

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Oportunidades Comerciales

Singapur



Tabla de Contenido

1. Datos generales	3
2. Indicadores Macroeconómicos	3
3. Exportaciones Perú - Singapur (FOB US\$ millones)	3
4. Preferencias obtenidas en Acuerdos Comerciales	3
5. Oportunidades Comerciales	3
6. Tendencias del Consumidor	5

Singapur

1. Datos generales

Nombre oficial	República de Singapur
Capital	Ciudad de Singapur
Idioma	Inglés, malayo, chino y mandarín
Moneda	Dólar de Singapur
Población (2016)	6 millones

Fuente: World FactBook Elaboración: Promperú

2. Indicadores Macroeconómicos

Año	2014	2015	2016*
Crecimiento PBI (%)	3,2%	2,0%	1,8%
PBI Per cápita (US\$)	83 733	85 253	86 854
Tasa de Inflación (%)	1,0%	-0,5%	0,2%

Fuente: FMI Elaboración: Promperú / Nota: *Proyectado

3. Exportaciones Perú – Singapur (FOB US\$ millones)

Sector	2011	2012	2013	2014	2015	Var.% 15/14	TCP. % 15/11
Tradicional	2	7	5	30	3	-91,1	7,6
No Tradicional	6	15	16	10	11	9,6	17,1
Total	8	22	21	40	14	-65,7	14,9

Fuente: SUNAT / Elaboración: Promperú

4. Preferencias obtenidas en Acuerdos Comerciales

- Tratado de Libre Comercio Perú – Singapur (Vigente): El Tratado de Libre Comercio Perú – Singapur, vigente desde el 01 de agosto de 2009, permite el ingreso exento de aranceles a productos de interés de la oferta exportable como cacao, uvas, t-shirts, camisas, espárragos, almejas, locos y machas, entre otros.

- Acuerdo de Asociación Transpacífico – TPP (Por entrar en vigencia): Perú y Singapur son partes firmantes del TPP, el cual permitirá un relacionamiento preferencial entre doce economías de la cuenca del Pacífico. Para mayor información acerca de la desgravación arancelaria aplicada por Singapur a productos originarios de países TPP visitar: [Lista para exportar a Singapur](#).

5. Oportunidades Comerciales ¹

Alimentos

¹ A través de la metodología CEPAL (Comisión Económica para América Latina) se ha podido identificar oportunidades para productos clasificados en dos grandes grupos: "Estrella" y "Prometedor". En primer lugar, los productos "Estrella" hacen referencia a aquellos que han mostrado un fuerte dinamismo en sus compras de los últimos cinco años y que cuentan con una participación destacable sobre las importaciones totales. En otras palabras, son aquellos productos que mayor potencial de éxito tienen en la actualidad en el mercado de destino. En segundo lugar, se encuentran los productos "Prometedores", cuyas importaciones crecen a tasas superiores al promedio pero que aún no tienen una participación relevante sobre las compras totales.

RK	Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 Millones de US\$	Arancel Perú	Participación Proveedor
1	'160557	Moluscos, preparados o conservados: Abulones u orejas de mar	Estrella	67	0%	Australia - 25% China - 20%
2	'030617	Demás camarones y langostinos congelados	Estrella	52	0%	Vietnam - 27% Malasia - 26%
3	'080610	Uvas frescas	Estrella	51	0%	EEUU - 39% Australia - 25%
4	'200989	Jugo de frutas exóticas / tropicales	Estrella	35	0%	Indonesia - 68% Tailandia - 7%
5	'080390	Plátanos frescos	Estrella	32	0%	Filipinas - 62% Malasia - 26%
6	'080450	Mangos frescos	Estrella	31	0%	Tailandia - 50% Malasia - 12%
7	'081090	Frutas exóticas / tropicales frescas	Estrella	29	0%	Tailandia - 28% Malasia - 24%
8	'030819	Pepinos de mar	Estrella	27	0%	China - 46% Indonesia - 16%
9	'200899	Frutas preparadas o en conserva, al natural o en almíbar	Estrella	27	0%	Tailandia - 46% China - 22%
10	'080520	Mandarinas frescas	Estrella	26	0%	China - 62% Australia - 9%

Fuente: Trademap Elaboración: Promperú

Vestimenta y Decoración

RK	Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 Millones de US\$	Arancel Perú	Participación Proveedor
1	'610910	Camisetas de punto de algodón para mujeres o niñas	Estrella	160	0%	Malasia - 28% China - 26%
2	'611780	Demás complementos de vestir	Estrella	95	0%	España - 48% China - 8%
3	'620342	Pantalones y pantalones cortos de punto de algodón	Estrella	68	0%	China - 35% Bangladesh - 19%
4	'610120	Abrigos, capas y similares, de punto, de algodón para hombres	Prometedor	10	0%	Malasia - 78% Vietnam - 6%
5	'610821	Bragas, de punto, de algodón para mujeres o niñas	Prometedor	9	0%	China - 42% Camboya - 16%
6	'611710		Prometedor	7	0%	Italia - 36%

