salud, condición valorada por los consumidores de Estados Unidos.

(Industria, 2012)

El Presidente estadounidense Barack Obama afirmó que con los nuevos convenios comerciales realizados con India pretende eliminar las barreras que frenan el comercio entre ambos países. Calificó a India como “mercado del futuro” y “socio indispensable” de EE.UU. en el siglo XXI. Los convenios comerciales incluyen la adquisición de 33 Boeing 737 por parte de la empresa aérea india AspicJet Airlines; la compra de motores de avión General Electric conforme a planes de las fuerzas armadas de India; y un acuerdo preliminar para la venta de diez aviones C17 de Boeing a la Fuerza Aérea de India. El presidente también anunció nuevas medidas para las exportaciones, las cuales facilitarán aun más los negocios de las compañías estadounidenses con India. Los países acordaron negociar las barreras comerciales en bienes agrícolas, servicios y manufactura;

impulsarán los flujos bilaterales de inversión y la protección de la propiedad intelectual. Las exportaciones estadounidenses a India han crecido con rapidez en los últimos años y se mantuvieron relativamente sólidas el año pasado, aun cuando el comercio mundial se vio afectado por la crisis económica. Estados Unidos exportó cerca de 16,500 millones de dólares en bienes a India, apenas un 7% menos que en el 2008. Por su parte, las importaciones estadounidenses de productos indios fueron de 21,200 millones de dólares. (CNN)

Este acuerdo firmado por Colombia recientemente puede ser un atractivo para los empresarios Indios ya que al tener negocios también con Estados Unidos y Colombia con los mismos puede llegar a servir en algún punto.

3.4 Entorno

3.4.1 Inversión Segura y rentable

Colombia nunca ha incumplido sus obligaciones financieras internacionales y adicionalmente, es la economía 36 en el mundo y la 5 en Latinoamérica. Adicionalmente, el país cuenta con la segunda mayor población hispanoparlante en el mundo. En seis años el número de visitantes internacionales se triplicó al pasar de 668 mil en 2003 a 1,7 millones en 2009. Mientras que en el mundo el turismo descendió un 4% en Colombia aumentó un 10,2% durante 2009. (Proexport) Según el (Mundial, 2010) Colombia es el tercer país más “amigable” para hacer negocios en Latinoamérica, y mayor reformador en la región. Es el país en Latinoamérica que más protege a los inversionistas, ocupando la quinta posición a nivel mundial. Sus

exportaciones totales entre 2003 y 2009 se triplicaron, pasando de US\$ 13.129 millones a US\$ 32.852 millones.

3.4.2 Compromisos públicos en la oferta de incentivos para la inversión y estabilidad para los negocios

Colombia cuenta con dos tipos de Zonas Francas disponibles: Zona Franca Permanente y Zona Franca Uniempresarial. El 15% de impuesto sobre la renta y la posibilidad de vender en mercados locales. (Proexport, Incentivos a Inversionistas en Colombia)

3.4.3 Desempeño económico sostenido el cual garantiza un entorno empresarial competitivo y un mercado domestico atractivo

El crecimiento promedio del PIB colombiano en la última década ha sido significativamente superior al promedio mundial. En 2009, mientras el PIB mundial decrecía, la economía colombiana continuaba creciendo y en 2010 superó las expectativas de crecimiento de la economía mundial. Según el informe del (HSBC) sobre las proyecciones de crecimiento de las economías del mundo para el 2050, Colombia aparece entre las 30 mejores posiciones en la clasificación. El PIB Per Cápita se ha duplicado en los últimos seis años.

3.4.4 Plataforma exportadora con acceso a 1.500 millones de consumidores

Para el año 2010, los tratados de Libre Comercio nos permitieron un mayor acceso a mercados preferenciales de más de 1.500 millones de consumidores. La agenda comercial para 2010 incluyó 12 Acuerdos de Libre Comercio (ALC) con 48 países, 19 Acuerdos

para Prevenir la Doble Tributación (ADT) con 21 países y 22 Acuerdos Internacionales de Inversión (AII) con 48 países. (Proexport, Plataforma Ideal para Exportaciones)

3.4.5 Recursos humanos para un óptimo desempeño empresarial

Según el (IMD) Colombia ocupa el segundo lugar en disponibilidad de mano de obra calificada y tiene la regulación laboral que menos obstaculiza las actividades de negocios en Latinoamérica. También Colombia tiene el mejor Índice de Flexibilidad Laboral en la Región. Adicionalmente, en comparación con otros países desarrollados y en vía de desarrollo, la mano de obra colombiana ofrece competitividad a nivel salarial. “Fuerza laboral más productiva en Sur América” (PriceWaterHouseCooper)

3.4.6 Múltiples polos de desarrollo con oportunidades diferenciadas para la inversión

Colombia es un país de regiones y oportunidades diferenciadas para la inversión. A diferencia de otros países latinoamericanos, en Colombia hay 10 ciudades/áreas metropolitanas con población superior a 500.000 habitantes. Gracias a la diversidad de condiciones (clima, flora y fauna, desarrollo, ubicación, etc.), cada región del país ofrece oportunidades diferenciadas para el desarrollo de los diferentes sectores industriales.

