

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Nueva Delhi

# Notas Sectoriales

## El mercado de la lencería femenina en India

The logo for ICEX, consisting of the letters 'ICEX' in white, bold, sans-serif font, centered within a red square.

ICEX

# El mercado de la lencería femenina en India

Este estudio ha sido realizado por Eduardo Sánchez-Corral Vellosillo bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Nueva Delhi

**Junio de 2004**

## **ÍNDICE**

<b>I. CONCLUSIONES</b>	<b>4</b>
<b>II. DEFINICION DEL SECTOR</b>	<b>6</b>
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	6
<b>III. OFERTA</b>	<b>7</b>
1. Tamaño del mercado	7
2. Producción local	8
3. Importaciones	9
<b>IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA</b>	<b>16</b>
<b>V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN</b>	<b>18</b>
<b>VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL</b>	<b>20</b>
<b>VII. DISTRIBUCIÓN</b>	<b>21</b>
<b>VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO</b>	<b>22</b>
<b>IX. ANEXOS</b>	<b>24</b>
1. Fabricantes de lencería femenina presentes en India	24
2. Ferias y otros eventos	44
3. Publicaciones del sector	48
4. Asociaciones	53
5. Otras direcciones de interés	53

# I. CONCLUSIONES

El sector de la lencería en India está aún en su infancia. Hasta hace relativamente poco tiempo, la disponibilidad de prendas interiores de alta calidad se limitaba a importaciones esporádicas para su venta en el mercado gris indio. Llama especialmente la atención que teniendo India un mercado interior de prendas de vestir estimado en 850.000 millones de rupias (15.272 millones de euros), el sector de lencería y ropa interior tan sólo alcance 16.000 millones de rupias (292 millones de euros). Debido a esta escasez de oferta y a la falta de una red de comercios minoristas especializados y organizados, las consumidoras indias todavía han de desarrollar completamente su percepción de la calidad y el diseño en cuanto a prendas íntimas se refiere.

Hasta la llegada de las marcas internacionales, la producción de lencería en India se regía exclusivamente por criterios de precio y márgenes comerciales, resultando el comfort y la calidad temas secundarios. Es por ello que existen enormes nichos de mercado esperando ser cubiertos por fabricantes tanto nacionales como extranjeros. Las consumidoras de lencería importada de gama media-alta ya no tienen la necesidad de realizar sus compras aprovechando sus viajes al extranjero, sino que pueden acudir a las tiendas especializadas y grandes almacenes existentes en su ciudad. En relación con eso, ha aparecido una nueva clase de público objetivo joven, urbano y con renta suficiente como para permitirse pagar ese sobreprecio a cambio de un plus de calidad, comfort y diseño, que son las diferencias más significativas entre los productos hechos en India y los importados.

Asimismo, resulta interesante saber que muchos de estos jóvenes consumidores urbanos suelen visitar efectuar sus compras de prendas íntimas en el mercado gris pues, según ellos, ofrece muchos más estilos, colores y diseños que los que normalmente pueden encontrarse a través de los distribuidores autorizados. Esto pone de manifiesto la deficiente cadena de aprovisionamiento existente en este subsector, que no es capaz de responder a las necesidades de un consumidor que demanda prendas de una mayor calidad a la que ofrecen los fabricantes del país.

Hay que tener en cuenta además el problema de las marcas de fabricación nacional con las disponibilidad de tallas grandes. Si bien anuncian en sus catálogos la disponibilidad de sostenes con tallas de copa de la A a la D para todas sus líneas de productos, en la práctica las principales marcas internacionales con producción en India (Triumph, Lovable, etc.) venden tallas de la A a la C. Es por ello que la cadena de tiendas especializadas Underlines ha encontrado un nicho de mercado en el que hacerse fuerte, pues suya es la única lencería de calidad disponible en tallas grandes. Según las vendedoras de las tiendas especializadas Underlines, sus clientas son de clase alta, y acuden al punto de venta en busca de algo diferente, exclusivo, de mayor calidad y que se ajuste a su talla, sin importarle la diferencia precio.

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

La lencería femenina de gama alta importada es un artículo de lujo destinado a las clases urbanas con un mayor poder adquisitivo, es recomendable comenzar la distribución de estos artículos a través tanto de las cada vez más numerosas tiendas especializadas como de las distintas cadenas de grandes almacenes, los cuales dedican un espacio cada vez mayor para la exhibición y venta de sostenes, braguitas y otros artículos de moda íntima.

En definitiva, existen muy prometedoras perspectivas de mercado no solo de futuro, sino también de presente para la lencería de alta calidad en India. Todos y cada uno de los responsables de los comercios y de los grandes almacenes visitados en el área urbana de Delhi reconocen que la sección de lencería de sus establecimientos es una de las que experimenta un crecimiento más robusto en los últimos tiempos. Preguntados sobre las posibilidades de introducir nuevas marcas de lencería de lujo en el mercado indio, los comerciantes no dudaron en señalar que, si bien India sigue siendo un mercado muy sensible al precio de los bienes, existe un público objetivo para los bienes de consumo de lujo cada vez más numeroso y con hábitos de compra muy próximos a los de Occidente.

## II. DEFINICION DEL SECTOR

### 1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Esta nota sectorial pretende acercar al lector la realidad del mercado de la lencería femenina en India, pues se trata de un subsector muy poco maduro y que ofrece estupendas perspectivas de negocio a los exportadores españoles de este tipo de bienes de consumo de alto valor añadido.

Así pues, dentro del género de ropa interior femenina, nos centraremos exclusivamente en las dos prendas básicas: sostén (o sujetador) y braguitas.

### 2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Las principales partidas arancelarias del Sistema Armonizado (SA o HS) a que hace referencia esta nota sectorial son las siguientes:

**61.08: Combinaciones, enaguas, bragas, camisones, pijamas, saltos de cama, albornoces, batas y artículos similares, de punto, para mujeres y niñas.**

- 61.08.21: Bragas de punto, para mujeres o niñas, de algodón.
- 61.08.22: Bragas de punto, para mujeres o niñas, de fibras sintéticas o artificiales.
- 61.08.29: Bragas de punto, para mujeres o niñas, de las demás materias textiles.

**62.12: Sostenes, fajas, corsés, tirantes, ligas y artículos similares y sus partes, incluso de punto.**

- 62.12.10: Sostenes, incluso de punto.
- 62.12.20: Fajas y fajas pantalón, incluso de punto.
- 62.12.30: Fajas sostén (fajas corpiño), incluso de punto.
- 62.12.90: Otros artículos de la partida 62.12.

# III. OFERTA

## 1. TAMAÑO DEL MERCADO

El tamaño total del mercado de la lencería femenina en India está situado entre 16.000 y 20.000 millones de rupias al año (entre 292 y 360 millones de euros), con un crecimiento medio anual del 12%. Dentro de esta cifra, el volumen de producción de lencería “con marca” (*branded*) asciende a unos 4000 millones de rupias al año (72,6 millones de euros). Acotando aún más, veremos que los segmentos de mercado medio y alto se estima que sumen 1600 millones de rupias anuales (más de 29 millones de euros), con un incremento anual que se mueve entre el 30% y el 35%, según estimaciones de la consultora india KSA Technopak.

Sin embargo, al igual que sucede en la gran mayoría de los sectores productivos en India, tan solo el 23% del mercado se engloba dentro del sector organizado, dominando el 77% restante el sector no organizado junto con las pequeñas marcas regionales. A pesar de este dato, la incompetencia del sector no organizado está llevando a los consumidores a comprar ropa interior de marca, puesto que tanto la calidad de los tejidos como el ajuste de las prendas dejan bastante que desear. Claramente, los pequeños productores no son capaces de ofrecer respuesta a las necesidades de las mujeres indias en cuanto a este tipo de prendas se refiere.

Dentro del sector organizado, la tendencia actual del sector de la lencería india se caracteriza por la entrada de multinacionales extranjeras en el mercado. Algunas de las marcas internacionales que cuentan ya con producción local son **Lovable**, **Jockey**, **Underlines**, **Liberti World**, **Triumph** y **Vanity Fair**. Estas se unen a marcas indias ya consolidadas como **Juliet**, **Daisy Dee** y **Rupa Softline**, a las que recientemente se ha unido **Enamor**, surgida de la alianza entre el fabricante indio de prendas de vestir Gokaldas Images y la firma francesa de lencería Barbara. Además de estas marcas indias e internacionales, el perfil del mercado se completa con otras de carácter regional, como son **Groversons**, **Little Lacy**, **Bodyline**, **Lady Lyka** y **Softy**.

El sector de la lencería en India ha evolucionado –y sigue haciéndolo– muy rápidamente en apenas tres años, convenciendo a las mujeres indias de la necesidad de disponer de ropa interior de calidad para complementar una apariencia exterior atractiva. Podría decirse que, si bien los niveles de calidad en la lencería india se han visto incrementados notoriamente en los últimos años, no alcanzan aún a las prendas interiores de gama alta importadas en cuanto a ajuste, diseño, variedad y materiales.

### 2. PRODUCCIÓN LOCAL

Dentro del mercado indio se puede encontrar lencería fabricada en India y lencería de importación. En cuanto a la lencería de producción nacional, podemos diferenciar entre marcas locales y marcas internacionales. Podría decirse que las marcas locales no son competencia directa ni de las marcas internacionales ni de las prendas importadas puesto que el público objetivo de estas no es el mismo.

Las marcas nacionales (excepto Enamor y Juliet) cuentan con modelos clásicos y simples, de calidad generalmente mediocre y con una muy escasa variedad en los diseños. También es necesario señalar los problemas existentes con la estandarización y gama de tallas en este segmento de mercado. Estas marcas locales se sitúan sobre todo –salvo excepciones como Enamor– como productos de gama baja y con precios que van desde las 65 rupias (1,20 euros) que puede costar un sostén de marcas como Chic hasta las más de 1000 rupias (18 euros) que cuesta un sujetador de una marca local de gama alta como Enamor. En cuanto a las braguitas, sus precios se mueven entre las 50 y las 350 rupias por pieza (0,90 y 6,32 euros).

Por otro lado, en los últimos tres o cuatro años una serie de marcas internacionales se han establecido en India bien a través de inversiones directas en instalaciones productivas o bien concediendo licencias de explotación de esas marcas a fabricantes locales. Es el caso de marcas de reconocido prestigio mundial como pueden ser **Jockey** (Estados Unidos), **Triumph** (Alemania), **Lovable** (Estados Unidos), **Vanity Fair** (Estados Unidos), **Liberti** (Italia). También se ven otras formas de colaboración en forma de *joint ventures* entre fabricantes locales, que aportan su experiencia en el mercado de prendas indio, y fabricantes extranjeros, que ponen de su parte el *know how* y la tecnología necesaria. Fue de esta manera cómo uno de los mayores productores de prendas textiles en India, **Gokaldas Images** (<http://www.gokaldas.com>) se alió con la firma francesa de lencería **Barbara** (<http://www.barbara.fr>) para crear la *joint venture* Gokaldas Intimatewear Pvt. Ltd., que produce y comercializa la marca india **Enamor**.

