

INFORME BÁSICO DEL MERCADO TURÍSTICO EMISOR



FILIPINAS 2024 Informe Básico del Mercado

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

INFORME BÁSICO DEL MERCADO

FILIPINAS 2024

TABLA DE CONTENIDO

Análisis del mercado turístico en su conjunto

Análisis del mercado emisor hacia España

Conclusiones y valoración de la situación

ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO EN SU CONJUNTO

Características generales del mercado.

Población: 119,1 millones (Fondo de Población de las Naciones Unidas 2024, UNFPA)

Superficie: 298.170 km². Archipiélago de 7.107 islas.

Capital: Ciudad de Manila (1,78 millones de habitantes según el censo realizado en 2015) ubicada en la isla de Luzón.

Idioma: Son idiomas oficiales el filipino (basado en el tagalog) y el inglés.

Moneda: Peso filipino (PHP). Tipo de cambio promedio 2023: 1 € = 60,19 PHP

Religión: Estado no confesional. El 80% de la población profesa la religión católica; el 5% la musulmana, el 3% evangélica y el 3 % pertenece a la comunidad religiosa filipina INC (Iglesia de Cristo).

La economía de Filipinas mostró un crecimiento sólido en el primer trimestre de 2023, impulsado por una demanda interna robusta, contrarrestando una demanda global más débil. Tras alcanzar su punto máximo a principios de 2023, la inflación descendió al 6,1 por ciento en mayo, según datos del Banco Mundial, después de que el Banco Central de Filipinas endureció la política monetaria, aunque sigue estando por encima de otros países del ASEAN. El plan de consolidación fiscal a mediano plazo avanza según lo previsto, con el déficit fiscal en 2022 reduciéndose a un 7.3 por ciento del PIB y la deuda del gobierno nacional estabilizándose en torno al 61 por ciento del PIB. En el futuro, la fuerte demanda interna impulsará que la economía crezca un 6 por ciento en 2023 y se mueva gradualmente hacia su potencial a mediano plazo. La recuperación económica apoyará la reducción de la pobreza, aunque el mercado laboral muestra una tendencia hacia empleos de baja productividad. Gestionar la inflación, perseguir políticas que aumenten los ingresos y mejorar la eficiencia del gasto público, promover inversiones y avanzar hacia una transición hacia energías limpias son, según el último

informe del Banco Mundial, los impulsores clave para salvaguardar el crecimiento y alcanzar los objetivos de desarrollo a largo plazo.

De acuerdo a las estimaciones de Oxford Economics, el número de viajes al extranjero incrementó en un 24% del 2022 al 2023, casi recuperando las cifras previas a la pandemia. El gasto en viajes al extranjero también aumentó y se espera que supere los niveles de 2019 en 2025.

Perfil del turista.

La clase social de renta media-alta es la principal impulsora de los viajes internacionales, mostrando un gran interés por conocer otras culturas. En el contexto post pandemia, las clases demográficas A, B y C alta son las que dominan los viajes internacionales desde Filipinas.

El teletrabajo, impulsado por la pandemia, ha sido adoptado más fácilmente por el segmento de población mayor en Filipinas, mientras que los jóvenes están empezando a viajar con mayor entusiasmo, combinando viajes de placer y trabajo. A pesar de esto, el principal motivo de viaje sigue siendo VFR (visitar amigos y familiares), considerando el significativo número de filipinos que viven y trabajan fuera del país.

El turismo religioso también es significativo en Filipinas, dado que aproximadamente el 80% de la población es católica. Según la Autoridad Filipina de Estadísticas (PSA), los viajes con motivaciones religiosas suelen realizarse en grupo, con itinerarios organizados, destacándose los viajes a España por su vinculación con el patrimonio religioso.

Los servicios de paquetes turísticos continúan dominando el mercado en Filipinas, representando aproximadamente el 60% de todos los servicios ofrecidos por las empresas. Sin embargo, hay una creciente inclinación hacia los tours FIT (viaje independiente), impulsada por el deseo de mayor privacidad y la libertad de personalizar itinerarios según preferencias individuales y horarios.