3.4.7 Diversidad biológica y de pisos térmicos

Según (Trends) por metro cuadrado Colombia es el primer país con mayor diversidad (plantas, mamíferos y aves) y cuenta con más de 50.000 especies vegetales conocidas, de las cuales el 36% son endémicas, posicionándolo como el segundo país de mayor diversidad florística a nivel mundial. Al estar ubicado en el trópico cuenta con diversidad

de pisos térmicos con alturas sobre el nivel del mar propiciando la existencia de diversos ecosistemas, como bosques naturales, áreas de sabanas, zonas áridas, humedales, picos de nieve entre otros.

3.4.8 Colombia cuenta con muchas ciudades que ofrecen oportunidades únicas de inversión.

Dada la posición estratégica que Colombia tiene en Sur América la hace privilegiada frente a otros países. Colombia cuenta con ciudades con una alta disponibilidad de mano de obra, hasta ciudades con puertos de gran capacidad.



A continuación se muestran las más importantes ciudades y departamentos con la principal descripción de sus oportunidades de inversión:

- Oportunidades de Inversión en Barranquilla - Atlántico: centro industrial y portuario.
- Oportunidades de Inversión en Bogotá D.C. - Cundinamarca: centro de oportunidades.
- Oportunidades de Inversión en Bucaramanga - Santander: centro académico y de servicios.
- Oportunidades de Inversión en Cali - Valle del Cauca: puerta de Colombia hacia el Pacífico.
- Oportunidades de Inversión en Cartagena - Bolívar: centro turístico e industrial.
- Oportunidades de Inversión en Cúcuta - Norte de Santander: ciudad sin fronteras.
- Oportunidades de Inversión en Medellín - Antioquia: capital industrial de Colombia.
- Oportunidades de Inversión en Triángulo del Café: región de oportunidades.

4. Análisis de portafolio de las cámaras bilaterales y benchmarking

Tabla 1 . Benchmarking Cámaras de Comercio Colombo China y Alemana

Servicios	Descripcion Colombo China	Descripcion Colombo Alemana
Informacion Especializada	-	
Misiones comerciales y culturales a la medida	Misiones comerciales a China	En un mundo globalizado hoy en día es muy importante identificar nuevas oportunidades de negocio y ampliar el conocimiento y la competitividad de la empresa.
Contactos comerciales	La Cámara proporciona a las empresas en Colombia la posibilidad de viajar a China en busca de oportunidades de negocios, para esto organizan sus agendas para contactarlos con las empresas de su interés, también tienen paquetes donde se incluyen los servicios completos.	apoyo en la consecución de ofertas para todo tipo de maquinaria y/o servicios de empresas en Alemania.
Estudios de Mercado	Oportunidades de negocio, la investigación y estudios del mercado Colombiano y Chino pueden brindar información valiosa a los empresarios interesados en conocer la viabilidad, características del mercado, tendencias, precios entre otros aspectos al momento de introducir sus productos a Colombia.	El estudio de mercado le brinda información acerca de la situación económica, política, legal y cultural de un mercado local determinado. Le informa sobre las oportunidades y riesgos que existen para un compromiso empresarial; no importa si quiere comprar, vender, producir o prestar servicios.
Bases de Datos	La Cámara participa activamente con el Ministerio de Comercio de la República Popular China en el establecimiento de herramientas de recopilación de información de proveedores y compradores, cuentan con bases de datos de empresarios, donde se pueden ubicar posibles clientes dependiendo el sector y actividad requerida por sus afiliados para así obtener toda la información sobre el comercio bilateral.	-
Organización de eventos	-	Relaciones públicas y organización de eventos
B2B Meetings	Promueven la participación de empresarios en ruedas de negocios con empresarios Colombianos con el fin de crear escenarios donde se puedan concretar negocios y establecer nexos comerciales beneficiosos. Cuentan con grupos de expertos para orientarlos sobre como hacer negocios en el mercado chino.	-
Asesoría a empresas Indias que desean instalarse en Colombia	Para firmas de contratos de representación exclusiva de calidad y consularización de documentos. Además guían su proceso de importación y exportación con empresas especializadas para éstos procesos comerciales (Navieras, expedición del certificado Invima, revisión de mercancía, entre otros).	Para facilitar a las empresas alemanas el ingreso al mercado de los países Andinos, ofrecemos nuestros servicios comerciales de forma unificada y a través de un solo interlocutor para toda la zona.
Asesoría a empresas Colombianas en procesos logísticos legales, comerciales	Documentos legales y creación de empresas	-

