

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2015

Guía de Mercado

Servicios

Singapur



prom
perú

CONTENIDO

1. Resumen ejecutivo	3
2. Información general	3
3. Situación económica y de coyuntura	3
3.1. Análisis de las principales variables macroeconómicas	3
3.2. Evolución de los principales sectores económicos	4
4. Comercio exterior de bienes y servicios	5
4.1. Intercambio comercial de Singapur con el mundo	5
4.2. Intercambio comercial de Singapur con Perú	5
5. Acceso al mercado	7
5.1. Medidas arancelarias y no arancelarias	7
5.2. Otros Impuestos Aplicados al Comercio	9
6. Oportunidades comerciales	9
6.1. Preferencias obtenidas en acuerdos comerciales	9
6.2. Servicios con potencial exportador	9
7. Tendencias del consumidor	10
8. Cultura de negocios	10
9. Links de interés	11
10. Eventos Comerciales	11
11. Bibliografía	11

1. Resumen ejecutivo

Singapur es una economía de 4,8 millones de consumidores con alto poder adquisitivo y se ha consolidado como uno de los mercados más competitivos y liberalizados del mundo. El país cuenta con el segundo mayor puerto a nivel global en tránsito de contenedores, por detrás de Shanghai, y es considerado como el cuarto más importante centro financiero del mundo.

El país ha sabido sobreponerse a la desaceleración que experimentó años atrás y se prevé que para 2015 el crecimiento económico bordeará 3,6%. Los sectores industria y transporte han sostenido este crecimiento como consecuencia de las mejores perspectivas económicas mundiales.

A nivel bilateral, el intercambio comercial entre Perú y Singapur ha mantenido una tendencia creciente en los últimos cinco años con una tasa de incremento promedio anual de 20%. Asimismo, la balanza comercial históricamente ha sido deficitaria para el Perú, situación explicada por las mayores importaciones de bienes de capital por la parte peruana. Sin embargo, se ha visto un claro incremento en los envíos hacia este mercado desde la entrada en vigencia del acuerdo comercial entre ambos países.

2. Información general



Singapur es un país insular conformado por sesenta y tres islas. Su territorio consta de 697 kilómetros cuadrados, por lo que es el país más pequeño del sudeste asiático. El país está dividido políticamente en cinco Consejos de Desarrollo Comunitario. Su capital es la Ciudad de Singapur, por lo cual se le considera una ciudad – estado. Debido a su reducido tamaño físico, no existen subdivisiones nacionales tradicionales como provincias, departamentos o estados. Sin embargo, la ciudad – estado cuenta con una subdivisión histórica en distritos o barrios con el fin de crear una administración local y facilitar la planificación urbana.

Su número de habitantes es de 4.8 millones de personas, los cuales poseen un alto poder adquisitivo, similar a las mayores economías europeas, de los cuales 100% viven en zonas urbanas y 95% se encuentran alfabetizados. Además, luego de Mónaco, cuenta con la mayor densidad poblacional a nivel global. La diversidad étnica es notoria en este país y se estima que el 77% de su población es china, mientras que, le siguen en orden, los malayos (14%) e indios (8%). Los idiomas predominantes y oficiales son el mandarín (35%), inglés (23%) y malayo (14%); otras lenguas no oficiales son el hokkien (11%), cantonés (6%) y Teochew (5%). En cuanto a religión, se estima que 43% de la población profesa la fe budista; sin embargo, otros cultos importantes son el islam (15%), el taoísmo (9%) y el catolicismo (5%).

En lo económico, se trata del cuarto mayor centro financiero del planeta y juega un rol sumamente importante en el comercio internacional y la economía mundial. Asimismo, posee una economía de libre mercado caracterizada por una política abierta a la inversión. Sus precios son estables y tiene uno de los PBI per cápita más elevado del mundo. Por su excelente desempeño macroeconómico, junto con Hong Kong, Corea del Sur y Taiwán, es considerado como uno de los “cuatro tigres asiáticos”.

3. Situación económica y de coyuntura

3.1. Análisis de las principales variables macroeconómicas

Cuadro N° 01

Indicadores Económicos	2010	2011	2012	2013	2014
Crecimiento del PBI (%)	15,2	6,2	3,4	4,4	2,9
PBI per cápita (US\$)	46,570	53,117	54,577	55,979	56,284
Tasa de inflación (%)	2,8	5,2	4,6	2,4	1,0
Tasa de desempleo (%)	2,2	2,0	2,0	1,9	2,0

Fuente: Instituto de Estadísticas de Singapur. Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS - PROMPERU

La economía singapurense ha venido manteniendo un crecimiento ligero durante los últimos años, siendo los sectores industria y transporte los que han sostenido este crecimiento como consecuencia de la mejora gradual de la economía mundial. De otro lado, el desempleo fue de 2,0% en 2014, uno de los niveles más bajos a escala mundial. Esta baja tasa, a la par del compromiso del gobierno para limitar el uso de mano de obra extranjera poco calificada, ha ejercido una presión hacia el alza de los costos salariales. Actualmente, se estima que la productividad laboral singapurense en los sectores manufactura y servicios es equivalente, al 55% de Japón o Estados Unidos¹.

La moneda oficial de Singapur es el dólar singapurense (SGD), el tipo de cambio en relación a los dólares americanos (USD) y nuevos soles peruanos (PEN).

1,00 USD	=	1,35560 SGD
US Dólar		Dólar Singapurense
1,00 PEN	=	0,436658 SGD
Nuevo Sol Peruano	↔	Dólar Singapurense

Fuente: XE.com Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS – PROMPERU

3.2. Evolución de los principales sectores económicos

El sector primario es prácticamente inexistente (excepto por el cultivo de orquídeas, legumbres y peces de acuario). Además, Singapur no dispone de recursos minerales.

El sector manufactura representa el 27% del PBI de Singapur y emplea al 20% de su fuerza de trabajo. En la actualidad, el país se ha consolidado como uno de los más importantes centros de producción e investigación para productos tecnológicos y farmacéuticos a nivel mundial. Se estima que un tercio de su producción manufacturera está dedicada íntegramente a la industria de la electrónica, la cual se ha visto repotenciada por la mayor participación de las inversiones extranjeras en la economía.

El sector servicios, en tanto, representa el 73% del PBI y emplea al 80% de la población. El aparato estatal está buscando alentar el desarrollo de los servicios financieros y de banca para que el país se pueda consolidar como el mayor centro financiero de Asia. El transporte y los servicios ligados al comercio exterior son otras de las actividades claves en este sector ya que Singapur es el segundo puerto de contenedores más transitado del planeta, solamente detrás de Shanghái (China).

El turismo, parte del sector servicios, individualmente, representa 6% de la economía singapurense y el objetivo de la ciudad – estado es alcanzar ingresos de US\$ 30 mil millones en 2015 por este concepto. Se estima, además, que el arribo de turistas bordee entre 12 y 13 millones anualmente, los cuales representan la mitad de los ingresos del sector.

3.3. Nivel de competitividad

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business*, que mide la “Facilidad de hacer negocios” (entre 189 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Singapur y otros países similares.

Cuadro N° 02: Facilidad para hacer negocios 2015

Criterios	Singapur	Perú	Hong Kong	Colombia	Taiwán	Chile
Facilidad de hacer negocios	1	35	3	34	19	41
Apertura de un negocio	6	89	8	84	15	59
Manejo permiso de construcción	2	87	1	61	11	62
Acceso a electricidad	11	86	13	92	2	49
Registro de propiedades	24	26	96	42	40	45
Obtención de crédito	17	12	23	2	52	71
Protección de los inversores	3	40	2	10	30	56
Pago de impuestos	5	57	4	146	37	29

¹ Cfr. Euromonitor International: Singapore Country Pulse

Comercio transfronterizo	1	55	2	93	32	40
Cumplimiento de contratos	1	100	6	168	93	64
Insolvencia	19	76	25	30	18	73

Fuente: Doing Business 2015 Elaboración: PROMPERÚ

Singapur ocupa la primera posición en el ranking Doing Business 2015 elaborado por el Banco Mundial, manteniendo por segundo año consecutivo dicha posición.

4. Comercio exterior de bienes y servicios

4.1. Intercambio comercial de Singapur con el mundo

Cuadro N° 03: Intercambio Comercial de Bienes Singapur – Mundo

Millones de US\$

Comercio Exterior	2010	2011	2012	2013	2014	Var % Promedio	Var% 2014/2013
Exportaciones	352,076	409,722	408,621	410,368	409,789	3.9%	-0.1%
Importaciones	310,973	365,961	379,935	373,122	366,268	4.2%	-1.8%
Balanza Comercial	41,102	43,761	28,686	37,246	43,521	-	-
Intercambio Comercial	663,049	775,684	788,557	783,490	776,057	4.0%	-0.9%

Fuente: Global Trade Atlas. Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS – PROMPERU

De acuerdo a Global Trade Atlas, la balanza comercial singapurense se ha mantenido favorable para Singapur durante los últimos años. Aunque desde 2013 se ha visto una ligera caída en el intercambio comercial con el mundo, pues tanto el monto de exportaciones como el de importaciones han caído ligeramente.

Cuadro N° 04: Intercambio Comercial de Servicios Singapur – Mundo

Millones de US\$

Comercio Exterior	2009	2010	2011	2012	2013	Var % Promedio	Var% 2013/2012
Exportaciones	119,020	137,485	149,148	159,094	171,803	9.6%	8.0%
Importaciones	122,376	138,004	147,709	161,365	177,211	9.7%	9.8%
Balanza Comercial	-3,356	-519	1,439	-2,271	-5,408	-	-
Intercambio Comercial	241,396	275,488	296,857	320,459	349,014	9.7%	8.9%

Fuente: Instituto de Estadísticas de Singapur. Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS - PROMPERU

Tal y como puede apreciarse en el cuadro anterior, el monto de exportaciones e importaciones de servicios singapurense tienen casi un mismo peso; y en ambos casos han mantenido un crecimiento sostenido durante el último quinquenio.

De acuerdo a cifras del Instituto de Estadísticas de Singapur, las importaciones de servicios de transporte, turismo y los cargos por patentes son las tres líneas de mayor representatividad, con una participación de 27%, 17% y 15%, respectivamente, alcanzando los US\$ 105 billones en el año 2013. Del mismo modo, los países proveedores de mayor recaudación fueron Estados Unidos (US\$ 27,563 millones), Países Bajos (US\$ 9,763 millones), Reino Unido (US\$ 8,243 millones), China (US\$ 8,035 millones) y Japón (US\$ 6,333).

4.2. Intercambio comercial de Singapur con Perú

La balanza comercial de Perú con Singapur ha sido deficitaria históricamente para el Perú, situación explicada por las mayores importaciones de bienes de capital. Pese a ello, los envíos peruanos han mostrado importante dinamismo en los últimos años al incrementarse a una tasa media de 56,4% durante el periodo 2010 – 2014, en comparación con las importaciones desde Singapur que aumentaron en 8,2% promedio anual.

Cuadro N° 05

Información Comercial: Singapur - Perú
(US\$ Millones)

Indicadores	2010	2011	2012	2013	2014	Var. % Prom. 14/10	Var. % 14/13
Exportaciones de Perú a Singapur	7	8	22	21	40	56,4	93,8
Importaciones de Perú desde Singapur	37	48	58	56	51	8,2	-8,7
Balanza Comercial	-30	-40	-36	-35	-10	-	-
Intercambio Comercial	44	56	79	77	91	20,1	19,2

Fuente: SUNAT Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS -PROMPERÚ

El último año se ha visto un incremento importante de los envíos tradicionales (+511%) gracias la mayor demanda de cobre por parte del mercado de Singapur. En tanto, las exportaciones no tradicionales han experimentado una disminución de 36%, durante el último año. Siendo los sectores más afectados el Siderometalúrgico (- US\$ 3 millones) y el Pesquero (- US\$ 1,7 millones). Pese a ello, el sector agroindustrial ha tenido un repunte de 91,9%, alcanzando US\$ 5 millones; asimismo, sectores de menor envergadura como Varios, Maderas y Papeles y Minería no Metálica mostraron importante dinamismo durante el último año.

Cuadro N° 06

Exportaciones por Sectores Económicos (US\$ Miles)			
SECTOR	2013	2014	Var.% 14/13
TRADICIONAL	4 934	30 185	511,8
<i>Minero</i>	569	29 427	5 068,2
Cobre	0	25 833	25 833 113
Zinc	569	3 594	531,9
Plomo	4 365	0	-100,0
Metales Menores	0	0	-100,0
<i>Petróleo y Gas Natural</i>	0	669	-
Petróleo y derivados	0	669	-
<i>Agrícolas</i>	0	88	-
Café	0	88	-
NO TRADICIONAL	15 891	10 468	-36,0
Agropecuario	2 626	5 038	91,9
Textil	2 801	2 667	-4,8
Pesquero	3 715	2 047	-44,9
Químico	117	154	31,2
Metal-Mecánico	3 643	105	-97,1
Varios (Inc. Joyería)	27	90	234,8
Minería No Metálica	15	39	165,1
Maderas Y Papeles	9	28	219,7
Siderometalúrgico	2 939	0	-100,0
TOTAL GENERAL	20 825	40 353	93,8

Fuente: SUNAT Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS - PROMPERU

Por el lado de los productos no tradicionales más exportados a Singapur tenemos las uvas frescas (US\$ 2 692 millones en 2014), que tuvo un crecimiento de poco más de US\$ 2 000 millones respecto a 2013. Del mismo modo, los t-shirts de algodón han tenido mayor demanda dentro de este mercado durante el último año, al crecer en 136% en comparación al año anterior.

Cuadro N° 07

Singapur: Principales productos no tradicionales (US\$ Miles)									
Partida	Descripción	2010	2011	2012	2013	2014	Var. % Prom 14/10	Var. % 14/13	Part. 2014
0806100000	Uvas frescas	232	402	610	662	2,692	84.5	306.9	26
6109100039	Demás T-shirts de algodón	664	658	501	743	1,727	27.0	132.5	17
1605560000	Conservas de almejas	0	0	407	2,121	993	-	-53.2	10
1801001900	Cacao en grano	3,479	78	335	601	704	-32.9	17.2	7
0709200000	Espárragos frescos	163	250	434	667	606	38.9	-9.2	6
0305710000	Aletas de tiburón	0	0	0	0	378	-	-	4
0810909000	Granada frescas	0	0	50	249	329	-	32.1	3

1008509000	Quinoa	0	0	0	29	293	-	919.1	3
1605591000	Conservas de locos	0	0	0	669	291	-	-56.6	3
6109100031	T-shirts de algodón	147	180	339	422	285	18.0	-32.4	3
	Resto	2,058	4,357	12,050	9,730	1,871	-2.4	-80.8	18
TOTAL		6,743	5,925	14,726	15,891	10,168	10.8	-36.0	100

Fuente: SUNAT. Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS – PROMPERU

5. Acceso al mercado

5.1. Medidas arancelarias y no arancelarias

El régimen de importación de Singapur está prácticamente liberalizado y la mayoría de las mercancías pueden ser importadas libremente, salvo un número muy reducido de productos para cuya importación se requiere autorización administrativa, principalmente, por estar sujetos a cuotas de importación, ser originarios de determinados países o por su naturaleza especial. El despacho de aduanas en los puestos de control de entrada al país está a cargo de la Autoridad de Inmigración y Puestos de Control de Singapur (ICA)².

Actualmente, se aplica un arancel de tipo general del 7% solo para seis partidas arancelarias específicas, correspondientes a diversas bebidas alcohólicas. Aparte de ello, todas las bebidas que contengan alcohol, el tabaco, los productos derivados del petróleo y los vehículos de motor están sujetos a Impuestos Especiales que se calculan sobre el precio CIF de los bienes importados.

La política de apertura comercial por parte de Singapur ha logrado consolidar 20 acuerdos de libre comercio regionales y bilaterales con 31 socios comerciales. Dentro de ellos destacan el Free Trade Area (FTA) ASEAN, Japón, China, India, Corea del Sur, Australia, Jordania, Nueva Zelanda, Panamá, Perú, EFTA, Asociación Económica Transpacífico y Estados Unidos.

Cuadro N° 09

Singapur: Preferencias arancelarias para principales productos no tradicionales peruanos						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	080610	Uvas frescas	10	EE.UU. (46%) Australia (24%) Bangladesh (10%)	0%	0%
2	610910	T-shirts de algodón	12	Malasia (31%) China (25%) España (15%)	0%	0%
3	160556	Conserva de almejas	2	Chile (60%) Japón (4%)	0%	0%
4	180100	Cacao en grano	8	Ghana (47%) Indonesia (36%) Camerún (10%)	0%	0%
5	070920	Espárragos frescos	4	EE.UU. (34%) Tailandia (25%) Australia (20%)	0%	0%
6	030571	Aletas de tiburón	12	España (26%) Namibia (22%) Hong Kong (14%)	0%	0%

² Para más información: <http://www.ica.gov.sg/>

7	081090	Demás frutas frescas	10	Tailandia (27%) Malasia (26%) Vietnam (17%)	0%	0%
8	100850	Quinua	1	EE. UU. (17%) Reino Unido (3%)	0%	0%

Fuente: Global Trade Atlas, Market Access Map. Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS - PROMPERU

Medidas no arancelarias

Normas y requisitos técnicos

SPRING Singapore (<http://www.spring.gov.sg/Pages/homepage.aspx>), es la autoridad gubernamental encargada de la normativa y certificación de productos. Entre sus programas dispone de normas específicas para ciertos productos de los sectores sanidad, construcción y electricidad.

Singapur es miembro de la Organización Internacional de Normalización (ISO) desde 1966 y de la Comisión Electrotécnica Internacional (CEI) desde 1990. El Departamento de Normalización de SPRING Singapore representa los intereses de Singapur ante estos organismos, así como en foros de normalización y conformidad regionales (Comité Consultivo de la ASEAN sobre Normas y Calidad (ACCSQ), Congreso sobre Normas de la Zona del Pacífico (PASC), Subcomité del APEC sobre Normas y Conformidad (SCSC), entre otros).

El Singapore Accreditation Council (SAC) es la autoridad gubernamental gestionada por SPRING Singapore, encargada de la homologación de productos. Se encarga principalmente de:

- Calibración y test de productos químicos, biológicos, médicos y de ingeniería mecánica.
- Inspección de válvulas y equipos de elevación, estructuras de acero y vehículos.
- Certificación ISO 9001
- Certificación Medioambiental ISO 14001
- Certificado de productos
- Certificados sanitarios y de seguridad SS506 (partes 1 y 3)
- Certificación de productos alimenticios SAC HACCP
- Certificación de seguridad alimentaria ISO 22000

Esta autoridad también se encarga de inspeccionar las mercancías tales como productos agrícolas, equipos industriales y maquinaria, manufacturas, productos refinados, materiales de construcción y productos reciclados, entre otros. Actualmente, la mayoría de estas inspecciones son realizadas por los organismos de certificación de ISO 9001.

Las medidas sanitarias y fitosanitarias de Singapur son estrictas y el Departamento de Aduanas de Singapur inspecciona cada envío de productos importados. Los productos cárnicos, los animales vivos, los productos del mar, las frutas y verduras, necesitan un control especial y requieren la autorización de Agri-food and Veterinary Authority of Singapore (AVA), para su importación.

Para el caso de franquicias, esta es una industria que se autoregula y el instrumento que se utiliza es el Código de Ética³ elaborado por la Asociación de Franquicias y Licencias de Singapur (FLA).

Etiquetado y regulación

El embalaje debe ser resistente y debe tolerar el calor extremo y la humedad en las zonas tropicales, así como el almacenaje a campo abierto por períodos breves. El material de embalaje de madera se debe certificar que está libre de infestación de insectos y hongos. Las mercancías sujetas a derechos de aduana o las mercancías con importación restringida no se deben embalar en el mismo paquete o envase que las mercancías sin restricción. El etiquetado debe indicar el país de origen, las dimensiones del empaque, nombre y dirección del productor, composición y fecha de vencimiento. Los comestibles, incluyendo las bebidas, así como las drogas deben cumplir con requisitos de etiquetado detallados específicos⁴.

³ <http://www.flasingapore.org/files/FLA%20Code%20of%20Ethics.pdf>

5.2. Otros Impuestos Aplicados al Comercio

Las rentas personales de los residentes están sujetas a un tipo de gravamen progresivo que va del 0% al 20%. Por su parte, las rentas generadas por no residentes son gravadas al 15% en general y 20% para directivos. El Impuesto sobre bienes y servicios es un impuesto indirecto que grava el consumo, siendo pagadero en toda compra de bienes y servicios (incluidas las importaciones) a un tipo de gravamen único del 7%.

Las exportaciones de bienes y servicios quedan sujetas a un tipo del 0% por este impuesto. Los bienes en tránsito en las zonas francas no están sujetos a tributación. El impuesto grava los bienes en el momento de su salida al mercado nacional. Los productos destinados para la reexportación, incluyendo aquellos que son importados para ser perfeccionados y luego exportados, no están sujetos al impuesto siempre que dicha exportación tenga lugar dentro de los seis meses siguientes a la fecha de importación, o bien dentro de un periodo más amplio fijado por la autoridad pertinente⁵.

6. Oportunidades comerciales

6.1. Preferencias obtenidas en acuerdos comerciales

En agosto de 2009 entró en vigencia el Tratado de Libre Comercio bilateral entre Perú y Singapur. Según el acuerdo, Singapur ofrece acceso preferencial a su mercado a por lo menos el 87,2% de líneas arancelarias negociadas (arancel 0%)⁶. Los principales productos exportados a Singapur que ya se están beneficiando del acuerdo son cacao, uvas, t-shirts, camisa, espárragos, almejas, locos y machas, entre otros. Además, otros productos de alto interés para el Perú (como mango, café, alcachofa, maca, cebolla, páprika, pota, textiles, entre otros) ingresan al mercado singapurense con acceso preferencial del 0%.

Por último, el TLC Perú – Singapur brinda al Perú la oportunidad de establecer reglas de juego claras, con un marco transparente y previsible, que permita tener un comercio bilateral ordenado, el cual salvaguarde justificadamente los intereses de Perú y sus exportadores. Asimismo, dicho acuerdo hace posible que los productos peruanos ingresen con mejores condiciones al mercado singapurense, impulsar mayores inversiones y consolidar la estrategia peruana de convertirse en el centro de operaciones del Asia en América del Sur.

6.2. Servicios con potencial exportador

Servicios Tecnológicos

Singapur es uno de los centros mundiales de telecomunicaciones más avanzados, con una infraestructura bien establecida para la conectividad internacional. Es uno de los primeros países del mundo en haber instalado una red nacional de banda ancha inalámbrica, con más de 6.200 puntos de acceso. Más aún, la penetración de la telefonía móvil en Singapur es del 151,4%⁹, una de las más altas del mundo, convirtiéndose en el banco de pruebas ideal para las innovaciones en móviles.

De otra parte, El 23 de abril de 2014, el Foro Económico Mundial con sede en Ginebra publicó el Informe Global de Tecnología de la Información 2014, que clasifica a las economías mundiales basados en el nivel de desarrollo y el uso de tecnologías de la información y de la comunicación. Según este informe, Singapur ocupa el segundo lugar en términos de uso de las TIC y el desarrollo a nivel mundial, llegando sólo inferior a Finlandia y superando a otros países desarrollados como Suecia, Estados Unidos y el Reino Unido. Industria de las TIC de Singapur ha recorrido un largo camino desde el lanzamiento de su Plan Nacional de Informatización en los años 80, y ahora es una de las principales ciudades de TI del mundo, así como uno de los principales centros de tecnología del mundo.

Línea de Servicios Audiovisuales

El sector de servicios de medios audiovisuales (que se compone de varias industrias, incluyendo la emisión y producción de televisión, edición y publicación, realización de películas, música, así como medios interactivos y digitales) en Singapur ha venido creciendo con fuerza en los últimos años, registrando una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) de 6,8%. Se estima, que esta industria aporta, aproximadamente, US\$ 6400 millones en valor agregado (VA) y S \$ 23900 millones de ingresos a la economía, y empleó 66.000 trabajadores. Además, según Deloitte, la industria de animación y videojuegos en este mercado, junto con los medios de comunicación en línea / móvil, han demostrado un sólido crecimiento, registrando una tasa compuesta anual

⁵ Para mayor información: www.iras.gov.sg

⁶ Para mayor información: www.acuerdoscomerciales.gob.pe

de 26% a partir de 2006-2010. Adicionalmente, se estima que estas líneas contribuyen con \$ 1.2 mil millones en VA y \$ 1.5 mil millones de ingresos a la economía, y empleó a un estimado de 11 mil trabajadores.

Servicios de Turismo

Singapur es mundialmente reconocido por un atractivo entorno para el desarrollo del turismo. En el año 2011 ocupó el primer puesto en Asia y el décimo a nivel mundial en el Informe de Competitividad Turística y de Viajes elaborado por el Foro Económico Mundial. Las empresas del sector en Singapur combinan una gestión de estilo occidental con los cálidos valores de la hospitalidad asiática, obteniendo por ello el reconocimiento internacional con premios como la Gold List de Condé Nast y los World Travel Awards. Operando 560 hoteles, complejos turísticos y apartamentos con servicios, con más de 120.000 habitaciones en todo el mundo, estas empresas singapurenses cuentan con una amplia experiencia desde los mercados cercanos del sudeste de Asia a mercados más lejanos de Oriente Medio y América Latina.

Línea de Franquicias

Por el lado de las franquicias, Singapur cuenta con más de 500 enseñas de franquicias, con una facturación anual de 5,48 millones de dólares de Singapur (US\$ 3,63 mil millones). Aunque un gran número de marcas franquiciadas siguen relacionado con la industria de alimentos y bebidas, otros sectores como la educación, la belleza / de bienestar y cuidado de los niños están igualando rápidamente.

7. Tendencias del consumidor

Pese a que los singapurenses siguen disfrutando altos niveles de vida, la desigualdad de ingresos se encuentra en aumento lo cual dificulta la expansión de la clase media. En la actualidad, cerca del 20% del gasto total se destina a vivienda, seguidos por las categorías bienes y servicios varios (16% de participación) y recreación y ocio (14%), lo cual hace notar que se trata de consumidores más sofisticados en comparación con sus pares regionales. Asimismo, el gasto de consumo en categorías como educación, bienes de salud y servicios médicos y comunicaciones son los que experimentarán un mayor dinamismo para el periodo 2013 – 2020.

Por otro lado, la población con ingresos más altos se encuentran entre los 40 y 50 años. Específicamente, los singapurenses entre 45 y 49 años tienen el mayor ingreso bruto promedio equivalente a US\$ 39 992. Sin embargo, a pesar de los altos niveles de ingresos del país, la clase social E es la más grande y representa más del 40% de la población mayor de 15 años, seguida por la clase social D con 32,4%. Estas dos clases sociales están compuestas básicamente por trabajadores ocasionales, jóvenes y jubilados, que por lo general gastan en productos esenciales como alimentos o ropa.

El gasto total de los consumidores singapurenses se estima que crecerá a un índice promedio de 3,4% anual en términos reales para el periodo 2013 – 2020, lo cual ofrece importantes oportunidades para las empresas de bienes de consumo.

Por último, Singapur es un país mega-diverso ya que tiene una población de cerca de 5 millones de habitantes, de los cuales el 40% son extranjeros (chinos, malayos, caucásicos y euroasiáticos), una proporción mucho mayor que en cualquier país desarrollado del mundo. Es por ello que el país presenta diversos nichos de mercado con gustos y preferencias distintas y variadas.

8. Cultura de negocios

La cultura empresarial de los empresarios de Singapur tiene más influencia de Occidente por lo que su forma de negociar también es muy similar a esta parte del mundo y se diferencia de la asiática. Se tiene en cuenta la calidad del producto, las estrategias de marketing, los plazos de entrega, el servicio postventa, entre los aspectos más relevantes. Lo mismo sucede con las estrategias de venta, en el sentido que las ofertas deben apoyarse con políticas de promoción, distribución y servicio.

Las relaciones personales son importantes para acceder a las empresas, pero una vez se han entablado la relación se imponen los aspectos profesionales. Los ejecutivos singapurenses tienen agendas muy recargadas, debido a que viajan con frecuencia a Japón y a otros países de la zona, por lo que las citas de negocios deben establecerse por lo menos con tres semanas de anticipación. La educación y la cortesía priman en las reuniones. Es importante mostrar respeto hacia los interlocutores, especialmente a los de mayor edad. Se debe hablar en tono bajo y pausado, respetando los turnos de intervención. Pero no se debe malinterpretar la actitud educada y amable como signo de debilidad. Recordar que los singapurenses son negociadores experimentados con gran dominio sobre el sistema capitalista. Se debe evitar comportamientos de superioridad o mostrar satisfacción desmedida cuando se logra un acuerdo favorable.

Las negociaciones se desarrollan por lo general en inglés, pero a pesar de su buen conocimiento de este idioma, a veces alegan errores de interpretación para justificar una renegociación de aspectos sobre los que ya se había logrado un acuerdo. Durante la negociación la argumentación debe ser concreta y directa. Es una buena opción realizar presentaciones gráficas en las que se muestren las principales ventajas competitivas y las estrategias de mercado, y se proyecten los resultados económicos.

El ritmo de las negociaciones por lo general es rápido, más aún si ellos piensan que están perdiendo el control de la negociación serán ellos quienes aceleren el ritmo. Pero no se debe dar sensación de urgencia para llegar a un acuerdo. Durante la negociación, hacen concesiones en forma escalonada creciente, las menos importantes al principio y las más significativas al final de la negociación. Por el contrario, los temas de conversación que resultan positivos son el éxito económico del país, los viajes, la gastronomía y la categoría de las tiendas porque son grandes consumidores. Singapur es uno de los pocos países que admite hablar de negocios durante las comidas. Cuentan con una variedad de restaurantes y de gran calidad, debido al alto poder adquisitivo de los habitantes.

Un “sí” no tiene la connotación afirmativa de Occidente, sino significa “seguimos negociando”. Por otra parte, les cuesta mucho decir no. En vez de ello, muestran evasivas o pretenden disimular que la pregunta no se ha realizado. Existe un gran respeto a los acuerdos escritos, asentado en el gran respeto que tienen a la ley y a la justicia. Los contratos no pueden cancelarse sin causa justificada, ni renegociarse continuamente, como es habitual en otros países asiáticos⁷.

9. Links de interés

Cuadro N° 10

Entidad	Enlace
Ministerio de Asuntos Exterior de Singapur	www.gov.sg/mfa
Ministerio de Comercio e Industria de Singapur	www.mti.gov.sg
Departamento de Empresas Internacionales de Singapur	www.iesingapore.gov.sg
Agencia gubernamental de desarrollo e inversiones de Singapur	www.sedb.com
Cámara Internacional de Comercio de Singapur	www.sicc.com.sg
Autoridad Monetaria de Singapur	www.mas.gov.sg
Aduanas de Singapur	www.gov.sg/customs
Instituto de estadística de Singapur	www.singstat.gov.sg

10. Eventos Comerciales

Cuadro N° 11

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
FLASIA 2015	Franquicias y Patentes	Marina Bay, Singapur	29 - 31 de octubre 2015	www.franchiselicensesasia.com
The PC Show 2015	TI	Singapore Expo, Singapur	4 - 7 de junio 2015	www.thepcshow.com.sg

Fuente: Auma. Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS – PROMPERU

11. Bibliografía

- Euromonitor Intenacional: Country Profile
- Doing Business 2015
- The CIA World Factbook
- Acuerdos Comerciales del Perú
- Base de datos utilizadas: SUNAT, FMI, Banco Mundial
- Ferias internacionales: AUMA

⁷ Cfr. MINCETUR - Perú

