



# El mercado del calzado en Singapur

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Singapur

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.

icex



ESTUDIOS  
DE MERCADO

29 de noviembre de 2018  
Singapur

Este estudio ha sido realizado por  
Cristian Peligros Garay

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Singapur.

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 060-18-042-8



La industria del calzado —delimitando este como el Capítulo 64 de la Sección XII del sistema armonizado (HS) — en Singapur alcanzó un **valor de mercado de 854,5 millones de USD en 2017**, lo que le sitúa a la cola del resto de países de Asia Pacífico (región del mundo en la que destacan EEUU, China, India, Japón...), que cerró el año con 351.862 millones de USD, una cantidad que además sitúa a la región como la más importante de este sector en el ámbito global.

Singapur es, por tanto, un país de reducido tamaño (su superficie equivale a la de la isla de Menorca) con una población de 5,5 millones de habitantes, además de un país relativamente joven con una pequeña base empresarial propia y un elevado número de empresas extranjeras implantadas, tanto multinacionales como PYMES. Singapur posee una economía no sólo industrializada (alrededor del 20% del PIB orientado a las manufacturas avanzadas) sino también muy enfocada a los servicios. Singapur es un centro de negocios líder en ASEAN y Asia en general, con unos niveles de reexportaciones de aproximadamente el 60% de lo que importa.

El mercado del calzado en Singapur ha ido creciendo desde 2012, cuando su valor ascendía a 744 millones de USD en 2012, lo que representa un **crecimiento del 14,9%** respecto a 2017 y un CAGR<sup>1</sup> del 2,8%. Esta tendencia se debe principalmente al **buen desempeño del calzado de tipo deportivo**, gracias a un aumento de la popularidad de actividades como correr o montar en bicicleta, pero también al gusto del consumidor por utilizar este tipo de producto para su vida cotidiana —*athleisure*—.

El segmento que mejor evolución muestra en los últimos cinco años es el de calzado masculino — 159,5 millones de USD en 2017 y CAGR de 3,1% en el periodo analizado—, seguido por el infantil. Sin embargo, con 613,6 millones de USD, el calzado femenino es, de lejos, el que mayor peso sigue teniendo en el sector.

En cuanto al comercio internacional, **las importaciones presentan un incremento del 7,3% en el periodo 2013-2017**, de los 686,3 a los 736,4 millones de USD. Singapur importa un 86,1% del total de su consumo en calzado.

La categoría que mayor crecimiento ha experimentado estos años en sus importaciones es la 64.04 (calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil), con un incremento del 53,6%. Por su parte, las partidas 64.01 y 64.05 cayeron un -36,8% y un -34,7%, respectivamente.

En cuanto al entorno competitivo, dos de las marcas pertenecientes al grupo del calzado deportivo —**NIKE y ADIDAS, con un 9,7% y un 8,8% respectivamente**— se hacen con los mayores porcentajes de cuota de mercado. Por detrás les siguen CHARLES & KEIT y BATA SHOE, con un 4,5% cada una. Las firmas del segmento *premium* con más representación son PRADA y LUIS VUITTON, con un 1,8% y 1,4% respectivamente.

<sup>1</sup> Tasa de crecimiento anual compuesto. Evolución de una variable en términos anualizados en un periodo determinado



Si observamos los principales factores que determinan la demanda, se observa que, además de la moda *athleisure*, el uso de un tipo de calzado u otro viene determinado por las preferencias generales del consumidor asiático, que se decanta por los **modelos abiertos** (como chancas o sandalias), así como por factores climáticos. **Las altas temperaturas y las abundantes precipitaciones** del clima ecuatorial de Singapur influyen en la decisión de compra.

La población de Singapur se reparte en diferentes grupos étnicos, siendo mayoría la comunidad china que ejerce una gran influencia en el país, tanto política como económicamente. El nivel de vida medio es en general alto y sus habitantes cuentan en general con un elevado poder adquisitivo. De las cuatro etnias principales de Singapur —china, malaya, india y euroasiática— **el consumidor chino (74% de la población) es el de más relevancia**. Son el grupo de mayor consumo de moda, ya que ir de compras es en su cultura de ocio la actividad por excelencia. Adicionalmente, existen 1,2 millones de extranjeros residentes en Singapur (incluyendo unos 600.000 residentes permanentes con elevada capacidad adquisitiva).

Singapur destaca por otro lado por el turismo de compras de lujo. Más de 17 millones de turistas, principalmente de otros países asiáticos, visitaron Singapur en 2017 y la gran mayoría disfrutaron de las tiendas de moda y zapatos existentes a lo largo de la famosa calle Orchard del Singapur más comercial.

En cuanto al gasto per cápita en calzado, las cifras han seguido una trayectoria ascendente de 2013 a 2017 en los zapatos de cuero (10,7%) y deportivo (67,7%), mientras que las sandalias y textiles han experimentado una caída del -14%. Las previsiones en cuanto a precio muestran una mayor estabilización de cara a 2021, con crecimientos más moderados para cuero y deportivo y un freno en la caída del gasto medio en sandalias y textiles.

Por su parte, **los precios del calzado se han mantenido relativamente estables** en los últimos años, sin apenas variación entre 2013 y 2017. Destaca el ligero aumento de precios del calzado deportivo en 2015, con el boom de la moda *athleisure*.

Además, en el mercado de Singapur se encuentran presentes o representadas las grandes firmas españolas de moda internacional: INDITEX (con representación de las marcas ZARA, MASSIMO DUTTI, PULL&BEAR, BERSHKA, STRADIVARIUS), MANGO, DESIGUAL, SPRINGFIELD, BIMBA&LOLA, CAMPER, BALENCIAGA, PRETTY BALLERINAS, PRONOVIAS, RÍA, CARMINA, MANOLO BLAHNIK, etc.

Las exportaciones españolas de calzado a Singapur están situadas un poco por encima de los 4 millones de € anuales de acuerdo a ESTACOM, sin excesiva volatilidad en los últimos años. El total de exportaciones españolas de calzado a los países del Sudeste Asiático (destacando Filipinas, Tailandia, Vietnam, Indonesia, etc...) fue de 11 millones de € en 2017, por lo que casi el 40% de las exportaciones españolas a esta zona del mundo lo hicieron con primer destino Singapur. No hay aranceles que se apliquen a la importación de calzado y no hay barreras no



arancelarias dignas de reseñar. La entrada en vigor en 2019 de un Acuerdo de Libre Comercio entre la UE y Singapur supone un buen caldo de cultivo para el incremento de la actividad comercial en general entre los países de la UE y Singapur.

**La venta en tienda física en Singapur sigue suponiendo un 96% del total.** En este sentido, el núcleo principal se concentra en el de cadenas o tiendas propias especializadas de calzado, que suponen casi la mitad de la distribución en Singapur. Por otro lado, los grandes almacenes con espacios multimarca o zonas orientadas a solo una marca en concreto, y en tercer lugar, la tiendas de deporte, acaparan prácticamente el resto de la cuota de distribución en el país. No existe el canal minorista-zapatería tan corriente en España. Por su parte, **el comercio electrónico ha experimentado un gran crecimiento** en los últimos años —ya supone un 4% de la distribución, lo que supone un incremento de 0,8 puntos porcentuales respecto a las cifras alcanzadas en 2013—.

icex

# ICEX

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

**Ventana Global**

900 349 000 (9 a 18 h L-V)  
informacion@icex.es

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

