



Informe comercial sobre **el Mercado de Vinos** elaborado
por la Embajada de la República Argentina en Singapur

Junio 2021



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

El Índice

1. Descripción general del mercado de alimentos de Singapur	3
2. Clasificación Aduanera y Tratamiento Arancelario	3
3. Requisitos de Ingreso Organismo Sanitario de Singapur y enlaces destacados	5
4. Requisitos de etiquetado y empaque	5
5. Otras recomendaciones	6
6. Estadísticas de Importación de vino de Singapur por países	6
7. Precios en el mercado local	11
8. Acceso al mercado y cadenas de distribución	14
9. Referencias Fotográficas	15
10. Ferias Comerciales	17
11. Principales importadores/distribuidores de Singapur	17

1. Descripción general del mercado de alimentos de Singapur

Singapur es un país pequeño con capacidad limitada para la siembra y la producción doméstica de alimentos. La agricultura representa menos del 1% del PBI per cápita del país y 0.119% del capital humano de trabajo¹.

Es uno de los países con mayor ingreso per cápita en la región e importa el 90% de las necesidades totales de alimentos. A pesar de ser un mercado más chico que otros países del Sudeste Asiático, Singapur continúa siendo el más rentable en la industria alimenticia (en términos de ventas promedio por comercio), apuntalado por una gran proporción de consumidores de altos ingresos (incluyendo ciudadanos locales y la gran comunidad de expatriados) y, con anterioridad al COVID-19, más de 18 millones de turistas a lo largo del año².

Por lo expuesto, Singapur representa una buena oportunidad donde mejorar el posicionamiento los vinos argentinos como una alternativa a los jugadores tradiciones que copan el mercado.

2. Clasificación Aduanera y Tratamiento Arancelario

En Singapur, la agencia de fronteras, Singapore Customs, ejerce el control de todos los bienes y personas que ingresan al país.

La clasificación de bienes para su importación al territorio de Singapur se rige por el esquema arancelario armonizado de Singapur - Singapore Trade Classification, Customs & Excise Duties (STCCED).

El código de mercancías armonizado consta de 8 dígitos y utiliza la misma nomenclatura arancelaria armonizada de la ASEAN (AHTN).

¹ <https://www.worldbank.org/>

²

[https://www.stb.gov.sg/content/dam/stb/documents/statistics-marketing-insights/international-visitor-arrivals/pdf/Visitor%20Arrivals%202018%20\(004\).pdf](https://www.stb.gov.sg/content/dam/stb/documents/statistics-marketing-insights/international-visitor-arrivals/pdf/Visitor%20Arrivals%202018%20(004).pdf)

Como sucede en otros países, se registran con frecuencia casos en los que un producto de importación puede ser clasificado en más de una posición. Cuando un producto ingresa a Singapur deben completarse los documentos necesarios con el objetivo de que la aduana le asigne un valor tentativo y proceda a su clasificación.

Por lo general, todos los bienes que se importan en Singapur están exentos del pago de aranceles a menos que estén específicamente sujetos a aranceles especiales, **como en el caso de las bebidas alcohólicas, incluyendo al vino.**

En el siguiente enlace es posible consultar toda la información relacionada con la importación a Singapur de bienes sujetos a aranceles especiales:

<https://www.customs.gov.sg/businesses/importing-goods/overview>

Impuesto al vino: En el caso del vino en particular, el impuesto especial es de SGD 88.00³ por litro de alcohol. Dado que el vino por lo general tiene un contenido de alcohol que ronda el 14%, el cálculo que debería realizarse sería el siguiente:

Volumen de la botella (en litros) x 0,14 x SGD 88

Es decir que, para una botella de vino estándar de 750ml y un contenido de alcohol del 14%, el impuesto sería de SGD 9,24.

Para más información, visite el siguiente enlace:

<https://www.customs.gov.sg/businesses/valuation-duties-taxes-and-fees/duties-and-dutiable-goods>

³ Tipo de cambio a junio de 2021: U\$S 1 = SGD 1,32 (fuente: Bloomberg)

3. Requisitos de Ingreso Organismo Sanitario de Singapur y enlaces destacados

En Singapur, la responsabilidad para regular sobre productos alimentarios recae en la Singapore Food Agency (SFA).