#### El caso de Triumph

La empresa alemana Triumph International es uno de los líderes del mercado mundial de la lencería de gama alta. En marzo de 2002 comenzó sus operaciones en India, y hoy está presente en las principales ciudades del país. Según el responsable de ventas de la empresa, el señor Shrikant Raghavan, Triumph International es la primera firma de lencería en diseñar prendas para cada una de las cuatro estaciones del año. El equipo de diseñadores de la empresa lanza no menos de 6000 diferentes modelos de prendas al año. Si bien Triumph se considera una marca de gama alta, su objetivo en el mercado indio es llegar a toda la población urbana, incluyendo aquellas mujeres pertenecientes a la clase media.

La gama Triumph de sujetadores se compone de 30 estilos en diferentes colores, que se dividen en 7 colecciones, con tallas que van de la 65 a la 95, y con 4 tamaños de copa: A (13cm), B (15cm), C (17cm) y D (19cm). En cuanto a bragas, existen 5 tallas diferentes: S/60 (88-91cm), M/65 (92-95cm), L/70 (96-99cm), EL/75 (100-103cm) y EEL/80(104-107cm).

#### El caso de Lovable

## EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA

---

La marca Lovable forma parte del enorme grupo empresarial estadounidense Sara Lee (<http://www.saralee.com>). Lovable estableció su primer centro productivo en India en el año 1996, y ofrece varias líneas de productos: Daily Wear, Cotton Essentials, Sports Wear, Bridal Wear y camisolas. En estos ocho años, la compañía ha conseguido establecer y asentar su marca sólidamente y goza de una gran presencia en el sector, con precios ligeramente menores a los de sus competidores Triumph y Enamor. Lovable India es, tal y como define su responsable de comunicaciones, Mr. Sanjay Dash, “una marca internacional con perspectiva y enfoque local”.

Estas marcas extranjeras anteriormente citadas gozan de gran notoriedad en India, y copan el segmento de mercado medio-alto gracias a una acertada política comercial basada en establecer dentro de los comercios tanto mostradores como espacios propios dedicados exclusivamente a cada marca. Además de la extensa red comercial de agentes y distribuidores repartidos por la geografía nacional, es el boca a boca que les permite estar presentes en la práctica totalidad de las tiendas especializadas y de los grandes almacenes como Ebony, Shoppers’ Stop y Life Style.

### 3. IMPORTACIONES

Las **importaciones indias de lencería y ropa interior femenina** constituyen únicamente **entre el 1,1% y el 1,4% del mercado interior** del país.

Asimismo, se puede observar que no existe una tendencia clara respecto al mercado de origen de tales importaciones, aunque fundamentalmente provienen de países del entorno del sudeste asiático, como son Malasia, Indonesia, Hong Kong, Tailandia y Filipinas. Las estadísticas del último año fiscal muestran notables incrementos en las cifras de importación de sostenes (+366%), con especial protagonismo de países europeos como Reino Unido (26,5 millones de rupias, +1600%), Francia (3,3 millones de rupias, +2844%) y Alemania (722.000 rupias, +534%).

Las reducciones arancelarias efectuadas por el Gobierno indio el pasado 8 de enero de 2004 disminuyeron el arancel mínimo aplicable a este tipo de artículos de un 40,4% a un 29,6%. Es de esperar que tales medidas consigan aumentar el ritmo de las importaciones y reducir esa tendencia errática respecto al origen de las mismas.

## EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA

### IMPORTACIONES INDIAS

61.08.21 Bragas de punto, para mujeres o niñas, de algodón.

ANO FISCAL 1998-1999			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Estados Unidos	599	33,8%
2	Indonesia	516	29,1%
3	Sri Lanka	247	13,9%
4	China	240	13,5%
5	Hong Kong	172	9,7%
<b>Total</b>		<b>1.773</b>	<b>100%</b>

ANO FISCAL 1999-2000			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Indonesia	2.440	75,7%
2	Tailandia	408	12,7%
3	China	370	11,5%
4	Hong Kong	7	0,2%
<b>Total</b>		<b>3.225</b>	<b>100%</b>

ANO FISCAL 2000-2001			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Malasia	1.243	63,6%
2	Indonesia	318	16,3%
3	China	239	12,2%
4	Italia	132	6,8%
5	Hong Kong	13	0,7%
6	Tailandia	8	0,4%
<b>Total</b>		<b>1.953</b>	<b>100%</b>

ANO FISCAL 2001-2002			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Malasia	8.569	59,2%
2	Reino Unido	4.822	33,3%
3	Estados Unidos	766	5,3%
4	Indonesia	171	1,2%
5	Japón	54	0,4%
6	España	39	0,3%
7	Tailandia	26	0,2%
8	Hong Kong	15	0,1%
9	Emiratos Arabes Unidos	4	0,0%
<b>Total</b>		<b>14.466</b>	<b>100%</b>

ANO FISCAL 2002-2003			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Malasia	8.513	80,0%
2	Emiratos Arabes Unidos	634	6,0%
3	Sri Lanka	384	3,6%
4	Reino Unido	365	3,4%
5	Vietnam	289	2,7%
6	Indonesia	256	2,4%
7	Francia	74	0,7%
8	China	71	0,7%
9	Hong Kong	57	0,5%
10	Tailandia	5	0,0%
<b>Total</b>		<b>10.647</b>	<b>100%</b>

Fuente: Department of Commerce, Government of India

<http://www.commerce.nic.in/eidb/default.asp>

1 euro = 55,14 rupias

## EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA

### IMPORTACIONES INDIAS

61.08.22 Bragas de punto, para mujeres o niñas, de fibras sintéticas o artificiales.

ANO FISCAL 1998-1999			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Estados Unidos	26	100%
<b>Total</b>		<b>26</b>	<b>100%</b>

ANO FISCAL 1999-2000			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Indonesia	309	47,0%
2	Tailandia	177	26,9%
3	China	162	24,7%
4	Holanda	9	1,4%
<b>Total</b>		<b>657</b>	<b>100%</b>

ANO FISCAL 2000-2001			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	China	44.271	97,2%
2	Malasia	878	1,9%
3	Hong Kong	149	0,3%
4	Alemania	104	0,2%
5	Australia	73	0,2%
6	Indonesia	66	0,1%
7	Francia	13	0,0%
8	Tailandia	3	0,0%
<b>Total</b>		<b>45.558</b>	<b>100%</b>

ANO FISCAL 2001-2002			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	China	584	33,8%
2	Filipinas	533	30,9%
3	Alemania	202	11,7%
4	Australia	94	5,4%
5	Hong Kong	93	5,4%
6	Kuwait	57	3,3%
7	Italia	56	3,2%
8	España	47	2,7%
9	Emiratos Arabes Unidos	44	2,5%
10	Francia	11	0,6%
<b>Total</b>		<b>1.726</b>	<b>100%</b>

ANO FISCAL 2002-2003			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Reino Unido	6.153	49,3%
2	China	5.530	44,3%
3	Italia	313	2,5%
4	Alemania	169	1,4%
5	Filipinas	143	1,1%
6	Kuwait	57	0,5%
7	Hong Kong	47	0,4%
8	Tailandia	32	0,3%
9	Corea del Sur	31	0,2%
10	Francia	12	0,1%
<b>Total</b>		<b>12.487</b>	<b>100%</b>

Fuente: Department of Commerce, Government of India  
<http://www.commerce.nic.in/eidb/default.asp>  
 1 euro = 55,14 rupias

## EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA

**IMPORTACIONES INDIAS**  
61.08.29 Bragas de punto, para mujeres o niñas, de las demás materias textiles.

ANO FISCAL 1997-1998			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Taiwan	55	100%
<b>Total</b>		<b>55</b>	<b>100%</b>

ANO FISCAL 1998-1999			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Singapur	11	100%
<b>Total</b>		<b>11</b>	<b>100%</b>

ANO FISCAL 1999-2000			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	China	403	51,7%
2	Indonesia	377	48,3%
<b>Total</b>		<b>780</b>	<b>100%</b>

ANO FISCAL 2000-2001			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Hong Kong	171	81,4%
2	Tailandia	39	18,6%
<b>Total</b>		<b>210</b>	<b>100%</b>

ANO FISCAL 2001-2002			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Hong Kong	387	52,1%
2	Nepal	240	32,3%
3	Emiratos Árabes Unidos	71	9,6%
4	Tailandia	22	3,0%
5	Italia	20	2,7%
6	China	3	0,4%
<b>Total</b>		<b>743</b>	<b>100%</b>

ANO FISCAL 2002-2003			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	China	1.627	48,5%
2	Filipinas	657	19,6%
3	Tailandia	351	10,5%
4	Reino Unido	321	9,6%
5	Hong Kong	238	7,1%
6	Emiratos Árabes Unidos	89	2,7%
7	Malasia	50	1,5%
8	Corea del Sur	24	0,7%
<b>Total</b>		<b>3.357</b>	<b>100%</b>

Fuente: Department of Commerce, Government of India  
<http://www.commerce.nic.in/cidb/default.asp>

1 euro = 55,14 rupias

## EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA

### IMPORTACIONES INDIAS

62.12.10 Sostenes, incluso de punto.

AÑO FISCAL 1997-1998			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Indonesia	1.049	35,2%
2	Taiwan	855	28,7%
3	Hong Kong	558	18,7%
4	Tailandia	381	12,8%
5	Sri Lanka	135	4,5%
	<b>Total</b>	<b>2.978</b>	<b>100%</b>

AÑO FISCAL 1998-1999			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Sri Lanka	2.428	27,9%
2	Australia	2.301	26,5%
3	China	1.605	18,5%
4	Estados Unidos	1.520	17,5%
5	Italia	283	3,3%
6	Alemania	271	3,1%
7	Hong Kong	229	2,6%
8	Reino Unido	34	0,4%
9	Tailandia	17	0,2%
	<b>Total</b>	<b>8.688</b>	<b>100%</b>

AÑO FISCAL 1999-2000			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Sri Lanka	12.454	43,2%
2	Hong Kong	6.297	21,8%
3	Estados Unidos	3.272	11,3%
4	China	1.696	5,9%
5	Alemania	1.671	5,8%
6	Australia	1.074	3,7%
7	Turquia	734	2,5%
8	Francia	461	1,6%
9	Reino Unido	332	1,2%
10	Filipinas	290	1,0%
	<b>Total</b>	<b>28.858</b>	<b>100%</b>

AÑO FISCAL 2000-2001			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	China	7.820	52,3%
2	Malasia	2.436	16,3%
3	Hong Kong	1.963	13,1%
4	Indonesia	1.158	7,7%
5	Australia	683	4,6%
6	Italia	355	2,4%
7	Alemania	220	1,5%
8	Filipinas	191	1,3%
9	Tailandia	49	0,3%
10	Francia	49	0,3%
	<b>Total</b>	<b>14.953</b>	<b>100%</b>

