

INFORME BÁSICO DEL MERCADO TURÍSTICO EMISOR



TURQUÍA 2023 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 Roma

NIPO: **115-23-008-X**

Junio 2023



TABLA DE CONTENIDO

Análisis del mercado turístico en su conjunto

Análisis del mercado emisor hacia España

Conclusiones y valoración de la situación

La finalidad de este documento es ofrecer información básica del mercado turístico global de la República de Turquía y de los flujos hacia España. El informe analiza, partiendo de los indicadores oficiales publicados sobre el turismo receptor, doméstico y emisor, el balance turístico en Turquía durante 2022 ofreciendo previsiones y conclusiones que pretenden ayudar a mejorar el flujo de turistas hacia España.

En este contexto, es importante poner en valor que cuando se inicia este informe, la industria turística se prepara para el verano de 2023 convencida de que será el año para compensar las pérdidas de las últimas temporadas afectadas por el Covid-19 que, al mejorar la situación sanitaria y levantarse las restricciones, parece anticipar cifras próximas al año 2019. Sin embargo, la invasión rusa y la guerra en Ucrania emerge como un importantísimo factor, que amenaza con consecuencias de gran alcance, marcando en muchos casos, las características de la industria no solo durante 2022 sino también a largo plazo, especialmente si tenemos en cuenta que Rusia y Ucrania son actores principales del turismo receptor en Turquía.

4

Nota metodológica: Salvo mención explícita, la fuente utilizada es el Instituto Nacional de Estadística de Turquía (TÜİK), y datos específicos proporcionados por el Ministerio de Cultura y Turismo.

En algunos datos históricos puede apreciarse algunas variaciones ya que las autoridades turcas NO incluyen en sus estadísticas:

- A los turcos que salen por un período superior a 1 año, justificando como razón de su viaje estudios, trabajo, salud etc.
- A los menores de 14 años que están incluidos en los datos totales, pero no en detalles, por ejemplo, alojamiento, motivación, etc.

El destino que recogen las estadísticas de que las personas que viajan con visado Schengen es el país emisor del visado que corresponde, generalmente, con la primera parada.

Es importante tener en cuenta que TÜİK no completó el ciclo turístico de los datos de 2020 afectando al segundo trimestre del año solo se incluyen 9 meses, por lo que en las comparativas han de efectuarse entre años con ciclos completos -de 12 meses- de 2021 y 2019.

Al considerar el “mercado emisor hacia España” se hace la observación que, debido al número de registros en la estadística del INE (fuente utilizada en este apartado) los datos que aporta no son válidos a nivel estadístico, por lo que se emplean para realizar una comparación general.

ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO EN SU CONJUNTO

Características básicas del mercado turco

5

	Población: 85,28 mm (+0,71 vs 2021). Media de edad: 33,5 años (33,1 años 2021).		Entorno político: El presidente Erdogan gana las elecciones por la tercera vez y será presidente hasta 2028.
	Acceso Internet: Usuarios de Internet: 85% de la población (+2,4% vs 2021) Usuarios de Whatsapp: 82% de la población.		Relaciones Internacionales: Turquía continuará desempeñando un papel esencial como mediador en la guerra de ucraniana y el acuerdo sobre el grano y los alimentos. Intenta hacer valer su posición temas críticos (Siria), y trata de evitar una escalada de la guerra o su extensión a otros países.
	Entorno económico: PIB: +5% en 2022. PIB per cápita: 141.508 TYR. Deuda pública 34,8%. Depreciación TYR vs US\$: 35% en 2022. Inflación: 64% en diciembre 2022.		Relaciones U.E: País candidato desde 1999. Difícil avanzar sin resolver los problemas relacionados con la laicidad del Estado, el terrorismo y los refugiados.

	Entorno social: En febrero de 2023, dos devastadores terremotos sacudieron dejando un rastro de destrucción y pérdida de más de 50,000 vidas.		Relaciones con España: En mayo de 2022 se firma protocolo para impulsar las relaciones económicas bilaterales. España ayudó sobre el terreno (UME, Hospital de campaña, etc.) tras el terremoto de febrero 2023.
---	---	---	---

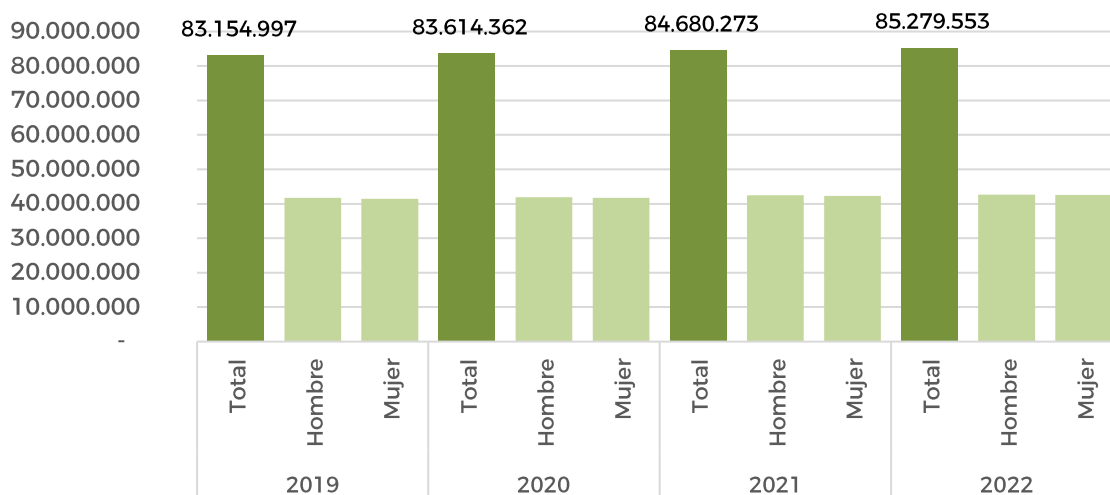
Fuente: TÜİK y elaboración propia

Población

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística de Turquía TÜİK¹ publicado a 6 de febrero de 2023, la población turca aumentó en 600.000 personas hasta alcanzar un total de 85,28 millones de habitantes. El 50,1% son hombres y el 49,9% mujeres. El número de extranjeros se cifra en 1.823.836 un 1,77% más que en 2021.

6

Evolución de la población turca



Fuente: TÜİK y elaboración propia

¹ <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2022-49685>

La tasa de crecimiento de la población fue de 0,71% en 2022. La disminución de las tasas de natalidad y de mortalidad modifican poco la pirámide de población, pero desplazan la edad media, que en 2021 se fijó en 33,1 años, hasta los 33,5 años.

La población en edad laboral, es decir, las personas entre 15 y 64 años, que en 2007 era del 66,5% se acerca al 68% en 2022. Mientras, la proporción de la población de 0 a 14 años disminuye del 26,4% al 22,0%, y la de 65 años y más aumenta del 7,1% al 9,9%.

Se estima que el 93,4% de la población vive en grandes ciudades, y casi el 6,6% lo hace en pueblos y aldeas. En Estambul, donde oficialmente residen el 18,65% de los turcos, la población ha aumentado en más de 67.000 habitantes, para alcanzar 15.907.951 personas, si bien, fuentes no oficiales estiman que, realmente en la ciudad más poblada del país, conviven más de 20 millones de personas. Le siguen: la capital de Turquía, Ankara, Izmir (Esmirna) metrópoli en la costa del Egeo, Bursa una de las ciudades más industrializadas del país ubicada en el noroeste y Antalya, vía de acceso a la región mediterránea. de los cuales un total de son extranjeros

7

Turquía ha sido en los últimos años un refugio seguro para millones de desplazados, aquellos que se lo podían permitir de países de oriente y África en conflicto (fundamentalmente iraquíes y sirios), pero también para otros más ricos, de países occidentales, que han abandonado sus lugares de residencia por la guerra o incluso las sanciones impuestas tras la invasión rusa de Ucrania.

Aunque la población más numerosa de extranjeros residentes en Turquía es la de origen iraquí, con 275.305 personas que forman el 15% de la población extranjera en Turquía, estos, porcentualmente, han experimentado una bajada del 1% comparando con el año 2021. Mientras tanto, la población de origen o nacionalidad rusa aumenta un 126% y alcanza las 151.049 personas (8,3% de la población total de los extranjeros) con los efectos de la guerra de Ucrania. Por la misma razón la población de ucranianos aumentó un 115% y alcanzó las 50.357 personas¹.

La inmigración de personas con capacidad adquisitiva ha provocado un aumento en los precios de las viviendas en Turquía. Los ciudadanos rusos que huyen de la guerra e inversores de Moscú han sido responsables del 1,5% de las compras de vivienda del año 2022 en Turquía, generando un aumento de los precios de sector inmobiliario².

¹ <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2022-49685>

² <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Konut-Satis-Istatistikleri-Aralik-2022-49526>

Situación de la Pandemia

Respecto a la pandemia, cabe mencionar que el número total de fallecidos ha superado los 101.000 (según los datos de ministerio de salud turco) y el total de casos los 17 millones, pero la vacunación masiva (casi 153 millones de dosis y el 63% de la población totalmente vacunada) está consiguiendo que la gravedad y la cifra de muertos entre los contagiados se haya reducido significativamente.

Las autoridades turcas, debido a la situación de mayor control de la pandemia propiciada por la vacunación masiva y la consiguiente evolución positiva de la misma en los últimos meses han relajado las medidas de seguridad y profilácticas.

Acceso a internet.

En 2022 el 94% de los hogares tienen acceso a internet, 2 puntos porcentuales más que el año anterior. El acceso es mayor en ciudades como Estambul (98,7%) o el Este de Anatolia (Ankara, Konya y Karaman) con el 94,4%¹.

8

EVOLUCION DE ACCESO A INTERNET POR EDAD

Fuente: TÜİK y elaboración propia



Fuente: TÜİK y elaboración propia

¹ [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanım-Arastirmasi-2022-45587](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanım-Arastirmasi-2022-45587)

El uso de Internet en el grupo de edad de 16 a 74 años, que en 2021 era del 82.6%, alcanza el 85% en 2022. El consumo es más alto en hombres (89,1%) que en mujeres (80,9%). Hay que mencionar que esta diferencia de consumo entre hombres y mujeres se reduce cada año y la diferencia de 8.2% en 2022 supone un avance respecto a la del 10,2% en 2021.

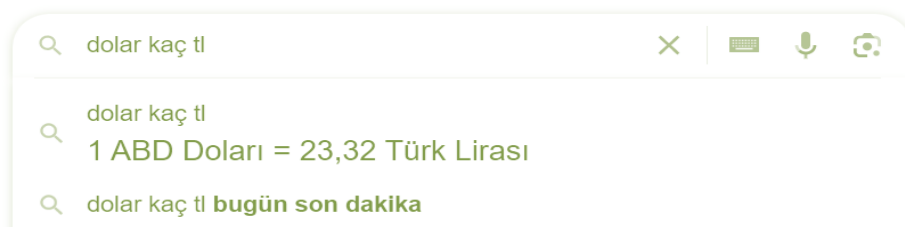
En relación con el uso de las redes sociales, en 2022, el 82% de los usuarios de internet utilizaron Whatsapp como una red social. En segundo lugar, se sitúa YouTube con 67,2% e Instagram en tercer lugar con una tasa de 57,6%.

La principal razón para usar internet es buscar información, para el 73,2%% de los usuarios totales y 38% buscan en internet inspiración para sus viajes.

Según Google Trends, las siguientes palabras fueron las más utilizadas en las búsquedas, en el año 2023, de los turcos:

9

Google



-Altın (oro),

-Dólar/tl,

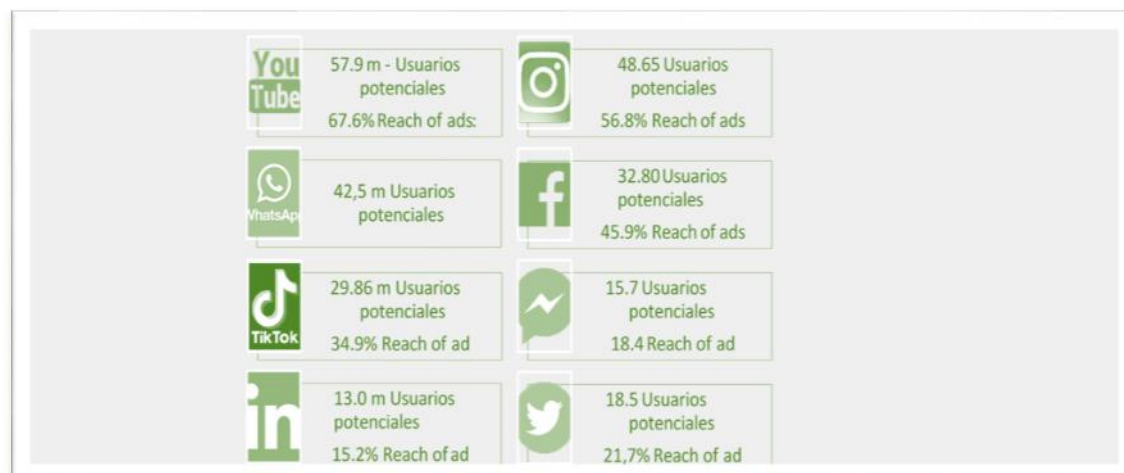
-Euro,

-Dólar kaç TL (a cuanto esta un dólar?)

Esto nos da una idea de la preocupación de la población turca y la relevancia de la cuestión económica y la evolución de la economía turca; se ve claramente que los turcos siguen de cerca la devaluación de la lira turca.

INFORME BÁSICO DEL MERCADO

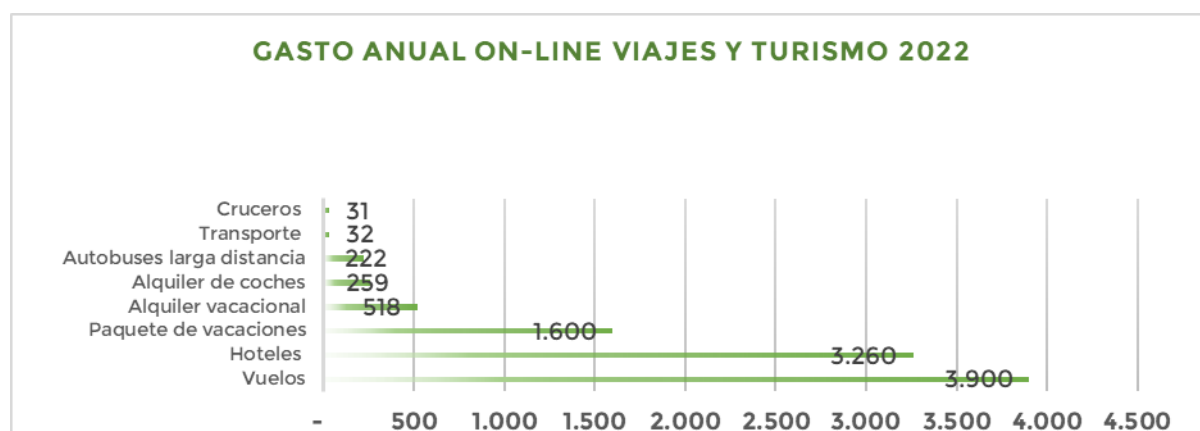
TURQUÍA 2023



Fuente: Informe Kepios "Turkey Report 2022"

Turquía, según el informe Kepios, es el país número 15 en el mundo en lo que respecta al tiempo diario dedicado al uso de internet. Los ingresos alcanzan los 20,87 mil millones de US\$. Con respecto a 2021 el volumen baja un 3,3%, y el gasto medio, se reduce a 474 US\$, un -10,3%. En el gasto per cápita por provincias las tasas más elevadas se producen en las ciudades de Estambul, Ankara y İzmir.¹

10



Fuente: Informe Kepios Turkey 2022

En el año 2022, las reservas de vuelos y hoteles realizadas a través de internet se duplicaron en comparación con el año 2021.

¹ https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report?utm_source=DataReportal&utm_medium=Country_Article_Hyperlink&utm_campaign=Digital_2023&utm_term=Turkey&utm_content=Global_Overview_Link

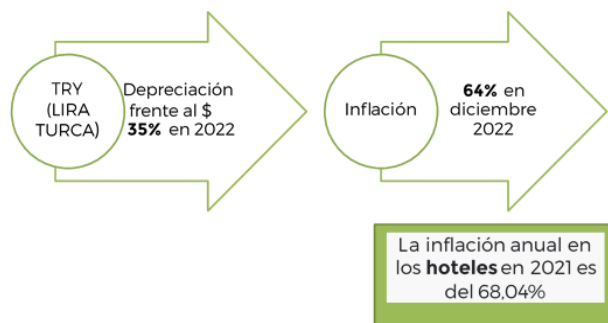
Entorno económico.

Puntos clave¹

- La demanda interna mantuvo el crecimiento del PIB durante 2022 con una contribución de 5,0pp, apoyada en un mayor consumo privado (12,1pp), mientras que la inversión se mantuvo muy plana (0,7 pp), a pesar de los planes del gobierno. La mayor fortaleza de la demanda agregada frente la oferta agregada ha hecho que los inventarios alcancen la mayor reducción nunca registrada (-8,5pp).
- Las exportaciones netas muestran una contribución más débil al crecimiento anual, con 0,6pp, debido tanto a la ralentización de las exportaciones por la menor demanda externa y la apreciación real de la moneda como a la aceleración de las importaciones a causa de la robusta demanda interna.
- En lo que se refiere a la producción, la contribución total de la industria (0,7pp), la construcción (-0,6pp) y la agricultura (0pp) arroja un saldo casi nulo, mientras que el sector de servicios con base amplia, especialmente en el comercio, el transporte y el alojamiento (2,7pp), debido a una sólida temporada turística, y las actividades financieras y de seguros (0,9 pp), fue el principal impulsor del crecimiento.²
- La tendencia descendente en la contribución de los salarios al valor agregado, indica su empeoramiento y el incremento de la desigualdad en favor de los propietarios del capital.
- Según los cálculos de BBVA, el impacto negativo neto de los terremotos en el PIB podría acercarse a 1pp en 2023, teniendo en cuenta el incremento esperado en el gasto fiscal y la posible compensación de la producción en las demás áreas se anticipa una etapa complicada para la economía turca.

¹ <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Donemsel-Gayrisafi-Yurt-Ici-Hasila-IV.-Ceyrek-Ekim---Aralik-2022-49664#:~:text=%C3%9Cretim%20y%C3%B6ntemine%20g%C3%B6re%20d%C3%B6rt%20d%C3%B6nem,milyar%20574%20milyon%20TL%20oldu.>

² <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tuketici-Fiyat-Endeksi-Mart-2023-49652>



Fuente: TUIK

Según los datos de TUIK la inflación anual de la lira turca fue de 64% en 2022 pero según ENAG (Independent Inflation Research Group) la inflación real fue 137,55% en 2022.

Algunos economistas están preocupados por esta diferencia tan grande entre dos instituciones del país. Y muchos economistas piensan que los resultados de ENAG reflejan la realidad de la vida diaria de un turco¹,

12

Datos primeros meses 2023

La tasa de variación anual del IPC (índice precios al consumo) se situó en marzo de 2023 en el 50,51 % comparando con marzo de 2022, aunque estudios independientes la colocan en el 105%.²

El tipo de cambio frente al dólar, que se encuentra en niveles de 20,89 liras turcas por dólar en marzo 2023, cuando era de 14,66 liras turcas por dólar en marzo de 2022³ supone , solo en el último año una depreciación del 42,5%.

