



HACIENDO
NEGOCIOS
CON EL MUNDO

Claves para hacer negocios con **Singapur | 2025**

Oficina Comercial de ProChile en Kuala Lumpur, Malasia
ProChile - Todos los derechos reservados.
Marzo, 2025

1. Singapur como mercado

La isla de Singapur se encuentra a 137 Km al norte del ecuador. Está formado por 64 islas incluyendo la isla principal conocida como la isla de Singapur o Pulau Ujong.

La isla principal está unida a la península malaya por dos puentes. Al Suroeste limita con el estrecho de Malaca, que la separa de Indonesia.

Más del 60% del terreno está urbanizado, zonas residenciales, comercio y, en menor medida zonas industriales, con el resto dedicado a parques naturales, pantanos y zonas verdes.

Los cuatro idiomas oficiales de Singapur son el inglés, el malayo, el mandarín y el tamil, la Administración o parte gubernamental hablan y trabaja principalmente en inglés.

Singapur es una República laica de carácter multirracial y multiconfesional en la que conviven las religiones budista, taoísta, musulmana, hindú y cristiana.

Geográficamente, el país se sitúa entre varias economías prósperas del Sudeste Asiático, así como entre los mercados de China e India. La ciudad-estado ha buscado reflejar los estándares comerciales y empresariales internacionales, como los presentados por la Organización Mundial del Comercio y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.

Gracias a sus favorables políticas fiscales y su posición estratégica en el Sudeste Asiático, Singapur ofrece a las empresas la posibilidad de poder disfrutar de más de 80 convenios para evitar la doble imposición, importantes deducciones fiscales y numerosos acuerdos de libre comercio con los países asiáticos vecinos, la UE, EE. UU., China e India.

Además de su estabilidad política y económica, la ciudad-estado se erige como un importante centro financiero dentro de la región de la ASEAN.

Su infraestructura altamente desarrollada, la rigurosa protección de la propiedad intelectual, la mano de obra cualificada y angloparlante, y la estabilidad política convierten a la ciudad-estado en un centro global para los negocios.

El país tiene un bajo nivel de corrupción, lo cual es crucial para generar confianza entre las empresas.

Singapur promueve activamente la innovación y es un centro para la tecnología y los negocios digitales.



Montos exportados (Millones US\$)

Comercio exterior Chile – Singapur | Enero – Diciembre de 2024

	2020	2021	2022	2023	2024	
Exportaciones (FOB)	70	48	61	198	81	114
Importaciones (FOB)	74	70	80	80	84	115
Exportaciones No Cobre No Litio (FOB)	70	48	61	198	81	88
Balanza Comercial	-4	-22	-19	118	-3	-1
Intercambio Comercial	144	119	141	278	165	229

Exportaciones a Singapur por macrosector (Sin Cobre, ni Litio) | Millones US\$

Macrosector	2020	2021	2022	2023	2024	% Part. 2024
Minerales	0	0	0	0	0	0
Agropecuarios	5	5	12	8	9	9.87
Pesca y Acuicultura	26	22	49	31	33	37.63
Vinos	6	5	6	5	4	4.38
Manufactura	9	23	124	15	5	5.65
Servicios	2	4	6	22	31	35.42
Forestales	0	1	1	0	0	0.06
Total						

Números de empresas exportadoras a Singapur según macrosector

Macrosector	2020	2021	2022	2023	2024
Agropecuarios	56	43	41	41	41
Forestales	7	4	8	6	6
Manufacturas	18	10	15	13	13
Minerales	0	0	0	0	0
Pesca y Acuicultura	29	29	38	32	35
Servicios	28	32	36	40	42
Vinos	49	60	62	55	40
Total	1	1	1	1	1

SINGAPUR COMO MERCADO

Singapur sigue siendo uno de los países más ricos del mundo, con un PIB per cápita que alcanzó un nuevo récord de 90.689 dólares estadounidenses en 2024, el más alto de Asia. La ciudad-estado ha demostrado una notable resiliencia económica, con un sólido crecimiento y una sólida reputación como centro global de inversión.