Destino de viajes preferentes

Los destinos principales de los filipinos incluyen Japón, Singapur, y Tailandia, según recientes publicaciones de la Philippine Travel Agencies Association (PTAA). Estos destinos del sudeste asiático, junto con países sin visa como Israel y Taiwán, son

INFORME BÁSICO DEL MERCADO

FILIPINAS 2024

particularmente populares debido a su conveniencia, asequibilidad y proximidad a Filipinas. Además, Europa destaca por su rica cultura y precios accesibles, permitiendo estancias prolongadas en países como Georgia, Turquía, Francia, República Checa, Portugal, Marruecos, los Balcanes, España, entre otros.

Nº	Principales destinos 2023
1	Hong Kong
2	Japón
3	Singapur
4	Tailandia
5	Emiratos Árabes Unidos
6	China
7	Corea del Sur
8	Malasia
9	Estados Unidos
10	Taiwan

Fuente: GlobalData

6

Según los datos recopilados para 2023, los principales destinos de viaje para los filipinos incluyen una mezcla de destinos cercanos y de larga distancia. Encabezando la lista se encuentra Hong Kong, seguido de Japón, Singapur y Tailandia, todos ellos destacados por su accesibilidad desde Filipinas y por ofrecer una combinación de atracciones culturales, compras y gastronomía. Los Emiratos Árabes Unidos y China también figuran entre los destinos populares, a menudo elegidos por su creciente atractivo turístico y oportunidades comerciales. Corea del Sur y Malasia mantienen su lugar en la lista debido a su proximidad geográfica y la familiaridad cultural que comparten con Filipinas. Los Estados Unidos y Taiwán completan la lista, destacando por sus vínculos familiares y la preferencia por experiencias educativas y turísticas. Estos destinos reflejan la diversidad de intereses y motivaciones de los viajeros filipinos, desde turismo familiar hasta exploraciones culturales y económicas en el extranjero. La conveniencia, asequibilidad y las experiencias culturales son prioridades para los viajeros filipinos al elegir sus destinos.

Dentro de Europa, los destinos preferidos en 2023 según los datos de demanda de Google Trends fueron por orden de demanda: Francia, Países Bajos, Alemania, Suiza, Italia, y España.

Canales de comercialización.

Existen varios canales de comercialización en Filipinas, desde agencias tradicionales, turoperadores, agencias corporativas y agencias en línea. Entre las agencias tradicionales más reconocidas se encuentran Rajah Travel Corporation, Pan Pacific Travel Corporation, Baron Travel Corporation, Marsman Drysdale Travel Inc. y Sharp Travel Service (Phils.) Inc.

Además de las agencias tradicionales, los operadores turísticos globales como Trafalgar, Intrepid Travel y G Adventures tienen una fuerte presencia en el mercado filipino, ofreciendo desde tours culturales y de aventura hasta experiencias de viaje sostenibles tanto en Filipinas como en el extranjero.

En el ámbito digital, plataformas como Expedia Group, Booking.com, Agoda, Traveloka y Trip.com han ganado terreno significativo, permitiendo a los viajeros filipinos reservar vuelos, alojamientos y actividades turísticas de manera fácil y rápida.

7

La integración de la tecnología seguirá siendo crucial para la recuperación y el crecimiento de la industria de viajes, ofreciendo oportunidades para mejorar servicios y atraer a una base de clientes más amplia. La transformación digital ha facilitado las reservas en línea, transacciones sin inconvenientes y acceso remoto a la información para agentes de viajes, mejorando la conectividad y la eficiencia operativa.

Situación de la conectividad aérea general.

La conectividad aérea en Filipinas es crucial debido a su geografía fragmentada en archipiélagos y extensión territorial. Aunque el país depende menos del turismo exterior que otros en el sudeste asiático, el sector de la aviación filipina tradicionalmente ha tenido como principales mercados a países del norte de Asia, incluyendo Corea, Japón, China, Singapur y Hong Kong. Sin embargo, la mayoría de las aerolíneas extranjeras que operaban regularmente en Manila antes de la pandemia aún no han restablecido completamente sus operaciones normales en cuanto a tipo de aeronaves, capacidad de asientos y frecuencia comparado con el año 2019.

La Autoridad del Aeropuerto Internacional de Manila (MIAA), que gestiona el principal aeropuerto del país, registró un total de 279,953 vuelos en 2023, incluyendo 171,605 vuelos domésticos y 108,348 internacionales. Esto representa un aumento del 26% en

comparación con los 221,595 vuelos de 2022 y un aumento del 3% respecto a los 271,535 registrados en 2019.

