

INFORME BÁSICO DEL MERCADO TURÍSTICO EMISOR



SINGAPUR 2024 Informe Básico del Mercado

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Consejería de Turismo de España en Singapur

NIPO: 219-24-018-5

Junio 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: 6,1 millones (Fondo de Población de las Naciones Unidas 2024, UNFPA)

Superficie: 719,9 km². Situado a 137 km al norte del ecuador. Más del 60% de su superficie está urbanizada (Banco Mundial). El resto del terreno se utiliza para parques naturales, pantanos y áreas verdes.

Capital: Singapur.

Idioma: Los idiomas oficiales de Singapur son el inglés, el malayo, el mandarín y el tamil. Sin embargo, la administración opera principalmente en inglés.

4

Moneda: Dólar de Singapur (SGD). Tipo de cambio promedio 2023:1 €=1,45 SGD.

Religión: Singapur es una república laica de carácter multirracial y multirreligioso, donde conviven diversas religiones como el budismo, el islam, el hinduismo y el cristianismo.

Según el Banco Mundial, Singapur es una economía de altos ingresos con un ingreso nacional bruto per cápita de 70.810 dólares estadounidenses en 2023. El país ofrece uno de los entornos regulatorios más favorables del mundo para los emprendedores locales y se encuentra entre las economías más competitivas a nivel mundial.

En 2023, el crecimiento económico general de Singapur fue del 1,1%. El sector de la construcción lideró el crecimiento de las industrias productoras de bienes con un aumento del 5,2% interanual, impulsado por la expansión de proyectos tanto públicos como privados. Las industrias de servicios registraron un crecimiento generalizado, destacándose el sector de alojamiento con un 12,1% interanual y el de información y comunicaciones con un 5,7% interanual, debido a la fuerte llegada de visitantes internacionales y la alta demanda de servicios de alojamiento de datos. Se espera que el crecimiento económico sea moderado en 2024, con una previsión del gobierno de entre 1,0% y 3,0%.

En febrero de 2021, Singapur lanzó el "Plan Verde de Singapur 2030", un movimiento nacional para avanzar en la agenda de desarrollo sostenible del país. El Plan Verde establece objetivos ambiciosos y concretos para la próxima década, reforzando los compromisos de Singapur con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de la ONU y el Acuerdo de París, y posicionando al país para alcanzar emisiones netas cero para 2050.

En el Índice de Capital Humano del Banco Mundial más reciente, Singapur ocupa el primer lugar mundial en desarrollo de capital humano. Esto significa que un niño nacido hoy en Singapur será un 88% tan productivo en su vida adulta como si recibiera educación completa y gozara de plena salud. Junto con un fuerte apoyo financiero del gobierno, el país continúa fortaleciendo la flexibilidad y adaptabilidad de su fuerza de trabajo a través de la educación continua, como la iniciativa Skillsfuture. El gasto gubernamental en educación continua alcanza los 0,9 mil millones de dólares singapurenses anualmente.

5

Según la Autoridad Monetaria de Singapur (MAS), se prevé que la economía local experimente una aceleración en su crecimiento para el año 2024, acompañada de una marcada reducción en la tasa de inflación. Este pronóstico optimista se fundamenta en la recuperación esperada de la demanda de exportaciones y en la estabilidad proyectada de las tasas de interés por parte de la Reserva Federal. Además, se anticipa que el próximo año será crucial para la expansión financiera de Singapur, con una proyección de crecimiento del PIB alrededor del 2,3%. Respecto a la inflación, se estima que la tasa general será del 3,4%, mientras que la inflación subyacente promediará aproximadamente el 4%.

El Ministerio de Comercio e Industria de Singapur (MIT), por otro lado, prevé que el gasto del consumidor experimente una recuperación más sólida en la segunda mitad de 2024, gracias a una mejora gradual en la confianza del consumidor y a los recortes anticipados en las tasas de interés por parte del Banco Central Europeo, a medida que se alivian las presiones inflacionarias.

En conclusión, el dinámico panorama económico de Singapur, respaldado por su alto producto interior bruto per cápita y un entorno regulatorio propicio para los emprendedores, promete generar un impacto significativo en el sector turístico. Con proyecciones optimistas de crecimiento y una robusta infraestructura de servicios en expansión, como el sector de alojamiento y comunicaciones, el país se posiciona como un destino atractivo para visitantes internacionales. Además, el compromiso de Singapur con el desarrollo sostenible a través del "Plan Verde 2030" fortalece su imagen global y refuerza su potencial para atraer inversiones y aumentar el gasto turístico en

un 25% para este 2024 en relación a los datos del 2023 proporcionados por Oxford Economics.

