



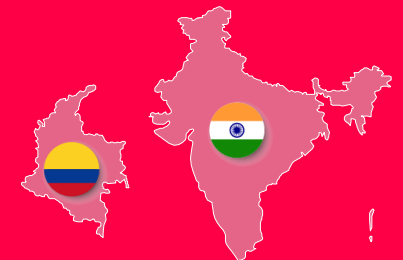
El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia

Presentación SELA:

Experiencias y oportunidades para la internacionalización de las PYMEs Latinoamericanas con la India

Hari Seshasayee
Asesor de Exportaciones,
ProColombia India





- ▶ La economía
- ▶ La población y clase media
- ▶ Competencia y sectores de valor agregado

01

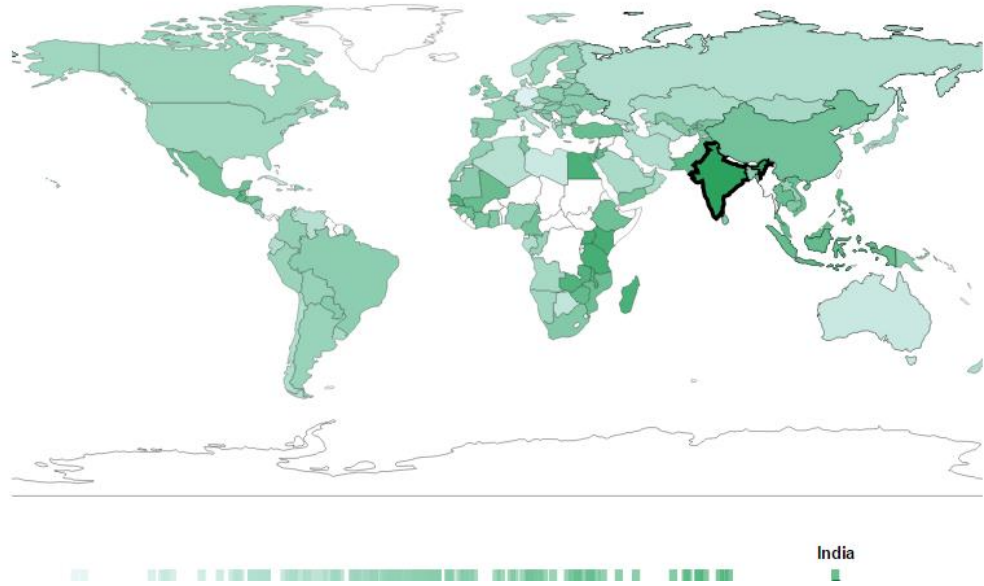
El propósito

India es una oportunidad para diversificar mercado para América Latina, y también cambiar el modelo de exportación hacia uno con más valor agregado

