



GOBIERNO DE COLOMBIA

# ¿Cómo exportar a través de **E-COMMERCE A SINGAPUR?**

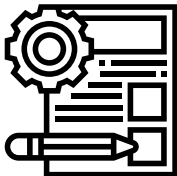
2022

EJECUTADO POR:



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

**COLOMBIA**



# TABLA DE CONTENIDO



<b>Introducción</b> .....	5
<b>1. Mercado en Cifras</b> .....	6
a. <b>Gastos de consumo</b> .....	6
<b>2. TLC Alianza del Pacífico - Singapur</b> .....	7
<b>3. Perfil del consumidor de Singapur</b> .....	8
<b>4. Canal e-commerce en Singapur</b> .....	9
<b>5. Productos colombianos con potencial de venta en e-commerce</b> .....	11
<b>6. Acceso al mercado singapurense</b> .....	13
a. <b>Despacho de aduanas</b> .....	13
· Impuestos y derechos de aduana.....	13
· Restricción de artículos ingresando bajo modalidad Courier.....	15
· Ejemplo de cómo se calculan los impuestos para productos importados.....	17



<b>7. Principales Plataformas de Comercio Electrónico en Singapur</b> .....	17
<b>8. Logística colombiana en el e-commerce transfronterizo</b> .....	24
a. <b>Transporte</b> .....	25
· Conectividad aérea desde Colombia hacia Singapur.....	25
b. <b>Recomendaciones Logísticas</b> .....	26
c. <b>Principales proveedores de logística para e-commerce</b> .....	26
· Empresas proveedoras de logística en Singapur .....	26
<b>9. Consideraciones finales</b> .....	31
a. <b>Los singapurenses son clientes de clase mundial</b> .....	31
b. <b>Proporcionan una gran experiencia de usuario</b> .....	31
c. <b>No tiene que hacerlo solo</b> .....	31
<b>Fuentes de información</b> .....	32





**E-COMMERCE** SINGAPUR





## INTRODUCCIÓN

En Singapur, el mercado del comercio electrónico transfronterizo representa aproximadamente un tercio del comercio electrónico total del país (Statista, 2021). Para el 2021, el volumen bruto de mercancías (GMV) del e-commerce ascendió a 7.100 millones de dólares, posicionándose como uno de los principales centros de comercio electrónico transfronterizo del sudeste asiático al contar con la presencia de varios gigantes del sector. Se espera que alcance los 9.800 millones de dólares para 2025 (Statista, 2021).

Singapur se ha establecido como el mercado de comercio electrónico mejor equipado del Sudeste asiático pues, en comparación con sus países vecinos, depende más de la calidad y el precio de los productos que del número de ventas. El alto PIB per cápita, la infraestructura TIC bien desarrollada y el interés del gobierno en hacer de Singapur una nación inteligente son las principales razones de su éxito (Statista, 2021).



## 1. MERCADO EN CIFRAS

Singapur es un Estado soberano situado en el sudeste asiático que cuenta con una población de 5,6 millones de habitantes. Es una economía de libre mercado altamente desarrollada y exitosa. Disfruta de un entorno abierto y libre de corrupción, precios estables, un PIB per cápita de 59.797 dólares, superior al de la mayoría de los países desarrollados, y una tasa de

crecimiento del 7,6 para el 2021, según el Banco Mundial. La economía depende en gran medida de las exportaciones, en particular de productos electrónicos, productos derivados del petróleo, productos químicos, dispositivos médicos y ópticos, productos farmacéuticos y de los sectores de transporte, negocios y servicios financieros (CIA, 2022).

### a. Gastos de consumo

PARIDAD DEL PODER ADQUISITIVO	2019	2020	2021	2022	2023 (E)
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD) <sup>1</sup>	0,88	0,84	0,84	0,82	0,81

**Fuente:** IMF – World Economic Outlook Database, 2022

GASTOS DE CONSUMO DE LOS HOGARES	2017	2018	2019	2020
Gastos de consumo de los hogares (Miles de millones de USD, precio constante de 2010)	121,89	126,74	130,86	112,38
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	3,1	4	3,3	-14,1
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD, precio constante de 2010)	21.719	22.476	22.943	19.765

**Fuente:** World Bank, 2022

TASA DE EQUIPAMIENTO EN TECNOLOGÍA (MILLONES)	2019
Número de suscripciones de teléfonos celulares	8,4
Número de usuarios de internet	5,05

**Fuente:** Statista, 2022

<sup>1</sup> **Paridad del poder adquisitivo:** La paridad de poder adquisitivo es el número de unidades de moneda de un país requeridas para comprar las mismas cantidades de bienes y servicios en el mercado interior que los USD comprarían en los Estados Unidos.





## 2. TLC ALIANZA DEL PACÍFICO - SINGAPUR

El pasado 26 de enero del 2022, en medio de la XVI Cumbre de la Alianza del Pacífico, se hizo oficial la adhesión de Singapur como Estado Asociado, luego de que se firmara un Tratado de Libre Comercio conjunto entre Colombia, México, Perú y Chile. Dicho acuerdo, buscará incrementar el comercio de estos países a través de medidas como la eliminación de aranceles y el acceso de mayor cantidad de productos exportados hacia Singapur.

Si desea consultar los textos oficiales del Acuerdo y sus anexos, [ingrese aquí](#).

El acuerdo considera varias etapas de desgravación entre las que se incluyen: aquellas que quedarán libres de arancel aduanero a partir de la fecha de entrada en vigor del Tratado y aquellas que se eliminarán en cinco, siete o diez etapas anuales luego de su entrada en vigor. En el caso de la lista de productos exentos aceptados por Singapur, todos tienen una categoría de desgravación inmediata.

En total, por parte de Singapur, se desgravarán 10.813 partidas arancelarias. Para poder acceder a los beneficios, se requiere que el producto tenga certificación de origen, lo que implica que debe ser (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2022):

- a. *Totalmente obtenida o producida enteramente en el territorio de una o más de los países participantes del tratado.*

- b. *Producida enteramente en el territorio de una o más de los países participantes del tratado, exclusivamente a partir de materiales originarios*

- c. *Producida enteramente en el territorio de una o más de los países participantes del tratado, utilizando materiales no originarios siempre que la mercancía cumpla con los requisitos establecidos y la mercancía cumpla con todos los demás requisitos aplicables.*

En este sentido, el acuerdo considera que el importador pueda hacer una solicitud de tratamiento arancelario preferencial basada en una certificación de origen completada por un exportador o un productor, de conformidad con el Anexo 4-B del acuerdo, para los efectos de certificar que una mercancía que se exporta desde el territorio de un país al territorio del país importador califica como una mercancía originaria. Para mayor información sobre las reglas de origen y procedimientos relacionados con el origen, [ingrese aquí](#).

Para conocer el procedimiento para acceder al certificado de origen en Colombia, puede ingresar al siguiente enlace: <https://ProColombia.co/publicaciones/guia-practica-para-obtener-el-certificado-de-origen>



### 3. PERFIL DEL CONSUMIDOR DE SINGAPUR

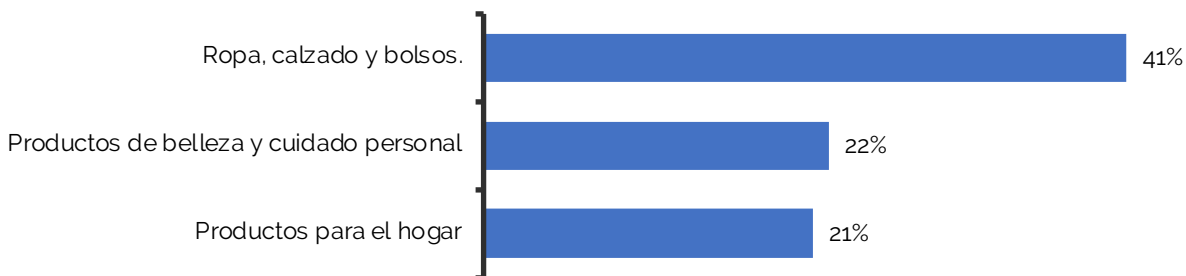
Frente al perfil del consumidor es importante mencionar que la mayor parte de los compradores en línea, tiene entre 55 y 64 años, (Euromonitor, 2022) razón por la que los principales jugadores del comercio electrónico buscan capitalizar el alto poder adquisitivo de estos consumidores mayores, que han adoptado la tecnología para conectarse con sus pares a través de una gran variedad de actividades. Sin hipotecas y con hijos adultos este grupo demográfico se caracteriza por tener una alta estabilidad financiera, dado que suele recibir apoyo económico o material de los miembros más jóvenes de la familia. Con una esperanza de vida en aumento y tasas de fertilidad cada vez más bajas, se espera que el 20% de la población residente en el país tenga 65 años o más para 2030 (Statista, 2022).

Una de las razones principales por las que el consumidor de comercio electrónico transfronterizo de Singapur

hace compras por internet tiene relación con la búsqueda de mejores precios, de productos nuevos o interesantes (Statista, 2022), así como la búsqueda de productos o marcas particulares. Es por ello por lo que jugadores como **Lazada, Qoo10 y Shopee** tienen tiendas de marcas oficiales, incluyendo marcas de lujo, lo que garantiza la autenticidad de un producto, ya que es menos probable que un consumidor cuestione su autenticidad si proviene de una tienda oficial. Por esta razón, el método menos popular para buscar productos online son las redes sociales, como Facebook, Instagram y WhatsApp.

En cuanto a los métodos de pago, el pago con tarjeta de crédito es el más utilizado, seguido por plataformas de pago electrónico. De estas últimas, las líderes son **Paypal, Worldfist, Alipay App, Airwallex y Payoneer.**

#### **Porcentaje de productos comprados en sitios de comercio electrónico transfronterizos en Singapur 2021, por categoría de producto**



Fuente: Statista, 2022





## 4. CANAL E-COMMERCE EN SINGAPUR

La gran mayoría de los singapurenses ya están conectados a internet, con un número de usuarios de internet activos superior a los 5 millones en 2020 y una tasa de penetración del 89%. De estos usuarios, el 73%, dicen haber comprado artículos en línea al menos una vez en su vida, lo que significa que un número considerable de consumidores tiene conocimientos digitales suficientes para navegar por los dominios del comercio electrónico.

A lo anterior se le suma el hecho que los singapurenses tienen el poder adquisitivo per cápita más alto del sudeste asiático, lo que les permite a los consumidores gastar más cuando compra en línea comparado con otros países de la región. En promedio, el comprador en línea en Singapur gasta USD 675,71 (Statista, 2021).

Singapur también cuenta con una ubicación geográfica estratégica llamativa para el transporte de bienes en el sudeste asiático, siendo el aeropuerto de Changi el que más carga recibe en la región y el tercer mejor aeropuerto en el mundo, con 3,69 millones de toneladas (SKYTRAX, 2022) lo que evidencia el gran potencial del e-commerce en términos logísticos.

El alto PIB per cápita, una desarrollada infraestructura logística y TIC, y el interés del gobierno en hacer de Singapur una nación inteligente son las principales razones del crecimiento de las ventas del canal e-commerce. Se espera que el mercado de comercio electrónico de Singapur crezca

de manera constante en los próximos años a una tasa compuesta anual del 9.1% (Statista, 2021).

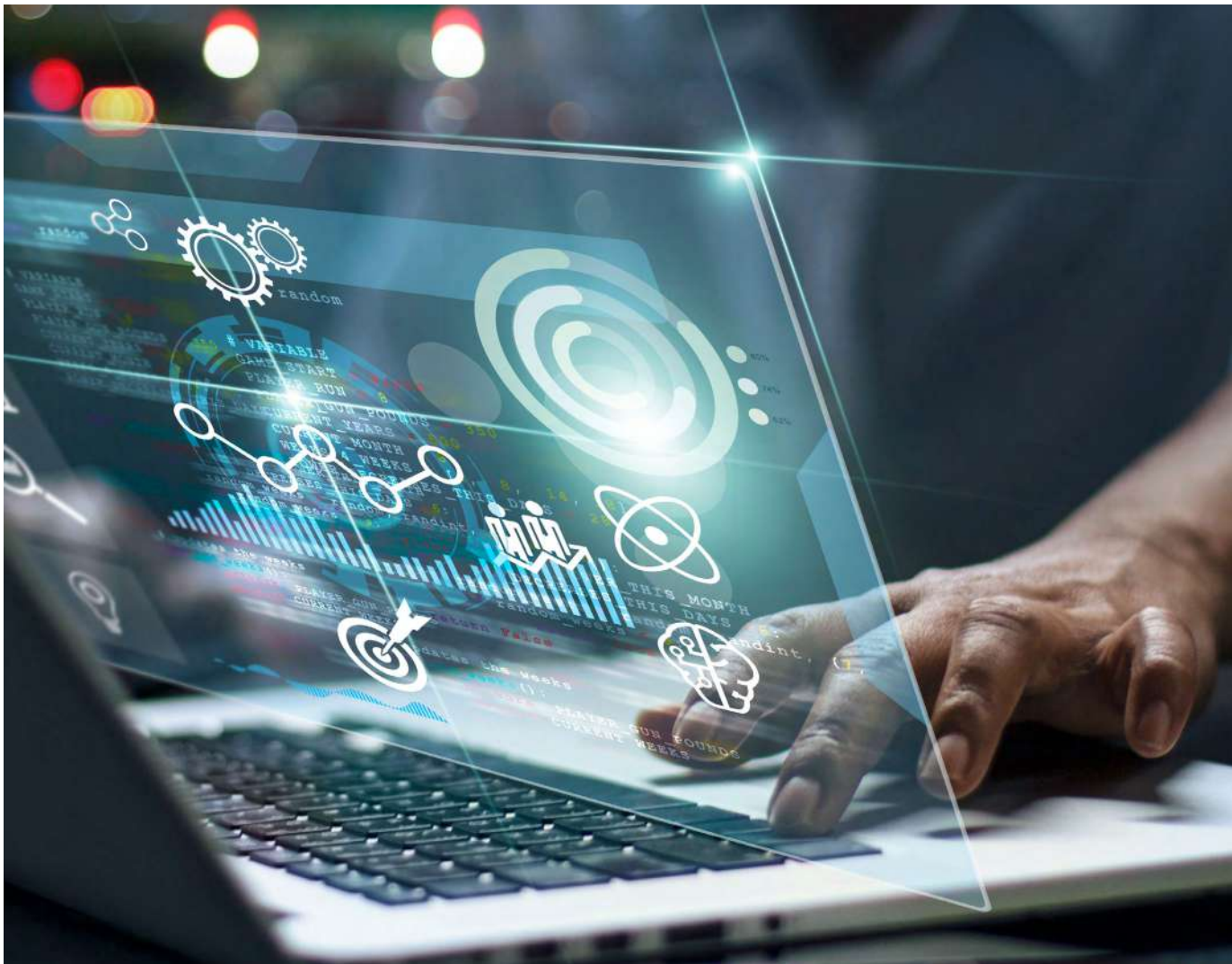
Cuando se trata de pagar productos en línea, Singapur cuenta con la infraestructura de pagos en línea más desarrollada de la región. La disponibilidad y confiabilidad de los métodos de pago como tarjetas de crédito, pagos electrónicos y transferencias bancarias, no sólo hace que sea más fácil para los clientes pagar en línea, sino que, además, cuenten con una alta confianza en los mismos. Adicionalmente, la presencia de plataformas globales de pago electrónico y la disponibilidad de pagar sin efectivo facilitan a los singapurenses a comprar en sitios como AliExpress, Amazon, Taobao, entre otros.

Por otro lado, se debe mencionar que hay muchos factores que contribuyen a que las empresas de comercio electrónico extranjeras ingresen a Singapur, entre ellas las pocas barreras de entrada que existen. Para empezar, el inglés y el mandarín son dos de los cuatro idiomas nacionales del país, lo hace que la comunicación con los consumidores sea mucho más accesible para los actores del comercio electrónico global, permitiendo establecer fácilmente relaciones comerciales con otras empresas del país y con el gobierno. La alta velocidad y tasa de penetración de internet, junto con las regulaciones aduaneras liberales, hacen que el acceso a los compradores de comercio electrónico sea relativamente fácil, promoviendo la entrada al mercado de nuevos jugadores.

**E-COMMERCE** SINGAPUR

Según la Junta de Desarrollo Económico de Singapur (EDB), debido al auge del comercio electrónico en la región, distintas empresas operadoras como SATS, Singpost, DHL y FedEx Express han incursionado en

el mercado singapurense mediante la automatización y creación de hubs en el país.





## 5. PRODUCTOS COLOMBIANOS CON POTENCIAL DE VENTA EN E-COMMERCE

A continuación, se listan los principales productos movilizados vía aérea con destino a Singapur:

Cadena	Sector	Partida	Subsector	Descripción
Agroalimentos	Flores y plantas vivas	0603199010	Flores frescas	Hortensias ( <i>Hydrangea</i> spp) frescas
	Flores y plantas vivas	0603129000	Flores frescas	Los demás claveles frescos, cortados para ramos o adornos.
	Flores y plantas vivas	0603121000	Flores frescas	Claveles miniatura frescos, cortados para ramos o adornos.
	Frutas y hortalizas frescas y procesadas	0804502000	Frutas frescas	Mangos y mangostanes frescos o secos.
	Flores y plantas vivas	0603110000	Flores frescas	Rosas frescas, cortadas para ramos o adornos.
	Flores y plantas vivas	0603193000	Flores frescas	Alstroemerias frescas, cortadas para ramos o adornos.
	Frutas y hortalizas frescas y procesadas	0810901010	Frutas frescas	Granadilla ( <i>Passiflora ligularis</i> ), frescas.
	Cacao y sus derivados	1806320090	Confitería de cacao	Los demás chocolates y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, tabletas o barras, sin rellenar
	Flores y plantas vivas	0603199090	Flores frescas	Las demás flores y capullos frescos, cortados para ramos o adornos
	Derivados del café	2101110090	Derivados de café	Los demás extractos, esencias y concentrados de café
	Frutas y hortalizas frescas y procesadas	0810904000	Frutas frescas	Pitahayas frescas.
	Café	0901119000	Café verde	Los demás cafés sin tostar, sin descafeinar.
	Frutas frescas	0810905000	Frutas frescas	Uchuvas (uvillas) ( <i>physalis peruviana</i> ) frescas.





Cadena	Sector	Partida	Subsector	Descripción
<b>Sistema Moda</b>	Textiles y Confecciones	<b>6112410000</b>	Vestidos de baño y ropa de playa	Bañadores, de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas
	Textiles y Confecciones	<b>6211430000</b>	Otras confecciones	Las demás prendas de vestir de fibras sintéticas o artificiales, para mujeres o niñas, excepto los de punto.
	Textiles y Confecciones	<b>6217100000</b>	Accesorios (moda)	Complementos (accesorios) de vestir, excepto las de la partida 62.12.
	Textiles y Confecciones	<b>6204690000</b>	Ropa formal femenina	Pantalones, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y "shorts" de las demás materias textiles, para mujeres o niñas, excepto los de punto.
	Textiles y Confecciones	<b>6104430000</b>	Ropa casual femenina	Vestidos de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas
	Textiles y Confecciones	<b>6204430000</b>	Ropa formal femenina	Vestidos de fibras sintéticas, para mujeres o niñas, excepto los de punto.
	Textiles y Confecciones	<b>6204440000</b>	Ropa formal femenina	Vestidos de fibras artificiales, para mujeres o niñas, excepto los de punto.
	Textiles y Confecciones	<b>6204420000</b>	Ropa formal femenina	Vestidos de algodón, para mujeres o niñas, excepto los de punto.
	Textiles y Confecciones	<b>6110309000</b>	Suéteres y chalecos	Suéteres (jerséis), "pullovers", "cardiganes", chalecos y artículos similares, incluidos los "sous-pull", de punto, de las demás fibras sintéticas.

Fuente: DIAN - DANE, 2021



## 6. ACCESO AL MERCADO SINGAPURENSE

Para ingresar al mercado singapurense, hay elementos sumamente importantes que se deben considerar, como la velocidad de entrega, los costos de logística, de almacenamiento y el transporte. Todos estos factores pueden ser abrumadores a la hora de decidir qué modelo de envío se debe usar. Por eso, a continuación, se realizará una breve explicación de los procesos logísticos a tener en cuenta:

### a. Despacho de aduanas<sup>2</sup>

El despacho de aduanas requiere tener la documentación adecuada a mano para evitar retrasos. Dependiendo del valor de envío, es posible que deba pagar impuestos y aranceles aduaneros.

Como mínimo, el transportista debe presentar los siguientes documentos a las agencias pertinentes:

- *Factura comercial y proforma*
- *Lista de empaque*

Si está planeando realizar el despacho de aduanas directamente, sin apoyo de una

Agencia de Aduanas, necesitará solicitar y anexar los siguientes documentos:

- *Bill of lading (B/L) o Airway Bill (AWB)*
- *Póliza de Seguro (si corresponde)*
- *Recibo de pago de derechos de importación y otros impuestos relacionados*
- *Otros permisos, licencias y certificados relevantes.*

**Fuente:** Janio Asia, 2021

### **Impuestos y derechos de aduana**

Si el valor de su mercancía es inferior a SGD<sup>3</sup> 400, que es el valor mínimo de Singapur para comercio electrónico, no se le cobrarán aranceles ni impuestos por su envío si viene por tráfico postal o mensajería expresa. Este valor es un umbral en el que cualquier envío superior a este valor se le cobrarán derechos e impuestos en la aduana (Janio Asia, 2021).

Para identificar qué países adoptan la ley de minimis<sup>4</sup> [ingrese aquí](#)

PAÍS	DE MINIMIS VALUE	OBSERVACIONES
Singapur	USD 291*	CIF menor a SGD 400

**Fuente:** Singapore Customs, 2021

<sup>2</sup> Puede cambiar sin previo aviso. La autoridad de impuestos de Singapur prevé algunas reformas para el inicio del 2023.

<sup>3</sup> SGD: Singapore Dollars, Dólar de Singapur

<sup>4</sup> Un valor por debajo del cual las mercancías pueden enviarse a un país por el cual la Aduana no recauda derechos ni impuestos. La mayoría de los países establecen un umbral por debajo del cual no reclaman derechos.



## E-COMMERCE SINGAPUR

Si su envío tiene un valor CIF (costo, seguro y flete) superior a SGD 400, se le cobrarán los siguientes impuestos:

- *Impuesto sobre bienes y servicios (GST): 7%*
- *Derechos de importación: 0%\**
- *Impuesto total aplicable: hasta del 7%*

\*El arancel de importación del 0% no se aplica a los artículos restringidos.

La autoridad de impuestos de Singapur establece que el impuesto GST (goods and service tax) aplica para todos los productos importados (sea para consumo interno, venta o reexportación) con una tarifa estándar del 7% (Inland Revenue Authority of Singapore, 2022).

Usualmente los vendedores por canal e-commerce en modalidad transfronteriza no deben hacer el registro de su empresa en el GST, solo deben pagar los respectivos impuestos.

Aproximadamente el 99% de los productos sólo paga el GST, a excepción de algunos productos que tienen una desgravación del 0%, y otras categorías que pagan impuestos adicionales para ser importados.

Los productos que tienen impuestos adicionales están en las siguientes categorías:

- *Licores.*
- *Productos y derivados del tabaco.*
- *Vehículos automotores.*
- *Algunos productos del petróleo.*

### **Nota importante:**

Singapur, está cambiando la forma en que manejan la recaudación del impuesto sobre bienes y servicios (GST) sobre las importaciones de bajo valor. **A partir del 1 de enero de 2023, el GST de minimis de importación desaparecerá** (pasando de SGD 400 A SGD 0), lo que significa que se deberá pagar un GST en todos los bienes, independientemente de su valor.

A partir del 1 de enero de 2023, la tasa GST de Singapur aumentará del 7% al 8%. Posteriormente, en enero de 2024, se incrementará del 8% al 9%.

\*El arancel de importación del 0% no se aplica a los artículos restringidos.





Para los productos de las anteriores categorías se recomienda consultar el siguiente enlace: [List of Dutiable Goods](#) (Singapur Customs, 2022)

**Para la venta de servicios digitales<sup>5</sup>**, tenga en cuenta que con la implementación del régimen OVR (oversea vendor registration) en vigor desde el 1 de enero de 2020, un proveedor extranjero que realice suministros de servicios digitales o un mercado electrónico que suministre servicios digitales en nombre de proveedores extranjeros a clientes en Singapur puede estar obligado a registrarse para GST y cobrar GST sobre sus ventas.

### **Restricción de artículos ingresando bajo la modalidad courier**

Además de las mercancías prohibidas por la Unión Postal Universal [enumeradas aquí](#), está prohibido enviar a Singapur las siguientes mercancías bajo la modalidad de Courier:

#### **i. Bebidas alcohólicas y vinos:**

- *La importación de bebidas alcohólicas a Singapur está permitida a través del servicio de contrato ISC.*
- *Los envíos directos al consumidor no podrán exceder de 5 litros por envío y no podrán exceder de SGD 100, valor CIF. (sólo para productos de licor no controlados y gravables).*
- *Si la cantidad supera los 5 litros y los SGD 100, el importador debe obtener*

*un permiso de importación de la Agri-veterinary Authority Food.*

- *El importador comercial debe proporcionar una licencia de importación (de la Autoridad Agroalimentaria y Veterinaria, AVA) antes de la llegada de los envíos. Se aplican derechos e impuestos.*
- *El volumen debe indicarse en mililitros o litros, ya que los centilitros no se reconocen en APAC.*
- *Debe indicarse el tipo de alcohol*
- *Debe indicarse el porcentaje de alcohol de cada botella y la marca*
- *Litros de cada botella*
- *El nombre del consignatario y el número de contacto local son fundamentales*
- *La factura debe indicar "uso personal, no para reventa" para los envíos B2C*

#### **ii. Cannabidiol /Aceite de Cannabidiol**

- *La importación de productos que contengan cannabidiol/aceite de cannabidiol, más conocidos como CBD o aceite de CBD respectivamente, está estrictamente prohibida en Singapur.*

#### **iii. Goma de mascar**

#### **iv. Estupefacientes (ver también Medicina)**

- *Se prohíbe cualquier tipo de estupefaciente.*

<sup>5</sup> Se consideran servicios digitales: contenido digital descargable, contenido por suscripción, software, manejo digital de datos, y otros servicios digitales.

**v. Cigarrillo electrónico / Producto Vaping**

- Los cigarrillos electrónicos están prohibidos.

**vi. Pistolas**

- Los envíos de juguetes o réplicas de pistolas sólo pueden ser enviados con un contrato de Productos Especiales Internacionales (ISC). Este tipo de mercancía está restringida por la División de Armas y Explosivos de la Policía de Singapur (AEB) para su importación, exportación y también transbordo en Singapur. Se debe obtener la aprobación de la autoridad local antes de importar o transbordar a través de Singapur.
- Los artículos controlados incluyen armas de fuego, pistolas de aire comprimido, pistolas de paintball, arpones, pistolas paralizantes, espadas, todo tipo de fuegos artificiales, incluidas las bengalas y los dispositivos pirotécnicos.

**vii. Cuchillos**

- Los cuchillos deportivos y de caza de 9 centímetros o más y TODOS los cuchillos militares están sujetos a la aprobación del Departamento de Armas y Explosivos.

**viii. Efectos personales**

- Los efectos personales no pueden ser enviados entre estos países o territorios.

**ix. Productos del tabaco**

- El Ministerio de Sanidad anunció el 15 de junio de 2015 una prohibición de los productos del tabaco emergentes como medida preventiva para proteger la salud pública contra los daños conocidos y potenciales de dichos productos. La primera fase de la prohibición, que entró en vigor el 15 de diciembre de 2015, había prohibido los siguientes productos de tabaco emergentes, que no estaban ya disponibles en Singapur: Cigarros sin humo; Tabaco o nicotina disoluble; Cualquier producto que contenga nicotina o tabaco que pueda ser utilizado de forma tópica para su aplicación, mediante implante o inyectado en cualquier parte del cuerpo; y cualquier solución o sustancia de la que el tabaco o la nicotina sea un componente que esté destinada a ser utilizada con los cigarrillos electrónicos. La segunda fase de la prohibición, que entró en vigor el 1 de agosto de 2016, prohíbe todos los productos de tabaco emergentes disponibles en Singapur, incluyendo: Tabaco nasal; Tabaco oral.

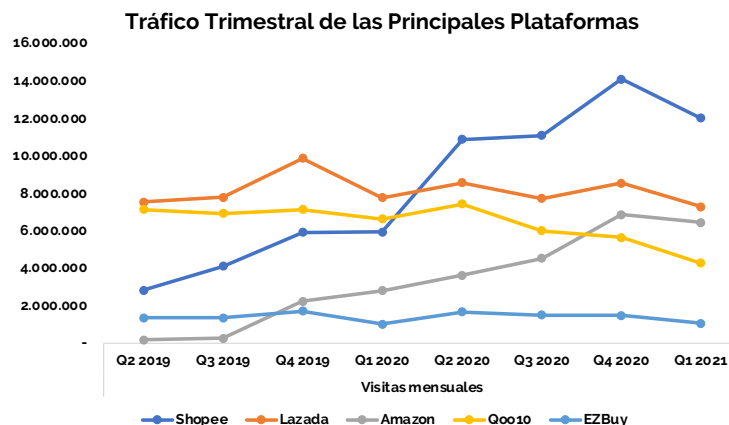
**Ejemplo de cómo se calculan los impuestos para productos importados**

<b>Costo de los bienes</b>	SGD 10.000
<b>Seguro y flete</b>	SGD 2.000
<b>Valor CIF</b>	SGD 12.000
<b>IMPUESTO DE IMPORTACIÓN (EN CASO DE QUE APLIQUE)</b>	
<b>Valor de la importación</b>	SGD 12.000
<b>GST (7%)</b>	SGD 840

Adaptado de Inland Revenue Authority of Singapore, 2022

## 7. PRINCIPALES PLATAFORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO EN SINGAPUR

Según un estudio realizado por iPrice Insights, actualmente los cinco principales Marketplace son **Shopee, Lazada, Amazon, Qoo10 y EZBuy**. Es importante mencionar que **Lazada, Qoo10 y Shopee** son los sitios más populares en Singapur: **Shopee y Lazada** ofrecen principalmente productos propios de minoristas, y **Qoo10** es popular principalmente por su amplia gama de productos coreanos.



**Fuente:** iPrice Insights, 2021

Para el primer trimestre del 2021, la principal plataforma de E-Commerce en Singapur fue **Shopee**, con un tráfico mensual de 12.013.300 personas, es la plataforma #1 en el Apple Store y en la PlayStore en términos de búsqueda, lo que indica su alta popularidad. En segundo lugar, se sitúa **Lazada**, con un tráfico mensual de 7.296.700 personas para el primer trimestre de 2021, seguida por **Amazon** con 6.450.000, **Qoo10** con 4.290.000, y finalmente **EZBuy** con 1.078.000. (iPrice Insights, 2021)





**URL Marketplace:** [www.shopee.sg](http://www.shopee.sg)

**País o países en los que tiene presencia/influencia**

Singapur, Indonesia, Malasia, Vietnam, Tailandia, Filipinas, Taiwán, Corea, Colombia y Brasil.

### Costos:

- No hay costos de ingreso al Marketplace
- Shopee comenzó como un Marketplace C2C, por lo cual no cobra comisión de ventas en su plataforma.
- Shopee utiliza Payoneer como método de pago, el cual cobra una tarifa de pago generalmente de 1.5%
- El Marketplace gana dinero al cobrar por publicidad a los vendedores para generar mayor visibilidad en la plataforma, sin embargo, esto no es obligatorio (Exportzasia, 2020).

### Logística

- **Fulfilled By Shopee (FBS):** Shopee no tiene una infraestructura logística centralizada. Sin embargo, el Marketplace le ofrece un servicio de fulfillment (FBS) a sus vendedores estrella, en el cual se encargan de su almacenamiento, embalaje y distribución.
- **Tercerizar el fulfillment:** Esta es la opción más común. Hay varios centros de fulfillment que operan en el Sudeste Asiático y que tienen alianzas con Shopee.

### Medio de Pago del Marketplace al Vendedor

**Pasarela:** para las ventas cross-border, Shopee utiliza Payoneer como proveedor de pago. Estos cobran una tarifa de pago del 2% y se encarga de realizar la transferencia internacional.

### Requisitos Adicionales

- **Para ingresar productos a la plataforma es necesaria la siguiente información:** SKU<sup>6</sup>, colores, cantidades, precios, promociones, medidas y peso, opciones de envío. Adicionalmente, para ser un vendedor cross-border es necesario la aprobación previa de Shopee.

### Proceso de Aplicación

- Descargar la aplicación Shopee
- Ingresar y crear una nueva cuenta
- Registrarse es rápido y gratis
- Especificar información de envío y de métodos de pago
- Especificar ser un vendedor cross-border (Exportzasia, 2020)

<sup>6</sup> SKU son las siglas del término inglés Stock Keeping Unit - "número de referencia único"



### Pasos por seguir en caso de interés

- *Agregar productos: se ingresan los datos y especificaciones a la plataforma*
- *Administrar la tienda: en la aplicación se puede obtener información sobre la publicidad y demás estrategias para posicionar el producto.*
- *Entrega de productos: A menos que sea un vendedor estrella, el fulfillment se debe tercerizar. Todos los datos sobre el operador logístico se deben registrar en la aplicación tras hacer la venta del producto.*
- *Recibir el pago: Ingresar a la opción de "My Wallet" en la aplicación y registrar el pago cross-border a través de Payoneer (Export2Asia, 2020)*



URL Marketplace: [www.lazada.sg](http://www.lazada.sg)

País o países en los que tiene presencia/influencia

Singapur, Indonesia, Malasia, Vietnam, Tailandia y Filipinas

### Costos

- *No hay costos de ingreso al Marketplace*
- *Comisiones de venta que se cobran a los vendedores fuera de Singapur una vez el cliente reciba y pague el pedido (esta comisión va del 1-4%). Si el vendedor se encuentra en Singapur no hay comisión de venta (Export2Asia, 2020).*
- **Lazada utiliza dos proveedores de pago:** *Payoneer y World First, que cobran una tarifa de pago de 2% al utilizar sus servicios.*
- *Impuesto sobre bienes y servicios (GST) que se cobra a la comisión de venta y a la tarifa de pago.*
- *Para entregas locales, Lazada cobra una tarifa inicial que va incrementando con el peso del producto. Para entregas internacionales, Lazada tiene su propio servicio de entrega de fulfillment (Lazada, 2021)*

### Logística

**Fulfillment by Lazada (FBL):** los vendedores internacionales deben enviar sus productos al centro de distribución de Lazada en Hong Kong, Lazada Global Shipping (LGS). La empresa se encarga del almacenamiento, embalaje, etiquetado y el envío a todos los países donde tiene presencia, Fulfillment-By-Lazada (FBL) (Export2Asia, 2020),

### Medio de Pago del Marketplace al Vendedor

**Pasarela:** para las ventas cross-border, Lazada utiliza Payoneer y World First como proveedores de pago. Estos cobran una tarifa de pago del 2% y se encargan de realizar la transferencia (Export2Asia, 2020).

### Requisitos Adicionales

- *Todos los vendedores deben estar registrados en la plataforma "Seller Center" de Lazada*



## E-COMMERCE SINGAPUR

- Para ingresar productos a la plataforma es necesaria la siguiente información: SKU, colores, cantidades, precios, promociones, medidas y peso.
- El peso de los productos debe ser menor o igual a 20kgs (Export2Asia, 2020).

### Proceso de Aplicación:

- Ingresar a [www.lazada.sg](http://www.lazada.sg) y seleccionar la opción "Sell on Lazada"
- Registrarse en el "Seller Center" es rápido y gratis, solo es necesario un ID (individuo) o un certificado de negocio (compañía).
- Especificar información de envío y de métodos de pago.
- Lazada aprueba el papeleo y se finaliza el registro (Lazada, 2021).

### Pasos por seguir en caso de interés:

- **Agregar productos:** se ingresan los datos y especificaciones a la plataforma

- **Administrar la tienda:** en la plataforma se puede acceder a información como anuncios, promociones, estadísticas, calificaciones, entre otros.
- **Entrega de productos:** Si es cross-border se formaliza el fulfillment con Lazada (FBL) o con otro operador tercerizado.
- **Recibir el pago:** A través de la plataforma se formaliza el pago de manera semanal (Lazada, 2021).

### Información para tener en cuenta:

- No necesita tener un gran reconocimiento de marca para vender en Lazada.
- Es un Marketplace con posibilidades de acceso a casi todo el Sudeste Asiático.
- El tiempo promedio de aceptación al Marketplace es de una semana.
- Las ventas cross-border se realizan a través de los servicios logísticos ofrecidos por Lazada, lo cual facilita considerablemente el proceso a las pequeñas y medianas empresas (Lazada, 2021).





URL Marketplace: [www.amazon.sg](http://www.amazon.sg)

**País o países en los que tiene página propia:**

Brasil, Canadá, México, Estados Unidos, China, India, Japón, Singapur, Emiratos Árabes, Arabia Saudita, Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, España, Suecia, Turquía, Reino Unido, y Australia.

### Costos:

- *No hay costos de ingreso al Marketplace*
- *Comisión de ventas dependiendo del plan de ventas escogido:*
  - **Plan individual:** se paga SGD 1 por cada objeto vendido
  - **Plan profesional:** se paga SGD 29,95 cada mes
- **Tasa de referido (referral fee):** Por cada artículo vendido, los vendedores deben pagar un porcentaje del precio total, o una cantidad mínima, dependiendo de lo que sea mayor.

*Estas tasas son adicionales a las comisiones de ventas y dependen de la categoría del artículo.*

- *Productos para bebés: 8%*
- *Productos de belleza: 8%*
- *Bebidas alcohólicas: 8%*
- *Libros: 10%*
- *Muebles: 10%*
- *Comidas: 8%*
- *Salud y cuidado personal: 8%*
- *Entre otros...*

**Fulfillment by Amazon (FBA):** si se realiza la logística con FBA. El costo depende del tamaño del paquete.

- *Paquete pequeño (0-100g): SGD 2,70*
- *Paquete standard (0-500g): SGD 2,73 - 2,77*
- *Paquete grande (501-1kg): SGD 2,81*

Los precios de los paquetes se van incrementando hasta máximo 30kgs, con un precio de SGD 13,59 por paquete.

Adicionalmente, se cobra comisión por la gestión del inventario y almacenamiento.

- **Costos de publicidad:** cada vendedor decide el precio que quiere pagar por cada clic. Dependiendo de qué tan caro sea, más visibilidad tendrá (Amazon Singapore, 2021).

### Logística:

**Fulfillment by Amazon (FBA):** Amazon tiene una de las infraestructuras logísticas más desarrolladas del mundo. El fulfillment está disponible para los vendedores que adquieran un plan profesional de Amazon y tiene los siguientes beneficios:

- *Almacenamiento gratis hasta 30 unidades de producto*
- *Para más de 30 unidades, el metro cúbico al mes cuesta SGD 12,84*



## E-COMMERCE SINGAPUR

- *Recogen y empaquetan los productos*
- *Envío internacional y su manejo*
- *Servicio al cliente*
- *Devoluciones de productos (Amazon Singapore, 2021).*

### **Medios de pago del Marketplace al vendedor**

Cuando tiene un saldo positivo en su cuenta de vendedor, Amazon envía el dinero a la cuenta bancaria que usted registró mediante una transferencia electrónica de fondos. El dinero se puede demorar hasta cinco días hábiles para aparecer en su cuenta bancaria (Amazon, 2021).

Amazon no realiza pagos por pasarela con sistemas de pago en línea como PayPal, por lo que se debe tener en cuenta que, para poder vender, es indispensable una cuenta bancaria.

### **Requisitos Adicionales**

Para registrarse como vendedor en Amazon Singapur, es necesario crearse una cuenta de vendedor con los siguientes datos:

- *Dirección de correo electrónico comercial o cuenta de cliente de Amazon*
- *Tarjeta de crédito*
- *ID (para proteger la identidad, Amazon no revela este dato a los clientes)*

- *Información tributaria*
- *Número de teléfono*
- *Una cuenta bancaria donde Amazon pueda enviarle sus ingresos por las ventas (Amazon Singapore, 2021).*

### **Proceso de Aplicación**

1. *Ingresar a [sellercentral.amazon.sg](https://sellercentral.amazon.sg)*
2. *Tener a la mano los documentos mencionados en los requisitos adicionales*
3. *Escoger un plan de ventas (Individual o Profesional)*
4. *Agregar tus productos a vender*
5. *Incluir la siguiente información sobre los productos: un identificador del producto (como GTIN<sup>7</sup>, UPC<sup>8</sup>, ISBN<sup>9</sup>, EAN<sup>10</sup> para especificar qué se está vendiendo exactamente), SKU, detalles de la oferta (incluido el precio, estado del producto, la cantidad disponible y las opciones de envío), detalles del producto (nombre, marca, categoría, descripción e imágenes) y palabras clave.*

### **Pasos para seguir en caso de interés**

- *Administrar la tienda: en la plataforma se puede acceder a información como anuncios, promociones, estadísticas, calificaciones, entre otros*
- *Entrega de productos: Si quiere que Amazon realice la logística del envío, debe registrarse en Fulfillment by Amazon*

<sup>7</sup> Global Trade Item Number - Número Global de Artículo Comercial

<sup>8</sup> Universal Product Code - Código universal del producto

<sup>9</sup> International Standard Book Number - Número internacional normalizado del libro

<sup>10</sup> European Article Number - Número europeo del artículo





- *Recibir el pago: A través de la plataforma se formaliza el pago de manera semanal*

### **Información para tener en cuenta**

Si ya tiene una cuenta de Amazon para Estados Unidos o la Unión Europea, puede sincronizar su información para Amazon Singapur. Adicionalmente puede administrar las cuentas simultáneamente, como por ejemplo ver las ventas globales en una sola página, entre otros.



**URL del Marketplace:** [www.qoo10.sg](http://www.qoo10.sg)

**Países donde tiene presencia:**

Indonesia, Malasia, Japón, China, Corea del Sur y Singapur

### **Costos**

- *No hay costos de registro al Marketplace*
- *No hay costos por listar los productos en la plataforma*
- *La tarifa de transacción es de un 12%, relativamente alta*
- *Para un vendedor, la tarifa de ventas es del 12% para ventas por debajo de SGD 200, del 10% para ventas entre SGD 200-500 y del 8% para ventas superiores a SGD 500.*
- *Estas tarifas se reducen si el vendedor es de grado 'power' a 9%, 7% y 5% respectivamente.*
- *La publicidad se adquiere con Q-Cash, que es la divisa virtual usada en la plataforma (Vinculum, 2020).*
- *Los grados de vendedor se adquieren con Q-Cash también, dándole beneficios a los vendedores dependiendo del nivel de ventas.*

- *Los servicios de fulfillment de Qoo10 también tienen un costo dependiendo del tamaño del paquete y del tipo de vendedor: Premium, gold o VIP*

### **Logística**

**QXpress Fulfillment Services (QFS):** Qoo10 tiene varios centros de fulfillment en Asia, uno de ellos en Singapur. En este centro de fulfillment, Qoo10 se encarga de la entrega local de los productos, ofreciendo bodegaje, empaque, entrega, gestión de inventario y servicio al cliente (Qoo10, 2021).

**Tarifas de recogida:** por cada SKU, se cobra una tarifa dependiendo del tamaño:

- *20 cm: SGD 0,05*
- *60 cm: SGD 0,10*
- *80 cm: SGD 0,20*
- *100 cm: SGD 0,60*
- *300 cm: SGD 2,00*

**Tarifas de empaque:** por cada SKU, se cobra una tarifa por ruta básica de SGD 1, pero si requiere equipaje se cobra SGD 1,1



## E-COMMERCE SINGAPUR

**Tarifas de almacenamiento:** los primeros 30 días de almacenamiento es gratis. A partir del día 30, se cobra SGD 30 por cada 30 días adicionales (Qoo10, 2021).

### Requisitos adicionales

Para poder vender en Qoo10, tienes que adherirte a las siguientes condiciones:

- *Comprar 1.000 Q-Cash, que es como una divisa virtual de la plataforma*
- *Ser miembro de Qoo10 antes de poder registrarse como vendedor*
- *Presentar documentos de identificación como pasaporte y extractos bancarios*

- *Presentar información bancaria para la verificación de identidad*
- *Proporcionar certificados comerciales*

### Proceso de aplicación

1. *Ingresa a Qoo10.com*
2. *En el final de la página esta la opción "Seller Register", ingresa y crea tu cuenta Qoo10*
3. *Ingresa tu correo electrónico, nombre, fecha de nacimiento y género*
4. *Confirma tu cuenta de correo electrónico*
5. *Una vez creado el usuario, registrarse como vendedor.*

## 8. LOGÍSTICA COLOMBIANA EN EL E-COMMERCE TRANSFRONTERIZO

La ubicación estratégica de Colombia en Suramérica permite un acceso rápido a los principales mercados de consumo por excelencia, como EE. UU., Europa y Asia.

Adicionalmente, aspectos como la estabilidad económica y la amplia gama de productos y servicios contribuyen a que en Colombia sigan aumentando las ventas a través de canales electrónicos a destinos internacionales.

La logística juega un rol significativo para satisfacer las necesidades de los clientes,

entregando las mercancías en tiempos y condiciones óptimas. En muchas ocasiones, la logística es uno de los aspectos más inciertos en el proceso de venta en línea. Por esta razón, el empresario debe considerar un aliado logístico que minimice este impacto en la operación del negocio.

En la logística de un negocio de e-commerce es vital contar con el producto vendido en stock y contar con los datos precisos de envío. En la venta online de bienes prima la exactitud en el cálculo de los gastos de envío del pedido.



La logística de e-commerce transfronterizo busca realizar la distribución y entrega de la mercancía, desde el establecimiento hasta la puerta del cliente en un mundo cada vez más globalizado.

### a. Transporte

#### **Conectividad aérea desde Colombia hacia Singapur**

Actualmente existen más de 7 aerolíneas que prestan servicios de transporte de carga hacia Singapur. Las conexiones se realizan principalmente en ciudades de Países Bajos, Turquía, Reino Unido, Alemania, Panamá y Estados Unidos.

Adicionalmente, las empresas de mensajería expresa o courier, ofrecen tiempos de tránsito entre 4 – 6 días, con destino a Singapur, que pueden variar de acuerdo con el tipo de servicio contratado. Tenga en cuenta que estos tiempos no incluye procesos en aduanas, ni demoras ocasionadas por procedimientos de nacionalización. Para conocer más detalle de tiempos y costos puede visitar las páginas oficiales haciendo clic en los nombres de las empresas que actualmente permiten realizar cotización directa:

AEROLÍNEAS	CONEXIONES	FRECUENCIA
KLM	Ámsterdam - Países Bajos	Lu, Mi, Ju, Vi, Sá, Do
Turkish Airlines	Estambul - Turquía	Lu, Ma, Mi, Ju, Sá, Do
Avianca	Londres - Reino Unido	Todos los días
Lufthansa	Fráncfort - Alemania	Ma, Mi, Vi, Sá, Do
<a href="#">DHL</a>	Ciudad de Panamá - Panamá	Todos los días
<a href="#">FedEx</a>	Memphis - Estados Unidos	Todos los días
<a href="#">UPS</a>	Louisville - Estados Unidos	Todos los días

**Fuente:** Aerolíneas

Información procesada por la Coordinación de Logística y Competitividad – ProColombia.

La información contenida es de carácter referencial, siendo suministrada directamente por las empresas prestatarias. Están sujetas a cambios sin previo aviso por factores propios de la actividad o de sus volúmenes del comercio.





## **b. Recomendaciones Logísticas**

- *Tenga en cuenta las disposiciones aduaneras para la importación de la mercancía en el país de destino, en algunas ocasiones puede ser requerido el registro sanitario, para alimentos frescos y procesados.*
  - *El trámite, costo, envío y retorno de los productos, (en caso de que defina reingresar la mercancía a Colombia), corre por cuenta de cada empresa, y se deberá tramitar como una importación formal.*
  - *La factura deberá especificarse en dólares de los Estados Unidos de Norteamérica, cantidades, unidad, valor, peso neto y peso bruto*
  - *Importante tener en cuenta que los exportadores son y serán los responsables de los envíos en cualquiera de las modalidades anteriormente señaladas.*
  - *Todos los empresarios que decidan realizar sus envíos bajo cualquier opción deberán cumplir con los requisitos de entrada y salida a territorio de este país en las condiciones especificadas por las aduanas*
  - *Pueden consultar con las empresas courier o su Agente de Carga las condiciones del envío con la partida arancelaria del producto, en cuanto a tiempos en aduana, régimen de ingreso, facturación, documentos (Vistos Buenos, Certificados, Fichas técnicas, etc.), requisitos especiales*
- (Peso máximo, dimensiones del empaque, cantidades, marcas, entre otros) en las aduanas de destino, etc.*
- *Tanto para envíos vía courier o como carga, es importante contar con los datos del consignatario en destino, y verificar si está dispuesto tiene los permisos y garantías para actuar como importador de la mercancía.*
  - *En el caso de una exportación definitiva, los empresarios deberán asumir el pago de IVA, y arancel en caso de no existir una preferencia arancelaria en el país de destino.*

## **c. Principales proveedores de logística para e-commerce**

### **Empresas proveedoras de logística en Singapur**

Las empresas que buscan realizar operaciones online deben tener en cuenta una estrategia de logística para e-commerce y contar con operadores logísticos que faciliten con la operación internacional, garantizando la entrega al cliente en el tiempo y condiciones de calidad prometidas. La oferta de empresas proveedoras de transporte en Singapur es diversa. Existen varios actores especializados en la logística e-commerce con trayectoria en el transporte de mercancía a nivel nacional e internacional.

De esta manera, se detallan las empresas especializadas más importantes en servicios de logística para e-commerce.



## Singapore Post (SingPost)

### URL del proveedor:

<https://www.singpost.com/>

Use el siguiente enlace para contactarse directamente con la empresa:

[Contact Us | Singapore Post \(singpost.com\)](#)

Durante 160 años, Singapore Post (SingPost) ha sido proveedor de servicios postales del país. Hoy en día, SingPost es pionero y líder en logística de comercio electrónico, proporcionando soluciones innovadoras de correo y logística en Singapur y en todo el mundo, cuenta con operaciones en 19 mercados. Sobre la base de sus sistemas de comunicaciones confiables a través de servicios postales nacionales e internacionales, SingPost está tomando la delantera en soluciones de correo digital e integradas de extremo a extremo. El conjunto de soluciones logísticas de comercio electrónico de SingPost incluye gestión web front-end, almacenamiento

y cumplimiento, entrega de última milla y transporte de carga internacional.

SingPost cuenta con un centro logístico de comercio electrónico regional, el e-Commerce Log Hub. Inaugurado en noviembre de 2016 con un área de 553.000 pies cuadrados permite una capacidad de clasificación automatizada de 100.000 paquetes por día.

### Servicios

- *Envío en varias modalidades según necesidades del cliente en peso, tiempo, entrega y otros.*





**URL del proveedor:** <https://www.quantiumsolutions.com/>

Use el siguiente enlace para contactarse directamente con la empresa:

[Contact Us · Quantium Solutions](#)

Las pequeñas y medianas empresas (PYME) pueden utilizar servicios de almacenamiento y cumplimiento (fullfiment) de última generación proporcionados por Quantium Solutions, filial de SingPost, y con tecnología de la plataforma de comercio en la nube de Synagie. La asociación (Quantium-Synagie) permite a las pymes capitalizar el fuerte crecimiento en los volúmenes de pedidos de comercio electrónico mientras disfrutan de las mismas capacidades logísticas de nivel empresarial utilizadas por los líderes de la industria. También ofrece a las pymes una solución integral para una mayor eficiencia operativa y tiempos de respuesta más rápidos tanto en el mercado tradicional como en el de comercio electrónico.