Perfil del turista.

La encuesta "Rebuild Travel Survey" de Amadeus realizada en 2021 reveló que casi la mitad de los singapurenses (46%) planeaban gastar más dinero en viajes internacionales en los próximos 12 meses. Se esperaba que gastaran en promedio \$3,468 SGD en viajes al extranjero, similar a lo gastado en 2019 (\$3,547 SGD). Los viajes internacionales eran una prioridad más alta que salir a comer (37%), viajar dentro del país (33%), suscripciones en línea (31%), ropa nueva (29%) y artículos de alto costo como un coche nuevo o muebles (24%). En 2023, según datos de Oxford Economics, el gasto total del turismo emisor en Singapur fue un 42% más elevado en comparación con 2022.

6

La preferencia de los singapurenses por los viajes internacionales es mayor que en Alemania (44%), Francia (39%) y Estados Unidos (37%). Una gran mayoría (94%) prefiere opciones de pago a plazos como "Comprar Ahora, Pagar Después", y el 57% utilizará tarjetas de crédito. Más de dos tercios (66%) planean usar puntos de fidelidad acumulados para pagar sus viajes.

Los grupos normalmente optan por tours en inglés y/o chino, reservados a través de agentes de viaje por teléfono o en ferias. Los viajeros independientes buscan cada vez más destinos nuevos influenciados por las redes sociales, prefieren reservar en línea y son más cuidadosos con el presupuesto, gestionando ellos mismos todos los gastos. Los viajeros de lujo prefieren grupos pequeños y desean que todo esté organizado para ellos, generalmente reservando a través de un agente de viajes, buscando experiencias como cenas gourmet y destinos inusuales.

Según el último estudio de la ETC, las principales motivaciones de los singapurenses para viajar a Europa son el buen clima y el cambio experimentado en las estaciones, la diversidad de experiencias y actividades, la belleza del paisaje y el entorno, así como los monumentos históricos y culturales.

La mayoría de los viajes se realizaron por motivos de ocio, seguidos por un alto porcentaje de viajes de negocios y visitas a familiares y amigos.

Los períodos de vacaciones escolares, como mayo y junio, y noviembre y diciembre, son los más frecuentes para viajes, especialmente para familias. Otras fechas importantes

incluyen el Año Nuevo Chino (enero y febrero), Hari Raya Puasa (mayo) y el Día Nacional (9 de agosto).

Singapur también cuenta con una población no residente considerable de aproximadamente 1,64 millones de personas, compuesta principalmente por profesionales expatriados y trabajadores extranjeros. El grupo de profesionales, con ingresos altos, suele viajar frecuentemente por la región durante su estancia en Singapur. Tanto los singapurenses como los expatriados están entre los viajeros más frecuentes a nivel global, siempre buscando nuevos destinos y experiencias. Los millennials, en particular, son más aventureros en sus elecciones de destinos y actividades, y en los próximos cinco años, se espera que su capacidad de gasto impulse el crecimiento del sector turístico.

Skyscanner identificó tres tipos de viajeros para 2024 en su reciente publicación: los “Aventureros Analógicos”, que prefieren viajes sin dispositivos digitales, usando cámaras tradicionales; los “Viajeros Festivos”, que viajan en grupo para celebrar eventos especiales; y los “Buscadores de Lujo por Menos”, que buscan opciones de lujo dentro de su presupuesto.

7

Destino de viajes preferentes.

Singapur, reconocido como un centro financiero y comercial líder en Asia, cuenta con una población diversa caracterizada por su alto poder adquisitivo y una notable preferencia por los viajes internacionales. En el siguiente gráfico se detallan los principales destinos preferidos por los singapurenses.

Nº	Principales destinos 2023	Principales destinos 2022	Principales destinos 2019
1	Malasia	Malasia	Malasia
2	Indonesia	Indonesia	Indonesia
3	Tailandia	Tailandia	China
4	Japón	Australia	Tailandia
5	Taiwán	Reino Unido	Japón

Fuente: GlobalData y OMT.

