

NEWSLETTER

CCIB

Ref. Setembro 2021



INDIABRAZIL
Chamber of Commerce
SINCE 2003

Studying Solutions. Providing Realities.

18
Years



SUMÁRIO

- OUTUBRO ROSA ----- P.3
- NOVIDADES CCIB ----- P.5
- AGENDA DO EMBAIXADOR (MG E RJ) ----- P.7
- ANIVERSÁRIO DE MAHATMA GANDHI ----- P.8
- INFORMATIVO CORONAVÍRUS ÍNDIA E BRASIL----- P.9
- REVISTA GV EXECUTIVO ----- P.9
- ARTIGO DO MÊS ----- P.10





OUTUBRO ROSA

Na década de 1990, foi criado o movimento internacional do Outubro Rosa, que tem como objetivo conscientizar e sensibilizar a população acerca dos cuidados preventivos e do tratamento do câncer de mama. Assim, os meios de diagnóstico da doença se tornam mais acessíveis e os riscos da mortalidade pelo câncer de mama podem ser reduzidos. Desde 2010, o INCA (Instituto Nacional de Câncer) adere ao movimento do Outubro Rosa no Brasil, promovendo eventos, palestras, apresentações e materiais sobre o tema, visando disseminar as informações educativas e possibilitar cada vez mais o diagnóstico precoce do câncer de mama para amenizar os graves danos causados pela doença.

SAIBA MAIS



INDIABRAZIL
Chamber of Commerce
SINCE 2003

Studying Solutions. Providing Realities.

18
Years



INDIA BRAZIL
Chamber of Commerce
SINCE 2003
Studying Solutions. Providing Realities.

18
Years



| www.indiabrazilchamber.org

Mês de *prevenção* ao câncer de mama

**Lute como
uma mulher!**

Previna-se, cuide-se!

Faça o autoexame



NOVIDADES CCIB

ATUALIZAÇÃO CADASTRAL



No intuito de mantermos nossos registros atualizados e garantir que todos os nossos Associados e Parceiros estão recebendo todas as nossas comunicações sem nenhum problema, a CCIB está realizando uma atualização cadastral de seu mailing. Por esse motivo, pedimos que fiquem atentos à sua Caixa de Entrada pois, em breve, todos os nossos Associados receberão um e-mail de conferência de informações. Esperamos poder contar com a sua colaboração para mais essa iniciativa!

NOVOS ASSOCIADOS DO MÊS DE SETEMBRO



SERPRO

NOVO SELO DE ASSOCIADO

Buscando acompanhar a nova identidade visual da Câmara de Comércio Índia Brasil, decidimos renovar o nosso selo exclusivo para associados! O selo agora conta com um novo design sofisticado e elegante para aprimorar a identidade das empresas parceiras da CCIB.





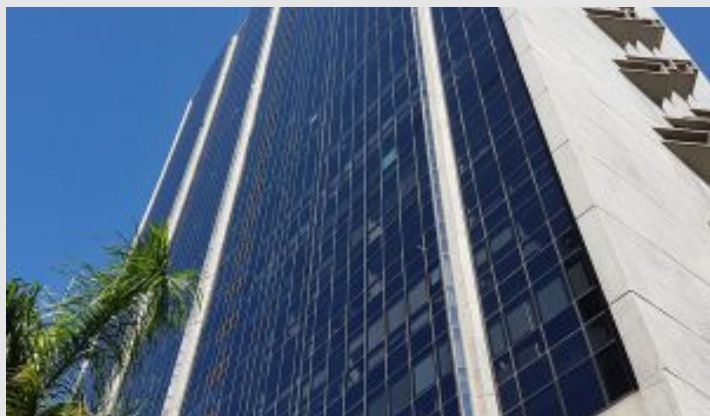
NOVIDADES CCIB

PARABÉNS, ACG BRASIL!