Publicidad en Pagina Web de la CCICI	-	-
Apoyo Logístico	Trabajan con las navieras más importantes y desarrolladas del mundo: EMC, NYK, MSC, COSCO, CMA y muchas otras con lo que garantizan un servicio constante de envíos ya sea por contenedor o carga suelta.	-
Traducciones	La Cámara ofrece traducciones del español al chino, español - inglés, inglés - español, chino - español, según las necesidades de sus afiliados y tipo de documentos a traducir.	-
Planes Turísticos	Siempre es necesario tomar un tiempo para descansar y conocer nuevos destinos, culturas y hacer amigos. Cuentan con información de las diferentes regiones turísticas de China así como contactos en agencias de viajes y empresas especializadas.	-
Visas	Asesoran a nuestros afiliados con todos los tramites de visas, así mismo aclaramos cualquier duda que se les pueda presentar en este tema.	-
Informacion General	Buscan satisfacer las necesidades de cualquier tipo de información acerca de China que nuestros afiliados puedan necesitar, para que tomen la mejor decisión y resuelvan todas sus dudas.	-
Informacion estadística	La información estadística permite describir el entorno, comportamiento y situación de los países y regiones, es por eso que contamos con una base de datos estadísticos de Colombia, China y el mundo.	-
Recomendaciones	Buscan satisfacer las necesidades de cualquier tipo de información acerca de Colombia que nuestros afiliados puedan necesitar.	-
Recomendaciones	-	-
Contacto Director con Socios Comerciales	-	Establecimiento de un primer contacto a través de correo directo a socios comerciales
Gestion de ptoyectos	-	Apoya mas la gerencia de proyectos internacionales entre Colombia y Alemania. Nuestro valor agregado radica en la existencia de un grupo de trabajo multicultural y políglota. También hacemos parte de la red de cámaras alemanas alrededor del mundo. Apoyo en la formulación del proyecto, coordinación de la contraparte internacional, administración financiera ,elaboración de informes, lobbying, a través de este servicio la Cámara de Industria y Comercio Colombo-Alemana pone a disposivión de sus empresas afiliadas, sin costo alguno, hojas de vida de profesionales en diferentes áreas en busca de nuevos retos laborales. Con base en un requerimientos específicos por parte de las empresas, la Cámara de Industria y Comercio Colombo-Alemana realiza la intermediación ésta y el candidato ideal. En cualquier caso, la empresa interesada se contactará directamente con el (los) candidato(s).
Creacion de empresas	-	ofrece a través de la red de cámaras en Alemania externos el servicio de ayuda en la creación y registro de empresas en Alemania.
Registro de marcas	-	A través de nuestra red de cámaras alemanas en Latinoamerica y las cámaras locales en Alemania también ofrecemos ayuda en el registro y protección de marcas
Perfil de empresas	-	A través de nuestros abogados externos y de la cooperación de la cámara local en Alemania prestamos el servicio de información de empresas. A través de este podemos obtener información de empresas legalmente constituidas en Alemania como lo son los registros de cámara de comercio e informaciones generales sobre el estado de estas compañías.
Servicio Informativo de empleo	-	-

Tabla 2 . Servicios Camara Colombo India de Comercio de Industria

Servicios de la camara Colombo India	
Servicios	Descripcion
Informacion Especializada	Datos puntuales de acuerdo con necesidades especificas
Misiones comerciales y culturales a la medida	Programa de preparacion y organizacion de misiones empresariales y culturales a la India. De acuerdo a las necesidades especificas de la empresa o instrucion.
Contactos comerciales	Informacion hasta de 5 empresas para establecer contactos comerciales. Datos puntuales por producto o servicio segun solicitud especifica.
Estudios de Mercado	Posibilidades de ingreso de productos y/o servicios a India y Colombia.
Bases de Datos	Datos puntuales por actividad economica de la empresa.
Organización de eventos	A solicitud de la empresa / eventos comerciales, culturales y deportivos.
B2B Meetings	Organizacion de agendas, realizacion de las reuniones y seguimiento de las mismas. Servicio incluye el lugar de las reuniones y la promocion del evento.
Asesoría a empresas Indias que desean instalarse en Colombia	Asesoría legal, comercial, logística. Incluye acercamiento a las autoridades gubernamentales y gremiales del sector de la empresa.
Asesoría a empresas Colombianas en procesos logísticos legales, comerciales de la China	De acuerdo a la solicitud especifica de la empresa.
Publicidad en Pagina Web de la CCICI	Publicidad en la Pagina Web por un a;o.

Benchmarking: La información especializada de la CCICI debe ser más detallada pues esto hace que los clientes se enfoquen mejor en que necesidades específicas tienen. A la CCICI le hace falta el servicio de ayuda en creación de Empresas.

Comparando los servicios de la CCICI con los de la CICCA, a la CCICI le hace falta la parte de gestión de proyectos, de registro de marcas y de bases de datos.

5. Factores esperados por empresarios

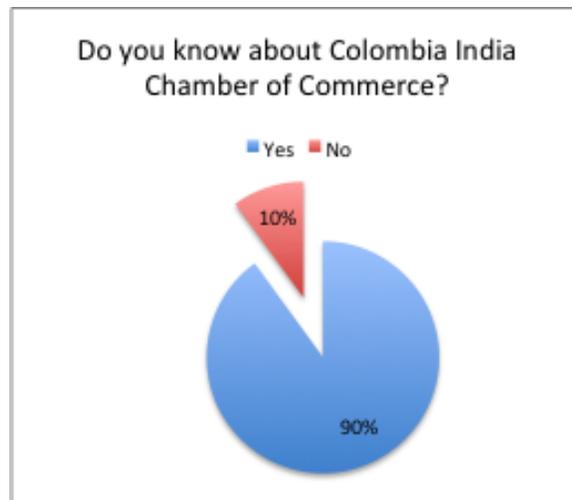
Las entrevistas que se aplicaron son semiestructuradas, las cuales se basan en una guía de preguntas donde el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos y obtener más información. Son abiertas para que los participantes expresaran de la mejor manera sus experiencias sin ser influidos por la perspectiva del investigador. (Sampieri, 2011, pág. 418)

