

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2010

Guía de Mercado

SINGAPUR

Documento especial para PROMO



prom.
perú

Guía del Mercado

SINGAPUR

Información general



Singapur fue fundada como colonia británica en 1819 y forma parte de la Federación de Malasia en 1963 de la que se separó dos años más tarde. Esta economía es una de las más prosperas de Asia y del mundo y se basa en el comercio internacional. Se ubica en el sureste asiático y limita con Malasia e Indonesia y es el eje neurálgico de las rutas marítimas en la región.

En 687 Km² de superficie habitan 4.7 millones de personas con alto poder adquisitivo, similar a las mayores economías europeas. El PBI per cápita fue estimado en US\$ 50 mil en el 2009. Su población tiene baja tasa de analfabetismo (7.5%), de mortalidad infantil (2.3 muertes por mil) y de natalidad (0.86%). La edad mediana es 40 años y la esperanza de vida

es 82 años.

Los idiomas que se pueden encontrar son diversos. El 35% habla chino mandarín y lo sigue Inglés (23%), Malayo (14%), Hokkien(11%), Cantones (6%), entre otros. De otro lado, existen etnias como la china (77%), malayo (14%), Indio (8%), etc.

La unidad monetaria es el dólar de Singapur (SGD). Las equivalencias monetarias en términos del dólar norteamericano USD (Unidad Monetaria de los Estados Unidos) y de los nuevos soles PEN (Perú) se indican en cuadro adjunto¹.

Live rates at 2010.06.25 20:37:00 UTC

1.00 SGD = 0.720894 USD

Singapore Dollars	United States Dollars
1 SGD = 0.720894 USD	1 USD = 1.38717 SGD

Live rates at 2010.06.25 20:39:00 UTC

1.00 SGD = 2.03690 PEN

Singapore Dollars	Peru Nuevos Soles
1 SGD = 2.03690 PEN	1 PEN = 0.490942 SGD

¹ Para mayor información: www.xe.com

Tendencias económicas

Como todas las economías del mundo, Singapur sufrió el efecto de la crisis internacional. El Producto Bruto Interior (PBI) de Singapur se contrajo 2,1% en 2009 después de un descenso importante de 6,8% en el cuarto trimestre del año por causa del sector manufacturero, según fuentes oficiales. Las autoridades económicas singapurenses habían previsto una contracción de entre el 2 y el 2,5 por ciento, por lo que consideraron positivo el resultado. Los analistas prevén que Singapur se recupere este año impulsado por el sector servicios y, en general, por un buen año para toda Asia.

**Cuadro Nº 1:
Indicadores Económicos en China**

Indicadores económicos	2008	2009	2010*	2011*
Crecimiento real del PBI (%)	1.4	-2.1	5.7	5.3
PBI per cápita (US\$)	36,528	35,178	36,540	37,815
Tasa de inflación (%)	6.5	0.2	2.1	1.9
Tasa de desempleo (%)	2.2	3.0	2.8	2.6

* Según estimaciones del Fondo Monetario Internacional
Fuente: FMI – World Economic Outlook Database

**Cuadro Nº 2:
Ranking de Facilidad para hacer Negocios 2010**

Criterios	Singapur	Perú	Colombi a	México	El Salvador	Vietnam
Facilidad de hacer negocios	1	56	37	51	84	93
Apertura de un negocio	4	112	74	90	121	116
Manejo permiso de construcción	2	116	32	37	128	69
Contrato de trabajadores	1	112	63	136	106	103
Registro de propiedades	16	28	51	99	46	40
Obtención de crédito	4	15	61	61	43	30
Protección de los inversores	2	20	5	41	119	172
Pago de impuestos	5	86	115	106	134	147
Comercio transfronterizo	1	91	97	74	61	74
Cumplimiento de contratos	13	114	152	81	50	32
Cierre de una empresa	2	99	32	24	81	127

Fuente: Doing Business. Banco Mundial.