Todos los alimentos que ingresan a Singapur deben proceder de fuentes aprobadas por la SFA.

Se sugiere visitar el siguiente enlace dentro del sitio general de la SFA para conocer los requisitos de importación y procedimientos específicos aplicados a las bebidas alcohólicas como el vino:

<https://www.sfa.gov.sg/food-import-export/commercial-food-imports>

Una vez en el sitio, se debe consultar la sección “Processed Food & Food Appliances”

4. Requisitos de etiquetado y empaque

En el caso de los vinos que lleguen a Singapur pre-ensados, se deben seguir las normas de la SFA sobre etiquetado y empaque de alimentos.

Los exportadores deben asegurarse de que sus productos pre-ensados estén etiquetados correctamente antes de ser importados y distribuidos en Singapur.

Las normas sobre etiquetado y empaque que establece la SFA pueden consultarse en el siguiente enlace:

<https://www.sfa.gov.sg/food-import-export/commercial-food-imports>

Una vez en el sitio, chequear en la sección “Satisfy SFA’s labelling requirements”.

5. Otras recomendaciones

Aditivos alimentarios e ingredientes

Antes de importar cualquier alimento o producto alimenticio, debe asegurarse de que todos los aditivos alimentarios e ingredientes incluidos estén permitidos según los Reglamentos de Alimentos de la SFA.

Para más información, visitar:

<https://www.sfa.gov.sg/food-import-export/commercial-food-imports>

Una vez en el sitio, seleccione “Food Additives & Ingredients”.

6. Estadísticas de Importación de vino de Singapur, según origen

En los últimos 5 años, la importación de vino (embotellado, a granel y espumoso incluidos) aumentó 10%, de U\$S 490 millones en 2016 a U\$S 540 millones en 2020. Los principales socios comerciales son Francia, Australia e Italia.

Argentina ocupa el noveno lugar como socio comercial en la categoría de vinos embotellados y el cuarto en la de vino a granel.

Se presentan a continuación las estadísticas de importación correspondientes a la categoría general de vinos; en botellas de menos de 2 litros; a granel y espumosos:

Producto: 2204 Vino de uvas frescas, incl. encabezado; mosto de uva, parcialmente fermentado y de grado alcohólico adquirido > 0,5% vol o de grado adquirido de alcohol añadido > 0,5% vol

	Exportadores	2016	2017	2018	2019	2020	Partic. de mercado en 2020 / %	2021*
	Mundo	490,051	581,953	659,304	621,143	540,614	-	172,224
1	Francia	339,795	429,299	475,757	447,969	369,125	68.28	120,642
2	Australia	50,895	57,325	71,281	75,068	75,218	13.91	20,143
3	Italia	21,011	20,055	25,766	23,488	23,879	4.42	8,985
4	EE. UU.	14,959	19,014	23,728	20,061	18,729	3.46	4,771
5	Reino Unido	18,606	10,253	10,103	9,283	11,633	2.15	3,668
6	Nueva Zelanda	14,510	13,933	15,758	13,241	10,731	1.98	4,576
7	España	4,992	5,916	7,628	6,811	7,150	1.32	2,975
8	Chile	5,965	8,035	10,814	8,534	6,770	1.25	1,572
9	Argentina	3,885	4,064	4,150	3,571	2,817	0.52	813
10	Sudáfrica	1,728	2,154	2,107	2,242	2,330	0.43	629

* Datos acumulados período Enero - Marzo

Unidad: Miles de USD

Fuente: Trademap

Producto: 220421 - Vino de uvas frescas, incl. encabezado; mosto de uva, en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiéndole alcohol, en recipientes con capacidad <= 2 l (exc. vino espumoso)