Según TUIK, la tasa de desempleo disminuye en marzo al 10,2% (11,5% el 31 de marzo de 2022). Se espera además que el desempleo disminuya en los próximos meses por la aceleración de la economía.

El PIB, sin embargo, ha experimentado un crecimiento del 3,2% en términos reales sobre base anual en el año 2022.

¹ <https://www.bbc.com/turkce/articles/c8v6gymn999o>

² <https://www.bbc.com/turkce/articles/c8v6gymn999o>

³ <https://www.tcmb.gov.tr/kurlar/202203/30032022.xml>

Previsiones económicas 2023:

A pesar de la desaceleración del crecimiento debido a las interrupciones en la producción, exportación y consumo causadas por el terremoto en 2023, se espera que la actividad económica se mantenga sólida gracias a un aumento del 55% en el salario mínimo neto en enero de 2023 y el apoyo de políticas fiscales expansivas efectuadas antes de las elecciones de mayo 2023.

Las perspectivas, sin embargo, están llenas de incertidumbres y riesgo debido a múltiples factores y a la fluidez de las políticas económicas y la situación geopolítica en la que puede encontrarse Turquía. El desempeño económico posterior a la conformación del gobierno resultante de las elecciones de mayo 2023, dependerá de decisiones políticas para, entre otras, eliminar gradualmente la maraña de normas regulatorias heterodoxas que han perturbado los mercados financieros e intentar reconstruir los equilibrios -más básicos- que amortigüen los efectos e impactos económicos; la mayoría de los analistas abogan por adoptar políticas macroeconómicas ortodoxas para respaldar la confianza de los inversores.

13

Los riesgos externos siguen siendo altos debido al elevado déficit por cuenta corriente y las bajas reservas netas de divisas; hay que considerar que buena parte de la deuda pública está en moneda extranjera y fluctúa con el tipo de cambio, ajustándose más lentamente que la recuperación esperada en la UE.



Fuente: Banco Central de Turquía+Worldbank

El Banco Mundial ha revisado las estimaciones de crecimiento económico de Turquía para 2023 y 2024, según el informe de Actualización Económica de Europa y Asia Central publicado el 4 de abril del 2023.

La previsión de crecimiento de la economía turca para este año se ha revisado al alza hasta el 3,2%, desde el 2,7%, mientras que la expectativa de crecimiento para el próximo año se ha revisado hasta el 4,3%, desde el 4%, según el informe titulado "Débil Crecimiento, Alta Inflación y una Crisis de Costo de Vida".

El Banco Central de la República de Turquía mantiene sin cambios las previsiones de inflación para 2023 y 2024, estableciendo la estimación de fin de año de 2023 en un 22,3% y la estimación de fin de año de 2024 en un 8,8%.

Entorno social.

El 6 de febrero de 2023, dos devastadores terremotos con magnitudes de 7,8 y luego 7,7 sacudieron el sureste de Turquía y Siria, dejando un rastro de destrucción a su paso. Además de la pérdida de más de 50.000 vidas, el terremoto destruyó miles de edificios, convirtiendo hogares en escombros y llevándose consigo tesoros culturales y patrimonio histórico, como el Castillo de Gaziantep, con casi 2.000 años de antigüedad, y el Sitio del Patrimonio Mundial de la Fortaleza de Diyarbakir. Estos terremotos suponen uno de los peores desastres naturales que Turquía haya experimentado.

Los daños del terremoto abarcan aproximadamente un área del tamaño de Alemania en la región suroeste de Turquía, desde Hatay hasta Şanlıurfa.

14

El turismo a un país que ha sido afectado por un desastre como el terremoto, presenta el dilema al que se enfrenta el turista extranjero al considerar si es más responsable mantenerse alejado o regresar a un destino turístico que ha experimentado una catástrofe importante. Muchos se preguntan si existe algún peligro continuo o si los visitantes son una carga para los anfitriones mientras el país intenta recuperarse.

Para los afectados, el proceso de duelo continuará indefinidamente, pero parece que las autoridades buscan el restablecimiento de la normalidad y la necesidad de que la vida continúe, un empeño no exento de críticas. En la mayor parte del país, la vida y el turismo se han reanudado y funcionan con parámetros pre-covid.

Los vuelos operan con regularidad, según sus horarios normales, tanto desde el extranjero como dentro del país. En la costa mediterránea, los signos de la temporada alta se comienzan a sentir y la actividad complementaria de tumbonas alineadas en la playa y vendedores ofreciendo almendras crudas con hielo, comienza a ser visible. Los barcos atracan en la ciudad turística de Bodrum, que espera recibir nuevamente a 1.5 millones de visitantes y en Fethiye, la gente vuelve a practicar parapente desde las cumbres de la montaña de Babadağ.

Marco político.

Tras las elecciones celebradas el pasado 28 de mayo, Recep Tayyip Erdogan ha sido reelegido presidente de Turquía, hasta el año 2028, con el 52% de los votos, superando

en segunda vuelta al líder de la oposición Kemal Kilicdaroglu, quien obtuvo casi el 48% de los votos.

En los últimos años, el Gobierno y el banco central han implementado una política considerada poco convencional, reduciendo continuamente las tasas de interés incluso en un entorno de alta inflación, lo que ha llevado a la caída de la lira y a un deterioro de las finanzas públicas.

Para estabilizar la lira, desde la última crisis monetaria en 2021, el banco central ha intervenido constantemente en el tipo de cambio, utilizando reservas de oro y divisas para mantener su valor.

Estas medidas han atraído críticas desde el extranjero, argumentando que la lira es una moneda controlada y ya no está sujeta a los tipos de cambio determinados por el mercado, sino que está en "flotación libre"¹. Advierten de que, si Turquía continúa registrando grandes déficits en cuenta corriente, una vez que estos flujos se detengan o se inviertan, la presión sobre la moneda y la economía podría ser considerable en ausencia de un marco político creíble. Además, consideran que, con los antecedentes de los últimos años, la actual administración será incapaz de establecer este marco de confianza y predictibilidad.

En cuanto a la política exterior de Turquía, según el análisis del Dr. Yeşiltaş, director de Investigaciones de Seguridad en SETA², uno de los temas más importantes en la agenda será Siria. La lucha contra el terrorismo, el retorno de los refugiados y el establecimiento de relaciones con otros actores, especialmente Estados Unidos, son algunos de los temas relevantes. Pero por su importancia, la principal prioridad del presidente Erdogan será la del proceso relacionado con Siria, que además le otorga cierta capacidad de influencia sobre otros países de la zona.

Otro tema de política exterior de gran importancia en este nuevo período es la guerra en curso en Ucrania. Considerando la postura y política exterior de Turquía durante la guerra, es evidente que el enfoque de Turquía en la crisis de Ucrania es crucial y puede afectar la hoja de ruta futura. La principal prioridad de Turquía es mantener su posición de equidistancia, a pesar de ser miembro de la OTAN, y por tanto parte en las decisiones de apoyo a Ucrania, de manera que pueda facilitar una solución estable en el futuro.

¹ <https://es.investing.com/news/forex-news/erdogan-confirma-el-sultanato-y-la-lira-turca-se-encamina-hacia-minimos-2404566>

² <https://www.trt.net.tr/espanol/programas/2023/06/02/la-politica-exterior-de-turkiye-despues-de-las-elecciones-1994129>

Turquía pretende continuar desempeñando un papel de mediador en la crisis ucraniana, fortaleciendo su posición en temas críticos que afectan al mundo (como el programa de exportación del grano), y al tiempo evitar una escalada de la guerra o su extensión a otros países. Las relaciones con Rusia están estrechamente vinculadas a la crisis de Ucrania.

Otro de los temas más importantes en este nuevo período serán las relaciones entre Turquía y Estados Unidos. Las dinámicas de las relaciones turco-estadounidenses, las percepciones de intereses comunes han experimentado una transformación significativa. Ahora, las principales dinámicas del sistema internacional también afectan las relaciones turco-estadounidenses. Por ejemplo, la lucha contra el terrorismo y la cuestión del YPG [Unidades de Protección del Pueblo (YPG), la rama siria del Partido de los Trabajadores del Kurdistan (PKK)] que Turquía considera una amenaza a sus intereses, y que está amparada por Estados Unidos hacen difícil el avance en las relaciones turco-estadounidenses.

16

Invasión rusa y guerra en Ucrania

Con motivo de la guerra en Ucrania, tras la invasión rusa, numerosos ciudadanos de ambos países emigraron a Turquía, de forma especialmente significativa a Antalya. Esta emigración también incluyó un número importante de empresas que, según datos de la Cámara de Comercio e Industria de Antalya (ATSO), se establecieron desde Rusia y Ucrania, en Antalya. El número es llamativo, pues según datos de ATSO, de los 5.695 inversores extranjeros registrados, 1.061 empresas son de rusos, esto es, representan el 19% del total.

También es llamativo el incremento en el año 2022, con un aumento de 420 nuevos inversores rusos, un 527% mayor que en el año 2021. En cuanto a la distribución sectorial de los inversores rusos, destacan 77 en agricultura y tecnología de la información, 73 en bienes raíces, 62 en hoteles y alojamientos, y 54 en restaurantes y servicios de entretenimiento.

Según la misma fuente, también hubo un aumento significativo del 155% en el número de inversores ucranianos.¹

Relaciones Turquía y la UE

¹ <https://www.cnnturk.com/video/turkiye/antalyadaki-rus-sirket-sayisinda-yuzde-527-artis>

Turquía es un socio estratégico clave de la Unión Europea en cuestiones como el clima, la migración, la seguridad, la lucha contra el terrorismo y la economía. En 1987, Turquía presentó su solicitud para unirse a lo que entonces era la Comunidad Económica Europea, y en 1999 se declaró elegible para unirse a la UE.

Las negociaciones de adhesión comenzaron en 2005, pero hasta que Turquía acepte aplicar el Protocolo Adicional del Acuerdo de Asociación de Ankara a Chipre, ocho capítulos de negociación no se abrirán y ningún capítulo se cerrará provisionalmente. En 2018, debido al continuo retroceso en las reformas en las áreas clave de la estrategia de ampliación, en particular en el funcionamiento del sistema democrático, el respeto a los derechos fundamentales y la independencia del poder judicial, el Consejo decidió que las negociaciones de adhesión estaban estancadas.

El 23 de junio de 2022, el Consejo de Europa expresó sus profundas preocupaciones sobre las acciones y declaraciones recurrentes de Turquía en los últimos tiempos.

17

El Consejo de Europa espera que Turquía respete plenamente el derecho internacional, reduzca las tensiones en el Mar Mediterráneo Oriental en aras de la estabilidad regional y desarrolle relaciones de buena vecindad de manera sostenible¹.

Relaciones Turquía España

En el año 2022, se llevaron a cabo esfuerzos continuos para desarrollar las relaciones turísticas y comerciales entre Turquía y España.

La Agencia de Desarrollo Turístico de Turquía recibió a la Confederación de Agencias de Viajes de España (CEAV) el 20 de abril de 2022 en Estambul. Carlos Garrido, presidente de la CEAV, mencionó en su declaración que Estambul es un interesante destino para los turistas españoles y que estos están interesados en la gastronomía, historia y las costumbres de Turquía. También expresó su deseo de colaborar con las instituciones turcas, señalando que los viajes internacionales suponen el 75% de la actividad de CEAV, por lo que abogaba por reforzar las relaciones basadas sobre "La cultura y la historia de Turquía, principal motivación para los turistas españoles y el impacto de las series de televisión turcas hacen que Turquía esté de moda en el ámbito de las series en España"².

¹ <https://es.euronews.com/my-europe/2023/05/16/el-largo-y-complicado-camino-de-turquia-para-acceder-a-la-ue>

² <https://www.ntv.com.tr/ekonomi/turk-dizileri-istryanollarin-turkiyeye-ilgisini-artirdi>

El 13 de mayo del 2022 se suscribió entre el ministro de Comercio de Turquía, Mehmet Mus, y la ministra de Industria, Comercio y Turismo de España, María Reyes Maroto un protocolo para impulsar las relaciones económicas en el sector hídrico, las energías renovables, la aviación, el mar y la defensa.

Durante su discurso, Mus informó que el volumen de comercio bilateral alcanzó los 16.000 millones de dólares en 2021 y que en los primeros cuatro meses de 2022 aumentó un 16%, en comparación con el mismo período del año anterior. El ministro turco señaló que se están acercando paso a paso al objetivo de 20.000 millones de dólares acordado en la reunión anterior que se celebró en Turquía en noviembre del año 2021¹.

En junio de 2022, El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones de España (ICEX) organizó un Encuentro Empresarial España-Turquía, que tuvo lugar en Ankara y Estambul. El evento se organizó en colaboración con la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), la Cámara de Comercio de España, Invest in Turkey, la Unión de Cámaras y Bolsas de Turquía (TOBB) y el Consejo de Relaciones Económicas Exteriores de Turquía (DEIK). En este encuentro participaron 48 empresas españolas y más de 120 empresas locales, y más de 260 personas asistieron a la sesión de apertura y a los paneles. Además, se llevaron a cabo reuniones B2B en ambas ciudades turcas, en las que participaron alrededor de 90 empresas².

El 31 de enero de 2023, Davut Günaydın, Vicepresidente de TÜRSAB (Asociación de Agencias de Viajes y Operadores Turísticos de Turquía), visitaron al Cónsul General de España en Estambul, Álvaro de La Riva Guzmán, en su oficina. Durante la visita, se discutieron temas relacionados con los problemas de visa Schengen, proyectos para aumentar el tráfico turístico mutuo en el futuro y las expectativas de desarrollo³.

El pasado 26 de mayo la OET de Roma organizó un encuentro con Tursab y Operadores que trabajan con España para evaluar el estado de las relaciones y las posibilidades de promoción conjunta de las visitas a España. Nuevamente el tema de los visados: procedimiento, coste y plazos hace que sea asunto prioritario para mejorar nuestra posición en dicho mercado.

¹<https://www.aa.com.tr/es/econom%C3%ADa/turqu%C3%ADa-y-espa%C3%B1a-firmaron-un-protocolo-para-impulsar-las-relaciones-econ%C3%B3micas-bilaterales/2587540>

²<https://www.icex.es/es/quienes-somos/sala-de-prensa/sala-de-prensa/detalle.nuevas-oportunidades-de-inversi-n-y-cooperaci-n-empresarial-en-turqu-a-news000202206>

³ <https://www.tursab.org.tr/haberler/tursab-heyetimiz-ispanya-kralligi-istanbul-baskonsolosu-alvaro-de-la-riva-guzmni-makaminda-ziyaret-etti>

INFORME BÁSICO DEL MERCADO

TURQUÍA 2023

		Estancia media:				Estancia media:		
		2019	8,1 NOCHES			2019	9 NOCHES	
		2022	8,2 NOCHES			2022	12,63 NOCHES	
		+1% vs 2019				+40% vs 2019		

Fuente: TÜİK y elaboración propia

Según los datos de la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (OMT), en 2019, Turquía ocupaba el sexto lugar en la clasificación de los diez países con más visitantes, pero en 2022 logró ascender al cuarto puesto. Durante el mismo período, Turquía también se destacó como el país con mejor desempeño en términos de aumento de ingresos.¹

Las principales razones detrás de este éxito de Turquía se mencionan como las siguientes:

- Debido a la invasión rusa de Ucrania, se cerró el espacio aéreo a otros destinos, lo que facilitó la opción de vacaciones en Turquía para rusos, ucranianos y turísticos que viajaban a zonas cercanas al conflicto.
- Los aumentos de precios causados por la pandemia y los conflictos bélicos pudieron afectar a destinos más costosos como Italia y España, lo que pudo redirigir algún flujo de turistas hacia Turquía en lugar del sur de Europa.
- Conforme al número de turistas en 2022 los cuatro países más visitados son Francia, España, Estados Unidos y Turquía; en el barómetro las cifras provisionales atribuyen a Francia un total de 82 millones de viajes de turistas, mientras que España recibió a 71.7 millones de turistas. Turquía logró superar a Italia en 2022 y, con más 50 millones de turistas alcanzar el cuarto puesto a nivel mundial.

Así con 51.3 millones de turistas, Turquía se sitúa por detrás de Estados Unidos y supera ligeramente a Italia, ambos con cifras cercanas a los 50 millones de turistas. El resto del top 10 lo completan México, Grecia, Reino Unido, Alemania y Austria.

Lo cierto es que con una comunidad expatriada tan numerosa las cifras turísticas de Turquía, tienen alguna especificidad que es necesario aclarar. Del total de 50,5 millones

¹ UNWTO World Tourism Barometer May 2023

[https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-05/UNWTO_Barom23_02_May_EXCERPT_final.pdf?VersionId=gGmuSXlwfM1yoemsRrBI9ZJf.Vmc9gYD)

[05/UNWTO_Barom23_02_May_EXCERPT_final.pdf?VersionId=gGmuSXlwfM1yoemsRrBI9ZJf.Vmc9gYD](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-05/UNWTO_Barom23_02_May_EXCERPT_final.pdf?VersionId=gGmuSXlwfM1yoemsRrBI9ZJf.Vmc9gYD)



INFORME BÁSICO DEL MERCADO

TURQUÍA 2023

de residentes en el extranjero que visitaron Turquía en 2022 aproximadamente 7 millones corresponden a nacionales turcos que residen en el extranjero y 44,3 a extranjeros residentes en el extranjero. Esta misma distinción la realizan las autoridades turcas respecto a los ingresos turísticos.

Volume 21 • Issue 2 • May 2023

EXCERPT

International Tourist Arrivals by Country of Destination

										Change (%)						
Ranking						(million)				vs. previous year			vs. 2019			
19	'20	'21	'22		Series	2019	2020	2021	2022*	20/19	21/20*	22/21*	21/19*	22/19*	Series	
World						1,465	407	456	963	-72.2	12.0	111	-68.9	-34.3		
1	1	1	1	France	TF	90.9	41.7	48.4	..	-54.1	16.1	..	-46.8	..	TCE	
2	5	3	2	Spain	TF	83.5	18.9	31.2	71.7	-77.3	64.7	130	-62.7	-14.2	TF	
3	4	6	3	United States	TF	79.4	19.2	22.1	50.9	-75.8	15.0	130	-72.2	-36.0	TF	
6	6	4	4	Türkiye	TF	51.2	15.9	29.9	50.5	-69.0	88.3	69	-41.5	-1.4	TF	
5	2	5	5	Italy	TF	64.5	25.2	26.9	49.8	-61.0	6.7	85	-58.3	-22.8	TF	
7	3	2	6	Mexico	TF	45.0	24.3	31.9	38.3	-46.1	31.2	20	-29.2	-14.9	TF	
10	9	19	7	United Kingdom	TF	39.4	10.7	6.3	..	-72.8	-41.3	..	-84.1	..	VF	
9	8	9	8	Germany	TCE	39.6	12.4	11.7	28.5	-68.5	-6.1	144	-70.5	-28.1	TCE	
13	13	7	9	Greece	TF	31.3	7.4	14.7	27.8	-76.5	99.4	89	-53.1	-11.2	TF	
11	7	8	10	Austria	TCE	31.9	15.1	12.7	26.2	-52.7	-15.7	106	-60.1	-17.8	TCE	

Fuente: UNWTO Toursim Barometer May 2023

Claves turismo receptivo.

Turistas Internacionales				Turcos residentes en extranjero			
Ingresos (000 US\$)	39.410.719			Ingresos (000 US\$)	7.067.152		
Turistas	44.341.522			Turistas	7.027.504		
Gasto medio (US\$)	889			Gasto medio (US\$)	1.006		
Estancia media (noches)	9,30			Estancia media (noches)	16,86		

Fuente: TÜİK

Durante el año 2022, el número de visitantes extranjeros que llegaron a Estambul fue de 16 millones, mientras que en Antalya alcanzó los 12,8 millones de personas.