Observar el ranking *Doing Business* del Banco Mundial no causa sorpresa para el caso de Singapur. La alta especialización y calidad en los servicios que ofrece, especialmente los vinculados al comercio exterior y la tecnología lo han consagrado como una de las economías más competitivas del globo. Es el número uno en facilidad para hacer negocios, contrato de trabajadores y comercio fronterizo, y la segunda en manejo de permiso de construcción, protección de los inversores y cierre de empresas.

El Perú se encuentra muy distante con los estándares de esta economía pero debo convertirse en una meta a alcanzar en el mediano y largo plazo.

Regulaciones a las importaciones y aranceles

Singapur es un “Estado puerto” y su sustento principal es brindar servicios. La competitividad de esta economía le permite exceptuar de aranceles ad-valorem a la mayoría de producto a excepción de licores, tabaco, entre otros. La lista completa la de productos afectados con los aranceles ad-valorem y específicos lo puede encontrar en:

<http://www.customs.gov.sg/leftNav/trad/val/List+of+Dutiable+Goods.htm>

**Cuadro N° 3:
Aranceles para productos peruanos en Singapur**

HS6	Descripción	Mundo (%)	Perú (%)	Principales competidores (%)
610910	Polos de algodón	0	0	China(29), Malasia(28), Hong Kong(15)
160590	Locos y machas preparadas	0	0	Australia(31), Nva. Zelanda(13), México(10)
080610	Uva fresca	0	0	EEUU(42), Australia(35), Sudafrica(15)
610510	Camisas de algodón	0	0	China(25), Indonesia(19), Malasia(10)
740821	Alambre de aleaciones de cobre	0	0	Malasia(23), Japón(17), Corea del Sur(14)
070920	Espárragos frescos	0	0	Tailandia(41), EEUU(30), Australia(17)
610990	Polos sintéticos	0	0	Malasia(39), China(27), Indonesia(8)
030729	Conchas de abanico congelado	0	0	Japón(37), Australia(27), China(19)
071339	Frijoles	0	0	Birmania(44), Tailandia(41), China(11)
681381	Guarniciones para frenos	0	0	Taiwán(28), China(26), Malasia(13)
030559	Aletas de tiburón seco salado	0	0	Indonesia(19), Hong Kong(16), Vietnam(11)
091030	Cúrcuma	0	0	India(61), Indonesia(13), Malasia(9)
610711	Calzoncillos de algodón	0	0	China(), Hong Kong(), Malasia()
030749	Pulpos congelados	0	0	Indonesia(27), China(25), Malasia(20)

Fuente: World Trade Atlas. Aduana de Singapur

Tendencias del consumidor

El mercado de Singapur cuenta con unos de los niveles de consumo de alimentos más altos de la región. Además, el país destaca por su privilegiada situación geográfica y está considerado como una importante puerta de entrada al resto de los países del Sudeste Asiático y al Asia en general.

En general, la población singapurense es joven, con una media de 37 años de edad y con alto poder adquisitivo. En los últimos años, ha crecido la preocupación por la salud y el bienestar, lo que está creando una tendencia hacia hábitos alimenticios más saludables.

A la hora de la compra, se valora mucho la calidad del producto, además de la marca y la procedencia. El consumidor singapurense está abierto a nuevos sabores y platos, aunque no siempre encuentra lo que busca. Disfrutan con la comida y están dispuestos a pagar precios altos por productos de buena calidad que le aporten un valor añadido.

El mercado agroalimentario se basa casi exclusivamente en las importaciones. Debido al pequeño tamaño del país es difícil la explotación ganadera o agrícola. Los principales proveedores de Singapur de productos agroalimentarios en los últimos 5 años han sido Australia, Malasia e Indonesia en el caso de productos pesqueros y de Brasil para productos cárnicos.

El sector de la hostelería y la restauración también presenta importantes cifras de crecimiento, además de ser una parte fundamental de la economía del país. No obstante, cabe destacar que debido a la crisis y a una mayor preocupación por la salud y los hábitos alimenticios, cada vez más familias optan por la compra de productos frescos y las comidas en casa.

Relaciones bilaterales

Las relaciones bilaterales entre Perú y Singapur se encuentran en un punto elevado y en condiciones inmejorables. En agosto de 2009 se firmó un TLC con esta importante economía asiática que nos permite incrementar la posibilidad de inversiones, servicios y *joint venture* que permitan mejorar la competitividad peruana.

En la actualidad, Singapur es el líder mundial en materia de infraestructura HUB y en tecnologías de la información, como también es uno de los más importantes *traders* a nivel global. Aprovechar la experiencia de Singapur en estos sectores será muy provechoso para el país.

Nuestro país cuenta con una embajada en Singapur² y una oficina consular.

² <http://www.embassyofperu.org.sg>

Intercambio comercial Perú – Singapur

El intercambio comercial peruano con Singapur fue US\$ 39 millones en el año 2009, lo que representó un descenso de 18% respecto al año previo debido a una menor demanda peruana de productos singapurenses. La balanza comercial se mantiene deficitaria para el Perú, aunque logró incrementar 86% el valor exportado.

Cuadro Nº 4:
Intercambio comercial Perú – Singapur
(Cifras en millones de US\$)

Régimen	2005	2006	2007	2008	2009
Exportaciones	5.5	4.4	4.2	4.2	7.9
Importaciones	26.1	25.4	31.0	43.4	31.1
Balanza Comercial	-20.6	-21.0	-26.8	-39.1	-23.3
Intercambio comercial	31.5	29.8	35.2	47.6	39.0

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU.

La mayor parte de lo exportado a esta economía es zinc (58%) y no había registrado movimiento en el año previo. A nivel de sectores destaca el textil y confecciones, agropecuario y pesquero.

Cuadro Nº 5:
Exportaciones por sectores económicos
(Cifras en millones de US\$)

Sector	2008	2009	Var. %
Tradicional	0.7	4.8	552.4
Mineros	0.0	4.6	0.0
Zinc	0.0	4.6	0.0
Pesquero	0.0	0.2	0.0
Harina de pescado	0.0	0.2	0.0
No tradicional	3.5	3.1	-11.1
Agropecuario	0.6	0.7	22.9
Textil	1.1	1.4	29.5
Pesquero	1.0	0.7	-32.3
Metal - Mecánico	0.1	0.1	-31.8
Sidero - Metalúrgico	0.6	0.2	-67.7
Minería no metálica	0.0	0.1	314.6
Total	4.2	7.9	86.3

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU.

Polos de algodón fue el principal producto no tradicional peruano exportado a Singapur. Le siguen los locos y machas preparadas, las uvas frescas y las camisas de algodón. Se debe resaltar que las confecciones que se destinan a este mercado van a orientadas a un segmento *high end*, aunque los valores negociados son aún pequeños.

Cuadro N° 6
Perú: Principales productos de exportación no tradicionales a Singapur
(Cifras en millones de US\$)

N°	Partida	Descripción	2008	2009	Var. (%)
1	610910	Polos de algodón	0.77	1.02	33.69
2	160590	Locos y machas preparadas	0.10	0.49	405.46
3	080610	Uva fresca	0.37	0.43	15.33
4	610510	Camisas de algodón	0.19	0.25	35.24
5	740821	Alambre de aleaciones de cobre	0.60	0.19	-67.73
6	070920	Espárragos frescos	0.08	0.12	58.33
7	610990	Polos sintéticos	0.04	0.08	90.99
8	030729	Conchas de abanico congelado	0.15	0.08	-50.74
9	071339	Frijoles	0.02	0.05	164.44
10	681381	Guarniciones para frenos	0.01	0.05	314.58
11	030559	Aletas de tiburón seco salado	0.06	0.04	-37.36
12	890510	Dragas	0.00	0.04	- . -
13	091030	Cúrcuma	0.00	0.04	- . -
14	610711	Calzoncillos de algodón	0.06	0.03	-48.21
15	030749	Pulpos congelados	0.13	0.03	-78.13
	Otros		0.92	0.16	-82.30
	Total		3.49	3.10	-11.05

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU.

Comunicación Intercultural

En tiempos de la globalización, la comunicación intercultural se ha convertido en una herramienta básica para los negocios que se realizan entre personas de diferentes grupos culturales. La capacidad intercultural es la habilidad de comunicarse de forma óptima con personas de otras culturas teniendo en cuenta las necesidades básicas para tener éxito: entender el comportamiento y la forma de pensar de los demás.

En general, se debe preservar las mismas consideraciones que se tiene cuando se negocia con un empresario chino, aunque el Singapurense es más occidentalizado. Las estrategias de venta son similares a las usadas por EEUU o la UE, las ofertas se deben apoyar en políticas de promoción, distribución y servicio.

Es fundamental distinguir el origen étnico de los interlocutores y las relaciones personales son importantes y primará los aspectos profesionales una vez superado el primer escollo. Las citas deben ser pactadas con al menos tres semanas de anticipación.

Oportunidades Comerciales

Se identificaron los productos potenciales exportables a este mercado a través de la metodología de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina) y se complementó con las matrices de productos priorizados del Plan de Desarrollo del Mercado ASEAN (POM ASEAN: Tailandia, Malasia y Singapur), este último es desarrollado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

Cuadro N° 7
Productos potenciales para el mercado de Singapur

Partida	Descripción	Sector	Clasificación
080300	Banano fresco	Agrícola	Estrella
080610	Uva fresca	Agrícola	Estrella
080450	Mango fresco	Agrícola	Prometedor
080520	Mandarina	Agrícola	Prometedor
080550	Limón	Agrícola	Prometedor
090411	Paprika	Agrícola	Prometedor
180400	Manteca, grasa y aceite de cacao	Alimentos	Prometedor
180500	Cacao en polvo	Alimentos	Prometedor
200570	Aceitunas en conserva	Alimentos	Prometedor
030749	Pota congelada	Pesquero	Prometedor
030613	Langostinos	Pesquero	Estancado
030614	Cangrejo congelado	Pesquero	Prometedor
030374	Caballa congelada	Pesquero	Prometedor
030624	Cangrejo refrigerado	Pesquero	Prometedor
030380	Huevera de pescado	Pesquero	Prometedor
030791	Moluscos refrigerados	Pesquero	Prometedor
610910	Polos de algodón	Confecciones	Prometedor
610510	Camisas de algodón	Confecciones	Prometedor
610610	Blusas de algodón	Confecciones	Prometedor

Para aplicar la metodología de la CEPAL se halló la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizada de las importaciones de Singapur (del periodo comprendido entre los años 2005 y 2009). Con ambas variables se forman cuadrantes que se cruzan en el origen (0,0) y de esta forma se logra clasificar a los sectores y productos. Si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. Por otro lado, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Para este mercado se han priorizado el sector agrícola, industria alimentaria y pesca, los cuales son calificados como prometedores. En la siguiente tabla se encuentran los principales productos potenciales como resultado del análisis, el sector al que pertenecen y su clasificación.

Contactos

- Ministerio de Asuntos Exterior (www.gov.sg/mfa)
- Ministerio de Comercio e Industria (www.mti.gov.sg)
- Departamento de empresas internacionales (www.iesingapore.gov.sg)
- Agencia gubernamental de desarrollo e inversiones (www.sedb.com)
- Aduanas (www.gov.sg/customs)

Fuentes

- The Federation of International Trade Associations (FITA)
- Fondo Monetario Internacional (FMI)
- Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú
- Centre of Intercultural Competente (<http://www.cicb.net/Espanol/espanol.html>)