La conectividad aérea internacional se ha fortalecido significativamente con vuelos directos y conexiones estratégicas hacia Europa. Philippine Airlines ofrece vuelos directos desde Manila a importantes destinos europeos como Londres, París y Frankfurt. Además, otras aerolíneas como Cathay Pacific, Emirates, Qatar Airways, Singapore Airlines y Turkish Airlines facilitan conexiones desde Manila hacia múltiples ciudades europeas a través de sus respectivos hubs en Hong Kong, Dubai, Doha, Singapur e Estambul. Estas conexiones no solo mejoran la accesibilidad a Europa desde Filipinas, sino que también posicionan a Manila como un hub crucial para los viajeros que buscan explorar diversas capitales europeas.

Tendencias y previsiones.

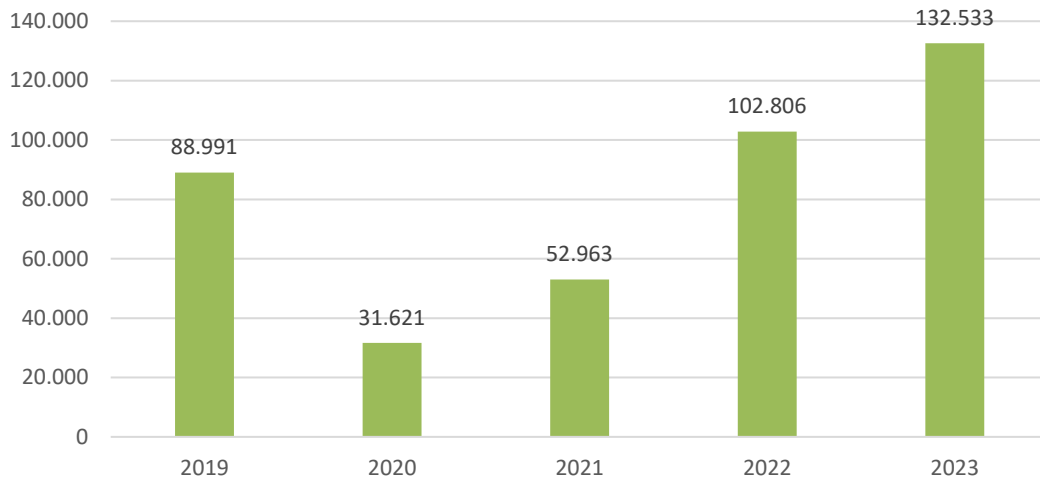
8

Para el año 2024, se anticipa un incremento del 6% en el poder adquisitivo de los consumidores filipinos, según el Informe Fitch. Los viajeros filipinos emisores están enfocados en buscar experiencias únicas y desafiantes en destinos seleccionados, dispuestos a invertir significativamente en sus viajes para compartir estas vivencias en redes sociales y medios de comunicación, como señalan Miki Travel y Kuoni. Con la inflación reduciéndose al 3.9% en enero de 2024 y proyectada a desacelerarse más en la primera mitad del año, se espera un impulso adicional al crecimiento socioeconómico, potencialmente mejorando aún más el poder adquisitivo de los filipinos, según el Asian Development Bank. Además, se anticipa que las aerolíneas del Medio Oriente incrementen sus frecuencias hacia Europa desde Filipinas, lo que podría abrir nuevas oportunidades de viaje de larga distancia para los filipinos, aunque las barreras relacionadas con los visados Schengen siguen siendo un factor a considerar.

ANÁLISIS DEL MERCADO EMISOR HACIA ESPAÑA

Evolución de las entradas de turistas en España desde 2019

Evolución número de llegadas



Fuente: Frontur, INE.