El PIB nominal para 2024 se estima en alrededor de 616.330 millones de dólares singapurenses (449.000 millones de dólares estadounidenses), en línea con las proyecciones anteriores.

El sector servicios sigue siendo dominante, contribuyendo con cerca del 70 % del PIB. La manufactura sigue siendo el sector más grande, representando alrededor del 21,5 % del PIB en 2022, y experimentó una expansión del 4,3 % en 2024, revirtiendo la contracción de 2023. El crecimiento fue liderado por la ingeniería electrónica y del transporte, aunque la producción de la industria biomédica disminuyó.

El crecimiento del consumo privado se moderó al 4,8 % interanual en el cuarto trimestre de 2024, siendo el transporte, la salud y los bienes y servicios diversos las categorías de mayor crecimiento.

Singapur ocupó el primer puesto mundial en el Índice de Libertad Económica de la Fundación Heritage en 2023 por tercer año consecutivo, beneficiándose de un entorno regulatorio extremadamente favorable para las empresas, un sistema judicial justo y eficiente, y sólidos derechos de propiedad, entre otros factores.

La manufactura, que incluye la petroquímica, la electrónica, la maquinaria y los equipos, así como el comercio financiero, mayorista y minorista, y los servicios empresariales, se encuentran entre los sectores más populares para los inversores extranjeros.

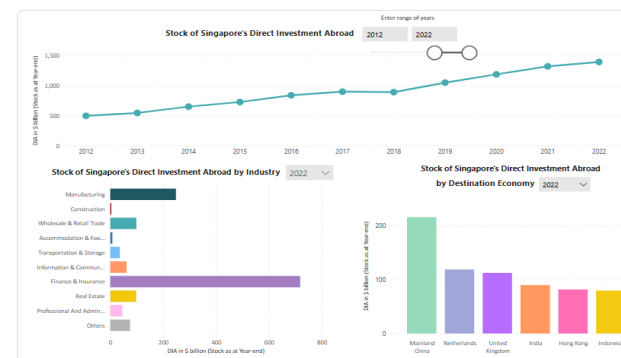
La eficiencia y rentabilidad del establecimiento corporativo ha dado lugar a que más de 37.000 empresas internacionales y alrededor de 7.000 multinacionales extranjeras operen desde el país.



Ranking de Chile como Proveedor

Chile se posiciona como 76 proveedor del país, destacando en salmón y trucha, jurel, sueros lácteos, arándanos, vinos, etc.

Inversión Extranjera



2. Características del consumidor local

Los consumidores singapurenses muestran una creciente demanda de productos sostenibles y saludables. Las compras transfronterizas y el auge del comercio social también están impactando significativamente el panorama minorista.

1. Gasto orientado al valor y consciente del precio: Los consumidores singapurenses buscan activamente la mejor relación calidad-precio, comparando precios en varias tiendas antes de comprar.

La lealtad a la marca está disminuyendo, ya que los consumidores están dispuestos a cambiar de marca para encontrar las mejores ofertas.

2. Experiencias de lujo personalizadas e inmersivas: Las redes sociales desempeñan un papel crucial en la configuración de las tendencias del lujo, y los creadores de contenido influyen en el comportamiento del consumidor.

3. Sostenibilidad y consumo orientado a la salud: Existe una creciente demanda de productos sostenibles y opciones ecológicas.

Los consumidores priorizan la salud y el bienestar, con un creciente interés en alimentos y productos saludables con ingredientes que prolongan la vida.

Retail Asia informa que la innovación en alimentos y bebidas también está satisfaciendo estas necesidades.

4. Crecimiento del comercio electrónico y el comercio social: El comercio electrónico transfronterizo se está expandiendo, con plataformas como Amazon Global Selling que permiten a las empresas llegar a clientes internacionales.