A Câmara de Comércio Índia Brasil gostaria de parabenizar a ACG Brasil pelo seu investimento de R\$300 milhões na ampliação da produção de cápsulas em Pouso Alegre - MG. A ACG Cápsulas estabeleceu como meta a ampliação da produção de 2,2 bilhões de unidades por mês, até o ano de 2026. A CCIB se orgulha de fazer parte dessa história e celebra o investimento da ACG para ampliar a sua capacidade produtiva.

NOVO ESCRITÓRIO NO RIO DE JANEIRO



Avenida Presidente Wilson, número 231.
14º Andar, Sala 108.
Centro - Rio de Janeiro.



AGENDA DO EMBAIXADOR DA ÍNDIA NO BRASIL

EM MINAS GERAIS E NO RIO DE JANEIRO

Durante o mês de Setembro, o exímio Embaixador da Índia no Brasil, Sr. Suresh Reddy, esteve presente nos estados de Minas Gerais e Rio de Janeiro para realizar visitas institucionais e reuniões com o objetivo de debater formas de aprimoramento e desenvolvimento da relação Índia-Brasil nessas regiões. O Embaixador encontrou com importantes figuras governamentais e corporativas para acompanhar e discutir a participação indiana cada vez mais crescentes nos estados de Minas Gerais e do Rio de Janeiro. Assim, o Consulado Geral A. H. da Índia em Minas Gerais e o Consulado Geral A. H. da Índia no Rio de Janeiro, juntamente com o apoio da Câmara de Comércio Índia-Brasil, tiveram o prazer de acompanhar o Embaixador em sua agenda.



Visita a BiotechTown, Betim - MG



Visita a SAE Towers, Nova Lima - MG



Visita a fábrica da Jaguar Land Rover, Itatiaia - RJ



Cristo Redentor, Rio de Janeiro - RJ





ANIVERSÁRIO DE MAHATMA GANDHI

Dia 2 de Outubro de 2021

Local: Praça Mahatma Gandhi, Centro - Rio de Janeiro.

Em comemoração ao 152º aniversário de Mahatma Gandhi, o Consulado Geral A.H. da Índia no Rio de Janeiro juntamente com a Embaixada da Índia em Brasília organizaram uma cerimônia de homenagem ao importante líder indiano. O evento contou com o apoio institucional da Câmara de Comércio Índia Brasil, da Associação Amigos da Índia e da Prefeitura do Rio de Janeiro, além da ilustre presença do Embaixador da Índia no Brasil, Sr. Suresh Reddy, do Cônsul Geral da Índia no Rio de Janeiro, Sr. Leonardo Ananda, e do Secretário Municipal de Planejamento Urbano do Rio de Janeiro, Sr. Washington Fajardo. Além disso, a celebração contou com a auspiciosa presença de parte da comunidade indiana no Rio de Janeiro, do grupo Filhos de Gandhi e de admiradores de Mahatma Gandhi e seus valores.



INDIABRAZIL
Chamber of Commerce
SINCE 2003

Studying Solutions. Providing Realities.

18
Years



INFORMATIVO CORONAVÍRUS ÍNDIA E BRASIL

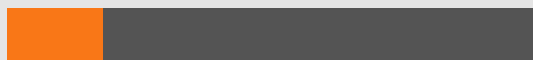
NÚMEROS DA VACINAÇÃO



ÍNDIA

906 MILHÕES
DE DOSES APLICADAS

246 MILHÕES
DE PESSOAS TOTALMENTE VACINADAS



18,1% DA POPULAÇÃO VACINADA

BRASIL



242 MILHÕES
DE DOSES APLICADAS

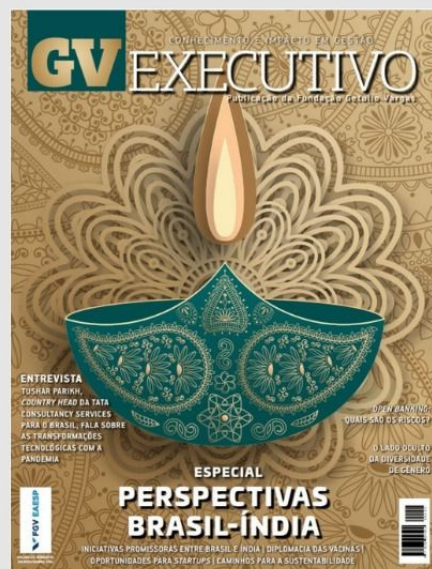
94 MILHÕES
DE PESSOAS TOTALMENTE VACINADAS



44,5% DA POPULAÇÃO VACINADA

REVISTA GV EXECUTIVO EDIÇÃO BRASIL-ÍNDIA

A FGV-EASP lançou a edição Índia Brasil da sua revista, GV Executivo. Essa edição conta com a participação de grandes empresários responsáveis pelo fomento da relação Índia Brasil e também com altos diplomatas, como o Exmo. Embaixador da Índia no Brasil, Sr. Suresh Reddy e o Exmo. Embaixador do Brasil na Índia, Sr. André Correa do Lago, assim como o Exmo. Cônsul Geral da Índia em São Paulo, Sr. Amit Kumar e o Presidente da Câmara de Comércio Índia Brasil e Cônsul Geral Honorário da Índia no Rio de Janeiro, Sr. Leonardo Ananda, os quais escreveram artigos para revista junto a renomados professores da instituição. A CCIB parabeniza FGV-EASP pela iniciativa e é uma honra para nós sermos parceiros dessa importante instituição. [Clique aqui para acessar a revista.](#)





OPORTUNIDADES E DESAFIOS:

A caminho da Índia em processos de internacionalização

Por: Adriano Andrade

INTRODUÇÃO

Em uma era globalizada, com espaço propício à inovação e ao empreendedorismo, o mundo corporativo se depara com um ambiente extremamente competitivo em que se faz necessário o estudo e aplicação de diversas estratégias para se manter no mercado.

Dentre as inúmeras alternativas, a internacionalização de empresas ganha ênfase quando aplicada a balança entre desafios e oportunidades, podendo este processo ocorrer desde uma simples operação de comércio exterior (importação e/ou exportação) à atuação direta de uma determinada empresa em outro país. Nesse sentido, considerando os mais de 190 Estados que compõem o Sistema Internacional, uma série de fatores devem ser analisados para o desenvolvimento de um Planejamento Estratégico claro e abrangente para definir os passos a serem seguidos no momento de implementação da internacionalização de qualquer modelo de negócio. Através dessa análise, é possível identificar aspectos como viabilidade mercadológica, riscos e oportunidades, por exemplo, que proporcionarão o desenvolvimento de cenários que auxiliarão nas tomadas de decisão da companhia.

Nesse contexto, tendo em vista o destaque que a Índia vem ganhando na economia mundial, sendo identificada como um focal point pelos mais variados empresários em torno do mundo ao se tratar de internacionalização, este trabalho fará uma breve análise geral acerca do mercado indiano, sem foco em setor específico, apresentando as oportunidades, os desafios e outros aspectos a serem considerados ao decidir internacionalizar para este grande player asiático. Para o desenvolvimento, o trabalho se baseou em consultas bibliográficas, a blogs especializados, jornais e revistas de negócios dentre outras fontes qualitativas, além da aplicação de conhecimentos adquiridos ao longo do Curso de MBA em Gestão de Negócios Internacionais com foco em International Business Management oferecido pelo Massachusetts Institute of Business em parceria com a ABRACOMEX, do Brasil.

DEFININDO O MERCADO ALVO: ÍNDIA

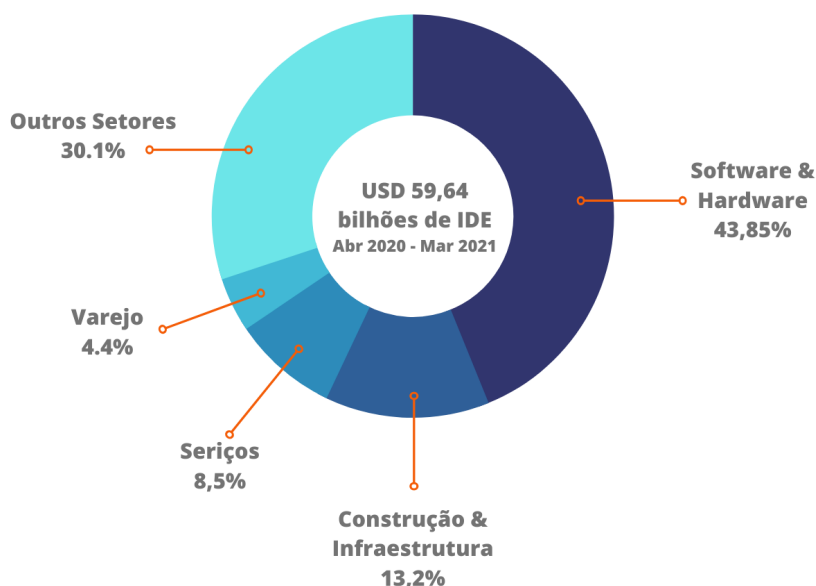
Ao decidir internacionalizar uma empresa, segundo com João Alfredo Nyegray em sua obra “Projetos Internacionais – Estratégias para a expansão empresarial”, é preciso, antes de tudo, estabelecer um planejamento abrangente acerca de todo o processo, estudando os mercados e suas viabilidades para proporcionar uma atuação bem sucedida. Por esse motivo, esta seção apresentará rapidamente a Índia e suas características econômicas e políticas para, posteriormente, analisar as oportunidades e desafios a serem



A Índia é um país localizado no sul asiático, que teve sua independência instaurada em 1947 sob a liderança de Mahatma Gandhi, que pregava uma revolução baseada na pacificidade. Destacando-se como a maior democracia do mundo com sua população de 1,3 bilhão de habitantes, o país concentra 03 das dez megacidades mundiais declaradas pela Organização das Nações Unidas (ONU). De acordo com os dados do Indian Brand Equity Foundation (IBEF), a Índia é a economia que mais cresce no mundo e deve se tornar uma das três maiores potências econômicas entre os próximos dez e quinze anos, já tendo atingido um PIB de US\$ 2,71 trilhão (Ano Fiscal 2021).

Com mais de 50 startups unicórnios em seu território segundo o Jornal Business Standard, de Mumbai, a Índia mostra-se como um grande incentivador da inovação e do empreendedorismo, proporcionando ambientes propícios para exportar e recepcionar as mais variadas organizações. De acordo com o Departamento de Promoção da Indústria e Comércio Interno (DPIIT) in IBEF, 2021, o fluxo de capital de Investimento Estrangeiro Direto (IED) na Índia foi de US\$ 529,63 bilhões entre abril de 2000 e março de 2021, indicando que os esforços do governo para melhorar a facilidade de fazer negócios e relaxar as normas de IED produziram resultados. A entrada de IED na Índia foi de US\$ 59,64 bilhões entre abril de 2020 e março de 2021 e os dados desse período indicam que o setor de software e hardware atraiu a maior entrada de IED no país, representando US\$ 26,15 bilhões, seguido por atividades de construção e infraestrutura, que atingiu US\$ 7,88 bilhões, setor de serviços com US\$ 5,06 bilhões e comércio (varejo) US\$ 2,61 bilhões. Falando de setores que movimentam a economia indiana, é possível dar destaque para a agricultura, mineração, farmácia, eletricidade, tecnologia da informação e internet das coisas, construção, manufaturas e turismo (IBEF, 2021).

Distribuição Setorial de IDE na Índia em Bilhões de Dólares.
Abr 2020 - Mar 2021



Fonte: Composição Própria baseado nos dados do IBEF, 2021



ALGUMAS PRINCIPAIS OPORTUNIDADES

A partir dos dados apresentados acima, o primeiro ponto que pode ser visto como oportunidade é o tamanho do mercado consumidor que a Índia possui. Com 1,3 bilhão de pessoas em um único território, há muitas possibilidades a serem exploradas nas mais variadas áreas de negócio. Atualmente, a Índia está quase se tornando o país mais populoso do mundo de acordo as projeções médias da Divisão de População da ONU, o país sul asiático deve ultrapassar a China em 2027, quando a alcançando 1,47 bilhão de pessoas enquanto sua vizinha estará com 1,46 bilhão de habitantes. Ainda atrelado à questão demográfica, o país conta com ótimas instituições de ensino de reconhecimento global, proporcionando uma ampla mão de obra qualificada e, por muitas vezes, barata, incentivando empresas estrangeiras a atuarem no país terceirizando suas operações ou mesmo instituindo presença física na Índia.



Em seguida, dentre as iniciativas governamentais para atração de investimento estrangeiro direto na Índia, o Make in India desperta a atenção de diversos gestores ao redor do mundo por oferecer incentivos diversos, como fiscais e burocráticos, para que empresas estrangeiras possam se estabelecer em território indiano, movimentando a economia através da geração de empregos e acesso da população a novos produtos e serviços. Ademais, o país herdou da colonização britânica, para além do inglês como um dos idiomas oficiais que viabiliza a comunicação da Índia com outros

países, uma gigantesca malha ferroviária que interliga todo o país, dando suporte à logística quando somada aos outros pontos positivos que infraestrutura que o país possui, como os grandes portos e aeroportos e a segunda maior extensão rodoviária do mundo.

ALGUNS PRINCIPAIS DESAFIOS

Em um processo de internacionalização, o fator intercultural é um dos principais desafios a serem enfrentados. Segundo Nyegray, “culturas e costumes modelam não somente o comportamento de uma sociedade, mas também o das empresas que nela estão presentes”.



Por esse motivo, há a necessidade de adaptação do comportamento, assim como do modelo de negócio a ser utilizado, para que a operação atenda o objetivo esperado. A cultura indiana, por sua vez, possui séculos de história, com fortes traços e está presente em todas as esferas, como na política, social e corporativa. Os indianos, por exemplo, prezam, segundo o “Guia de Cultura de Negócios com a Índia” da Câmara de Comércio Índia Brasil, por uma relação amigável e de longa duração, baseada na confiança mútua, tornando os procedimentos um pouco mais longos do que os de costume ocidental. Por esse motivo, conhecer alguns pontos culturais auxiliará, com toda certeza, na condução dos negócios, dando suporte na realização de grandes parcerias. Além disso, a Índia surgiu da união de diferentes regiões e, por isso, o país conta com 22 idiomas oficiais, e mais de mil dialetos, tendo o Hindi e o Inglês como os mais falados em todo o seu território. Nisso, operações em diferentes locais podem precisar de adaptações distintas, por mais que estejam no mesmo país.

Adicionalmente, deve-se considerar o fator geográfico, que pela grande distância pode proporcionar alguns contratempos, tais como tempo de retorno das empresas por e-mail devido ao grande fuso horário e fretes altos ao se tratar de comércio exterior. Ainda que com grandes potencialidades de desenvolvimento, alguns setores muito promissores ainda não são organizados e/ou não possuem instituições que os regulem de maneira clara. Nesse ponto, algumas empresas devem buscar auxílio de parceiros que traduzam as formas de como operar no país, o que pode gerar um custo extra relacionado à operação. Dentre as empresas que podem auxiliar nestes casos, destaco o papel das câmaras de comércio, das federações das indústrias e de instituições promotoras de exportações.

CONCLUSÃO

Diante do apresentado, nota-se que a internacionalização vem sendo cada vez mais realizada como estratégia para ampliação e sustento dos negócios por empresários das mais diversas organizações no intuito de se tornarem mais competitivas em um mundo altamente globalizado.