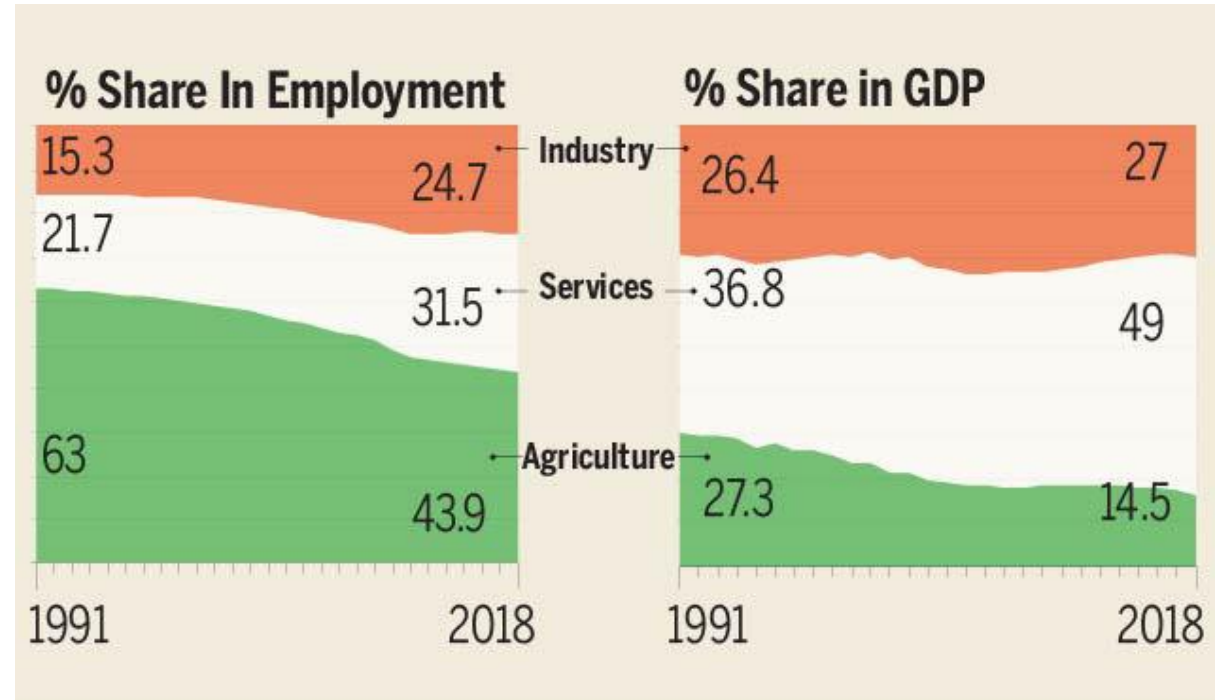




Tasa de Crecimiento Proyectada anualmente a 2024, por la Universidad Harvard



La economía





Estados de India por la población de países en América Latina



La población y la clase media

Some estimates of India's middle class

Author	Definition of middle class* (Consumption in \$PPP)	Estimated size of India's middle class (for — year)	Projected future size of India's middle class
Kharas	\$10-100 per capita per day	5-10% of population (2010)	90% in 2040
Ernst & Young	\$10-100 per capita per day	5% of population (2010)	475 million by 2030
Goldman Sachs	\$16-82 per capita per day	5% of population (2008)	"Vast majority" by 2040
McKinsey Global Institute	\$64-322 per household per day	5% (2005)	41%, or 585 million by 2025
NCAER (2004)	\$8.2-41 per capita per day**	5.7% (2001-02)	
Meyer and Birdsall	\$10-50 per capita per day	6% or 70 million people (2009/10)	No projection
Milanovic (2012)	\$10-22 per capita per day	Very small (2005)	No projection
Edward and Sumner	'Global secure consumption layer' \$10-50 per capita per day	Less than 1% (2010)	No projection

* Except for Edward and Sumner.

** Household income of Rs2,00,000-10,00,000 per year, converted to per capita per day \$PPP for 2001-02.

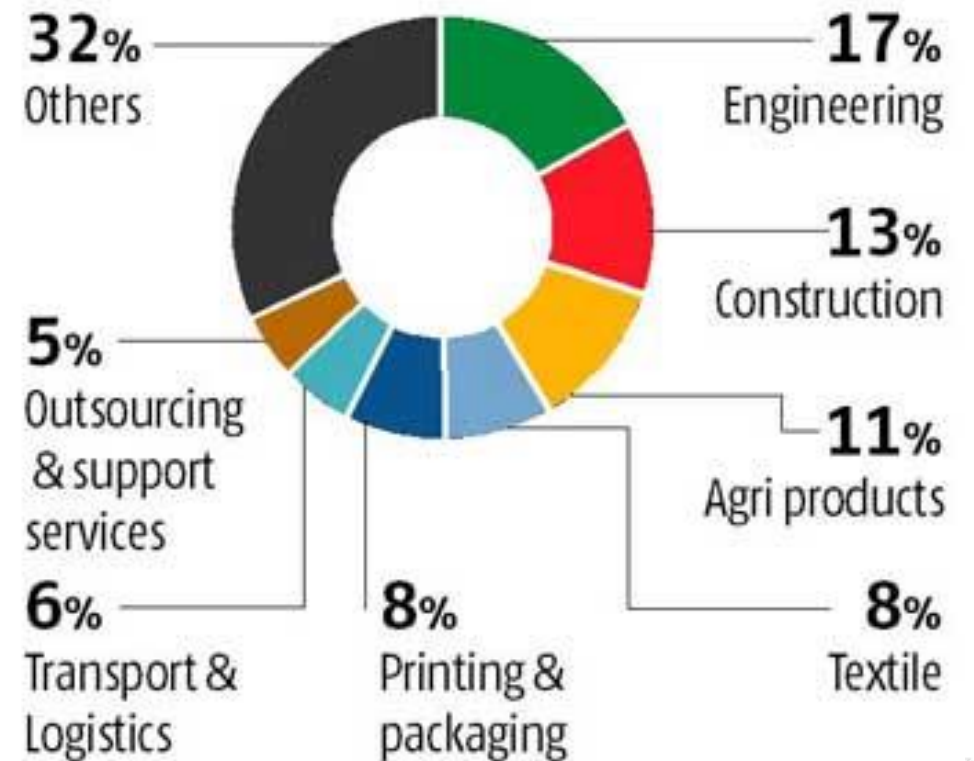
SMEs and their contribution to the growth of India



*Source: Small and Medium Business Development Chamber of India

Competencia

KEY SECTORS ATTRACTING START-UPS MSMEs





- ▶ Exportaciones vs inversión
- ▶ Estrategia de entrada al mercado
- ▶ PYMEs India-América Latina