Los principales destinos para los singapurenses han mostrado cierta consistencia en los últimos años. En 2023, los destinos más visitados fueron Malasia, Indonesia, Tailandia, Japón y Taiwán. Malasia sigue siendo el destino más popular debido a su cercanía,

facilidad de acceso y similitud cultural, lo que lo convierte en una opción ideal para escapadas cortas, así como visitas a familiares. Indonesia también mantiene su atractivo con sus playas exóticas y rica herencia cultural. Tailandia es conocida por su vibrante vida nocturna, deliciosa gastronomía y opciones de turismo médico. Japón se destaca por su mezcla única de tradición y modernidad, así como por sus avances tecnológicos y su excelente oferta culinaria. Taiwán, una nueva entrada en la lista de 2023, atrae a los viajeros con su rica cultura, mercados nocturnos y hermosos paisajes y las fuertes campañas de promoción llevadas a cabo.

En 2022, además de Malasia, Indonesia y Tailandia, Australia y el Reino Unido también fueron destinos preferidos, reflejando una tendencia hacia viajes más largos y posiblemente relacionados con visitas a familiares y amigos, así como oportunidades de estudio y trabajo. En 2019, China estaba entre los principales destinos, mostrando la fuerte conexión económica y cultural entre Singapur y China, además del atractivo turístico de sus ciudades históricas y modernas. Japón también figuraba entre los favoritos en 2019, por razones similares a las de 2023. Estos cambios en los destinos preferidos reflejan tanto las tendencias de viaje como las influencias externas, como la pandemia y las aperturas de fronteras.

8

Según el informe de GlobalData, dentro de los diez países más visitados por los viajeros de Singapur en 2023 se encuentra también China, Australia, Corea del Sur, Vietnam y Hong Kong.

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

Canales de comercialización.

Los canales de comercialización de viajes han evolucionado significativamente para adaptarse a las cambiantes preferencias y tecnologías emergentes en la industria del turismo. Desde la creciente influencia de las agencias de viajes tradicionales y mayoristas como ASA Holidays, Chan Brothers y Dynasty Travel, hasta la prominencia de las agencias de viajes en línea (OTAs) como Agoda, Expedia y Traveloka, el mercado ofrece una amplia gama de opciones para los viajeros. La integración de plataformas digitales y el aumento de las opciones de reserva en línea han simplificado el proceso de planificación de viajes, mientras que las agencias corporativas como BCD Travel y Global Business Travel continúan ofreciendo soluciones especializadas para viajes de negocios.

Los principales mayoristas y grandes agentes de viaje son:

ASA Holidays: Conocida por ofrecer una amplia gama de paquetes turísticos que incluyen destinos internacionales populares.

Chan Brothers: Ofrece servicios completos de viaje que van desde tours grupales hasta cruceros y paquetes personalizados.

Commonwealth Travel: Especializada en viajes corporativos y de ocio, con enfoque en soluciones personalizadas para viajeros exigentes.

Dynasty Travel: Ofrece tours exclusivos y paquetes de vacaciones familiares, destacándose por su servicio al cliente y atención a los detalles.

TTC Travel Corporation: destaca por su experiencia y capacidad para proporcionar servicios de viaje personalizados y de alta calidad.

9

Jetabout Holidays: Conocida por sus ofertas de vacaciones a destinos exóticos y aventuras de lujo, adaptadas a diferentes presupuestos.

Apple Vacations Singapore: Ofrece paquetes turísticos a destinos en Asia y más allá, incluyendo vuelos, alojamiento y actividades.

Por otro lado, las principales agencias de viajes en línea (OTAs):

Agoda: Plataforma popular para reservas de alojamiento en línea con una amplia selección global.

Cheaptickets: Especializada en la búsqueda de vuelos económicos y ofertas de viaje competitivas.

Expedia: Ofrece una gama completa de servicios de viaje que incluyen vuelos, hoteles, alquiler de coches y actividades.

Flight Centre: Proporciona servicios de viaje personalizados con asesoramiento experto para itinerarios complejos.

Tripzilla: Ofrece inspiración y ofertas de viaje, incluyendo destinos y actividades populares entre los viajeros singapurenses.

Zuji: Ofrece una amplia selección de vuelos, hoteles y paquetes de vacaciones con opciones flexibles de reserva en línea.

Traveloka: Plataforma que permite a los usuarios buscar y reservar vuelos y hoteles con facilidad, con enfoque en el mercado asiático.

Otras Agencias y Grupos de Viajes Corporativos:

LIGHT CENTRE TRAVEL GROUP LIMITED: Ofrece servicios de viaje integrados y soluciones personalizadas para clientes corporativos y de ocio.

