
2018



El mercado de Productos de Limpieza en India

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España Mumbai

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.

icex



ESTUDIOS
DE MERCADO

20 de febrero de 2018
Mumbai

Este estudio ha sido realizado por
Monica Modi

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Mumbai.

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.



Iniciativas como "Swachh Bharat", lanzada por el gobierno de la India con el objetivo de lograr un país más limpio y el aumento de las actividades de promoción de las principales empresas de cuidado en el hogar, ha aumentado la conciencia de los productos de cuidado en el hogar entre los consumidores.

El **mercado de productos para el hogar de la India creció un 9,4%** en 2014 hasta alcanzar un valor de **5.475 millones de dólares**. En 2019, se preveía que el mercado de productos para el hogar de la India tuviera un valor de 7.734,1 millones de dólares, lo que supondría un aumento del 41,3% desde 2014. India representa el 8,7% del valor de mercado de los productos para el hogar en la región de Asia-Pacífico.¹

Tradicionalmente, India ha sido y sigue siendo un **mercado sensible a los precios**, siendo éste un factor muy importante para los consumidores locales al seleccionar una marca sobre otra, particularmente en el cuidado del hogar. Esto da una ventaja agregada a las marcas blancas, lo que justifica el **buen funcionamiento de las marcas blancas en el sector de productos de limpieza y para el cuidado del hogar** en la India. Dado que estos productos ni se consumen ni se aplican en el cuerpo, los consumidores no son cautelosos sobre la compra de ellos, prefiriendo el precio sobre la calidad. Esto obliga a las marcas líderes a fijar el precio de sus productos de forma competitiva y también aumentar sus **actividades publicitarias y promocionales**.

Los **productos de cuidado de la ropa** son el segmento más grande del mercado de productos de limpieza para el hogar en la India, representando casi el **80% del valor total del mercado**. Hindustan Unilever Ltd. es el principal actor en el mercado de productos para el hogar de la India, con una cuota del 28,1% del valor del mercado. Se trata de un mercado que tiende a la concentración, con los **cuatro principales participantes representando el 54,8%** del valor total del mercado².

En general para los productos de cuidado de hogar, el origen del producto no es determinante ya que los consumidores valoran más los factores de precio y calidad. Además, el comprador indio realiza el aprovisionamiento de productos de limpieza en **pequeñas tiendas próximas a su vivienda y, generalmente, en pequeñas cantidades**.

Las **pequeñas tiendas independientes y los minoristas modernos** (hipermercados y supermercados), que conforman la distribución offline, continúan representando la mayor parte de la distribución de productos para el cuidado del hogar en la India. Sin embargo, el **comercio minorista en Internet** ha experimentado un fuerte crecimiento durante los últimos años y se espera que continúe así en el futuro. Con un aumento en el número de productos de cuidado en el hogar disponibles en línea, los consumidores han comenzado a pedir éstos con sus comestibles semanales o mensuales. Además, los hipermercados también han comenzado a aceptar pedidos por internet y entregarlos en los hogares de los consumidores, lo que ha aumentado la demanda de los productos de limpieza.

¹ India Household Products –Executive Summary por Marketline.

² India Household Products –Executive Summary por Marketline.



En el pasado, el fenol se ha usado comúnmente como desinfectante y limpiador de superficies; sin embargo, las fuertes ventas en productos de limpieza de superficies indican una evolución de los hábitos de consumo. Del mismo modo, se observa una evolución del uso de palos de incienso como ambientadores a productos más desarrollados para el cuidado del aire. También se nota un cambio en las zonas rurales, donde cada vez se consume más detergente en polvo en lugar de barras de detergente o lavavajillas líquidos en lugar de las barras de lavavajillas. Además, debido a la mayor penetración de aparatos de consumo tales como lavadoras, los detergentes automáticos también se han vuelto populares entre los consumidores.

Aunque la mayoría de las ventas de productos de limpieza para el hogar se generan a través de pequeñas tiendas de comestibles locales y minoristas de comestibles modernos, **la disponibilidad de productos de marca en la India rural ha sido limitada**. Sin embargo, con el aumento de la publicidad y las actividades de promoción en los idiomas regionales, los consumidores son cada vez más conscientes de los productos de marca y esto está generando cambios en los patrones de los consumidores rurales.

Por otro lado, las tiendas locales se han vuelto más receptivas a la provisión de productos de limpieza de marca, ya que la distribución de las principales marcas ha mejorado en los mercados rurales. Productos para el cuidado del aire, limpiadores polivalentes y desinfectantes para el cuidado del hogar están siendo distribuidos ya casi a todos en el territorio nacional. El aumento en la disponibilidad de productos de marca ha dado a los consumidores rurales la oportunidad de cambiar a los productos de marca.

A mediados de 2017, ha entrado en vigor las nuevas tasas de impuesto IGST que sustituye el arancel CVD (Countervailing Duty) y arancel SAD (Special Additional Duty). El IGST oscila entre el 18 y el 28% para los productos de cuidado del hogar. El precio es una de las barreras para este mercado ya que es un mercado muy sensible a los precios para productos de limpieza debido a la homogeneidad.

ICEX

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

Ventana Global

900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

