Entorno

El retail se dispara en India: el negocio se duplicará en 2020 hasta alcanzar el billón de dólares

Modaes
18 feb 2015 - 11:34

India duplicará el tamaño de su mercado local de retail en los próximos cinco años. El negocio de la distribución minorista alcanzará en 2020 ventas por valor de un billón de dólares (879.000 millones de euros), frente a los 600.000 millones de dólares (527.340 millones de euros) de 2015, según un estudio elaborado por Boston Consulting Group en colaboración con la asociación india de retailers.

El informe sostiene que la distribución organizada, que incluye grandes almacenes e hipermercados, y que ahora representa aún una pequeña parte del sector, multiplicará por tres su tamaño en los próximos años, pasando de 90.000 millones de dólares (79.100 millones de euros) en 2015 a 180.000 millones de dólares (158.200 millones de euros) en 2020. En la actualidad, el 90% del comercio en India lo forman comercios independientes.

Otro de los segmentos que más crecerá en este periodo será el ecommerce, que multiplicará su peso en el mercado por cuatro, hasta alcanzar una cifra de negocio de hasta 70.000 millones de dólares (61.500 millones de euros) en 2020.

Otro informe, esta vez elaborado por la consultora local Knight Frank India, determina que las siete ciudades del país donde más rápido crece el negocio del retail son Mumbai, Delhi, Bangalore, Chennai, Hyderabad, Pune y Calcuta. En 2014, el comercio en estas siete localidades generó ventas por valor de 3.590 millones de rupias (50.600 millones de euros) y se espera que en 2019, alcance una cifra de negocio de 7.650 millones de rupias (108 millones de euros).

Las marcas globales tendrán un gran protagonismo en el crecimiento de este

Modaes

mercado. En la actualidad ya son varios los operadores extranjeros que están haciéndose un hueco en el mercado indio de la distribución. Estados Unidos es el principal país con presencia en el negocio del retail en India. El 35% de las empresas extranjeras del sector que operan en el mercado indio son estadounidenses. Por país de origen, le siguen los retailers británicos, italianos y franceses.

Las marcas extranjeras tienen más presencia en unas ciudades concretas. En Mumbai, por ejemplo, las enseñan de fuera del país, como Forever 21, Benetton o Vero Moda, copan ya el 40% del negocio.