GBT TRAVEL SERVICES UK LTD: Proporciona gestión de viajes corporativos con un enfoque en servicios globales y soporte local.

10

BCD TRAVEL SINGAPORE PTE LTD: Especializada en viajes corporativos, proporcionando soluciones de gestión de viajes eficientes y personalizadas.

CWT UK GROUP LTD: Ofrece servicios de gestión de viajes corporativos a nivel global, incluyendo reservas de hoteles y logística de viajes.

UOB Travel Planners Pte Ltd: Parte del grupo bancario UOB, ofrece servicios de viaje que van desde paquetes turísticos hasta soluciones de viaje corporativo.

Global Business Travel Pte. Ltd.: Proveedor de servicios de gestión de viajes corporativos enfocado en optimizar costos y satisfacción del cliente.

Corporate Travel Management (S) Pte. Ltd.: Especializada en servicios de gestión de viajes corporativos, ofreciendo soluciones adaptadas a las necesidades empresariales.

Situación de la conectividad aérea general.

De acuerdo a las estadísticas proporcionadas por el Aeropuerto Internacional Changi Airport de Singapur, en 2023 se registraron 58,9 millones de pasajeros. Una cifra aún por debajo de los datos del 2019, pero que supone una recuperación del 82% respecto al 2022.

En la lista de los 50 aeropuertos más transitados en 2023 elaborado por OAG, el Aeropuerto Changi de Singapur (SIN) ocupa el quinto lugar, avanzando tres posiciones respecto al listado del año 2022. El Aeropuerto Changi de Singapur también fue nombrado Mejor Aeropuerto del Mundo en 2023 en los World Airport Awards. Este reconocimiento premia la calidad del servicio al cliente, la limpieza, las comodidades, la eficiencia de los procesos, los medios de transporte y accesibilidad y la experiencia en general de los pasajeros.

El Aeropuerto de Changi sirve a más de 100 aerolíneas que vuelan a 400 ciudades en más de 100 países y territorios en todo el mundo.

Singapur se posiciona como un importante centro de conexión aérea entre Asia y Europa, ofreciendo una amplia gama de vuelos directos a diversas ciudades europeas. Aerolíneas líderes como Air France, British Airways, Finnair, Singapore Airlines, KLM Royal Dutch Airlines, Lufthansa, Scoot y Swiss International Air Lines operan rutas directas desde el Aeropuerto Changi de Singapur hacia destinos clave como París, Londres, Helsinki, Fráncfort, Ámsterdam, Zúrich, Múnich, Barcelona, entre otros. Estas conexiones no solo garantizan una conectividad eficiente para los viajeros de negocios y turistas, sino que también ofrecen opciones convenientes para explorar y disfrutar de las culturas y atracciones europeas desde Asia.

La infraestructura aeroportuaria avanzada de Singapur, combinada con la reputación de las aerolíneas por su servicio de alta calidad y eficiencia, posiciona a la ciudad como un nodo estratégico para viajar entre continentes.

Tendencias y previsiones.

Singapur lleva experimentando un aumento excepcional en los viajes internacionales desde 2022, con las salidas incrementándose en 5,2 millones en 2022 y el gasto elevándose a 15,29 mil millones USD en 2022. Manteniendo esta trayectoria positiva, en 2023, 9,4 millones de singapurenses viajaron al extranjero, según los datos de GlobalData.

Según un estudio de Google, Temasek y Bain & Company de noviembre de 2022, el 52% de los singapurenses planeaban viajar internacionalmente en 2023, frente al 39% en 2022, liderando en intención de viaje en comparación con malasios y vietnamitas.

Una encuesta de Skyscanner muestra cómo el interés por viajar de los singapurenses se ha recuperado significativamente. El informe de Tendencias de Viaje 2024 mostró

que el 87% de los singapurenses planean realizar al menos el mismo número de viajes al extranjero en 2024 que en 2023, y casi la mitad ha presupuestado gastar más en viajes. Japón, tras levantar las restricciones por COVID-19 en octubre de 2022, se convirtió en el destino más popular, con Osaka, Fukuoka, Sapporo y Nagoya entre los principales destinos.

Por otro lado, existe una creciente oportunidad para el desarrollo de experiencias de viaje sostenibles y respetuosas con el medio ambiente, conforme los viajeros se vuelven más conscientes de su impacto ambiental. La integración de prácticas sostenibles en las ofertas de viaje podría representar una ventaja competitiva.