Ao considerar a Índia como focal point do processo de internacionalização, é fortemente indicado que o gestor responsável estude o mercado para conhecer o seu comportamento perante o setor em que ele está inserido, produzindo um material que auxilie a construção de um amplo planejamento. De modo geral, a Índia é um país em ascensão econômica constante, que conta com diversos fatores a seu favor no que tange o oferecimento de um ambiente inovador, jovem e com boa estrutura para recepcionar empresas de diferentes ramos e modos de atuação.

A partir do estudo do mercado elaborado, é necessário que se tente identificar as oportunidades e os desafios a serem encontrados ao longo de todo o processo.



Dentre as principais oportunidades que a Índia oferece, o amplo mercado consumidor também se traduz em um amplo oferecimento de mão de obra qualificada e, muitas vezes, barata, atraindo o interesse de grandes e pequenos empresários espalhados ao redor do mundo.

Ademais, o governo indiano é um grande gerador de iniciativas que fomentam o investimento estrangeiro direto no país, proporcionando uma movimentação da economia através da geração de empregos e do acesso a novos produtos e serviços. Uma boa infraestrutura é outro fator que soma aos pontos positivos do país, principalmente se considerar operações logísticas. No que diz respeito aos desafios, a cultura indiana possui fortes particularidades que estão presentes em todos os ambientes, além de contar com diferentes línguas em diferentes regiões, fazendo com que as empresas se adaptem aos seus costumes. Além disso, alguns setores são, de certo modo, desorganizados e esse fator dificulta a compreensão da empresa interessada nesse mercado, fazendo com que ela necessite contratar instituições especializadas para receber auxílio.

Ao fim, é possível perceber a Índia como um ambiente propício para abrigar empresas estrangeiras, oferecendo uma série de oportunidades. Em paralelo, um processo bem pensado deve contar com um estudo de mercado e um planejamento que auxiliem na identificação dos riscos e desafios a serem enfrentados para que o estudo de estratégias possa controlá-los e diminuir as suas influências sobre os negócios.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, José Esutáquio Diniz., "Futuro da Índia: o país mais populoso do mundo e sem água potável", EcoDebate, 2019, Disponível em <<https://www.ecodebate.com.br/2020/01/03/futuro-da-india-o-pais-mais-populoso-do-mundo-e-sem-agua-potavel-artigo-de-jose-eustaquio-diniz-alves/>>. Acesso em 22 de setembro de 2021.

BRASIL, Câmara de Comércio Índia. "Guia de Cultura de Negócios com a Índia", CCIB, Belo Horizonte, 2020.

FOUNDATION, Indian Brand Equity, "Indian Economy Overview", IBEF, 2021. Disponível em <<https://www.ibef.org/economy/indian-economy-overview>> Acesso em 25 de julho de 2021.

FOUNDATION, Indian Brand Equity, "Indian Economy Quick Facts", IBEF, 2021. Disponível em <<https://www.ibef.org/economy/indiasnapshot/about-india-at-a-glance>>. Acesso em 25 de julho de 2021.

INDIA, Government of, "Make in India Program", 2014. Disponível em <<https://www.makeinindia.com/about>>. Acesso em 25 de julho de 2021.

NYEGRAY, Joao Alfredo Lopes, "Projetos Internacionais: estratégias para expansão empresarial", Curitiba, InterSaberes, 2016.

SHINDE, Shivani. AHMAD, Samreen, "India's unicorn tally touches 50, MindTicle the latest entrant", Business Standard, Mumbai, 22 de junho de 2021. Disponível em <https://www.business-standard.com/article/companies/indian-startup-ecosystem-crosses-the-threshold-of-50-unicorns-121061601323_1.html>. Acesso em 25 de julho de 2021.



OBRIGADO!

धन्यवाद

BELO HORIZONTE • RIO DE JANEIRO • SÃO PAULO • NOVA DELHI

CONTATOS

IBCCTEAM@INDIABRAZILCHAMBER.ORG

BH: +55 31 3055-3836 | +55 31 9 8481-3694

RJ: +55 21 9 7405-0285

SP: +55 11 4200-1338



| www.indiabrazilchamber.org