El país de residencia de los turistas que visitaron Turquía en 2022 está encabezado por Alemania, seguido de Rusia y el Reino Unido.



INFORME BÁSICO DEL MERCADO

TURQUÍA 2023

	2019	2020	2021	2022
Gasto (Miles USD)	38.930.474	14.817.273	30.173.587	46.477.871
Número de turistas	51.860.042	15.826.266	29.357.463	51.369.026
Gasto medio por viajero (USD)	751	936	1.028	905
Gasto por noche pp	76,20	75,31	81,07	88,69
Pernoctación media	9,85	12,39	12,65	10,34
Pernoctaciones totales	510.916.315	196.062.558	371.359.591	531.034.200

Fuente: TUIK

Según ha publicado el Instituto Nacional de Estadística turco, el país, dispara sus ingresos por turismo un 53,4% en 2022 con unos 46.477 millones de dólares.

Entre los turistas internacionales de nacionalidad distinta a la turca, el incremento, alcanza un 52%, con 39.410 millones de US\$. Por su parte los turistas turcos que residen en el extranjero, con un aumento del 23%, participan en los ingresos totales en un 13,75%.

22

Durante 2022, el gasto medio por turista asciende a 904,79 US\$, con un incremento del 8,2% si se compara con el año 2021. El gasto medio entre los turistas internacionales no nacionales turcos, fue de 889 US\$, e incrementa un 11,7%. Sobre el año 2021.

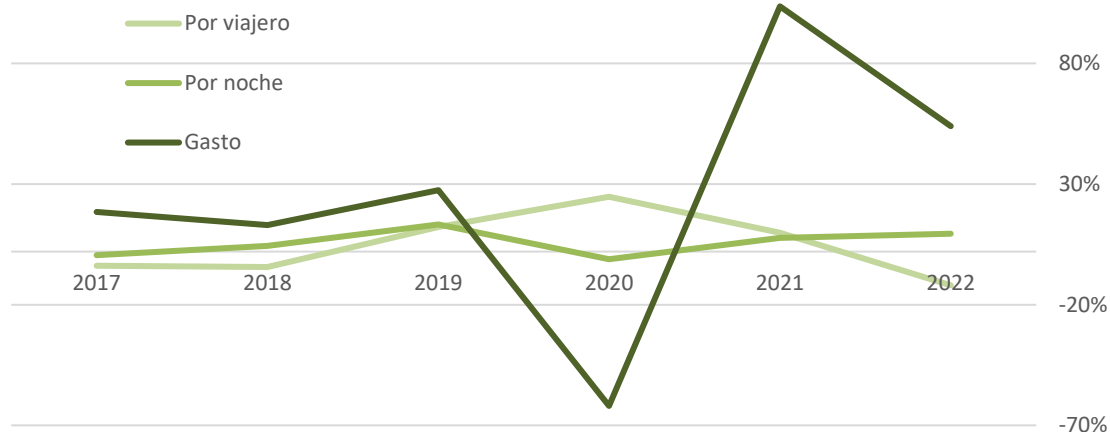
El turista de nacionalidad turca residente en el extranjero, con una bajada de 2,3% comparado con 2021, situó su gasto per cápita en 1.006 US\$.¹

Entre todos los visitantes, el gasto promedio por noche se incrementa un 9,4%, alcanzando los 89 US\$, (96US\$ los turistas internacionales y 60US\$ los turcos residentes en el extranjero). Al comparar con 2021 tanto entre los turistas internacionales como entre los turcos que residen en el exterior, se produce un aumento de un 15% y 2% respectivamente

¹ <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-IV.Ceyrek-Ekim-Aralik-ve-Yillik,-2022-49606>



Evolucion del gasto total, gasto medio por turista, y gasto medio diario(%)



Fuente: TUIK

Durante todo el 2022 el número de visitantes aumento un 75% con respecto al año anterior al recibir un total de 51.369.026 viajeros. Estas cifras son casi idénticas al año 2019, antes de la pandemia.

Los turistas internacionales, 44.3 millones, incrementan en un 85.2% comparado con el año 2021, y también alcanzan las cifras de 2019.

El número de nacionales turcos que residentes en el extranjero que visitaron Turquía en 2022 alcanza los con 7,02 millones de visitantes y aumenta un 29,7% respecto al año 2021.

Evolucion Viajeros Totales



Fuente: TurkStat Departing Visitors Survey.

Cuando se evalúa el motivo de viaje, el propósito principal de los visitantes que visitaron Turquía en 2022, resulta el de "entretenimiento, actividades deportivas y culturales" alcanzando un 67,1% del total, mientras que los nacionales turcos que residen en el extranjero visitan mayoritariamente, con un 64,4% del total, con el propósito de "visitar a familiares y amigos".

En relación con los medios de transporte, el avión fue utilizado por el 76% de los turistas. El 20% de los turistas llegaron por carretera..¹

Mercados emisores hacia Turquía

El turismo hacia Turquía está fuertemente ligado a 5 países, aunque esta dependencia se redujo en el año 2022, los turistas procedentes de Alemania, Rusia, Reino Unido, Bulgaria e Irán supone el 38 % del total de turistas que llegaron a Turquía. Ese porcentaje de turismo desde esos cinco mercados supuso el 46% y el 50% de las llegadas totales en 2020 y 2021 respectivamente.

24

Alemania, con casi 5,7 millones de viajeros, un incremento del 84%, ocupa el primer lugar. Llegan a Turquía atraídos por la hospitalaria población turca y por la calidad de los diversos servicios. También la colonia turca que reside en Alemania hace que el país sea muy conocido entre los alemanes.

Rusia con un incremento del 11% sobre los viajeros de ese mercado en 2021, supera los 5,2 millones de personas. Viajan principalmente buscando relajarse en sus playas. Este turismo está bastante desestacionalizado pues el frío de Rusia en la época de invierno, atrae, también en estas fechas, a los turistas rusos a Turquía.

Reino Unido: La pequeña crisis económica en el Reino Unido ha llevado a los amantes de los viajes a buscar vacaciones más económicas y asequibles. Teniendo en cuenta la depreciación de la lira turca, el país se ha convertido en una elección preferida tanto para viajes culturales como para vacaciones de sol y playa. Los turistas pueden disfrutar de viajes asequibles y Turquía intenta promocionar sus experiencias culturales, su patrimonio histórico y sus espacios naturales; sin duda se ha incrementado la popularidad de Turquía entre los turistas británicos. En 2022, con un incremento del 758% sobre las cifras de 2021 visitaron Turquía casi 3,4 millones de británicos.

¹ <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-249709/yillik-bultenler.html>

Bulgaria. País fronterizo comparten también la cultura otomana, contribuye con un 5,6 %. Suponen, en 2022 casi 2,9 millones de turistas.

Los turistas de Países árabes, entre los que se encuentra Irak, se sienten cómodos al compartir creencias religiosas y cultura.

EVOLUCIÓN TOP 5 PROCEDENCIA TURISMO INTERNACIONAL							
	2016	2017	2018	2019	2020*	2021	2022
ALEMANIA	3.890.074	3.584.653	4.512.360	5.027.472	1.118.932	3.085.215	5.679.194
(Tasa variación interanual)	-30,30%	-7,90%	25,90%	11,40%	-77,70%	175,70%	84,08%
RUSIA	866.256	4.715.438	5.964.613	7.017.657	2.128.758	4.694.422	5.232.611
(Tasa variación interanual)	-76,30%	444,30%	26,50%	17,70%	-69,70%	120,50%	11,46%
REINO UNIDO	1.711.481	1.658.715	2.254.871	2.562.064	820.709	392.746	3.370.739
(Tasa variación interanual)	-31,87%	-3,08%	35,94%	13,62%	-67,97%	-52,15%	758,25%
BULGARIA	1.690.766	1.852.867	2.386.885	2.713.464	1.242.961	1.402.795	2.882.512
(Tasa variación interanual)	-7,20%	9,60%	28,80%	13,70%	-54,20%	12,90%	105,48%
IRÁN	1.665.160	2.501.948	2.001.744	2.102.890	385.762	1.153.092	2.331.076
(Tasa variación interanual)	-2,10%	50,30%	-19,99%	5,10%	-81,70%	198,90%	102,16%
TOTAL TOP 5	9.578.130	14.836.517	17.425.432	19.784.375	6.261.652	13.232.156	19.496.132
(Tasa variación interanual)	-34,20%	54,90%	17,40%	13,50%	-68,40%	111,30%	47%

Fuente: TurkStat Departing Visitors Survey *2020 solo 9 meses

El Ministerio de Cultura y Turismo de Turquía realizó un estudio sobre el motivo de los turistas que visitan Turquía, procedentes de los países que envían la mayor cantidad de turistas¹. Según el análisis que incluye países como Grecia, Rusia, Bélgica, España, Reino Unido, Italia, Alemania, Polonia, los países del Golfo y los Emiratos Árabes Unidos, se elaboró un mapa del potencial turístico, los objetivos y propósitos.

Grecia: Grecia se encuentra entre los principales países de origen de los turistas que visitan Turquía debido a su proximidad geográfica y a los precios accesibles.

¹ <https://www.turkishnews.com/tr/content/2023/01/04/turizmde-hangi-ulke-turkiyeyi-neden-tercih-ediyor/?amp=1>

Rusia: Los rusos viajan a Turquía, Grecia, Túnez y otros países para disfrutar del turismo costero, mientras que eligen destinos como España e Italia para el turismo urbano y las compras. Entre las razones por las que los turistas rusos eligen Turquía se encuentran el mar, la arena, el sol, el servicio de calidad a precios asequibles, la proximidad (un vuelo de tres horas), la facilidad de obtención de visado, las instalaciones adecuadas para familias con niños, el personal que habla ruso, la gastronomía y los valores culturales e históricos.

Bélgica: Los turistas belgas que visitan Turquía eligen principalmente destinos como Antalya, Estambul, Mugla, Capadocia, İzmir, Aydin y Denizli con el propósito de disfrutar de la combinación de mar, arena, sol, entretenimiento y deportes, así como realizar visitas a ciudades con museos que exhiben artefactos arqueológicos y patrimonio histórico.

España: Entre las razones por las que los turistas españoles eligen Turquía se encuentran el patrimonio cultural, la gastronomía, las compras y la experiencia de estar inmersos en la vida social del lugar.

Reino Unido: Los turistas británicos eligen Turquía debido a los bajos costos, las instalaciones que presentan una buena calidad y una extraordinaria relación, en comparación con el precio. También el clima, la búsqueda de ambientes más cálidos y la abundancia de días soleados, así como a la hospitalidad de la gente turca y la adecuación a las necesidades de las vacaciones en familia.

Italia: Los turistas italianos, que generalmente prefieren no utilizar paquetes turísticos, desean conocer diferentes culturas. Se observó que los turistas italianos que desean explorar el entorno eligen principalmente Estambul, Capadocia, İzmir, Kusadasi, Bodrum, Fethiye, Antalya y Denizli.

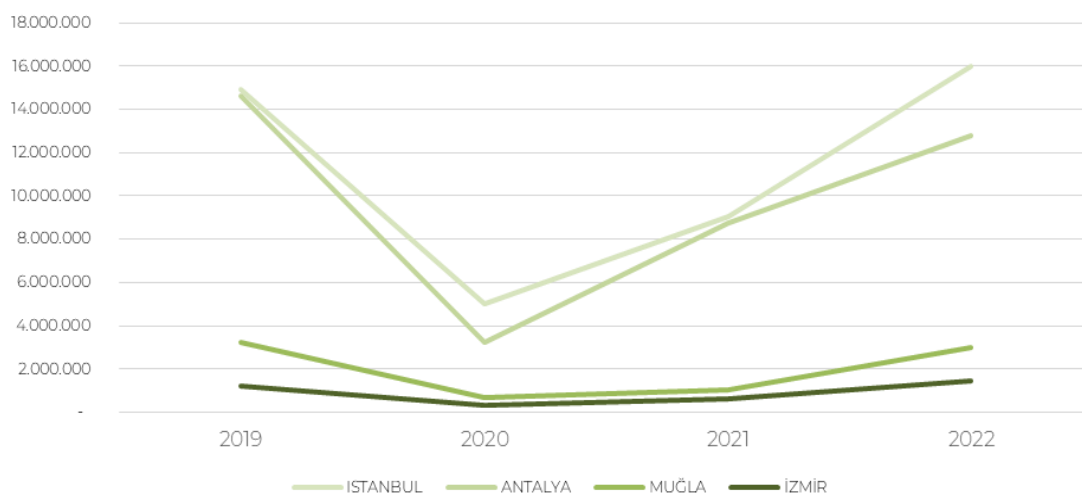
Alemania: Entre las principales razones por las que los turistas alemanes eligen Turquía se encuentran la hospitalidad, la calidad de los hoteles y los servicios y el precio. Los destinos más populares entre los turistas alemanes son Antalya, Estambul, Mugla y Capadocia.

Polonia: Los turistas polacos que llegan con reservas anticipadas suelen optar por complejos turísticos todo incluido. Los turistas polacos que visitan Turquía prestan atención a la combinación de mar, arena y sol en sus destinos, así como a las ventajas de los paquetes turísticos y a la relación entre el precio pagado y la calidad de los

servicios ofrecidos. También tienen en cuenta las relaciones políticas, culturales y económicas entre los dos países.

El Golfo y EAU: Los turistas que provienen de los países del Golfo y los Emiratos Árabes Unidos eligen Turquía no solo por las oportunidades de compras y la gastronomía, sino también por el turismo de salud.

El número de visitantes extranjeros que llegan a las principales ciudades de Turquía



Fuente: TurkStat Departing Visitors Survey

Como los años anteriores, Estambul encabeza la estadística como ciudad más visitada con 16 millones de turistas. El número de visitantes en Estambul aumentó un 77,49% en comparación con el año anterior. Rusia fue el país del que procedía la mayoría de los turistas llegados a Estambul, con casi 1,5 millones, seguido por Alemania con 1,23 millones, Irán con casi 2 millones seguido de Estados Unidos 0,7 millones. El Reino Unido contribuyó a esta estadística con más de 660.000 turistas.

En Antalya, hubo un aumento del 28,86% con respecto al año anterior, con un total de casi 13 millones de turistas. Nuevamente es Rusia, con más de 3 millones, el país de procedencia de la mayoría de turistas, seguido de Alemania con 2,8 millones y el Reino Unido con 1,4 millones. A esta estadística se unen Polonia, con 0,7 millones y los Países Bajos con 443.000 visitantes.

En Muğla, hubo un aumento del 6,71% en comparación con el año 2021, con un total de 3 millones de turistas. A İzmir, llegaron 1,5 millones y en Aydın hubo un aumento del 1,15%, con 511.000 turistas. Por otro lado, Edirne, que tiene frontera con Bulgaria, recibió 4,6 millones de visitantes, y Artvin, frontera de Georgia, recibió 1,7 millones de personas.¹

Durante el año 2022, el conjunto de turistas realizó un total de 531 millones de pernoctaciones que es una cifra importante que demuestra la fortaleza del sistema turístico. Supone un aumento del 43% respecto al año precedente, y un aumento del 3,8% si se compara con los datos de pernoctaciones en el año 2019.

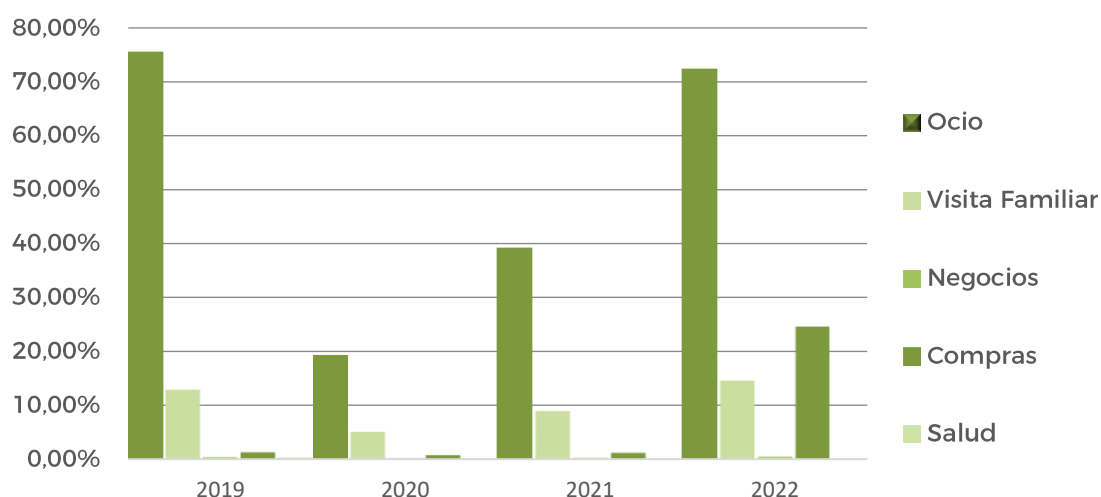
El número de noches por viaje, que en 2021 había crecido 0,26 noches por encima de 2020, se ha reducido en 2022 (-2,3%) con lo que la estancia media alcanza los 10,34 días. Esta cifra es superior a la del sistema turístico español y está fundamentalmente impulsada por el comportamiento de los turistas internacionales - no nacionales turcos- que pasan de 8,89 noches por viaje en 2019 a 9,3 en 2022.

28

MOTIVACION DEL VIAJE

El principal motivo del viaje no ha variado en los últimos años, ni siquiera en tiempos post pandémicos. De tal forma, los viajes de ocio, cultura y deportes es la razón principal para más de 32,3 millones de visitantes, que incrementa el 85% comparado por el año anterior.

Distribucion de gasto por motivacion de viaje



¹ <https://www.turizmguancel.com/haber/2022-yilinda-en-cok-turist-hangi-sehre-geldi>

INFORME BÁSICO DEL MERCADO

TURQUÍA 2023

Fuente: TÜİK

Aparece en segundo lugar, visitar a familiares o amigos, que con un incremento del 63% alcanza algo más de 6,4 millones de visitantes. Métrica un poco encima de 2019 que viene justificada por el componente de nacionales turcos no residentes que impacta en el aumento en el propósito del viaje por esta motivación.

El turismo de salud, al comparar con 2019 presenta un aumento de 85 %. Así mismo, avala el posicionamiento de Turquía en el nicho de turismo de salud.

INGRESOS SEGUN EL MOTIVO DE VIAJE (millones USD)							
	Ocio Visita Cultural	Visitar Amigos Familiares	Educación	Salud	Religión	Compras	Negocios
2019	33.767	5.663	119	594	81	1.626	1.667
2020	8.591	2.253	31	350	9	766	559
2021	17.464	3.937	66	550	8	778	910
2022	32.379	6.423	138	10.977	17	2.320	1.367

Fuente: TUIK

Motivación

Por lo tanto, podría concluirse que el sol y playa y visitas culturales concentra 73% del interés de los visitantes internacionales.