AÑO FISCAL 2001-2002			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Hong Kong	4.497	34,1%
2	Malasia	2.995	22,7%
3	Reino Unido	1.660	12,6%
4	Italia	1.571	11,9%
5	Australia	793	6,0%
6	Indonesia	783	5,9%
7	Emiratos Árabes Unidos	227	1,7%
8	Corea del Sur	226	1,7%
9	Alemania	135	1,0%
10	Francia	116	0,9%
	<b>Total</b>	<b>13.184</b>	<b>100%</b>

AÑO FISCAL 2002-2003			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Filipinas	48.034	50,1%
2	Reino Unido	26.528	27,7%
3	Hong Kong	7.505	7,8%
4	Malasia	3.601	3,8%
5	China	3.302	3,4%
6	Francia	3.299	3,4%
7	Italia	1.096	1,1%
8	Vietnam	791	0,8%
9	Alemania	722	0,8%
10	Indonesia	301	0,3%
	<b>Total</b>	<b>95.872</b>	<b>100%</b>

Fuente: Department of Commerce, Government of India

<http://www.commerce.nic.in/cidb/default.asp>

1 euro = 55,14 rupias

### IMPORTACIONES INDIAS

62.12.20 Fajas y fajas pantalón, incluso de punto.

AÑO FISCAL 2001-2002			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Italia	4	100%
	<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

AÑO FISCAL 2002-2003			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Filipinas	6.619	97,1%
2	Indonesia	97	1,4%
3	Reino Unido	63	0,9%
4	Italia	33	0,5%
5	China	4	0,1%
	<b>Total</b>	<b>6.816</b>	<b>100%</b>

Fuente: Department of Commerce, Government of India

<http://www.commerce.nic.in/cidb/default.asp>

1 euro = 55,14 rupias

## EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA

IMPORTACIONES INDIAS	
62.12.30	Fajas sostén (fajas corpiño), incluso de punto.

ANO FISCAL 1997-1998			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Francia	171	93,4%
2	Hong Kong	12	6,6%
<b>Total</b>		<b>183</b>	<b>100%</b>

ANO FISCAL 1998-1999			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	China	68	100%
<b>Total</b>		<b>68</b>	<b>100%</b>

ANO FISCAL 1999-2000			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Nueva Zelanda	20	100%
<b>Total</b>		<b>20</b>	<b>100%</b>

ANO FISCAL 2000-2001			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	China	20	100%
<b>Total</b>		<b>20</b>	<b>100%</b>

ANO FISCAL 2001-2002			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Malasia	3.178	96,9%
2	Filipinas	103	3,1%
<b>Total</b>		<b>3.280</b>	<b>100%</b>

ANO FISCAL 2002-2003			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Malasia	17.503	99,6%
2	Italia	77	0,4%
<b>Total</b>		<b>17.580</b>	<b>100%</b>

Fuente: Department of Commerce, Government of India  
<http://www.commerce.nic.in/cidb/default.asp>  
 1 euro = 55,14 rupias

## EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA

### IMPORTACIONES INDIAS

62.12.90 Otros artículos de la partida 62.12 excepto sostenes corpiños, fajas, fajas braga o bombacha, y fajas sostén.

AÑO FISCAL 1997-1998			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Filipinas	4.410	86,3%
2	Estados Unidos	491	9,6%
3	Indonesia	157	3,1%
4	China	33	0,6%
5	Emiratos Arabes Unidos	20	0,4%
<b>Total</b>		<b>5.110</b>	<b>100%</b>

AÑO FISCAL 1998-1999			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Sri Lanka	658	30,2%
2	Tailandia	382	17,5%
3	Singapur	293	13,4%
4	Alemania	245	11,2%
5	Francia	239	11,0%
6	Italia	237	10,9%
7	Corea del Sur	55	2,5%
8	Estados Unidos	44	2,0%
9	Hong Kong	23	1,1%
10	República Checa	3	0,1%
<b>Total</b>		<b>2.182</b>	<b>100%</b>

AÑO FISCAL 1999-2000			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Singapur	1.380	72,1%
2	Tailandia	187	9,8%
3	Corea del Sur	151	7,9%
4	Filipinas	89	4,6%
5	Hong Kong	68	3,6%
6	Estados Unidos	18	0,9%
7	Holanda	12	0,6%
8	Sudáfrica	9	0,5%
<b>Total</b>		<b>1.914</b>	<b>100%</b>

AÑO FISCAL 2000-2001			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Malasia	5.642	78,1%
2	Alemania	834	11,5%
3	Sri Lanka	418	5,8%
4	Corea del Sur	217	3,0%
5	Hong Kong	54	0,7%
6	Estados Unidos	41	0,6%
7	Italia	19	0,3%
<b>Total</b>		<b>7.225</b>	<b>100%</b>

AÑO FISCAL 2001-2002			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Malasia	20.161	96,3%
2	Alemania	435	2,1%
3	Hong Kong	175	0,8%
4	Indonesia	54	0,3%
5	Australia	35	0,2%
6	Italia	32	0,2%
7	China	18	0,1%
8	Somalia	13	0,1%
9	Reino Unido	2	0,0%
10	Japón	2	0,0%
<b>Total</b>		<b>20.927</b>	<b>100%</b>

AÑO FISCAL 2002-2003			
RANKING	PAÍS DE ORIGEN	VALORES EN MILES DE RUPIAS	CUOTA DE IMPORTACIÓN
1	Malasia	49.275	64,4%
2	Filipinas	21.585	28,2%
3	Reino Unido	4.386	5,7%
4	Alemania	440	0,6%
5	Hong Kong	411	0,5%
6	Corea del Sur	166	0,2%
7	Indonesia	109	0,1%
8	Tailandia	97	0,1%
9	Japón	25	0,0%
10	China	7	0,0%
<b>Total</b>		<b>76.507</b>	<b>100%</b>

Fuente: Department of Commerce, Government of India  
<http://www.commerce.nic.in/cidb/default.asp>  
 1 euro = 55,14 rupias

# IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

El sector de la lencería femenina en India ha sufrido grandes cambios en los últimos años. Estos cambios podrían achacarse a la invasión mediática procedente del extranjero, a la publicidad agresiva y también al hecho de que existe un número cada vez mayor de indios que viajan al exterior. Todo esto ha provocado que exista un mayor conocimiento y aprecio de las marcas foráneas.

Según Ms. Ashu Jain, comercial de lencería de Marks & Spencer, “el mercado de la lencería de lujo en India tiene un enorme potencial”. Para Ms. Jain, las razones que le llevan a pensar esto son varias. La primera de ellas es el incremento de renta disponible del indio medio, que conduce a un mayor gasto en bienes de consumo. Lo cierto es que existe una notable diferencia entre la lencería de fabricación india y la lencería de importación en cuanto a calidad, diseño y confort, y esta nueva hornada de consumidores en zonas urbanas están dispuestos a pagar un precio más alto por prendas que satisfagan sus necesidades.

NIVELES DE RENTA ANUAL (valores en USD)	MILLONES DE HOGARES		
	1995	2002	2007*
Baja (menos de \$489)	86,1	59,3	39,9
Media-Baja (entre \$490 y \$978)	44,9	72,2	78,5
Media (entre \$978 y \$1522)	18	23,5	36,6
Media-Alta (entre \$1523 y \$2087)	7,0	13,6	21,4
Alta (más de \$2087)	4,6	12,1	22,7
<b>Total</b>	<b>160,6</b>	<b>181</b>	<b>199,1</b>

Fuente: Tata Statistical Outline of India

El mercado indio refleja la diversidad de los niveles de ingreso y estilos de vida de la sociedad India. Oficialmente, existe una clase alta de unos 21 millones de personas que demandan productos de fabricación internacional, desde automóviles y productos electrónicos hasta cosméticos y vestidos, con frecuencia a precios internacionales. La clase media (según criterios indios) es oficialmente de unos 200 millones de personas (35 millones de hogares). Se trata de un segmento de población muy diferenciado en sí mismo, que se incrementa significativamente cada año y que, en las capas más bajas de la sociedad es muy sensible al precio y al tipo de producto, por lo que la aproximación comercial a estos segmentos poblacionales requiere adecuación en términos de diseño y precio. Por último, hay una clase baja mayoritaria de unos 800 millones de personas con ingresos mínimos.

Es necesario señalar también que cada vez existe un mayor conocimiento y variedad de marcas y modelos de lencería entre los consumidores indios de clase media y alta. Esto se debe a los viajes al

## EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA

---

extranjero por parte de este segmento poblacional, así como a la publicidad y reportajes en medios de comunicación tanto escritos (ver listado de revistas de moda en India más adelante) como audiovisuales. La entrada de canales de televisión por cable como Fashion TV y Trendz TV ha ayudado enormemente a las marcas extranjeras a darse a conocer al público indio.

Como decimos, en un mercado tan sensible al precio como es India, el principal factor de decisión para una compradora india de lencería de clase media y alta, no es ya tanto la cantidad de dinero que debe desembolsar por la prenda como la calidad de los acabados, la adecuación de los tejidos y, en gran medida, disponibilidad de tallas. Según una encuesta a 40.000 mujeres indias llevada a cabo en 17 ciudades del país por la marca india de lencería Enamor, el 80% de las mujeres consultadas reconocían no saber con seguridad cual es su correcta talla de sujetador. Ello, unido a la inexperiencia y falta de formación de los vendedores de este tipo de artículos provoca que la mayoría de las mujeres indias lleven ropa interior de tallas inadecuadas. Según pone de manifiesto esa misma encuesta-estudio, la mujer india media cuenta con seis sostenes en su guardarropa y, por lo general, los modelos de las marcas más caras suelen ser guardados para las grandes ocasiones.

Finalmente diremos que, de acuerdo con lo expresado por los vendedores de los puntos de venta de lencería, las consumidoras de lencería de lujo son muy leales a este tipo de prendas de importación, pues perciben que las prendas íntimas de fabricación india están muy por detrás en cuanto a niveles de calidad, si bien han mejorado notablemente en cuanto a diseño y estilo en los últimos años.