		Chales, pañuelos, bufandas y similares, de punto, de lana o pelo fino				China - 28%
7	'621420	Chales, pañuelos, bufandas y similares de lana o pelo fino	Prometedor	7	0%	Italia - 67% Reino Unido 19%
8	'611011	Suéteres, jerséis, chalecos y similares, de punto, de lana o pelo fino	Prometedor	6	0%	Italia - 43% China - 27%
9	'570310	Alfombras y revestimientos para el suelo de lana o pelo fino	Prometedor	5	0%	China - 46% Tailandia - 11%
10	'611241	Trajes de baño, de punto, de fibras sintéticas	Prometedor	4	0%	China - 67% Vietnam - 7%

Fuente: Trademap Elaboración: Promperú

Manufacturas Diversas						
RK	Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 Millones de US\$	Arancel Perú	Participación Proveedor
1	'300490	Demás medicamentos preparados (Medicamentos para uso veterinario)	Estrella	1 109	0%	Alemania - 17% EEUU - 16%
2	'330499	Demás preparaciones de maquillaje (Cosméticos naturales)	Estrella	1 093	0%	Francia - 37% EEUU - 17%
3	'848180	Artículos de grifería y órganos similares	Estrella	678	0%	EEUU - 25% China - 12%
4	'732690	Demás manufacturas de hierro o acero	Estrella	408	0%	Malasia - 26% EEUU - 18%
5	'730840	Material de andamiaje, de encofrado o de apuntalado de fundición de hierro o acero	Estrella	178	0%	Japón - 51% China - 25%
6	'841370	Demás bombas centrífugas	Prometedor	167	0%	Alemania - 14% Reino Unido - 13%
7	'401699	Manufacturas de caucho vulcanizado sin endurecer	Prometedor	102	0%	Malasia - 21% EEUU - 19%

Fuente: Trademap Elaboración: Promperú

6. Tendencias del consumidor

- ✓ **ECONOMÍA LIBRE.** Singapur es uno de los mercados más abiertos del planeta en términos de comercio internacional, con una economía sólida que se ha visto beneficiada por el posicionamiento como mejor plaza para hacer negocios (Doing Business 2015), un alto superávit de cuenta corriente y los bajos precios del petróleo desde mediados de 2014. Sin embargo, el país enfrentará grandes desafíos en el futuro como el rápido envejecimiento de su población, la salida de capitales y el control de las finanzas gubernamentales.
- ✓ **ALTOS NIVELES DE INGRESOS Y GASTOS.** El nivel de ingreso disponible per cápita de Singapur figura entre los más altos de la región Asia – Pacífico, lo cual permite a los hogares gastar más en categorías discrecionales. Mientras que una sola persona gasta en promedio US\$ 30 336 al año, una pareja sin hijos expende US\$ 46 263 y una familia con dos hijos gasta US\$ 77 926.
- ✓ **LA SALUD Y EL BIENESTAR SE DINAMIZAN.** Las agresivas campañas gubernamentales dirigidas a fomentar hábitos alimenticios saludables y reducir la ingesta de calorías han propiciado un notable incremento de las ventas de productos de la línea en

2015. Asimismo, los singapurenses se encuentran más informados sobre la importancia de ciertos nutrientes gracias al acceso a Internet, lo cual ha traído consigo que los fabricantes se encuentren en la búsqueda de nuevos ingredientes para sus fórmulas que refuercen su propuesta de valor en el mercado.

- ✓ **LOS “SUPERFOODS” GANANA POPULARIDAD.** Dentro de todas las categorías de alimentos, los “superfoods” parece que mostrarán los mejores desempeños en ventas gracias a sus altos contenidos de antioxidantes, vitaminas y fibra. Productos como el jugo de coco, las granadas y la quinua, así como alimentos procesados que contienen avena, arándanos y frutos secos, tienen una mayor demanda y han comenzado a ocupar espacios más extensos en los canales minoristas.
- ✓ **BUENAS PERSPECTIVAS PARA LOS PESCADOS Y MARISCOS PROCESADOS.** De acuerdo a Euromonitor International, las ventas de pescados y mariscos procesados se incrementarán en 11,9% durante el periodo 2015 – 2020, destacando las presentaciones congeladas y conservadas, como consecuencia del estilo de vida agitado de los consumidores y su posicionamiento saludable frente a otro tipo de carnes. Productos como el atún y las sardinas continuarán siendo populares entre los singapurenses, del mismo modo que los mariscos congelados.
- ✓ **COMPORTAMIENTO DISPAR ENTRE LAS CONSERVAS DE FRUTAS Y VERDURAS PROCESADAS.** Mientras que las ventas de frutas “shelf stable” (empacadas, cortadas y listas para servir) se incrementarán en 5,3% para los próximos cinco años, la demanda de vegetales en esta presentación caerá en 6,7%. Los factores clave que impulsarán las ventas de frutas procesadas serán la conveniencia y el uso relativamente especializado de estos productos, ello debido a que reducen el tiempo y el esfuerzo de preparar platos como ensaladas, cocteles y otros aperitivos.
- ✓ **RECUPERACIÓN DE LAS VENTAS DE MODA.** Aunque en 2015 las ventas de prendas de vestir se contrajeron en 1,5% como consecuencia de la menor llegada de turistas y la desaceleración económica, se espera que para los próximos cinco años estas se incrementen en 7,5%. Pese a ello, se debe tener en cuenta que Singapur cuenta con un mercado maduro para productos de moda por lo cual elementos diferenciadores como fibras de calidad y el diseño podrían significar puntos de apoyo para la diferenciación.