Distribución del gasto

	Ingresos total (Millones USD)	Viaje Individual	Paquetes Turísticos
2019	38.930	28.883	10.047
2020	14.817	12.550	2.266
2021	30.173	24.929	5.244
2022	46.477	34.669	11.807

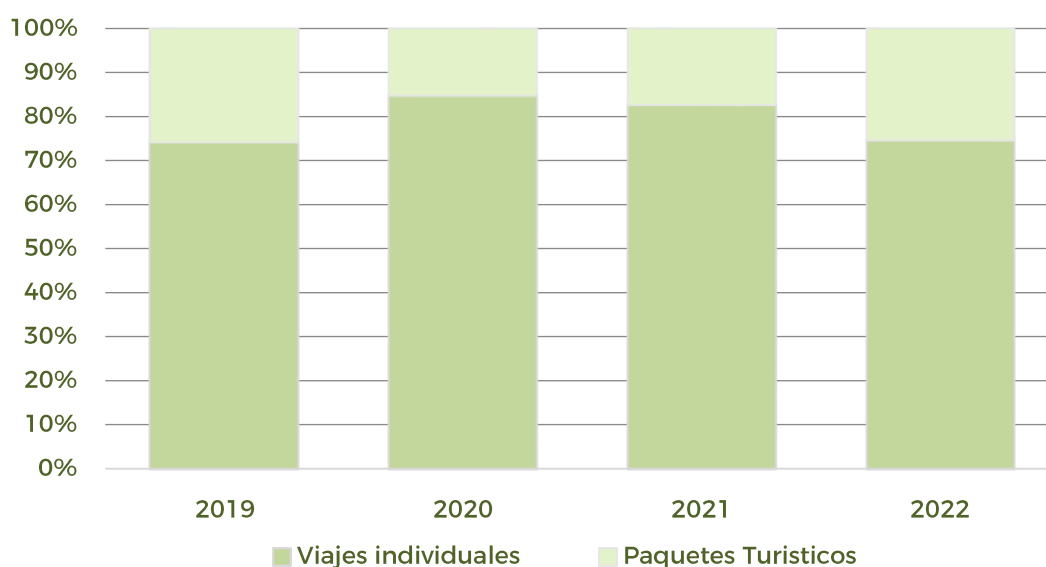
Fuente: TUIK



En 2022, los ingresos turísticos de Turquía como destino ascendieron a 46.477 millones de dólares, de los cuales 34.669 millones USD correspondieron a gastos de viajeros individuales y casi 12.000 millones USD a gastos en paquetes turísticos.

En comparación con el año 2021, se observó un aumento de aproximadamente el 40% en el gasto de viajeros individuales, y un espectacular crecimiento del 125% en los gastos en paquetes turísticos. El gasto de los viajeros individuales representó el 75% del total de gasto turístico, los paquetes turísticos representaron el 25%, unas proporciones casi idénticas a 2019.

30



Fuente: TUIK

El mercado emisor turco- Perfil.

La plataforma web de búsqueda de viajes Momondo, con sede en Dinamarca, examinó los hábitos de viaje en una macroencuesta en 2019. En la investigación participaron 29.000 personas de 20 países, incluido Turquía, con más de 1000 entrevistas a turcos. Según estos resultados, el perfil del viajero turco es el de un viajero en pareja que hace un esfuerzo ahorrador durante todo el año, para viajar y no pueden separarse de las redes sociales ni siquiera durante las vacaciones¹.

El 77% de los turcos considera que viajar con su cónyuge o pareja es su primera opción. Turquía se encuentra en el segundo lugar a nivel mundial, después de China, en cuanto a la preferencia por viajar con la pareja. El 56% de los turcos disfruta viajar con amigos,

¹ <https://www.cnnturk.com/yasam/rakamlarla-turk-seyahat-tutkunlarinin-profilini?page=1>

mientras que el tercer lugar lo ocupa el viaje con niños, con un 53%. Las opciones menos preferidas son viajar solo, con un 4% de elección.

Mientras muchos ciudadanos de otros países se desconectan de las redes sociales durante las vacaciones, los turcos no se separan de ellas ni siquiera en ese momento. Según la investigación, solo el 22% de los turcos se desconecta de las redes sociales durante las vacaciones. Con esta cifra, Turquía se encuentra en el segundo lugar entre los 20 países participantes que menos eligen hacer una "desintoxicación" de las redes sociales durante ese período.

En cuanto al uso de Instagram, los turcos son líderes indiscutibles a nivel mundial, mientras están de vacaciones, el 58% comparten publicaciones en Instagram, seguido por Brasil con un 52% en segundo lugar y Suecia con un 34% en tercer lugar. En cuanto al uso de Twitter, también ocupan el primer lugar con un 49% del total de turcos haciendo uso de esta red social, en la que los brasileños con un 34% y los españoles con un 28% son las nacionalidades que les siguen. Durante las vacaciones, también son el segundo país que más utiliza la aplicación de mensajería WhatsApp con un 64% tras Brasil que encabeza con un 72% el uso de esta App.

El 50% de los turcos afirma que ahorra dinero regularmente durante todo el año para poder disfrutar de unas buenas vacaciones. Un 30% elige pagar sus vacaciones a plazos, dividiendo los gastos en diferentes meses. El 15% de los participantes afirma que realiza trabajos adicionales durante el año para equilibrar su presupuesto de vacaciones, mientras que el 13% dice que recurre a préstamos bancarios para financiar sus vacaciones.

Con un 55% de preferencia, los turcos consideran que el factor más importante al elegir un hotel es que el precio se ajuste a su presupuesto. En segundo lugar, con un 41%, está la proximidad al centro de la ciudad. En tercer lugar, la recepción de buenas críticas en los sitios web de viajes, donde el 36% de los participantes afirma que solo se hospeda en hoteles con buenas críticas. Según la investigación, el servicio del personal del hotel también es un factor importante que influye en sus preferencias de alojamiento, con un 35%.

El mercado emisor turco- Doméstico.

En términos numéricos los residentes en Turquía disfrutan de sus vacaciones y viajan, fundamentalmente, en su propio país.

Número de viajes y gasto total Turismo Doméstico 2019-2022			
	Número de viajes (‘000)	Pernotaciones total (‘000)	Gasto total en millones liras turcas
2019	78.202	637.070	48.910
2020	42.847	469.091	32.250
2021	52.774	458.872	58.104
2022	52.327	426.579	114.317

Fuente: TUIK

De acuerdo con los datos de TUIK los residentes en Turquía realizaron en 2022 más de 52 millones de viajes, casi mismo número que en 2021, generando un gasto total de 114.317 millones de Liras Turcas (aproximadamente 6.116 millones de USD al cambio de 31 diciembre 2022) en sus desplazamientos por Turquía.

Si se compara el número total de pernoctaciones en el año 2019, se comprueba que las cifras aún están un 33% por debajo de las de ese año, aunque el gasto generado se haya más que duplicado. Lo cierto es que la inflación y el crecimiento de los precios está haciendo difícil el mantenimiento del modelo vacacional doméstico del residente turco. Así Turquía ha logrado recuperar el número de visitantes internacionales a niveles previos a la pandemia, pero aún no ha alcanzado las mismas cifras en el turismo nacional.

En el conjunto de 2022, las pernoctaciones superaron los 426.5 millones, con un descenso del 7%, sobre el año 2021 y una estancia media superior a los 8 días, muy parecida a la de 2019.

Atendiendo a estas cifras el mercado doméstico no se ha recuperado tras la pandemia y el buen comportamiento del turismo en Turquía se debe a los viajeros de procedencia extranjera, cuyo número, en 2023 se estima superará la temporada de 2019. El gasto se ha incrementado por causa de la inflación y el viajero turco debe dedicar un porcentaje mayor a su viaje cuya motivación principal sigue siendo ocio y la cultura.

El mercado emisor turco- Extranjero.

Como primera aproximación es muy relevante mencionar que los ciudadanos de Turquía precisan de visado para acceder a España, al espacio Schengen.

En términos anuales el gasto turístico generado por los ciudadanos turcos que residen en el país y visitan otros países, aumentó un 130,9% en comparación con el año 2021,

alcanzando los 4.276 millones de dólares. De esta cantidad, 3.753 millones de dólares corresponden a gastos de viajeros individuales y únicamente 523 millones dólares a paquetes turísticos¹.

Si se busca la comparativa con el año 2019 siete de cada diez turcos que había viajado al extranjero en 2019, bien sea por el miedo a la pandemia, por la situación económica, razones familiares etc. se han quedado en Turquía en 2021. En el año 2022, se ha recuperado una parte de viajes al extranjero y, en número, alcanza un aumento del 165%, sobre 2021.

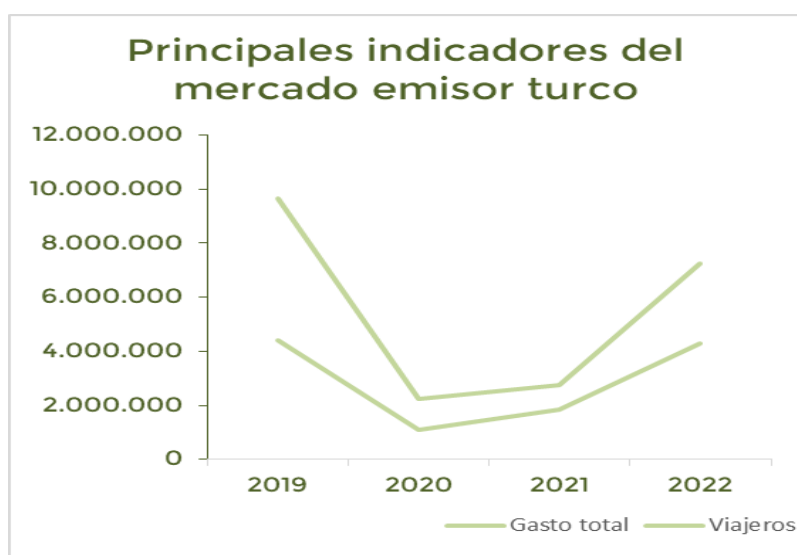
Indicadores del mercado emisor turco				
	Gasto total ('000 USD)	Viajeros	Noches	Gasto por viajero (USD)
2019	4.403.670	9.650.512	9,07	456
2020	1.104.545	2.242.864	12,62	492
2021	1.851.922	2.738.340	19,22	676
2022	4.276.533	7.266.773	12,63	589

Fuente: TUIK

Los pagos realizados por los residentes en Turquía en sus viajes al extranjero durante 2022 sumaron un total de 4.276 millones de US\$, un 131% más que en 2021.

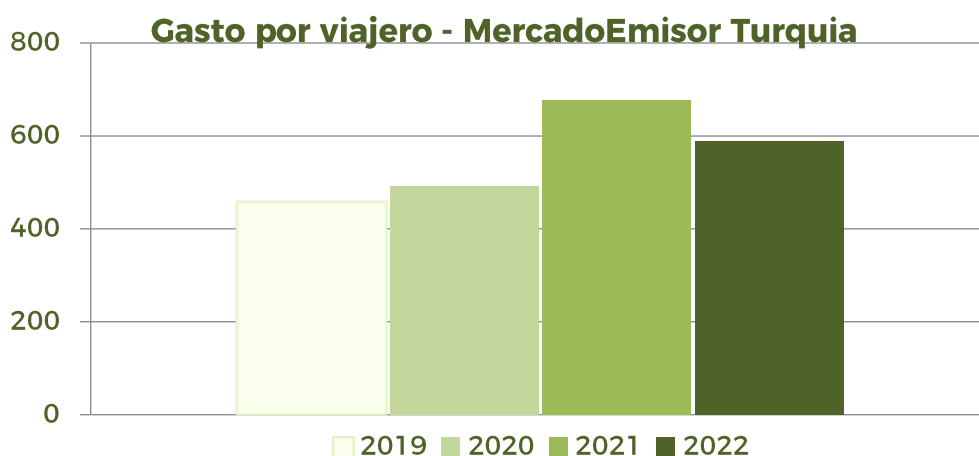
Aunque, en comparación con 2019 todavía haya una diferencia de 200 millones de dólares, y más de dos millones de viajes se considera recuperado el mercado emisor turco y sometido a las presiones de la inflación y la guerra en ucrania más que por las consecuencias de la pandemia. Es cierto que el gasto por viajero en 2022 con 589 US\$ disminuye un 12% al compararlo con 2021, año excepcional, sin embargo, se observa un aumento del 28%, comparando con 2019.

¹ <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-IV.Ceyrek-Ekim-Aralik-ve-Yillik,-2022-49606>



Fuente: TUIK

34



Fuente: TUIK

Principales destinos extranjeros del turista turco

Históricamente, la decisión sobre qué destino visitar lo han marcado principalmente patrones como; la cercanía, la posibilidad de poder viajar **sin visado**, similitudes culturales o la existencia de una numerosa comunidad turca en el destino. Durante 2022 no se observa ningún cambio en el patrón de selección de sus destinos turísticos.

Viajes de los residentes turcos		
	2021	2022
Iraq	452.686	1.041.681
Bulgaria	402.743	854.479
Georgia	275.099	762.745
Grecia	86.815	585.165
Iran	106.315	357.296
Azerbaiyan	144.035	292.237
Alemania	124.785	246.010
Otros	1.166.708	3.203.902
Total	2.759.186	7.343.514

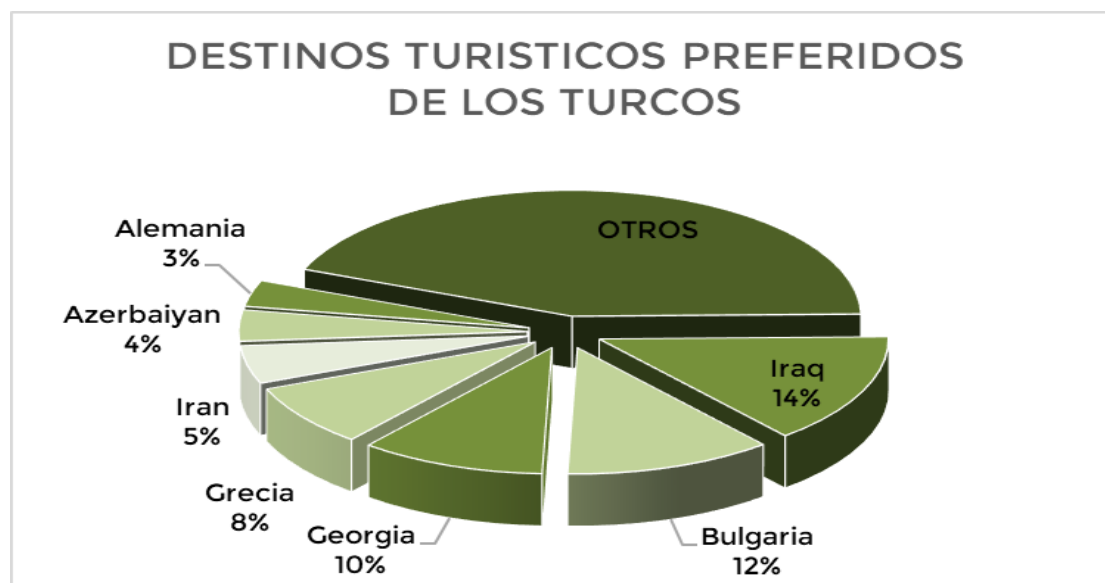
Fuente: TÜİK

En el ranking de ciudadanos turcos que viajaron al extranjero en 2022, no hubo cambios en los países principales. Irak se mantuvo en primer lugar, seguido de Bulgaria en segundo lugar y Georgia en tercer lugar. En el cuarto, quinto y sexto lugar, se ubicaron los países fronterizos como Grecia, Irán y Azerbaiyán.

Aunque no hubo grandes cambios en el ranking, el número de viajes duplica o triplica los que tuvieron lugar en 2021. El mayor crecimiento se produce en Grecia, que de ser el séptimo destino en 2021, tras Alemania, Irán y Azerbaiyán, salta al cuarto lugar promovido, probablemente por la agresiva oferta que facilitó multiplicar por seis el número de ciudadanos turcos que viajó a Grecia en 2022.

En cuanto al total de salidas, el 14% de los viajes tuvieron como destino Irak, otro 12% a Bulgaria y el 10% restante a Georgia. La razón principal de atracción de estos destinos, además de ser países limítrofes se debe al elevado comercio fronterizo con ellos.

Sin embargo, esta situación no se aplica a Grecia. A pesar de ser un país fronterizo, no está en la ruta principal de la autopista europea ni tiene un volumen comercial tan alto como Irak, Bulgaria y Georgia. Se considera que este extraordinario aumento en el número de ciudadanos turcos que viajan a Grecia se debe al deseo de viajar y la agresiva oferta griega, pero al ser país del área Schengen, debe examinarse el proceso de concesión de visado y la facilidad con la que se ha pasado de casi 87.000 a más de 585 mil en un año.



Fuente: TÜİK TurkStat Arriving citizen Survey

36

Cuando observamos los países europeos, Alemania, donde hay una gran población de origen y nacionalidad turca, ha experimentado un aumento en el número de visitantes de más del 95% en comparación con el año 2021. Al analizar otros países que atraen a los viajeros residentes en Turquía, se ha observado -conforme a los datos del instituto estadístico turco- un aumento significativo en EE.UU., Francia e Italia.

Estancia.

Según TUIK, en 2022 los residentes turcos pernoctaron un total de 91,8 millones de noches en el extranjero lo implica un crecimiento del 74% respecto a 2021. Y, quizá más sorprendente, supera en 5% el número de pernoctaciones que en 2019 era de 87 millones. Respecto al gasto medio diario, de acuerdo con estas estadísticas, supera los 46USD en 2022, pero aún lejos de los 50USD del año 2019.

La estancia media en el extranjero sigue siendo muy elevada, con 12,63 noches por viaje, aunque se ha reducido un 34% desde 2021, con un incremento del 32% en el gasto diario, que pasa de 35,19 US\$ a 46,58 US\$ en 2022

	Pernoctaciones Totales	Gasto medio por noche (USD)
2019	87.505.490	50,32
2020	28.303.581	39,02
2021	52.633.117	35,18
2022	91.810.997	46,57

Fuente: TUIK

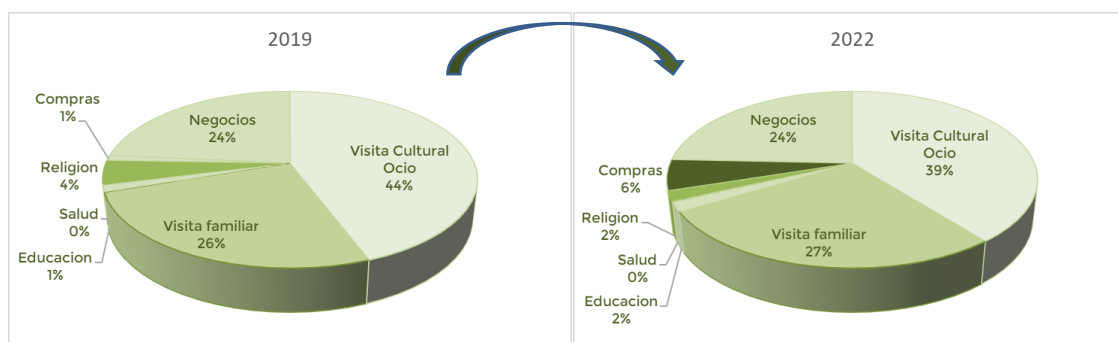
Motivo del Viaje

MOTIVOS DE VIAJE del turista turco								
	Cultural y Ocio	Visita familiar	Educación	Salud	Religión	Compras	Negocios	Total
2019	3.838.433	2.215.160	108.501	14.160	377.177	82.802	2.039.226	9.650.512
2020	660.810	568.975	20.844	3.849	171.077	33.765	484.770	2.242.864
2021	720.113	772.722	30.423	6.629	581	21.469	666.049	2.738.340
2022	2.514.916	1.734.187	113.113	9.365	117.204	358.921	1.557.051	7.266.773

Fuente: TÜİK

Debido a la pandemia, en el año 2021, las visitas familiares superaron a las visitas de ocio y cultura. Evidentemente resultado de la dificultad de pernoctar en lugares distintos al propio domicilio familiar; una situación atípica en comparación con las estadísticas de viajes normales que se ha recuperado en 2022 y que muestran un perfil muy parecido al de 2019.