	Exportadores	2016	2017	2018	2019	2020	Partic. de mercado en 2020 / %	2021*
	Mundo	206,649	232,244	289,811	273,532	273,597	-	95,653
1	Francia	70,687	90,485	119,666	111,990	113,332	41.42	48,340
2	Australia	47,584	55,788	69,718	73,706	73,180	26.75	18,510
3	Italia	16,264	15,994	20,414	17,965	19,704	7.20	7,345
4	EE. UU.	13,162	17,378	22,089	18,918	17,336	6.34	4,472
5	Reino Unido	17,180	9,688	8,996	8,747	10,880	3.98	3,570
6	Nueva Zelanda	14,452	13,821	15,672	13,143	10,579	3.87	4,533
7	Chile	5,872	7,931	10,788	8,488	6,694	2.45	1,561
8	España	4,421	5,327	7,132	6,178	6,556	2.40	2,782
9	Argentina	3,684	3,910	3,975	3,450	2,667	0.97	714
10	Sudáfrica	1,633	1,691	1,889	2,181	2,063	0.75	580

* Datos acumulados período Enero - Marzo

Unidad: Miles de USD

Fuente: Trademap

Producto: 220429 - Vino de uvas frescas, incl. encabezado, y mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol, en recipientes con capacidad > 2 l

	Exportadores	2016	2017	2018	2019	2020	Partic. de mercado en 2020 / %	2021*
	Mundo	3,410	3,796	2,895	700	851	-	207
1	Francia	327	1,154	1,413	158	301	35.37	56
2	EE. UU.	1,274	1,238	605	201	217	25.50	21
3	España	89	101	62	55	88	10.34	32
4	Argentina	187	148	167	119	73	8.58	71
5	Canadá	0	0	0	0	65	7.64	0
6	Reino Unido	631	40	27	0	44	5.17	1
7	Alemania	111	110	59	93	23	2.70	0
8	Italia	175	179	242	34	18	2.12	21
9	Portugal	4	1	3	4	7	0.82	0
10	Australia	416	300	177	12	6	0.71	2

* Datos acumulados período Enero - Marzo

Unidad: Miles de USD

Fuente: Trademap

El Sistema Armonizado de clasificación de los productos de Singapur integra bajo el rubro 2204.10 los rubros 2204.10 y 2204.10.10

Producto: 220410 - Vino espumoso, de uvas frescas

	Exportadores	2016	2017	2018	2019	2020	Partic. de mercado en 2020 / %	2021*
	Mundo	279,974	345,883	363,661	342,792	262,040	-	74,475
1	Francia	268,781	337,639	353,862	332,919	253,509	96.74	71,140
2	Italia	4,563	3,881	5,026	5,322	3,851	1.47	1,304
3	Australia	2,896	1,237	715	957	1,624	0.62	1,526
4	EE. UU.	522	395	565	681	711	0.27	87
5	Reino Unido	795	525	835	445	528	0.20	50
6	España	482	488	408	489	370	0.14	115
7	Los Países Bajos	452	731	350	328	311	0.12	49
8	Alemania	324	316	409	359	265	0.10	24
9	Japón	37	67	59	67	147	0.06	45
12	Argentina	14	6	6	0	76	0.03	22

* Datos acumulados período Enero - Marzo

Unidad: Miles de USD

Fuente: Trademap

En cuanto a la categoría de vino embotellado exc. espumoso (220421) -la más relevante para las exportaciones argentinas-, cabe señalar que, por sus características de hub comercial internacional, solo el 65% de las importaciones totales ingresaron finalmente al mercado doméstico de Singapur en 2020, quedando el resto sujetas a re-exportaciones a terceros países.

De esta manera, puede establecerse que el mercado doméstico de vinos embotellados en 2020 fue, en realidad, de U\$S 190 millones. Este dato surge de los siguientes montos de importaciones y exportaciones totales que para esta categoría presentó Singapur, teniendo en cuenta que la producción de vinos locales es inexistente:

Singapur	2016	2017	2018	2019	2020
Importaciones totales de vino embotellado (exc. espumoso)	206,649	232,244	289,811	273,532	273,597
Exportaciones totales de vino embotellado (exc. espumoso)	106,229	102,946	113,416	111,218	94,567

Unidad: Miles de USD

Fuente: Trademap

7. Precios en el mercado local

Los siguientes cuadros expresan los precios orientativos (actualizados a junio de 2021) de venta al público en supermercados tradicionales, online y tiendas especializadas de las diferentes cepas que exporta Argentina.

Los precios están expresados en dólares de Singapur (SGD) y en dólares estadounidenses (tipo de cambio a junio de 2021: U\$S 1 = SGD 1.32, Fuente Bloomberg).

Malbec			
Supermercado / Tienda Especializada	País de Origen	Precio en SGD	Precio en U\$S
Lazada/Redmart	Argentina	18.90	14.32
Lazada/Redmart	Argentina	23.12	17.52
Lazada/Redmart	Argentina	45.00	34.09
Lazada/Redmart	Argentina	48.00	36.36
Lazada/Redmart	Argentina	58.00	43.94
Lazada/Redmart	Argentina	67.60	51.21

Lazada/Redmart	Australia	50.90	38.56
Lazada/Redmart	Francia	29.90	22.65
Lazada/Redmart	Chile	55.00	41.67
Giant	Argentina	18.00	13.64
Giant	Argentina	22.00	16.67
NTUC/Fair Price	Chile	29.50	22.35
NTUC/Fair Price	Argentina	25.90	19.62
NTUC/Fair Price	Argentina	28.90	21.89
NTUC/Fair Price	Argentina	33.00	25.00
NTUC/Fair Price	Argentina	35.00	26.52
Wine Connection	Argentina	62.00	46.97
Wine Connection	Argentina	65.00	49.24
Wine Connection	Francia	36.00	27.27

Fuente: sitios web de cada supermercado/tienda

Cabernet Sauvignon			
Supermercado / Tienda Especializada	País de Origen	Precio en SGD	Precio en U\$S
Lazada/Redmart	Australia	26.45	20.04
Lazada/Redmart	Australia	32.00	24.24
Lazada/Redmart	Australia	45.00	34.09
Lazada/Redmart	Chile	24.90	18.86
Lazada/Redmart	Chile	32.50	24.62
Lazada/Redmart	EE.UU.	28.00	21.21
Lazada/Redmart	EE.UU.	53.00	40.15
Lazada/Redmart	Francia	29.90	22.65
Lazada/Redmart	Argentina	27.00	20.45
Lazada/Redmart	Argentina	60.00	45.45
Giant	Australia	25.00	18.94
Giant	Chile	23.00	17.42
Wine Connection	Australia	32.00	24.24
Bottles & Bottles	Argentina	40.00	30.30
Bottles & Bottles	Australia	61.00	46.21

Fuente: sitios web de cada supermercado/tienda

Torrontés			
Supermercado / Tienda Especializada	País de Origen	Precio en SGD	Precio en U\$S
Lazada/Redmart	Argentina	27.00	20.45
Lazada/Redmart	Argentina	33.00	25.00
Lazada/Redmart	Argentina	42.00	31.82
Lazada/Redmart	Argentina	48.00	36.36
1855 The Bottle Shop	Argentina	33.00	25.00
1855 The Bottle Shop	Argentina	37.00	28.03

Fuente: sitios web de cada supermercado/tienda

Chardonnay			
Supermercado / Tienda Especializada	País de Origen	Precio en SGD	Precio en U\$S
Lazada/Redmart	Australia	44.00	33.33
Lazada/Redmart	Australia	52.00	39.39
Lazada/Redmart	EE. UU.	38.00	28.79
Lazada/Redmart	EE. UU.	62.00	46.97
Lazada/Redmart	Chile	32.95	24.96
Lazada/Redmart	Chile	50.00	37.88
Lazada/Redmart	Francia	23.90	18.11
Lazada/Redmart	Francia	71.30	54.02
Lazada/Redmart	N. Zelanda	52.00	39.39
Lazada/Redmart	N. Zelanda	92.00	69.70
Lazada/Redmart	Argentina	19.90	15.08
Lazada/Redmart	Argentina	40.00	30.30
Lazada/Redmart	Argentina	58.00	43.94
Lazada/Redmart	Argentina	71.50	54.17
NTUC/Fair Price	Australia	29.00	21.97
NTUC/Fair Price	Chile	28.90	21.89
Wine Connection	Sudáfrica	38.00	28.79
Wine Connection	Argentina	27.00	20.45

