

# INFORME BÁSICO DEL MERCADO TURÍSTICO EMISOR



## TURQUÍA 2025 Informe Básico del Mercado

**Instituto de Turismo de España (Turespaña)**

[www.tourspain.es](http://www.tourspain.es)



### TABLA DE CONTENIDO

Análisis del mercado turístico en su conjunto	5
Análisis del mercado emisor hacia España	47
Conclusiones y valoración de la situación	60

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 receptivo, doméstico y emisor, el informe analiza el balance turístico en Turquía durante el año 2024, ofreciendo previsiones y conclusiones destinadas a mejorar el flujo de turistas hacia España.

En este contexto, al momento de redactar este informe, la industria turística afronta la temporada de verano de 2025 marcada por un entorno internacional complejo pero cada vez más asimilado como “la nueva normalidad”. La guerra entre Rusia y Ucrania, así como el conflicto en curso entre Israel y Gaza, continúan influyendo en el panorama global; sin embargo, ambos han empezado a percibirse como situaciones estables dentro de un escenario geopolítico prolongado. En Turquía, 2024 ha sido un año caracterizado por un fuerte dinamismo político interno y por la consolidación de la recuperación económica y turística tras el devastador terremoto de febrero de 2023. La industria turística ha mostrado signos claros de resiliencia y se encuentra cerca de alcanzar plenamente los niveles previos a la catástrofe.

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:

4

- 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

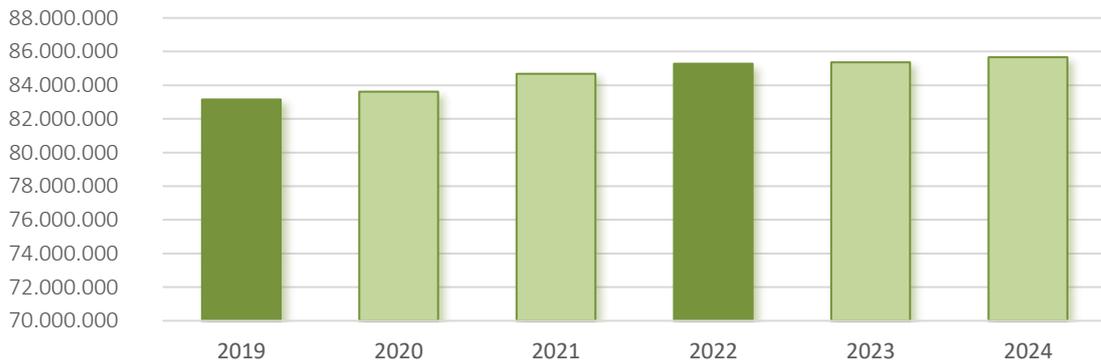
	<p>Población:</p> <p>85,66 mm (+0,34 vs 2023).</p> <p>Media de edad: 34,4 años (34 años 2023).</p>		<p>Entorno político:</p> <p>Turquía mantiene estabilidad institucional y una política económica ortodoxa pese a la tensión política y la polarización interna.</p>
	<p>Acceso Internet:</p> <p>95,5 % de las hogares tienen acceso a internet</p> <p>Usuarios de Whatsapp: 91,2 % de la población</p>		<p>Relaciones Internacionales:</p> <p>Turquía mantiene una política exterior activa, reforzando su influencia en Oriente Medio, el Cáucaso y consolidando alianzas estratégicas con Europa y Asia.</p>
	<p>Entorno económico:</p> <p>PIB: + 3,2% en 2024.</p> <p>PIB per cápita: 15.463 USD.</p> <p>Depreciación TRY vs USD: 17% en 2024.</p> <p>Inflación: 44% en diciembre 2024.</p>		<p>Relaciones U.E:</p> <p>País candidato desde 1999.</p> <p>Las relaciones con la Unión Europea siguen marcadas por la cooperación técnica y migratoria, aunque las negociaciones de adhesión permanecen estancadas.</p>
	<p>Entorno social:</p> <p>La presión económica persistente, afectando el poder adquisitivo y alentando la emigración juvenil.</p>		<p>Relaciones con España:</p> <p>Las relaciones bilaterales entre Turquía y España se mantienen sólidas, con un enfoque creciente en la cooperación económica, cultural y turística.</p>

Fuente: TÜİK y elaboración propia

### Población

Según los datos más recientes publicados por el Instituto Nacional de Estadística de Turquía (TÜİK), la población total del país alcanzó los 85.664.944 habitantes en 2024, con un incremento moderado del 0,34% respecto al año anterior. Esta evolución refleja una ralentización del crecimiento poblacional, alineada con la tendencia descendente de los últimos años. La distribución por género se mantiene equilibrada: 42.853.110 hombres (50,02%) y 42.811.834 mujeres (49,98%).