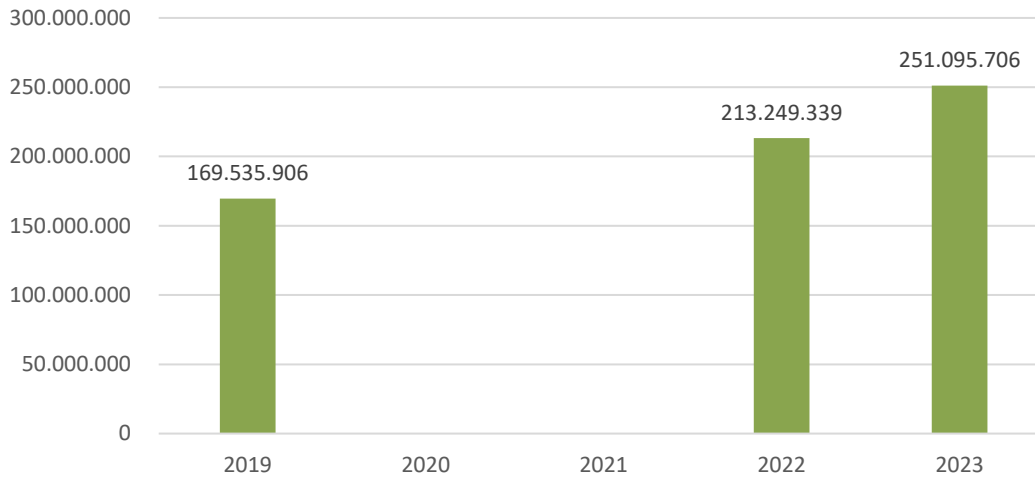
En 2019, antes de la pandemia, España recibió 88.991 turistas filipinos. Esta cifra disminuyó significativamente en 2020 a 31.621 debido a las restricciones de viaje y cierres fronterizos impuestos por la pandemia de COVID-19. Sin embargo, hubo una recuperación notable en 2021 con 52.963 llegadas, mostrando una tendencia de recuperación a medida que las restricciones comenzaron a aliviarse.

Para 2022, las llegadas de turistas filipinos se incrementaron considerablemente a 102.806, marcando un fuerte retorno a los niveles pre-pandémicos e incluso superándolos. Este crecimiento continuó en 2023, alcanzando un total de 132.533 llegadas.

Este aumento en las llegadas de turistas filipinos a España en los últimos años refleja tanto la recuperación del sector turístico global después de los impactos de la pandemia como un creciente interés de los viajeros filipinos por España como destino turístico, superando los niveles del 2019.

Evolución del gasto total

Evolución del Gasto del Turista en Euros



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de datos INE (Egatur).

10

En 2019, los turistas filipinos gastaron aproximadamente 169,5 millones de euros durante su estancia en España. En 2022, el gasto de los turistas filipinos aumentó a 213,2 millones de euros, mostrando una recuperación significativa a medida que las restricciones de viaje se aliviaron y el turismo internacional comenzó a recuperarse.

En 2023, el gasto de los turistas filipinos en España continuó creciendo, alcanzando los 251,1 millones de euros. Este aumento en el gasto refleja el aumento en el número de llegadas.

El gasto medio por persona en 2023 fue de 1.894 € para los viajeros filipinos, una cantidad inferior aún a la de 2019.

Destinos más visitados en España

Según los datos de Frontur para 2023, los turistas filipinos prefirieron visitar principalmente Cataluña, seguido de la Comunidad la Comunidad de Madrid, Andalucía y Galicia. Al comparar estos datos de llegadas por comunidades autónomas con registros de años anteriores, destaca que Andalucía ha perdido parte de las cifras del 2022, Cataluña y la Comunidad de Madrid siguen en aumento, y Galicia ha crecido exponencialmente probablemente debido al turismo religioso.

Capacidades aéreas.

No existen rutas directas entre Filipinas y España. Según datos de Forwardkeys, las aerolíneas más utilizadas para viajar a España, que representan más del 65% del mercado, son las aerolíneas del Medio Oriente, destacando Emirates, que ha mantenido la mayor cuota de mercado desde junio de 2023 hasta junio 2024, seguida de Qatar Airways y Etihad.

Alguna de las rutas que ofrecen las aerolíneas se detallan a continuación. China Eastern ofrece una ruta desde Manila a Madrid a través de Pudong, Shanghai. Por su parte, Emirates conecta Manila con Madrid y Barcelona a través de Dubai, mientras que Etihad Airways proporciona vuelos desde Manila a Madrid, Barcelona y Málaga vía Abu Dabi. Qatar Airways ofrece conexiones desde Manila a Madrid, Barcelona y Málaga mediante Doha. Singapore Airlines conecta Manila con Barcelona a través de Singapur, y Turkish Airlines opera vuelos desde Manila a Barcelona, Madrid, Valencia, Málaga y Bilbao vía Estambul.

11

Perfil del turista.

El turista filipino considera a España como un destino fundamental en sus viajes a Europa, influido por los fuertes lazos históricos y culturales entre ambos países. Además, valoran la relación calidad-precio de los productos y servicios españoles, que encuentran más accesibles en comparación con otros destinos europeos más costosos.

Los turistas filipinos que visitan España muestran una clara preferencia por el turismo urbano y las principales ciudades del país en sus itinerarios. Además, disfrutan especialmente de la gastronomía local, explorando mercados locales y tiendas tradicionales durante su estancia.

Los viajeros filipinos que visitan España por motivos religiosos suelen viajar en grupos organizados. Estos paquetes religiosos a menudo incluyen también visitas a Portugal, combinando la experiencia entre ambos países.

Predominan los viajes de ocio 90%, frente a los viajes de negocio 10%. El porcentaje de viajes de ocio es alto en comparación a otros países del sudeste asiático y otros países destino europeos.

La duración de la estancia media en España según datos de ForwardKeys para el periodo enero 2024 mayo 2024 es de 16,8 noches. La estancia media está por encima de la media del sudeste asiático. Y el número de viajeros por grupo es de 5. Es una cifra baja en comparación con otros mercados del sudeste asiático y con otros destinos de Europa.

Los viajeros filipinos están más predispuestos a hacer viajes mono-destino en comparación a datos del sudeste asiático, y la media de países visitados según Oxford Economics es de 1,03 países por viaje, la más baja del Sudeste Asiático.

El tiempo con el que hacen la reserva de viaje según datos de Forwardkeys es de 31 días.

Posicionamiento e imagen de España.

La imagen de España entre los filipinos es extremadamente positiva, impulsada por un profundo conocimiento del país y una afinidad destacada por sus tradiciones y gastronomía. Además, España se ha convertido en el destino europeo predilecto de numerosos celebrities filipinos, incluidos actores y actrices con una gran base de seguidores en plataformas como Instagram. La interacción continua en redes sociales con sus fans, incluso después de la pandemia, ha elevado la percepción de España en Filipinas como un lugar asociado con el glamour y el estilo de vida de los "ricos y famosos". La adquisición de propiedades y el establecimiento de residencia por parte de algunos de estos celebrities, facilitados por la Golden Visa, han generado un notable impacto mediático.

Una tendencia emergente es la celebración de cumpleaños en España, destacándose por la espectacularidad de las celebraciones que se comparten ampliamente en redes sociales. Además, según algunos agentes de viajes emisores, España ha ganado popularidad recientemente como destino favorito para parejas filipinas que viajan en luna de miel.

Comercialización del destino España.

El 59% de los viajes filipinos se realizan a través de canales de distribución directos. El otro 42% se hace a través de agencias de viaje tradicionales, y en un menor porcentaje a través de agencias corporativas y agencias en línea (12%). Durante el periodo de junio 2023 a junio 2024, algunas de las principales agencias emisoras de turistas fueron:

Spectrum Travel and Tours, Inc.: Es una agencia reconocida por sus servicios personalizados y paquetes turísticos que abarcan destinos internacionales, incluyendo España. Se especializan en crear itinerarios que combinan cultura, historia y experiencias gastronómicas.

Horizon Travel & Tours Inc.: Tiene una variedad de opciones para viajar a España, desde visitas culturales en ciudades emblemáticas hasta escapadas personalizadas a destinos menos conocidos.

Pan Pacific Travel Corporation: Ofrecen paquetes exclusivos que incluyen estancias en hoteles de alta gama y acceso a experiencias únicas en España.

Festive Ventures and Travel Management Corp.: Especializada en gestionar viajes grupales y corporativos, Festive Ventures ofrece opciones flexibles para explorar España, adaptadas a las necesidades de sus clientes.

Via Philippines Travel Corporation: Ofrecen una amplia gama de paquetes turísticos que incluyen itinerarios detallados para explorar lo mejor de España, desde Madrid y Barcelona hasta las regiones históricas y gastronómicas del país.

Adventure International Tours Inc.: Con un enfoque en el turismo de aventura y experiencial, esta agencia proporciona opciones emocionantes para descubrir España, ideal para viajeros que buscan más que las atracciones turísticas convencionales.

Rakso Air Travel and Tours, Inc.: Reconocida por sus servicios de alta calidad y atención al cliente, Rakso Air Travel ofrece paquetes turísticos a medida para España, asegurando experiencias memorables y sin complicaciones.

Fiesta Tours & Travel Corp.: Fiesta Tours se destaca por sus paquetes que combinan viajes culturales con actividades de ocio en España, adaptados tanto para individuos como para grupos grandes.

Uni-Orient Travel Inc.: Esta agencia cuenta con una larga trayectoria en el mercado de viajes filipino, ofreciendo paquetes turísticos a España que abarcan desde viajes familiares hasta excursiones de lujo.

Visados.

Los ciudadanos filipinos que deseen viajar a España deben cumplir con los requisitos de visa correspondientes para asegurar un proceso de solicitud exitoso. Esto incluye entender los diferentes tipos de visa disponibles. Los tipos de visa incluyen la de tránsito aeroportuario, visa uniforme (Schengen), turística, de estudio y de trabajo, cada una con requisitos específicos. Se observa una falta de disponibilidad de citas a corto plazo en BLS.

Tendencias y previsiones.

14

Para el año 2024, se anticipa un notable aumento del 54% en el número de personas de alto valor neto (HNI) en Filipinas, lo cual está generando un incremento significativo en los itinerarios de lujo hacia España desde este país (Fuente: Hubbis Wealth Management). Los filipinos tienen una conexión profunda con España debido a los vínculos históricos, lo que impulsa un interés creciente por explorar ciudades y pueblos menos conocidos entre los viajeros filipinos. Motivados por la gastronomía, las compras y los sitios relacionados con santos católicos, este segmento de viajeros está en aumento (Fuente: PTAA). Además, se espera un incremento del 15% en el número de peregrinos para el Camino de Santiago en 2024, reflejando un continuo interés en esta experiencia espiritual (Centro de Peregrinación de Santiago de Compostela).

Por otro lado, las celebridades filipinas continúan eligiendo España para celebrar eventos especiales como cumpleaños y ocasiones importantes. Ellos comparten sus experiencias a través de plataformas como TikTok, Facebook e Instagram, inspirando a más viajeros filipinos a realizar viajes repetidos a España (Fuente: PTAA). Los grupos MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) de Filipinas también están aumentando sus viajes a España en 2024, aprovechando la capacidad de hospedaje limitada en otros destinos como Francia y respondiendo a la creciente demanda de viajes de incentivos dentro de las corporaciones locales (Fuente: Kuoni y Miki Travel).

Finalmente, se proyecta que los grupos católicos y cristianos que realizan peregrinaciones marianas desde Filipinas a España se dupliquen este año, impulsados

por factores geopolíticos y conflictos en otras regiones (Fuente: PIATA). Estas tendencias indican un crecimiento significativo en los flujos de viajeros filipinos hacia España en el próximo año, diversificando y fortaleciendo aún más los lazos turísticos y culturales entre ambos países.

CONCLUSIONES Y VALORACIÓN

El mercado emisor de turistas desde Filipinas hacia España muestra una tendencia de crecimiento desde la recuperación post-pandemia. En 2023, las llegadas de turistas filipinos a España alcanzaron los 132.533, reflejando un aumento significativo desde los 31.621 registrados en 2020 durante el pico de la pandemia. Este incremento también se ve reflejado en el gasto total de los turistas filipinos en España, que aumentó a 251,1 millones de euros en 2023, comparado con los 169,5 millones de euros en 2019. Los destinos más visitados por los filipinos en España incluyen Cataluña, Madrid, Andalucía y Galicia, destacándose por su cultura, historia y gastronomía accesible.

15

El posicionamiento de España en Filipinas es altamente positivo, influenciado por una percepción favorable y una creciente presencia en redes sociales.

Para el futuro, se espera un aumento adicional en los viajes hacia España desde Filipinas, impulsado por el crecimiento económico, el interés en experiencias únicas y la continuación de tendencias como el turismo religioso y los viajes de lujo.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