Además, hay una demanda en aumento por experiencias únicas y locales. Los viajeros buscan experiencias culturales inmersivas, lo que proporciona una oportunidad para que los actores del mercado desarrollen y promuevan este tipo de ofertas.

El segmento de viajes de lujo también presenta una oportunidad significativa. Con el aumento de personas con alto patrimonio neto, se espera un aumento en la demanda de experiencias de viaje de lujo, que incluyen alojamientos premium y servicios personalizados.

12

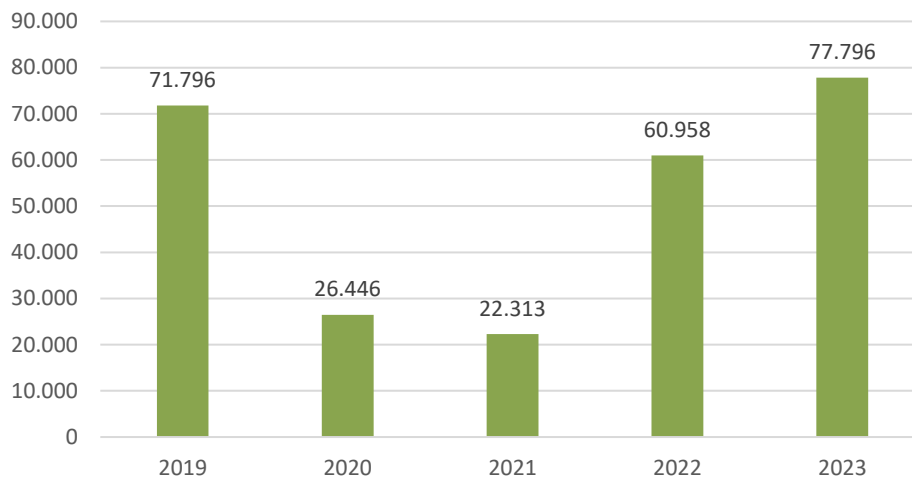
Paralelamente, Singapur está experimentando una transformación impulsada por la tecnología y los cambios en las preferencias de los consumidores. Una tendencia destacada es el crecimiento del viaje "bleisure", donde los viajeros combinan negocios con ocio, dedicando más tiempo a explorar la cultura local y las atracciones. Esta práctica no solo refleja un deseo creciente de equilibrio entre trabajo y vida personal, sino que también impulsa el mercado de viajes al aumentar la duración de las estancias y el gasto asociado.

Simultáneamente, la economía gig está alterando el panorama de los viajes de negocios, con más profesionales autónomos optando por viajar para cumplir con compromisos laborales. El uso generalizado de plataformas digitales y el trabajo remoto han facilitado viajes más cortos y frecuentes, necesarios para reuniones con clientes y participación en eventos profesionales. La integración de tecnología avanzada, como aplicaciones móviles y reuniones virtuales, optimiza la gestión de viajes al permitir recomendaciones personalizadas y una mayor eficiencia operativa, mejorando la experiencia global del viajero.

ANÁLISIS DEL MERCADO EMISOR HACIA ESPAÑA

Evolución de las entradas de turistas en España desde 2019

Número de llegadas 2019-2023

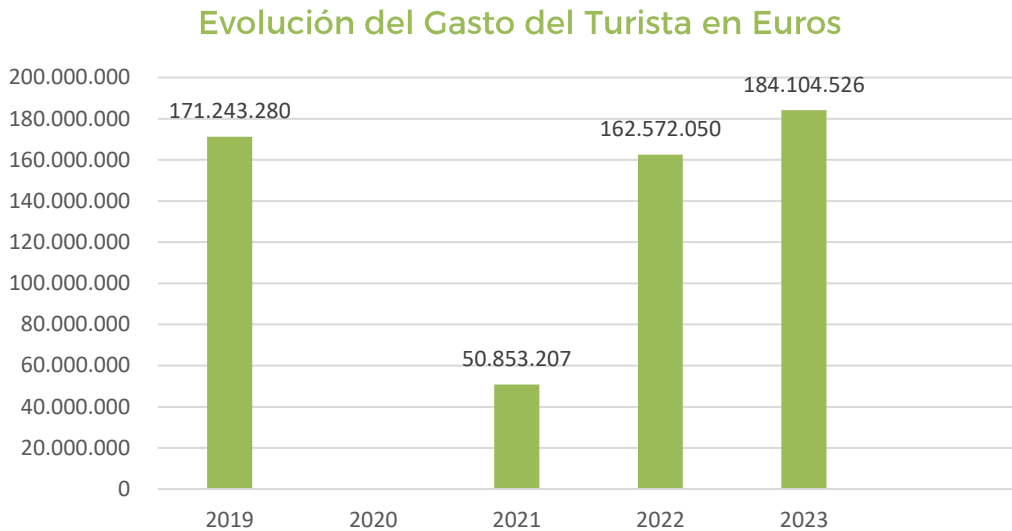


Fuente: Frontur, INE.

Los datos revelan fluctuaciones significativas en las llegadas de turistas desde Singapur a España durante los últimos cinco años. En 2019, se registraron 71.796 llegadas, seguidas de una drástica caída en 2020 a 26.446, -63%, debido a las restricciones de viaje y cierres por la pandemia de COVID-19. En 2021, las llegadas continuaron descendiendo a 22.313, reflejando el prolongado impacto de la pandemia en los viajes internacionales. Sin embargo, hubo una recuperación notable en 2022 con 60.958 llegadas y un incremento del 27,6% en 2023, señalando una sólida recuperación y un aumento en la demanda de viajes desde Singapur hacia España.

Estas variaciones pueden atribuirse a múltiples factores. El impacto inicial de la pandemia generó restricciones severas en los viajes globales, explicando las caídas en 2020 y 2021. La mejora gradual en 2022 y 2023 sugiere una recuperación en las condiciones sanitarias y una mayor confianza en los viajes internacionales. Factores económicos, como las fluctuaciones en las tasas de cambio y las condiciones comerciales, también jugaron un papel crucial en las variaciones observadas. Además, las estrategias de promoción turística tanto de España como de Singapur han contribuido a revitalizar el interés por los destinos españoles entre los viajeros de Singapur.

Evolución del gasto total



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de Egatur, INE.

El gasto total de los turistas singapurenses en España ha experimentado variaciones significativas en los últimos años, reflejando fluctuaciones en las condiciones económicas globales. En 2019, el gasto alcanzó los 171.243.280 euros, destacándose como un año robusto para el turismo singapurense en España. Sin embargo, la pandemia de COVID-19 y las restricciones de viaje globales impactaron severamente el sector turístico en 2020 y 2021, reduciendo el gasto a 50.853.207 euros en 2021.

Para el año 2022, hubo una notable recuperación con un aumento significativo en el gasto, alcanzando los 162.572.050 euros, indicando una progresiva recuperación a medida que las restricciones de viaje se relajaban y la confianza de los viajeros retornaba. En 2023, el gasto continuó su tendencia positiva, alcanzando los 184.104.526 euros, lo que sugiere una recuperación continua y un creciente interés por parte de los turistas singapurenses en visitar España.

Estos datos reflejan una evolución marcada por la crisis de la pandemia seguida de una gradual recuperación, destacando la resiliencia del mercado turístico y la capacidad de adaptación tanto de los destinos como de los viajeros singapurenses frente a las adversidades globales. La tendencia positiva observada en 2022 y 2023 sugiere un

potencial continuo para el crecimiento del turismo proveniente de Singapur hacia España, respaldado por estrategias efectivas de recuperación y promoción turística.

El gasto medio por persona ha incrementado en un 14,4% en 2023 respecto a las cifras de 2019, siendo en 2023 3.251 €.

Destinos más visitados en España

Según los datos de Frontur para 2023, los turistas de Singapur prefirieron visitar principalmente Cataluña, seguido por la Comunidad de Madrid y Andalucía. Al comparar los datos de visitantes por comunidades autónomas con registros de años anteriores, destaca que el número de llegadas a Andalucía ha decrecido un 61% en comparación con los datos del 2022 y que las llegadas a la Comunidad de Madrid han aumentado un 147%.

Capacidades aéreas.

15

La capacidad aérea entre Singapur y España tiene una red diversa de conexiones directas y vuelos con escala en hubs estratégicos alrededor del mundo. Aerolíneas destacadas como Singapore Airlines, Qatar Airways, Emirates, Lufthansa, Etihad Airways, Swiss International Air Lines, Turkish Airlines, Air France, KLM Royal Dutch Airlines, y otras han sido fundamentales en las rutas más utilizadas entre junio de 2023 y junio de 2024. Por ejemplo, Singapore Airlines ofrece vuelos directos desde Singapur a Barcelona, garantizando accesibilidad directa entre ambos destinos.

Desde el 3 de junio de 2023 Singapore Airlines, vuela regularmente sin paradas entre Barcelona y Singapur. Desde Singapur hacia Barcelona los vuelos salen los jueves y domingos, saliendo a las 11:35 PM y llegando a Barcelona a las 6:55 AM del día siguiente. Para el viaje de regreso, los vuelos salen de Barcelona los lunes y viernes al mediodía, aterrizando en Singapur a las 6:55 AM del día siguiente. Esta conexión está prevista hasta el mes de octubre.

Además, aerolíneas como Emirates conectan Singapur con España a través de escalas en Dubái, además Qatar Airways y Etihad Airways conectan Doha y Abu Dabi, respectivamente, antes de llegar a destinos como Barcelona, Madrid y Málaga. Finnair y Swiss International Air Lines también juegan un papel crucial al conectar Singapur con España a través de Helsinki y Zúrich, respectivamente, con opciones adicionales como Alicante, Valencia y Palma.

La presencia de hubs como Ámsterdam con KLM Royal Dutch Airlines y Estambul con Turkish Airlines amplía aún más las opciones, enlazando Singapur con ciudades

españolas como Madrid, Barcelona, Málaga y Bilbao. Estas conexiones no solo aumentan la accesibilidad entre ambos países, sino que también fomentan el turismo.

Perfil del turista.

Predominan los viajes de ocio (81%), frente a los viajes de negocio (19%). Aun así el porcentaje de viajes de negocio es alto en comparación a otros países del sudeste asiático.

La duración de la estancia media en España según datos de ForwardKeys para el periodo enero 2024 mayo 2024 es de 10,4 noches. La estancia media está por encima de la media del sudeste asiático. Y el número de viajeros por grupo es de 6,4. Es una cifra baja en comparación con otros mercados, y generalmente predominan los viajeros individuales o en parejas.

Los viajeros singapurenses están más predispuestos a hacer viajes mono-destino en comparación a datos del sudeste asiático, aunque 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 30 días.

Posicionamiento e imagen de España.

La imagen de España en Singapur es positiva, destacándose por su gastronomía, riqueza cultural, y emergiendo como un destino popular para el diseño y las compras. Sin embargo, no está consolidado como un referente en términos de variedad de paisajes o como destino para el invierno, siendo otros países competidores más conocidos para estos fines. Se ha mencionado repetidamente, tanto por turistas y operadores como en artículos de prensa, la preocupación por casos de hurtos en las grandes ciudades. También se han reportado críticas sobre el servicio en los aeropuertos respecto a la devolución del IVA.

Comercialización del destino España.

El 63% de los viajes singapurenses se realizan a través de canales de distribución directos. El otro 37% se hace a través de agencias de viaje tradicionales, agencias corporativas y un menor porcentaje agencias en línea (14%). Durante el periodo de junio 2023 a junio 2024, algunas de las principales agencias emisoras de turistas fueron:

Flight Centre Travel Group Limited: Este grupo ofrece una amplia gama de servicios que incluyen vuelos, alojamiento, cruceros y tours a destinos internacionales como España. Con una red global, proporciona opciones personalizadas para viajeros individuales, familias y grupos.

GBT Travel Services UK Ltd: Sus servicios incluyen gestión de viajes, reservas de hoteles y programas de incentivos, adaptados a las necesidades específicas de los viajeros de negocios que visitan España.

BCD Travel Singapore Pte Ltd: Sus soluciones están diseñadas para optimizar la eficiencia y reducir costos para las empresas que envían empleados a España y otros destinos internacionales.

Corporate Travel Management (S) Pte. Ltd.: Su enfoque está en proporcionar soluciones eficientes y rentables para empresas con operaciones en España y otros países.

Global Business Travel (Singapore) Pte. Ltd.: Proporciona servicios de gestión de viajes corporativos, enfocándose en maximizar la comodidad y la productividad de los viajes de negocios a España.

UOB Travel Planners Pte Ltd: Parte del Grupo United Overseas Bank, UOB Travel Planners ofrece servicios completos de viaje que incluyen reservas de vuelos, alojamiento y paquetes turísticos a destinos europeos como España.

Pacific Arena Private Limited: Especializada en gestión de viajes de ocio y corporativos, Pacific Arena ofrece servicios personalizados que incluyen reservas de vuelos, alojamiento y actividades en España.

Visados.

Los ciudadanos singapurenses pueden ingresar a España sin visa por períodos de hasta tres (3) meses. Cualquier estadía propuesta por períodos más largos de tres (3) meses para empleo o estudio requiere la visa correspondiente.

Tendencias y previsiones.

Según las agencias de viajes de Singapur, el interés por España ha crecido considerablemente. Las grandes agencias han solicitado formación a la consejería para preparar a su personal de cara a las ferias de viaje que tuvieron lugar en el primer trimestre del año. Estas agencias y operadores continúan ofreciendo tours tradicionales, pero están empezando a incluir circuitos que exploran más allá de las ciudades estándar, siempre limitando las conexiones aéreas para facilitar la logística.

La formación específica ofrecida por la consejería ha despertado un gran interés entre el personal de agencias de viaje de alto segmento y para viajes a medida. Estas agencias buscan experiencias únicas tanto en destinos tradicionales como en nuevos lugares menos conocidos por el público general de Singapur, donde ser los "primeros" en explorar tiene un alto valor.

Se observa un creciente interés en los viajes mono destino a España, apoyados activamente por la consejería. Los paquetes combinados de España y Portugal, y en algunos casos con Marruecos, continúan siendo populares tanto para grupos como para viajeros independientes (FIT). Portugal, aunque no tiene oficina en Singapur, está activamente presente a través de su Embajada y en eventos clave como la participación en la ILTM Asia Pacífico con 30 empresas portuguesas.

En cuanto a las previsiones, parece que los precios aéreos y los costos adicionales por la inflación no están frenando los viajes desde Singapur por el momento. Sin embargo, algunos operadores mencionan que la falta de conductores para servicios de autobuses y traslados podría ser un factor limitante.

Es relevante destacar que Asia, incluyendo China y Japón con un yen débil, está completamente abierta al turismo, lo que puede influir en que muchos viajeros opten por destinos cercanos por motivos familiares o de vacaciones post-pandemia. Estos destinos están ofreciendo promociones y descuentos significativos para atraer demanda y recuperar ingresos turísticos perdidos.

El sector de viajes MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) continuará operando hacia destinos de larga distancia como España y otras partes de Europa, aunque en grupos más reducidos de entre 30 a 50 personas, en lugar de cientos.

Concluyendo, para el año 2024 se anticipa un aumento en las consultas desde Singapur específicamente sobre las regiones del norte de España, el Camino de Santiago y

Baleares, indicando un creciente interés y oportunidades para el turismo español en el mercado singapurense.

CONCLUSIONES Y VALORACIÓN

Singapur destaca como una economía robusta y dinámica en el contexto global, impulsada por su alto ingreso per cápita, un entorno regulatorio favorable y una fuerte orientación hacia la innovación y el desarrollo sostenible. Con un crecimiento económico moderado pero estable proyectado para 2024, el país continúa fortaleciendo sectores clave como la construcción y los servicios, anticipando una recuperación económica.

El compromiso de Singapur con la sostenibilidad a través del "Plan Verde 2030" no solo refuerza su posición como líder en desarrollo humano, sino que también subraya su compromiso con la mitigación del cambio climático y la creación de un entorno empresarial sostenible. Este enfoque no solo atrae inversiones internacionales, sino que también impulsa el turismo al promover un destino más atractivo y responsable y se filtra en las preferencias de los viajeros.

El sector del turismo emisor de Singapur muestra una notable recuperación, con un aumento significativo en el gasto y las salidas de turistas en los últimos años. Los singapurenses, conocidos por su alta propensión a viajar y su interés en experiencias de lujo y sostenibles, continúan siendo un mercado emisor clave para destinos internacionales como España, apoyado por la única red de conectividad aérea en la zona y una variedad de opciones de viaje adaptadas a diferentes preferencias y presupuestos.

En cuanto a los destinos preferidos, países cercanos como Malasia e Indonesia siguen siendo opciones populares debido a su proximidad y afinidad cultural, mientras que destinos más lejanos como Japón y Europa ganan terreno gracias a sus atractivos culturales, naturales y gastronómicos. Esta diversidad de preferencias refleja la capacidad de Singapur para adaptarse a las cambiantes tendencias de viaje y satisfacer las demandas de un mercado diverso y exigente.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 