El comercio social, en particular plataformas como TikTok Shop, está ganando popularidad rápidamente y representa un desafío para los gigantes tradicionales del comercio electrónico.

DATOS DE INTERES DEL PAIS



La población total de Singapur es de mas de 6 millones en 2025.



Las características principales de los Singapurenses son consumidores abiertos a probar nuevos productos. Buscan ofertas y no les importa desplazarse a otros puntos de venta, si puede obtener un producto de igual o mejor calidad a un precio más económico.



El 100% de la población es urbana.

2. Características del consumidor local

5. Cambios en la demografía del consumidor: Si bien los millennials y la generación Z son clave en la toma de decisiones, las generaciones anteriores, como la generación X y los baby boomers, suelen gastar más.

6. El auge del comercio minorista experiencial: Los consumidores buscan más que solo productos; desean experiencias que vayan más allá de lo material.

La Cumbre Retail Asia se centrará en las estrategias omnicanal, la IA en el comercio minorista y el auge de las marcas emergentes, destacando la importancia de los espacios digitales y físicos.

Estas tendencias indican un panorama de consumo dinámico y en constante evolución en Singapur, donde las empresas necesitan adaptarse a las preferencias cambiantes, aprovechar la tecnología y ofrecer experiencias únicas y valiosas para alcanzar el éxito.

DATOS DE INTERES DEL PAIS



La densidad de población de Singapur es de 8.387 habitantes por kilómetro cuadrado.



La edad media es de 36,2 años. El 75,9% de la población es de raza china.

3. Estrategias de negociación efectivas

En la primera reunión entre dos compañías, los empresarios de Singapur prefieren usar la reunión como una oportunidad para conocer y establecer una relación, lo cual es esencial en esta cultura de consenso. Las reuniones, especialmente las iniciales, son formales. El empresario suele pasar tiempo reuniendo información y discutiendo diversos detalles antes de que pueda comenzar la etapa de negociación. Es importante en las reuniones no mostrarse irritado o impaciente.

El empresario de Singapur suele ser directo, conoce los productos y las necesidades de su mercado.

Las relaciones es un elemento importante cuando se negocia en Singapur. Mientras que el comprador está en una posición superior, ambas partes en un negocio tienen la responsabilidad de llegar a un acuerdo. Esperan compromisos de sus socios comerciales y se centrarán en beneficios a largo plazo.

Sabías que...

- ✓ Los empresarios de Singapur valoran buscar soluciones para que ambas partes sean beneficiadas.
- ✓ Es importante construir relaciones personales con los empresarios de Singapur.

Capturar e intercambiar acuerdos después de las reuniones y en las etapas clave de negociación es útil, ya que estos sirven como herramientas para mejorar la comunicación y fortalecer los compromisos, antes de que ambas partes firmen el contrato final.

Es habitual el envío de muestras del producto antes de realizar una orden de compra, es importante el envío de muestras dentro de los plazos acordados, ya que el importador lo interpretará como una medida de capacidad de gestión exportadora.

4. Acceso y adaptación al mercado local

ESTUDIAR CON CAUTELA

Es importante observar el mercado para poder analizar las proyecciones del sector y ofrecer productos o servicios que cubran la demanda doméstica, así como definir los objetivos para tener una mejor visión del potencial cliente.

Es aconsejable realizar un estudio de mercado para tener una visión del consumidor, potencial del producto y/o servicio, canales de importación y distribución, así como las certificaciones exigidas por el país.

Visitar el mercado y participar en distintas ruedas de negocios o ferias especializadas del rubro como medio de promoción y búsqueda de socios comerciales.

VISUALIZAR Y POTENCIAR OPORTUNIDADES

El exportador debe tener información clara para el importador, tales como: características del producto, certificaciones, ficha técnica acompañada de fotografías. Esta información debe estar disponible en inglés.

Se recomienda tener página web de la empresa con acceso en inglés.

Generar contactos a través de agendas comerciales realizadas por la Oficina Comercial de Chile, las cuales resultan una valiosa base de datos.

Las **etiquetas** de los productos también deben estar acordes a los **requerimientos locales**.

ADAPTACION AL MERCADO

Dar continuidad a las comunicaciones con el importador vía email, de manera que se estrechen las relaciones personales con los potenciales socios comerciales.

Visitar el mercado en más de una ocasión.

Es probable que el importador solicite el servicio de apoyo postventa o apoyo de marketing para poder penetrar en el mercado.

El inglés es el idioma de los negocios.

5. Protocolo en Reuniones de Negocios Internacionales

Negocios con personas, no con instituciones

Las reuniones deben concertarse con dos semanas de anticipación.

Las tarjetas de visita se intercambian después de las introducciones iniciales, la tarjeta debe entregarse con las 2 manos o bien solo con la mano derecha. Examine cualquier tarjeta de presentación, el respeto que le muestra a la tarjeta de negocios de alguien es indicativo del respeto que le mostrará a la persona en el negocio.

Llevar documentos de utilidad para el empresario como ficha del producto con datos técnicos en inglés.

Las reuniones pueden llevarse a cabo o continuar durante el almuerzo y la cena.



Es habitual que los líderes se sienten uno frente al otro alrededor de la mesa.



Normas de Saludo en orden jerárquico a los asistentes.



Llegar a la reunión 15 minutos antes de la hora acordada.



Realizar una pequeña introducción de la empresa.



Enviar un mail de agradecimiento una vez finalizada la reunión.

6. Tendencias y Oportunidades

Tendencias

El objetivo es aumentar el volumen de comercio de Singapur a al menos S\$1 billón para 2030, desde los S\$805 mil millones en 2021. Además, se pretende duplicar el comercio offshore a S\$2 billones. Para lograr esto, Singapur pretende fortalecer su conectividad comercial, ampliando su red de acuerdos económicos digitales y verdes (MTI, 2022). En cuanto a las empresas, la meta es construir un ecosistema vibrante de empresas locales que sean competitivas a nivel mundial. Se espera apoyar a las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) en su digitalización, innovación e internacionalización. Además, se busca desarrollar empresas de alto crecimiento que puedan competir globalmente y fomentar la sostenibilidad en el sector empresarial. Para el sector manufacturero, la estrategia apunta a incrementar el valor añadido de la manufactura en un 50% para 2030. Singapur se enfocará en atraer inversiones de vanguardia, desarrollar un fuerte pipeline de talento local y crear empleos de calidad para los singapurenses, en miras a convertir a Singapur en un hub global de manufactura avanzada.

Por su parte, para el sector de servicios se pretende aumentar el valor añadido del clúster de servicios en al menos un 50% para 2030.

En vista que Singapur busca consolidarse como un epicentro de negocios, estilo de vida y turismo, aprovechando las oportunidades de crecimiento que brinda la sostenibilidad y la digitalización.

El presupuesto asignado incluye inversiones significativas en infraestructura, tecnología y desarrollo de talento. Se espera atraer inversiones de alta calidad y fomentar la innovación a través de programas de apoyo a empresas y trabajadores. El propósito final de la estrategia es asegurar un crecimiento económico sostenible y resiliente, manteniendo a Singapur competitivo en la economía global y mejorando la calidad de vida de sus ciudadanos para el año 2030 (MTI, 2022).

Cabe mencionar que en los últimos tres años, Singapur ha experimentado un crecimiento del 4,8% en promedio, que le ha permitido expandir su economía pasando de un PIB de US\$ 350 mil millones en 2020 a US\$ 501 mil millones en 2023 (Banco Mundial, 2004a). Su crecimiento se explica por una parte por la recuperación experimentada por la pandemia, pero también fruto de los buenos resultados a la hora de diversificar sus exportaciones, y su consolidada posición dentro de la producción de microchips y circuitos integrados. Todo esto, como resultado por una parte de la guerra comercial entre Estados Unidos y China, y por otro, ante el auge que los microchips para los vehículos eléctricos (VE).



7. Información clave del mercado

Singapur mantiene relaciones estables con los dos países vecinos, Malasia e Indonesia. Singapur desempeña un papel relevante dentro de **ASEAN**, busca la centralidad de ASEAN en la región, de gran relevancia en el marco de disputa geopolítica entre China y Estados Unidos, con sus repercusiones económicas.



Oportunidades

Vemos grandes oportunidades para los exportadores chilenos en los siguientes sectores industriales del país:

- TIC y Tecnologías Digitales
- Tecnologías médicas y sanitarias
- Tecnologías de aviación y defensa
- Proyectos de infraestructura, adquisiciones gubernamentales y oportunidades comerciales en Singapur:

La visión portuaria de próxima generación de Singapur para la terminal Tuas se construirá en 4 fases. Ya se han adjudicado las licitaciones de la Fase 1 y la Fase 2. Habrá dos fases más antes de que el puerto esté terminado en 2040.

Tecnología e infraestructura hídrica avanzada en áreas como monitoreo de precipitaciones, soluciones innovadoras para la protección costera e identificación en tiempo real de compuestos orgánicos prohibidos en las alcantarillas.

Aumentar el uso de energía solar a un máximo de entre 1,5 y 2,0 GW al final de la década mediante la instalación de más paneles solares en embalses y tejados para generar electricidad y reducir las emisiones de carbono

Dentro del sector agroalimentos Chile tiene un gran potencial en el sector de la fruta fresca, productos del mar con gran perspectiva de crecimiento, como en salmón, bacalao; centolla y moluscos, frutos deshidratados. Singapur depende de las importaciones para abastecer las necesidades del mercado. Otros productos en demanda es la avena.

Respecto al vino, Singapur es un país con una demanda constante de este producto. El vino sigue siendo demandado para abatecer tanto a los consumidores locales como al sector HORECA destinado al turismo.

8. Eventos y Ferias comerciales importantes

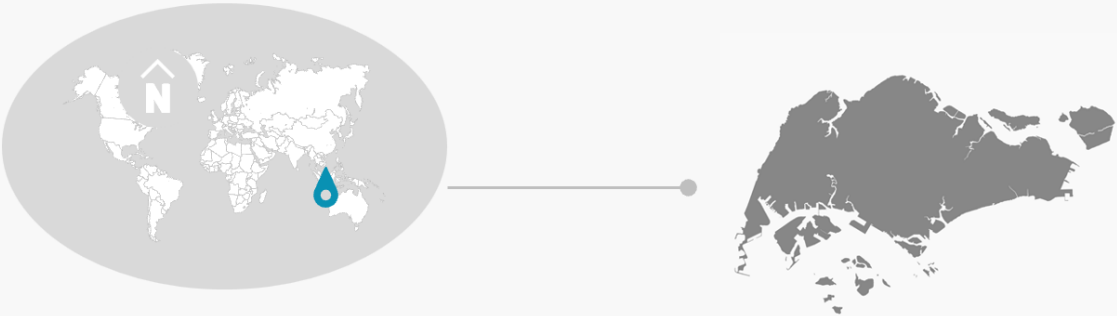
EVENTO O FERIA	SECTOR	FECHA	WEB
BUSINESS SHOW SINGAPORE	Start Up	Del 27 al 28 de Agosto, 2025	https://www.asiabusinessshow.com/
ISS WORLD ASIA	Industria de inteligencia, vigilancia y seguridad	Del 2 al 4 de Septiembre, 2025	https://www.issworldtraining.com/iss_ap/
SEAFOOD EXPORT ASIA	Productos del mar	Del 10 al 12 de Septiembre, 2025	https://www.seafoodexpo.com/asia/
MEDICAL FAIR ASIA	Sector Medico	Del 10 al 12 de Septiembre, 2025	https://www.medicalfair-asia.com/

EVENTO O FERIA	SECTOR	FECHA	WEB
AGRI FOOD TECH EXPO	Industria Agro alimentaria y nuevas tecnologías	Del 4 al 6 de Noviembre, 2025	https://www.agrifoodtechexpo.com/
FINTECH (SFF) 2025	Innovaciones y desarrollos en tecnología financiera.	Del 12 al 14 de Noviembre, 2025	https://www.fintechfestival.sg/
EDU TECH ASIA	Sector educación, nuevas tecnologías.	Del 5 al 6 de Noviembre, 2025	https://www.terrapinn.com/exhibition/edutech-asia/index.stm
TECH WEEK	Temas tecnológicos, como la infraestructura de la nube y la IA, la ciberseguridad y los centros de datos	Del 8 al 9 de Octubre, 2025	https://www.singaporetechnologyweek.com/

9. Anexos

Ubicación | ¿Dónde estamos?

 Singapur



Población



Estructura etaria Censo 2024 en miles			
0 a 20 años	788	Mas de 65 años	<u>735.9</u>
20 a 64 años	2.638.9		
Raza Datos año 2024			
Malayos	15%		
Chinos	75.9%		
Indios	7.5%		
Otros	1.6%		

➤ Información de interés

ACUERDOS RELEVANTES VIGENTES

- Tratados de Libre Comercio (FTAs)
- Acuerdos de Economía Digital (DEAs)
- Acuerdos para evitar la Doble Tasación (DTAs)
- Acuerdos para Inversión Internacional (IIAs)
- Acuerdos de Reconocimiento Mutuo (MRAs)

MINISTRY OF CULTURE, COMMUNITY AND YOUTH (MCCY)
MINISTRY OF DEFENCE (MINDEF)
MINISTRY OF DIGITAL DEVELOPMENT AND INFORMATION (MDDI)
MINISTRY OF EDUCATION (MOE)
MINISTRY OF FINANCE (MOF)
MINISTRY OF FOREIGN AFFAIRS (MFA)
MINISTRY OF HEALTH (MOH)
MINISTRY OF HOME AFFAIRS (MHA)
MINISTRY OF LAW (MINLAW)
MINISTRY OF MANPOWER (MOM)
MINISTRY OF NATIONAL DEVELOPMENT (MND)
MINISTRY OF SOCIAL AND FAMILY DEVELOPMENT (MSF)
MINISTRY OF SUSTAINABILITY AND THE ENVIRONMENT (MSE)
MINISTRY OF TRADE AND INDUSTRY (MTI)
UNITY AND YOUTH (MCCY)
MINISTRY OF DEFENCE (MINDEF)
MINISTRY OF DIGITAL DEVELOPMENT AND INFORMATION (MDDI)
MINISTRY OF EDUCATION (MOE)
MINISTRY OF FINANCE (MOF)
MINISTRY OF FOREIGN AFFAIRS (MFA)
MINISTRY OF HEALTH (MOH)
MINISTRY OF HOME AFFAIRS (MHA)
MINISTRY OF LAW (MINLAW)
MINISTRY OF MANPOWER (MOM)
MINISTRY OF NATIONAL DEVELOPMENT (MND)
MINISTRY OF SOCIAL AND FAMILY DEVELOPMENT (MSF)
MINISTRY OF SUSTAINABILITY AND THE ENVIRONMENT (MSE)
MINISTRY OF TRADE AND INDUSTRY (MTI)



HACIENDO
NEGOCIOS
CON EL MUNDO

Claves para hacer negocios con **SINGAPUR | 2025**

Oficina Comercial de ProChile en Kuala Lumpur, Malasia
ProChile - Todos los derechos reservados.
Marzo, 2025



WWW.PROCHILE.GOB.CL