

El 40% del consumo de aceite de oliva en India se realiza en cosmética

Se estima que alrededor del 40% del consumo de aceite de oliva en India se realiza en cosmética y el 60% restante en alimentación, según se desprende de un estudio de ICEX España Exportación e Inversiones.

Según este estudio, una parte del aceite de oliva importado, en particular el aceite de oliva virgen, se destina a fines cosméticos y terapéuticos en el mercado indio, ya que la sociedad de este país cuenta con una gran tradición en los tratamientos ayurvédicos y percibe este producto como un elemento beneficioso tanto para la piel como para el cabello.

Así, su empleo en masajes es bastante generalizado, por lo que es muy usual encontrar el producto en farmacias y tiendas de cosmética.

El documento "El mercado del aceite de oliva en India", realizado por Fernando Ayuso bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Nueva Delhi, recoge que el norte de la India es un mercado clave al ser el mayor consumidor de aceite de oliva del país, seguido por Hyderabad, Bangalore y Chennai, ciudades situadas al sur.

España se mantiene como principal suministrador de aceite de oliva a India, que incrementó durante el pasado año las importaciones procedentes de nuestro país en un 14%. Este aumento se debe al "fuerte" crecimiento del consumo de este producto en las principales ciudades indias.

El incremento del consumo de aceite de oliva está intrínsecamente relacionado con el crecimiento económico, el movimiento campo-ciudad y el desarrollo urbano, según que este informe, que detalla que en los últimos años, el tamaño del mercado del aceite de oliva en India ha crecido de las 1.800 toneladas vendidas en 2009 a 17.400 en 2014 y se espera que esta tendencia prosiga y el mercado siga aumentando a un ritmo superior al 25% en los próximos cinco años.

El informe de ICEX también subraya que el mercado de aceite de oliva en India representa una gran oportunidad, ya que tiene un crecimiento esperado fuerte y puede ser un gran mercado de consumo en el futuro.

En su opinión, el reto que se presenta es que su uso en la cocina se generalice haciendo de su consumo un hábito.

Además, este organismo cree que entre las claves para el éxito de las empresas españolas destaca gestionar bien la distribución, delimitar el alcance geográfico, promocionar bien el producto y aprovechar los nichos de mercado.

En cuanto a la aceituna de mesa, el informe detalla que este producto ha tenido un crecimiento en el último año del 79% y que las importaciones de las empresas españolas suponen casi un 90% del total.

Source: <http://www.mercacei.com/noticia/44655/Cosmetica-amp-Belleza/EI-40-del-consumo-de-aceite-de-oliva-en-India-se-realiza-en-cosmetica.html/28/10/2015>