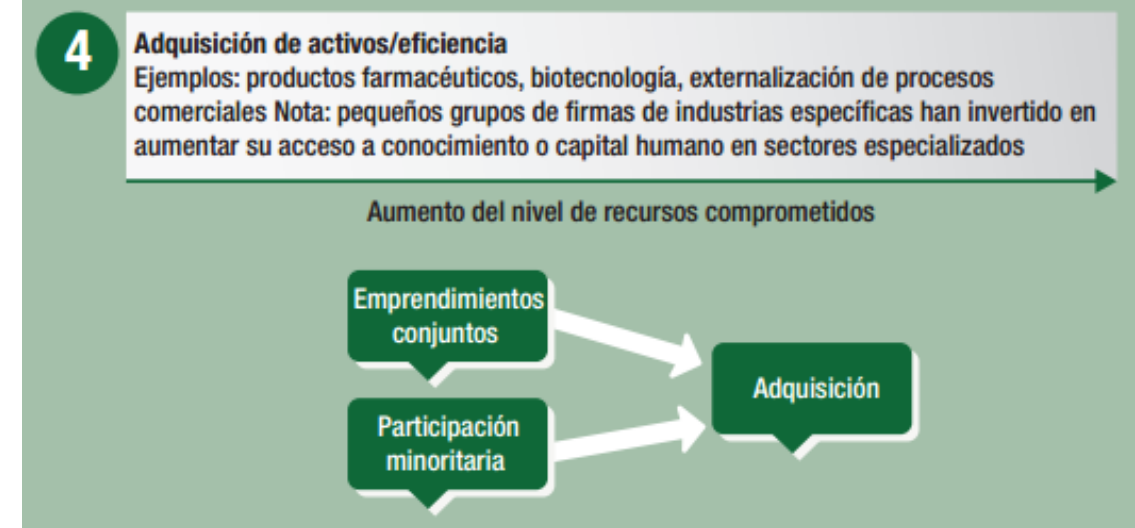
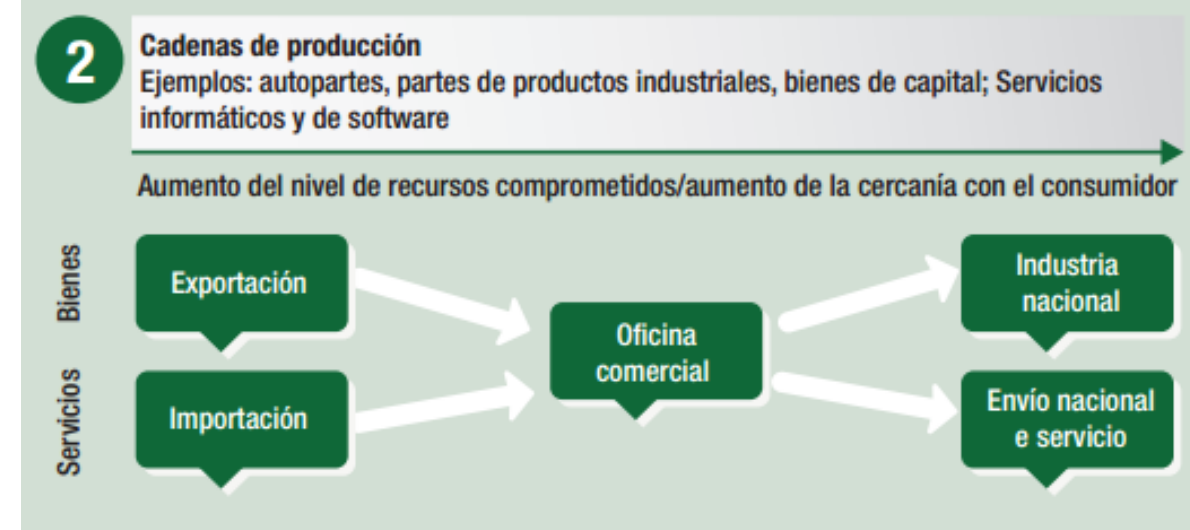
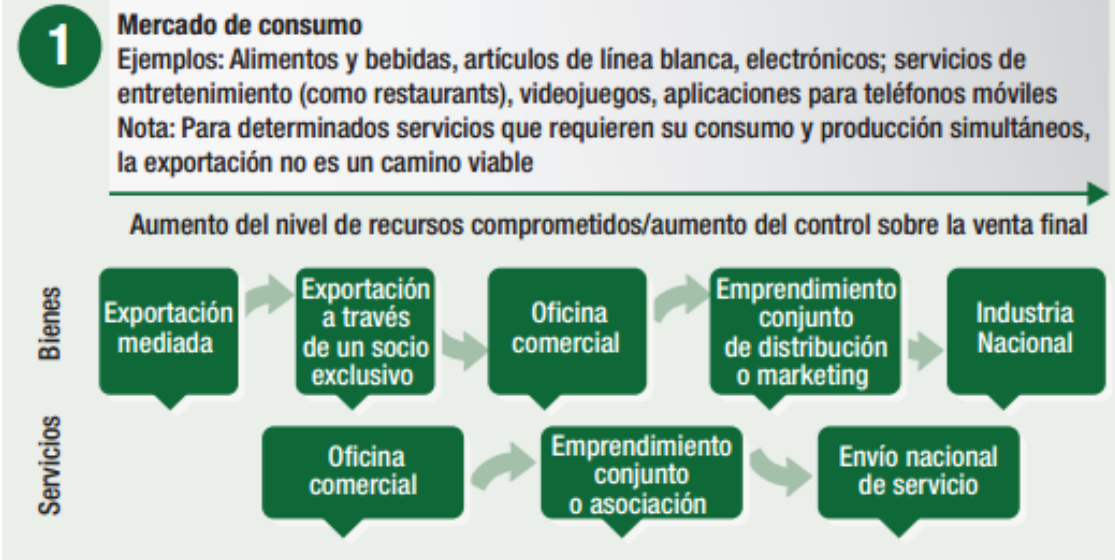
02

El proceso

¿Cuáles son las características para que las PYMEs tengan éxito en la India? ¿Qué modelo de negocio deberían seguir?



