

EL MERCADO DE LA COSMÉTICA EN LA INDIA

2025

Definición del sector

Productos	Principales productos demandados
<ul style="list-style-type: none">Perfumes y Aguas de TocadorProductos de Cuidado de CabelloProductos de Cuidado de la PielCosmética ColorAseo e higiene personal	<ul style="list-style-type: none">Aseo e higiene personal: 21 %Cuidado de Cabello: 24 %Cuidado de la Piel: 18 %Cosmética Color: 9 %

Comercio exterior

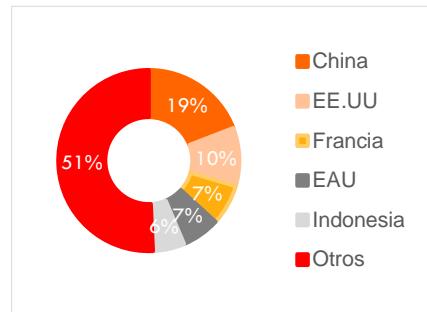
Importaciones (2022 - 2024)

Datos en miles de dólares

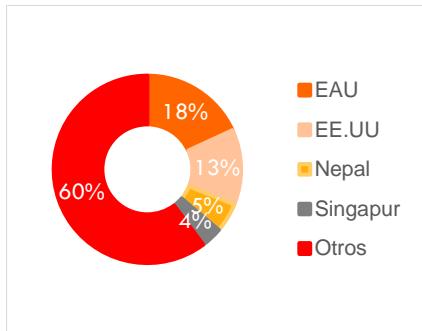


- La facturación de la industria india de productos cosméticos de cuidado personal ascendió a **18,16 mil millones de dólares estadounidenses en 2024**, un crecimiento de **9,3 %** frente al año anterior.
- EN 2024 India consolidó su ascenso en el panorama internacional de la industria cosmética y alcanzó el cuarto puesto a nivel mundial, únicamente por detrás de Estados Unidos, China y Japón.
- Las **importaciones indias sumaron a 1.671.790 miles de dólares** en productos cosméticos en 2024 mientras que las **exportaciones alcanzaron los 2.876.441 miles de dólares** durante el mismo periodo.
- España exportó **53,89 millones de dólares** a India en **2024**, frente a los **47,96 millones de USD en 2023**.

Principales países proveedores



Principales países clientes



Demanda

- Avances tecnológicos: la **Inteligencia Artificial (IA)** y la **Realidad Aumentada (RA)** combinados con experiencias de venta minorista personalizadas desempeñan un papel clave en la comercialización de la categoría de cuidado de la piel.
- Protección solar: crecimiento sostenido por conciencia de salud y estética.
- E-commerce** y omnicanalidad: plataformas como **Nykaa y Amazon** dominan el descubrimiento y la compra.
- “Premiumización” y lujo accesible: segmento premium en expansión, con marcas globales escalando presencia.
- Cuidado masculino: crecimiento acelerado en **grooming** y cuidado de la piel para hombres.

Precios

- El gasto per cápita aún está por debajo de los niveles occidentales, pero la tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) es de las más rápidas a nivel mundial.
- Los productos importados en general tienen un precio más elevado que los locales, principalmente debido a su mayor calidad y posicionamiento a un segmento medio-alto y premium.
- Las marcas que logren equilibrar ofertas asequibles para el mercado masivo con innovaciones en el segmento premium podrán captar tanto volumen como valor a medida que los consumidores indios aumentan su gasto año tras año.

EL MERCADO DE LA COSMÉTICA EN LA INDIA

2025

Percepción del producto español

- Se sitúa actualmente en un nicho pequeño, pero con un posicionamiento positivo.
- Ingredientes naturales mediterráneos y calidad certificada europea.
- Se percibe como un producto de alta calidad, seguro y con un valor diferencial basado en su origen mediterráneo y el uso de ingredientes naturales.

Marcas españolas con presencia en India



GERMAINE DE CAPUCCINI



Canales de distribución

Canal Profesional	Salones de belleza, spas, clínicas dermatológicas, que venden y aplican productos de alto valor añadido.
E-commerce y marketplaces	Plataformas como Nykaa, Amazon India, Flipkart y Mynta están ganando peso rápidamente, en especial entre consumidores jóvenes y urbanos
Tiendas especializadas de belleza	Cadenas como Nykaa Luxe, Health & Glow o Shoppers Stop Beauty ofrecen productos premium y una experiencia personalizada

Acceso al mercado

Barreras arancelarias	Los cosméticos están sujetos a un arancel básico del 20 % .
Normativa	Todo cosmético importado se debe registrar ante la Central Drugs Standard Control Organization (CDSCO) .
Registro obligatorio	
Autorización de productos y fabricantes	Se exige un Cosmetic Import Registration Certificate (RCMC) para cada marca y tipo de producto.
Etiquetado estricto	La etiqueta debe cumplir con normativa india.

Perspectivas del sector

- Se proyecta que la industria genere unos ingresos de **26,97 MMUSD** en **2029**.
- El auge de destinos turísticos orientados al bienestar en India contribuye a que el panorama de belleza y bienestar vivan un momento sin precedentes.
- Las **pruebas virtuales y los diagnósticos de piel impulsados por IA** se están convirtiendo en valores esenciales para los consumidores indios.
- Los expertos señalan que la **generación alfa** (nacidos entre 2010 y 2024) será la próxima gran protagonista. Estos preadolescentes ya se están iniciando en el consumo de productos de belleza, las marcas atienden sus necesidades y cada vez invierten más en productos premium.

Oportunidades

- El **segmento premium**, aún incipiente, pero en rápida expansión, representa una oportunidad estratégica no solo en grandes ciudades como Mumbai, Delhi o Bangalore, donde los consumidores muestran mayor disposición a pagar por calidad e innovación sino también en las ciudades Tier II y III.
- El auge de los productos con enfoque en **ingredientes naturales y cosmética ayurvédica**.
- India ofrece a las empresas extranjeras de cosmética una combinación única de **crecimiento acelerado, tendencias de consumo favorables y apertura digital**, que convierten al país en un destino de alto potencial para la internacionalización de marcas de belleza.

Información práctica

Ferias

Cosmoprof India

<https://cosmoprofindia.com/>

HBS India

<https://hbsindia.in/>

Publicaciones



Más info

[Accede aquí](#) al estudio de mercado completo

Realización
Padma Prem Karani

15 de noviembre de 2025
Mumbai

Supervisión
Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Mumbai

<http://india.oficinascomerciales.es/>
Editado
ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso. ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global
913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es
www.icex.es