En la rueda de negocios del sector industrial que se llevó a cabo el 30 de Agosto de 2011 en Bogotá con empresarios invitados de India, se realizó la prueba piloto en forma de encuesta, y se decide que la solución está en el análisis del portafolio de

servicios de la misma para proponer un mejor intercambio comercial. Se aplicó un cuestionario con las mismas características y debido a que la prueba piloto programada para el mes de marzo no se llevó a cabo por motivos logísticos se tomarán los datos como prueba piloto. A continuación se muestra la tabulación de las respuestas de la prueba piloto realizada:

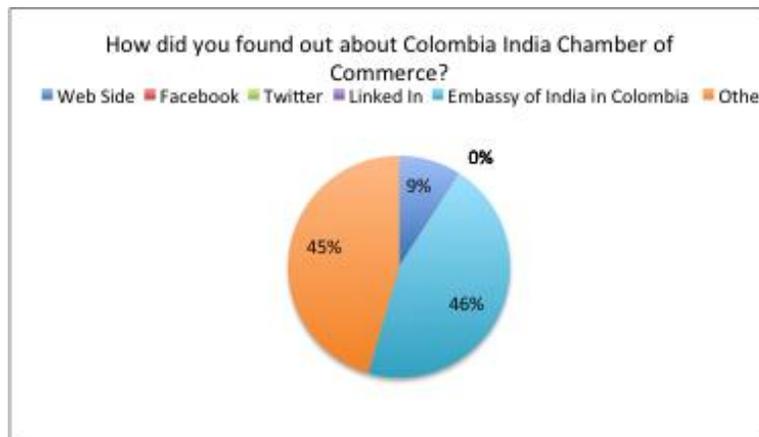
5.2 Análisis Gráfico de la prueba piloto:

Do you know about Colombia India Chamber of Commerce ?	
Yes	9
No	1



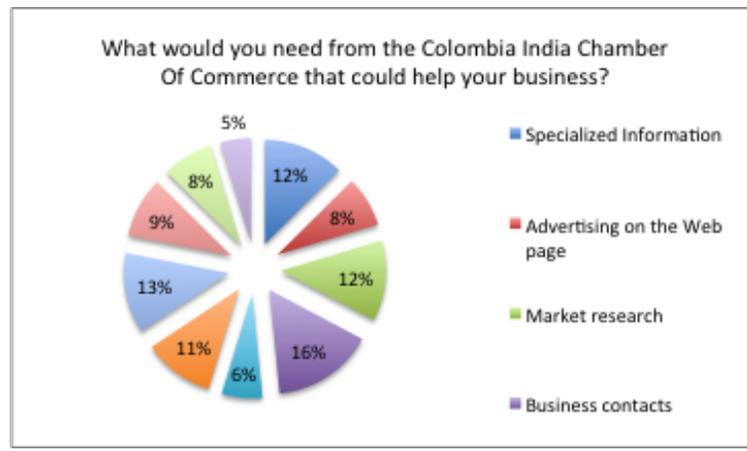
Análisis: Dentro de la población encuestada, la CCICI tiene reconocimiento por parte de empresarios Indios del sector industrial.

How did you found out about Colombia India Chamber of Commerce	
Web side	1
Facebook	0
Twitter	0
Linked In	0
Embassy of India in Colombia	5
Other	5
Jaime Mantilla, EEPC, IPCEPC	



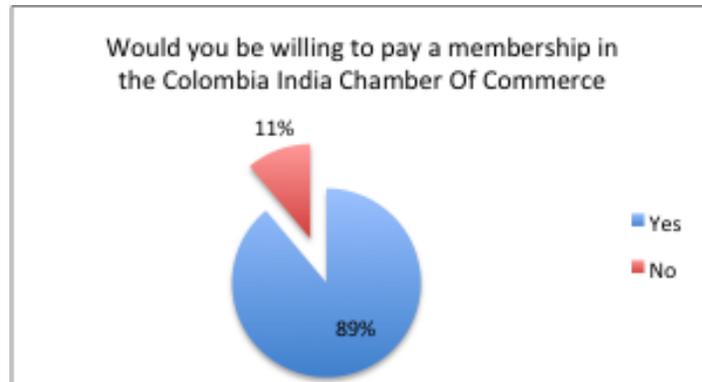
Análisis: La embajada de la India en Colombia hace gran parte del reconocimiento internacional de la CCICI. Se necesita enfatizar marketing en la web y en redes sociales tales como Facebook, Twitter y Linked In.

What would you need from the Colombia India Chamber Of Commerce that could help your business?	
Specialized Information	8
Advertising on the Web page	5
Market research	8
Business contacts	10
Commercial and cultural missions	4
Events organization	7
Databases	8
Advice to Indian companies wishing to settle in Colombia	6
Advice to Colombian companies in logistics, legal, business in India	5
Other services	3
	Promoting India relationship, Promoting of the business, programaciones, e-mail.



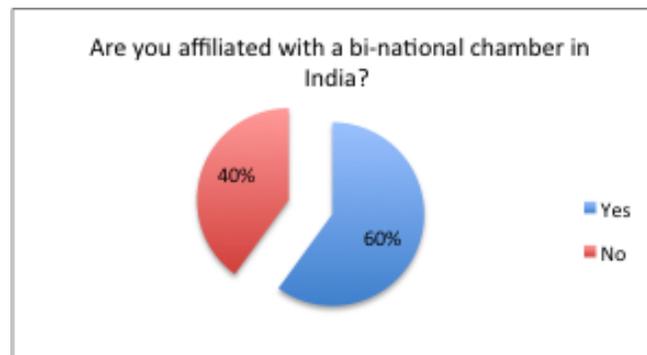
Análisis: Los empresarios indios requieren en mayor medida servicios de información personalizada, estudios de mercado, contactos comerciales, bases de datos. Otras opciones que fueron votadas pero no en mayor medida fueron la publicidad en página web, misiones comerciales y culturales, organización de eventos, asesoramiento.