### **Servicios**

- *Envío en varias modalidades según necesidades del cliente en peso, tiempo, entrega y otros.*
- *Servicios de almacenamiento y cumplimiento (fullfiment).*
- *Servicios en la nube con aliado Synagie.*
- *Manejo de devoluciones.*



## **Keppel Logistics**

### **URL del proveedor:**

<https://www.keppellog.com/en/>

Use el siguiente enlace para contactarse directamente con la empresa:

### **Keppel Logistics - Contact Us**

Keppel Logistics se encuentra entre los proveedores de servicios logísticos externos más grandes de Singapur que ofrecen soluciones logísticas integradas personalizadas.

Cuenta con amplia experiencia en la gestión de la cadena de suministro, el conocimiento de TI y el conocimiento de la industria, nuestros clientes pueden estar seguros de soluciones de cadena de suministro a medida que mejor satisfacen sus necesidades. Cuenta con cinco instalaciones logísticas en Singapur que cubren aproximadamente 2,000,000 pies cuadrados de espacio de almacén, 6,500 TEUs de capacidad de patio de contenedores y capacidad de almacenamiento de 19,000 pallets en el sistema automatizado de almacenamiento y recuperación de almacenes (ASRS), con un rendimiento de 420 pallets por hora.

Keppel Logistics opera instalaciones logísticas de clase mundial con infraestructura de TI de última generación en China, Hong Kong, Malasia, Indonesia, Vietnam y Australia. Con sede en Singapur, Keppel Logistics es uno de los proveedores fundadores de servicios logísticos y de cadena de suministro del país con casi 50 años de experiencia. Cuenta con más de tres millones de pies cuadrados de instalaciones de almacenamiento para apoyar servicios logísticos integrales e integrados de extremo a extremo en servicios de almacenamiento, transporte, distribución, valor agregado, gestión de carga y servicios de consolidación.

### **Servicios**

- *Envío en varias modalidades según necesidades del cliente en peso, tiempo, entrega y otros.*
- *E- services para el control y manejo de la cadena de suministro.*

**YCH**

---

**URL del proveedor:** <https://www.ych.com/>

Use el siguiente enlace para contactarse directamente con la empresa:

**[Enquiry \(ych.com\) - Contact Us](#)**

Fundada en 1955, YCH comenzó como una empresa de transporte de pasajeros. En la década de 1970, la empresa familiar perdió su contrato principal. Esto marcó el inicio de la compañía en el negocio de transporte de carga, que posteriormente creció para incluir la cadena de suministro extendida y los servicios logísticos, como el almacenamiento y la gestión de carga.

Hoy en día, YCH es la compañía de soluciones de cadena de suministro local más grande de Singapur y el socio líder regional de gestión de la cadena de suministro de muchas de las marcas líderes del mundo en Asia Pacífico.



## 9. CONSIDERACIONES FINALES

Para los actores del comercio electrónico, el gran tamaño de la canasta de bienes de Singapur y la apertura hacia los productos extranjeros hacen que esta industria sea muy atractiva. Sin embargo, el hecho de que las condiciones sean propicias no significa que esta decisión se deba tomar de inmediato. Estas son unas de las consideraciones que se deben tener en cuenta antes de ingresar al mercado digital de Singapur:

### a. Los singapurenses son clientes de clase mundial

Al tener infraestructuras altamente desarrolladas, como una alta velocidad de internet y una industria logística de talla global, el cliente promedio de Singapur puede dar por sentada su comodidad. Considere tener un equipo de servicio al cliente dedicado y listo para responder consultas relacionadas con las características de su producto y el estado del envío.

### b. Proporcionar una gran experiencia de usuario

La experiencia del usuario juega un papel importante para ganar y mantener clientes. No solo tiene que vencer a la competencia, también debe hacer que su tienda en línea sea visualmente atractiva en las pantallas pequeñas de los teléfonos inteligentes y asegurarse de disipar el miedo de los singapurenses al fraude, proporcionando múltiples pasarelas de pago y contra reembolso.

### c. No tiene que hacerlo solo

*Siempre es bueno contar con ayuda para ingresar a nuevos mercados. En la oficina comercial de Singapur de ProColombia puede contar con un gran apoyo para facilitar su proceso de internacionalización. Asegúrese, además, de tener un proveedor logístico confiable, y un buen socio comercial local con conocimientos y comprensión profunda de las tendencias, desafíos y oportunidades de comercio electrónico y logística del país, para sacarle el máximo provecho al entrar al mercado de Singapur.*

*Por último, dada la diversidad que tiene Singapur, es aconsejable observar y aprender. Analice qué hacen los competidores para tener éxito, y qué hicieron las empresas que han fracasado. Comprenda la cultura y trabaje con socios locales para ganar constantemente su porción del mercado en el comercio electrónico del país.*

#### **Nota:**

*Los invitamos a revisar la Cartilla Cómo exportar a través del E-Commerce desde Colombia*

[\*\*Click aquí\*\*](#)

Manténgase actualizado con las publicaciones desarrolladas por ProColombia

[\*\*Click aquí\*\*](#)



## FUENTES DE INFORMACIÓN

- Statista. (2021). *Internet usage in Singapore*. Obtenido de *Statistics & Facts*:  
**VER MÁS**
- Statista. (2021). *Digital markets, eCommerce*. Obtenido de *Singapore*:  
**VER MÁS**
- Skytrax. (2022). *World Airport Awards*. Obtenido de *The world's best airports in 2022 are announced*:  
**VER MÁS**
- iPrice Insights. (2021). *The Map of E-Commerce in Singapore*. Obtenido de *Leading E-Commerce Players*:  
**VER MÁS**
- Export2Asia. (2020). *Lazada Sellers Fees Commissions*. Obtenido de:  
**VER MÁS**
- Lazada. (2021). *Lazada Singapore*. Obtenido de  
**VER MÁS**
- Export2Asia. (2020). *Lazada Shipping*. Obtenido de:  
**VER MÁS**
- Export2Asia. (2020). *Lazada Payment Methods*. Obtenido de:  
**VER MÁS**
- Vinculum. (2020). *How to sell on Qoo10*. Obtenido de *Step by step guide for beginners*:  
**VER MÁS**
- Qoo10 . (2021). *Qoo10 Singapore*. Obtenido de *QXpress Fulfilment Services*:  
**VER MÁS**





- *Singapore Customs. (2021). Valuation duties taxes fees. Obtenido de List of duties and dutiable goods:*  
**VER MÁS**
- *Banco Mundial. (2021). World Bank Open Data. Obtenido de:*  
**VER MÁS**
- *CIA. (2022). The World Factbook. Obtenido de:*  
**VER MÁS**
- *International Monetary Fund. (2022). World Economic Outlook Database.*
- *World Bank. (2022). Gasto de consumo final de los hogares. Obtenido de:*  
**VER MÁS**
- *Euromonitor. (2022). E-Commerce (Goods) in Singapore .*
- *Statista. (2022). Cross border e-commerce in Singapur.*
- *DIAN - DANE. (2021). Base de Exportaciones 2016- 2021. Bogotá: Datos procesados por ProColombia.*
- *Janio Asia. (2021). Obtenido de:*  
**VER MÁS**
- *Inland Revenue Authority of Singapore. (2022). Taxes for our nation. Singapur.*
- *Singapur Customs. (2022). List of Dutiable Goods. Singapur. Obtenido de:*  
**VER MÁS**
- *I-Price. (2021). Insights Trends & Guides. Obtenido de:*  
**VER MÁS**
- *Amazon Singapore. (2021).*
- *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2022). tlc.gov.vo. Obtenido de:*  
**VER MÁS**



La información contenida en este documento es de orientación y guía general. En ningún caso, ProColombia, ni sus empleados, son responsables ante usted o cualquier otra persona por las decisiones o acciones que pueda tomar en relación con la información proporcionada, por lo cual debe tomarse como de carácter referencial únicamente.



EJECUTADO POR:

