

# El mercado de las verduras en Singapur

## A. CIFRAS CLAVE

Singapur es una ciudad-Estado de 6 millones de habitantes que depende en un 90 % de las importaciones para cubrir su demanda interna de alimentos. En el caso de la verdura, se están desarrollando métodos innovadores como la agricultura urbana y la agricultura vertical para determinadas categorías de verduras (lechugas, espinacas, *kale*, *pak choy*, brotes de soja, tomates y algunas hierbas aromáticas). A su vez, se están llevando a cabo cultivos hidropónicos, aunque las verduras obtenidas son de pequeñas dimensiones y calidad inferior. Así, Singapur importa por valor de más de 600 MUSD en verduras, mayoritariamente de los países vecinos (Sudeste Asiático) y China.

La población singapurense disfruta de un alto poder adquisitivo, lo que hace que valore mucho los productos de calidad. Los factores decisivos de compra, por orden descendente de relevancia, son: apariencia, precio y sabor.

Desde el regulador local en materia alimentaria de Singapur, la Singapore Food Agency (SFA) se han propuesto el objetivo “30 by 30”, que busca que el país produzca localmente el 30 % de sus necesidades nutricionales para 2030.

### Datos y cifras clave del sector

<b>Población (millones de habitantes, 2024)</b>	6,1
<b>PIB 2024 (millones de SGD a precios corrientes)</b>	731.436
<b>Superficie cultivada</b>	<1 % del territorio
<b>Superficie del país (km<sup>2</sup>)</b>	734
<b>Autosuficiencia alimentaria (%)</b>	10
<b>Producción doméstica de verduras (toneladas)</b>	16.900
<b>Importaciones de verduras (miles de toneladas, 2024)</b>	500,6
<b>Principales países proveedores (2024)</b>	Malasia, China, Australia, India y Tailandia
<b>Principales categorías exportadas por España (2024)</b>	Tomates, pimientos y espárragos

## B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

### B.1. Definición precisa del sector estudiado

El mercado de verduras en Singapur es altamente dependiente de las importaciones, ya que la producción local es insuficiente para cubrir la demanda. En 2023, la ciudad-Estado produjo 16.900 toneladas de verduras, lo que representó apenas el 3,2 % del consumo total. Aunque Singapur impulsa modelos de agricultura urbana y vertical, las limitaciones de espacio restringen su alcance, permitiendo únicamente el cultivo de ciertas categorías de verduras. Así la mayor parte del suministro sigue dependiendo del mercado internacional. Esta ficha ofrece una visión integral del estado actual del sector y sus tendencias.

El mercado de verduras frescas abarca todo tipo de verduras que no han sido enlatadas, congeladas, deshidratadas o preservadas de ninguna manera. El capítulo arancelario que le corresponde es el 07 *HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS*. De estos productos, se analizarán en concreto las siguientes partidas y subpartidas:

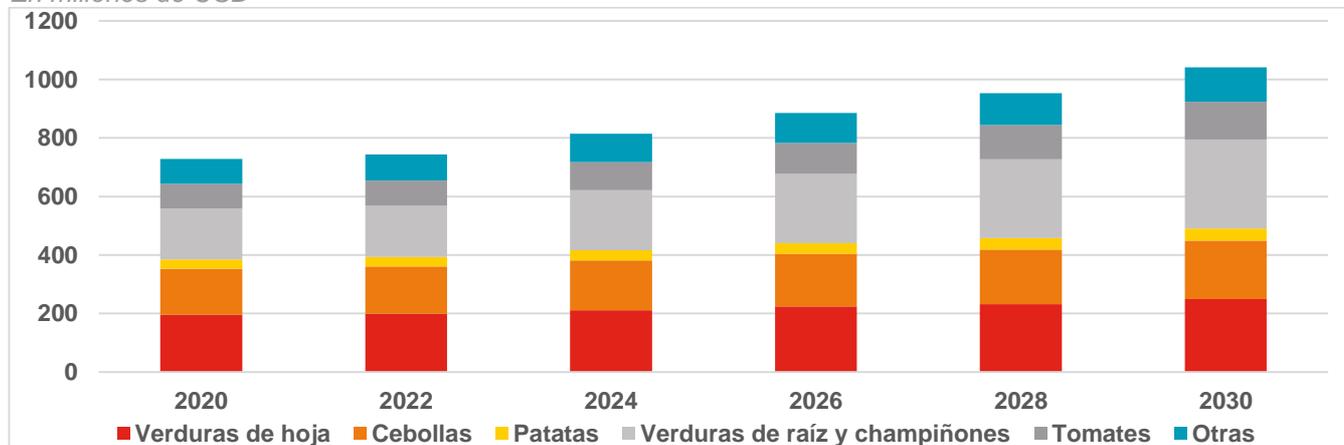
Código TARIC	Descripción
0701	Patatas (papas) frescas o refrigeradas
0702	Tomates frescos o refrigerados
0703	Cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas aliáceas, frescos o refrigerados
0704	Coles, incluidos los repollos, coliflores, coles rizadas, frescos o refrigerados
0705	Lechugas frescas o refrigeradas
0706	Zanahorias, nabos, remolachas para ensalada frescas o refrigeradas
0707	Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados
0708	Hortalizas de vaina, aunque estén desvainadas, frescas o refrigeradas
0709	Las demás hortalizas, frescas o refrigeradas

### B.2. Tamaño del mercado

El mercado de verduras frescas en Singapur presenta un notable potencial de crecimiento. Aunque entre 2020 y 2021 las ventas disminuyeron ligeramente por los efectos de la pandemia, a partir de 2022 la tendencia ha sido de crecimiento constante y sostenido. Se prevé que para 2030 los ingresos superen los 1.140 MUSD, reflejando un mercado en expansión con claras oportunidades para nuevos participantes. La tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) proyectada para el periodo 2020-2030 es del 3,5 %.

#### VENTAS DEL MERCADO DE VERDURAS FRESCAS EN SINGAPUR (2020-2030)

En millones de USD



Fuente: [Statista Market Insights](https://www.statista.com)

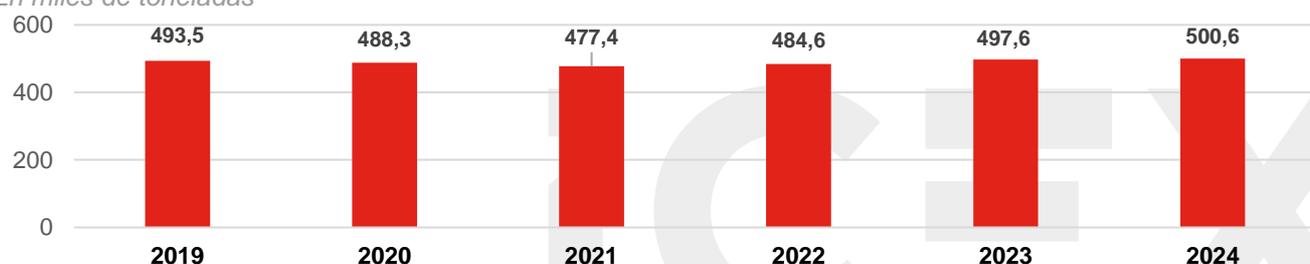
Las ventas en el mercado de las verduras en Singapur se concentran principalmente en los subgrupos de **verduras de hoja, raíces, champiñones y cebollas**. Además, los segmentos de **coles y tomates** muestran una demanda destacada, impulsada por su versatilidad en la cocina local. Por contraste, las **patatas**, a pesar de ser un producto de consumo habitual en España, tienen una presencia más limitada en el mercado singapurense, donde otras fuentes de carbohidratos, como el arroz, gozan de mayor preferencia.

El incremento en los precios unitarios de las verduras frescas, de 2,2 USD en 2022 a una proyección de 2,4 USD en 2027 (CAGR 1,4 %), no responde tanto a presiones inflacionarias como a cambios estructurales en los costes de importación y distribución. Además, la estabilidad en el consumo en términos de volumen indica una demanda relativamente inelástica, lo que sugiere que, pese al encarecimiento, los consumidores siguen priorizando estos productos. Esto se debe a que las verduras son un componente fundamental de la alimentación diaria, lo que reduce la sensibilidad de la demanda a las variaciones de precio.

De cara a 2030, el crecimiento del mercado se perfila más como una consecuencia del aumento en la demanda que de la inflación, lo que refuerza la necesidad de estrategias orientadas a la eficiencia logística y la diversificación de proveedores para garantizar un abastecimiento estable y competitivo. Las importaciones han mostrado una fuerte recuperación tras la pandemia, con un crecimiento del 1,6 % anual entre 2021 y 2024.

### IMPORTACIONES DE VERDURA EN SINGAPUR (2019-2024)

En miles de toneladas



Fuente: EUROMONITOR.

### B.3. Competidores – Datos de comercio exterior

La competencia en el mercado de las verduras en Singapur está dominada por proveedores regionales que se benefician de su proximidad, costes logísticos reducidos y acuerdos comerciales favorables. Dado el bajo valor unitario de estos productos y los elevados costes de transporte, la entrada de actores extrarregionales es limitada.

### IMPORTACIONES DE VERDURAS FRESCAS DE SINGAPUR

En millones de USD

HS 07	2019	2020	2021	2022	2023
Malasia	184,8	203,2	204,2	213,1	228,7
China	155,0	197,3	215,1	190,1	175,9
Australia	43,4	44,7	45,5	39,4	39,1
India	26,7	27,9	27,6	33,5	35,0
Tailandia	31,4	39,6	41,0	38,8	33,6
Vietnam	21,4	23,2	22,4	24,0	22,6
Indonesia	17,9	21,3	20,5	20,0	20,0
Japón	14,9	16,8	16,5	15,7	16,0
Países Bajos	12,7	15,5	17,6	18,7	14,7
EE. UU.	18,1	20,1	13,2	12,2	11,8
<b>España</b>	<b>0,7</b>	<b>1,4</b>	<b>1,4</b>	<b>1,4</b>	<b>1,2</b>
<b>TOTAL</b>	<b>566,0</b>	<b>658,3</b>	<b>667,3</b>	<b>644,3</b>	<b>635,6</b>

Fuente: ITC Trademap.



Malasia lidera el suministro con una oferta constante de verduras de hoja verde como espinacas, *pak choy* y lechugas, además de hortalizas clave como zanahorias y pepinos, esenciales en la dieta local. China, otro proveedor estratégico, destaca por su capacidad de producción a gran escala, abasteciendo principalmente coles, brócoli, ajo y cebolla a precios competitivos.

En el sudeste asiático, otros países han encontrado su nicho en productos específicos. Tailandia y Vietnam sobresalen en la exportación de verduras tropicales como chiles, pimientos y berenjenas, así como raíces y tubérculos como jengibre, yuca y batata. La India se ha consolidado como un proveedor clave de cebollas, patatas y *okra*, productos básicos en muchos mercados asiáticos. Indonesia, por su parte, complementa esta oferta con maíz dulce y chiles, garantizando un suministro estable gracias a su cercanía.

Más allá de Asia, los proveedores de verduras *premium* se diferencian por su enfoque en calidad y sostenibilidad. Australia es un socio estratégico en la exportación de espárragos, zanahorias, calabacines y champiñones, valorados por su frescura y trazabilidad. Países Bajos, con su avanzada tecnología en invernaderos, asegura un suministro constante de tomates, pimientos y pepinos de alta calidad durante todo el año. Estados Unidos, aunque con presencia decreciente, se posiciona en el segmento *premium* con espárragos, lechugas y brécol. Finalmente, **España**, con una cuota de mercado más reducida, **destaca por la calidad de sus pimientos, tomates y espárragos**, productos apreciados por su sabor y versatilidad.

### B.4. Principales actores

#### B.4.1. Importadores

Los importadores de verduras en Singapur juegan un papel fundamental en la introducción y distribución de productos en el mercado minorista, siendo el canal preferido por las empresas extranjeras. Su capacidad logística y redes de distribución eficientes les permiten abastecer tanto a grandes cadenas de supermercados como a tiendas minoristas, mercados tradicionales y al sector HORECA (hoteles, restaurantes y cafeterías). Para los productores internacionales, colaborar con estos importadores permite minimizar costes y reducir los riesgos asociados con la entrada al mercado. Actualmente, destacan:

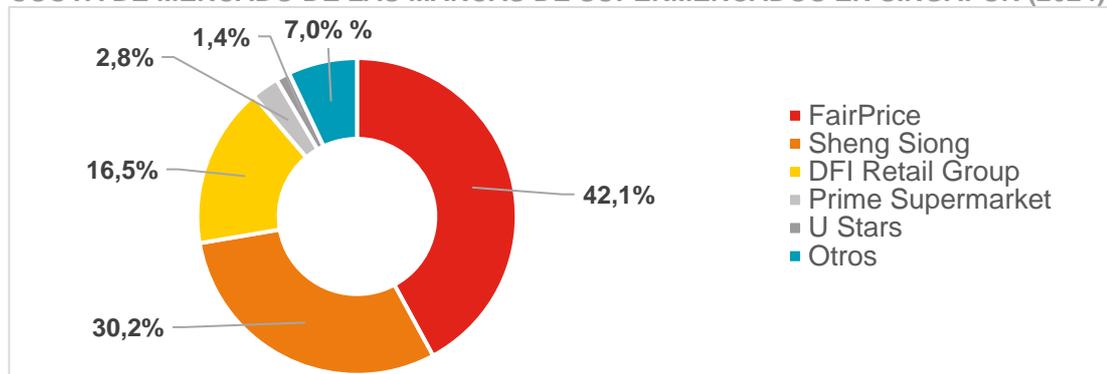
- [ANT FRESH PTE. LTD.](#)
- [SIJI TRADING PTE. LTD.](#)
- [ARIES FRESH PTE. LTD.](#)
- [FRESHMART SINGAPORE PTE. LTD.](#)
- [TOTAL FRESH](#)

#### B.4.2. Supermercados

En el segmento minorista, los supermercados representan el principal canal de comercialización. Aunque las grandes cadenas importan directamente una parte significativa de sus productos, en el caso de las verduras suelen depender de importadores locales para su abastecimiento. Los establecimientos de mayor tamaño también cuentan específicamente con un espacio para las verduras de producción local. En Singapur, el mercado está dominado por tres grandes cadenas de supermercados, que en conjunto controlan más del 80 % de la cuota de mercado:

- **[NTUC FAIRPRICE](#)**: Principal cadena de supermercados del país. Cuenta con seis clases de establecimientos: FairPrice, FairPrice Finest, Fairprice Xtra, Fairprice Shop, Fairprice ON, Fairprice Xpress.
- **[SHENG SIONG GROUP](#)**: Es la segunda cadena de supermercados del país, muy orientada al consumidor local. Los productos que comercializa suelen proceder de países vecinos del Sudeste Asiático y de China.
- **[DAIRY FARM INTERNATIONAL HOLDINGS](#)**: Es un grupo de distribución minorista de Hong Kong con casi 100 establecimientos en Singapur entre todas sus tiendas: Cold Storage, Giant Express y Giant Super.

CUOTA DE MERCADO DE LAS MARCAS DE SUPERMERCADOS EN SINGAPUR (2024)



Fuente: Euromonitor International.

### B.4.3. Wetmarkets

Los *wetmarkets* o mercados de abastos de barrio venden bienes perecederos como carne, pescado o frutas. Eran tradicionalmente (hasta la aparición de la distribución moderna) uno de los principales canales de venta minorista en Singapur. En la actualidad, con el establecimiento de los considerados *modern grocery stores* (supermercados, hipermercados, etc.), estos mercados van perdiendo consumidores y son, generalmente, incapaces de atraer y retener a los grupos de población más jóvenes, que prefieren comprar este tipo de productos en tiendas más refinadas. Los principales clientes de los *wetmarkets* son la población de la tercera edad o extranjeros de etnia china.

### B.4.4. Plataformas online

Los *marketplaces* están adquiriendo cada vez más relevancia en Singapur. Plataformas como [REDMART](#) – [LAZADA](#), que ofrecen una amplia variedad de productos, incluyendo frutas y verduras frescas, junto con los supermercados online de [FAIRPRICE](#) y [COLD STORAGE](#), se están consolidando como alternativas populares a las tiendas físicas. Esta tendencia es especialmente notable entre los jóvenes y la comunidad *expat*, quienes valoran la comodidad y el acceso a múltiples productos en una sola plataforma.

## C. LA OFERTA ESPAÑOLA

### IMPORTACIONES DE VERDURAS FRESCAS A SINGAPUR POR PARTIDAS (2023)

En miles de USD

Código HS	Total importaciones	Exportaciones españolas	Cuota de mercado española	Posición	Principales proveedores
0701	30.881	-	-	-	China, Malasia y EE. UU.
0702	41.882	67	0,16 %	15	Malasia, Países Bajos y Australia
0703	81.680	29	0,04 %	20	China, Malasia, India
0704	73.644	46	0,06 %	16	China, Malasia, India
0705	29.329	11	0,04 %	15	Malasia, China y Países Bajos
0706	28.377	-	-	-	Australia, China y Malasia
0707	13.575	-	-	-	Malasia, Tailandia y Japón
0708	22.037	21	0,10 %	16	Malasia, Indonesia y China
0709	218.996	686	0,31 %	14	Malasia, China y Vietnam

Fuente: ITC Trademap.



La preferencia de los consumidores singapurenses por alimentos frescos y saludables ha favorecido la presencia de las verduras españolas, que destacan por su sabor, trazabilidad y altos estándares de seguridad alimentaria. Sin embargo, los elevados costes logísticos afectan seriamente su competitividad, ya que la mayoría de las categorías de verduras tienen un precio medio relativamente bajo.

España exporta a Singapur una selección de verduras de alta calidad, destacando los **tomates, pimientos, espárragos y hortalizas de hoja como la lechuga y la rúcula**. Estos productos son muy demandados en el sector HORECA, especialmente en restaurantes de alta cocina y hoteles, así como en supermercados que ofrecen productos *premium*. La gastronomía española se ha consolidado como una herramienta clave para posicionar una imagen de país asociada a la calidad. Los restaurantes españoles se han convertido también en la principal fuente de demanda, dado que las variedades locales difieren en sabor de las utilizadas en la gastronomía española. Es el caso de la patata, donde las variedades locales son más dulces que las cultivadas en Europa.

### D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

- **Segmento *premium* y HORECA:** Restaurantes de alta cocina, hoteles de lujo y supermercados *gourmet* buscan verduras con altos estándares de calidad, trazabilidad y certificaciones ecológicas. España, con su reputación en productos frescos y sostenibles, puede posicionarse como un proveedor clave en este mercado.
- **Canal de distribución *online* y el *retail* especializado:** Plataformas como FairPrice Online y supermercados *premium* como Cold Storage están ampliando su oferta de productos importados, lo que facilita el acceso directo al consumidor sin depender exclusivamente de grandes distribuidores. Asimismo, RedMart está estudiando la importación directa a corto plazo.
- **Compromiso con la sostenibilidad:** Singapur valora cada vez más los productos con certificaciones de producción responsable y baja huella de carbono. Exportadores con prácticas sostenibles y sistemas de conservación eficientes pueden ganar competitividad en el mercado.
- **Ferias comerciales y eventos sectoriales:** Son una vía clave para la entrada y consolidación en Singapur. Participar en ferias como FHA – Food & Beverage permite a las empresas españolas establecer contactos con importadores, distribuidores y compradores clave en el sudeste asiático.

### E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

#### E.1. Distribución

Para importar verdura en Singapur es necesario que la empresa sea singapurenses o esté registrada en el país, o bien se debe contar con la figura de un importador o distribuidor local. Se puede dar el caso de que los minoristas importen los productos directamente o que lo hagan a través de un intermediario. En el primer caso, el exportador pone la mercancía a disposición del minorista y el almacenaje de los productos corre a cargo de este último. Este sería el caso de empresas como FAIRPRICE. En el segundo caso, es el intermediario o distribuidor quien importa los productos y posteriormente los pone a disposición de sus clientes, entre ellos supermercados o tiendas pequeñas. En la web de la [Singapore Fruits & Vegetables Importers & Exporters Association](#) se pueden encontrar a casi todos los importadores locales.

#### E.2. Legislación aplicable y otros requisitos

Para importar verduras a Singapur, es necesario cumplir con varias regulaciones establecidas por la **SFA**:

- **Control of Plants Act:** Esta ley regula la importación y transbordo de frutas y verduras frescas, asegurando que no contengan pesticidas prohibidos ni residuos químicos tóxicos por encima de los niveles permitidos.
- **Sale of Food Act:** Esta legislación cubre la seguridad alimentaria y la calidad de los alimentos vendidos en Singapur, incluyendo frutas y verduras frescas. También regula el etiquetado y el empaquetado de los productos alimenticios.



### E.2.1. Procedimientos para importar verduras

- **Registro y licencias:** Los importadores deben obtener una licencia de importación de la SFA. Esto incluye registrarse con la Accounting and Corporate Regulatory Authority (ACRA) y activar el Unique Entity Number (UEN) con Singapore Customs.
- **Cumplimiento de normas fitosanitarias:** Cada envío debe estar acompañado por un certificado fitosanitario del país exportador. Las frutas y verduras deben pasar inspecciones y tratamientos necesarios para cumplir con las regulaciones de SFA.
- **Etiquetado y envasado:** Los productos deben estar etiquetados correctamente con el nombre del producto, país de origen, peso neto y nombre del exportador. Los materiales de envasado deben ser nuevos y de calidad alimentaria.
- **Declaración e inspección:** Los importadores deben declarar los envíos a través del sistema TradeNet y obtener un permiso de importación, que también sirve como permiso de despacho de carga.

### E.3. Ferias

<b>Nombre de la feria</b>	<b>FHA – FOOD &amp; BEVERAGE ASIA</b>
Dirección	Singapore Expo, 1 Expo Drive Singapore 486150
Participantes	72.000
Web	<a href="https://fhafnb.com/">https://fhafnb.com/</a>
Próxima edición	8-11 de abril de 2025
Descripción del evento	FHA - Food & Beverage Asia es el evento comercial de alimentos y bebidas más grande de Asia que reúne a la comunidad mundial de alimentos y canal HORECA.

## F. INFORMACIÓN ADICIONAL

### SINGAPORE FOOD AGENCY (SFA)

Corporate HQ  
52 Jurong Gateway Road #14-01  
Singapore 608550  
Tel.: +65 68052871  
[www.sfa.gov.sg](http://www.sfa.gov.sg)

### OFICINA ECONÓMICA COMERCIAL

7 Temasek Boulevard,  
#19-03 Suntec City Tower 1  
Tel.: +65 67329788  
Fax: +65 67329780  
[singapur@comercio.mineco.es](mailto:singapur@comercio.mineco.es)  
<http://singapur.oficinascomerciales.es>

### ORGANIZADOR FERIA FOOD AND HOTEL ASIA

Informa Markets Singapore  
103 Penang Rd, #04-01 Visioncrest  
Commercial, Singapore 238467  
Tel.: +65 6508 2401  
[events.ses@informa.com](mailto:events.ses@informa.com)

### CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN PARA EL SUDESTE ASIÁTICO

7 Temasek Boulevard #08-09; Suntec Tower One;  
Singapur 038987  
Tel.: +65 6256 5300  
D.ª Olga Baniandres Rodríguez  
[seasia@mapa.es](mailto:seasia@mapa.es)

## G. CONTACTO

---

La **Oficina Económica y Comercial de España en Singapur** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Singapur**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Singapur, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

7, Temasek Boulevard. #19-03 - Suntec Tower One

Singapore 038987

Teléfono: +65 6732 9788

Fax: +65 6732 9780

Correo electrónico: [singapur@comercio.mineco.es](mailto:singapur@comercio.mineco.es)

[Oficina Económica y Comercial de España en Singapur](#)

---

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

### Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) 97 10 19 a

[informacion@icex.es](mailto:informacion@icex.es)

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

---

**INFORMACIÓN LEGAL:** Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

### AUTOR

Abraham Díaz Simón

Oficina Económica y Comercial  
de España en Singapur

[singapur@comercio.mineco.es](mailto:singapur@comercio.mineco.es)

Fecha: 10/03/2025

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224250231

[www.icex.es](http://www.icex.es)