Estrategia de entrada al mercado



Exportaciones vs inversión

Solo exportación

- En algunos casos, es mejor solo exportar en lugar de invertir o producir en India. En ciertos casos, no es factible invertir.
- P.ej. Madera, químicos, productos agrícolas (quinoa, aguacate) etc.

Exportación + inversión con oficina

- En ciertos casos, se puede incrementar ventas y la presencia con una oficina de representación o de mercadeo
- P.ej. Maquinaria, productos de nicho (moda), productos de consumo etc.

Exportación + inversión para producción

- Para productos de alto producción o consumo, a veces es necesario invertir y producir en la India para ser competitivo
- P.ej. Alimentos procesados, manufacturas como automotriz, Grupo AJE etc.

Solo inversión

- Para algunos servicios o productos de nicho, es más factible invertir en vez de exportar, o a veces ni es posible exportar
- P.ej. Cines, educación, servicios financieros etc.

Pymes India-América Latina

- India invierte alrededor de USD 10-12 mil millones – aparte de la inversión en petróleo, la mayoría de las 150+ empresas son Pymes
- América Latina invierte mucho menos, alrededor de USD 2 mil millones – pero la inversión viene de empresas grandes y algunos pymes
- ¿Porqué invierten? La mayoría forman parte de las cadenas de valor, otros por el tamaño del mercado o potencial para servicios – 30 empresas en diversos sectores, la mayoría de Brasil y México





- ▶ Fase inicial
- ▶ Sectores de prioridad
- ▶ Complementariedad y pasos a seguir

03

El caso de Colombia

¿Cuáles son las características para que las PYMEs tengan éxito en la India? ¿Qué modelo de negocio deberían seguir?



Fase inicial

- Fase de aprendizaje: hay que adaptar el modelo de negocio y la forma de vender a las realidades de India, un mercado muy grande, diverso y competitivo
- No se puede aplicar en India el mismo modelo de exportación que usan para EEUU o países Europeos – el precio en India es un punto clave, y depende no solo de la calidad, pero más en las economías de escala
- Actualmente, las empresas Colombianas están más enfocados en las exportaciones, aunque algunos ya tienen representantes o oficinas de mercadeo para incrementar las ventas



Sectores de prioridad

Agroalimentos

- Café, confitería, alimentos, cacao etc.

Moda

- Fajas, ropa deportiva, cuero

Manufacturas

- Maquinaria de nicho (café, empaque)

Químicos

- Químicos inorgánicos, petroquímicos

Servicios

- Animación 2D, contenido digital



Complementariedad

- No hay mucho conflicto en el comercio internacional entre Colombia y India
- Los Pymes necesitan apoyo del gobierno – especialmente financiamiento, y para conocer mejor el mercado
- Colombia y India ya tienen firmado un acuerdo para evitar doble impuestos, y un tratado de inversión bilateral; están en el proceso de firmar un acuerdo de alcance parcial
- Hay mucho potencial para trabajar en proyectos conjuntos, especialmente en manufacturas



TAIKU PALDIES ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ TANAN благодаря
SHUKRAN DANKE TERMA KASSIH DÍKY
GRATIAS 감사합니 MATONDO MAAKE NANNI DIAKUIU
HVALA THANK YOU MERCI MOCHCHAKKERAM DIOLCH
TÄNAN YOU SPASIBO дякую FALEMINDERIT

GRACIAS

תודה ASANTE CHOKRANE ESKERRAK MISAOTRA GRAZIE
谢谢 OBRIGADO ARIGATO VINAKA
SULPÁY SPASIBO
DIOLCH ACIU DIOLCH WELALIN TAK KÖSZÖNÖM
EKELE NGIYABONGA MATUR NUWUN KIITOS DZIEKUJĘ



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia