

Fecha: 25-05-2025
Medio: La Tercera
Supl.: La Tercera - Pulso
Tipo: Noticia general
Título: El "océano azul" que se abre en India para los emprendedores o Chilenos

Pág.: 12
Cm2: 808,4
VPE: \$ 8.043.163

Tiraje: 78.224
Lectoría: 253.149
Favorabilidad: ☐ No Definida

HUB EMPRENDE

Una iniciativa conjunta de:

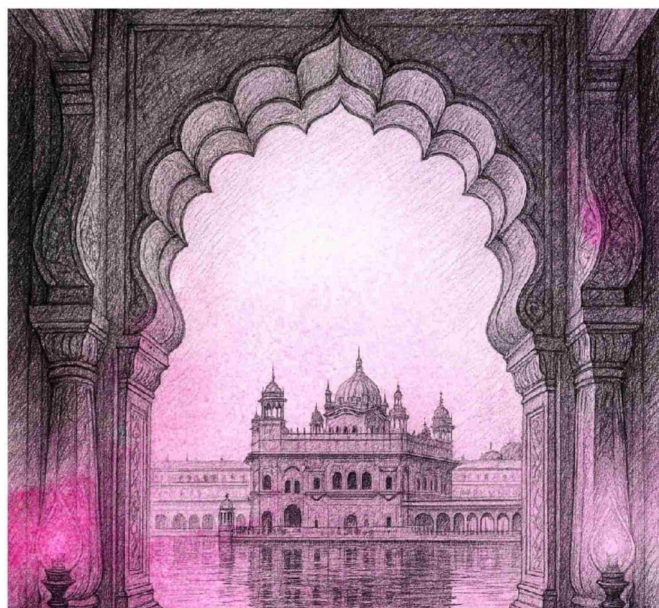


El "océano azul" que se abre en India para los emprendedores chilenos



Si bien el rubro agroalimentario es el que ha entrado más fuerte al país asiático, las startups biotecnológicas están cada vez más interesadas en ese mercado. Pero según empresarios y entidades públicas las oportunidades en diversos sectores son incluso mayores que China. Y un puente importante se comenzó a construir hace un par de meses.

Escrito por: Daniel Fajardo



Los siguientes pasos

A pesar de las grandes oportunidades que se abren en el sector tecnológico, por el momento India es una economía altamente atractiva para el sector agrícola chileno. Las exportaciones de manzanas hacia ese país superaron los US\$23 millones y las de kiwis los US\$21 millones en 2024, lo que se traduce en un crecimiento de 67% y 13% respectivamente con respecto al año anterior. La exportación de peras más que se duplicó hasta superar los US\$3 millones el año pasado, y la de cerezas alcanzó los US\$4 millones en 2024 (67% más que en 2023).

Para hacerse una idea, la empresa chilena Nutrisco (que fue también con la delegación presidencial en abril), espera

comenzar operaciones en Mumbai en el segundo semestre de este año, "junto a otras ocho empresas chilenas que buscan diversificar sus negocios en una de las mayores economías del mundo", dice Cristián Larraín, su gerente corporativo comercial y de marketing. Según los expertos, es en este punto donde donde existe un espacio para las pymes agrícolas de "subirse al carro" de los grandes productores, para ir con una oferta en conjunto. Y quizá es ahí donde se abre otro gran "océano azul" en el mercado indio.

"Hoy, India es un tema recurrente en seminarios, ruedas de negocios, viajes y en general, entre exportadores. Por años el foco fue China, pero ya se vio que no existe el mercado infinito, por lo que es mandatorio abrir nuevas potencias", comenta Matías Frenkel, director comercial de Viña Santa Irene, quienes llevan ocho meses explorando este mercado para entender bien su funcionamiento. "Estamos con un ejecutivo en Mumbai que ha hecho un muy buen trabajo generando contactos, visitando ferias,

“

Hoy, India es un tema recurrente en seminarios, ruedas de negocios, viajes y en general, entre exportadores”.

importadores y distribuidores, lo que nos ha permitido tener una visión muy clara para los siguientes pasos. El hito para el 2025 es tener el primer embarque en India antes de ProWine Mumbai en octubre y estar comercializando a fin de año", indica Frenkel.

Desde ProChile, entidad que tiene como propósito ayudar a las pymes chilenas ingresar a mercados internacionales, reconocen que hay mucho interés en el rubro agroalimentario. "Lo mismo vemos en el sector audiovisual, donde está claro el peso que tiene la industria de Bollywood a nivel mundial. En esa visita también nos acompañaron startups y gremios del sector de Industrias 4.0 e innovación, lo que refleja el interés en el mercado indio. Obviamente, hay sectores y empresas para los que aún es un destino lejano, pero creemos que estos acercamientos y, eventualmente, la firma de un acuerdo económico amplio (CEPA) despertará mayor interés", explica Ignacio Fernández, Director General de ProChile.

Lo del CEPA no es menor, porque, a diferencia de un Tratado de Libre Comercio (TLC), consiste en un acuerdo más amplio. "Es un trato de países amigos que no sólo tiene beneficios arancelarios. También implica entender las culturas de ambos países y eso es fundamental para hacer negocios", aclara Bhavan Dadlani.



#Amables

¿Cómo hacer negocios con los indios? Según Manuel Rozas, son una cultura llana a la conversación. "Son gente amable, que por momentos se parecen a los latinos. Incluso, son malos en decir que no". Por su lado, Bhavan Dadlani indica que "hay una globalización de la cultura millennial y centennial, así que ya no existen tantas barreras culturales como antes".

