

Estará operada por Singapore Airlines y contará con cinco frecuencias semanales, a partir del 26 de octubre

La Comunidad de Madrid consolida su estrategia turística en Asia con una nueva conexión con Singapur

- Enlazará la región con más de 100 ciudades del sudeste asiático, Oceanía y el subcontinente indio
- Se suma a las rutas directas con Tokio, Doha y nueve destinos chinos abiertos en los últimos tres años en el marco de Madrid Turismo by IFEMA Madrid

8 de mayo de 2026.- La Comunidad de Madrid continúa fortaleciendo su estrategia de conectividad área internacional con la incorporación de un enlace directo con Singapur operado por Singapore Airlines, que comenzará a funcionar el próximo 26 de octubre con cinco frecuencias semanales. La compañía asiática retomará así su presencia en la capital después de dos décadas.

Con un impacto económico estimado de 265 millones de euros, unirá la región con el aeropuerto de Changi, considerado el cuarto del mundo por capacidad de asientos internacionales. Esta infraestructura facilitará el acceso a más de un centenar de destinos del sudeste asiático, Oceanía y el subcontinente indio, reforzando el posicionamiento de Madrid como puerta de entrada al sur de Europa y referente dentro de la aviación mundial.

Esta ruta se enmarca en el plan emprendido por la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid e IFEMA Madrid, dentro del modelo de gobernanza público-privada Madrid Turismo by IFEMA Madrid, que ha permitido posicionar a la región entre los principales mercados emisores de turismo asiático. En este sentido, los vuelos a Singapur se suman a las rutas directas abiertas en los últimos tres años con Doha y Tokio, además de los nueve destinos chinos desde Madrid como Pekín, Shenzhen o Wenzhou; uno surcoreano, Seúl; y estacionalmente el tailandés de Bangkok.

Asia se ha convertido en una de las áreas prioritarias para la consolidación del turismo de alto valor en Madrid, gracias a un perfil de visitante con elevada capacidad de gasto, de larga estancia y que permite desestacionalizar el destino. Así, el turista japonés registró en 2025 el mayor gasto medio por persona con 4.033 euros, seguido del chino con 3.797 euros, más del doble que la media.