

# INFORME BÁSICO DEL MERCADO TURÍSTICO EMISOR



## Turquía 2024 Informe Básico del Mercado

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Consejería de Turismo de España en Roma

NIPO: 219-24-018-5

Junio 2024



### TABLA DE CONTENIDO

Análisis del mercado turístico en su conjunto

---

Análisis del mercado emisor hacia España

---

Conclusiones y valoración de la situación

---

El propósito de este informe es proporcionar una visión general del mercado turístico global en la República de Turquía, así como de los flujos turísticos hacia España. A partir de los indicadores oficiales publicados sobre el turismo receptor, doméstico y emisor, el informe analiza el balance turístico en Turquía durante el año 2023, ofreciendo previsiones y conclusiones destinadas a mejorar el flujo de turistas hacia España.

En este contexto, es importante destacar que, al comenzar este informe, la industria turística se preparaba para el verano de 2024 con la esperanza de compensar las pérdidas de las últimas temporadas afectadas por el COVID-19. Sin embargo, la persistente guerra entre Rusia y Ucrania, así como el terremoto de gran magnitud que golpeó a Turquía en febrero de 2023, y la crisis entre Israel y Gaza que comenzó en octubre de 2023, emergen como factores de gran relevancia. Estos eventos amenazan con tener consecuencias de gran alcance, marcando no solo las características de la industria durante 2022, sino también a largo plazo. Especialmente, teniendo 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

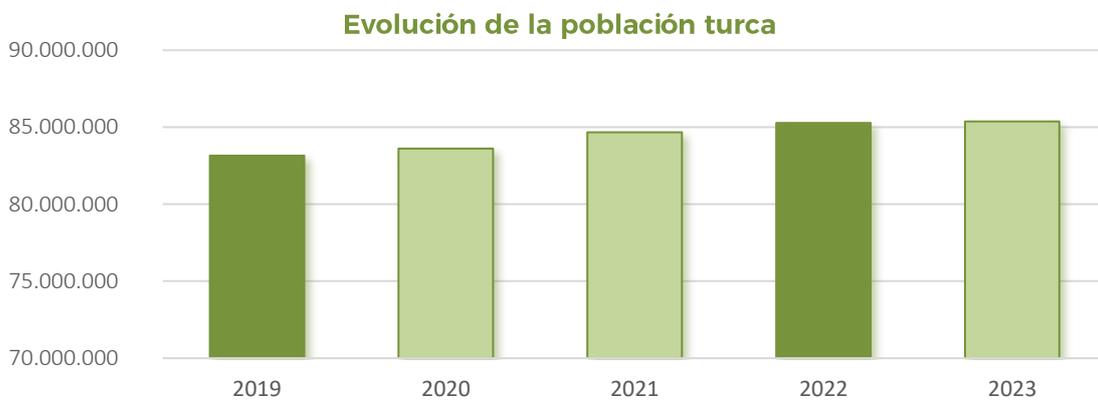
5

	<p><b>Población:</b> 85,37 mm (+0,11 vs 2022). Media de edad: 34 años (33,5 años 2022).</p>		<p><b>Entorno político:</b> Oposición triunfa en elecciones locales marcando la primera derrota electoral en 22 años de Erdogan.</p>
	<p><b>Acceso Internet:</b> Usuarios de Internet: 87,1% de la población (+2,1% vs 2022) Usuarios de Whatsapp: 85% de la población.</p>		<p><b>Relaciones Internacionales:</b> Turquía despliega su influencia en la escena internacional, mediando en conflictos como la guerra entre Rusia y Ucrania, y ahora, el reciente conflicto entre Israel y Gaza.</p>
	<p><b>Entorno económico:</b> PIB: +23% en 2023. PIB per cápita: 13.110 USD. Depreciación TYR vs USD: 63% en 2023. Inflación: 58% en diciembre 2023.</p>		<p><b>Relaciones U.E:</b> País candidato desde 1999. Estancamiento entre Turquía y la UE en 2023 por desafíos internos y diferencias democráticas.</p>
	<p><b>Entorno social:</b> El costo de la vida debido a la alta inflación, el gran terremoto y dos crisis políticas cercanas han marcado la agenda social de Turquía en 2023.</p>		<p><b>Relaciones con España:</b> En 2023, hubo cambios en los consulados y embajadas, con la nueva cónsul española en Estambul y la embajadora turca en Madrid." La visita estratégica del ministro turco a Madrid fortalece la colaboración empresarial entre Turquía y España.</p>

Fuente: TÜİK y elaboración propia

### Población<sup>1</sup>

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística de Turquía (TÜİK), publicados el 6 de febrero de 2024, la población turca experimentó un aumento de 92,824 personas en 2023, alcanzando un total de 85,372,377 habitantes. El 50,06% son hombres, sumando 42,734,071, y el 49,94% mujeres, con un total de 42,638,306. Comparado con el año 2022, donde la población total fue de 85,279,553, el crecimiento de la población ha sido menor que en años anteriores, reflejando una tasa de crecimiento que continúa la tendencia a la baja.



Fuente: TÜİK y elaboración propia

La tasa de crecimiento de la población fue de 0,11% en 2023. 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 en 2022 y 34 años en 2023.

En 2023, el grupo de edad de 0-14 años disminuyó a 18.311.633 en 2023, bajando de 18.735.111 en 2022, lo que representa una disminución del 0,06% en su proporción de la población total. La población en edad laboral de 15-64 años creció a 58.337.938, un incremento marginal desde los 58.092.773 del año anterior. Los mayores de 65 años aumentaron a 8.722.806 en 2023, frente a los 8.451.669 de 2022, marcando un aumento del 3,2% en su porcentaje sobre la población total. La proporción de mujeres mayores de 65 años es del 11,4%, superando al 9,1% de los hombres en la misma franja de edad.

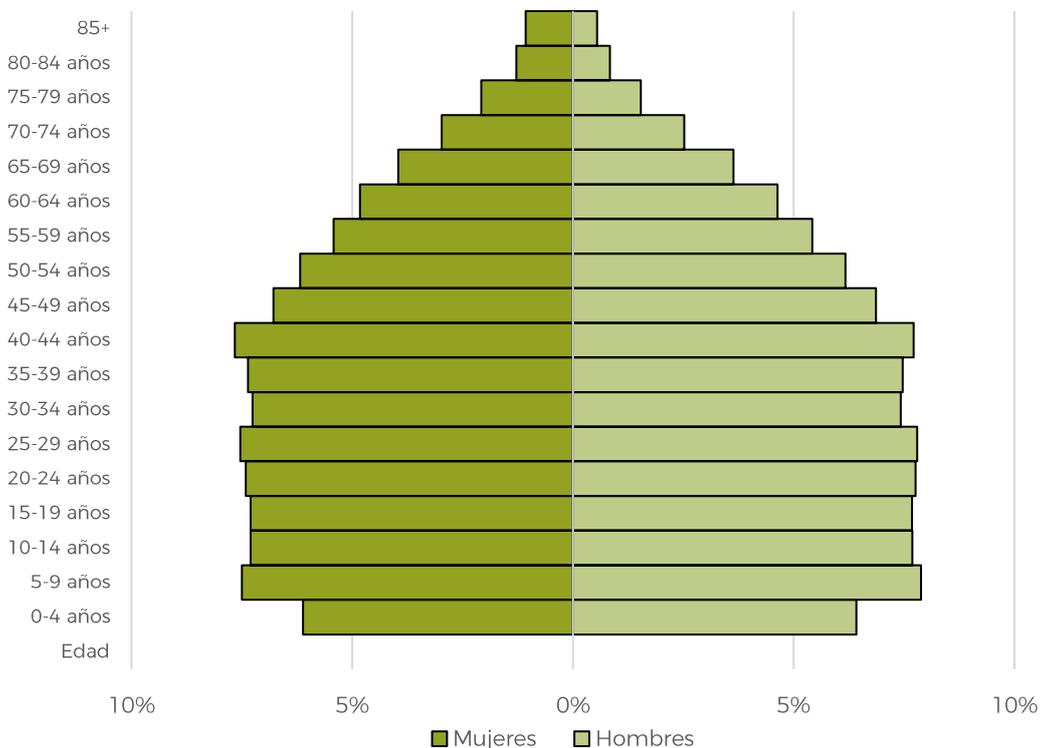
<sup>1</sup> <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2023-49684#:~:text=Cinsiyete%20g%C3%B6re%20incelendi%C4%9Finde%2C%20ortanca%20ya%C5%9F%C4%B1n,%2C7'ye%20y%C3%BCkseldi%C4%9Fi%20g%C3%B6r%C3%BCld%C3%BC.&text=Ortanca%20ya%C5%9F%C4%B1n%20illere%20g%C3%B6re%20da%C4%9F%C4%B1l%C4%B1m%C4%B1na,ile%20Giresun%20ve%20Kastamonu%20izledi.>

En Estambul, donde oficialmente residen el 18,4% de los turcos, la población ha experimentado una ligera disminución en 2023, situándose en 15.655.924 personas, en comparación con los 15.907.951 habitantes registrados previamente. Ankara mantiene una población de 5.803.482; Izmir cuenta con 4.479.525 residentes; Antalya alberga a 2.696.249 habitantes; mientras que Kocaeli y Muğla reportan 2.102.907 y 1.066.736 respectivamente.

Al comparar con 2019, cuando Estambul contaba con 15.519.267 residentes, se aprecia un incremento en cinco años, aunque se registra una reducción en 2023. Ankara, por otro lado, ha visto crecer su número de habitantes desde los 5.639.076 en 2019, lo que refleja un crecimiento constante en la capital de Turquía. Es notable que, entre 2019 y 2023, Estambul experimentó un aumento poblacional del 0,88%, cifra inferior al crecimiento poblacional total de Turquía durante el mismo periodo. Por su parte, la población de Ankara aumentó un 2,92%, superando el incremento general de la población turca.

7

PIRÁMIDE DE POBLACIÓN TURQUÍA 2023



Fuente: TÜİK y elaboración propia

Según los datos más recientes de 2023, Turquía presenta una población bastante joven, con una distribución equilibrada entre géneros. La proporción de hombres y mujeres en los grupos de edad más jóvenes es casi similar, con un 6,42% de hombres y un 6,11% de mujeres en el grupo de 0-4 años. Este equilibrio se mantiene en casi todos los grupos de edad hasta los 39 años. Sin embargo, en las edades superiores a los 65 años, se observa un aumento gradual en la proporción de mujeres, destacando un 1,07% en mujeres frente a un 0,55% en hombres en el grupo de 85 años o más. La población total de Turquía se divide en 42.734.071 hombres y 42.638.306 mujeres, reflejando una sociedad diversa y equilibrada en términos de género.

El terremoto del 6 de febrero de 2023 se considera que ha causado una desviación significativa en el crecimiento poblacional. Según declaraciones oficiales, el desastre resultó en la pérdida de 53.537 vidas, y provocó migraciones desde las ciudades más afectadas hacia otras áreas.

La población de Hatay, que de acuerdo con el Instituto Estadístico de Turquía (TÜİK) era de 1.686.043 personas en 2022, disminuyó a 1.544.640. Con un registro de más de 23.000 fallecidos en Hatay, la población se redujo en 141.403 personas.

8

Entre 2022 y 2023, se destaca un cambio notable en la demografía de los extranjeros residentes en Turquía, observándose una reducción general en su número, especialmente entre los sirios, rusos y ucranianos. En 2023, el total de extranjeros en Turquía disminuyó a 1.570.543 desde 1.823.836 en 2022, marcando una reducción de 253.293 personas, lo que equivale a un descenso del 13,89%.

Específicamente, la población siria vio una disminución de 19.408, reflejando probablemente la normalización de la situación en Siria y el retorno de muchos ciudadanos a su país. La población rusa y ucraniana también experimentó una disminución significativa, con 48.464 rusos y 9.874 ucranianos menos en 2023 en comparación con el año anterior. Este fenómeno puede estar relacionado con la adaptación a la nueva normalidad derivada del conflicto entre Ucrania y Rusia, lo que posiblemente haya incentivado el regreso de algunos ciudadanos a sus países de origen o la reubicación en otras naciones.

### Situación de la Pandemia

La última información sobre casos de Covid-19 en la página del Ministerio de Salud fue publicada en marzo de 2023. Según esta información, en marzo de 2023 se registraron 31.054 casos y hubo 85 fallecimientos. Hasta esa fecha, el total de casos observados en Turquía fue de 17.232.066, y de estos casos, 102.174 resultaron en muerte. Después de

esta fecha, la publicación de cifras oficiales mensuales fue detenida. Esto podría indicar que, oficialmente, la enfermedad de Covid-19 ha perdido su importancia a nivel nacional y que el proceso de normalización se ha completado. Aunque durante los meses de invierno se observa un aumento en los casos de Covid-19 a nivel mundial, con el calentamiento del clima, las cifras vuelven a la normalidad.<sup>1</sup>

### Acceso a internet

Según los resultados de TÜİK sobre el uso de las tecnologías de la información por los hogares; en 2023, la proporción de hogares con acceso a Internet desde el hogar aumentó 1,4 puntos porcentuales respecto al año anterior, alcanzando el 95,5%.<sup>2</sup>

#### EVOLUCION DE ACCESO A INTERNET POR EDAD

La tasa de uso de Internet en individuos de 16 a 74 años fue del 85,0% en 2022, mientras que en 2023 fue del 87,1%. En cuanto a la diferencia por género en 2023, la tasa de uso de Internet fue del 90,9% en hombres y del 83,3% en mujeres.

9



Fuente: TÜİK y elaboración propia

<sup>1</sup> <https://covid19.saglik.gov.tr/>

<sup>2</sup> [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanım-Arastirmasi-2023-49407#:~:text=Hanehalk%C4%B1%20bili%C5%9Fim%20teknolojileri%20kullan%C4%B1m%20ara%C5%9Ft%C4%B1rmas%C4%B1,artarak%20%95%2C5%20oldu.&text=%C4%B0internet%20kullan%C4%B1m%20oran%C4%B1%2C%2016%2D74,y%C4%B1l%C4%B1nda%20%87%2C1%20oldu.](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanım-Arastirmasi-2023-49407#:~:text=Hanehalk%C4%B1%20bili%C5%9Fim%20teknolojileri%20kullan%C4%B1m%20ara%C5%9Ft%C4%B1rmas%C4%B1,artarak%20%95%2C5%20oldu.&text=%C4%B0internet%20kullan%C4%B1m%20oran%C4%B1%2C%2016%2D74,y%C4%B1l%C4%B1nda%20%87%2C1%20oldu.)

El uso de tecnologías de la información en los hogares, la tasa de compra o pedido de bienes o servicios en línea aumentó al 49,5% en 2023, desde el 46,2% en 2022. La proporción de hombres que realizaron compras o pedidos en línea fue del 52,4%, mientras que la de las mujeres fue del 46,6%. El 75,5% de los individuos que realizaron comercio electrónico compraron ropa, zapatos y accesorios. Este consumo fue seguido por entregas de restaurantes, comida rápida y catering con un 47,6%, productos alimenticios con un 37,1%, y productos de cosmética, belleza y salud con un 32,2%.

La participación en actividades de aprendizaje en línea aumentó a un 18,7% en 2023, un incremento de 2,8 puntos porcentuales respecto al año anterior. WhatsApp resultó ser la aplicación de mensajería y redes sociales más utilizada, con un 84,9% de los individuos usándola, seguida de YouTube y Instagram. Los individuos emplearon diversos métodos para gestionar el acceso a sus datos personales, siendo el más común revisar las políticas de privacidad de los sitios web y aplicaciones.

La razón principal para utilizar Internet es la búsqueda de información, según el 73,5% de los usuarios totales, mientras que el 40% recurre a la red para encontrar inspiración para sus viajes, lo cual representa un aumento del 2% respecto al año anterior.<sup>1</sup>

Según Google Trends, la pregunta "¿Dónde ocurrió el terremoto?" fue la pregunta más formulada en 2023.

10

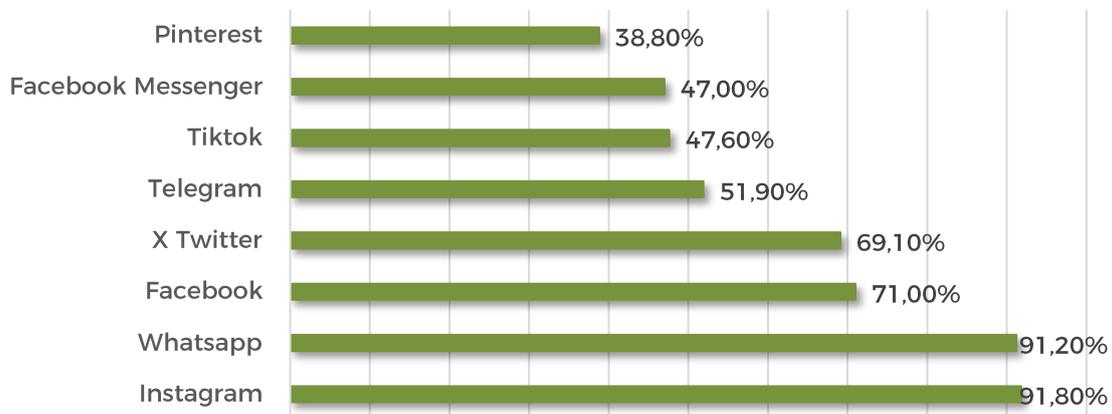
# Google



<sup>1</sup> <https://datareportal.com/reports/digital-2024-turkey>

En las listas que exponen los temas más relevantes en Turquía durante el último año, las búsquedas como "¿Dónde ocurrió el terremoto?", "¿Cómo se produce un terremoto?" y "¿Cuándo será el terremoto de Estambul?" reflejaron el impacto del terremoto del 6 de febrero; mientras que consultas como "¿Cómo se vota?", "¿Cuándo son las elecciones?" y "¿Dónde voy a votar?" mostraron el efecto de las elecciones. Los terremotos y las elecciones, los dos temas que más ocuparon la agenda de Turquía en 2023, también se reflejaron en las búsquedas de Google. El tercer tema más buscado fue el fútbol, incluyendo entre las palabras más buscadas a futbolistas extranjeros<sup>1</sup>.

### Porcentaje de usuarios de Internet que utilizan cada plataforma cada mes



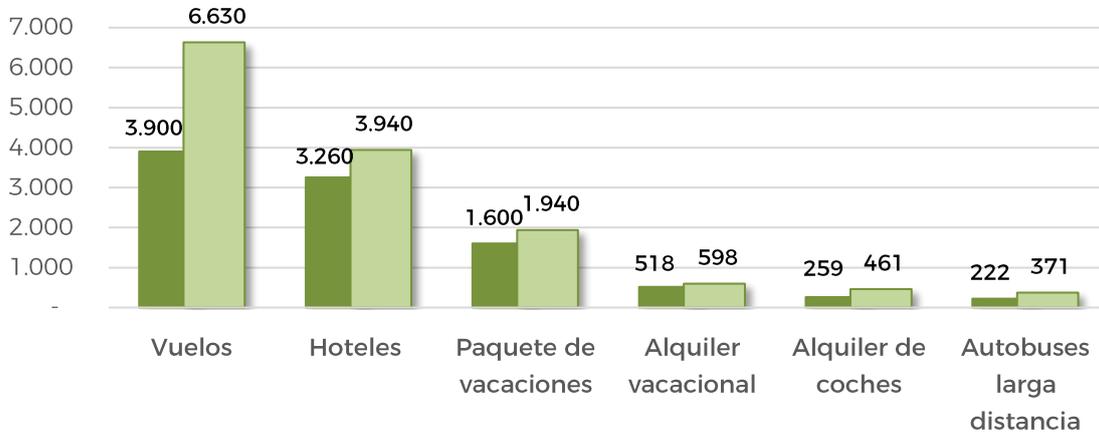
Fuente: Informe Kepios "Turkey Report 2023"

El uso de plataformas digitales entre los internautas turcos de 14 a 64 años revela preferencias claras: Instagram y Whatsapp lideran con tasas de uso mensual del 91,80% y 91,20%, respectivamente. Facebook mantiene una presencia sólida con un 71%, mientras que Twitter no se queda atrás con un 69,10%. Telegram emerge como una opción popular para más de la mitad de los usuarios, con un 51,90%, mientras que TikTok y Facebook Messenger compiten cercanamente con un uso del 47,60% y 47,00%. Pinterest, aunque menos utilizado, se mantiene con un 38,80%, indicando una diversificación en el uso de redes sociales y aplicaciones de mensajería entre la población conectada en Turquía<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> <https://trends.google.com/trends/yis/2023/TR?hl=en>

<sup>2</sup> <https://datareportal.com/reports/digital-2024-turkey>

**Gasto anual on-line viajes y turismo 2022-2023**  
(millones de USD)



Fuente: Informe Kepios "Turkey Report 2023"

12

En 2023, las compras en línea de viajes realizadas por turcos experimentaron un notable incremento en comparación con el año anterior, reflejado en diversas categorías. Los vuelos encabezaron este aumento, subiendo de 3.900 millones de dólares en 2022 a 6.630 millones de dólares en 2023, lo que indica una fuerte recuperación y creciente confianza en los viajes aéreos. Las reservaciones de hoteles también vieron un ascenso, pasando de 3.260 millones a 3.940 millones de dólares, demostrando un interés sostenido en el alojamiento tradicional.