Wine Connection	Francia	35.00	26.52
1855 The Bottle Shop	N. Zelanda	46.00	34.85
1855 The Bottle Shop	N. Zelanda	83.00	62.88

Fuente: sitios web de cada supermercado/tienda

8. Acceso al mercado y cadenas de distribución

La cadena comercial y logística en Singapur es avanzada, y las regulaciones y entradas de productos son relativamente sencillas.

Los principales canales de distribución son los importadores, distribuidores, mayoristas, supermercados tradicionales, supermercados online, empresas de catering, restaurantes, hoteles, tiendas especializadas y de conveniencia.

Si bien casi todos se abastecen principalmente de los importadores y distribuidores locales, las cadenas de supermercados e hipermercados y algunas cadenas de tiendas especializadas pueden importar también directamente del productor.

El supermercado más grande es NTUC, el cual controla las cadenas Fairprice Supermarket, Fairprice Xtra, Fairprice Fitness y Warehouse Club (tienda de venta al por mayor) cubriendo desde la clase baja hasta la clase alta y comunidad de extranjeros.

En tamaño y cuota de mercado le siguen las cadenas Sheng Siong y Dairy Farm, que opera a través de las marcas Cold Storage, Giant, Market Place y Jasons.

Finalmente, entre las cadenas pequeñas que satisfacen clases sociales con menor poder adquisitivo se destacan Mustafa y Prime Supermarket.

En Singapur, las plataformas de e-commerce son de gran importancia. En el caso de los alimentos y bebidas, la mayor participación de mercado la tiene el supermercado online Redmart (que forma parte del portal de Lazada, propiedad del Grupo Alibaba). También se destacan los sitios web de Fair Price, Amazon Prime, HonestBee, Little Farms, Sasha's Fine Food y Marketfresh (portal de internet de los wet markets).

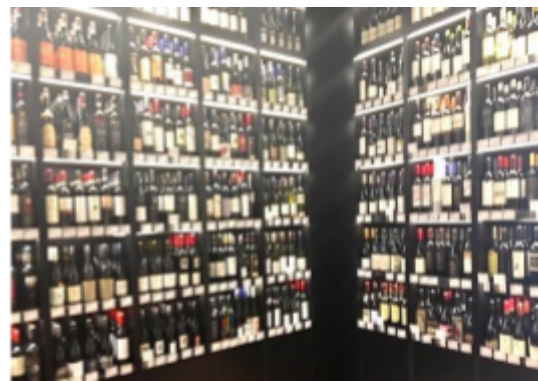
Además, existen varias tiendas especializadas de venta al público, tanto tradicionales como también de venta online. Entre las del primer tipo se destacan Wine Connection, 1855 The Bottle Shop, 75cl, Bottles and Bottles y The Straits Wine Company. En cuanto a la venta online, los marketplaces más relevantes son Vino Mofo, Cellarbration y Ewineasia. En el punto 11 se detallan los principales importadores y distribuidores de vino de Singapur.

9. Referencias Fotográficas

A continuación, se presentan fotografías tomadas en las tiendas de las principales cadenas de supermercados tradicionales de Singapur y en comercios especializados en vinos y otras bebidas alcohólicas, como referencia de presentación del producto en góndolas; posición dentro del supermercado; tamaños de los productos; formatos; etiquetado; etc.

Respecto a la exhibición de los productos, en el supermercado los vinos y bebidas espirituosas se encuentran en una sección separada del resto de los productos. Muchas de las tiendas cuentan con una cava refrigerada para alojar las botellas más caras y que requieren guarda.