PREFERENCIAS DE TEJIDOS PARA LENCERÍA EN INDIA	
1.	Algodón 100%
2.	Microfibra
3.	Viscosa
4.	Poliamida (mezcla)

## V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

La distribución comercial de bienes de consumo en India fuera de los grandes zonas y centros comerciales de las principales ciudades se caracteriza por el minifundismo minorista, con un número elevadísimo de pequeños puntos de venta, donde la escasa capacidad de financiación limita la variedad de productos a la venta, forzando a la vez a una especialización y fragmentación excesiva. Se estima que hay más de un millón de pequeñas tiendas en zonas urbanas y más de 2,5 millones en el medio rural. La escasa

PRECIOS DE VENTA AL PÚBLICO DE LAS PRINCIPALES MARCAS (Junio 2004)			
<b>Aubade</b> (Importada)	Sostenes	1900-3750 rupias	34,45-68 euros
	Braguitas	1100-2500 rupias	20-45,34 euros
<b>Berlei</b> (Importada)	Sostenes	475-1000 rupias	8,61-18,13 euros
	Braguitas	250-550 rupias	4,53-10 euros
<b>Enamor</b>	Sostenes	350-795 rupias	6,35-14,42 euros
	Braguitas	150-425 rupias	2,72-7,70 euros
<b>Felina</b> (Importada)	Sostenes	750-2850 rupias	13,60-51,70 euros
	Braguitas	350-1250 rupias	6,35-22,67 euros
<b>Jockey</b>	Sostenes	Todos a 210 rupias	3,81 euros
	Braguitas	79-89 rupias	1,43-1,61 euros
<b>Juliet</b>	Sostenes	114-299 rupias	2,06-5,42 euros
	Braguitas	99-129 rupias	1,79-2,34 euros
<b>Lovable</b>	Sostenes	297-500 rupias	5,38-9,06 euros
	Braguitas	65-260 rupias	1,18-4,72 euros
<b>Marks &amp; Spencer</b> (Importada)	Sostenes	550-2500 rupias	10-45,34 euros
	Braguitas	350-850 rupias	6,35-15,42 euros
<b>Triumph</b>	Sostenes	365-795 rupias	6,62-14,42 euros
	Braguitas	115-290 rupias	2,08-5,26 euros

capacidad financiera del sector contribuye también a alargar y complicar las cadenas de distribución, dificultando así el proceso de introducción de nuevos productos en el mercado a gran escala.

La cadena de valor de los bienes de consumo en India cuenta con un número de niveles e intermediarios directamente proporcional al área geográfica que se desee cubrir y al tamaño del público objetivo. Es por ello que los márgenes comerciales tanto del distribuidor mayorista como del minorista tienen un enorme peso sobre el precio final de venta al público del bien en cuestión, al igual que los aranceles aduaneros.

A continuación presentaremos un esquemático modelo de lo que puede ser la formación del precio final de una pieza de lencería importada y puesta a la venta en India:

## EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA

---

CADENA DE VALOR EN INDIA	
Precio CIF por pieza	100
Aranceles	32 (32%)
Sub-total	132
Margen importador	26,4 (20%)
Sub-total	158,4
Impuestos sobre ventas	12,67 (8%)
Sub-total	171,07
Gastos transporte	2
Margen gran distribuidor	17,3 (10%)
Sub-total	190,37
Margen mayorista	19 (10%)
Sub-total	209,37
Margen minorista	67 (32%)
<b>Precio de venta al público (MRP)</b>	<b>276,37</b>

## **VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL**

La presencia de productos de lencería de origen español en el mercado indio es literalmente inexistente, tal y como demuestran las cifras de importación proporcionadas por el Department of Commerce indio (<http://www.commerce.nic.in/eidb/default.asp>).

Sin embargo, hemos podido comprobar que los empresarios y los consumidores del país perciben los productos de fabricación europea como artículos de muy alta calidad y de alto precio. Consultados sobre las perspectivas de venta de fabricantes españoles de lencería en India, la totalidad de los responsables de los puntos de venta indios coinciden en que existen estupendas oportunidades de negocio para este subsector en India. De hecho, gran parte de los entrevistados se mostraron muy receptivos y altamente interesados en conocer la oferta española en cuanto a marcas, materiales, gamas y precios.

## VII. DISTRIBUCIÓN

En India podemos distinguir en la actualidad tres tipos de distribución muy distintos entre sí:

- **Los mercados al aire libre**, que son aquellos donde tradicionalmente hace sus compras la población india con bajos niveles de renta. Están formados por multitud de puestos y pequeñas tiendas en la calle, cuyos productos son de baja calidad y normalmente sin marca.
- **Los grandes almacenes y supermercados** que están empezando a desarrollarse y que son frecuentados por consumidores de clase media y alta. Estos puntos de venta sólo comercializan artículos de marca y de gama media y alta. Algunos ejemplos de este tipo de establecimientos son Shoppers' Stop, Life Style y Ebony.
- **Las tiendas especializadas** como La Lingerie y Underlines, que proponen un concepto diferente que tiene como público objetivo a los consumidores indios con un alto nivel de rentas. Estos comercios ya cuentan con lencería de importación, gamas más amplias, variedad de marcas, probadores, tallas estandarizadas y vendedoras que aconsejan a las clientas sobre los productos.

La lencería de gama alta en India está compuesta en su mayoría por marcas extranjeras (fabricadas en India o en el exterior) es cada vez más fácil de encontrar en mercerías y tiendas de ropa para mujer. Importantes marcas como Triumph, Enamor, Lovable y Vanity Fair –todas ellas de fabricación india–, están ampliamente disponibles en todos los establecimientos de tamaño mediano, así como en grandes almacenes como Shoppers' Stop, Ebony, Westside y Life Style. Sin embargo, es difícil encontrar lencería importada fuera de las cada vez más numerosas tiendas especializadas.

Es necesario puntualizar que, si bien las redes de distribución y el servicio no están totalmente adaptados a los productos de gama alta, es de esperar que la creciente presencia de marcas extranjeras favorezca la organización y la adecuación de los puntos de venta.

## **VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO**

España puede perfectamente competir en India dentro del segmento de mercado de la lencería de lujo importada. Hoy por hoy, este tipo de artículos sólo pueden encontrarse en India en dos tipos de establecimientos:

1. Tiendas especializadas (Underlines, La Lingerie, Mermaid, etc.)
2. Grandes almacenes (Shoppers' Stop, Ebony, Westside, etc.)

Es por ello que la estrategia de aproximación a este mercado debe centrarse en conseguir hacerse un hueco en las estanterías de este tipo de comercios que son aquellos donde acude a comprar nuestro público objetivo, que es el de mayor poder adquisitivo.

Los datos de contacto de los principales comerciantes de lencería en el área de Delhi se encuentran en el punto IX: Anexos.

Según pudimos averiguar, las cadenas de grandes almacenes no comercializan ropa interior de importación por dos motivos principales:

- Inexistencia de centros de abastecimiento o distribuidores de prendas importadas en India capaces de hacer frente a grandes pedidos con rapidez.
- Proliferación de distribuidores de lencería extranjera pertenecientes a los mercados gris y negro que no facilitan factura a los clientes, lo cual hace sospechar que dichas prendas pudiesen ser de contrabando. Esta es la vía de entrada de gran parte de las marcas de prendas íntimas de fabricación extranjera como pueden ser Pascale Madonna, Guy Laroche y Wacoal.

Dado que existe un fuerte interés por este tipo de prendas en India, y teniendo en cuenta que la saturación dentro de este segmento de mercado es prácticamente nula, aquellos exportadores españoles que deseen introducir sus productos de lencería en este país, deberán optar por una de las siguientes vías, dependiendo del horizonte temporal y deseo de compromiso con el gigantesco mercado indio:

- Distribución a través de los dos tipos de establecimiento anteriormente mencionados (tiendas especializadas y grandes almacenes)
- Apertura de una red de establecimientos en las que comercializar sus propios artículos (p.e. Women's Secret)

## EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA

- Efectuar una inversión para el montaje de un centro de producción en India con tecnología, *know how* y materiales importados para abastecer el mercado interno, como ya han hecho Lovable y Triumph (solución óptima con vistas a medio y largo plazo).

Un escollo a tener en cuenta lo constituyen los aranceles aduaneros, que vieron un recorte significativo por parte del Gobierno indio el pasado 8 de enero de 2004, y han quedado fijados de la siguiente manera para cada una de las partidas arancelarias sobre las que trata esta nota sectorial:

PARTIDAS ARANCELARIAS		TIPO BÁSICO	TIPO ADICIONAL	ARANCEL TOTAL	ARANCEL TOTAL MÁS IMPUESTO PARA LA EDUCACIÓN (2%)
61.08.21	Bragas de punto, para mujeres o niñas, de algodón.	20% o 25 rupias por pieza (el mayor de los dos valores resultantes)	4,08%	<b>24,9%(mínimo)</b>	<b>25,398%(mínimo)</b>
61.08.22	Bragas de punto, para mujeres o niñas, de fibras sintéticas o artificiales.	20% o 25 rupias por pieza (el mayor de los dos valores resultantes)	8,16%	<b>29,792%(mínimo)</b>	<b>30,38784%</b>
61.08.29	Bragas de punto, para mujeres o niñas, de las demás materias textiles.	20%	8,16%	<b>29,792%</b>	<b>30,38784%</b>
62.12.10	Sostenes, incluso de punto.	20% o 30 rupias por pieza (el mayor de los dos valores resultantes)	4,08% o 8,16%	<b>24,9%(mínimo)</b>	<b>25,398%(mínimo)</b>
62.12.20	Fajas y fajas pantalón, incluso de punto.	20% o 30 rupias por pieza (el mayor de los dos valores resultantes)	4,08% o 8,16%	<b>24,9%(mínimo)</b>	<b>25,398%(mínimo)</b>
62.12.30	Fajas sostén (fajas corpiño), incluso de punto.	20% o 30 rupias por pieza (el mayor de los dos valores resultantes)	4,08% o 8,16%	<b>24,9%(mínimo)</b>	<b>25,398%(mínimo)</b>
62.12.90	Los demás.	20% o 30 rupias por pieza (el mayor de los dos valores resultantes)	4,08% o 8,16%	<b>24,9%(mínimo)</b>	<b>25,398%(mínimo)</b>

Por otro lado, la reglamentación india específica sobre la ropa interior simplemente hace referencia a la designación de las tallas en las prendas. Esta normativa está regulada en India por el **Bureau of Indian Standards** (<http://www.bis.org.in>), y su número de expediente es el IS 14454:1997.

En cuanto al etiquetado de las prendas para su venta dentro del subcontinente indio, este debe incluir la composición del tejido de la prenda, la talla y el Precio Máximo de Venta al Público (MRP, Maximum Retail Price), cuyo valor máximo es de un 132% del precio de venta mayorista.

# IX. ANEXOS

## 1. FABRICANTES DE LENCERÍA FEMENINA PRESENTES EN INDIA

### CLASIFICACIÓN POR MARCAS (EN ORDEN ALFABÉTICO)

#### AINA LINGERIE

Fabricada por: **Padmavati Creation**

Dirección: #10, 68/B, Cross Chawl  
N.M. Joshi Marg (Opp. Western Railways Workshop)  
Lower Parel  
Mumbai – 400 013  
Maharashtra  
India

Teléfono: +91 22 2494 0237  
Móvil: +91 22 3297 5310  
E-Mail: [info@ainalingerie.com](mailto:info@ainalingerie.com)  
Página web: <http://www.ainalingerie.com>

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **AUBADE**

Fabricada por: **Aubade**

Dirección: 10, rue du colonel Driant

75001 Paris

Francia

Teléfono: +33 1 70 99 20 00

Fax: +33 1 70 99 20 27

E-Mail: [commercialexport@aubadepro.com](mailto:commercialexport@aubadepro.com)

Página web: <http://www.aubade.com>

### **BELLE**

Fabricada por: **Belle Wears Pvt. Ltd.**

Dirección: B-58, Roop Nagar Industrial Area, Loni

Ghaziabad -

Uttar Pradesh

India

### **BERLEI**

Página web: <http://www.berlei.com>

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **BODYCARE**

Fabricada por: **Pawan Hosiery**

Comercializada por: **Bodycare International (India) Ltd.**

Dirección #1: 149, Functional Industrial Estate Patparganj  
New Delhi – 110 092

India

Teléfono: +91 11 2214 8607 /08

+91 11 2215 8607 /08

Fax: +91 11 2215 8609

Dirección #2: 372, Narmawalla Estate, Station Road

Below Elphistone Bridge, Parel

Mumbai – 400 112

Maharashtra

India

Teléfono: +91 22 2412 0082

E-Mail: [bodycare@mantraonline.com](mailto:bodycare@mantraonline.com)

[ceo@bodycareintl.com](mailto:ceo@bodycareintl.com)

Página web: <http://www.bodycareintl.com>

Contacto: Mr. Satish Gupta (Chairman & Managing Director)

### **BODYLINE**

Fabricada por: **Bodyline Lingerie (India) Pvt. Ltd.**

Dirección: No.2 Mariam Terrace, 68 Chapple Road, Bandra (W)

Mumbai – 400 050

Maharashtra

India

Teléfono: +91 22 2641 6567

Fax: +91 22 2642 3405

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **BODY SECRETS PANTIES**

Fabricada por: **Body Secrets**

Dirección: 5, Desai Compound, J.S. Road  
Nr. Happy Home Society  
Borivli (W)  
Mumbai – 400 068  
Maharashtra  
India

Teléfono: +91 22 2892 6766  
+91 22 2892 6768

E-Mail: [info@bodysecretspanties.com](mailto:info@bodysecretspanties.com)  
[bodysecrets@rediffmail.com](mailto:bodysecrets@rediffmail.com)

Página web: <http://www.bodysecretspanties.com>

### **BRALUX**

Fabricada por: **Saiko Keisho Trade Combine**

Dirección: 10, Hospital Lane, Off Dilma Street, Dockyard  
Mumbai – 400 010  
Maharashtra  
India

Teléfono: +91 22 2372 7712  
+91 22 2375 1607

Fax: +91 22 2375 1607

E-Mail: [novell@vsnl.com](mailto:novell@vsnl.com)

Página web: <http://www.bralux-saiko.com>

### **BRATEX**

Fabricada por : **Bratex International Co. Ltd.**

E-Mail: [info@bratex.com](mailto:info@bratex.com)

Página web: <http://www.bratex.com>

## EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA

---

### CHIC LINGERIE

Fabricada por: **Chic Lingerie**

Dirección: B/18, Minerva Industrial Estate  
Sewree Bunder Road, Sewree (East)  
Mumbai – 400 015  
Maharashtra  
India  
Teléfono: +91 22 2416 2354  
Fax: +91 22 2414 7487  
E-Mail: [aklass86@vsnl.net](mailto:aklass86@vsnl.net)  
Página web: <http://www.chicunderwear.com>

### DAISY DEE

Fabricada por: **Intimate Apparels (A Division of MIL)**

Dirección: A-46, Road No.2, MIDC, Andheri (East)  
Mumbai – 400 093  
Maharashtra  
India

### ENAMOR

Fabr.y comerc.por: **Gokaldas Intimatewear Pvt. Ltd.**

Dirección: 7 & 12, Industrial Suburb, 2nd Stage, Yeshwantpur  
Bangalore – 560 022  
Karnataka  
India  
Teléfono: +91 80 2337 7059  
+91 80 2337 7060  
Fax: +91 80 2337 7054  
+91 80 2337 7056

E-Mail: [enamor@gokaldas.com](mailto:enamor@gokaldas.com)

Página web: <http://www.gokaldas.com>

Contacto: Mr. Piyush Jindal (CEO & President)

Mr. Debashish Chatterjee (Vice President)

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **EVERFIT**

Fabricada por: **Yaseen Trading Co.**

Dirección: 109, Shop No. 1, Ground Floor, Garden View  
Vasil Khan Marg, (Surti Mohalla)  
Mumbai – 400 008  
Maharashtra  
India

Teléfono: +91 22 2308 6689  
+91 22 2309 7615

### **FELINA**

Fabricada por: **Felina GmbH**

Dirección: Lange Rötterstraße, 11-17  
68167 Mannheim  
Alemania

Teléfono: +49 621 385-0  
+49 621 34071

E-Mail: [info@felina.de](mailto:info@felina.de)

Página web: <http://www.felina.de>

### **FILCO**

Fabricada por: **PMC Lingerie**

Dirección: 29, rue des Châteaux – B.P. 175  
59444 Wasquehal Cedex  
Francia

Teléfono: +33 320 65 91 50

Fax: +33 320 65 91 59

E-Mail : [contact@pmc.fr](mailto:contact@pmc.fr)

Página web : <http://www.pmc.fr>

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **FLORET BODICE**

Fabricada por: Dirección: 1241, Street No.1, Faiz Ganj, B.G. Road  
Delhi – 110 006  
Teléfono: +91 11 2355 0920  
+91 11 2778 1053  
Fax: +91 11 2355 0925  
E-Mail: zoomflorethotmail.com

### **GOSS'MER**

Fabricada por: **Uni Lingerie International Pvt. Ltd.**  
Dirección: P.O. Box 6534  
New Delhi – 110 027  
India

### **HEAVEN'S FAIRY**

Fabricada por: **M.M. Corporation**  
Dirección: Prem Kutir, Prem Nagar, Borivali (W)  
Mumbai – 400 092  
Maharashtra  
India  
Teléfono: +91 22 2801 8765 /2894  
Fax: +91 22 2862 6132  
E-Mail: mail@softybra.com  
kcexport@satyam.net.in  
Página web: <http://www.heavensfairy.com>  
<http://www.enkayswimwear.biz>

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **JOCKEY**

Fabricada por: **Page Apparel Manufacturing Pvt. Ltd.**

Dirección: Jockey Campus  
53 Begur Road, Bomannahalli  
Bangalore – 560 068  
Karnataka  
India

Teléfono: +91 80 2573 2952

+91 80 2573 4523

Fax: +91 80 2573 2215

+91 80 2573 2226

E-Mail: [jockeyin@vsnl.net](mailto:jockeyin@vsnl.net)

Página web: <http://www.jockeyindia.com>

### **JULIET**

Fabricada por: **Juliet Products**

Dirección: A-1, 313, Shah & Nagar Industrial Estate  
Lower Parel  
Mumbai – 400 013  
Maharashtra  
India

Contacto: Shashikant Trevadia (Socio)

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **LADY CARE LINGERIE**

Fabricada por: **Kim-Sim Creations**

Dirección: 134, Gundecha Industrial Estate  
Akurli Road, Kandivli (East)  
Mumbai – 400 101  
Maharashtra  
India

Teléfono: +91 22 2887 9235  
+91 22 2887 9236

Fax: +91 22 2887 0124

E-Mail: [ladycare@vsnl.net](mailto:ladycare@vsnl.net)

Página web: <http://www.ladycareindia.com>

### **LAIKA LINGERIE**

Fabricada por: **Laika Lingerie**

Dirección: 5, Ravi-Shashi, Tilak Road  
Santacruz (West)  
Mumbai – 400 054  
Maharashtra  
India

Teléfono: +91 22 2646 0529

Fax: +91 22 2649 1689

E-Mail: [info@laikalingerie.com](mailto:info@laikalingerie.com)

Página web: <http://www.laikalingerie.com>

### **LA SENZA**

Fabricada por :

Dirección: 1604, Boulevard St-Régis  
Dorval, Quebec  
H9P 1H6  
Canadá

E-Mail: [onlinemanager@lasenza.com](mailto:onlinemanager@lasenza.com)

Página web: <http://www.lasenza.com>

## EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA

---

### LIBERTINA

Comercializada por: **Associated Apparel Pvt. Ltd.**

Fabricada por: **Eve's Apparel**

Dirección: Akash Deep, 4/5 Zakena Bunder Road, Sewli  
Mumbai – 400 015  
Maharashtra  
India

### LIBERTI WORLD

Fabricada por : **Liberblu Enterprises Pvt. Ltd.**

Dirección: 5/10, Alex Gardens, Kangeyam Road  
Tirupur – 641 606  
Tamil Nadu  
India

Filial de:

**Liberti S.P.A.**

Dirección: Via Circonvallazione Est, 48/50  
31033 Castelfranco Veneto (TV)

Teléfono: +91 33 0423 4243

E-Mail: sales@liberti.it

Página web: <http://www.liberti.it>

### LIBRA

Fabricada por: **Libra Products**

Dirección: 114, Ashish Industrial Estate  
Gokhale Road (South), Dadar (W)

Mumbai – 400 025

Maharashtra

India

Teléfono: +91 22 2437 2716

+91 22 2422 6459

Fax: +91 22 2432 3204

E-Mail: libra@libraproducts.com

Página web: <http://www.libraproducts.com>

## EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA

---

### LITTLE LACY

Fabricada por: **Cream Creation**

Dirección: Mumbai – 400 097

Maharashtra

India

Teléfono: +91 22 2883 6633

+91 22 2882 9265

Fax: +91 22 2883 9114

E-Mail: [littlelacy@vsnl.com](mailto:littlelacy@vsnl.com)

Página web: <http://www.littlelacy.com>

### LOVABLE

Comercializada por: **Lovable Lingerie Pvt. Ltd.**

Dirección: 18/2, Opp. Khodays Breweries, Behind L&T Concrete

Konanakunte Cross, Kanakpura Road

Bangalore – 560 062

Karnataka

India

Página web: <http://www.lovableindia.com>

Contacto: Mr. Sanjay Dash (Portavoz)

Fabricada por:

Dirección: C-6, Road No.22, MIDC, Andheri (East)

Mumbai – 400 093

Maharashtra

India

### MAIDEN BEAUTY

Fabricada por: **Maiden International**

Dirección:

Teléfono: +91 11 2224 5456

+91 11 2244 0800

E-Mail: [maiden\\_internation@yahoo.com](mailto:maiden_internation@yahoo.com)

## EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA

---

### MARKS & SPENCER

Página web: <http://www.marksandspencer.com>

### MENIT

Fabricada por: **Gujarat Industries**

Dirección: 32, Joting Shah Pir's Pole, Kalupur  
Ahmedabad – 380 001  
Gujarat  
India

Teléfono: +91 79 2213 8196

+91 79 2213 2830

Fax: +91 79 2646 5678

E-Mail: [contact@menit.org](mailto:contact@menit.org)

Página web: <http://www.menit.org>

### MYBRA

Fabricada por: **Vogue Industries**

Dirección #1: Udupa Gardens, S. M. Road, Jalahalli (West)  
Bangalore – 560 015  
Karnataka  
India

Teléfono: +91 80 2839 6346

+91 80 2839 5292

+91 80 2839 1550

Fax: +91 80 2837 1997

+91 80 2839 5292

E-Mail: [info@mybraindia.com](mailto:info@mybraindia.com)

[milan@mybraindia.com](mailto:milan@mybraindia.com)

Página web: <http://www.mybraindia.com>

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **NEVA**

Fabricada por: **Neva Garments Ltd.**

Dirección #1: G.T. Road (W)

Ludhiana – 141 005

Punjab

India

Teléfono: +91 161 280 1670 /1671 /1672 /1673 /1674

Fax: +91 161 280 1567

Dirección #2: 6/7, W.E.A. 2<sup>nd</sup> Floor, Karol Bagh

New Delhi

India

Teléfono: +91 11 2576 5897 /98

Fax: +91 11 2576 5895

E-Mail: [knaint@glide.net.in](mailto:knaint@glide.net.in)

[mail@nevaindia.com](mailto:mail@nevaindia.com)

Página web: <http://www.nevaindia.com>

### **PASCALE MADONNA**

Fabricada por: **PMC Lingerie**

Dirección: 29, rue des Châteaux – B.P. 175

59444 Wasquehal Cedex

Francia

Teléfono: +33 320 65 91 50

Fax: +33 320 65 91 59

E-Mail : [contact@pmc.fr](mailto:contact@pmc.fr)

Página web : <http://www.pmc.fr>

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **RED ROSE**

Fabricada por: **Red Rose**

Dirección: 125, Jay Gopal Industrial Estate  
B.S. Cross Road, Dadar (W)  
Mumbai – 400 028  
Maharashtra  
India

Teléfono: +91 22 2422 5119  
+91 22 2437 3354

Fax: +91 22 2432 4122

E-Mail: redrose@bom7.vsnl.net.in

### **RUPA SOFTLINE**

Fabricada por: **Rupa & Co. Ltd.**

Dirección: Metro Tower, 1 Ho Chi Minh Sarani  
Kolkata – 700 071  
West Bengal  
India

Teléfono: +91 33 2288 1357  
+91 33 2288 1360

Fax: +91 33 2288 1362  
+91 33 2288 1363

E-Mail: enquire@rupaglobal.com

Página web: <http://www.rupaglobal.com>

Contacto: Mr. P.R. Agarwala (President)  
Mr. G.P. Agarwala (Director)  
Mr. K.B. Agarwala (Director)

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **SCAN LINGERIE**

Fabricada por: **Siddharth Enterprises**

Dirección: 25, Post Office Lane  
Dr. Ambedkar Road, Parel T.T.  
Mumbai – 400 012  
Maharashtra  
India  
Teléfono: +91 22 2416 0328  
E-Mail: [info@scanlingerie.com](mailto:info@scanlingerie.com)  
Página web: <http://www.scanlingerie.com>

### **SELMARKS**

Fabricada por: **Selmarks Lingerie**

Dirección: 63/H2, D'Souza Compound  
Opp. Shri Krishna Vidyalaya, Kurla Road  
Mumbai – 400 072  
Maharashtra  
India  
Teléfono: +91 22 2851 1395  
Fax: +91 22 2851 5789  
E-Mail: [selmark2002@rediffmail.com](mailto:selmark2002@rediffmail.com)

### **SOFTY**

Fabricada por: **M.M. Corporation**

Dirección: Prem Kutir, Prem Nagar, Borivali (West)  
Mumbai – 400 092  
Maharashtra  
India  
Teléfono: +91 22 2801 8765 /2894  
Fax: +91 22 2862 6132  
E-Mail: [mail@softybra.com](mailto:mail@softybra.com)  
[kcexport@satyam.net.in](mailto:kcexport@satyam.net.in)  
Página web: <http://www.softybra.com>

## EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA

---

### SONA

Fabricada por: **Sakshi Enterprises**

Dirección #1: 352-A, Street No. 11, Bhola Nath Nagar, Shahdara  
Delhi – 110 032  
India

Teléfono: +91 11 2205 0704  
+91 11 2220 7442

Fax: +91 11 2221 7719

Dirección #2: 3/1/8 site IV, Sahibabad Industrial Area  
Sahibabad – 201 010  
Uttar Pradesh  
India

Teléfono: +91 120 277 0767  
+91 120 277 0954

Fax: +91 120 277 0954

E-Mail: [sonaabcbra@mantraonline.com](mailto:sonaabcbra@mantraonline.com)  
[sonaabcbra@yahoo.com](mailto:sonaabcbra@yahoo.com)

Página web: <http://www.sonaabcbra.com>

Contacto: Mr. Pawan Gupta (Managing Director)

### SONARI

Fabricada por: **Shalibhadra Trading Co.**

Dirección: 134, Jay Gopal Industrial Estate  
510, Bhavani Shankar Road, Dadar (W)  
Mumbai – 400 028  
Maharashtra  
India

Teléfono: +91 22 2433 0020  
+91 22 2422 5712

Fax: +91 22 2430 7243

E-Mail: [salient@bom8.vsnl.net.in](mailto:salient@bom8.vsnl.net.in)

Página web: <http://www.sonariundergarments.com>

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **SPARSH**

Fabricada por: **Groversons Apparel Pvt. Ltd.**

Dirección: 2, Ajmal Khan Road, Karol Bagh  
New Delhi – 110 005  
India

Fax: +91 11 2574 3059

E-Mail: [gsparisbeauty@yahoo.com](mailto:gsparisbeauty@yahoo.com)

### **TEEN WAVES**

Fabricada por: **Sterling Enterprise**

Dirección: 7A, Parikh Nagar Industrial Estate  
S.V. Road, Kandivali (W)  
Mumbai – 400 067  
Maharashtra  
India

Teléfono: +91 22 2208 7919

+91 22 2208 6885

Fax: +91 22 2805 5546

Móvil: +91 22 3093 5770

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **TRIUMPH**

Comercializada por: **Triumph International (India) Pvt. Ltd.**

Dirección: Chennai – 600 006  
Tamil Nadu  
India

Fabricada por: **Intimate Fashions (India) Pvt. Ltd.**

Dirección: Thiruporur-Kottamedu High Road  
Nandhivaram Village, Guduvancheri, Kanchipuram  
Chennai – 603 202  
Tamil Nadu  
India

Teléfono: +91 41 1456 8400  
+91 41 1456 8415

Fax: +91 41 1456 8416  
+91 41 1456 8420

E-Mail: [intimate@ifi.co.in](mailto:intimate@ifi.co.in)

[ifisite@vsnl.com](mailto:ifisite@vsnl.com)

[kanakasp@ifi.co.in](mailto:kanakasp@ifi.co.in)

Contacto: Mr. Shrikant Raghavan (Sales & Marketing)

### **TRYLO LINGERIE**

Fabricada por: **Trylo Industries**

Dirección: 142, Kika Street, 1<sup>st</sup> Floor (Gulalwadi)  
Shrinathji Building  
Mumbai – 400 004  
Maharashtra  
India

Teléfono: +91 22 2242 3488  
+91 22 2242 4076

Fax: +91 22 2242 0416

E-Mail: [gulalwadi@trylo.com](mailto:gulalwadi@trylo.com)

Página web: <http://www.trylo.com>

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **UTEX**

Fabricada por: **Mahavir Enterprise**

Dirección: 111, Jogani Industrial Estate  
541, Tulsi Pipe Road, Dadar  
Mumbai – 400 028  
Maharashtra  
India  
Teléfono: +91 22 2437 7266  
E-Mail: [utex@vsnl.com](mailto:utex@vsnl.com)

### **VAJOLET**

Fabricada por: **ATL-Selina Innerwear Pvt. Ltd.**

Dirección: 203/5 Shah & Nagar Industrial Estate  
Worli  
Mumbai – 400 018  
Maharashtra  
India  
Fax: +91 22 2493 3569  
E-Mail: [alt@bom3.vsnl.net.in](mailto:alt@bom3.vsnl.net.in)

### **VANITY FAIR**

Fabricada por: **La Reine Fashion Pvt. Ltd.**

Dirección: No. 18/2, Opp. Khodays Breweries Ltd.  
Behind L & T Concrete,  
Konanakunte Cross, Kanakapura Road,  
Bangalore – 560 062  
Karnataka  
India  
Teléfono: +91 80 2666 3013  
+91 80 2666 0309  
E-Mail: [feedback@vanityfairindia.com](mailto:feedback@vanityfairindia.com)  
[vanityfair@vsnl.net](mailto:vanityfair@vsnl.net)  
Página web: <http://www.vanityfairindia.com>

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **WACOAL**

Fabricada por: **Wacoal Corp.**

Dirección: 29 Nakajima-cho, Kisshoin, Minami-ku  
Kyoto 601-8530  
Japón

Teléfono: +81 75 682 5111

Fax: +81 75 661 5603

Página web: <http://www.wacoal.co.jp>

Contacto: Yoshikata Tsukamoto (President)

### **ZOOM**

Fabricada por: Dirección: 1241, Street No.1, Faiz Ganj, B.G. Road  
Delhi – 110 006

Teléfono: +91 11 2355 0920

+91 11 2778 1053

Fax: +91 11 2355 0925

E-Mail: zoomfloreth@hotmail.com

### 2. FERIAS Y OTROS EVENTOS

#### ALL INDIA BODYWEAR MEET

Fechas: Del 4 al 6 de agosto de 2004

Lugar: Hotel Hindustan International  
235/1, AJC Bose Road  
Kolkata – 700 020  
West Bengal  
India

Expositores: Alrededor de 40 participantes

Organización: **Niksan Info Media Pvt. Ltd.**

Dirección: 124/2, New Sonal Link Indl. Est., Link Road  
Malad (W)  
Mumbai – 400 064  
India

Teléfono: +91 22 2888 2337 /2344  
+91 22 5699 0225

Fax: +91 22 5699 0226

Móvil: +91 22 3093 5634

E-Mail: [lagenlingerie@vsnl.com](mailto:lagenlingerie@vsnl.com)  
[lingerie@roltanet.com](mailto:lingerie@roltanet.com)

Páginas web: <http://www.bodywearexhibition.com>  
<http://www.lagenlingerie.com>

Contacto: Mr. Sanjay Manocha (Chairman & CEO)  
Mrs. Shelley Manocha (Managing Director)

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **BODYWEAR 2004**

Fechas: Del 1 al 4 de febrero de 2004

Lugar: N.S.I.C. Exhibition Centre, Okhla Industrial Estate  
New Delhi – 110 020  
India

Expositores: 70 expositores

Visitantes: Cerca de 5.000 personas

Organización: **Niksan Info Media Pvt. Ltd.**

Dirección: 124/2, New Sonal Link Indl. Est., Link Road  
Malad (W)  
Mumbai – 400 064  
India

Teléfono: +91 22 2888 2337 /2344

+91 22 5699 0225

Fax: +91 22 5699 0226

Móvil: +91 22 3093 5634

E-Mail: [lagenlingerie@vsnl.com](mailto:lagenlingerie@vsnl.com)

[lingerie@roltanet.com](mailto:lingerie@roltanet.com)

Páginas web: <http://www.bodywearexhibition.com>

<http://www.lacenlingerie.com>

Contacto: Mr. Sanjay Manocha (Chairman & CEO)

Mrs. Shelley Manocha (Managing Director)

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **IMAGES FASHION FORUM 2005**

Fechas: Febrero de 2005

Organización: **Images Multimedia Pvt. Ltd.**

Dirección: 38 (Aptt.3 & 4), Sadhna Enclave, Pansheel Park  
New Delhi – 110 017  
India

Teléfono: +91 11 2601 5683 /84 /85 /86

Fax: +91 11 2601 5687

Móvil: +91 981 020 4297 (Mrs. Anjali Sondhi)

E-Mail: [info@imagesfashion.com](mailto:info@imagesfashion.com)

[Anjali@imagesfashion.com](mailto:Anjali@imagesfashion.com)

Página web: <http://www.imagesfashionforum.com>

Contacto: Mrs. Anjali Sondhi

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **INDIA INTERNATIONAL BODYWEAR EXHIBITION**

Fechas: Del 28 al 30 de enero de 2004 (Colección Verano)

Del 21 al 23 de julio de 2004 (Colección Invierno)

Lugar: Hall 7ABC, Pragati Maidan, Nueva Delhi, India

Organización: **India International Bodywear Inc.**

Dirección: F-21B, New Qutab Road, Sadar Bazar

Delhi – 110 006

India

Teléfono: +91 11 2352 6844

+91 11 3096 6444

Fax: +91 11 2352 6844

Móvil : +91 981 004 4799 (Mr. Rajan Mehan)

+91 11 3304 9789 (Mr. Kuldip Mehan)

E-Mail: [bodywearexpo@yahoo.com](mailto:bodywearexpo@yahoo.com)

[iibw@indiatimes.com](mailto:iibw@indiatimes.com)

[womenswearbusiness@hotmail.com](mailto:womenswearbusiness@hotmail.com)

Contactos: Mr. Rajan Mehan

Mr. Kuldip Mehan

Nota: Se celebra haciéndola coincidir con cada una de las dos ediciones de la feria **India International Garment Fair** (<http://www.indiaapparelfair.com>) que se celebran cada año.

### **3. PUBLICACIONES DEL SECTOR**

#### **CLOTHESLINE**

Edita: **Apparel Media Pvt. Ltd.**  
Dirección: 118, Cama, Sun Mill Compound, Lower Parel  
Mumbai – 400 013  
Maharashtra  
India  
Teléfono: +91 22 5660 5622  
Fax: +91 22 5660 5621  
E-Mail: [magazine@clotheslineindia.com](mailto:magazine@clotheslineindia.com)  
Página web: <http://www.clotheslineindia.com>  
Contacto: Mrs. Mevida Young (Manager Customer Service)

#### **IMAGES BUSINESS OF FASHION**

Edita: **Images Multimedia Pvt. Ltd.**  
Dirección: 38 (Aptt.3 & 4), Sadhna Enclave, Pansheel Park  
New Delhi – 110 017  
India  
Teléfono: +91 11 2601 5683 /84 /85 /86  
Fax: +91 11 2601 5687  
E-Mail: [info@imagesfashion.com](mailto:info@imagesfashion.com)  
Página web: <http://www.imagesfashion.com>  
Contactos: Mr. Amitabh Taneja (Editor-in-chief & Publisher)  
Mrs. Anjali Sondhi (Director – Planning)

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **LACE-N-LINGERIE**

**Edita:** Nixsan Info Media Pvt. Ltd.  
**Dirección:** 124/2, New Sonal Link Indl. Est., Link Road  
Malad (W)  
Mumbai – 400 064  
India  
**Teléfono:** +91 22 2888 2337 /2344  
+91 22 5699 0225  
**Fax:** +91 22 5699 0226  
**Móvil:** +91 22 3093 5634  
**E-Mail:** lacenlingerie@vsnl.com  
lingerie@roltanet.com  
**Páginas web:** <http://www.bodywearexhibition.com>  
<http://www.lacenlingerie.com>  
**Contacto:** Mr. Sanjay Manocha (Chairman & CEO)  
Mrs. Shelley Manocha (Managing Director)

### **WOMENSWEAR BUSINESS**

**Dirección:** F-21B, New Qutab Road, Sadar Bazar  
Delhi – 110 006  
India  
**Teléfono:** +91 11 2352 6844  
+91 11 3096 6444  
**Fax:** +91 11 2352 6844  
**Móvil:** +91 981 004 4799 (Mr. Rajan Mehan)  
+91 11 3304 9789 (Mr. Kuldip Mehan)  
**E-Mail:** iibw@indiatimes.com  
womenswearbusiness@hotmail.com  
**Contactos:** Mr. Rajan Mehan  
Mr. Kuldip Mehan

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **REVISTAS DE MODA PARA MUJER**

#### **COSMOPOLITAN INDIA**

Edita: **Living Media India (India Today Group)**  
Dirección: Hamilton House, 1-A, Connaught Place  
New Delhi – 110 001  
India  
Teléfono: +91 11 2335 2233  
Fax: +91 11 2335 2874  
+91 11 2371 2998  
E-Mail: [wecare@indtoday.com](mailto:wecare@indtoday.com)  
Página web: <http://www.india-today.com>

#### **COUTURE ASIA**

Edita: **Miracle Publications Pvt. Ltd.**  
Dirección: K15/14, DLF Phase II  
Qutab Enclave  
Gurgaon – 122 002  
Haryana  
India  
Teléfono: +91 124 256 3213  
Fax: +91 124 256 4553  
E-Mail: [info@coutureasia.com](mailto:info@coutureasia.com)  
Página web: <http://www.coutureasia.com>

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **ELLE INDIA**

Edita: **Ogaan Publications Pvt. Ltd.**  
Dirección: 2, Western Avenue, Maharani Bagh  
New Delhi – 110 065  
India  
Teléfono: +91 11 2684 0288  
+91 11 2631 0687  
Fax: +91 11 2683 7839  
+91 11 2693 1803  
Página web: <http://www.ellenow.com>  
Contactos: Mr. Hari Bhartia  
Mrs. Kavita Bhartia

### **FEMINA**

Edita: **Bennett, Coleman & Co. Ltd.**  
Página web: <http://www.feminaindia.com>

### **L'OFFICIEL INDIA**

Edita: **Apricot Publications Pvt. Ltd.**  
Dirección: 7<sup>th</sup> Floor, Shah House, Shivsagar Estate  
Dr. Annie Besant Road, Worli  
Mumbai – 400 018  
Maharashtra  
India  
Teléfono: +91 22 5662 4000  
Fax: +91 22 5662 3020  
E-Mail: [marketing@lofficiel-india.com](mailto:marketing@lofficiel-india.com)  
[editor@lofficiel-india.com](mailto:editor@lofficiel-india.com)  
Página web : <http://www.lofficiel-india.com>

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **SAVVY**

**Edita:** **Magna Publishing Co. Ltd.**  
**Dirección:** Magna House  
100/E, Old Prabhadevi Road, Prabhadevi  
Mumbai – 400 025  
Maharashtra  
India  
**Teléfono:** +91 22 2436 2270  
+91 22 2437 4252  
**E-Mail:** [savvy@magnamags.com](mailto:savvy@magnamags.com)  
[magnapub@vsnl.com](mailto:magnapub@vsnl.com)  
**Página web:** <http://www.savvy.co.in>

### **WOMAN'S ERA**

**Edita:** **Delhi Press Magazines**  
**Dirección:** E-3, Jhandewalan Estate  
New Delhi – 110 055  
India  
**Teléfono:** +91 11 2352 9557 /58 /59 /60 /61 /62  
**Fax:** +91 11 2362 5020  
**E-Mail:** [delpress@bol.net.in](mailto:delpress@bol.net.in)  
**Página web:** <http://www.womansera.com>

### 4. ASOCIACIONES

No existen asociaciones del sector de la lencería femenina.

### 5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

#### TIENDAS ESPECIALIZADAS

##### **GOGIA'S**

Dirección: M-3, M-Block Market, Greater Kailash-1  
New Delhi – 110 048  
India

Teléfono: +91 11 2641 7622  
+91 11 2648 4048

E-Mail: [contactus@gogias.com](mailto:contactus@gogias.com)

Página web: <http://www.gogias.com>

##### **INFERNO**

Dirección: Shop No. 31, 2<sup>nd</sup> Floor  
The Metropolitan Mall, Mehrauli-Gurgaon Road  
Gurgaon  
Haryana

Teléfono: +91 124 305 9217

Móvil: +91 981 009 6890 (Mr. Nitin Rao)

Contacto: Mr. Nitin Rao

Nota: Inferno vende exclusivamente su propia marca, y se caracterizan por poder ofrecer lencería a medida. Por 750 rupias, pueden confeccionar prendas de lencería al gusto del cliente, pudiendo este elegir el diseño, la hechura y los materiales que desee. El precio de los sostenes varía entre las 250 y las 825 rupias (4,53 y 14,96 euros), mientras que el de las braguitas se mueve entre 75 y 325 rupias (1,36 y 5,89 euros).

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **KUNCHALS**

Dirección: **Kunchals Stores Pvt. Ltd.**  
M-14, M-Block Market, Greater Kailash-1  
New Delhi – 110 048  
India

Teléfono: +91 11 2628 1863  
+91 11 2641 2474  
+91 11 2621 5603

Fax: +91 11 2621 5603

Móvil: +91 989 979 7978 (Mr. Amit Pugalia)

E-Mail: kunchals@hotmail.com  
kunchals@vsnl.net

Contacto: Mr. Amit Pugalia (General Manager)

Nota: Kunchals es una de las escasas tiendas en Delhi que vende lencería de importación, si bien también comercializa prendas fabricadas en India (Enamor, Triumph, Lovable, Liberti World, Little Lacy, etc). Las marcas importadas que vende son Marks & Spencer, Guy Laroche, Wacoal, Filco, Pascale Madonna y Shang Xin. El precio de los sostenes importados varía entre 450 y 2350 rupias (8,16 y 42,62 euros), mientras que las braguitas importadas cuestan entre 195 y 1200 rupias por pieza (3,53 y 21,76 euros).

### **LA LINGERIE**

#### **Delhi**

Dirección #1: S&D Fashions  
M-43, Basement, M-Block Market, Greater Kailash-1  
New Delhi – 110 048  
India

Teléfono: +91 11 3090 9114

E-Mail: lalingerie@hotmail.com

Página web: <http://www.lalingerieindia.com>

Contacto: Mr. Dharmendra Nathvani (Propietario)  
Mrs. Suman Nathvani (Propietaria y Diseñadora de Lencería)

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

Dirección #2: S&D Fashions  
29A, Hauz Khas Village  
New Delhi – 110 016  
India

Teléfono: +91 11 3090 9114

E-Mail: [lalingerie@hotmail.com](mailto:lalingerie@hotmail.com)

Página web: <http://www.lalingerieindia.com>

Contacto: Mr. Dharmendra Nathvani (Propietario)  
Mrs. Suman Nathvani (Propietaria y Diseñadora de Lencería)

### **Kolkata**

Dirección #1: S&D Fashions  
The Forum Shopping Mall  
Studio 215, 2<sup>nd</sup> Floor  
10/3, Elgin Road  
Kolkata – 700 020  
West Bengal  
India

Móvil: +91 983 005 8656

Fax: +91 33 2283 7335

E-Mail: [lalingerie@hotmail.com](mailto:lalingerie@hotmail.com)

Página web: <http://www.lalingerieindia.com>

Contacto: Mr. Dharmendra Nathvani (Propietario)  
Mrs. Suman Nathvani (Propietaria y Diseñadora de Lencería)

Dirección #2: Khyati Fashions  
5, Sardar Shankar Road (Near Lake Market)  
Kolkata – 700 026  
West Bengal  
India

Teléfono: +91 33 2466 9083

E-Mail: [khyatifashions@yahoo.com](mailto:khyatifashions@yahoo.com)

Página web: <http://www.lalingerieindia.com>

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **SUPER STORE**

Dirección: M-33, M-Block Market, Greater Kailash-1  
New Delhi – 110 048  
India

Teléfono: +91 11 2648 4513  
+91 11 2641 2591  
+91 11 2622 7165

Contacto: Mr. M.L. Gupta (Store Manager)

### **UNDERLINES**

Oficina central: **LNG International Ltd.**

253, Okhla Industrial Estate, Phase 3  
New Delhi – 110 020  
India

Teléfono: +91 11 5560 3064  
+91 11 5164 0001  
+91 11 2684 9859 /67  
+91 11 2632 4673 /70

Fax: +91 11 2632 4677

E-Mail: [underlines@vsnl.com](mailto:underlines@vsnl.com)

Contactos: Mr. Gadoddia (Propietario)  
Ms. Nissi (Marketing)

Nota: Underlines es la cadena de tiendas de lencería pionera en India y cuenta con más de diez años de vida. Comercializa únicamente lencería de importación de dos marcas: Felina (Alemania) y Berlei (Australia). Su clientela es de renta alta que busca una mayor calidad y/o tallas grandes, pues tienen prendas con tamaño de copa F y de talla 44. Los precios de sus sostenes varían entre las 475 y las 1000 rupias (8,62 y 18,14 euros) para la marca Berlei y las 750 y 2850 rupias (13,60 y 51,70 euros) para Felina. En braguitas se mueven entre 250 y 550 rupias (4,53 y 10 euros) (Berlei) y 350 y 1250 rupias (6,35 y 22,67 euros) (Felina). La cadena cuenta con 10 establecimientos en todo el país, incluyendo 3 en Nueva Delhi, 2 en Chennai, 3 en Mumbai y 2 en Kolkata. Asimismo, cuenta con mostradores con sus productos dentro de los grandes almacenes Ebony y Big Jo's, además de otros en la zona de Karol Bagh en Delhi.

## EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA

---

### GRANDES ALMACENES

#### **BIG JO'S**

Oficina central: **Big Jo's Stores Ltd.**

D-2, South Extension II

New Delhi – 110 049

India

Teléfono: +91 11 2625 4401 /2 /4

Fax: +91 11 2625 1354

Móvil: +91 981 129 79 74 (Mr. Jameer Jain)

E-Mail: [bigjos@vsnl.com](mailto:bigjos@vsnl.com)

Contacto: Mr. Jameer Jain (Managing Director)

Nota: Big Jo's son unos conocidos grandes almacenes en Delhi, con dos establecimientos: uno en South Extension y otro en Connaught Place. Comercializa exitosamente las marcas Felina, Triumph, Enamor, Libertina, Body Care, Vanity Fair, Jockey y Lovable.

#### **EBONY**

Oficina central: **Ebony Retail Holdings Ltd.**

F 2/1, Khanpur Extension

New Delhi – 110 062

India

Teléfono: +91 11 2696 2057

+91 11 2696 3401

+91 11 2652 3296

Fax: +91 11 2696 1957

Página web: <http://www.ebonyclick.com>

Contacto: Mr. H.S. Kohli (CEO)

Mrs. Pooja (Merchandises)

Nota: Ebony cuenta con 7 establecimientos en todo el país: Delhi, Noida (Uttar Pradesh), Faridabad (Uttar Pradesh), Chandigarh (Punjab/Haryana), Ludhiana (Punjab), Jalandhar (Punjab) y Amritsar (Punjab). Comercializa marcas como Triumph, Lovable, Felina y Jockey.

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **GLOBUS**

Oficina central: **Globus Stores Pvt. Ltd.**

Rahejas, Corner of Main Avenue & V.P. Road

Santacruz (West)

Mumbai – 400 054

Maharashtra

India

Teléfono: +91 22 2605 7101 /02 /03

+91 22 2605 8731 /32 /33

Fax: +91 22 2605 7104

E-Mail: [suruchi@globusmail.com](mailto:suruchi@globusmail.com)

[kishova@globusmail.com](mailto:kishova@globusmail.com)

Página web: <http://www.globusindia.com>

Contactos: Ms. Suruchi Sumi (Deputy Manager Merchandising)

Mr. Kishov Ahev (Vice President Merchandising)

Nota: Globus es una cadena de grandes almacenes de moda joven que comenzó sus operaciones en 1999 con el respaldo financiero de la acaudalada familia Raheja. Cuenta con 7 tiendas repartidas por las ciudades de Mumbai (Maharashtra), Chennai (Tamil Nadu), Indore (Madhya Pradesh), Delhi y Bangalore (Karnataka). Comercializa lencería de Lovable, Vanity Fair, Jockey y Body Care.

### **LIFE STYLE**

Oficina central: **Life Style International Pvt. Ltd.**

No. 84, TTK Road, Alwarpet

Chennai – 600 018

Tamil Nadu

India

Teléfono: +91 44 2498 2001

Fax: +91 44 2498 1974

E-Mail: [lschennai@lifestylestores.com](mailto:lschennai@lifestylestores.com)

Página web: <http://www.lifestylestores.com>

<http://www.landmarkgroupco.com>

Contacto: Mr. Kumar Sitaraman (Managing Director)

Mr. V. Muralidharan (Vice President – Operations)

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

Nota: Life Style es otra cadena de grandes almacenes con 7 establecimientos en India que comercializan las siguientes marcas de lencería: Enamor, Triumph, Lovable, Juliet, Lady Care y Jockey.

### **SHOPPERS' STOP**

Oficina central: **Shoppers' Stop Ltd.**

Eureka Towers, 9<sup>th</sup> Floor, C-Wing

Plot No. 504, Link Road

Malad (W)

Mumbai – 400 064

Maharashtra

India

Teléfono: +91 22 2880 0808

+91 22 2880 9898

Fax: +91 22 2880 8877

Página web: <http://www.shoppersstop.com>

Contactos: Mr. B.S. Nagesh (CEO & Managing Director)

Mr. Govind Shrikhande (Director – Buying & Merchandising)

Mr. Prasad Chandrarte (Trading Manager – Womenswear)

Mr. Salil Nair (Trading Manager – Menswear)

Nota: Shoppers' Stop es la cadena de grandes almacenes más importante de India, y comercializa marcas como Triumph, Enamor, Lovable, Vanity Fair, Liberti World, Chic y Jockey.

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **WESTSIDE**

Oficina central: **Tata Retail Enterprises Ltd. (Trent Ltd.)**

Bombay House  
24, Homi Mody Street  
Mumbai – 400 001  
Maharashtra  
India

Teléfono: +91 22 5676 7575  
Fax: +91 22 5676 7676  
E-Mail: himanshu.chakrawarti@trent-tata.com

Página web: <http://www.mywestside.com>  
<http://www.tata.com>

Contacto: Mr. Himanshu Chakrawarti

Nota: Westside es una cadena de grandes almacenes propiedad del grupo empresarial Tata, uno de los más poderosos de India. Comercializa las siguientes marcas de lencería: Lovable, Juliet, Enamor, Triumph e Intima. Cuenta con 14 establecimientos repartidos de esta manera por las principales ciudades del país: 1 en Ahmedabad (Gujarat), 3 en Mumbai (Maharashtra), 2 en Bangalore (Karnataka), 1 en Chennai (Tamil Nadu), 2 en Delhi, 1 en Noida (Uttar Pradesh), 1 en Hyderabad (Andhra Pradesh), 1 en Kolkata (West Bengal), 1 en Nagpur (Maharashtra) y 1 en Pune (Maharashtra).

## **EL MERCADO DE LA LENCERÍA FEMENINA EN INDIA**

---

### **OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS**

#### **BUREAU OF INDIAN STANDARDS**

Dirección: Manak Bhavan, 9 Bahadur Shah Zafar Marg  
New Delhi – 110 002

India

Teléfono: +91 11 2323 0131

+91 11 2323 3375

+91 11 2323 9402

Fax: +91 11 2323 4062

+91 11 2323 9399

+91 11 2323 2661

E-Mail: [bis@vsnl.com](mailto:bis@vsnl.com)

Página web: <http://www.bis.org.in>

Contacto: Ms. Parminder Bajaj (Sec. F&H, IR & TISD)

Nota: Ente sin ánimo de lucro dedicado a la normalización y certificación en India. Equivalente a AENOR en España.

#### **KSA TECHNOPAK**

Oficina central: **KSA Technopak (India) Pvt. Ltd.**

Dirección: A-5, Pamposh Enclave  
New Delhi – 110 048

India

Teléfono: +91 11 2629 1111

Fax: +91 11 2629 1112

E-Mail: [contact@ksa-technopak.com](mailto:contact@ksa-technopak.com)

[arvind@ksa-technopak.com](mailto:arvind@ksa-technopak.com)

Página web: <http://www.ksa-technopak.com>

Contacto: Mr. Arvind Singhal (Chairman)

Nota: KSA Technopak es una consultora india que realiza estudios de mercado y de viabilidad en los sectores textil, distribución minorista y sanitario.