Los paquetes de vacaciones y el alquiler vacacional tuvieron incrementos modestos, alcanzando 1.940 y 598 millones de dólares respectivamente, reflejando la preferencia por viajes organizados y estancias más personalizadas. El alquiler de coches y los autobuses de larga distancia evidenciaron crecimientos significativos, lo que sugiere una mayor inclinación por explorar destinos de manera independiente y la continuidad del turismo doméstico. Estas cifras, todas expresadas en millones de dólares, destacan una tendencia positiva hacia la recuperación y el crecimiento del sector turístico en línea entre los consumidores turcos.

Entorno económico.

Puntos clave<sup>1</sup>

- La economía de Turquía registró un crecimiento del 4% en el último trimestre de 2023 en comparación con el mismo trimestre del año anterior, logrando un crecimiento del 4,5% en todo el año.
- En 2023, el PIB en términos de dólares en la historia de Turquía superó el billón por primera vez, alcanzando 1 billón 118,6 mil millones de dólares con un aumento porcentual de 23%. El PIB per cápita también alcanzó su nivel más alto históricamente.

	PIB (B USD)	PIB Per Capita (USD)	Aumento porcentual anual
<b>2017</b>	859	10.696	<b>-2%</b>
<b>2018</b>	781	9.793	<b>-8%</b>
<b>2019</b>	760	9.195	<b>-6%</b>
<b>2020</b>	720	8.600	<b>-6%</b>
<b>2021</b>	808	9.539	<b>11%</b>
<b>2022</b>	906	10.655	<b>12%</b>
<b>2023</b>	1.119	13.110	<b>23%</b>

Fuente: TÜİK<sup>2</sup>

- Mientras que el ingreso nacional superó el billón de dólares por primera vez en términos de dólares, el aumento porcentual anual y el ingreso nacional per cápita, que superó los 13 mil dólares por primera vez, superaron las previsiones del Programa de Mediano Plazo (PMP). Así, el índice de volumen encadenado del PIB anual aumentó un 4,5% en total durante cuatro períodos en comparación con el año anterior completo.

<sup>1</sup> <https://www.dunya.com/kose-yazisi/gsyh-ilk-kez-1-trilyon-i-asti-kisi-basina-milli-gelir-131-bin/719130>

<sup>2</sup> <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Donemsel-Gayrisafi-Yurt-Ici-Hasila-IV.-Ceyrek-Ekim-Aralik-ve-Yillik-2023-53756#:~:text=%C3%9Cretim%20y%C3%B6ntemine%20g%C3%B6re%20cari%20fiyatlarla,milyar%20307%20milyon%20TL%20oldu.&text=Ki%C5%9Fi%20ba%C5%9F%C4%B1na%20GSYH%202023%20y%C4%B1l%C4%B1nda,13%20bin%20110%20olarak%20hesapland%C4%B1>

- El nivel más alto anterior de ingreso per cápita fue de 12.582 dólares en 2013. Después de caer en 2014, el ingreso nacional per cápita cayó por debajo de 10 mil dólares en 2018 y se mantuvo en ese rango durante cuatro años, subiendo a 10.659 dólares en 2022.



14

Según los datos de TÜİK la inflación anual de la lira turca fue de 57,6 % en 2023 mientras que según ENAG (Independent Inflation Research Group) la inflación real fue 127,21 % en 2023. El mayor aumento de precios en 2023 fue del 93,24% en restaurantes y hoteles.<sup>1</sup>

### Datos primeros meses 2024

La tasa de variación anual del IPC (índice precios al consumo) se situó en marzo de 2024 en el 68,50 % comparando con marzo de 2023, aunque estudios independientes la colocan en el 125%<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>

[https://www.bbc.com/turkce/articles/c9927ve14xdo#:~:text=Teknoloji-,2023'te%20y%C4%B1l%C4%B1k%20enflasyon%20T%C3%9C%C4%B0K'e%20g%C3%B6re%20y%C3%BCzde%2064%2C,ENAG'a%20g%C3%B6r%20y%C3%BCzde%20127&text=T%C3%BCrkiye%20%C4%B0statistik%20Kurumu%20\(T%C3%9C%C4%B0K\)%2C,ise%20y%C3%BCzde%2064%2C77%20oldu.](https://www.bbc.com/turkce/articles/c9927ve14xdo#:~:text=Teknoloji-,2023'te%20y%C4%B1l%C4%B1k%20enflasyon%20T%C3%9C%C4%B0K'e%20g%C3%B6re%20y%C3%BCzde%2064%2C,ENAG'a%20g%C3%B6r%20y%C3%BCzde%20127&text=T%C3%BCrkiye%20%C4%B0statistik%20Kurumu%20(T%C3%9C%C4%B0K)%2C,ise%20y%C3%BCzde%2064%2C77%20oldu.)

<sup>2</sup> <https://enagrup.org/>

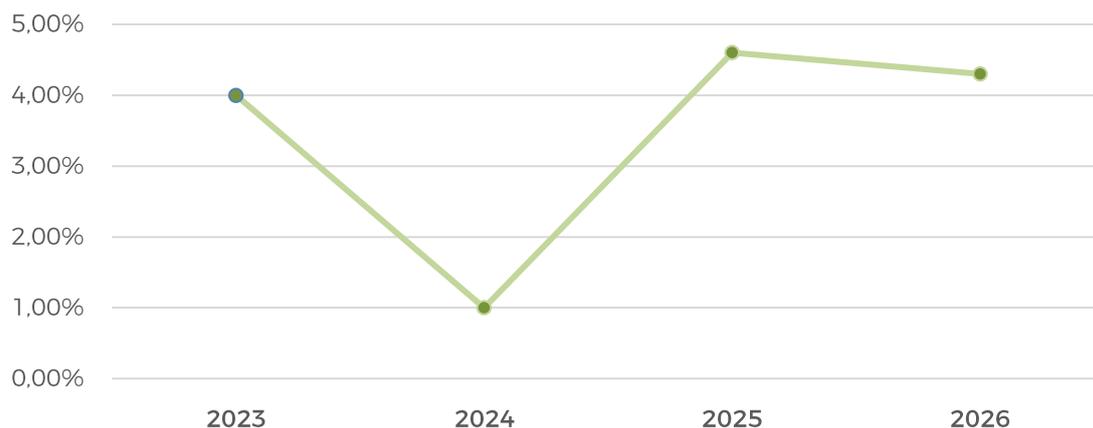
El tipo de cambio frente al dólar, que se encuentra en niveles de 31,50 liras turcas por dólar en marzo 2024, cuando era de 20,15 liras turcas por dólar en marzo de 2023<sup>1</sup> supone, solo en el último año una depreciación del 53%.

Según TÜİK, la tasa de desempleo experimento un crecimiento al 10,2% (9,1% el 31 de diciembre de 2023).

### Previsiones económicas 2024:

El Banco Mundial proyecta un descenso en el crecimiento económico de Turquía para 2024 al 3%, con una recuperación posterior que elevará la tasa al 3,6% en 2025 y al 4,3% en 2026. La ralentización en 2024 se atribuye a una política monetaria más estricta y al lento avance de la economía global.

Prevision del crecimiento economico de Turquia



La inflación en Turquía, tras alcanzar un pico en mayo de 2024, se espera que disminuya gradualmente. A pesar de la desaceleración y las necesidades de reconstrucción post-terremoto, se anticipa que el déficit presupuestario se mantendrá elevado en 2024. Sin embargo, se prevé una mejora en la cuenta corriente a partir de 2024 impulsada por el aumento de las exportaciones netas. Además, se espera que la pobreza en Turquía siga disminuyendo a corto plazo debido a los incrementos salariales que superan la inflación, aunque se advierte que la distribución desigual del crecimiento podría aumentar la desigualdad y obstaculizar<sup>2</sup>

<sup>1</sup> <https://www.tcmb.gov.tr/kurlar/202203/30032022.xml>

<sup>2</sup> <https://www.bbc.com/turkce/articles/cyerg0k9rddo>

### Entorno social.

En 2023, Turquía enfrentó desafíos significativos que impactaron su entorno social y, por extensión, el sector turístico. Los devastadores terremotos del 6 de febrero marcaron profundamente al país y a Siria, resultando en la pérdida de más de 50.000 vidas en Turquía y más de 8.000 en Siria. A nivel político, las elecciones presidenciales y parlamentarias llevaron a la reelección de Recep Tayyip Erdoğan, seguidas de cambios significativos en el gabinete, incluido el nombramiento de Mehmet Şimşek como ministro de Hacienda y Finanzas, y de Hafize Gaye Erkan como la primera mujer jefa del Banco Central de Turquía. Casi un año después de los terremotos, la gestión de desastres y las cuestiones de construcción defectuosa seguían siendo temas de discusión. Además, el conflicto entre Israel y Hamas impactó significativamente la región, con ataques que llevaron a una respuesta militar intensiva. Estos eventos no solo pusieron a prueba la resiliencia de Turquía, sino que también influyeron en la percepción global del país, afectando potencialmente su industria turística.

### Marco político

16

En las elecciones locales de Turquía de 31 de marzo de 2024, el partido del presidente Recep Tayyip Erdogan sufrió una derrota significativa, perdiendo el control de las principales ciudades y provincias clave a favor de la oposición, marcando la primera derrota electoral en 22 años de Erdogan. Esta elección, vista como un referéndum sobre su liderazgo, reflejó el descontento ciudadano con las políticas gubernamentales y la crisis inflacionaria. El socialdemócrata CHP superó al islamista AKP de Erdogan, logrando victorias notables en Estambul, Ankara e Izmir, áreas críticas que albergan cerca del 30% de la población turca. En Ankara, Mansur Yavas del CHP mantuvo su posición con una ventaja de más del 10% sobre su oponente del AKP. En Estambul, Ekrem Imamoglu del CHP, considerado un posible futuro candidato presidencial, fue reelecto con el 50% de los votos. Los partidos aliados al AKP perdieron terreno, mientras figuras como Fatih Erbakan, del nuevo partido islamista YRP, se distanciaron de Erdogan, criticando su gestión económica y postura en la guerra de Gaza. Además, el prokurdo DEM ganó en 10 provincias, enfrentando intentos de fraude y violencia electoral, destacando la polarización y los desafíos políticos en Turquía.

### Conflicto Hamas - Israel

Desde el inicio del conflicto entre Israel y Hamas en octubre 2023, Turquía ha desempeñado un papel crucial en el llamado a un alto al fuego, reaccionando de manera específica tras los ataques de represalia de Irán a Israel el 13 de abril de 2024. La respuesta de Turquía, guiada por el ministro de Relaciones Exteriores Hakan Fidan, ha sido promover una diplomacia activa para evitar una escalada del conflicto.

Esta postura, que busca la estabilidad y la paz en una región históricamente volátil, es un factor esencial para el sector turístico. Turquía, posicionándose como mediador y promotor de la paz, contribuye a su imagen como destino turístico seguro y atractivo.

En sus esfuerzos por mitigar el conflicto, Turquía ha criticado acciones específicas, como el ataque de Israel el 1 de abril de 2024 contra la embajada y residencia del embajador en Damasco, al tiempo que ha mantenido una línea crítica frente a la represalia de Irán desde su propio territorio. La capacidad de Turquía para mantener un diálogo constructivo con ambas partes, así como con actores internacionales clave como Estados Unidos, demuestra su compromiso con una región pacífica y estable.

Además, la interacción entre Turquía y actores internacionales, como el diálogo entre el ministro de Relaciones Exteriores Hakan Fidan y su homólogo iraní, así como las conversaciones con Antony Blinken, secretario de Estado de EE. UU., el 10 de abril de 2024, refleja el papel activo de Turquía en la diplomacia global. Al promover un ambiente seguro, Turquía se asegura de mantener su atractivo como destino turístico, esencial para la profundización de las relaciones turísticas.

17

### Invasión rusa y guerra en Ucrania

Después del estallido del conflicto entre Ucrania y Rusia, Turquía se convirtió en un destino clave para muchos ucranianos y rusos que buscaban refugio. En 2022, numerosos ciudadanos de ambos países emigraron a Turquía, con una concentración notable en la región de Antalya. Además de individuos, también hubo un aumento significativo en el establecimiento de empresas rusas y ucranianas en la zona, según datos de la Cámara de Comercio e Industria de Antalya (ATSO). El número de inversores rusos en Antalya representó el 19% del total de inversores extranjeros registrados, con un aumento considerable con respecto al año anterior.

Sin embargo, para 2023, la situación había experimentado un cambio notable. Según datos del Ministerio del Interior de Turquía, el número de residentes extranjeros en el país había disminuido en un 15% para noviembre de 2023, con un descenso particularmente significativo en la población ucraniana y rusa. La migración de regreso a sus países de origen se vio reflejada en cifras que indicaban una reducción del 27% en el número de ciudadanos ucranianos y rusos con permisos de residencia en Turquía para la misma fecha. Este retorno masivo marcó un nuevo capítulo en la dinámica

social del país, con un ajuste a la composición demográfica anterior a la guerra y una reconfiguración de los patrones de inversión y migración en la región de Antalya.<sup>1</sup>

### Relaciones Turquía y la UE

Turquía representa un aliado estratégico fundamental para la Unión Europea, desempeñando un papel crucial en ámbitos como el medio ambiente, la migración, la seguridad, la lucha antiterrorista y la economía. En 1987, Turquía solicitó su ingreso a la entonces Comunidad Económica Europea, siendo reconocida en 1999 como país candidato para la adhesión a la UE. Las conversaciones formales para su incorporación se iniciaron en 2005. Sin embargo, el progreso se ha visto obstaculizado, ya que Turquía aún debe implementar el Protocolo Adicional al Acuerdo de Asociación de Ankara respecto a Chipre, lo que ha resultado en el bloqueo de ocho capítulos de negociación y en la imposibilidad de cerrar provisionalmente cualquier capítulo. A partir de 2018, el Consejo Europeo ha señalado un estancamiento en las negociaciones de adhesión debido a regresiones en reformas cruciales relacionadas con el sistema democrático, los derechos fundamentales y la independencia judicial, áreas claves dentro de la estrategia de ampliación de la UE.

18

En 2023, las relaciones entre Turquía y la Unión Europea se caracterizaron por una falta de avances significativos, lo cual se atribuye a una combinación de desafíos políticos internos en Turquía y la percepción de la UE sobre la democracia y el estado de derecho en el país. La espera de las elecciones turcas en mayo y la posterior preparación de un informe por parte de la UE sobre cómo proceder con Turquía no culminaron en acciones concretas, ya que la cumbre de la UE en diciembre optó por posponer cualquier decisión. Este estancamiento se vio agravado por la urgencia de la UE en tratar con otros asuntos de expansión, como la iniciación de conversaciones de membresía con Ucrania, Moldova y el reconocimiento de Georgia. A pesar de las esperanzas de una nueva estrategia de seguridad europea que pudiera acercar a Turquía a la UE, especialmente dada su importancia estratégica tras la invasión rusa de Ucrania, las relaciones permanecieron inmóviles. Ankara continúa afirmando su compromiso con la membresía plena en la UE y resalta su papel estratégico, pero las acciones concretas y los cambios en la política de la UE hacia Turquía parecen lejanos, especialmente ante críticas continuas sobre temas de democracia y derechos humanos en Turquía. Este contexto de estancamiento y desafíos internos presenta un panorama complejo para el turismo entre España y Turquía, sugiriendo que las

<sup>1</sup> <https://www.hha.com.tr/ruslar-ve-ukraynalilar-ulkelerine-geri-donuyor/45508/>

dinámicas políticas pueden influir en las relaciones culturales y económicas entre los dos países y más ampliamente con la UE<sup>1</sup>.

### Relaciones Turquía España

Cronología:

Las relaciones políticas entre Turquía y España se oficializaron con la entrega del documento de ratificación del Tratado de Paz, Amistad y Comercio por el Embajador de España al Sultán Otomano en 1783. La Embajada Española en Estambul también comenzó sus operaciones en la misma fecha. La Embajada Turca en Madrid se activó en 1857. Las relaciones diplomáticas entre Turquía y España se elevaron al nivel de Embajada a partir del 1 de enero de 1951.

Las relaciones comenzaron a revitalizarse a mediados de los años 80, después de que España se uniera a la OTAN y a la UE, y Turquía regresara a un sistema de democracia parlamentaria, y ambos países aplicaran políticas económicas similares, dando prioridad a la apertura a mercados externos y la liberalización. Entre los dos países se firmó un Tratado de Amistad el 16 de abril de 1989.

Las relaciones bilaterales con España adquirieron una nueva dimensión con la Alianza de Civilizaciones iniciada bajo el auspicio de la ONU durante el mandato de nuestro presidente y el entonces primer ministro de España, Zapatero, en 2005. Por otro lado, las reuniones de la Cumbre Intergubernamental Turquía-España, la primera de las cuales se organizó en Estambul en 2009 y se ha realizado siete veces hasta la fecha, han elevado nuestras relaciones con España a un nivel superior. En la última Cumbre (7.ª Cumbre Intergubernamental, 17 de noviembre de 2021, Ankara), nuestras relaciones se han definido como "Asociación Estratégica"<sup>2</sup>.

El apoyo de España al proceso de adhesión de Turquía a la UE se refleja positivamente en las relaciones políticas entre España y la república turca. España es el quinto mayor

<sup>1</sup> <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/sedat-ergin/2023te-turk-dis-politikasi-5-ab-ile-iliskiler-bir-yili-daha-yerinde-sayarak-gecirdi-42388458>

<sup>2</sup> <https://www.mfa.gov.tr/turkiye-ispanya-siyasi-iliskileri.tr.mfa#:~:text=%C4%B0spanya%2C%20%C3%BClkemize%20en%20%C3%A7ok%20yat%C4%B1r%C4%B1m,yat%C4%B1r%C4%B1mlar%C4%B1n%C4%B1n%20d%C3%BCzeyi%2011%2C277%20milyar%20Avrodur.>

inversor en Turquía; en 2023, el volumen de comercio bilateral con España alcanzó los 19,20 mil millones de dólares.

El nivel de inversión directa de aproximadamente 775 empresas españolas en Turquía es de 11.277 mil millones de euros. Actualmente, hay alrededor de 125 empresas turcas que invierten en España.

En 2023, 324.690 turistas españoles visitaron a Turquía.

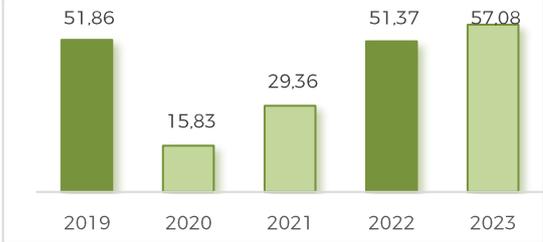
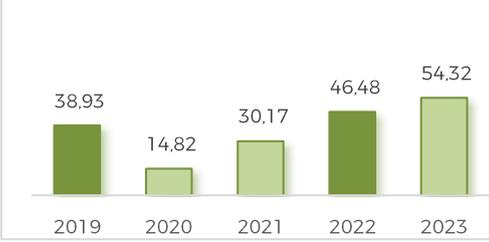
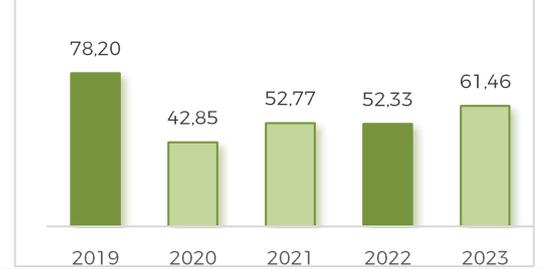
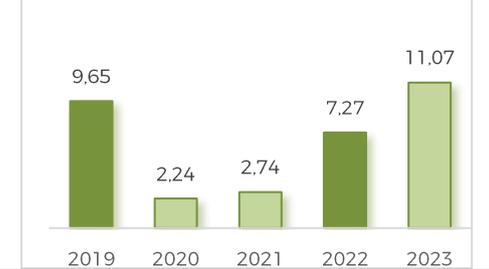
En el año 2023, se llevaron a cabo esfuerzos continuos para desarrollar las relaciones turísticas y comerciales entre Turquía y España.

Iniciando su cargo como embajadora en Madrid el 15 de agosto de 2023, Nüket Küçükkel Ezberci, también Representante Permanente ante la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, marcó el comienzo de una nueva etapa en las relaciones Turquía-España. En el contexto del centenario de la República y el quingentésimo aniversario de la fundación de la organización de asuntos exteriores turca, Ezberci destacó la importancia de esta significativa etapa para las relaciones bilaterales, reforzadas por la cultura común y una larga historia compartida. Celebrando el 240.º aniversario del inicio de las relaciones diplomáticas con la firma del Tratado de Paz, Amistad y Comercio en 1782, y su elevación a nivel de embajada en 1951, Ezberci subrayó la cooperación en áreas clave como la lucha contra el terrorismo y el impulso al comercio bilateral. Además, destacó el papel de España en apoyar la integración de Turquía en la UE, la actualización del acuerdo de la Unión Aduanera y la importancia de la colaboración en migración y otros desafíos globales, con un enfoque en fortalecer aún más los lazos culturales, educativos y turísticos.

20

### Características básicas del sector Turístico.



<b>TURISMO RECEPTOR</b>																					
LLEGADA DE VISITANTES millones	INGRESOS POR TURISMO miles de millones																				
 <table border="1"> <tr><td>2019</td><td>51.86</td></tr> <tr><td>2020</td><td>15.83</td></tr> <tr><td>2021</td><td>29.36</td></tr> <tr><td>2022</td><td>51.37</td></tr> <tr><td>2023</td><td>57.08</td></tr> </table>	2019	51.86	2020	15.83	2021	29.36	2022	51.37	2023	57.08	 <table border="1"> <tr><td>2019</td><td>38.93</td></tr> <tr><td>2020</td><td>14.82</td></tr> <tr><td>2021</td><td>30.17</td></tr> <tr><td>2022</td><td>46.48</td></tr> <tr><td>2023</td><td>54.32</td></tr> </table>	2019	38.93	2020	14.82	2021	30.17	2022	46.48	2023	54.32
2019	51.86																				
2020	15.83																				
2021	29.36																				
2022	51.37																				
2023	57.08																				
2019	38.93																				
2020	14.82																				
2021	30.17																				
2022	46.48																				
2023	54.32																				
<table border="1"> <tr><th colspan="2">Gasto medio:</th></tr> <tr><td>2019</td><td>751 USD</td></tr> <tr><td>2023</td><td>952 USD</td></tr> <tr><td colspan="2" style="text-align: center;"><b>+27% vs 2019</b></td></tr> </table>	Gasto medio:		2019	751 USD	2023	952 USD	<b>+27% vs 2019</b>		<table border="1"> <tr><th colspan="2">Pernoctación media:</th></tr> <tr><td>2019</td><td>9,85 NOCHES</td></tr> <tr><td>2023</td><td>9,78 NOCHES</td></tr> <tr><td colspan="2" style="text-align: center;"><b>0% vs 2019</b></td></tr> </table>	Pernoctación media:		2019	9,85 NOCHES	2023	9,78 NOCHES	<b>0% vs 2019</b>					
Gasto medio:																					
2019	751 USD																				
2023	952 USD																				
<b>+27% vs 2019</b>																					
Pernoctación media:																					
2019	9,85 NOCHES																				
2023	9,78 NOCHES																				
<b>0% vs 2019</b>																					
<b>LOS RESIDENTES EN TURQUÍA COMO TURISTAS</b>																					
Turismo doméstico (millones)	Turismo al extranjero (millones)																				
 <table border="1"> <tr><td>2019</td><td>78.20</td></tr> <tr><td>2020</td><td>42.85</td></tr> <tr><td>2021</td><td>52.77</td></tr> <tr><td>2022</td><td>52.33</td></tr> <tr><td>2023</td><td>61.46</td></tr> </table>	2019	78.20	2020	42.85	2021	52.77	2022	52.33	2023	61.46	 <table border="1"> <tr><td>2019</td><td>9.65</td></tr> <tr><td>2020</td><td>2.24</td></tr> <tr><td>2021</td><td>2.74</td></tr> <tr><td>2022</td><td>7.27</td></tr> <tr><td>2023</td><td>11.07</td></tr> </table>	2019	9.65	2020	2.24	2021	2.74	2022	7.27	2023	11.07
2019	78.20																				
2020	42.85																				
2021	52.77																				
2022	52.33																				
2023	61.46																				
2019	9.65																				
2020	2.24																				
2021	2.74																				
2022	7.27																				
2023	11.07																				
<table border="1"> <tr><th colspan="2">Gasto medio:</th></tr> <tr><td>2019</td><td>110 USD</td></tr> <tr><td>2023</td><td>126 USD</td></tr> <tr><td colspan="2" style="text-align: center;"><b>+15% vs 2019</b></td></tr> </table>	Gasto medio:		2019	110 USD	2023	126 USD	<b>+15% vs 2019</b>		<table border="1"> <tr><th colspan="2">Gasto medio:</th></tr> <tr><td>2019</td><td>456 USD</td></tr> <tr><td>2023</td><td>639 USD</td></tr> <tr><td colspan="2" style="text-align: center;"><b>+40% vs 2019</b></td></tr> </table>	Gasto medio:		2019	456 USD	2023	639 USD	<b>+40% vs 2019</b>					
Gasto medio:																					
2019	110 USD																				
2023	126 USD																				
<b>+15% vs 2019</b>																					
Gasto medio:																					
2019	456 USD																				
2023	639 USD																				
<b>+40% vs 2019</b>																					
<table border="1"> <tr><th colspan="2">Pernoctación media:</th></tr> <tr><td>2019</td><td>8,1 NOCHES</td></tr> <tr><td>2023</td><td>7,7 NOCHES</td></tr> <tr><td colspan="2" style="text-align: center;"><b>-5% vs 2019</b></td></tr> </table>	Pernoctación media:		2019	8,1 NOCHES	2023	7,7 NOCHES	<b>-5% vs 2019</b>		<table border="1"> <tr><th colspan="2">Pernoctación media:</th></tr> <tr><td>2019</td><td>9,07 NOCHES</td></tr> <tr><td>2023</td><td>11,29 NOCHES</td></tr> <tr><td colspan="2" style="text-align: center;"><b>+25% vs 2019</b></td></tr> </table>	Pernoctación media:		2019	9,07 NOCHES	2023	11,29 NOCHES	<b>+25% vs 2019</b>					
Pernoctación media:																					
2019	8,1 NOCHES																				
2023	7,7 NOCHES																				
<b>-5% vs 2019</b>																					
Pernoctación media:																					
2019	9,07 NOCHES																				
2023	11,29 NOCHES																				
<b>+25% vs 2019</b>																					

Fuente: TÜİK y elaboración propia

Según el informe de la Organización Mundial del Turismo (UNWTO) con fecha enero de 2024, número de volumen 22, edición 1, en 2023, el turismo internacional se recuperó hasta alcanzar el 88% de los niveles previos a la pandemia, con aproximadamente 1.286 millones de turistas internacionales registrados en todo el mundo, lo que representa un aumento del 34% respecto al año 2022.

Europa lideró la recuperación, llegando al 94% de sus niveles prepandémicos, con España superando estos niveles por un 1% hasta noviembre, mientras que Turquía experimentó un crecimiento del 7% hasta noviembre comparado con 2019. Los ingresos por turismo internacional se estimaron en 1.4 billones de USD en 2023, cerca del 93% de los 1,5 billones de USD obtenidos en 2019, destacando Turquía con un impresionante aumento del 59% en ingresos por turismo internacional respecto a 2019<sup>1</sup>.

22

Llegadas de turistas internacionales por región (en millones)					%	Comparación	
	2020	2021	2022	2023	2023	23/22	23/19
Mundo	407	458	960	1.286	100%	34%	-12%
Europa	240	301	597	700	55%	17%	-6%
Asia/ Pacíficas	59	25	92	233	18%	155%	-35%
Americas	70	82	157	198	15%	27%	-10%
Africa	19	20	48	66	5%	40%	-4%
Oriente Medio	19	30	68	87	7%	29%	22%

Fuente: UNWTO

Europa recibió 700 millones de los 1,3 mil millones de viajeros registrados globalmente en 2023, representando el 54% del total mundial. Dentro de Europa, algunos de los resultados más fuertes se informaron en Albania con un 49% más de llegadas en enero - noviembre de 2023 en comparación con el mismo período de 2019, e Islandia y Serbia ambos con un 15% más. Estos datos reflejan la robusta demanda intra-regional y los viajes desde Estados Unidos hacia Europa.

Además, se espera que el turismo internacional recupere completamente los niveles previos a la pandemia en 2024, con estimaciones iniciales apuntando a un crecimiento del 2% por encima de los niveles de 2019 en llegadas de turistas internacionales. Este optimismo se ve reflejado en el último Índice de Confianza del Turismo de la UNWTO, con el 67% de los profesionales del turismo indicando mejores perspectivas para 2024 comparado con 2023.

Se reportaron fuertes demandas de viajes al extranjero por parte de grandes mercados emisores en los primeros diez a once meses, con Alemania y Estados Unidos gastando

<sup>1</sup> <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>



un 14% y un 13% más, respectivamente, en viajes al exterior que, en 2019, mientras que Italia gastó un 15% más. Este dinamismo de los mercados emisores beneficia tanto a destinos europeos como a otros en todo el mundo.

Según mismo informe de UNWTO, los desafíos económicos y geopolíticos continúan presentando riesgos significativos para la recuperación sostenida del turismo internacional y los niveles de confianza. La inflación persistente, las altas tasas de interés, los precios volátiles del petróleo y las interrupciones en el comercio podrían seguir impactando los costos de transporte y alojamiento en 2024.

### Claves turismo receptivo

23

Turistas internacionales		Turcos residentes en extranjero	
Ingresos (000 USD)	45.412.070	Ingresos (000 USD)	8.903.472
Turistas	49.346.967	Turistas	7.730.473
Gasto medio (USD)	920	Gasto medio (USD)	1.152
Pernoctación media	8,83	Pernoctación media	15,90

Fuente: TÜİK

En 2023, Turquía experimentó una afluencia significativa de visitantes, tanto de turistas internacionales como de ciudadanos turcos residentes en el extranjero. Los turistas internacionales generaron ingresos de aproximadamente 45,4 mil millones de dólares, con un total de cerca de 49,3 millones de visitantes. En promedio, cada turista internacional gastó alrededor de 920 dólares y permaneció en el país un promedio de 8,83 noches. Por otro lado, los turcos residentes en el extranjero aportaron alrededor de 8,9 mil millones de dólares en ingresos, con un total de más de 7,7 millones de visitantes. El gasto medio de estos turistas fue superior, situándose en 1.152 dólares por persona, y la pernoctación media fue considerablemente más larga, con 15,90 noches.

	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Ingreso (Miles USD)</b>	38.930.474	14.817.273	30.173.587	46.477.871	54.315.542
<b>Número turistas</b>	51.860.042	15.826.266	29.357.463	51.369.026	57.077.440
<b>Gasto medio por viajero (USD)</b>	751	936	1.028	905	952
<b>Gasto por noche pp</b>	76,20	75,31	81,07	88,69	99,15

# INFORME BÁSICO DEL MERCADO

## TURQUÍA 2024

	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Pernoctación</b>					
<b>media</b>	9,85	12,39	12,65	10,34	9,78
<b>Pernoctaciones</b>					
<b>totales</b>	510.916.315	196.062.558	371.359.591	531.034.200	558.697.474

Fuente: TÜİK

### Comparación 2022-2023

Según ha publicado el Instituto Nacional de Estadística turco, el turismo en Turquía mostró una impresionante recuperación y crecimiento entre 2022 y 2023.

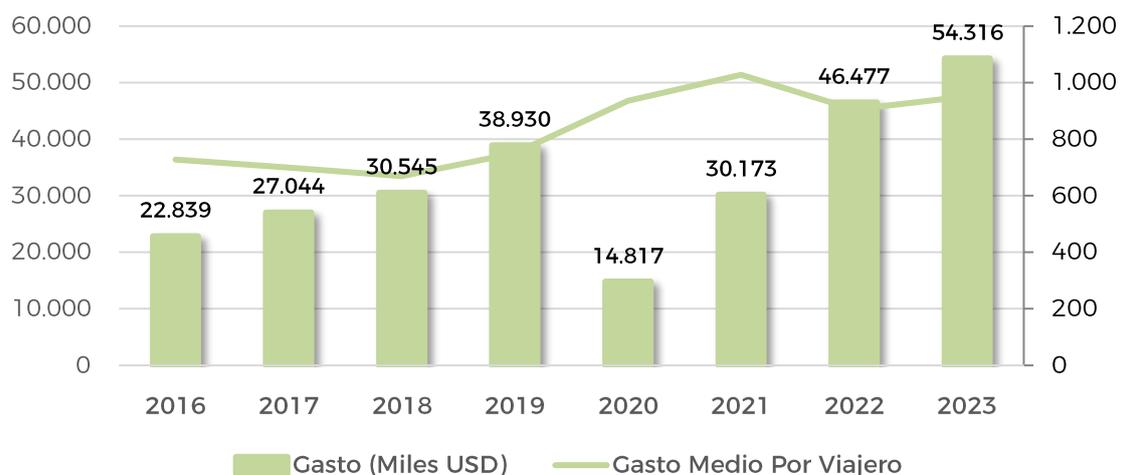
En 2023, el ingreso total alcanzó los 54,3 mil millones de USD, lo que representa un aumento significativo del 16,9% en comparación con los 46,4 mil millones de USD del año anterior. Este aumento se acompañó de un incremento en el número de turistas, que creció de 51,4 millones en 2022 a más de 57 millones en 2023, reflejando una clara señal de recuperación y fortalecimiento del sector turístico.

El gasto medio por viajero también se incrementó de 905 USD a 952 USD, y aunque la pernoctación media disminuyó ligeramente de 10,34 noches a 9,78 noches, el gasto por noche por persona aumentó de 88,69 USD a 99,15 USD.

Estas tendencias sugieren que, aunque las pernoctaciones fueron ligeramente más cortas, el gasto por noche y por turista fue mayor, indicando que los visitantes pudieron haber optado por experiencias de mayor calidad o que el costo promedio de los servicios turísticos aumentó.

24

### Evolucion del gasto total y gasto medio por viajero



Fuente: TÜİK



### Comparación 2019-2023:

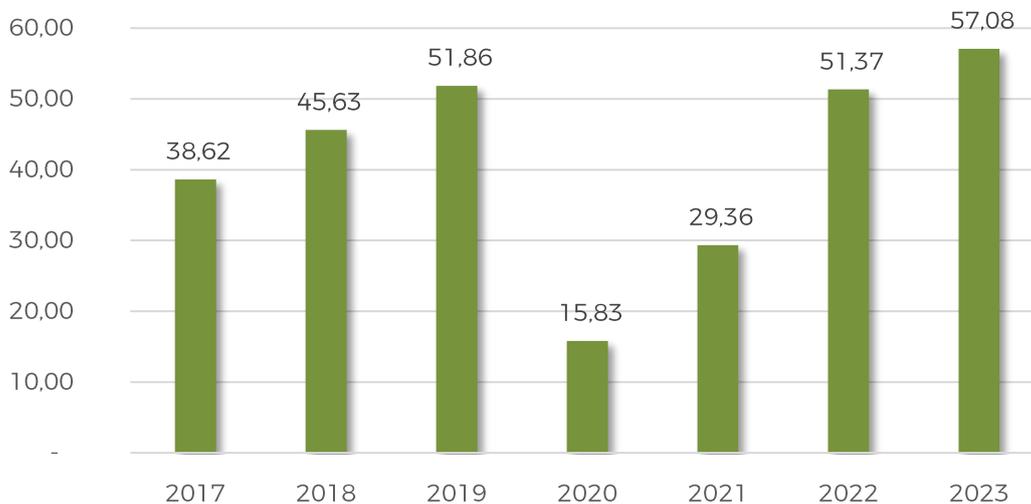
Comparando el año 2019 con el 2023, es evidente que el sector turístico de Turquía no solo se ha recuperado de los impactos de la pandemia de COVID-19, sino que también ha superado los niveles previos a la pandemia en varias métricas clave.

El ingreso total se disparó de 38,9 mil millones de USD en 2019 a 54,3 mil millones de USD en 2023, lo que representa un aumento notable del 39,5%. El número de turistas también creció de 51,9 millones a 57,1 millones, y el gasto medio por viajero se incrementó de 751 USD a 952 USD, mostrando un fortalecimiento del consumo turístico.

El gasto por noche por persona aumentó de 76,20 USD en 2019 a 99,15 USD en 2023, aunque la pernoctación media experimentó una ligera disminución de 9,85 noches a 9,78 noches. La cantidad total de pernoctaciones aumentó, pasando de 510,9 millones a 558,7 millones, evidenciando que Turquía no solo ha logrado recuperar el flujo de turistas, sino que ha establecido récords en términos de ingresos y actividad turística, lo que refleja una recuperación completa y un crecimiento sostenido desde la era pre-COVID.

25

Evolution Viajeros Totales (millones)



Fuente: TurkStat Departing Visitors Survey

### Mercados emisores hacia Turquía

A lo largo de los años, Rusia y Alemania han mantenido su posición como dos de los principales países emisores de turistas hacia Turquía. A pesar de las fluctuaciones causadas por eventos como la pandemia de COVID-19, ambos países han demostrado una tendencia general al alza en el número de viajeros. Rusia, en particular, ha



mostrado un crecimiento constante, pasando de 7.017.657 turistas en 2019 a 6.313.675 en 2023. Del mismo modo, Alemania ha experimentado un aumento significativo en el mismo período, con un aumento gradual de 5.027.472 turistas en 2019 a 6.193.259 en 2023. Estos datos subrayan la importancia continua de Rusia y Alemania como mercados clave para el turismo turco, con un impacto significativo en la economía y la industria turística del país.

El Reino Unido también experimentó un aumento sustancial del 12,76%, de 3.370.739 turistas en 2022 a 3.800.922 en 2023, consolidado como el segundo destino preferido de los turistas británicos, después de España, destacándose como el centro de turismo internacional que más rápido ha crecido en los últimos cinco años según Jet2holidays. El notable incremento en la cantidad de vuelos hacia Turquía, que ha aumentado en un 200% desde 2018, junto con la ampliación de la temporada turística y la adición de nuevas rutas como la de İzmir en 2019, han contribuido significativamente a este crecimiento. Los británicos eligen Turquía por su clima favorable y la diversidad de su oferta turística, que incluye desde la rica historia y cultura hasta la excepcional relación calidad-precio de sus servicios, que se extienden más allá de los atractivos precios de sus productos.

26

La gastronomía local es un fuerte atractivo, con platos como el baklava, el lokum (delicia turca), el döner, el shish kebab y las köfte (albóndigas turcas) que encabezan la lista de favoritos entre los visitantes británicos. La experiencia cultural completa incluye disfrutar de la cocina turca, visitar antiguas ciudades como Efes, admirar los mosaicos de la época romana, explorar los mercados de especias tradicionales y relajarse en los baños turcos. Además, el país es reconocido por sus hermosas playas y su rica herencia histórica y cultural, lo que lo convierte en un destino que ofrece una experiencia de viaje integral. La popularidad de Turquía entre los turistas británicos se ve reflejada en los resultados de las encuestas realizadas por Jet2holidays, donde se señala que un 26% de los turistas británicos se sintieron influenciados por amigos y familiares para visitar el país y un 21% se decidió por los precios asequibles <sup>1</sup>

Irán, con un crecimiento del 7,44%, subiendo de 2.331.076 a 2.504.494 visitantes, destaca la importancia de los lazos comerciales y de negocios en el fomento de viajes regulares que contribuyen a la industria turística. Bulgaria, con un modesto aumento del 0,37% en el número de turistas, pasando de 2.882.512 a 2.893.092, sugiere una estabilidad en los patrones de viaje entre los dos países vecinos. Estos cambios reflejan una combinación de lealtad turística y nuevas dinámicas emergentes, llevando el total de visitantes de los cinco países de 19.496.132 en 2022 a 21.705.442 en 2023, lo cual evidencia una robusta recuperación y crecimiento del sector.

<sup>1</sup> <https://www.bbc.com/turkce/articles/cg3zvldpvqgo>

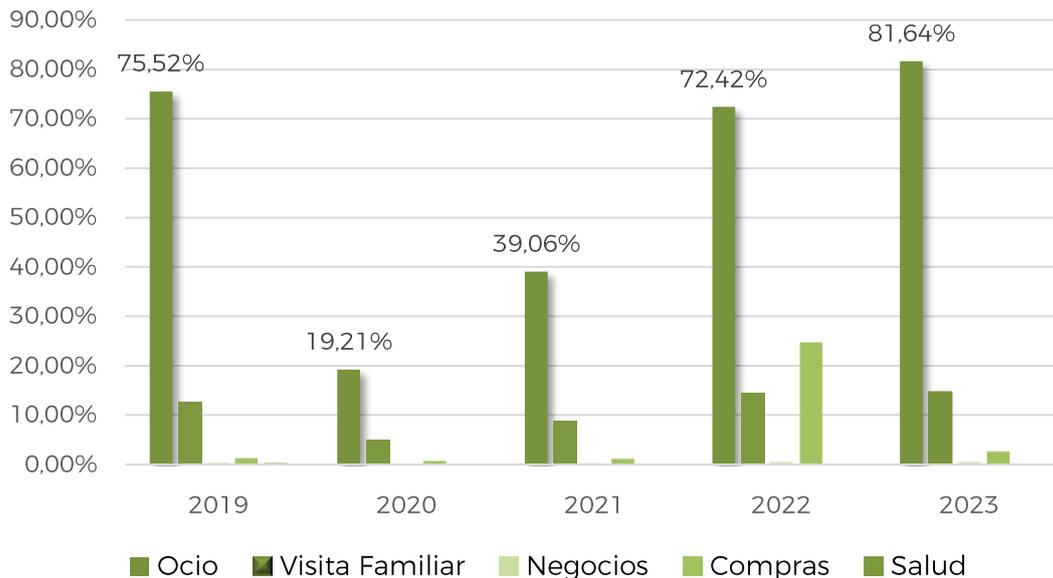
### EVOLUCIÓN TOP 5 PROCEDENCIA TURISMO INTERNACIONAL

	2019	2020*	2021	2022	2023
<b>RUSIA</b>	7.017.657	2.128.758	4.694.422	5.232.611	6.313.675
% variación interanual	17,70%	-69,70%	120,50%	11,46%	20,66%
<b>ALEMANIA</b>	5.027.472	1.118.932	3.085.215	5.679.194	6.193.259
% variación interanual	11,40%	-77,70%	175,70%	84,08%	9,05%
<b>REINO UNIDO</b>	2.562.064	820.709	392.746	3.370.739	3.800.922
% variación interanual	13,62%	-67,97%	-52,15%	758,25%	12,76%
<b>BULGARIA</b>	2.713.464	1.242.961	1.402.795	2.882.512	2.893.092
% variación interanual	13,70%	-54,20%	12,90%	105,48%	0,37%
<b>IRÁN</b>	2.102.890	385.762	1.153.092	2.331.076	2.504.494
% variación interanual	5,10%	-81,70%	198,90%	102,16%	7,44%
<b>TOTAL TOP 5</b>	19.784.375	6.261.652	13.232.156	19.496.132	21.705.442
% variación interanual	13,50%	-68,40%	111,30%	47%	11%

Fuente: TurkStat Departing Visitors Survey \*2020 solo 9 meses

27

### Distribución de gasto por motivación del viaje



Fuente: TÜİK



En una comparación año tras año, los ingresos generados por el turismo en Turquía han mostrado una notable recuperación postpandemia. En 2019, antes de la crisis sanitaria global, los ingresos por ocio ascendían a 33.767 millones de USD, una cifra que experimentó una leve disminución en 2022 a 32.379 millones, sugiriendo una resiliencia significativa del sector. Para 2023, estos ingresos no solo superaron los números de 2022, incrementándose a 36.504 millones, sino que también evidenciaron un crecimiento con respecto a la era pre-COVID-19. El turismo cultural y las visitas a familiares y amigos también reflejaron un aumento, pasando de 5.663 millones en 2019 a 6.545 millones en 2023. Estas cifras implican una reactivación positiva de los viajes con fines personales y culturales.

Además, el ámbito de educación y negocios muestra una notable evolución, con un salto de 119 millones en 2019 a 154 millones en 2023 para la educación, y de 1.667 millones a 1.484 millones en negocios, respectivamente. Este aumento sostenido sugiere que Turquía ha ampliado su atractivo como un destino no sólo para el turismo de ocio, sino también para propósitos educativos y empresariales, adaptándose y evolucionando en respuesta a las cambiantes demandas de la era pospandémica.

28

Durante 2019 - 2023, se observa un incremento significativo en los ingresos generados por el motivo de salud en el sector turístico de Turquía. En 2019, los ingresos por este motivo alcanzaron los 594 millones de dólares, mientras que, en 2023, esta cifra se elevó a 1.215 millones de dólares. Este aumento sustancial sugiere un creciente interés por parte de los turistas en acceder a servicios de salud durante sus visitas a Turquía, posiblemente motivado por la reputación del país en el ámbito médico y la calidad de sus servicios de salud. Este incremento también puede reflejar una tendencia global hacia el turismo médico, donde los viajeros buscan tratamientos médicos de alta calidad a precios competitivos en destinos extranjeros.

La motivación predominante para viajar a Turquía en 2023 ha sido el ocio, destacándose como la principal razón para la visita de turistas internacionales.

# INFORME BÁSICO DEL MERCADO

TURQUÍA 2024

INGRESOS SEGUN EL MOTIVO DE VIAJE EN M 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	1.097	17	2.320	1.367
2023	36.504	6.545	154	1.215	16	2.750	1.484

Fuente: TÜİK

## Sobre turismo gastronómico turco

29

Según un artículo publicado por la BBC en noviembre de 2023, la Guía Michelin de 2024 destacará la inclusión de 111 restaurantes turcos, duplicando la cifra del año anterior cuando 53 restaurantes de Estambul fueron incorporados por primera vez. Este aumento refleja un avance significativo, con 15 nuevos restaurantes en Izmir, 19 en Bodrum y los restantes en Estambul. El ministro de Cultura y Turismo, Mehmet Nuri Ersoy, describió la expansión de la Guía Michelin como "una clara señal de que Turquía está comenzando a consolidar su posición de liderazgo en el turismo gastronómico."<sup>1</sup>

## Distribución del gasto

	Ingreso total M USD	Gastos personales	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
2023	54.315	41.061	13.254

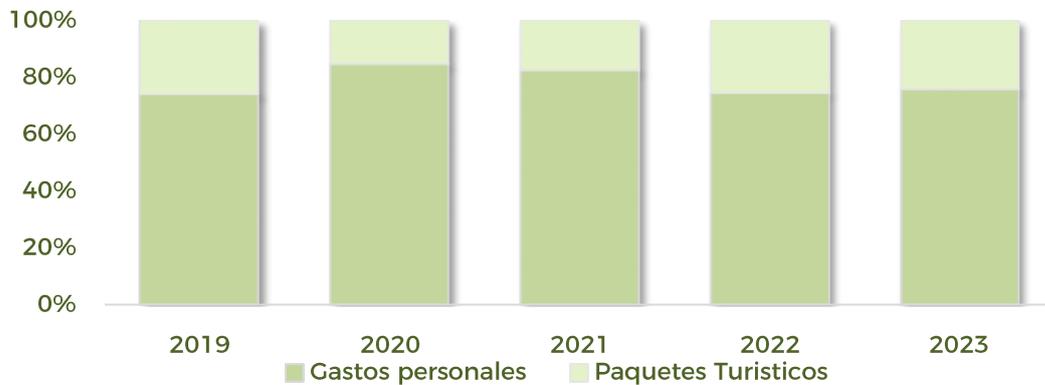
Fuente: TÜİK

<sup>1</sup> <https://www.bbc.com/turkce/articles/c3g2e9e763yo>



En 2023, Turquía registró un ingreso total de 54.315 millones de USD por turismo, de los cuales 41.061 millones correspondieron a gastos personales y 13.254 millones a paquetes turísticos. Este perfil de gasto refleja una preferencia continua por experiencias turísticas más personalizadas, que representaron aproximadamente el 75,60% del gasto total, mientras que los paquetes turísticos constituyeron alrededor del 24,40%. Estos datos evidencian una tendencia creciente de los turistas por organizar sus viajes de manera independiente, buscando un contacto más directo con la cultura y las ofertas autóctonas de Turquía.

30



Fuente: TÜİK

### 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 vacaciones<sup>1</sup>.

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.

<sup>1</sup> <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.

31

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 disfrutaron de sus vacaciones y viajan fundamentalmente en su propio país.

Número de viajes y gasto total Turismo Doméstico 2019-2022			
	Número de viajes (millones)	Pernoctación total (millones)	Gasto total en M USD
<b>2019</b>	78,20	637,07	8.234
<b>2020</b>	42,85	469,09	4.376
<b>2021</b>	52,77	458,87	4.330
<b>2022</b>	52,33	426,58	6.113
<b>2023</b>	61,46	473,08	7.748

Fuente: TÜİK

32

El turismo doméstico turco ha demostrado signos claros de recuperación en el año 2023, con una evidente mejoría en comparación con el año 2022. En 2023, el número de viajes ascendió a 61.463.000, lo que representa un aumento de aproximadamente un 17,5% en comparación con los 52.327.000 viajes registrados en 2022. Esta mejora es aún más notable en los gastos totales, los cuales aumentaron de 6.113 millones de USD en 2022 a 7.748 millones de USD en 2023, un notable incremento del 26,7%. La cantidad de pernoctaciones también subió, de 426.579.000 en 2022 a 473.079.000 en 2023, reflejando un aumento del 10,9%. Estos indicadores positivos sugieren un vigoroso resurgimiento del turismo doméstico, impulsado quizás por una mayor confianza de los consumidores y la relajación de las restricciones de viaje que previamente limitaban el turismo.

Al comparar los datos de 2023 con los del año prepandemia 2019, se observa que el sector no ha logrado alcanzar completamente los niveles anteriores a la crisis sanitaria global. A pesar de la recuperación observada en 2023, el número de viajes sigue siendo un 21,4% inferior al de 2019, que registró 78.202.000 viajes. Sin embargo, el gasto total muestra una diferencia menor, estando un 5,9% por debajo de los 8.234 millones de USD de 2019. Las pernoctaciones, aunque también menores en un 25,7% en comparación con las 637.070.000 de 2019, han visto una recuperación progresiva desde el declive más acusado de los años 2020 y 2021.

Estos patrones sugieren que, aunque el turismo doméstico en Turquía está en una fase de mejoría tangible tras el impacto de la pandemia, aún existen desafíos para retornar a la plenitud económica del turismo de 2019. Los datos de 2023 son prometedores y pueden interpretarse como un indicativo de que el turismo está en una senda ascendente hacia la normalización

La recuperación del turismo doméstico turco en 2023 no sólo se manifestó en un incremento en el número de viajes y en el gasto total, sino también en la eficiencia económica del sector. El gasto promedio por pernoctación se elevó de 14,33 USD en 2022 a 16,38 USD en 2023, un aumento que puede reflejar una combinación de factores como una mayor disposición al gasto por parte de los viajeros, la elección de servicios de mayor valor o una mejora general en la calidad de la oferta turística. Este indicador es particularmente relevante ya que señala no sólo una recuperación en términos de volumen, sino también una potencial mejora en la calidad y rentabilidad del turismo interno.

### 33

#### El mercado emisor turco- Extranjero.

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

En 2023, el mercado emisor turco mostró una notable recuperación en comparación con 2022, reflejando un incremento significativo tanto en el gasto total como en el número de viajeros y la cantidad de noches pasadas en el extranjero. El gasto total en USD aumentó de 4.277 millones en 2022 a 7.069 millones en 2023, lo que representa un aumento de aproximadamente un 65%. El número de viajeros se incrementó de 7.266.773 en 2022 a 11.067.359 en 2023, un aumento notable que indica una fuerte tendencia al alza en la disposición de los turcos a viajar al extranjero. Además, el gasto promedio por persona (pp) también aumentó de 589 USD en 2022 a 639 USD en 2023, lo que podría sugerir una mayor capacidad de gasto o la elección de opciones de viaje más costosas.

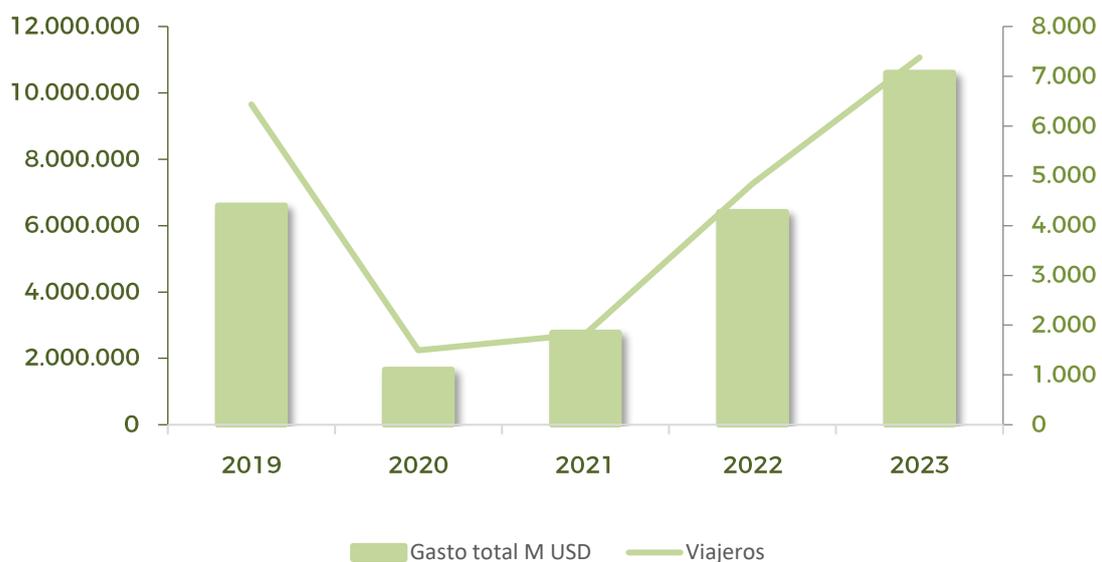
Principales indicadores mercado emisor desde Turquía				
	Gasto total M USD	Viajeros	Noches	Gasto pp
<b>2019</b>	4.404	9.650.512	9,07	456
<b>2020</b>	1.105	2.242.864	12,62	492
<b>2021</b>	1.852	2.738.340	19,22	676
<b>2022</b>	4.277	7.266.773	12,63	589
<b>2023</b>	7.069	11.067.359	11,29	639

Fuente: TÜİK

Al comparar los datos de 2023 con los del año 2019, que sirve como punto de referencia prepandemia, se observa que el sector ha logrado no solo alcanzar, sino superar los niveles anteriores a la crisis sanitaria. El gasto total mostró un aumento de aproximadamente un 60,5% en comparación con los 4.404 millones de USD de 2019. El número de viajeros en 2023 también superó a los 9.650.512 de 2019, evidenciando un crecimiento del mercado de alrededor de un 14,7%. Sin embargo, el gasto promedio por persona se ha incrementado de manera más moderada, de 456 USD en 2019 a 639 USD en 2023, lo que representa un aumento del 40,1%. Este incremento podría reflejar un cambio hacia experiencias de viaje de mayor calidad o un efecto de la inflación en los costos de viaje.

34

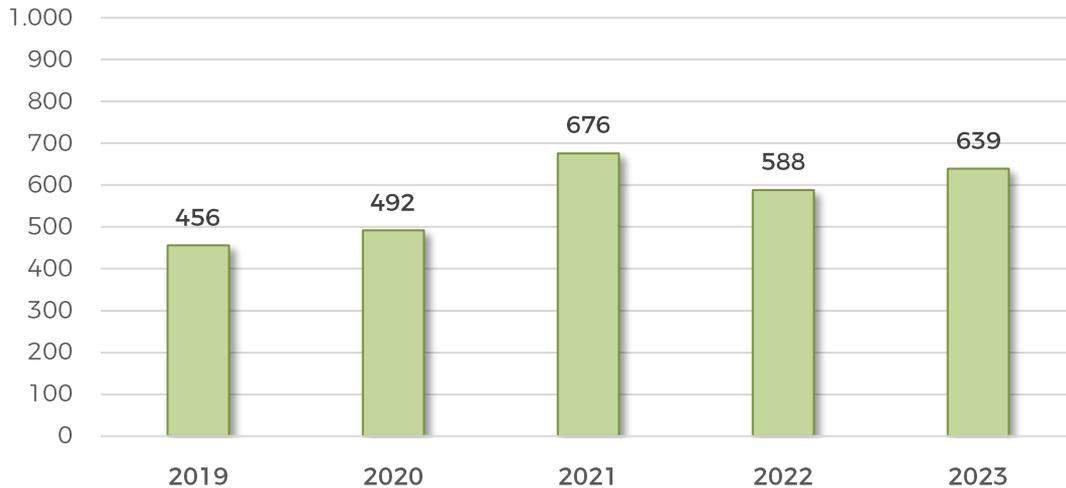
Principales indicadores del mercado emisor turco



Fuente: TÜİK

Estos datos indican que el turismo emisor de Turquía hacia el extranjero ha experimentado una robusta recuperación en 2023, superando los niveles de gasto y número de viajeros de 2019. La disminución en el número de noches promedio por viaje de 12,63 en 2022 a 11,29 en 2023, junto con el incremento en el gasto promedio por persona, puede sugerir una preferencia por viajes más cortos, pero de mayor calidad o gasto. Esta tendencia podría ser una oportunidad para las empresas del sector turístico que buscan adaptarse a las nuevas preferencias de consumo y ofrecer productos que se alineen con esta evolución en el comportamiento de los viajeros turcos.

### Gasto por viajero USD - Mercado Emisor Turco



Fuente: TÜİK

### Principales destinos extranjeros del turista turco

Viajes de los residentes turcos						
		2021	2022	2023		
<b>1</b>	<b>Iraq</b>	452.686	1.041.681	1.908.838	<b>Iraq</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Bulgaria</b>	402.743	854.479	1.449.968	<b>Bulgaria</b>	<b>2</b>
<b>3</b>	<b>Georgia</b>	275.099	762.745	916.422	<b>Georgia</b>	<b>3</b>
<b>4</b>	<b>Grecia</b>	86.815	585.165	890.442	<b>Grecia</b>	<b>4</b>
<b>5</b>	<b>Iran</b>	106.315	357.296	183.680	<b>Iran</b>	<b>8</b>
<b>6</b>	<b>Azerbaiyán</b>	144.035	292.237	339.611	<b>Azerbaiyán</b>	<b>5</b>
<b>7</b>	<b>Alemania</b>	124.785	246.010	319.856	<b>Alemania</b>	<b>6</b>
				246.321	<b>EE. UU.</b>	<b>7</b>
	<b>Otros</b>	1.166.708	3.203.902	5.095.975	<b>Otros</b>	
	<b>Total</b>	<b>2.759.186</b>	<b>7.343.514</b>	<b>11.167.433</b>	<b>Total</b>	

Fuente: TÜİK

36

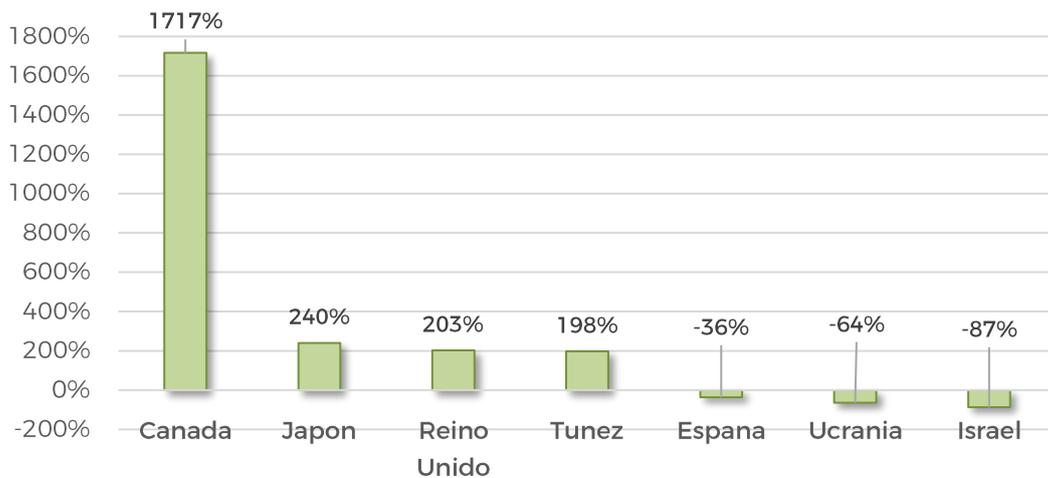
Históricamente, la decisión sobre qué destino visitar lo han marcado principalmente patrones como; la cercanía, la posibilidad de poder viajar **sin visado**, similitudes culturales o la existencia de una numerosa comunidad turca en el destino.

En 2023, los viajes de los residentes turcos hacia destinos internacionales experimentaron un crecimiento significativo en comparación con 2022. Irak, Bulgaria, Georgia y Grecia mantuvieron sus posiciones como los cuatro primeros países de destino. Irak continúa siendo el destino más popular, con un aumento del más del 80% en el número de viajes, pasando de 1.041.681 en 2022 a 1.908.838 en 2023. Bulgaria y Georgia también registraron aumentos notables, con incrementos aproximados del 70 % y 20 % respectivamente, indicando una clara preferencia por destinos cercanos y accesibles.

La situación de Grecia es particularmente destacable. Los viajes a Grecia aumentaron casi diez veces más en comparación con el año 2021, de 86.815 a 890.442 en 2023, lo que es una clara señal de la enorme popularidad que ha ganado Grecia como destino turístico para los turcos en este periodo, un crecimiento mucho más acelerado que el de otros destinos, que en promedio han experimentado un aumento de tres a cuatro veces.

A nivel general, el total de viajes al extranjero desde Turquía alcanzó los 11.167.433 en 2023, lo que representa un crecimiento sustancial en comparación con los 7.343.514 del año anterior. Este aumento robusto subraya la creciente tendencia de los residentes turcos a explorar más allá de sus fronteras, con una expansión en la cantidad de viajeros

### Destinos que aumentaron y disminuyeron significativamente



37

Fuente: TÜİK TurkStat Arriving citizen Survey.

### Destinos que aumentaron significativamente:

1. **Canadá** experimentó un aumento masivo del 1717%, pasando de 815 a 14.804 turistas. Esta subida puede atribuirse a campañas de marketing efectivas, mejoras en las relaciones bilaterales o cambios en políticas de visado que facilitaron los viajes.
2. **Japón:** El aumento del 240% en el número de turistas japoneses que visitaron Turquía, pasando de 3.817 a 12.986, se atribuye en parte al "Acuerdo de Exención de Visado" entre Turquía y Japón. Según este acuerdo, los ciudadanos turcos que viajan a Japón con fines turísticos o de negocios están exentos de obtener una visa por un período de tres meses. Esta medida ha facilitado los viajes entre ambos países y ha contribuido significativamente al aumento del turismo proveniente de Japón hacia Turquía.

3. **Reino Unido** también experimentó un aumento del 203%, alcanzando 40.870 turistas en 2023 desde los 13.486 en 2022. Esta es una cifra significativamente alta.
4. **Túnez:** Vio un aumento del 198%, alcanzando 6.459 turistas turcas en 2023 desde los 2.168 en 2022. Esto podría atribuirse a mejoras en la seguridad y la estabilidad política en Túnez, así como a esfuerzos de promoción turística.

### Destinos que disminuyeron significativamente:

1. **España:** Experimentó una caída del 36%, pasando de 9.869 a 6.320 turistas.
2. **Ucrania:** Registró una disminución del 64%, pasando de 14.516 a 5.181 turistas. La normalización de la guerra entre Rusia y Ucrania puede haber afectado negativamente el turismo procedente de Turquía a Ucrania.
3. **Israel:** Experimentó una caída drástica del 87%, pasando de 10.137 a solo 1.285 turistas. La parada de vuelos entre Israel y Turquía después de la crisis de octubre de 2023 podría ser la razón principal detrás de esta disminución.

38

### Pernoctaciones

El mercado emisor turco hacia destinos internacionales ha experimentado una transformación notable en los últimos años, especialmente en el período posterior a la pandemia.

Entre 2019 y 2023, se registró un aumento significativo del 43% en el número de pernoctaciones totales pasando de 87,5 millones a 124,97 millones. Asimismo, durante el mismo período, el gasto medio por noche aumentó en un 12,4%, ascendiendo de 50,32 USD a 56,56 USD por noche.

Sin embargo, es importante destacar que el gasto promedio por noche del turista turco todavía está por debajo del gasto del viajador extranjero que viaja a Turquía, quien gasta 99,15 USD por noche, casi el doble. Esto sugiere un margen de crecimiento para el turista turco en términos de gasto, lo que podría impulsar aún más la economía turística y la industria de la hospitalidad en los años venideros. El crecimiento sostenido en el número de pernoctaciones totales y el aumento en el gasto medio por noche indican una tendencia positiva en la preferencia y el gasto de los turistas turcos en



# INFORME BÁSICO DEL MERCADO

## TURQUÍA 2024

destinos internacionales, lo que podría llevar a un mayor desarrollo y expansión del mercado emisor turco en el futuro.

	<b>Pernoctaciones Totales</b>	<b>Gasto medio por noche (USD)</b>
<b>2019</b>	87.505.490	50,32
<b>2020</b>	28.303.581	39,02
<b>2021</b>	52.633.117	35,18
<b>2022</b>	91.810.997	46,57
<b>2023</b>	124.974.819	56,56

Fuente: TÜİK

### Motivo del Viaje

39

En 2023, los motivos de viaje del turista turco mostraron un aumento significativo en varias categorías en comparación con el año anterior. Especialmente notable fue el incremento en los viajes por motivos culturales y de ocio, que pasaron de 2.514.916 a 4.160.222, representando un aumento sustancial. Además, se observaron aumentos en visitas familiares, educación, salud, religión y negocios, lo que refleja un crecimiento generalizado en diversas áreas de viaje.

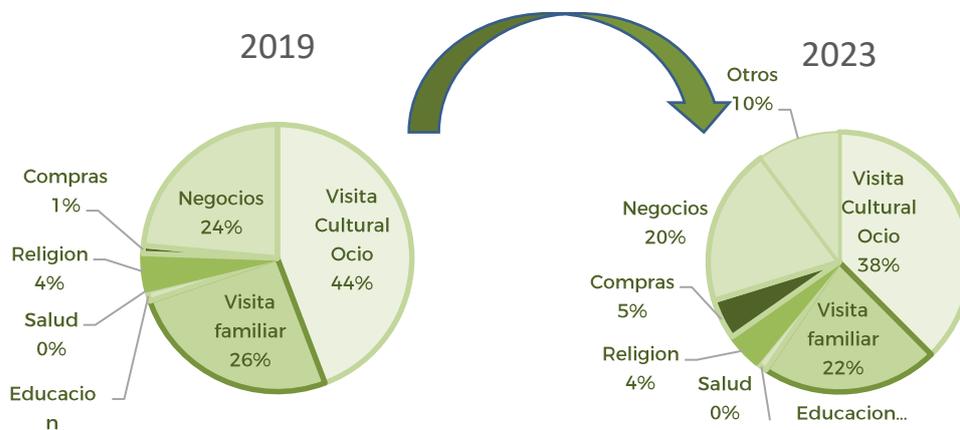
<b>MOTIVOS DE VIAJE DEL TURISTA TURCO</b>									
	<b>Cultural y Ocio</b>	<b>Visita familiar</b>	<b>Educación</b>	<b>Salud</b>	<b>Religión</b>	<b>Compras</b>	<b>Negocios</b>	<b>Otros</b>	<b>Total</b>
<b>2019</b>	3.838.433	2.215.160	108.501	14.160	377.177	82.802	2.039.226	975.054	9.650.512
<b>2020</b>	660.810	568.975	20.844	3.849	171.077	33.765	484.770	298.774	2.242.864
<b>2021</b>	720.113	772.722	30.423	6.629	581	21.469	666.049	520.354	2.738.340
<b>2022</b>	2.514.916	1.734.187	113.113	9.365	117.204	358.921	1.557.051	862.016	7.266.773
<b>2023</b>	4.160.222	2.416.671	150.178	12.506	478.892	551.596	2.171.945	1.125.350	11.067.359

Fuente: TÜİK



Por otro lado, al comparar los datos de 2019 con los de 2023, se revela una recuperación marcada en el panorama de viajes turísticos. Todos los motivos de viaje experimentaron un aumento significativo durante este período, lo que indica una revitalización del sector turístico turco. Específicamente, los viajes por motivos culturales y de ocio aumentaron de manera notable, mostrando un incremento del 8,5% respecto a 2019. Este aumento puede atribuirse a una mayor confianza en la seguridad de viajar y a una recuperación económica generalizada después de los desafíos experimentados durante la pandemia.

40



Fuente: TÜİK TurkStat Arriving citizen Survey.

Al observar los porcentajes entre 2019 y 2023, se destaca que no hay una diferencia significativa en el panorama de los motivos de viaje del turista turco. Se observa que las visitas por motivos culturales han disminuido en un 6%, mientras que los viajes con motivos de compra han experimentado un aumento del 4%.

Estos cambios moderados sugieren una relativa estabilidad en las preferencias de viaje durante este período.

### Preferencias alojamiento

Pernoctaciones totales en el extranjero según tipo de alojamiento

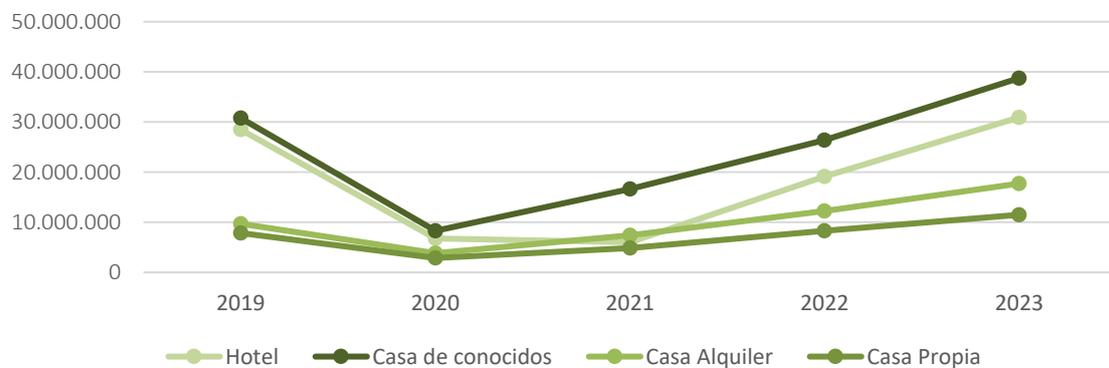
	Hotel	Casa de conocidos	Casa Alquiler	Casa Propia	Otros	Total
<b>2019</b>	28.453.916	30.751.638	9.692.248	7.869.078	10.738.610	<b>87.505.490</b>
<b>2020</b>	6.775.765	8.294.388	3.839.535	2.870.736	6.523.157	<b>28.303.581</b>
<b>2021</b>	6.025.686	16.617.609	7.391.085	4.875.101	17.723.637	<b>52.633.117</b>
<b>2022</b>	19.140.822	26.376.819	12.217.968	8.271.788	25.803.600	<b>91.810.997</b>
<b>2023</b>	30.920.011	38.757.302	17.721.038	11.498.382	26.078.086	<b>124.974.819</b>

Fuente: TÜİK

41

En general, el comportamiento de alojamiento de los ciudadanos turcos que viajan al extranjero ha experimentado cambios significativos después de la pandemia. Estos cambios son claramente visibles al comparar los datos de 2019 y 2023. Antes de la pandemia, la elección de hoteles solía representar entre el 30% y el 35% del total de pernoctaciones cada año, pero en 2022 ha disminuido hasta el 20%. Sin embargo, al observar los resultados de 2023, se nota que los hoteles comenzaron a ser más populares en comparación con 2021 y 2022, pero todavía existe una diferencia del 8% con respecto a los datos prepandémicos. A pesar de esto, el número total de pernoctaciones ha aumentado en un 62% en comparación con 2022, lo que sugiere que los turcos están viajando con más confianza que en el año anterior.

Preferencias de alojamiento de los turcos en el extranjero



Fuente: TÜİK



Es importante destacar que las pernoctaciones en las casas de conocidos siempre han sido más frecuentes que en los hoteles para los turcos. Esto sigue siendo así en 2023, con más de 7,8 millones de pernoctaciones adicionales en comparación con los hoteles. Esto sugiere una preferencia arraigada por la hospitalidad y la familiaridad al viajar al extranjero.

Como resumen del mercado emisor de los residentes en Turquía, durante 2023, el mercado emisor de los residentes en Turquía mostró un aumento en el número de personas que viajaron al extranjero en comparación con el año anterior. Aproximadamente el 13% de la población turca viajó al extranjero, lo que representa un aumento del 4% respecto al año anterior. De estos viajes, el 37,6% se realizaron por motivos de ocio y cultura, principalmente durante el periodo de vacaciones de verano.

En términos de gasto turístico, estos viajes generaron un total de 7.069 millones de dólares, lo que equivale a un gasto promedio de 639 USD por viajero. Este aumento en el gasto y en el número de viajeros puede indicar un crecimiento en la economía turística y un mayor interés por parte de los residentes turcos en explorar destinos extranjeros por razones de ocio y cultura.

## 42

### Situación de la industria turística turca

#### *Finanzas.*

Según los datos recopilados por Turizmdatabank<sup>1</sup> a partir de los datos de la Seguridad Social (SGK), en septiembre de 2023, el número de empleados remunerados en hoteles de Turquía superó los 442.000, lo que representa un aumento del 5,9% con respecto al mismo mes de 2022, cuando la cifra rondaba los 417.000 empleados. Por otro lado, en agencias de viajes, el número de empleados remunerados aumentó un 14,7%, superando los 83.000, mientras que en aerolíneas aumentó un 13%, alcanzando los 50.000. El total de empleados remunerados en el sector turístico aumentó de 1.337.000 a 1.411.000<sup>2</sup>.

En el año 2023, los ingresos turísticos aumentaron un 16,9% en comparación con el año anterior, alcanzando los 54,315 millones de dólares. De estos ingresos, 41 millones de dólares correspondieron a gastos personales, mientras que 13,25 millones de dólares fueron atribuidos a gastos en paquetes turísticos.

Aunque se presentan desafíos, también se vislumbran oportunidades en el sector turístico turco. Se observa preocupación en los ingresos provenientes de los resorts, los

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

<sup>2</sup> <https://www.tourismtoday.net/kategoriler/genel-haberler/turizm-sektorunde-ucretli-calisan-sayisinda-artist/>

cuales juegan un papel importante en los ingresos turísticos, pero también se están tomando medidas para abordar estos desafíos.

A pesar de los desafíos como la presión inflacionaria que aumenta los costos, la escasez de personal y la presión cambiaria, el sector turístico está demostrando su capacidad de adaptación y resiliencia.

Los incrementos en los gastos adicionales fuera del alojamiento se están reflejando de manera aceptable en los precios de los paquetes turísticos denominados en moneda extranjera. Además, persiste el compromiso de mejorar la competitividad y la calidad del servicio en los establecimientos turísticos<sup>1</sup>.

### *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 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 turísticas<sup>2</sup>.

### *Ocupación Hotelera.*

Según el Informe Global de STR para el año 2023, publicado por la Asociación de Hoteleros de Turquía (TÜROB), se observaron cambios significativos en la industria hotelera turca en comparación con el año anterior<sup>3</sup>.

En Estambul, la tasa de ocupación hotelera experimentó una disminución del 9,4% en 2023, alcanzando un 65,2%, en contraste con el 74,6% registrado en 2022. Asimismo, el precio medio diario de las habitaciones vendidas aumentó a 143,46 euros en 2023, frente a los 136,46 euros de 2022<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> <https://www.turizmguncel.com/makale/turizmde-beklenti-yukseki>

<sup>2</sup> <https://www.tga.gov.tr/turkiyenin-guvenli-turizm-programi-hakkinda/>

<sup>3</sup> <https://www.turizmajansi.com/haber/istanbul-otellerinin-2023-doluluk-orani-belli-oldu-h65215>

<sup>4</sup> Los datos de Estambul, Antalya, Ankara y Anatolia en el informe de STR se basan principalmente en hoteles de cadena internacional de cinco estrellas. El informe se preparó tomando como referencia 206 establecimientos de un total de 610 en Estambul, 24 de 74 en Ankara, 51 de 1082 en la región de Antalya, y 143 de 361 en Anatolia.

En Antalya, la tasa de ocupación hotelera disminuyó un 6% en 2023, alcanzando el 56,2%, en comparación con el 62,2% de 2022. Por otro lado, el precio medio diario de las habitaciones vendidas aumentó significativamente a 172,08 euros en 2023, en comparación con los 144,18 euros de 2022.

En cuanto a los hoteles de Anatolia, la tasa de ocupación también sufrió una reducción del 4,5% en 2023, situándose en el 49,1%, frente al 53,6% de 2022.

En 2023, el sector de alojamiento en Turquía mostró un crecimiento significativo en infraestructura turística. El país contaba con un total de 865.529 habitaciones distribuidas en 20.267 establecimientos con "certificación operativa", evidenciando la amplitud y capacidad de la industria hotelera para atender a un gran número de visitantes. Adicionalmente, existían 75.496 habitaciones en 723 establecimientos con "certificación de inversión", lo que refleja un enfoque estratégico en la expansión y mejora de las instalaciones de alojamiento.

"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.

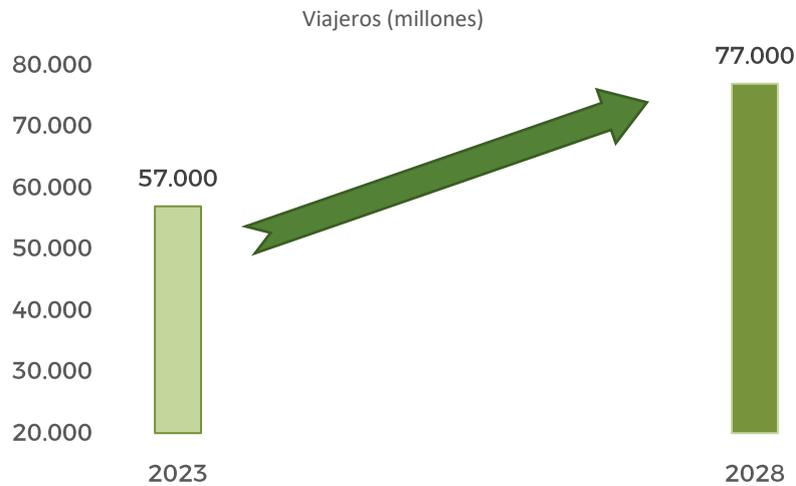
### *Plan estratégico de turismo de 5 años*

El Ministerio de Cultura y Turismo de Turquía ha lanzado un ambicioso plan estratégico para el período 2024-2028, con el objetivo de fortalecer y expandir el sector turístico del país en línea con las políticas de sostenibilidad y sensibilidad ambiental.

Los objetivos numéricos y de ingresos para el año 2024 en condiciones normales, son de 60 millones de turistas y 60 mil millones de dólares en ingresos.

El plan estratégico de turismo de 5 años incluye un objetivo de aumentar significativamente el número de visitantes: de los 57 millones actuales a 77 millones en el transcurso de los próximos cinco años. Esta iniciativa busca no solo aumentar la cantidad de turistas, sino también elevar los ingresos del turismo de 54,3 mil millones de dólares en la actualidad a 100 mil millones de dólares para 2028. Se espera que el ingreso promedio por visitante por noche también aumente, alcanzando los 139 dólares<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> <https://www.turizmguancel.com/haber/kultur-ve-turizm-bakanligindan-5-yillik-yeni-stratejik-plan>



Fuente: TGA. Gov

## 45

### Situación de la conectividad aérea general

La evolución del tráfico de pasajeros en los aeropuertos de Turquía ha sido testigo de una notable recuperación en el año 2023. Después de enfrentar desafíos significativos debido a la pandemia, los últimos datos revelan una tendencia positiva. En comparación con el año 2019, el tráfico total de pasajeros, incluyendo el tránsito directo, muestra un incremento del 3%, alcanzando los 214.424.601 pasajeros en 2023. Este crecimiento se ha visto impulsado en gran parte por la línea internacional, que registró un aumento del 13% respecto a 2019, con 122.950.966 viajeros.

A pesar de que el tráfico de la línea nacional aún no alcanza los números prepandemia, mostrando una disminución del 9%, se observa una mejora respecto al año anterior. Los pasajeros en tránsito directo, aunque todavía por debajo de las cifras de 2019 en un 22%, también han visto un crecimiento, indicando una recuperación gradual pero sostenida del sector aéreo turco.

### EVOLUCIÓN DE TRAFICO DE PASAJEROS EN AEROPUERTOS EN TURQUÍA

	2019		2022	2023	19 vs 22	19 vs 23
Tráfico de pasajeros incl. tránsito directo	208.911.338		182.333.844	214.424.601	-13%	3%
Tráfico de pasajeros	208.373.696		181.948.006	214.005.980	-13%	3%
- Línea nacional	99.946.572		78.670.030	91.055.014	-21%	-9%
- Línea internacional	108.427.124		103.277.976	122.950.966	-5%	13%
Pasajero en tránsito directo	537.642		385.838	418.621	-28%	-22%

Fuente: Statista

46

Según el Informe de Análisis de EUROCONTROL para el año 2023, Turquía sigue a en el sexto lugar entre los países con más operaciones y tráfico de llegadas/salidas más intenso en Europa, con un promedio diario de 3.892 vuelos <sup>1</sup>.

En cuanto a las compañías aéreas con mayor número de vuelos en 2023,

**Turkish Airlines** (THY AO) se encuentra en tercer lugar, con un promedio diario de 1.685 vuelos.

Además, el Aeropuerto de Estambul fue el aeropuerto más concurrido de Europa, con un promedio diario de 1.525 vuelos.

<sup>1</sup> <https://web.shgm.gov.tr/manset-haber/7096-eurocontrol-avrupa-havacilik-genel-bakis-raporu>

### Top 10 aircraft operators

Week 26 Jun - 02 Jul 2023 (average daily flights)

No.	Aircraft operator	Average daily flights	% prev week	% prev year	% 2019
1.	 Ryanair Group	3,273	+0%	S +10%	S +25%
2.	 easyJet Group	1,732	+2%	S +10%	W -8%
3.	 Turkish Airlines	1,685	+3%	S +12%	S +13%
4.	 Lufthansa Airlines	1,247	+4%	S +8%	W -23%
5.	 Air France Group	1,102	+3%	S +4%	W -18%
6.	 Wizz Air Group	900	+3%	S +16%	S +36%
7.	 KLM Group	875	+2%	S +16%	W -7%
8.	 British Airways Group	839	+3%	S +20%	W -15%
9.	 Vueling	684	+1%	W -2%	W -6%
10.	 SAS Group	683	-2%	S +26%	W -20%



47

Fuente: Eurocontrol <sup>1</sup>

Según los datos publicados por la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), Turkish Airlines revela una notable recuperación y crecimiento en sus operaciones desde 2020 hasta 2023, después de enfrentar una reducción drástica durante la pandemia en 2020. En 2023, la aerolínea logró un récord en el número de aterrizajes, alcanzando los 519.734, lo que representa un aumento del 14,8% en comparación con 2022, y superando incluso las cifras prepandemia de 2019.

El número de pasajeros también ha mostrado una tendencia ascendente, con un total de 83.377.777 pasajeros transportados en 2023, un 16% más que en 2022 y un notable 12% más que en 2019, el año anterior a la pandemia. Este incremento se observa tanto en pasajeros nacionales como internacionales, donde el número de pasajeros nacionales en 2023 ha vuelto a alcanzar y superar los niveles de 2019, y el tráfico internacional ha crecido significativamente, superando también las cifras prepandemia por un amplio margen.

Además, la tasa de ocupación de pasajeros ha mejorado consistentemente año tras año desde 2021, alcanzando un 83% en 2023.

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

### RESULTADOS DEL TRAFICO DE TURKISH AIRLINES

	2019	2020	2021	2022	2023
Aterrizajes	486.941	240.339	357.189	452.677	519.734
Pasajeros	74.282.741	27.950.200	44.787.730	71.817.625	83.377.777
Tasa de ocupación de pasajeros (%)	82%	71%	68%	81%	83%
Pasajeros Nacionales	30.441.507	13.827.432	24.143.538	25.488.658	30.368.139
Pasajeros Internacionales	43.841.234	14.122.768	24.644.192	46.328.867	53.009.638

Fuente: Informe Turkish Airlines 2023

48



*Turkish Airlines vuela a 346 destinos internacionales en 130 países<sup>1</sup>.*

<sup>1</sup> <https://istanbulticaretgazetesi.com/tr/thyden-ikonik-acilim-turkish-airlines-red#:~:text=Toplamda%20%20k%C4%B1tada%20130%20%C3%BClike,Melbourne%20%C5%9Fehrinin%20e%C5%9Fsiz%20g%C3%BCzelli%C4%9Fiyle%20bulu%C5%9Fturdu.>

### RESULTADOS DEL TRAFICO DE PEGASUS AIRLINES

	2021	2022	2023
Aterrizajes	138.436	166.191	187.071
Pasajeros	20.160.000	26.940.000	31.930.000
Tasa de ocupación de pasajeros	77%	84%	85%

Fuente: Informe Pegasus Airlines 2023

49

**Pegasus**, la aerolínea de bajo coste más importante de Turquía, ha estado operando en la industria de la aviación con vuelos chárter desde 1990. Los resultados de tráfico reflejan un progreso significativo en el período de 2021 a 2023. La aerolínea incrementó sus aterrizajes anuales desde 138.436 en 2021 a 187.071 en 2023, lo que representa una sólida expansión de sus operaciones. En términos de pasajeros, Pegasus Airlines experimentó un aumento continuo: de 20.160.000 pasajeros en 2021 a 31.930.000 en 2023. Esta tendencia también se refleja en la tasa de ocupación de pasajeros, que mejoró del 77% en 2021 al 85% en 2023, demostrando una mayor eficiencia en la gestión de su capacidad y la preferencia sostenida de los clientes por esta aerolínea. Estos datos destacan la recuperación y el fortalecimiento del sector aéreo, con Pegasus Airlines como un claro ejemplo del dinamismo en la industria aérea en el contexto de la postpandemia.

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

**SunExpress**, una aerolínea con sede en Antalya fundada en 1989 como una empresa conjunta entre Turkish Airlines y Lufthansa, ha asumido el papel de embajador turístico entre Turquía y Europa, gracias a sus 35 años de experiencia y especialización en vuelos vacacionales. Con vuelos a más de 200 destinos en 35 países, SunExpress opera con una plantilla de 3700 empleados y una flota de 66 aviones en sus bases de Antalya, Frankfurt, İzmir y Ankara, transportando más de 11 millones de pasajeros anualmente. Su objetivo es consolidar aún más su posición como una de las principales aerolíneas vacacionales en Europa.

### 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](mailto: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

---

### **TÖSHİD (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

---

### **TTYD (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

---

### **TÜROB (Touristic Hotels and Investors Association Turkey)**

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, fundado en 1987 por Sinan Vardar, es un destacado operador turístico con sede en Turquía que inicialmente operaba bajo la marca Öger Tur hasta 2003, período durante el cual se centró en el turismo nacional y la recepción de turistas extranjeros. Tras desvincularse de Öger Holding y sus filiales, la compañía ha continuado su expansión y diversificación bajo la dirección de Ahmet Mete Vardar, Presidente del Consejo de Administración, y Mert Vardar, Vicepresidente del Consejo de Administración. Actualmente, Jolly Tur ofrece una vasta gama de servicios que abarcan desde hoteles nacionales hasta viajes internacionales, culturales y de crucero, además de servicios corporativos a través de las marcas Jolly M.I.C.E. y Jolly Business, especializadas en viajes de negocios, ferias y congresos. Con más de 600 puntos de venta y un equipo de 3.500 empleados, la empresa ha demostrado una notable capacidad de adaptación a los cambios del mercado, superando sus metas financieras en 2022 y manejando retos significativos como los visados y las repercusiones de eventos adversos, como el terremoto de febrero de 2023, que afectaron profundamente al sector turístico. Jolly Tur continúa consolidándose como un actor influyente en el turismo turco, manteniendo su competitividad y contribuyendo al crecimiento e innovación de la industria.

### TATILSEPETI.COM

Tatilsepeti.com, establecido en 2002 y lanzado oficialmente en 2004 bajo la dirección de DLT Turizm ve Ticaret A.Ş., ha crecido hasta convertirse en uno de los portales de turismo líderes en Turquía. Fundado por un grupo de estudiantes visionarios de la Galatasaray Lisesi, incluido Kaan Karayal, la plataforma fue diseñada para innovar y mejorar la experiencia turística. Desde su inicio, Tatilsepeti.com ha ampliado significativamente su gama de servicios, que actualmente incluye reservas de hoteles tanto nacionales como internacionales, paquetes vacacionales, tours culturales y de ocio, ventas de boletos de avión y servicios de alquiler de vehículos.

Con más de 600 puntos de venta y un equipo de 3.500 empleados, la compañía maneja una impresionante cifra de más de 67 millones de visitantes en total, con 27 millones de visitantes únicos anualmente. Su colaboración con Expedia en 2009 marcó un hito importante, expandiendo sus servicios a la reserva de hoteles internacionales y consolidando su posición en el mercado. Tatilsepeti.com no solo ha liderado en el sector de turismo digital de Turquía, sino que también ha sido reconocida con múltiples premios, incluyendo el Altın Örümcek Web Ödülleri como el sitio de viajes favorito del público y más recientemente, fue nombrado el más reputado en los premios de marketing integrado The ONE Awards en 2022.

### 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.

52

### KAPPATUR/TRAVEL ZONE

Travel Zone, liderada por Barış Öztürk y fundada por Kaan İşçil, quien también es el propietario de Kappa Tur, se ha establecido como una entidad influyente en el sector turístico. Actuando como un puente entre las necesidades turísticas y los servicios, Travel Zone ofrece una amplia gama de opciones que van desde la organización de viajes de cruceros hasta la gestión de congresos, ferias y seminarios, adaptándose tanto a clientes individuales como corporativos. Kappa Tur, bajo la dirección de İşçil, complementa estos servicios proporcionando soluciones integrales que incluyen reservas de vuelos, alojamiento y alquiler de vehículos tanto a nivel nacional como internacional. Juntos, Kappa Tur y Travel Zone se destacan en el mercado por su capacidad para ofrecer paquetes a precios competitivos, gracias a la eficiente negociación de İşçil con proveedores y su conocimiento profundo del sector turístico.

### PRONTOTUR

Prontotour, fundada en 1994 y dirigida por Ali Onaran, con sede en Estambul y extendiéndose a través de 35 agencias y una sucursal en İzmir opera en más de 87 países y facilita viajes internacionales para aproximadamente 100,000 personas al año.

Especializada en una variedad de servicios turísticos, la empresa ofrece desde paquetes turísticos hasta servicios de boletería, gestión de visas y soluciones corporativas a través de su marca ProntoPlus. Durante la pandemia, Prontotour enfrentó desafíos



significativos, pero logró mantener su operatividad y cumplir con sus compromisos financieros y obligaciones de servicio.

Para 2023, Prontotour se ha fijado un objetivo de ingresos de 1 mil millones de liras turcas, sustentado en el incremento de reservas de viajes culturales y la expansión en mercados internacionales. Esta estrategia está alineada con su enfoque continuo en la eficiencia operativa y el servicio al cliente, manteniendo su posición en el sector turístico turco.

### ETSTUR

Fundada en 1991, ETS Tur se ha establecido como un líder innovador en la industria del turismo en Turquía, ofreciendo una extensa gama de paquetes turísticos y servicios de alojamiento tanto a nivel nacional como internacional. Con una visión pionera, la compañía ha introducido múltiples innovaciones en el sector, incluyendo los sistemas de reservas anticipadas y de evaluación de la satisfacción del cliente post-viaje.

ETS Tur es responsable de la comercialización de miles de hoteles en Turquía y gestiona operaciones en 60 destinos domésticos y 40 internacionales. La empresa también ha diversificado su oferta con varias marcas bajo su paraguas, como Didimtur para viajes accesibles, Jetset para viajes personalizados de lujo, Ucuzabilet.com para la venta de boletos de avión a precios competitivos, Otelpuan.com que ofrece reseñas de hoteles, Odamax.com para reservas de alojamiento en línea, y Lets Go Dergi, una revista que cubre tendencias de viajes.

A lo largo de los años, ETS Tur ha sido reconocida por su excelencia operacional y contribución al turismo, siendo premiada con varios galardones que destacan su innovación tecnológica y calidad de gestión. La empresa continúa su expansión y consolidación en el mercado turístico con el objetivo de mejorar y diversificar las experiencias de viaje de sus clientes.

### SETUR

SETUR, fundada en 1964 y parte del prestigioso conglomerado Koç Holding, se ha establecido como uno de los líderes en el sector turístico de Turquía. Ofrece una amplia gama de servicios, incluyendo turismo nacional e internacional, reservas de billetes de avión y organización de eventos y congresos. Como representante en Turquía de BCD Travel, una de las principales empresas globales de viajes corporativos, SETUR amplía su influencia en el mercado internacional. Con una red que supera las 400 agencias autorizadas y una plantilla de aproximadamente 1.500 empleados, la empresa se destaca por su compromiso con la calidad y la satisfacción del cliente. SETUR también

se distingue por su participación en sectores como los duty free y la aviación privada, consolidando su posición como un actor integral en la industria turística.

### FERIAS

#### EMITT

La Feria EMITT, conocida oficialmente como la Feria Internacional de Turismo y Viajes del Mediterráneo Oriental, está catalogada entre los cinco eventos turísticos más importantes a nivel mundial y se celebra anualmente en Estambul, Turquía. Durante sus 27 ediciones, EMITT se ha consolidado como una plataforma esencial para la promoción de nuevos destinos turísticos, tanto dentro de Turquía como a nivel internacional, fomentando la interacción entre visitantes locales y extranjeros. Esta feria ha contado con la participación de 653 expositores provenientes de 28 países diferentes, con una notable representación europea de países como Italia, Alemania y Grecia, además de la presencia de instituciones y figuras influyentes del ámbito turístico.

En la última edición de la Feria EMITT, participaron diversas naciones de Europa y otras regiones del mundo. Entre los países con una activa participación se incluyen Serbia, Chipre del Norte, las Maldivas, Bulgaria, Azerbaiyán, Italia, Georgia, Bosnia y Herzegovina, Egipto, Bielorrusia, Brasil, Argelia, Macedonia del Norte, Uzbekistán, Irán, Japón, Alemania, Sudáfrica, Cuba y Grecia. Estos países exhibieron sus destinos turísticos, productos y servicios, utilizando la feria como una plataforma para promover el turismo y establecer conexiones comerciales internacionales.

EMITT no solo funciona como un punto de encuentro para los profesionales del sector, sino que también genera oportunidades comerciales significativas. En su última edición, se reportó un volumen de transacciones superior a los 447 millones de euros. El evento brinda a las empresas la oportunidad de ampliar su alcance y forjar nuevas alianzas comerciales. En este contexto, España podría beneficiarse significativamente al participar en la próxima edición de la feria, programada del 5 al 7 de febrero de 2025. Una participación podría no solo aumentar la visibilidad de España como un destino turístico clave, sino también abrir las puertas a nuevas colaboraciones internacionales y mejorar su posición en el mercado turístico mundial.

#### TRAVEL TURKEY

La 17ª edición de la Feria y Congreso Internacional de Comercio Turístico TTI İzmir, que se celebró del 7 al 9 de diciembre de 2023, ha demostrado ser un evento crucial no solo para el turismo de Turquía sino también como un punto de encuentro significativo para la cooperación internacional, especialmente con Europa. Durante esta edición, la feria contó con una notable participación europea, con expositores y profesionales del turismo provenientes de países como Alemania, Serbia, Bosnia y Herzegovina, y Grecia. Estos participantes ofrecieron una amplia gama de destinos y servicios turísticos, desde

las ricas experiencias culturales hasta las opciones de turismo de salud y aventura al aire libre.

El evento se enriqueció con el lanzamiento del TTI Outdoor y el TTI Health, que atrajeron gran interés por parte de los visitantes internacionales, incluyendo una significativa representación de España. Estas nuevas secciones de la feria destacaron temas de actualidad como el turismo de salud y las actividades al aire libre, áreas en las que España tiene un especial interés debido a su reconocido liderazgo en estos sectores a nivel europeo. La interacción en la feria facilitó numerosas oportunidades de negocio y alianzas estratégicas, fortaleciendo los lazos comerciales y culturales entre Turquía y Europa, y ofreciendo una plataforma ideal para que los destinos españoles se promocionen en el mercado turco y más allá.

### TRAVELEXPO ANKARA

55

TRAVELEXPO Ankara, en su sexta edición, se llevó a cabo del 16 al 19 de noviembre de 2023 en el Centro de Congresos y Ferias ATO Congressium, bajo el auspicio de numerosas entidades gubernamentales y asociaciones sectoriales como el Ministerio de Cultura y Turismo de la República de Turquía, la Gobernación de Ankara, la Municipalidad Metropolitana de Ankara, la Cámara de Comercio de Ankara, entre otros. Este evento se destacó como una vitrina crucial para evaluar y exhibir el potencial turístico de Turquía, enfocándose particularmente en el turismo cultural, el turismo termal y de salud, y el turismo de campamentos y caravanas, todos sectores en crecimiento dentro de la industria.

El evento no solo realzó la importancia de Ankara como capital y como centro neurálgico de decisiones políticas y diplomáticas, sino también como un hub central debido a sus accesos por aire con vuelos nacionales e internacionales directos, y conexiones terrestres como el tren de alta velocidad. Además, la colaboración con el Consejo de Turismo de Salud de Turquía y el apoyo del Ministerio de Comercio permitió acoger a 200 profesionales internacionales en reuniones B2B, mientras que la colaboración con la Asociación de Campamentos y Caravanas de Turquía facilitó una sección especializada donde fabricantes de caravanas y equipos mostraron sus productos, complementado con conferencias y paneles informativos para enriquecer aún más la experiencia de los visitantes.

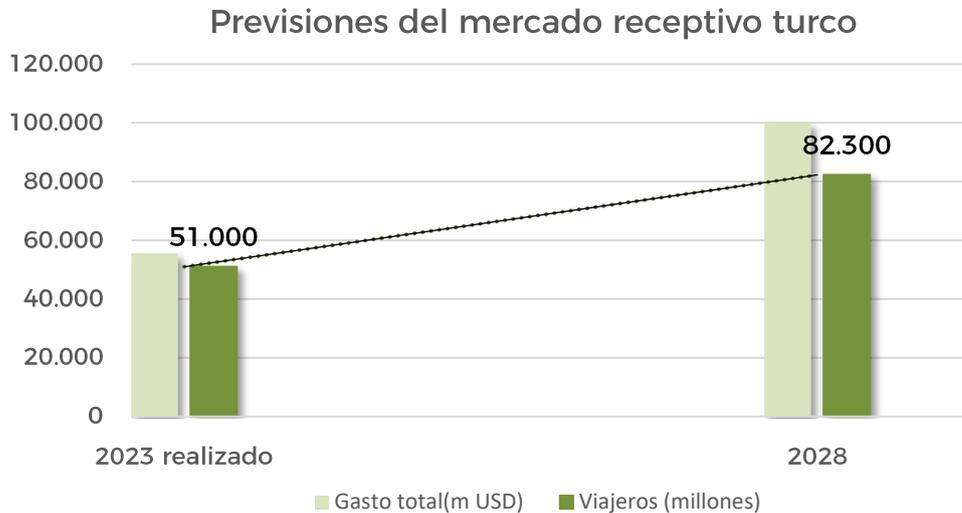
### Tendencias que se observan

Una de las tendencias más destacadas en el mercado emisor turco durante el año 2023 ha sido la influencia de los requisitos de visado en la elección de destinos internacionales. La rigurosidad de los criterios y las limitadas cuotas para obtener el visado Schengen han llevado a los turistas turcos a preferir destinos que no requieren visado. Esta preferencia se refleja en la popularidad de los tours etiquetados como 'viajes internacionales sin visado', que son ampliamente promocionados y buscados. Las agencias de viajes, alineándose con esta tendencia, han intensificado sus esfuerzos de marketing para destacar la facilidad de acceso a estos países, lo que simplifica significativamente la planificación de viajes para los turcos.

Además, el año 2023 ha mostrado una sólida recuperación en el mercado emisor turco, superando incluso los niveles de gasto y número de viajeros registrados antes de la pandemia. Este aumento se ha caracterizado por un crecimiento en el gasto promedio por persona, indicativo de una preferencia por viajes de mayor calidad y menor duración. Esta tendencia sugiere un cambio hacia experiencias de viaje más enriquecedoras y exclusivas, presentando una oportunidad significativa para los destinos y empresas turísticas que pueden ofrecer productos de alto valor añadido adaptados a estas nuevas demandas.

Finalmente, el interés creciente por destinos cercanos y accesibles ha mantenido a países como Irak, Bulgaria, Georgia y Grecia como los preferidos entre los turcos. Este fenómeno subraya la importancia de la proximidad geográfica y las conexiones culturales en las decisiones de viaje. Simultáneamente, se observa un cambio en las preferencias de alojamiento, con un aumento en la selección de hoteles sobre otras formas de hospedaje. No obstante, las estancias en casas de conocidos aún representan una parte considerable del comportamiento de alojamiento, lo que refleja la valoración de la hospitalidad y los lazos personales en la cultura turca. Estas tendencias colectivas delimitan un panorama dinámico para el mercado emisor turco, indicando áreas de potencial crecimiento y adaptación para la industria turística global.

### Turquía como Competidor: Previsiones



Fuente: TGA.gov

57

El nuevo Plan de Desarrollo de 12.º período (2024-2028) ha establecido metas ambiciosas para el sector turístico turco, reflejando un enfoque sustancial en la diversificación y desarrollo del turismo. El objetivo principal es adaptar y prolongar la temporada turística, mejorar la calidad del servicio y atraer a visitantes que realizan mayores gastos, con un enfoque en la transformación digital y ecológica del sector.

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

#### Diversificación de mercados:

En este marco, el plan destaca la importancia de captar nuevos mercados, con especial atención en América y los países del Lejano Oriente.

#### Aumentar los ingresos

Parte de la estrategia es aumentar los ingresos por turismo de 55,6 mil millones de dólares en 2023 a 100 mil millones en 2028. Se espera que el número de visitantes alcance los 82,3 millones en 2028, con un gasto promedio por viajero de 1.215 dólares y un ingreso promedio por noche de 129 dólares, aumentando así la duración promedio de las estancias a 9,4 noches.

#### Programa de Turismo Sostenible:

Se intensificarán las iniciativas para una mayor integración del sector turístico con los principios de sostenibilidad. Esto incluirá la promoción del turismo ecológico bajo el "Programa de Turismo Sostenible", mejoras en la gestión de recursos como agua y

energía, y la promoción de prácticas que minimicen los impactos ambientales negativos.

### Diversidad de productos turísticos

El desarrollo de rutas culturales y turísticas también formará parte de las estrategias para aumentar la duración y el gasto de las estancias turísticas. Este plan de desarrollo no solo busca ampliar la capacidad y calidad del turismo turco, sino también fortalecer la formación y las competencias del personal del sector, garantizando así un servicio de mayor calidad y satisfacción del turista.

### 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:

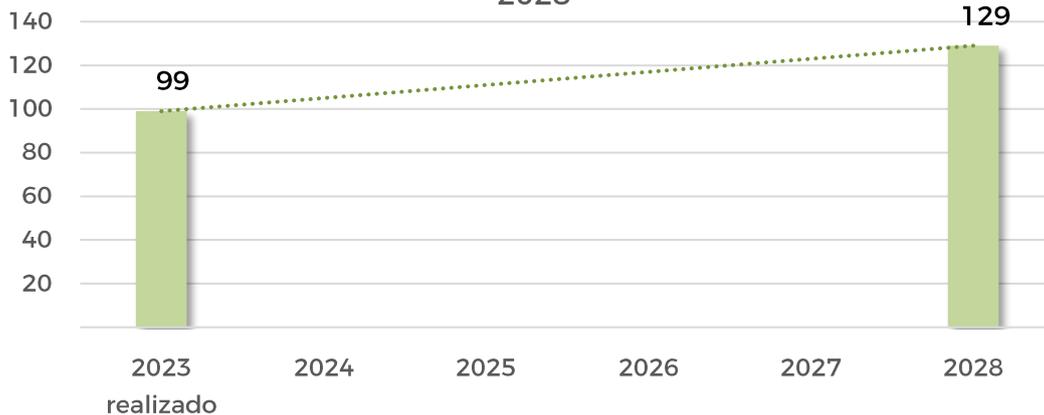
Se tiene como objetivo aumentar la capacidad de alojamiento con licencia del Ministerio de Cultura y Turismo a 2.250.000 plazas para el año 2028.

### Personal cualificado para turistas cualificados:

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

58

Previsiones del gasto medio por viajero pp (USD) 2023-2028



Fuente: TGA.gov

## ANÁLISIS DEL MERCADO EMISOR HACIA ESPAÑA

### Posicionamiento e imagen de España.

El intercambio cultural entre Turquía y España se intensifica cada día más, reflejándose en distintos ámbitos como la gastronomía, las series televisivas y el fútbol, consolidando un puente cultural que enriquece a ambos países. En la gastronomía, Ebru Baybara Demir, galardonada con el Premio Culinario Mundial Vasco en 2023, destaca por utilizar la cocina como una fuerza de integración y empoderamiento, especialmente después de los terremotos turco-sirios de 2023. Su trabajo no solo promueve la cocina turca, sino que también fomenta la integración de las comunidades de refugiados y la sostenibilidad medioambiental.

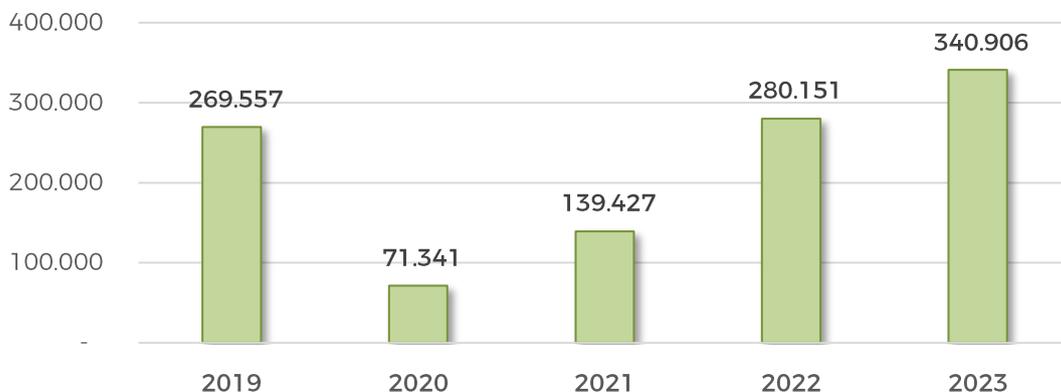
En el ámbito de las series de televisión, la popularidad de las producciones turcas en España es notable desde 2018, con títulos como *'Alba'*, seguido por *Mujer (Kadın)* y más recientemente *La Pasión Turca*, emitida por Antena 3 desde mayo de 2024. Este fenómeno no solo demuestra el gusto compartido por historias envolventes, sino también un creciente interés por las narrativas y estéticas turcas en el público español.

En el terreno deportivo, la presencia de futbolistas turcos en La Liga española como Arda Güler, quien se unió a Real Madrid en la temporada 2023-2024, ejemplifica cómo el fútbol puede ser también un vehículo de intercambio cultural. Esta interacción no solo ocurre en el campo, sino que también se extiende a las aficiones que siguen y apoyan a estos jugadores, aumentando el interés y el respeto mutuo entre ambas naciones.

Estos ejemplos concretos demuestran cómo los lazos entre Turquía y España se fortalecen y se vuelven más dinámicos con el tiempo, promoviendo un entendimiento más profundo y una admiración mutua que continúa creciendo día tras día.

59

Turistas turcos a España



Fuente: INE (Frontur)



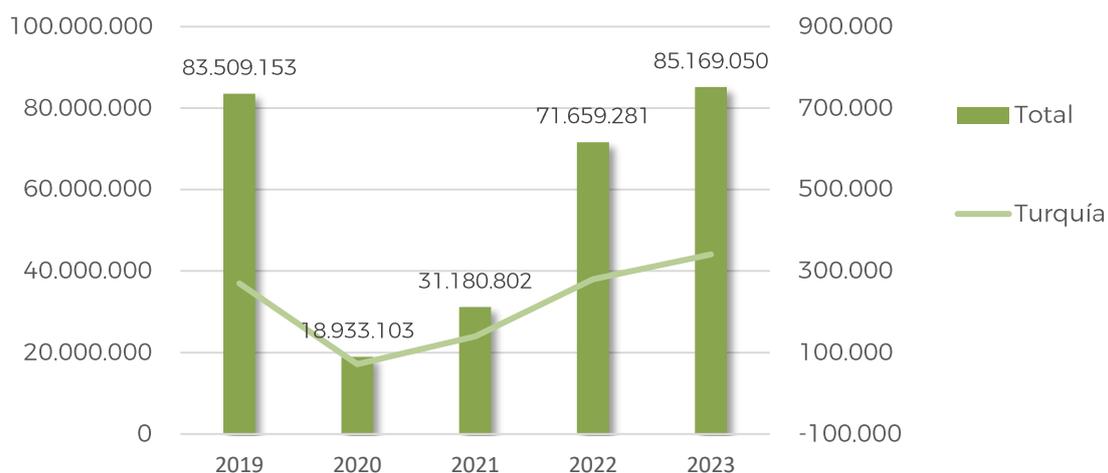
En el análisis del flujo turístico de residentes turcos hacia España durante los años 2022 y 2023, se observa un incremento significativo en el número de visitantes. Específicamente, el número de turistas turcos que viajaron a España aumentó de 280.151 en 2022 a 340.906 en 2023, lo que representa un aumento del 21,69%. Este crecimiento es notable, especialmente considerando las fluctuaciones en los patrones de viaje postpandemia y subraya un renovado interés por los destinos españoles entre los turistas de Turquía.

	Visitantes a España	Turistas residentes en Turquía	% sobre número visitantes
<b>2019</b>	<b>83.509.153</b>	<b>269.557</b>	<b>0,32%</b>
<b>2020</b>	<b>18.933.103</b>	<b>71.341</b>	<b>0,38%</b>
<b>2021</b>	<b>31.180.802</b>	<b>139.427</b>	<b>0,45%</b>
<b>2022</b>	<b>71.659.281</b>	<b>280.151</b>	<b>0,39%</b>
<b>2023</b>	<b>85.169.050</b>	<b>340.906</b>	<b>0,40%</b>

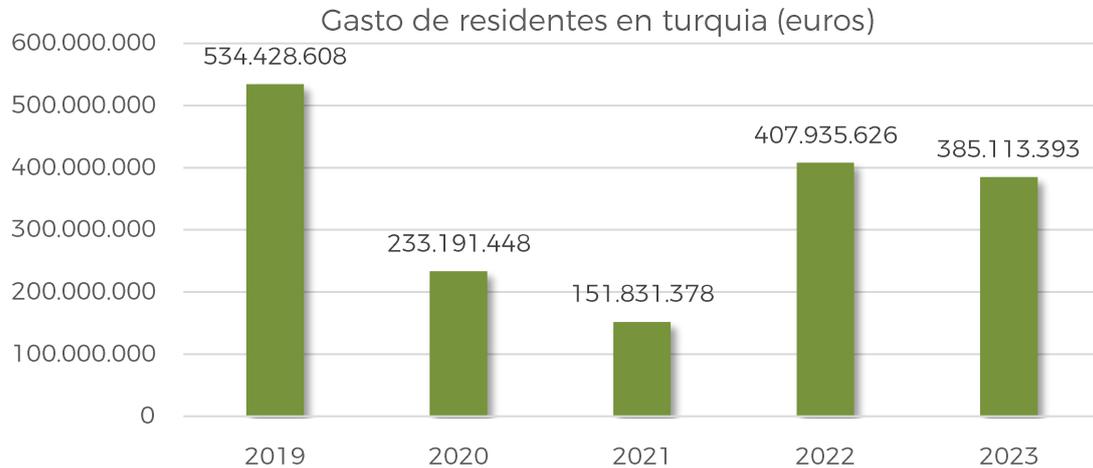
60

Además, al comparar la proporción de turistas turcos con el total de visitantes a España, se encuentra que esta proporción también ha experimentado un ligero aumento. Los turistas turcos representaron el 0,39% del total de turistas en 2022, cifra que se elevó al 0,40% en 2023. Este aumento, aunque modesto, es indicativo de la creciente relevancia del mercado turco en el contexto del turismo español. Estos datos resaltan la importancia de continuar promoviendo España como destino turístico en Turquía, aprovechando la tendencia ascendente en la afluencia de visitantes desde este país.

Visitantes a España vs turistas residentes en Turquía



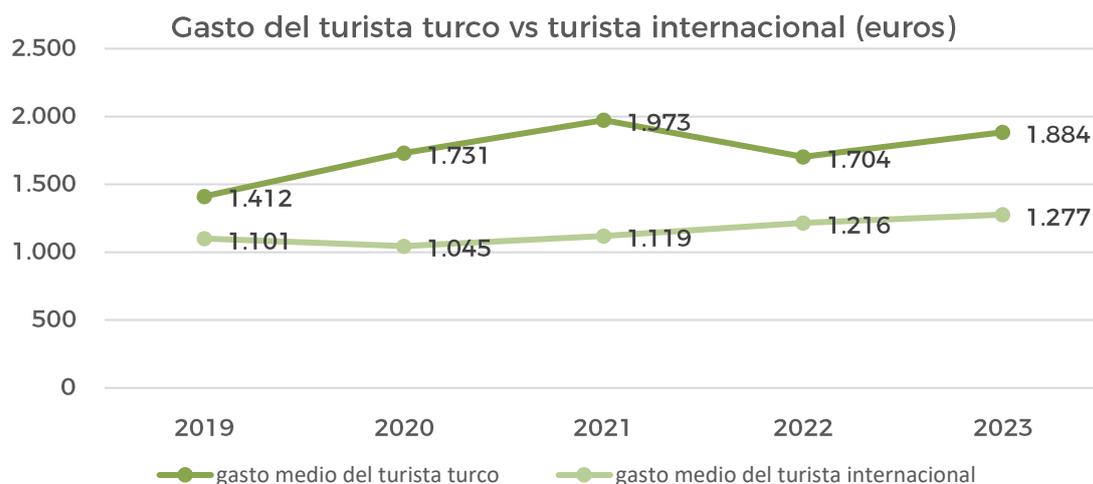
En el periodo entre 2019 y 2023, los gastos de los residentes turcos en España experimentaron fluctuaciones significativas, reflejando los impactos económicos y las variaciones en las tendencias de viaje.



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

61

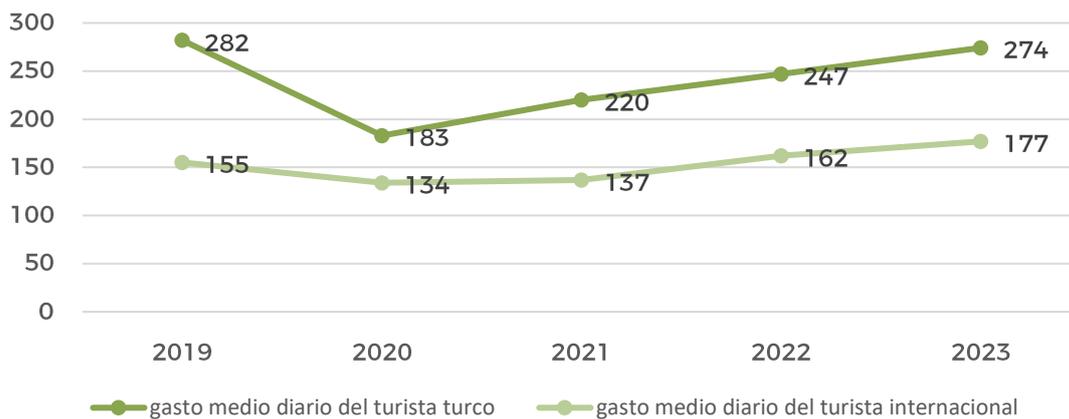
En 2019, el gasto alcanzó su punto máximo con 534.428.608 euros, una cifra que sugiere un interés robusto en destinos españoles. Sin embargo, en 2020 y 2021, los gastos disminuyeron drásticamente a 233.191.448 euros y 151.831.378 euros, respectivamente, evidenciando el fuerte impacto de la pandemia de COVID-19 en la movilidad internacional y el turismo. A partir de 2022, se observó una recuperación notable, con un gasto de 407.935.626 euros, y aunque en 2023 se redujo ligeramente a 385.113.393, estas cifras indican una tendencia hacia la recuperación y un renovado interés por parte de los turistas turcos hacia España.



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

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. Para el análisis del gasto medio de los turistas turcos en comparación con el gasto medio del turista internacional en España, se destaca un patrón de gasto considerablemente más alto por parte de los turistas turcos durante el período de 2019 a 2023. En 2023, el gasto medio del turista turco fue de 1.884 euros, comparado con 1.277 euros del gasto medio del turista internacional. Esto indica que el turista turco gastó aproximadamente un 47.6% más que el turista internacional promedio. Además, entre 2022 y 2023, el gasto medio del turista turco experimentó un aumento del 10,6%, un reflejo de la creciente capacidad y voluntad de gasto de estos visitantes.

**Gasto medio diario del turista turco vs turista internacional (euros)**

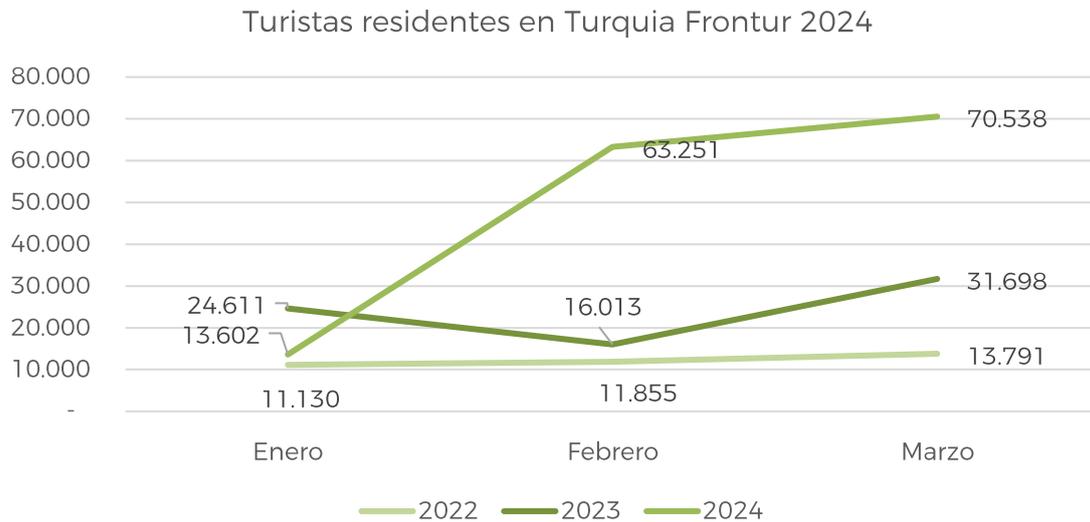


Fuente: INE (Egatur)

El análisis del gasto medio diario de los turistas turcos en comparación con el gasto medio diario de los turistas internacionales en España muestra una tendencia consistente de mayor gasto por parte de los turistas turcos a lo largo del periodo 2019-2023. En 2023, el gasto medio diario de los turistas turcos alcanzó los 274 euros, frente a los 177 euros del gasto medio diario de los turistas internacionales. Esto representa un gasto aproximadamente un 54,8% superior por parte de los turistas turcos respecto al promedio internacional.

El gasto medio diario del turista turco ha mostrado una recuperación y crecimiento sostenido desde la caída experimentada en 2020 debido a la pandemia, con un incremento notable del 10,9% de 2022 a 2023, de 247 a 274 euros. Este aumento destaca la robustez del mercado turco y su relevancia económica, dado que estos turistas no solo eligen España con frecuencia, sino que también contribuyen de manera significativa a la economía local a través de su mayor disposición a gastar. Este

comportamiento sugiere que los turistas turcos son un segmento clave para el turismo español, y destacar este hecho puede ser crucial para estrategias de marketing y desarrollo de productos turísticos específicos que atraigan aún más a este grupo demográfico.



Fuente: INE (Frontur)

La evolución de las visitas de turistas residentes en Turquía a España durante los primeros tres meses de 2024 muestra un crecimiento notable, especialmente en febrero y marzo. En enero de 2024, se registraron 13.602 visitantes, superando ligeramente las cifras de 2022. Sin embargo, en febrero y marzo, las visitas se incrementaron dramáticamente a 63.251 y 70.538 respectivamente, lo que representa un aumento significativo con respecto a los mismos meses del año anterior.

Comparando el total de los primeros tres meses de 2022, 2023 y 2024, en 2022 el total de turistas residentes en Turquía que visitaron España fue de 36.776. Este número experimentó un impresionante incremento en 2023, donde el total de visitantes ascendió a 72.322, marcando un aumento significativo y subrayando una recuperación robusta en el sector turístico tras los retos enfrentados en años anteriores.

Continuando con esta tendencia positiva, los primeros tres meses de 2024 evidenciaron un aumento aún más pronunciado, con un total de 147.391 visitantes, casi el doble del año anterior. Este auge en las visitas puede atribuirse a una combinación de factores, incluyendo mejoras en la conectividad aérea, estrategias de marketing turístico efectivas y la estabilización de la situación económica y sanitaria global.

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

Destinos españoles preferidos por los residentes turcos		
	2022	2023
<b>Cataluña</b>	133.639	150.239
<b>Andalucía</b>	68.074	79.734
<b>Comunidad de Madrid</b>	30.761	67.112
<b>Resto CCAA</b>	27.473	12.893
<b>País Vasco</b>	10.993	5.613
<b>Comunidad Valenciana</b>	9.210	25.315
<b>Todas</b>	280.151	340.906

Fuente: INE

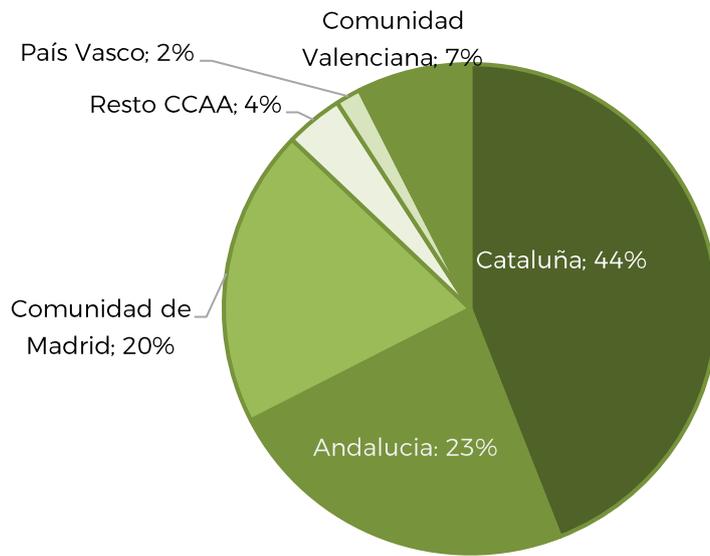
64

Como cada año, el destino preferido de los residentes turcos en España fue Barcelona, situada en Cataluña, que lideró la lista con un total de 150.239 visitantes en 2023, frente a los 133.639 del año anterior. Esto refleja un creciente interés por esta región, que continúa siendo un punto de atracción principal debido a su rica cultura, arquitectura y oferta gastronómica.

En Andalucía, también se observó un aumento significativo en el número de visitantes, pasando de 68.074 en 2022 a 79.734 en 2023, lo que destaca su popularidad creciente entre los turistas turcos, probablemente atraídos por su patrimonio histórico y sus festivales.

La Comunidad de Madrid mostró el crecimiento más notable, casi duplicando su cifra de visitantes de 30.761 en 2022 a 67.112 en 2023, lo que puede atribuirse a sus numerosos museos, actividades culturales y su dinámica vida urbana.

Sin embargo, hubo una disminución en otras comunidades autónomas. El "Resto CCAA" vio una reducción a 12.893 visitantes en 2023 desde 27.473 en 2022, y el País Vasco también experimentó una caída, de 10.993 a 5.613. Por otro lado, la Comunidad Valenciana experimentó un aumento considerable, de 9.210 visitantes en 2022 a 25.315 en 2023, posiblemente debido a sus atractivas playas y eventos locales.



Fuente: INE (Frontur)

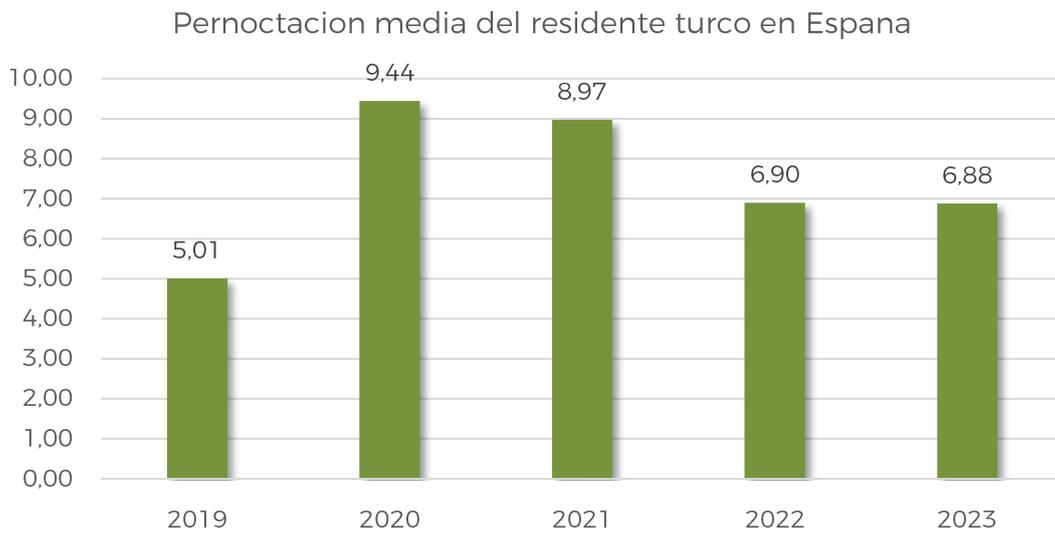
65

Analizando estos datos en porcentajes, Cataluña se destaca claramente como el destino más popular entre los turistas residentes en Turquía, representando un 44% del total de preferencias. Esta preferencia es consistente con la tendencia general, ya que Cataluña también encabeza la lista de destinos para el total de turistas internacionales, recibiendo más de 18 millones de visitas en 2023, un aumento del 21,2% respecto al año anterior.

Le siguen Andalucía y la Comunidad de Madrid, con un 23% y un 20% de las preferencias turcas respectivamente. Estas cifras son especialmente notables al compararlas con otras regiones como Baleares y Canarias, que, aunque muy populares a nivel internacional, no destacan tanto entre los turistas turcos.

Específicamente, Madrid muestra un crecimiento significativo en el interés turco, en contraste con su recepción de 7,5 millones de visitantes internacionales, lo cual evidencia un aumento interanual del 29,6% en 2023.

Este análisis subraya cómo los turistas turcos tienen tendencias distintivas en comparación con el panorama más amplio de turismo internacional hacia España.



Fuente: INE (Frontur)

66

La pernoctación media del residente turco en España ha mostrado fluctuaciones significativas a lo largo de los últimos cinco años, reflejando cambios en los patrones de viaje posiblemente influenciados por factores externos como la situación económica y sanitaria global. En 2019, la duración promedio de estancia fue de 5,01 días, lo cual experimentó un notable aumento en 2020 a 9,44 días, posiblemente debido a restricciones de viaje que obligaron a estancias más prolongadas. Sin embargo, aunque la cifra disminuyó ligeramente en 2021 a 8,97 días, aún se mantenía considerablemente más alta que en el año prepandemia, indicando un cambio en las preferencias de viaje durante y después del impacto inicial de la COVID-19.

Para 2022, la pernoctación promedio se redujo a 6,90 días y continuó disminuyendo marginalmente en 2023 a 6,88 días.

Estos cambios sugieren una estabilización gradual hacia patrones de viaje más regulares a medida que las condiciones globales se normalizan, pero aún reflejan una disposición de los turistas turcos a pasar períodos de tiempo más extendidos en España en comparación con las cifras prepandémicas.

### Capacidades aéreas.

En 2023, Turkish Airlines incrementó su oferta de vuelos semanales a Bilbao, añadiendo 3 vuelos adicionales, lo que elevó el total a 10 vuelos semanales desde Estambul. No se reportaron cambios en las frecuencias de vuelo de Turkish Airlines a otros destinos españoles ni modificaciones en los servicios de Pegasus Airlines comparado con el año 2022.

En total, considerando ambos operadores, se realizan ahora 108 vuelos semanales entre Estambul y los aeropuertos españoles. Esta conectividad aérea reforzada en 2023 especialmente hacia Bilbao subraya la importancia de España como destino clave para los viajeros turcos y viceversa, facilitando aún más el turismo y las oportunidades de negocio entre ambos países.

Vuelos Semanales entre Estambul y Aeropuertos Españoles		
	TURKISH AIRLINES	PEGASUS
Malaga	14	
Barcelona	25	10
Bilbao	7	
Madrid	24	11
Valencia	14	
	84	21
<b>TOTAL</b>		<b>105</b>

Fuente: Turkish Airlines

67

### Visados Schengen.

El visado Schengen se expide a los nacionales de terceros Estados. Este visado permite estancias en el área Schengen de hasta 90 días (en cualquier período de 180 días) por razones de turismo, negocios, visita familiar, tratamiento médico, para realizar estudios, prácticas no laborales o actividades de voluntariado de duración no superior a 90 días, o para otras actividades que no tengan carácter lucrativo. También permite el tránsito territorial y aeroportuario.

El área Schengen abarca 27 países europeos sin controles fronterizos entre ellos: Alemania, Austria, Bélgica, Croacia, República Checa, Dinamarca, Eslovenia, Eslovaquia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Islandia, Italia, Letonia, Liechtenstein, Lituania, Luxemburgo, Malta, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal, Suecia y Suiza.

El visado Schengen permite viajar a cualquiera de los Estados Schengen y transitar por su territorio, pero no implica un derecho automático de entrada en el área Schengen. Las autoridades de frontera pueden denegar la entrada si no se aportan pruebas del motivo y las condiciones del viaje o si no se cumplen el resto de las condiciones de entrada



Visados Schengen consulados de Estambul (2023)

ESTADO SCHENGEN	Solicitudes Uniform visas	Uniform visas rechazadas	Porcentaje de rechazo
Austria	17.505	3.103	17,7%
Belgium	7.212	1.982	27,5%
Croatia	2.083	462	22,4%
Czech Republic	11.179	2.631	23,5%
France	96.650	11.227	11,8%
Germany	139.661	29.954	21,5%
Greece	152.778	27.559	18,1%
Hungary	24.670	3.050	12,4%
Italy	89.750	7.595	8,5%
Malta	3.716	735	20,2%
Netherlands	60.388	9.002	15,1%
Poland	4.156	501	12,0%
Slovakia	1.710	97	5,7%
<b>Spain</b>	<b>25.083</b>	<b>948</b>	<b>3,9%</b>
Sweden	15.268	3.427	22,4%
Switzerland	19.127	3.663	19,2%

Fuente: UE (<https://home-affairs.ec.europa.eu/>)

Según la memoria de la Actividad consular del Ministerio de Asuntos exteriores y Cooperación, en 2023, las Oficinas Consulares tramitaron 1.609.047 visados. Esto supone un 19,6% más que en 2022 (cuando tramitaron 1.345.588 visados) y más de tres veces más que con respecto a 2020 (480.049 visados), el primer año marcado por las restricciones de viaje relacionadas con la epidemia mundial de Covid-19. Estas cifras confirman la tendencia al alza y la progresiva recuperación de las cifras pre-pandemia. Alrededor del 85 por ciento de los visados que se expiden son de corta duración. Hay serias expectativas de crecimiento de visados de corta duración en países como China, Marruecos, Argelia o India.

La memoria del 2023 de nuestro ministerio no hace un desglose por consulados en Turquía, por lo que hay que acudir a los datos facilitados por la comisión de la Unión europea que informan de un total de 34.278 solicitudes de visado Schengen en los consulados españoles (9.125 en el Consulado de Ankara y 25.083 en el de Estambul). De las cifras publicadas destaca el extraordinario esfuerzo del consulado General de España en Estambul que únicamente rechazó un 3,9% de las solicitudes, el porcentaje más bajo de todos los consulados de la circunscripción.

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. En el caso de España en Turquía solo el 24,5% de las solicitudes de visado son para visados de entrada múltiple una de las posibles soluciones al cuello de botella en nuestra capacidad para emitir visados a ciudadanos turcos sería buscar un aumento de la proporción de visados de entrada múltiple expedidos con un periodo de validez de más de 2 años

En Turquía este dato se refleja en la siguiente tabla:

Número de visados expedidos por país de nacionalidad.			
Año	Total	Turquía	Corta duración
2022	1.345.588	26.823	25.132
2023	1.609.047	29.652	28.176
Variación interanual	19,6%	10,5%	12,1%

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. Los consulados indican a BLS el número de solicitudes diarias que están en condiciones de tramitar, la empresa abre, con esta limitación, las citas para la entrevista y entrega de la documentación. Una de las quejas más comunes es la falta de citas, para estas entrevistas y, se cree, que es posible la existencia de un mercado secundario para poder siquiera formular la solicitud.

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 CARNÉ 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 comprobar si hay alguna fórmula para replicar la experiencia de Grecia que ha incrementado el número de turistas de Turquía de los 87.000 en 2021 a más de 890.000 en 2023. Parece que las autoridades de la República Helénica han podido expedir visados específicos para visitar determinadas islas griegas, con una regulación/control más laxo que los visados Schengen.

## CONCLUSIONES Y VALORACIÓN

### Tendencias que se observan en los viajes hacia España.

En la última década, la tendencia entre los turistas turcos hacia España ha evolucionado significativamente, reflejando un interés creciente por experiencias que combinan cultura, negocios, gastronomía, deporte y educación. Al analizar las preferencias de estos turistas, es posible identificar patrones claros que no solo indican sus intereses sino también su contribución al dinamismo del sector turístico español.

**Turismo Cultural:** La principal atracción para los turistas turcos en España es el turismo cultural. Este tipo de turismo ocupa un lugar preeminente debido a la rica historia, arte y patrimonio cultural de España. Lugares como Barcelona, Madrid, y Granada atraen a miles de turistas turcos cada año, quienes buscan explorar desde monumentos históricos y museos hasta barrios emblemáticos y sitios de patrimonio mundial. Este interés se ve impulsado por una afinidad por las historias y las expresiones culturales que España ofrece abundantemente.

73

**Turismo MICE** (Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions) El viaje con componente MICE es popular entre los turcos que viajan a España. Las principales ciudades como Madrid y Barcelona son centros de negocios y congresos de renombre internacional que atraen a profesionales turcos que participan en eventos, exposiciones y convenciones. Este tipo de turismo no solo enriquece las relaciones empresariales, sino que también fomenta la colaboración entre España y Turquía en varios sectores industriales.

**Turismo Gastronómico:** La influencia de críticos gastronómicos turcos, como Vedat Milor, ha puesto de relieve la gastronomía española en Turquía, haciendo que el turismo gastronómico ocupe un lugar popular entre turismo temático. Los turistas turcos están particularmente interesados en la experiencia culinaria española, explorando desde tapas hasta platos de alta cocina en diferentes regiones, con especial interés en las rutas del vino y los festivales gastronómicos que ofrecen una inmersión profunda en la cultura alimentaria local.

**Turismo Deportivo:** Además, el turismo deportivo es una tendencia creciente, especialmente entre los jóvenes turcos que participan en campamentos y torneos de verano en España. El fútbol, siendo uno de los deportes más seguidos en Turquía, motiva a muchos a visitar estadios legendarios y participar en eventos deportivos, lo que convierte a España en un destino atractivo para los entusiastas del deporte.

**Turismo Educativo:** Finalmente, el turismo educativo ha ganado popularidad, especialmente entre aquellos interesados en aprender español. Con el español siendo una lengua cada vez más popular en Turquía, muchos estudiantes y adultos optan por



cursos de verano o programas de intercambio en universidades y escuelas de idiomas españolas, buscando mejorar sus habilidades lingüísticas y experimentar la cultura local de manera directa.

Estas tendencias no solo destacan la diversidad de intereses entre los turistas turcos, sino que también subrayan la importancia de España como un destino turístico multifacético que ofrece numerosas oportunidades para explorar, aprender y disfrutar. Al integrar estos aspectos en su estrategia de marketing y desarrollo de productos, el sector turístico español puede continuar atrayendo y satisfaciendo las necesidades variadas de los visitantes turcos.

### Perfil

Los turistas turcos que visitan España por motivos de ocio pueden clasificarse en dos grupos distintos, cada uno con preferencias y necesidades específicas en cuanto a sus experiencias de viaje.

El primer grupo, compuesto por aquellos que viajan al extranjero por primera o segunda vez y no dominan un idioma extranjero, muestra una inclinación significativa hacia el turismo cultural y el turismo MICE (Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions). La barrera lingüística y la falta de experiencia en viajes internacionales los llevan a preferir paquetes turísticos que facilitan la obtención de visados y proporcionan asistencia y orientación durante su estancia. Estos paquetes, que ofrecen una estructura y seguridad, son ideales para aquellos que desean explorar la rica cultura e historia españolas, así como participar en eventos y convenciones de negocios sin la preocupación de organizar cada detalle por sí mismos.

Por otro lado, el segundo grupo, compuesto por viajeros turcos más experimentados que han visitado varios países europeos, tienden a organizar sus viajes de forma independiente. Este perfil aprovecha la facilidad de obtener visados, como el Schengen de múltiples entradas, para explorar de manera más flexible y personalizada. Prefieren el turismo gastronómico, deportivo y educativo, lo que les permite sumergirse en experiencias culinarias locales, participar en eventos deportivos y campamentos de verano, y mejorar sus habilidades lingüísticas a través de programas educativos en español. Este enfoque de viaje permite a los turistas turcos más experimentados disfrutar de una mayor libertad y adaptar sus itinerarios a sus intereses específicos, explorando España de una manera que satisface su curiosidad y deseos de aprendizaje y aventura.

Aunque el número de turistas turcos en España ha crecido, su proporción respecto al total de visitantes internacionales sigue siendo relativamente modesta, alrededor del 0.4%. No obstante, estos turistas se distinguen por un nivel de gasto significativamente superior al promedio. El turista turco destina, en promedio, 274 euros diarios a sus gastos en España, cifra considerablemente mayor que los 177 euros del gasto medio

diario de otros turistas internacionales. Este mayor gasto refleja no solo una capacidad económica elevada, sino también una disposición a invertir en la calidad de su experiencia turística. Después de superar los requisitos de visado, muchos turistas turcos buscan aprovechar al máximo su estancia, optando por productos y servicios turísticos de alto nivel en España.

La visibilidad creciente de España en los medios de comunicación turcos ha jugado un papel crucial en incrementar el conocimiento sobre la variada oferta turística del país, lo que a su vez ha reforzado su atractivo entre los turistas turcos. La vía aérea continúa siendo el medio de transporte predilecto para estos turistas, siendo Barcelona y, en general, Cataluña, los destinos más frecuentados. Esta tendencia se alinea con el perfil del turista turco que busca escapadas urbanas cortas, aunque la duración promedio de las estancias en España es de 6.88 días. Las tendencias de turismo de Turquía hacia España han demostrado ser particularmente dinámicas, mostrando un interés creciente por experiencias que abarcan desde la cultura y la gastronomía hasta el deporte y la educación. Este desarrollo señala una evolución en los hábitos de viaje, con una búsqueda de experiencias más ricas y personalizadas. Regiones como Cataluña, Andalucía y Madrid se destacan por su popularidad, con aumentos significativos en las llegadas, subrayando el continuo encanto de España como un centro cultural y turístico vital para los viajeros turcos.

Uno de los principales obstáculos para los turistas turcos es la **obtención de visados**, un proceso que puede ser especialmente complejo para los viajeros independientes. Aunque las agencias de viajes facilitan este proceso para sus clientes, incluso estas se enfrentan a desafíos crecientes debido a las rigurosas políticas de visado. Además, la competencia con otros destinos que no requieren visado sigue siendo una barrera significativa. El número de turistas turcos en España ha crecido de 280.151 a 340.906 en un año, lo que aumenta la presión sobre los departamentos de visados que a menudo encuentran dificultades para escalar sus capacidades de manera eficiente y rápida. Este incremento subraya la necesidad de que el sector turístico español considere estrategias para agilizar la entrada de turistas turcos, potencialmente imitando las capacidades más flexibles de otros países que han logrado atraer un mayor número de visitantes de Turquía.

### Tendencias y productos

A pesar de la certidumbre sobre la limitación que impone la necesidad de visado para el viaje a España de los residentes en Turquía, se considera que hay que ir sentando las bases y el conocimiento, siquiera en el entorno profesional y de los operadores turísticos.

En el último año, Turespaña ha continuado sus esfuerzos para posicionar a España como un destino turístico destacado para los visitantes turcos. A pesar de los esfuerzos, los resultados aún no han alcanzado las expectativas en términos de aumentar el conocimiento sobre la diversidad y riqueza de los productos turísticos españoles. Es crucial mantener y ampliar las actividades promocionales de manera estratégica y continua para mejorar su efectividad a largo plazo.

76

En los últimos años, al menos desde 2016, España no ha estado presente en ferias turísticas como EMITT y, solo en el año 2024, se realizó una visita de inspección a la misma. Si los recursos humanos y materiales lo permiten sería interesante explorar la posibilidad de realizar presentaciones específicas sobre España en esta feria, o en el marco de la asociación de agentes de Viajes Türsab lo que podría mejorar significativamente la visibilidad e impacto de la oferta española.

La promoción digital, especialmente en redes sociales como Instagram, sigue siendo un área pendiente de desarrollo. Es esencial implementar una estrategia digital más agresiva y coordinada para captar efectivamente la atención del público turco joven y conectado digitalmente.

Mientras Turquía sigue enfrentando desafíos económicos, su dinamismo en ciertos sectores sugiere un potencial creciente de turistas hacia España. A pesar de que la capacidad de gasto sigue siendo una limitación para una parte significativa de la población, existe un segmento – estimado en unos 15 millones de turcos- con suficientes recursos para viajar al extranjero y con interés objetivo en los productos turísticos de los destinos españoles por lo que deberá ser un mercado objetivo para alguna campaña aceptada la limitación impuesta por nuestra capacidad de concesión de visados.

Finalmente, España debe trabajar en mejorar el proceso para la obtención de visados con, si fuera posible, más personal dedicado a esta tarea en el Consulado General de España en Estambul. También se debería hacer más transparente el procedimiento para la obtención de una cita en la empresa colaboradora BLS. Otro de los asuntos que se deberá abordar es el de las conexiones aéreas directas son áreas que están exclusivamente en manos de operadores locales que – además- están más interesados por el incremento de frecuencias a los destinos principales MAD y BCN que en ampliar el número de destinos españoles, este es un asunto importante que requeriría una planificación adecuada y una atención inmediata. Optimizar estos aspectos podría facilitar significativamente el incremento de turistas turcos hacia España, permitiendo que nuestro país se destaque no solo por su seguridad y calidad turística, sino también como un destino accesible y acogedor.



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA  
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO

TURESPAÑA