Respecto a la presentación de los productos, en algunas tiendas están exhibidos por país de origen y en otras de acuerdo al varietal. El precio es por botella excepto que se trate de una oferta promocional donde se especifica el precio por caja.



10. Ferias Comerciales

Debido a la situación de Covid-19 imperante en Singapur, los eventos y las grandes ferias presenciales se encuentran suspendidas temporalmente hasta que la situación mejore.

11. Principales importadores/distribuidores de Singapur

COMPANY	WEBSITE
1855 THE BOTTLE SHOP PTE LTD	www.1855thebottleshop.com
AMPELIA	www.ampeliasg.com
ANGRA WINE AND SPIRITS	www.angra.com.sg
ARTISAN CELLARS	www.artisan-cellars.com
ASIA WINE NETWORK	www.awn.com.sg
BEAM GLOBAL ASIA PTE LTD	www.beamglobalasia.com.sg
BEAUTIFUL WINE	www.beautifulwine.com.sg
BOTTLES AND BOTTLES	www.bottlesandbottles.com.sg
CELLARMASTERS WINES	www.cmwines.com.sg
CERTAIN CELLARS	www.certaincellars.sg
CHUANG SEN JUAT	www.pinnaclewinespirits.com
COLD STORAGE	www.coldstorage.com.sg
CORNER STONE WINES	www.cornerstonewines.com
CRU	www.sg.cruworldwine.com
CRYSTAL WINES PTE LTD	www.crystalwines.com
CULINA	www.culina.com.sg
ENOTECA CO LTD	www.enoteca.com.sg
EQUATORIAL WINES	www.equatorialwines.com
WINES ONLINE	www.winesonline.com.sg
EWINEASIA	www.ewineasia.com
FAIRPRICE	www.fairprice.com.sg
FERRARI FOOD WINE	www.giorgio-ferrari.com
FINE WINES	www.finewines.com.sg
GOLDEN HUNG HO MARKETING	www.onestopliquor.com
GOODEAL MARKETING PTE LTD	www.goodeal.com.sg
GRAND VIN	www.grandvin.com.sg
HAI CHOO WINES & SPIRITS	www.hcwines.com
HERMITAGE WINES	www.hermitagewine.com
ICON WINES	www.iconwines.com.sg
ICONIC WINE	www.iconicwinesasia.com
MILLIE'S ENTERPRISE	www.millies.com.sg

INFINETE SUPPLY PTE LTD	www.infinitesupply.com.sg
KAIMAY TRADING PTE LTD	www.kaimay.com.sg
KAL WINE SOURCE ASIA PTE LTD	www.wine-source.com
KONG SIANG (PTE) LTD	www.interlocalexim.com
KOT SELECTIONS LLP	www.kotselections.com
KTT FINE WINE	N/A
LE VIGNE	www.singaporewines.com
MASTERPIECE NETWORK	www.masterpiece.com.sg
MOET HENNESSY DIAGEO PTE LTD	www.mhdsg.com
MONOPOLE	www.monopole.com.sg
PINNACLE WINE AND SPIRITS	www.pinnaclewinespirits.com
REDMART	www.redmart.lazada.sg
SECRETS FINE FOOD	www.secretsfinefood.com.sg
SHIRO CORPORATION PTE LTD	www.shirocorp.com
SINGAPORE BEVERAGES PTE LTD	www.octopusgroup.com.sg
THE STRAITS WINE COMPANY	www.straitswine.com
TSA WINES	www.tsawines.com.sg
VCT GROUP OF WINERIES ASIA PTE LTD	N/A
VINE GROUP	www.vinegroup.com.sg
VINI VINO	www.vini-vino.com
WATER AND WINE	www.waterandwine.net
WINE CONNECTION	www.wineconnection.com.sg
WINE EXCHANGE ASIA	www.wineexchangeasia.com

El listado de importadores junto con la información de contacto se puede encontrar en el portal oficial de promoción comercial Argentina Trade Net.



<https://www.cancilleria.gob.ar/es/argentinatradenet>