37



Fuente: TÜİK TurkStat Arriving citizen Survey

Como se observa se ha producido una ligera pérdida en los viajes con motivación de Ocio y cultura respecto de 2019, y es llamativo que esta pérdida corresponda con el incremento del 5% a visitas relacionadas con compras.

Preferencias alojamiento

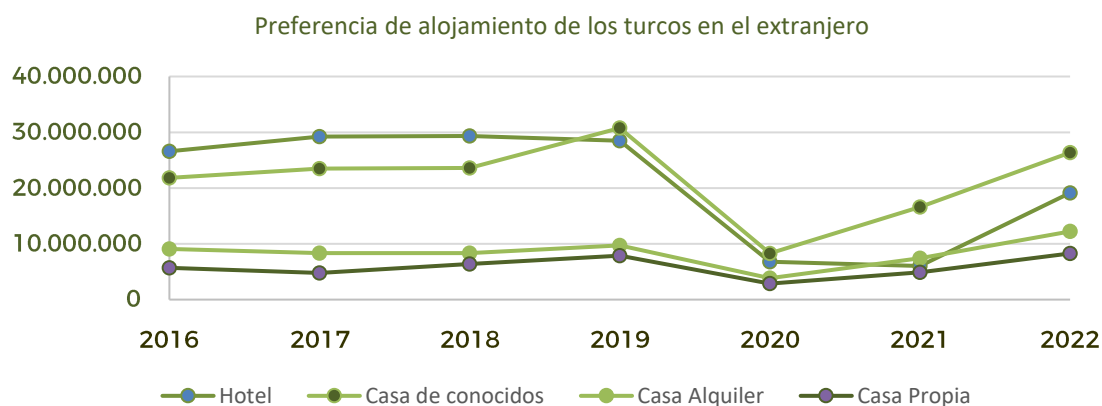
Pernoctaciones totales en el extranjero según tipo de alojamiento						
	Hotel	Casa de conocidos	Casa Alquiler	Casa Propia	Otros	Total
2019	28.453.916	30.751.638	9.692.248	7.869.078	10.738.610	87.505.490

Pernoctaciones totales en el extranjero según tipo de alojamiento						
	Hotel	Casa de conocidos	Casa Alquiler	Casa Propia	Otros	Total
2020	6.775.765	8.294.388	3.839.535	2.870.736	6.523.157	28.303.581
2021	6.025.686	16.617.609	7.391.085	4.875.101	17.723.637	52.633.117
2022	19.140.822	26.376.819	12.217.968	8.271.788	25.803.600	91.810.997

Fuente: TÜİK

En general, el comportamiento de alojamiento de los ciudadanos turcos que viajan al extranjero ha experimentado cambios después de la pandemia. Estos cambios son claramente visibles al comparar los datos de 2019 y 2022. Antes de la pandemia, la elección de hoteles solía rondar entre el 30% y el 35% cada año, pero en 2022 ha disminuido hasta el 20%. En cuanto a las preferencias de alojamiento, los hogares de conocidos y las casas de alquiler han reemplazado en gran medida a los hoteles.

38



Fuente : TÜİK

Como resumen del mercado emisor de los residentes en Turquía, durante 2022, aproximadamente un 9% de la población turca ha viajado al extranjero, suponen casi 7,3 millones de viajes. El 34,61% de estos viajes son por ocio y cultura y tienen lugar en el periodo estival de vacaciones. Estos viajes han generado un gasto turístico de 4.276 millones de US\$, esto es un gasto de 589USD por viajero.

Situación de la industria turística turca.

Finanzas.

Según los datos recopilados por Turizmdatabank¹ a partir de los datos de la Seguridad Social (SGK), el número de trabajadores asegurados, incluidos los empleadores, en el sector turístico aumentó un 16,10% en marzo, pasando de 1,6 millones de personas a 1,68 millones de trabajadores.

En el sector de alojamiento, el número de empleados aumentó un 17,9% en marzo de 2022, alcanzando las 300.000 personas y de igual forma, se produjeron aumentos del 17,4% en el sector de alimentos y bebidas, un 5,4% en actividades deportivas y de entretenimiento, un 10,7% en agencias de viajes y un 1,1% en aerolíneas.

En cuanto a los ingresos turísticos en 2022 y la estrategia del "Plan Quinquenal de Turismo" anunciados por el Instituto de Estadística de Turquía (TÜİK), se informó que se generaron ingresos por divisas de 46.284 millones de dólares provenientes del turismo. Esto significa que aproximadamente la mitad del déficit comercial se cubre con los ingresos de divisas del turismo.

El Ministerio de Cultura y Turismo de la República de Turquía ha establecido nuevos objetivos con el "Plan Quinquenal" con el objetivo de alcanzar la meta de 90 millones de turistas internacionales (incluidos los turcos nacionales residentes en el extranjero) y 100.000 millones de dólares de ingresos en 2028. En este plan, se describen algunas acciones para lograr estos objetivos, como la incorporación de cinco ciudades más en el programa de las Estrellas Michelin (octubre de 2022), la implementación de sellos de sostenibilidad de organizaciones privadas y la promoción de un "turismo de calidad" fundamentalmente enfocado al mercado estadounidense. También se destaca la importancia de "adquirir inmunidad ante las crisis" estableciendo un importante programa de inversiones, según lo anunciado por el Ministro Ersoy.

Innovación e inversión

La Agencia de Promoción y Desarrollo Turístico de Turquía (TGA), establecida el 15 de julio de 2019, tiene como objetivo convertir a Turquía en una marca turística líder y, en base al patrimonio natural, cultural, ecológico y humano hacer de Turquía una atracción en el mercado internacional. Se pretende aumentar la capacidad turística de

¹ <https://www.ekonomim.com/kose-yazisi/turkiye-ekonomisinde-2022-dis-ticareti-ve-turizm-sektoru/685126>

Turquía, así como la contribución de la inversión turística a la economía del país y la calidad de los servicios a través de inversiones y actividades de comunicación y marketing.

La Agencia lleva a cabo las actividades de promoción, marketing y comunicación con el fin de alcanzar los objetivos turísticos de Turquía establecidos por el Ministerio de Cultura y Turismo, promocionando y comercializando los recursos turísticos existentes a nivel mundial, así como descubriendo, desarrollando y aprovechando las posibles oportunidades turísticas¹.

En 2022 TGA firmo un programa nuevo que es llama “El Programa de Certificación de Turismo Seguro de Turquía” que describe una serie de medidas recomendadas que se deben tomar en diversos aspectos, como transporte, alojamiento, salud de los empleados de los establecimientos y la salud de los propios visitantes, tanto para ciudadanos turcos como para visitantes extranjeros que pasen sus vacaciones en Turquía. La estrategia de “turismo seguro” se basa en la evaluación y las inspecciones (de higiene y salud) por parte de empresas de acreditación autorizadas para otorgar el Certificado de Turismo Seguro. Estas empresas emiten informes y envían regularmente inspectores a las instalaciones solicitantes para verificar si se brinda un servicio acorde a los criterios establecidos.

Las instalaciones que obtienen el certificado se anuncian en el sitio web de TGA (Agencia de Promoción y Desarrollo Turístico de Turquía) y en el sitio web del Ministerio de Cultura y Turismo de la República de Turquía. El logotipo del Certificado de Turismo Seguro se muestra en lugares visibles de los establecimientos certificados, y los clientes pueden acceder a toda la información de inspección relacionada con el establecimiento a través del código QR que aparece en el certificado. En teoría debería inspirar seguridad en los turistas garantizando la transparencia de todo el proceso.

Con el objetivo de aumentar la competitividad en el sector turístico, en 2022, el Ministerio firmó un acuerdo de colaboración de tres años con el Consejo Global de Turismo Sostenible (Global Sustainable Tourism Council), y preparó el Programa de Turismo Sostenible de Turquía de acuerdo con estándares internacionales de certificación. Con ello Turquía ha hecho una fuerte campaña de posicionamiento sobre criterios de turismo sostenible para los establecimientos de alojamiento en colaboración Consejo Global de Turismo Sostenible que ofrece el reconocimiento internacional necesario. Lo cierto es que se desconoce el funcionamiento del programa

¹ <https://www.tga.gov.tr/turkiyenin-guvenli-turizm-programi-hakkinda/>

de financiación de esta certificación y su uso por la planta hotelera turca, pero, sin duda, ha permitido lanzar una eficaz campaña de comunicación.

Ocupación Hotelera.

La Asociación de Hoteles y Turismo de Turquía (TÜROB) anunció que, en 2022, la ocupación hotelera en toda Turquía aumentó un 28% en comparación con el año anterior, alcanzando un promedio del 66,7%. Este incremento en las tasas de ocupación fue impulsado, principalmente por el aumento en la ocupación en Estambul y los precios de las habitaciones en Antalya.¹

En el balance del sector de alojamiento para el año 2022 preparado por la empresa global de datos y análisis STR para la Asociación de Hoteleros de Turquía (TÜROB), pone de relieve que salvo un ligero descenso del 4,6% producido en diciembre de 2022, se caracteriza por un aumento significativo del 28% de la ocupación hotelera en el conjunto del año.

41

En 2022, la tarifa media diaria por habitación en toda Turquía (ADR Average Daily Rate) corresponde a la de una habitación) aumentó un 43% en comparación con el año anterior, llegando a 117,6 euros; mientras que los ingresos por habitación disponible por noche (RevPAR) -que se considera un criterio de ingresos importante para los hoteles- aumentaron un 84%, llegando a 78,4 euros.

Al examinar el número de establecimientos con licencia de operación y de inversión en Turquía, se observa que en todo el país hay un total de 20.534 establecimientos con licencia de operación y una capacidad de 860.000 habitaciones, así como 646 establecimientos con licencia de inversión y una capacidad de 70.000 habitaciones en el sector de alojamiento.

En cuanto a los establecimientos con licencia de operación, Estambul ocupa el primer lugar con 2.844 establecimientos y una capacidad de 117.000 habitaciones, seguido de Antalya con 2.521 establecimientos y una capacidad de 283.000 habitaciones. Muğla cuenta con 2.497 establecimientos con licencia de operación y una oferta de 101.000 habitaciones.

En cuanto a los establecimientos con licencia de inversión, Antalya tiene la mayor participación entre los 646 establecimientos que se incluirán en la oferta hotelera en

¹ <https://turizmpress.com/otel-haberleri/turkiyede-2022-otel-doluluk-oranlari-aciklandi/>

un futuro cercano, con 82 establecimientos y una capacidad de 17.000 habitaciones, seguido de Estambul con 80 establecimientos y una capacidad de 7.000 habitaciones, y Muğla con 71 establecimientos y una capacidad de 9.000 habitaciones.¹

“La licencia de inversión en turismo” es el primer documento que se otorga durante la etapa de inversión de una instalación turística. Para obtener “la licencia de operación”, el establecimiento debe haber completado su inversión o haber estado en funcionamiento previamente con una licencia municipal un tiempo determinado. Con la nueva ley, ahora también es obligatorio obtener el Certificado de Gestión Turística para los establecimientos con licencia municipal.

Precio de las vacaciones

Según las estimaciones de Turizmdatabank, el centro de estadísticas turísticas, basadas en datos del Instituto de Estadísticas de Turquía (TÜİK), el precio de los paquetes turísticos nacionales de una semana, o más, organizados por compañías de turismo en Turquía fue de 6.600 TL (330 USD) en febrero de 2023.

42

Por otro lado, el precio de los paquetes de viajes internacionales anunciados por compañías de turismo y sitios web turísticos alcanza las 9.978 TL² (500 USD) con un incremento sustancial sobre el año 2022, en el que la media tenía precio más cercanos a las 4.992 Liras Turcas, unos los 300 USD. En este sentido los precios han aumentado en un 60% en USD, pero debido a la depreciación de la lira turca, suponen un incremento del 100% en liras turcas.

Empleo

Según los datos recopilados de TÜİK por el Centro de Estadísticas Turísticas, Turizm Databank, el número de empleados remunerados en hoteles de Turquía superó el nivel de 2019 y alcanzó las 253.700 personas en diciembre de 2022. En 2019, la cifra era de 225.800. El número total de empleados de hoteles, que tuvo un promedio de 335.000 en 2022, fue de 320.000 en 2019.

¹ <https://gyodergosterge.com/detay/turizm%20ve%20otel>

² <https://www.turizmdatabank.com/turizm-istatistikleri/subat-2023te-turkiye-tatil-turu-fiyatlari/>

Promoción

Con motivo de la celebración del centenario de la República Turca en 2023 el ministerio de turismo de Turquía, ha establecido el objetivo de alcanzar 60 millones de turistas a finales de 2023.

Así la TGA (Agencia de Promoción y Desarrollo Turístico de Turquía) ha preparado campañas de promoción, especialmente para los mercados de Estados Unidos, Italia y Francia (periodistas e influencers) centrados en la ciudad de Estambul, con el tema "Iconic Istanbul", con un programa centrado en moda, cultura, arte y gastronomía. Turquía, que se está preparando para las celebraciones del centenario en el año 2023, tiene como objetivo contribuir a la visión de "un Turquía en crecimiento, fortalecido y líder en todos los ámbitos", también en el campo del turismo. El Ministerio lleva a cabo campañas de promoción especializadas utilizando medios de comunicación digitales y tradicionales como revistas, anuncios en periódicos, comerciales de televisión, películas promocionales, campañas publicitarias conjuntas, aplicaciones de redes sociales, periodistas, influencers y operadores turísticos, para dar a conocer la rica historia, bellezas naturales y cultura del país. Estas campañas tienen un impacto en más de 200 países.

El Ministro mencionó que en abril de 2023, İzmir se sumará a la lista de ciudades festivaleras y el Carnaval de la Flor de Naranjo de Adana se incluirá en los Festivales del Camino Cultural de Turquía. Además, se organizarán festivales en 10 ciudades de 7 regiones en 2023, incluyendo ciudades como Gaziantep, Trabzon y Erzurum. Se planea agregar 5 nuevas ciudades cada año a estos festivales .

En colaboración con el Culinary Institute of America y la Universidad de Barcelona, la TGA destacó en la tercera edición de la conferencia "Tomorrow Tastes Mediterranean" en Barcelona, con el tema "Biodiversidad, Salud y Cocina Mediterránea".

La TGA participó en la "Conferencia de Turismo Sostenible 2022 GSTC" celebrada en Sevilla, España, del 12 al 15 de diciembre.¹

Promoción 2023

En 2023, Turquía tiene como objetivo recibir 60 millones de visitantes y generar ingresos por valor de 56 mil millones de dólares. Para los próximos diez años, se

¹ <https://www.tga.gov.tr/tga-bulten-aralik-2022/>

establece la meta de alcanzar ingresos por valor de 120 mil millones de dólares y recibir 104 millones de visitantes. Con el hito intermedio del plan quinquenal del ministerio de turismo de 90 millones de visitantes y 100.000 millones de USD en 2028.



Fuente: TGA. gov

44

Situación de la conectividad aérea general.

La guerra en Ucrania ha obstaculizado la recuperación del tráfico de pasajeros aéreos en 2022, lo que ha provocado una disminución en las llegadas entrantes desde Rusia y Ucrania, fuentes clave para Turquía. La presión inflacionaria en Europa ha llevado a una reducción del gasto discrecional por parte de los consumidores sensibles al precio.

En este escenario, Turkish Airlines, con 197 destinos internacionales y una creciente participación de ingresos complementarios del 22%, sigue siendo dominante en el mercado de aerolíneas de Turquía. Y ha centralizado todas sus operaciones en el Aeropuerto de Estambul buscando convertirse en un HUB fortaleciendo su posición como centro regional, mientras que se prevé un crecimiento del transporte aéreo doméstico. El mismo conflicto que limita las llegadas de rusos y ucranianos ha ofrecido una ventaja competitiva e estas operaciones, al cerrarse el espacio aéreo de Rusia y Ucrania (por el conflicto o las sanciones) ciertas compañías han debido modificar sus rutas de conexión con Asia lo que ha encarecido, dificultado o prolongado la duración del viaje, Turkish Airlines ha consolidado sus rutas hacia Asia y ha incrementado el volumen de pasajeros -aunque sea en tránsito- desde estos mercados .

A pesar de las suspensiones de vuelos a ciudades ucranianas y rusas específicas, Turkish Airlines continúa operando hacia Moscú, San Petersburgo y Kazán. La asequibilidad de Turquía y su atractivo para los rusos adinerados que buscan una segunda residencia

han aumentado. La recuperación del tráfico de pasajeros aéreos ¹ depende de la situación en Ucrania y el coste del combustible, pero la debilidad de la lira y la alta inflación hacen que los centros turísticos turcos sean atractivos.

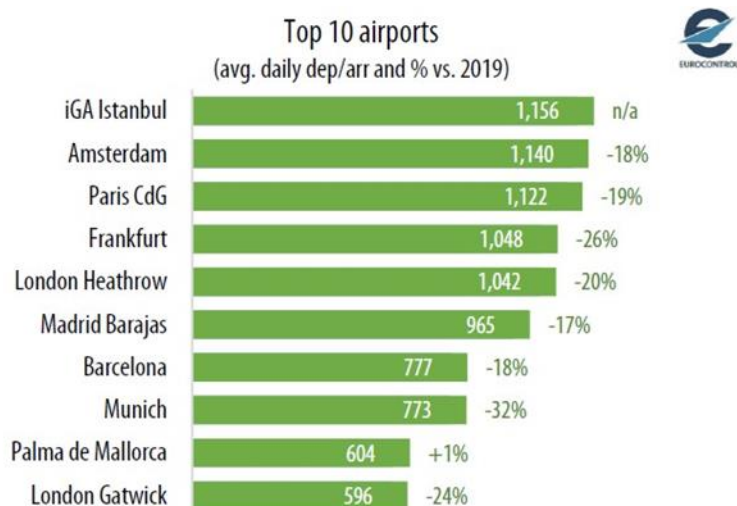
EVOLUCION DE TRAFICO DE PASAJEROS EN AEROPUERTOS EN TURQUIA					
	2019	2020	2021	2022	19 vs 22
Tráfico de pasajeros incl. Transito.	208.911.338	81.703.685	128.350.222	182.333.844	-13%
Tráfico de pasajeros	208.373.696	81.616.140	128.155.762	181.948.006	-13%
- Línea nacional	99.946.572	49.740.303	68.466.177	78.670.030	-21%
- Línea internacional	108.427.124	31.875.837	59.689.585	103.277.976	-5%
Pasajero en tránsito	537.642	87.545	194.460	385.838	-28%

Fuente: Statista

Según el Informe de Análisis de EUROCONTROL para el año 2022, Turquía se encuentra en el sexto lugar entre los países con más operaciones y tráfico de llegadas/salidas más intenso en Europa, con 948.000 vuelos.

En cuanto a las compañías aéreas con mayor número de vuelos en 2022, Turkish Airlines (THY AO) se encuentra en tercer lugar, con un promedio diario de 1.245 vuelos.

Además, el Aeropuerto de Estambul fue el aeropuerto más concurrido de Europa, con un promedio diario de 1.156 vuelos.



¹ Airlines in Turkey, Euromonitor International

Fuente: Eurocontrol ¹

Según los datos publicados por la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), la capacidad global de pasajeros aéreos en 2022 se mantuvo un 28% por debajo de los niveles de 2019. Sin embargo, Turkish Airlines (THY) se destacó como líder en la industria al superar en un 7,5% su capacidad de 2019. Según la comunicación a los inversores Turkish Airlines, en su informe anual de 2021, “ha sabido reaccionar rápidamente a los negativos efectos de la pandemia para mantener la estabilidad financiera”. Durante el año 2022 logró un beneficio neto de 2.779 millones de USA dólares, 217% más que 2019 (876m USD).

Además, según los datos de la Organización Europea para la Seguridad de la Navegación Aérea (Eurocontrol), THY ha sido la principal compañía aérea de red en Europa durante los últimos tres años. En 2022, THY logró un notable ascenso como la aerolínea con la mayor capacidad de asientos internacionales a nivel mundial.²

46



Turkish Airlines en Numeros

- * La red alcanza a más del 90% de la población mundial, PIB y volumen de comercio.
- * Turkish Airlines vuela a 289 destinos internacionales en 129 países.
- * Ofrece 42.6 mil opciones de conexión.

¹ <https://web.shgm.gov.tr/tr/haberler/7025-eurocontrol>

² <https://www.dunya.com/gundem/turk-hava-yollari-2022-yili-net-karini-acikladi-haberi-687073>

RESULTADOS DEL TRAFICO DE TURKISH AIRLINES

	2019	2020	2021	2022
Operaciones	486.941	240.339	357.189	452.677
Pasajeros	74.282.741	27.950.200	44.787.730	71.817.625
Tasa de ocupación	82%	71%	68%	81%
Pasajeros vuelos domésticos	30.441.507	13.827.432	24.143.538	25.488.658
Pasajeros vuelos Internacionales	43.841.234	14.122.768	24.644.192	46.328.867

Fuente: Informe Turkish Airlines 2022

Pegasus, la aerolínea de bajo coste más importante de Turquía, ha estado operando en la industria de la aviación con vuelos chárter desde 1990. En 2022, un año en el que se observó una recuperación parcial en el sector de la aviación, Pegasus se ubicó entre las aerolíneas que recuperaron su capacidad más rápidamente después de la pandemia. En 2022, alcanzaron una cifra de 26,94 millones de pasajeros, lo que representa un aumento del 33,37% en comparación con 2021. Además, la tasa de ocupación en 2022 aumentó en un 6,3% en comparación con 2021, llegando al 83,6%. A finales de 2022, Pegasus incrementó sus ingresos en un 139%, alcanzando los 2.450 millones de euros en comparación con el año anterior. Se observó un aumento del 300% en las operaciones de vuelos chárter en comparación con 2021.¹

Pegasus, vuela a Madrid 11 veces a la semana y a Barcelona 10 veces a la semana

RESULTADOS DEL TRAFICO DE PEGASUS AIRLINES

	2021	2022	21 VS 22
Aterrizajes	138.436	166.191	20%
Pasajeros	20.160.000	26.940.000	24%
Tasa de ocupación de pasajeros (%)	77%	84%	6%

Fuente: Pegasus Airlines

SunExpress, la compañía con sede en Antalya y una empresa conjunta entre Turkish Airlines y Lufthansa, continúa buscando consolidar su posición como una de las principales empresas de vacaciones en Europa. Fue elegida como "Mejor aerolínea de vacaciones del mundo" en los premios World Airline Awards 2022, determinados por

¹ <https://www.pegasusyatirimciliskileri.com/tr/operasyonel-ve-finansal-veriler/faaliyet-raporlari/2022.pdf> - syf 20

la votación de más de 14 millones de pasajeros en todo el mundo, otorgados por Skytrax¹. SunExpress ofrece una red de vuelos a 29 países, incluyendo destinos como Barcelona, operando desde el aeropuerto de Izmir Adnan Menderes. En 2022, SunExpress transportó 10,7 millones de pasajeros con una tasa de ocupación del 85%, superando los niveles previos a la pandemia, y tuvo una ganancia neta de 85 millones de euros en 2022.²

ASOCIACIONES IMPORTANTES DEL SECTOR

TÜRSAB (Association of Turkish Travel Agencies)

Director de la Junta: FİRUZ BARBAROS YERLİKAYA

Dirección: DİKİLİTAŞ MH .AŞIK KEREM SOK .NO 40 FULYA 34349/BEŞİKTAŞ / İSTANBUL

Tel: +90 212-2598404

WHATS APP: +90 549 456 10 10

E-mail: tursab@tursab.org.tr

TÜROFED (Turkish Hoteliers Association)

Director de la Junta: ERKAN YAĞCI

Dirección : W Marriot Otel Ankara Kızılırmak Mah. Muhsin Yazıcıoğlu Cad. No: 1 B-1 Ofis No: 34-35 Söğütözü - Ankara

Tel: +90 0312 287 70 65/66-68-76

E-mail: info@turofed.org.tr

TÖZHİD (Turkish Private Aviation Enterprises Association)

Director de la Junta: MEHMET TEYFİK NANE

Dirección: Yeşilköy Mahallesi Atatürk cad. EGS Business Park B2 Blok No:12 Zemin kat D1 34149 Bakırköy/İstanbul

Tel: +90 212 465 72 36 - 37

E-mail: info@toshid.org

TYD (Turkish Tourism Investors Association)

Director de la Junta OYA NARİN

Dirección: Nispetiye Caddesi, Aydın Sokak Aydın İş Merkezi Kat:2 Daire:6 Levent - İstanbul

Tel: +90 212 347 21 35

E-mail: info@ttyd.org.tr

TUROB (Touristic Hotels and Investors Association Turkey)

¹ <https://www.sunexpress.com/tr/seyahat-islemleri/rezervasyon/guezergah-agi/>

² <https://www.airporthaber.com/sunexpress-haberleri/>

Director de la Junta: MÜBERRA ERESİN

Dirección: Harbiye Mahallesi, Cumhuriyet Caddesi Dağ Apt. No:34 Kat:3 D.9 (Starbucks üstü) Harbiye / Şişli – İstanbul

Tel: +90 212 296 08 80 (pbx)

E-mail: president@turob.com

AGENCIAS DE VIAJES/OPERADORES

En Turquía, a diferencia del sistema en España, no existe una distinción legal entre operadores turísticos y agencias de viajes, ni se separa entre mayoristas y minoristas. Todas las empresas en este sector se clasifican como Agencias de Viaje y se dividen en 3 grupos: A, B y C:

- Grupo A: Estas agencias pueden ofrecer todos los servicios relacionados con las agencias de viaje.
- Grupo B: Estas agencias pueden realizar reservas y ventas de paquetes turísticos organizados por agencias de viaje del grupo A, así como la reserva y venta de boletos de transporte terrestre, aéreo y marítimo.
- Grupo C: Estas agencias se dedican exclusivamente a la presentación, organización, marketing y venta de paquetes/viajes nacionales para ciudadanos turcos.

Los principales agentes turísticos pertenecientes al Grupo A son aquellos que tienen la mayor oferta hacia España. A continuación, se proporciona información resumida sobre los más importantes.

JOLLY TUR

Jolly Tur es un operador turístico con sede en Turquía, fundado en 1987 por Sinan Vardar. En 1994, se unió a Öger Tur y hasta 2003 operó bajo la marca Öger Tur, centrándose en el turismo nacional y la recepción de turistas extranjeros. Sinan Vardar, uno de los socios fundadores de TUI-Moss Travel, uno de los principales operadores del mercado ruso, también fue socio gerente de Öger Holding y sus subsidiarias durante ese período, hasta que se separó de estas asociaciones en 2003.

En la actualidad, Jolly Tur sigue siendo dirigida por Ahmet Mete Vardar, como Presidente del Consejo de Administración y Mert Vardar como Vicepresidente del Consejo de Administración. Jolly Tur ofrece una amplia gama de servicios, desde hoteles nacionales hasta viajes internacionales, culturales y de crucero. Además, bajo las marcas Jolly M.I.C.E. y Jolly Business, ofrece servicios corporativos de viajes, ferias y

congresos, con más de 600 puntos de venta y un equipo de 3.500 personas, en los últimos 3 años, han priorizado la digitalización y el turismo sostenible con crecimientos del 25% en el número de clientes y del 100% en ingresos en 2022. Han expresado en varias ocasiones su ambición de consolidarse como uno de los operadores más grandes en el mercado.

TATILBUDUR.COM MIKATUR

TATILBUDUR.COM, uno de los principales actores del sector, se asoció con İş Girişim Sermayesi, la empresa de capital de riesgo del grupo İş Bankası, en 2015 para fortalecer su posición en el mercado. İş Girişim Sermayesi aumentó su inversión en TATILBUDUR.COM en 2020 y aumentó su participación accionarial. Con la asociación de İş Girişim Sermayesi, TATILBUDUR.COM ha fortalecido su posición financiera y tiene como objetivo liderar el sector turístico. El sitio web de TATILBUDUR.COM, con más de 50 millones de visitas anuales, es uno de los sitios web más visitados en el turismo de Turquía. En 2022, gestionaron el viaje a aproximadamente 1,2 millones de turistas, su objetivo para 2023 es alcanzar los 1.5 millones de visitantes.

50

TATILSEPETI.COM

Tatilsepeti es uno de los principales portales turísticos de Turquía, con más de 63 millones de visitantes en total y una media de 25 millones de visitantes únicos desde el año 2004. Fundada en 2002, la empresa ha sido pionera en las ventas en línea de viajes nacionales y en 2009, firmó un acuerdo con Expedia, uno de los proveedores de hoteles más grandes del mundo, para comenzar a vender viajes al extranjero. Bajo el paraguas de Tatilsepeti, se ofrecen servicios de turismo de prestigiosos operadores turísticos nacionales, más de 4.500 hoteles nacionales y más de 350.000 hoteles internacionales, más de 7.000 tours nacionales e internacionales, así como servicios de reserva de vuelos y alquiler de coches.

TUAREG

TUAREG es una empresa de turismo que se especializa en la organización de tours culturales nacionales e internacionales desde 1997. El Director General y propietario de TUAREG es Serkan Özay. TUAREG TOURS ofrece servicios en diversas áreas, como viajes de negocios, organización de ferias internacionales, programas de vacaciones, reservas de hoteles y transporte tanto a nivel nacional como internacional, así como traslados para visitantes internacionales. También se dedican a la organización de incentivos, donde se esfuerzan por brindar el servicio de mayor calidad.

KAPPATUR

KAPPA TUR, propiedad de Kaan İşçil que actúa como director general, brinda servicios tanto a clientes finales como a otras empresas en el mercado local e internacional. Se especializa en la organización de viajes de cruceros, congresos, ferias, seminarios y reuniones comerciales, que incluyen la reserva de billetes de avión, billetes de barco, alquiler de coches y reservas de hoteles a nivel nacional e internacional.

PRONTOTUR

PRONTO TUR, dirigida por Ali Onaran, es uno de los principales turoperadores emisores de Turquía y ha estado vendiendo paquetes turísticos al extranjero desde 2007. En 2015, 94.000 personas viajaron con Pronto Tur, visitando ciudades populares como Roma, Praga y Barcelona. Italia fue el destino más vendido, seguido de Europa Central, España, Japón y Dubái. Pronto Tur ofrece una amplia variedad de experiencias turísticas, como el Festival de la Cerveza de Belgrado, el Carnaval de Venecia y Cuba. También han lanzado nuevos paquetes y experiencias a través de Pronto Plus, así como un blog llamado Pronto Blog. En 2016, experimentaron un crecimiento del 20% en tours y excursiones por el río, así como en productos nacionales. Tienen operaciones en 89 países y planean expandirse en el segmento de turismo juvenil con marcas como 'Friends' y 'Piu'.

ETSTUR

ETS TUR, dirigida por Coşkun Tunay, es una de las principales empresas de viajes y turismo de Turquía. Se encarga de la venta y comercialización de miles de hoteles a nivel nacional y ofrece una amplia gama de paquetes turísticos tanto en Turquía como en el extranjero. Además de ETSTUR, también alberga varias marcas relacionadas con viajes, como Didimtur, que se dirige a un público más amplio; Jetset, que se especializa en programas de viajes personalizados y de lujo; Ucuzabilet.com, una plataforma de venta de billetes de avión a precios atractivos; Otelpuan.com, que recopila opiniones objetivas de los huéspedes sobre los alojamientos; Odamax.com, una plataforma de reservas de alojamiento en línea; y ETSMICE, que ofrece servicios integrales para clientes corporativos. También publican la revista Let's Go, que aborda las tendencias turísticas y de viajes. ETSTUR cuenta con 150 agencias en todo Turquía y se ha ganado el reconocimiento como el turoperador más tecnológico del país.

SETUR

SETUR, perteneciente a Koç Holding, uno de los conglomerados empresariales más grandes de Turquía, se estableció en 1964 y se ha convertido en una de las principales empresas de turismo de Turquía. Ofrece servicios integrales de viajes que incluyen

operaciones turísticas nacionales e internacionales, reserva de billetes de avión, organización de congresos y eventos, así como servicios locales. Además, SETUR es el representante de BCD TRAVEL en Turquía, una de las principales empresas de viajes corporativos a nivel mundial. Con una red de aproximadamente 400 agencias autorizadas y virtuales, tiendas libres de impuestos y alrededor de 1.500 empleados experimentados. La compañía se compromete a ofrecer servicios de calidad basados en estándares internacionales, centrándose en la satisfacción del cliente, la responsabilidad social y la protección del medio ambiente, también tiene una amplia experiencia en la industria de congresos y es miembro de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA).

FERIAS

EMITT

52

EMITT (Feria Internacional de Turismo y Viajes del Este del Mediterráneo) es una de las cinco ferias turísticas más grandes del mundo. El evento recibe cada año a casi 40.000 profesionales de la industria y a turistas de todo el mundo que desean aprovechar las nuevas y emocionantes oportunidades de viaje ofrecidas por destinos vacacionales y empresas de viajes. Se considera esencialmente dirigida por el turismo receptivo turco.

Como evento líder en su región EMITT ha sido un punto de encuentro para el sector turístico durante los últimos 26 años, brindando nuevas oportunidades comerciales y de colaboración a la industria. La feria contribuye al crecimiento del sector al aumentar cada año el número de participantes y visitantes en la región. EMITT, que se organiza en colaboración con ICA Group, TUOFED y TTYD, abrirá sus puertas por vigésimo séptima vez en 2024. El evento cuenta con el apoyo del Ministerio de Cultura y Turismo, la Cámara de Comercio e Industria de Turquía (TOBB), Turkish Airlines y el Municipio Metropolitano de Estambul. En números EMITT (2022) contó con la presencia de 95 países y 600 expositores (477 turcos y 123 internacionales) tuvo la visita de 28.815 personas (27.040 locales y 1.775 extranjeros) dedicado fundamentalmente a Alojamiento turismo; Servicios de viaje; Turismo de Salud y Spa; Servicios de transporte; Servicios informáticos y de software; Servicios de organización; Organizaciones y empresas nacionales de publicidad y ONG's.

TRAVEL TURKEY

La Feria y Congreso Turístico de İzmir, es uno de los eventos turísticos más importantes del mercado turístico de Turquía y se lleva a cabo generalmente en el recinto ferial de İzmir en los primeros días de diciembre de cada año. Es organizado por TÜRSAB



(Asociación de Agencias Turísticas de Turquía) e İZFAŞ, bajo el patrocinio de la República de Turquía, Ministerio de Cultura y Turismo. TRAVEL TURKEY, la Feria y Congreso Turístico de İzmir, es la plataforma más adecuada en Turquía para el desarrollo de relaciones comerciales existentes, el establecimiento de nuevas conexiones y asociaciones.

Del 8 al 10 de diciembre de 2022, se celebró la 16ª edición de TRAVEL TURKEY İZMİR, con la participación de 210 expositores de 16 países. La feria recibió la visita de profesionales del turismo y visitantes de todo el mundo. En el recinto ferial se crearon áreas especiales dedicadas al turismo de salud y al turismo de cruceros. Además, se establecieron áreas para exhibir equipos y materiales relacionados con el turismo al aire libre. Además de estas áreas, se crearon tanto espacios de exhibición como áreas de información sobre las últimas tecnologías de viaje.

Tendencias que se observan

53

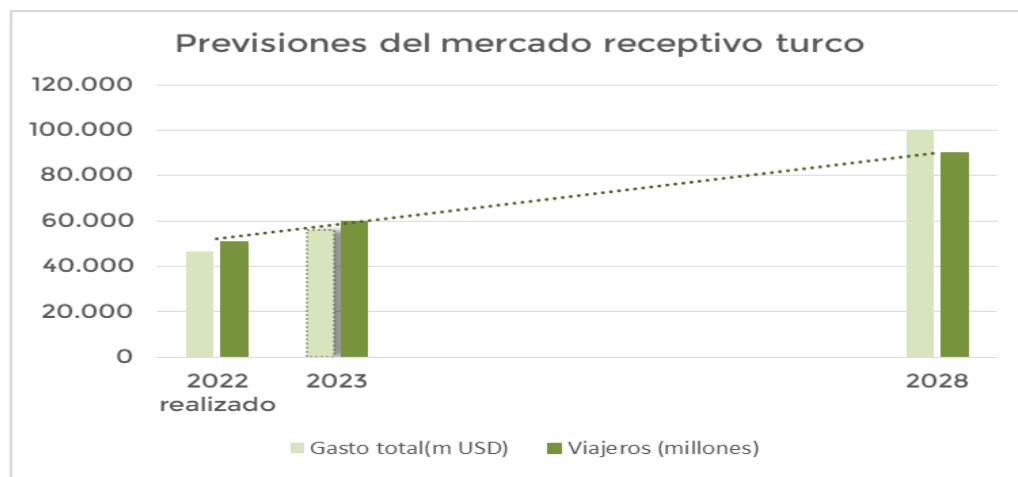
Cada año, la demanda potencial y efectiva del mercado emisor de Turquía sigue creciendo gracias a su población joven y con afán de consumir. Esta tendencia general se puede observar claramente, ya que, tras la pandemia, es evidente que el mercado alcanzará cifras prepandémicas en 2023. A pesar de la incertidumbre política y económica a nivel nacional en 2022 y a la cercanía de las elecciones generales de mayo de 2023, que han revalidado el mandato del presidente Erdogan, el turismo emisor muestra signos de dinamismo aumentando su gasto en viajes al extranjero en comparación con 2019.

Los destinos preferidos por los turcos siguen siendo Iraq, Bulgaria y Georgia, que representan el 36% del mercado emisor. En promedio, un turista turco gasta alrededor de 588 USD en cada viaje, con una estancia media de 12,63 noches en 2022. Esto se traduce en un gasto diario de 46 USD por turista turco, una cantidad relativamente baja en comparación con el turista europeo, lo que indica un margen de crecimiento importante.

El transporte aéreo sigue siendo el medio más utilizado por los turistas turcos para viajar al extranjero. El problema de obtener visas sigue siendo una de las barreras más importantes, especialmente para los turistas independientes. En este sentido, los destinos que no requieren visas de entrada siguen siendo una alternativa más interesante.

El motivo principal de viaje para los turistas turcos sigue siendo el ocio, en comparación con los viajes de negocios y visitas familiares.

Turquía como Competidor: Previsiones



Fuente: TGA.gov

54

El Ministro de Turismo de la República de Turquía, Sr. Mehmet Ersoy, presentó los objetivos de Turquía en el sector turístico para el período 2023-2028 durante una presentación realizada el 31 de enero de 2023¹. Se tiene como meta recibir 60 millones de turistas y generar ingresos por valor de 56 mil millones de dólares en el año 2023, mientras que para el año 2028 se espera recibir 90 millones de turistas y generar ingresos por valor de 100 mil millones de dólares. Se estima que el gasto promedio por noche sea de 95 dólares en 2023 y de 118 dólares en 2028.

Para alcanzar estos objetivos, se dará prioridad a los siguientes aspectos:

Diversificación de mercados:

Además de los mercados estratégicos existentes, se buscará llegar a nuevos mercados objetivo, entre los que se incluyen Estados Unidos, países de América del Sur, países escandinavos, países del Golfo y países del Lejano Oriente/Asia.

Fortalecimiento de la promoción y branding:

Se busca que las marcas de Turquía lleguen a audiencias internacionales de gran alcance. Se aspira a compartir experiencias a través de personas influyentes y convertirse en una marca destacada en turismo sostenible. Se pretende que Turquía sea sede de eventos relacionados con moda, cine, sesiones fotográficas publicitarias y

¹ <https://www.turizmgunlugu.com/2023/01/31/turkiye-2028-turizm-stratejisi/>

artistas de renombre internacional y se utilizarán estrategias de marketing digital y enfoques globales.

Diversidad de productos turísticos:

Se promocionarán y se impulsarán de manera más intensa productos turísticos como rutas de peregrinación, gastronomía y rutas de actividades deportivas, además de buscar su branding. Se aumentará el número de rutas para bicicletas y se ampliará la cantidad de establecimientos que obtengan la certificación de "hotel amigable con las bicicletas". Se incrementará la cantidad de congresos para el turismo de negocios.

Se buscará aumentar la visibilidad de la plataforma healthturkiye.com para el turismo de salud. Se realizarán promociones en canales de televisión internacionales.

Se crearán y promocionarán puntos de interés arqueológico

Mejora de la infraestructura de transporte:

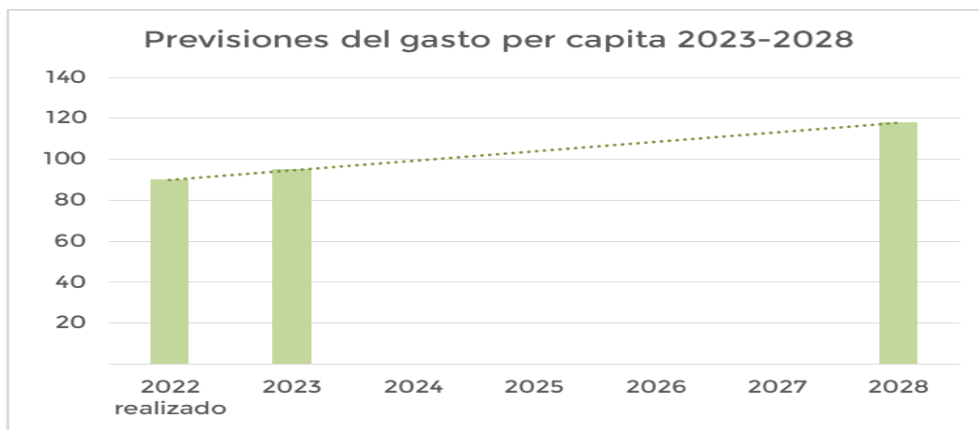
Se incrementarán las capacidades de aerolíneas como Turkish Airlines, SunExpress y Pegasus. Se mejorarán las capacidades y habilidades operativas de los aeropuertos. Se construirán nuevos puertos para cruceros. Se consolidará la red de autopistas turcas.

Alojamiento:

Se tiene como objetivo aumentar la capacidad de alojamiento con licencia del Ministerio de Cultura y Turismo a 2.250.000 plazas para el año 2028.

Personal cualificado para turistas cualificados:

Se llevará a cabo la transformación de escuelas secundarias de turismo y escuelas secundarias técnicas y profesionales de Anatolia.



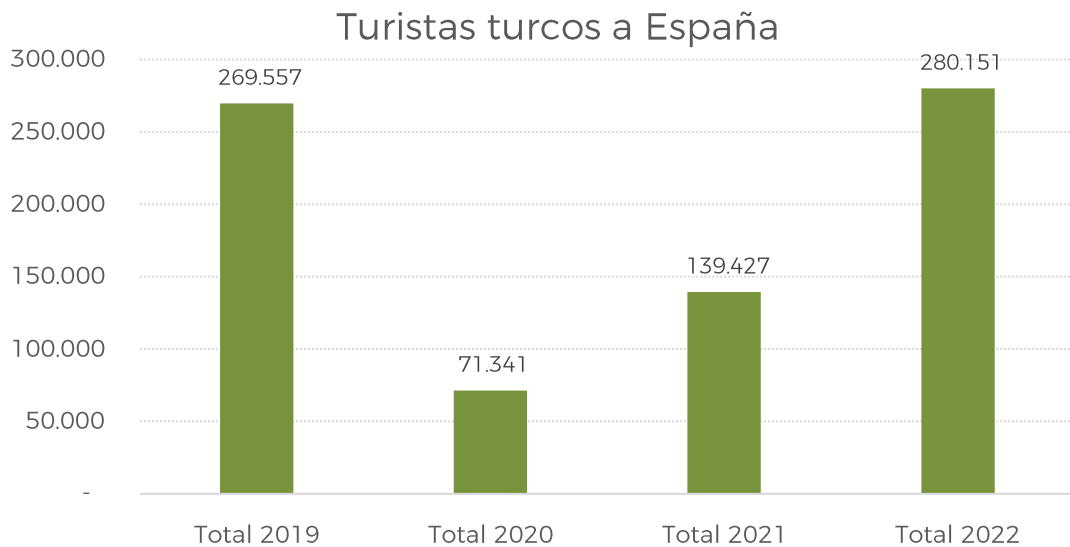
Fuente: TGA.gov

ANÁLISIS DEL MERCADO EMISOR HACIA ESPAÑA

Posicionamiento e imagen de España.

En los últimos 20 años, la cultura y la notoriedad de España han ido en aumento entre los turcos. España se está convirtiendo en una marca cada vez más fuerte y reconocida, tanto por su idioma, su gastronomía como por sus series de televisión populares. Mientras que hace quizás 20 años el español no se enseñaba como tercer idioma, tras el inglés, en las escuelas turcas, ahora la educación en español como tercer idioma se ha vuelto muy popular.

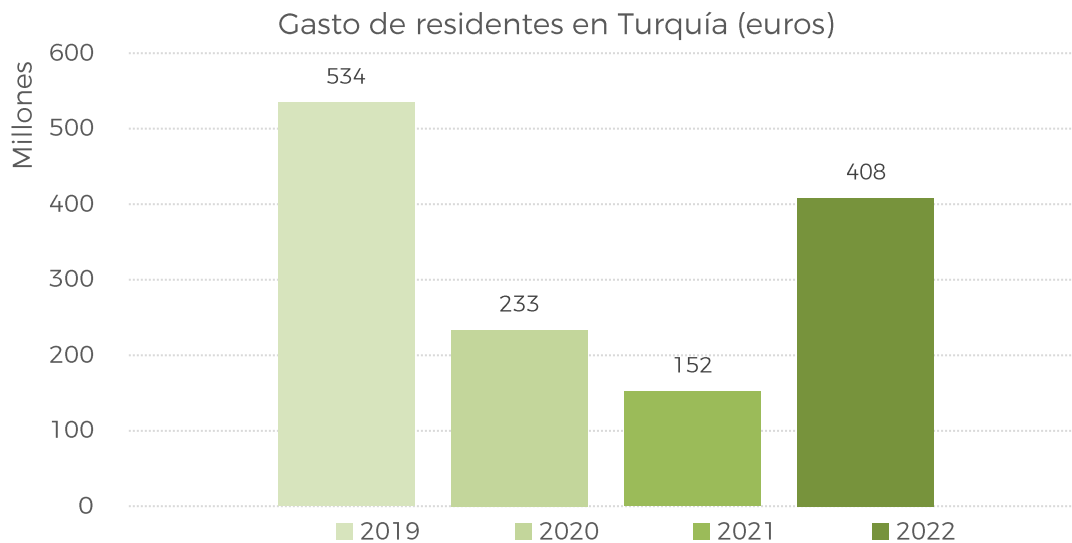
56



Fuente: INE (Frontur)

Un total de 280.151 residentes turcos viajaron a España en 2022, según informe anual del INE, un 100% más que el año 2021, y si se compara con 2019, el número de viajeros fue unos 3% más, cuando nos visitaron 269.421 residentes en Turquía.

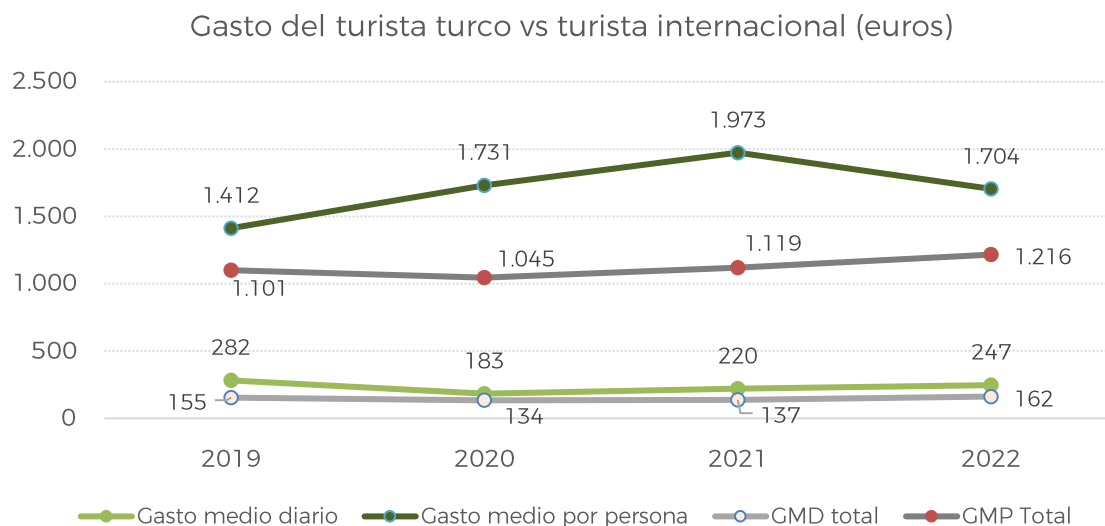
En el año 2022 los residentes en Turquía supusieron un 0,4% del total de turistas internacionales. En términos de gasto turístico, atendiendo a las estadísticas de Egatur del INE, los residentes en Turquía fueron responsables del 0,47% del gasto total efectuado por los turistas internacionales.



Fuente: INE (Egatur)

57

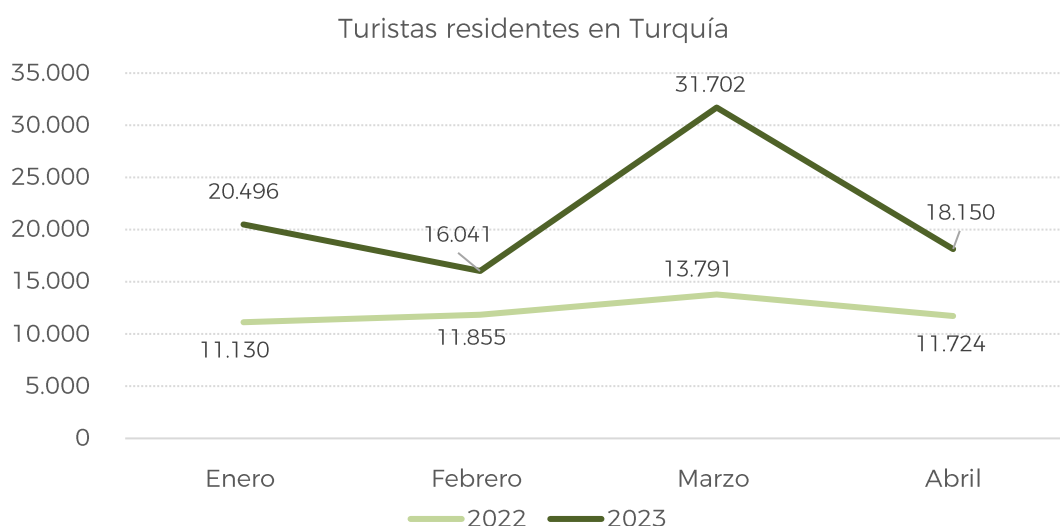
El turista residente en Turquía resulta tener un gasto medio diario y un gasto por viajero superiores a la media de los turistas internacionales que nos visitan. Así, por ejemplo, en el año 2022 el gasto medio del residente turco, de 1.704 euros por viajero, resulta un 40% superior a los 1.216 euros por viajero internacional en su viaje a España. De la misma forma el gasto medio diario del residente en Turquía (247€) es un 53% más elevado que la media del gasto medio diario (162€) de los turistas de cualquier país de residencia.



Fuente: INE (Egatur)

Quizá, incluso más relevante de la capacidad de gasto del turista residente en Turquía en su viaje es España es la evolución que experimenta, con importantes crecimientos en el primer trimestre de 2023. Así, según Frontur, hasta marzo de 2023 nos han visitado un total de 86.388 personas, un 78% más que en el mismo periodo de 2022 y un 20% más de los que lo hicieron en el año 2019.

58



Fuente: INE Frontur

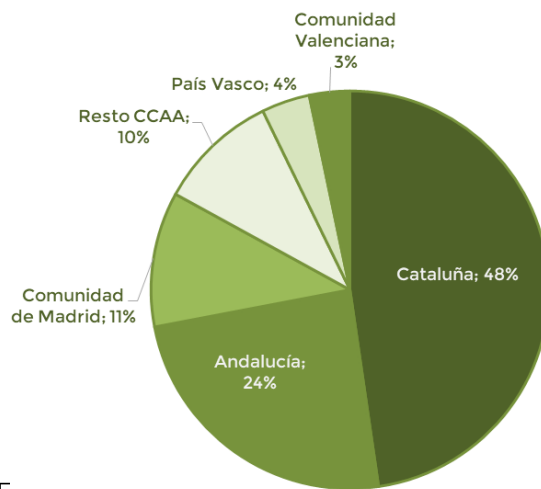
Atendiendo a las estadísticas del INE los destinos que visitan los residentes en Turquía, son los siguientes:

Destinos españoles preferidos por los residentes turcos		
Cataluña	133.639	48%
Andalucía	68.074	24%
Comunidad de Madrid	30.761	11%
Resto CCAA	27.473	10%
País Vasco	10.993	4%
Comunidad Valenciana	9.210	3%
Total	280.151	

Fuente: INE



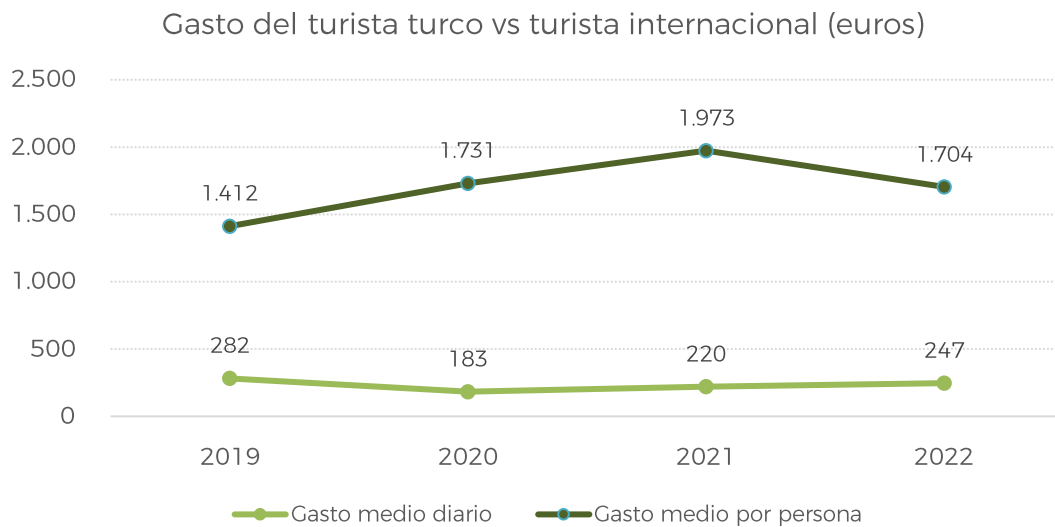
Como cada año, los turcos visitaron principalmente la región de Cataluña con un 48% del total, siendo, además Barcelona su destino principal y principal aeropuerto de llegada. En segundo lugar, sigue Andalucía con un 24%, a pesar de que, por pasajeros el aeropuerto de Madrid tiene un tráfico muy superior al de los otros destinos españoles con vuelo directo.



Fuente: INE

Retornando al gasto realizado por los residentes turcos en sus viajes a España en 2022 se situó por encima de los 407 millones de euros, un 168,7% más que en 2021, si bien, es un 23,7% inferior a la cifra de 534 millones de euros del año 2019 de prepandemia. La estancia media, de casi 7 noches por viaje en 2022, se encuentra por encima del dato del 2019, donde la media de pernoctaciones se situaba en poco más de 5 noches.

El gasto por viajero es elevado, en 2022 ascendió a 1.704 euros, casi 300 euros superior a los 1.412€ de 2019, pero con una reducción del 13,6% sobre el gasto por viajero en 2021 hasta los 1XXX€. El gasto medio diario ha experimentado una variación inversa, en 2022 asciende a 247 euros diarios un 12,2% superior al gasto medio diario de 2021, es sin embargo inferior a los 282 euros por día que el residente turco destinaba a su viaje a España en 2019.



Fuente: INE

60

Capacidades aéreas.

Turkish Airlines y Pegasus son las dos únicas compañías que conectan Turquía y España sin escalas de manera regular. Es posible volar directamente a Barcelona, Bilbao, Málaga, Madrid y Valencia desde los dos aeropuertos de Estambul, 'Istanbul Airport' y 'Sabiha Gokcen Airport'.

A la fecha de elaboración de este informe (mayo de 2023), hay un total de 102 vuelos semanales desde Estambul a España. Los vuelos de Pegasus Airlines operan desde el aeropuerto de Sabiha Gökçen, ubicado en el lado asiático de Estambul, mientras que los vuelos de Turkish Airlines operan desde el Aeropuerto de Estambul, en el lado europeo de la ciudad.

No existen vuelos directos regulares desde otras ciudades de Turquía, siendo Estambul el único destino. En operaciones estivales SunExpress opera a Barcelona.

Desde el año 2014 Iberia no tiene vuelos entre Turquía y España y no parece que haya una previsión de restablecer las operaciones.

VUELOS SEMANALES ENTRE ESTAMBUL Y AEROPUERTOS ESPAÑOLES		
	TURKISH AIRLINES	PEGASUS
Málaga	14	
Barcelona	25	10
Bilbao	4	
Madrid	24	11
Valencia	14	
Suma	81	21
Total	102	

Fuente: Turkish Airlines

Visados Shengen.

Los ciudadanos de terceros países que no sean ciudadanos de la Unión Europea, del Espacio Económico Europeo o de Suiza, necesitan una visa nacional cuando desean trabajar, estudiar o residir en España durante más de 90 días (en cualquier período de 180 días). También necesitan una visa nacional cuando viajan para trabajar por un período inferior a 90 días. La visa permite viajar a España por un máximo de 90 días (dependiendo del tipo de visa solicitada), residir en el país hasta que se emita la tarjeta de residencia, o hacer tránsito a través del territorio de cualquier país de la zona Schengen durante 90 días o moverse dentro de estos territorios. Sin embargo, no otorga automáticamente el derecho de entrada a la zona Schengen. Incluso, en posesión del visado, las autoridades fronterizas pueden denegar la entrada si no se cumplen todos los requisitos legales para ingresar.

Atendiendo a la estadística de visados referidos a los visados expedidos en las misiones diplomáticas u oficinas consulares españolas en el extranjero en el año 2022, se comprueba que fueron expedidos 1.119.149 visados, 929.913 de corta duración (83%) y 188.166 de larga duración (17%).

En febrero de 2020 se actualizó el Código de Visados para que las personas que viajan con frecuencia al espacio Schengen puedan optar a un visado de entrada múltiple (visado uniforme) cuyo periodo de validez puede ir aumentando gradualmente desde un año hasta un máximo de cinco años. Aunque los visados de múltiple entrada con periodo de validez de 6 meses a 1 año siguen siendo mayoritarios (47%), los datos de 2022 reflejan un aumento progresivo de la proporción de visados de entrada múltiple expedidos con un periodo de validez de más de 2 años, que representaban el 11% de los expedidos en 2020, y en 2021 y 2022 han superado el 20%.

En Turquía este dato se refleja en la siguiente tabla:

Número de visados expedidos, edad media y variación interanual por país de nacionalidad.				
Año 2022				
		Edad media	% Mujeres	Variación interanual
Total	1.119.149	34	49%	135%
Turquía	26.823	34	45%	190%
Corta duración	25.132	35	44%	220%

Fuente: MAEC

La Embajada de España en Ankara y el Consulado General de España en Turquía, utilizan, como toda la red exterior del MAEC, a la empresa BLS como organización colaboradora en la tramitación de la solicitud, recogida y proceso de los visados españoles.

62

A modo de comprobar la dificultad del proceso se incorporan a este informe las instrucciones para solicitar un visado:

DOCUMENTOS REQUERIDOS POR EL CONSULADO PARA EL VISADO SCHENGEN CON TURÍSTICO

1. PASAPORTE: Pasaporte válido por al menos 105 días a partir de la fecha de regreso planificada, con al menos 2 páginas en blanco contiguas para la colocación del visado y con una antigüedad no superior a 10 años. Si el pasaporte presenta algún daño, no será aceptado.
2. FOTOGRAFÍA: Dos (2) fotografías biométricas sin gafas, con fondo blanco, de 3,5 x 4,5 cm, tomadas en los últimos 3 meses y que muestren los hombros. No deben cubrirse el rostro ni el cabello. En caso de solicitantes que usen velo, se debe poder ver toda la cara hasta donde terminan las cejas. No se aceptarán fotografías editadas con Photoshop, borrosas o demasiado brillantes.
3. FORMULARIO DE SOLICITUD DE VISA SCHENGEN: Formulario de solicitud descargado del sitio web de BLS y completado de manera legible. No se aceptarán otros formularios. La última página del formulario debe estar firmada por el solicitante. En el caso de solicitantes menores de edad, los formularios deben ser firmados por ambos padres. Incluso si uno de los padres es el tutor legal, la firma del otro padre también es necesaria. Los formularios no firmados serán considerados inválidos. (Si está solicitando una visa Schengen en nombre de otra persona que haya obtenido una visa Schengen en los últimos tres años, se requiere una carta de autorización del solicitante que indique que puede presentar la solicitud en su nombre).

4. RESERVA DE VUELO / TRANSPORTE: Documentos probatorios del vuelo u otro medio de transporte que muestren los detalles de ida y vuelta del viaje y el nombre del pasajero. Las reservas de vuelo deben incluir el código PNR y mostrar tanto la salida de Turquía como el regreso a Turquía. Si se viaja a otros países, también se deben presentar las reservas de transporte correspondientes. Si se utilizarán otros medios de transporte como autobús o tren, se deben presentar las reservas de billetes de tren o detalles del alquiler de autobuses, junto con los detalles del vehículo (matrícula, licencia del conductor, visado, etc.).

5. HOTEL / ALOJAMIENTO: Reserva de hotel confirmada que cubra todo el período de viaje, con el nombre y dirección del hotel y los nombres completos de todos los pasajeros. Si también se viajará a otros países, se deben proporcionar los detalles de alojamiento allí. El país en el que se planea pasar más tiempo debe ser España. Si el primer país de entrada o el país de salida no es España, es posible que el Consulado rechace la solicitud. No se aceptan impresiones de correo electrónico o capturas de pantalla.

6. SEGURO DE VIAJE: Póliza de seguro de viaje impresa en papel membretado, sellada y firmada, que cubra todos los gastos médicos y de repatriación en caso de enfermedad o accidente durante la estancia en el espacio Schengen. La cobertura mínima requerida es de 30,000 euros.

7. EXTRACTO BANCARIO: Extracto bancario de los últimos tres meses que demuestre que el solicitante tiene medios financieros suficientes para cubrir los gastos durante la estancia en el espacio Schengen.

7. CARTA DE INTENCIÓN: Una carta en inglés o español que explique el propósito de su viaje.

8. CARTA DEL EMPLEADOR: Debe estar escrita en el papel con membrete de la empresa, firmada y sellada, y debe indicar que el solicitante está autorizado a viajar. La carta debe estar preparada en el ordenador y no se aceptarán modificaciones manuscritas. Si su empresa solo proporciona documentos en turco, deberá presentar la traducción al inglés o español junto con el documento original. (No es necesario que la traducción sea realizada por un traductor jurado, puede hacerla usted mismo). El firmante de la carta de permiso de la empresa debe incluir su nombre y apellido.

9. FORMULARIO DE INGRESO AL TRABAJO: El formulario de ingreso a la seguridad social (SGK) debe tener un código de barras. Los empleados contratados deben presentar sus contratos.

10. REGISTRO Y RESUMEN DE SERVICIOS DE SEGURIDAD SOCIAL: Se debe obtener la versión con código de barras de este documento a través del sistema electrónico del gobierno en un plazo máximo de 7 días. No se aceptarán documentos sin código de barras. (Los propietarios de empresas y los funcionarios públicos también deben presentar este documento, así como los empleados de las instituciones con su propio sistema de seguridad social deben presentar el resumen detallado de su propio sistema).

11. NÓMINAS: Nóminas selladas y firmadas de los últimos tres meses.

12. CERTIFICADO DE ACTIVIDAD: Debe presentar el original o una copia con firma electrónica emitida en el último mes que indique que su empresa está registrada en las cámaras de comercio, industria o profesionales correspondientes. Además del registro del colegio de abogados, los abogados también deben presentar los registros del colegio de abogados de las personas que trabajan con ellos.

13. DIARIO OFICIAL: Debe presentar el periódico oficial de su lugar de trabajo, puede ser una fotocopia. Si usted es el propietario del lugar de trabajo, asegúrese de presentar la página en la que aparece como socio en el periódico oficial.

14. CIRCULARES DE FIRMA: Debe presentar la primera página en la que aparece el nombre de su lugar de trabajo y la sección con las firmas de las personas que firmaron los documentos de la empresa durante la solicitud. Este documento puede ser una fotocopia.

15. LICENCIA FISCAL: Este documento debe ser actual y debe mostrar la sección con el código de barras.

16. PARA JUBILADOS: Un documento oficial que demuestre que usted es jubilado y el extracto bancario de los últimos 3 meses de la cuenta bancaria en la que se deposita su pensión (debe estar firmado y sellado en el papel con membrete del banco, y debe obtenerse dentro de los últimos 7 días y mostrar la fecha de emisión del extracto).

17. PARA ESTUDIANTES: Se aceptan el certificado de estudiante con código de barras obtenido del sistema electrónico del gobierno o el certificado de estudiante emitido por la escuela. Debe presentarlo junto con una fotocopia del documento de identidad de los padres.

18. PARA PERSONAS QUE NO TRABAJAN: Se requiere un patrocinador. Solo la madre, el padre o el cónyuge pueden ser patrocinadores. Se debe adjuntar una carta firmada en la que el patrocinador declare que cubrirá los gastos, ya sea en inglés o en español, junto con todos los documentos laborales o de jubilación y un extracto actualizado y con saldo en la cuenta bancaria. Para personas que no trabajan y recién graduadas, se debe adjuntar una copia del diploma o certificado de graduación.

19. PARA AGRICULTORES: Se debe presentar el certificado original de agricultor emitido por la cámara agrícola a la que están afiliados. No se aceptarán capturas de pantalla. También se deben presentar fotocopias de otros documentos relacionados, como el seguro verde del vehículo, etc. En vuelos chárter, la agencia de viajes debe presentar el contrato de chárter o una carta que indique las fechas del vuelo (debe estar en inglés o español). También se deben adjuntar las reservas de vuelo y hotel que coincidan con las fechas indicadas en la carta.

20. CUENTA BANCARIA: No se aceptan cuentas corporativas, solo se aceptan bancos turcos. Se debe presentar el extracto de los últimos tres meses en papel con membrete del banco, con firma y sello. No se acepta una declaración impresa de la cuenta bancaria. El extracto debe tener una antigüedad máxima de 7 días a partir de la fecha en que se obtuvo. Se requiere un saldo suficiente en la cuenta bancaria para cubrir los gastos de

viaje (mínimo 869 euros para estancias de 1 a 9 días). No se acepta un extracto de tarjeta de crédito. No se requiere una circular de firma bancaria.

21. SITUACIÓN FINANCIERA ADICIONAL: Si el solicitante lo desea, se pueden adjuntar otros documentos que demuestren su situación financiera (como el título de propiedad del vehículo, escrituras, etc.). Estos documentos deben ser fotocopias en tamaño A4. No se aceptarán capturas de pantalla o impresiones de correo electrónico.

22. AUTORIZACIÓN: Si los solicitantes tienen menos de 18 años y viajan solos o con uno de los padres (o con un tercero), se requiere una autorización notarial. Incluso si viajan con un padre que es su tutor legal, se requiere la autorización del otro padre. Si los padres o personas que los acompañan tienen visas válidas, se deben adjuntar fotocopias válidas de las visas de las personas que viajarán juntas, así como las reservas de hotel y avión. En la autorización, se deben mencionar los nombres y números de identificación de las personas que viajan y especificar que viajarán a España. Si hay una institución española que visitarán, también se debe mencionar el nombre de la institución en la autorización (debe estar en inglés o español).

23. CERTIFICADO DE MATRIMONIO: Si su cónyuge no aparece en el certificado de registro civil, puede presentar este documento (para recién casados).

24. CERTIFICADO DE RESIDENCIA: Debe residir en una de las ciudades bajo el Consulado de Estambul. Debe presentar el certificado original emitido por el mukhtar o un certificado con código de barras obtenido a través de la cuenta electrónica del gobierno. También se requiere para solicitantes extranjeros. No se aceptarán solicitudes sin el certificado de residencia.

25. CERTIFICADO DE REGISTRO CIVIL: Debe obtenerse de la e-Devlet (sistema electrónico gubernamental) o de la oficina de registro civil y mostrar a toda la familia (registro civil y familiar). Debe ser original.

26. PASAPORTE Y CARNET DE IDENTIDAD + PARA EXTRANJEROS: COPIA DE PERMISO DE RESIDENCIA O PERMISO DE TRABAJO: Se requiere una fotocopia de todas las páginas del pasaporte con visas y la primera página. Si tiene un pasaporte anterior, se requiere una fotocopia de las visas Schengen de los últimos 3 años. Los solicitantes extranjeros deben presentar una fotocopia de su permiso de residencia o permiso de trabajo, y debe tener una validez de al menos 105 días a partir de la fecha de regreso del viaje. Las personas deben presentar una fotocopia válida de la visa de los acompañantes que viajen juntos. Si viajan con otras personas, también se deben adjuntar fotocopias válidas de las visas de las personas que viajarán juntas. No se pueden realizar solicitudes con tarjetas de residencia a corto plazo para extranjeros.

27. TARIFA DE VISA Y CARGO DE SERVICIO: El cargo de la visa y el cargo de servicio se pagan en dólares (\$), y los cargos de servicio adicionales se pagan en liras turcas (TL) en efectivo en las cajas de BLS durante la solicitud. Los pagos no son reembolsables en caso de rechazo de la visa o cancelación de la solicitud, etc. Por favor, traiga exactamente la cantidad en dólares para el pago, ya que es posible que no tengamos cambio en dólares en nuestras cajas.

Se desconoce si será posible modificar, siquiera la explicación e instrucciones, para la obtención de un visado, pero queda patente el desánimo que debe experimentar cualquier persona que desea viajar hacia nuestro país. Hay ciertas excepciones como los pasaportes "verdes" del personal funcionario o al servicio de la administración turca que, en principio, está eximido de solicitar este visado, pero se considera muy relevante imitar lo que haya hecho la república helena para haber incrementado el número de turistas de Turquía (de los 87.000 en 2021 a más de 565.000 en 2022).

Tendencias que se observan en los viajes hacia España.

Los atractivos de las principales ciudades, la rica historia fruto de haber albergado diferentes civilizaciones, así como la fama mundial de las tapas, los restaurantes, los bares y la vida nocturna, pueden atraer al turista turco. Algunos destinos destacados son:

- Andalucía: Con ciudades como Granada (Girnáta), Sevilla (İşbiliye) que tienen raíces islámicas y son consideradas "capitales culturales" de la región.
- Castilla la Mancha: Toledo (Tuleytula) por la misma razón que las anteriores.
- Valencia: Con sus hermosas playas y una estructura de ciudad atractiva para los visitantes.
- Madrid: Con su fascinante belleza arquitectónica y su papel como centro cultural y cosmopolita.
- Barcelona: Una ciudad vibrante que nunca duerme, con una oferta cultural y de entretenimiento que funciona las 24 horas del día.

En cuanto a los viajes de lujo, se espera que continúen en 2023, y los servicios personalizados ofrecidos a los clientes serán clave en esta tendencia.

Perfil

Los turistas turcos que viajan a España con motivo de ocio se pueden dividir en dos categorías distintas.

El primer grupo está compuesto por aquellos que viajan al extranjero por primera o segunda vez y no hablan un idioma extranjero. Por lo tanto, prefieren contratar paquetes turísticos. La falta de competencias lingüística por no hablar un idioma extranjero supone dificultades en la comunicación y negociación motivo por el cual prefieren paquetes turísticos que ofrecen orientación y asistencia lingüística, lo que hace que sus viajes sean más fáciles y cómodos. También ofrecen mayor seguridad y comodidad al ofrecer garantías en términos de alojamiento, transporte y actividades

planificadas. Por último, liberan de la carga de la planificación que puede resultar difícil para viajeros inexpertos, que han de lidiar con estos detalles de un país extranjero.

El segundo grupo está formado por aquellos que viajan al extranjero con frecuencia, han visitado varios países europeos y prefieren viajar de forma independiente sin necesidad de organización. Porque ofrecen independencia y libertad permitiéndoles hacer sus propios planes y actuar según sus preferencias. También ofrecen descubrir y tener experiencias diferentes, satisfaciendo el deseo de explorar diferentes culturas y países con mayor flexibilidad. Además, permiten ver más lugares al aprovechar al máximo el tiempo creando su propia ruta y programa para satisfacer esta necesidad.

A pesar de que España ha logrado incrementar su participación en el mercado turco en años recientes, se mantiene en el 18 destino del viaje al extranjero de los residentes en Turquía con una cuota baja, que de acuerdo con las estadísticas de TÜİK no alcanza el 0,1% y combinando las llegadas de residentes en Turquía del INE con el volumen total de viajes al extranjero de TÜİK representan aproximadamente un 3,8% del total de salidas de Turquía. No obstante, al compararla con sus competidores directos, como Francia e Italia, se observa que el volumen del mercado turco dirigido hacia España tiene un importante margen de mejora. Quizá la experiencia helena, que ha logrado pasar –de acuerdo con los datos de TÜİK- de un total de 86.815 viajeros en 2021 a los 585.165 viajeros en 2022 pueda servirnos de ejemplo para mejorar el posicionamiento de España.

El turista turco que elige España como destino tiene un gasto medio diario considerable, alcanzando los 247 €, muy por encima del gasto medio diario de los turistas que visitan España en general, que se sitúa en los 162 €. Este mayor desembolso puede atribuirse a una mayor disposición y capacidad de compra del turista turco, que, tras superar el filtro de la concesión de visados, quiere disfrutar de los productos turísticos españoles.

La creciente presencia de España en los medios de comunicación turcos ha contribuido a un aumento en el conocimiento de la diversidad de los productos turísticos españoles, generando un mayor atractivo hacia el país. Además, la vía aérea sigue siendo la opción preferida por los turistas turcos para llegar a España, donde Barcelona en particular, y Cataluña en general continúan siendo el destino turístico principal. Esta preferencia se ajusta al perfil del turista turco en sus viajes de corta duración, como los city-breaks, a pesar de que la estancia media en España alcanza los 7 días.

La obtención del visado sigue siendo uno de los obstáculos más significativos, especialmente para los turistas independientes. Aquellos que organizan su viaje a través de agencias de viaje encuentran mayores facilidades para resolver esta cuestión. Pero últimamente las agencias de viajes también están quejando de las dificultades

que están confrontando a la hora de obtener visados para sus clientes. Los destinos que no requieren visados continúan siendo una alternativa más atractiva para los turistas turcos.

Tendencias y productos

Turespaña ha procurado aumentar el conocimiento de España como destino turístico entre los potenciales turistas turcos, aunque con voluntad, ni la capacidad y ni los medios empeñados permiten abordar la complejidad de este mercado y las actividades que se programan siguen siendo escasas y sin continuidad.

Se considera, como se manifestó en la planificación estratégica para el mercado turco la conveniencia de las acciones de apoyo a la comercialización, en particular la formación de agentes con viajes de familiarización y el conocimiento de los productos turísticos con acciones para periodistas; se intentarán alcanzar acuerdos de colaboración con agencias de viajes, líneas aéreas y otros actores clave en la industria turística turca que permitan generar paquetes turísticos atractivos, ofertas especiales y vuelos directos hacia destinos españoles. Se debe considerar la posibilidad de participar en las ferias de turismo en las que estuvo presente, sin pabellón propio, como como la EMITT (Istanbul International Tourism and Travel Exhibition). Atendiendo a la información sobre el uso de redes sociales en Turquía, en particular Instagram, se recomienda incrementar la promoción en esta red social dentro de las posibilidades del contrato centralizado que gestiona Turespaña.

A pesar de las depreciaciones de la Lira Turca, Turquía experimenta un dinamismo y fortalezas en su actividad económica e industrial que auguran un crecimiento no exento de tensiones e incertidumbre fruto de una economía muy apalancada, una maraña regulatoria heterodoxa que ha perturbado los mercados financieros, y una ausencia de una política macroeconómica para respaldar la confianza de los inversores. A pesar de ello, el potencial de Turquía con más de 87 millones de habitantes es enorme y, aunque con una capacidad de gasto limitada, se considera que hay aproximadamente 15 millones de residentes en Turquía, con recursos suficientes para viajar al extranjero de manera desahogada. Y España, de conocerse adecuadamente, puede resultar un destino muy atractivo para muchos de ellos. Lo cierto es que, al desconocimiento de la amplia oferta turística española, y la insuficiente implantación de vuelos punto a punto y la asimetría en la conectividad entre Turquía y España proporcionada en exclusividad por Turkish Airlines, la mayor limitación para el crecimiento es, sobre todo, el proceso de obtención de un visado.

Es obvio que las fortalezas inherentes a la oferta turística española son muy potentes: un destino seguro, con unas infraestructuras modernas y una propuesta turística variada, competitiva y de calidad, así como nuestra riqueza cultural, incluida

gastronómica y el legado histórico, deben situar a España como destino turístico líder, también, en Turquía.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 