Would you be willing to pay a membership in the Colombia India Chamber Of Commerce		
Yes		8
No		1



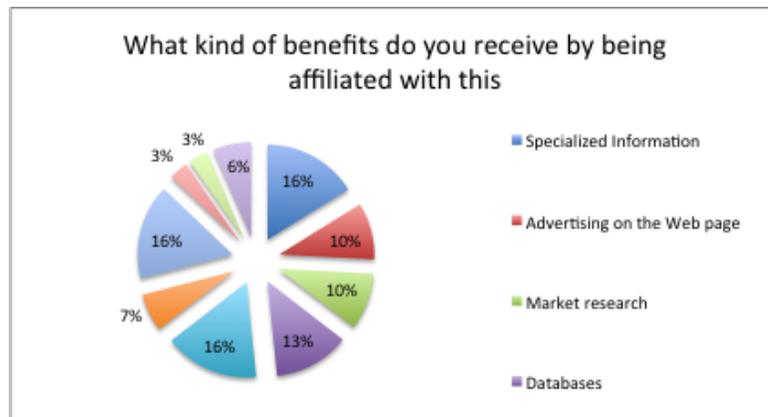
Análisis: El 89% de los empresarios indios del sector industrial están dispuestos a pagar una membresía en la CCICI.

Are you affiliated with a bi-national chamber in India?		
Yes		4
No		6
	German Chamber of commerce	



Análisis: El 60% de los empresarios indios del sector industrial están afiliados a otra cámara binacional.

What kind of benefits do you receive by being affiliated with this	
Specialized Information	5
Advertising on the Web page	3
Market research	3
Databases	4
Business contacts	5
Commercial and cultural missions	2
Events organization	5
Advice to Indian companies wishing to settle in this country	1
Advice to Colombian companies in logistics, legal, business in India	1
Other services	2
	Documents needed for the importer, safe and organized business.



Análisis: De los servicios que los empresarios Indios reciben de otras cámaras son las bases de datos las cuales son una herramienta esencial a la hora de hacer negocios y contactar las empresas para negociar. La información especializada es en detalle la descripción de las empresas con las que se desea hacer intercambio. La investigación de mercados se realiza a la hora de exportar o importar para saber si el producto o servicio en el que se desea invertir va ser bien acogido por el sector. La publicidad en pagina web

se hace para darle una mayor credibilidad a la empresa por estar afiliada y respaldada por la respectiva cámara de comercio.

6. Propuesta del portafolio de servicios para la Cámara Colombia India de Comercio e Industria.

6.1 Formas de promoción y canales para el sector Industrial

Con base en las entrevistas realizadas a los empresarios se analizaron las respuestas y se sacaron las siguientes conclusiones: Se mantiene constante los resultados de las encuestas físicas con las entrevistas. Se entrevistaron 4 empresarios Indios y 3 Colombianos. Las entrevistas presenciales via skype presentaron inconvenientes dada la diferencia horaria entre los países. Adicional a este percance, dada la poca disponibilidad de las personas que toman decisiones en las empresas, estos enviaron sus representantes quienes suministraron la información de manera parcial dada la confidencialidad de la misma. Situación que no nos permite tener la información de manera **detallada** como se quería desde la planeación de este proyecto. No obstante, con los resultados de las encuestas y con la información revelada en las entrevistas se logro obtener información de manera **general** la cual nos brinda las herramientas necesarias para la propuesta del portafolio de servicios.

Como evidencia de los resultados, claramente se identifica que por parte de los empresarios Indios, Colombia es un país interesante y atractivo para la inversión extranjera, los empresarios Indios del sector industrial están dispuestos a pagar una membresía en la CCICI siempre y cuando esta cumpla con sus expectativas. Por parte de

los empresarios Colombianos, India es un país interesante para el comercio ya que es una economía con acelerado crecimiento.

Es importante mencionar que la embajada de la India en Colombia hace gran parte de la promoción internacional de la CCICI. Otra forma de promoción de la CCICI es la institución EEPC India, los directores de gremio del sector industrial.

6.1.1 EEPC INDIA

Fundada en 1955, EEPC India (antes Ingeniería consejo de Promoción de Exportaciones), es un ministerio de Comercio e Industria del Gobierno de la India patrocinado. Esta organización se encarga de la promoción de las exportaciones de productos de ingeniería, proyectos y servicios de la India. Durante las últimas cinco décadas, EEPC India se ha convertido en el consejo de Exportación de mayor promoción, con una fuerza de los miembros de cerca de 13.000 empresas de la India, que abarca todo el espectro de la industria de la ingeniería que consiste en grandes casas de empresas, pequeñas y medianas empresas, comercio y manufactura. EEPC India, es la promoción de las exportaciones por primera vez en la India que ha recibido la certificación ISO 9002. También es la primera organización en la India que ha logrado la certificación ISO 9001: 2008 para el diseño y la organización de exposiciones exclusivas de ingeniería en el extranjero. EEPC India ofrece servicios múltiples a los exportadores, la India, y los compradores extranjeros. Para hacer “Made in India” una fuerza internacional, cada año EEPC India consiste de sus planes de calendario de eventos de promoción de exportaciones, que incluyen: Exposiciones de Ingeniería de la India exclusiva en el extranjero, participación en el comercio y las principales ferias de ingeniería en todo el mundo, vendedores y compradores se reúnen en India y en el extranjero.

EEPC INDIA también proporciona una serie de servicios a los compradores en el extranjero de forma gratuita con el fin de facilitar su adquisición de bienes provenientes de la India. Los servicios incluyen lo siguiente:

- Actúa como un vehículo dinámico y una conexión de confianza entre los exportadores de la India y los compradores extranjeros y ayuda a mantener un entendimiento mutuo.
- Identifica a los proveedores adecuados en la India que son capaces de proporcionar bienes y servicios que se ajusten a las necesidades de los compradores.
- Organiza visitas de compradores en el extranjero, misiones exploratorias, delegaciones a la India.
- Proporciona información y reportes de estado de los proveedores a pedido.
- Ayuda a establecer la colaboración para exportaciones de terceros países.
- Realiza publicidad extranjera para crear consciencia entre los compradores en el extranjero sobre la pericia técnica y la capacidad de suministro de la India.
- Familiariza a los compradores en el extranjero sobre la pericia técnica y la capacidad de suministro de la India.
- Familiariza a los compradores en el extranjero con el clima comercial y las políticas actuales de la India.
- Ayuda en la resolución amigable de disputas comerciales y la eliminación de las restricciones operativas.

En mi opinión, EEPC India y la CCICI deben convertirse en aliados estratégicos y tener relaciones mas estrechas que permitan la optimización de la información que tienen las partes y así tener herramientas y generar nuevos proyectos que permitan dinamizar el intercambio de bienes y servicios para los empresarios de ambos países que decidan invertir en una membresía en la CCICI.

6.2 Necesidades de los empresarios Indios

- Servicios de información personalizada: Asesorar y suministrar información de manera precisa a los clientes interesados por medio de reuniones personalizadas.
- Estudios de mercado: Desarrollar investigaciones para cada necesidad específica del cliente.
- Contactos comerciales: Crear una base de datos de clientes interesados en dar y obtener productos y servicios de los países.
- Página web: Publicaciones online para los afiliados que les permitan obtener información actualizada.
- Misiones comerciales y culturales: Establecer un cronograma de actividades y eventos que se desarrollen de manera semestral en donde se agenden reuniones con las empresas interesadas y se ofrezcan paquetes de privilegios tales como tiquete de avión, estadía, y comidas. Adicional a esto, establecer relaciones con terceros estratégicos que permitan brindar beneficios económicos a los afiliados de los países.
- Organización de eventos: En este punto ya existe un convenio con la Cámara de Comercio de Bogotá en el que los afiliados disponen de salón para eventos en las instalaciones de la misma. Hacerle mas publicidad a este beneficio.

Asesoramiento: De todo tipo, en las misiones, durante los eventos o durante las asesorías personalizadas.

6.4 Marketing

Está demostrando que las redes sociales ayudan a potenciar la difusión de información. Se confirma que el recuerdo de marca y la notoriedad de la misma crecen de manera proporcional a la vinculación personal que ese usuario muestra en la red social por ese servicio, producto o marca.

Tabla 3. Impacto redes sociales (Marketing.es)

Tipo de impacto	Recuerdo de marca	Notoriedad	Intención de compra
Anuncio directo	10%	4%	2%
Amigos “fans”	16%	8%	8%
Referencia personal en el muro de un amigo	30%	13%	8%

Por ello se necesita enfatizar marketing en la web y en redes sociales tales como Facebook, Twitter y Linked In. En 2011 cree la Cámara Colombia India de comercio e Industria como Pagina de fans durante mi practica universitaria (<http://www.facebook.com/CamaraCoIn>). A la fecha esta pagina tiene 177 fans entre empresarios de ambos países. En primera medida esta pagina fue creada en el idioma Español. Sugiero que es importante crear esta pagina en el idioma ingles para que los empresarios Indios puedan conocerla. Adicional a esto a través de estas redes sociales mantener informados a los clientes de las ultimas noticias de acuerdos y de nuevos servicios a través de esta red social.

Twiter y Linked In: A pesar de que no son redes sociales como Facebook donde se puede actualizar gran cantidad de información, es otro medio de comunicación muy popular. Al

igual que en el punto anterior es importante tener actualizado en el idioma ingles. En Twiter se pueden compartir noticias que animen a los empresarios a visitar la pagina web o Facebook para ampliar la información deseada. En Linked In se puede hacer contacto con nuevos empresarios y a partir de esto también dirigirlos a las demás redes sociales para que hagan contacto directo con la cámara y de esta manera producir un mayor beneficio.

7. Bibliografía

- Britannica, E. (05 de octubre de 2011). *Encyclopedia Britannica*. Recuperado el octubre de 05 de 2011, de Encyclopedia Britannica:
<http://www.britannica.com/EBchecked/topic/127857/chamber-of-commerce>
- Rodriguez. (2011). *Afiliaciones*. Bogota.
- Industria, C. C. (2010 de junio de 2010). *Camara Colombia India de Comercio e Industria*. Recuperado el 29 de agosto, de <http://www.camaracolombiaindia.org>
- Ministerio de Comercio, I. y. (2010). *India*. Bogota: Oficina Estudios Economicos. (2010). *Proexport Colombia*.
- DNP. (2011). *Departamento Nacional de Planeacion*. Obtenido de <http://www.dnp.gov.co/Programas/DesarrolloEmpresarial.aspx>
- Embajada de la India en Madrid. (s.f.). *India-Opportunities Aguide to do business in India*. Recuperado el 29 de agosto de 2011, de <http://www.india-opportunities.es/advantageindia.php?lang=esp&sub=whyindia>
- Hill, C. W. (2007). *Negocios Internacionales competencia en el mercado global* (Sexta ed.). Mexico: McGraw-Hill.
- Unidas, O. d. (2004). *World Investment report 2004*. Nueva York y Ginebra.
- Lopez, J. I. (1997). *¡Si podemos! Una vision internacional de la negociacion*. Bogota, Colombia: Departamento de publicaciones Camara de comercio de bogota.
- Sampieri, R. H. (2011). *Metodologia de la Investigacion*. McGrawHill.
- Bernal, C. A. (2006). *Metodologia de la investigacion* (Segunda ed.). Naucalpan, Mexico: Prentice Hall.

Todd. (2005). *Mixing methods in psychology*. Brighton/Hove, Sussex, UK: Psychology Press.

Webb, S. y. (1988). *Unobtrusive measures Nonreactive research in the social sciences*. Thousand Oaks, CA, EE. UU: sage.

8. Anexos

8.1 Anexo 1: Comercio bilateral entre Colombia e India

INDIA



PARTE I : RESUMEN DATOS GENERALES

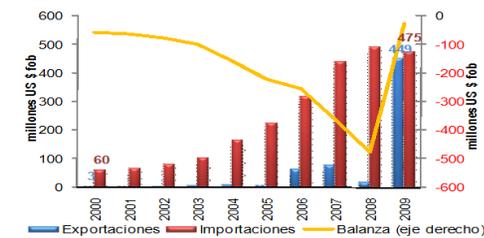
Capital: Nueva Delhi	PIB corriente 2009: USD 1.241,64 miles de millones
Superficie: 3.287.590 km ²	PIB per cápita (PPP 2009 est): USD 2.932,49
Población (est 2009): 1.166.079.217	Crecimiento PIB real (2008 y 2009): 8,3% y 6,3%
Moneda: 1 USD = 45,92 Rupias	IED (2009) : USD34.613 millones
EXPORTACIONES 2009-2010 Abr-Dic	
Total US \$ 125.154 millones	Total US \$ 199.639 millones
Principales Productos: Perlas finas 15,8%; combustibles minerales 15,8%; máquinas y aparatos eléctricos 4,4%; calderas máquinas mecánicas y sus partes 4,3%; químicos 4,2%	Principales Productos: Combustibles minerales 33,4%; perlas finas piedras preciosas 15%; máquinas aparatos mecánicos 8,8%; máquinas aparatos eléctricos 8,5%
Destinos: Emiratos Arabes Unidos 13%, EEUU 11%, China 5,8%, Hong Kong 4,3%, Singapur 4,1%	Origen: China 11%; Emiratos Árabes Unidos 6%; Arabia Saudita 6%; EEUU 6%; Suiza 5%

ACUERDOS COMERCIALES DE INDIA

País	Estado del Tratado	Fecha Acuerdo	Alcance
APTA*	Ratificado y vigente	31 de Julio de 1975	Acuerdo Comercial Preferencial. (Mercancías)
APTA - adhesión China	Ratificado y vigente	12 de Abril de 2001	Acuerdo Comercial Preferencial. (Mercancías)
SAFTA**	Ratificado y vigente	6 de Enero de 2006	Acuerdo de libre comercio (mercancías).
Chile	Ratificado y vigente	8 de Marzo de 2006	Acuerdo Comercial Preferencial. (Mercancías)
Atganiistán	Ratificado y vigente	6 de Marzo de 2003	Acuerdo Comercial Preferencial. (Mercancías)
Bhutan	Ratificado y vigente	28 de Julio de 2006	Acuerdo de libre comercio (mercancías).
Singapur	Ratificado y vigente	29 de Junio de 2005	Acuerdo de libre comercio y acuerdo de integración económica
Sri Lanka	Ratificado y vigente	28 de Diciembre de 1999	Acuerdo de libre comercio (mercancías).
MERCOSUR	Ratificado y vigente	25 de Enero de 2004	Acuerdo Comercial Preferencial. (Mercancías)
SGPC****	Ratificado y vigente	13 de Abril de 1988	Acuerdo Comercial Preferencial. (Mercancías)
Comunidad Europea	En negociación	---	Acuerdo de Comercio e Inversión
República de Corea	Ratificado y vigente	7 de Agosto de 2009	Acuerdo de Asociación Económica
Nepal	Ratificado y vigente	Octubre de 2009	Tratado Comercial
Bangladesh	Ratificado y vigente	Marzo de 2006	Tratado comercial
Maldivas	Ratificado y vigente	Marzo de 1981	Acuerdo comercial
Mongolia	Ratificado y vigente	Septiembre de 1996	Acuerdo comercial
Australia	En estudio	---	Acuerdo de libre comercio
Indonesia	En estudio	---	Acuerdo de Asociación Económica
Nueva Zelanda	En estudio	---	Acuerdo de libre comercio y Asociación Económica

*Acuerdo Comercial Asia-Pacífico
 ** South Asian Free Trade Agreement
 *** South Asian Preferential Trade Agreement
 Fuente: OMC

COMERCIO BILATERAL DE COLOMBIA CON INDIA Exportaciones, importaciones y balanza comercial



Fuente: DANE-DAN. Elaborado por la Oficina de Estudios Económicos, Mincomercio.

Principales sectores de exportación	miles US \$ (fob) 2009	Partic. %
Petróleo	350.772	78%
Carbón	85.439	19%
Química básica	6.815	1,5%
Metalúrgica	2.063	0,5%
Azúcar	1.006	0,2%
Papel	116	0,0%
Total exportado a India	449.134	100%
Principales sectores de importación	miles US \$ (cif) 2009	Partic. %
Química básica	155.472	31%
Textiles	66.331	13,2%
Metalúrgica	26.568	5,3%
Confecciones	7.208	1,4%
Productos de plástico	5.619	1,1%
Jabones, cosméticos, otros	3.411	0,7%
Total importado de India	503.822	100%

Fuente: DANE-DAN. Elaboró OEE/Mincomercio.

EXPORTACIONES HACIA INDIA Según intensidad tecnológica participación %

Sector	2008	2009	Partic. %
Total	15,7	449	100,0%
Bienes primarios	0,7	351	78,1%
Recursos naturales	7,5	91	20,3%
Con valor agregado	7,5	7,2	1,6%
Alta tecnología	0,0	0,1	0,0%
Media tecnología	7,2	6,8	1,5%
Baja tecnología	0,2	0,3	0,1%
Otros transacciones	0,0	0,0	0,0%

Fuente: DANE-DAN. Cálculos OEE/Mincomercio.

Exportaciones bilaterales con India Índice IHH*



*Escala 1-1000
 Nota: Entre más cercano esté el Indicador a 10.000 es más concentrado.
 Fuente: Cálculos OEE/Mincomercio.

INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA Datos acumulados de 10 años

	De India en Colombia - 2000-2009	De Colombia en India - 2000-2009
millones US \$	2,0	5,7
Participación %	0,006%	0,040%

* No petrolera.
 Fuente: Banco de la República. Elaborado por OEE/Mincomercio

TURISMO EN COLOMBIA

Llegada de viajeros extranjeros del mundo y de India

Año	del mundo	de India	Part. %
2008	1.222.102	2.037	0,17%
2009	1.353.696	2.483	0,18%
Ene-Jul 2010	820.873	1.716	0,21%

Salida de viajeros al mundo y a India

Año	al mundo	a India	Part. %
2008	2.041.798	649	0,03%
2009	2.122.277	588	0,03%
Ene-Jul 2010	1.345.145	345	0,03%

Fuente: DAS

8.2 Anexo 2: Tabulación de la prueba piloto

#	PREGUNTA	RESPUESTA	#PERSONAS	RESPUESTAS Y/O COMENTARIOS
1	Do you know about Colombia India Chamber of Commerce?	Yes	9	
		No	1	
2	How did you found out about Colombia India Chamber of Commerce?	Website	1	
		Facebook	0	
		Twitter	0	
		Linked In	0	
		Embassy of India in Colombia	5	
		Other	5	
3	What would you need from the Colombia India Chamber Of Commerce that could help your business?	Specialized Information	8	Jaime Mantilla, EEPC, IPCEPC
		Advertising on the Web page	5	
		Market research	8	
		Business contacts	10	
		Commercial and cultural missions	4	
		Events organization	7	
		Databases	8	
		Advice to Indian companies wishing to settle in Colombia	6	
		Advice to Colombian companies in logistics, legal, business in India	5	
		Other services	3	
4	Would you be willing to pay a membership in the Colombia India Chamber Of Commerce	Yes	8	
		No	1	
5	Are you affiliated with a bi-national chamber in India?	Yes	6	
		No	4	
6	What kind of benefits do you receive by being affiliated with this	Specialized Information	5	German, Latinoamerica, India, Vietnam, Brasil, TEPC, FICC, CII
		Advertising on the Web page	3	
		Market research	3	
		Databases	4	
		Business contacts	5	
		Commercial and cultural missions	2	
		Events organization	5	
		Advice to Indian companies wishing to settle in this country	1	
		Advice to Colombian companies in logistics, legal, business in India	1	
		Other services	2	
7	Which services would you like to add to the benefits that you receive by being affiliated with Country* Chamber of Commerce			Export documents needed for the importer, safe business, organized
8	How do you believe that the Colombia India Chamber Of Commerce can be more visible for Indian entrepreneurs			Generate more business, communication, information
				Follow up in contact, agencies IPC magazine, You should concentrare more in Bangalore and Hyderabad if ypu are looking for IT companies, events in India, PIC events and be partor it, organizing more events such as this, through the embassy, IPC to promote us, get in tuch with the expat counsilos in India like EFPC, More frequent interactions on business meatings. info throug mails, internet direct, momaarandom of understanding acuerdo para las 2 partes, mas promocion directa y en ingles la camara latinoamericana no promuebe a la colombiana en India.