Evolution de la población turca

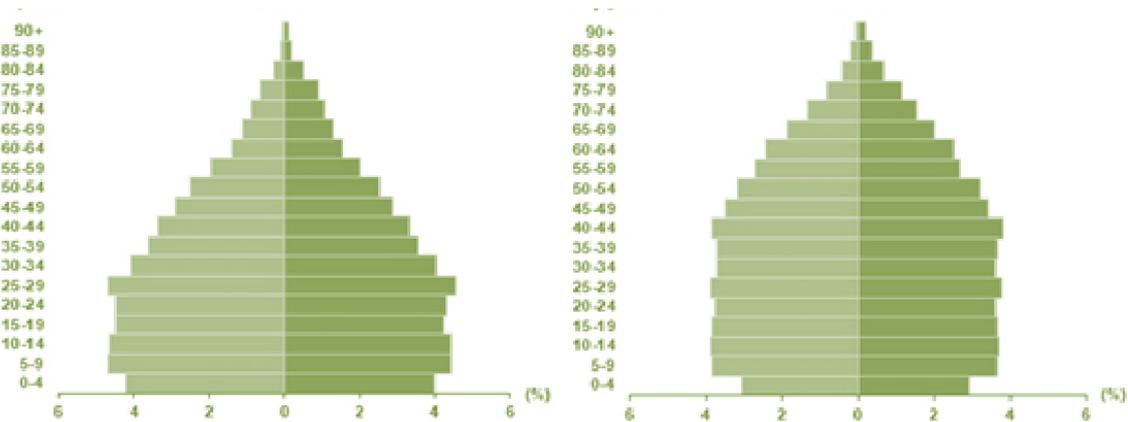


Fuente: TUIK y elaboración propia

6

El envejecimiento demográfico sigue acentuándose. La población mayor de 65 años alcanzó 9.112.298 personas (+4,5% anual), mientras que la edad media aumentó a 34,4 años en 2024 (33,1 en 2021). La población infantil (0-14 años) disminuyó un 2,1%, situándose en 17.926.565 personas, mientras que la población en edad laboral (15-64 años) creció ligeramente hasta 58.626.081, consolidando su predominio demográfico.

Pirámide De Población De Turquía 2007 Y 2024



Fuente: TUIK

Estambul, que concentra el 18,3% de la población nacional, registró 15.701.602 habitantes en 2024 (15.655.924 en 2023). Ankara alcanzó 5.864.049 habitantes; Izmir, 4.493.242; Antalya, 2.722.103; Kocaeli, 2.130.006; y Muğla, 1.081.867. Entre 2019 y 2024, la población de



Estambul creció un 1,17% y la de Ankara un 3,99%, esta última por encima de la media nacional.

La comparación entre las pirámides poblacionales de 2007 y 2024 confirma la transformación demográfica del país, caracterizada por la reducción de la fecundidad y el aumento de la esperanza de vida. La edad mediana, que llegó a 34,4 años en 2024, refleja claramente esta tendencia. Entre los hombres subió a 33,7 años y entre las mujeres a 35,2 años, destacando el envejecimiento más pronunciado de la población femenina.

En cuanto a la población extranjera residente, según el ADNKS, se registró una reducción de 89.996 personas en 2024, situándose en 1.480.547 (aproximadamente el 1,73% de la población total). Esta caída se debe principalmente a la disminución del número de ciudadanos sirios, que pasaron de 1.823.836 en 2023 a 1.480.547 en 2024, junto con factores como cambios en las políticas migratorias, la situación regional y los retornos voluntarios<sup>1</sup>

### Conclusiones generales sobre las cifras de población

#### Crecimiento poblacional general

7

Según los datos del Instituto de Estadística de Turquía (TÜİK), la población residente en el país alcanzó los 85.664.944 habitantes al 31 de diciembre de 2024, lo que representa un aumento de 292.567 personas respecto al año anterior. Sin embargo, la tasa de crecimiento poblacional continúa su tendencia descendente, reflejando cambios estructurales en la dinámica demográfica del país.<sup>2</sup>

#### Descenso de la fecundidad y envejecimiento de la población

Uno de los factores más influyentes en esta transformación es la disminución de la tasa de fecundidad. En 2023, la tasa global de fecundidad se situó en 1,51 hijos por mujer, por debajo del nivel de reemplazo generacional (2,1). Esta disminución ha contribuido al envejecimiento progresivo de la población, que se refleja en el número de personas mayores de 65 años, el cual alcanzó 9.112.298 en 2024, representando el 10,6% de la población total.<sup>3</sup>

#### Migración interna y dinámica regional

La migración interna continúa siendo un factor determinante en la redistribución poblacional. En 2023, 3.450.953 personas cambiaron de provincia, influenciadas por motivos laborales, educativos y sociales. Estas migraciones tienden a concentrarse en las grandes áreas metropolitanas del oeste de Turquía, mientras que algunas regiones del este y del interior pierden población activamente.

#### Juventud y empleo

Respecto a la población joven, la tasa de desempleo entre los 15 y 24 años fue del 16,3% en 2024, con una mejora de 1,1 puntos porcentuales frente al año anterior. Esta evolución positiva indica una mayor inclusión juvenil en el mercado laboral, si bien persisten retos importantes en términos de formación, calidad del empleo y oportunidades en regiones menos desarrolladas.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2024-53783>

<sup>2</sup> <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2024-53783>

<sup>3</sup> <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Dogum-Istatistikleri-2023-53708>

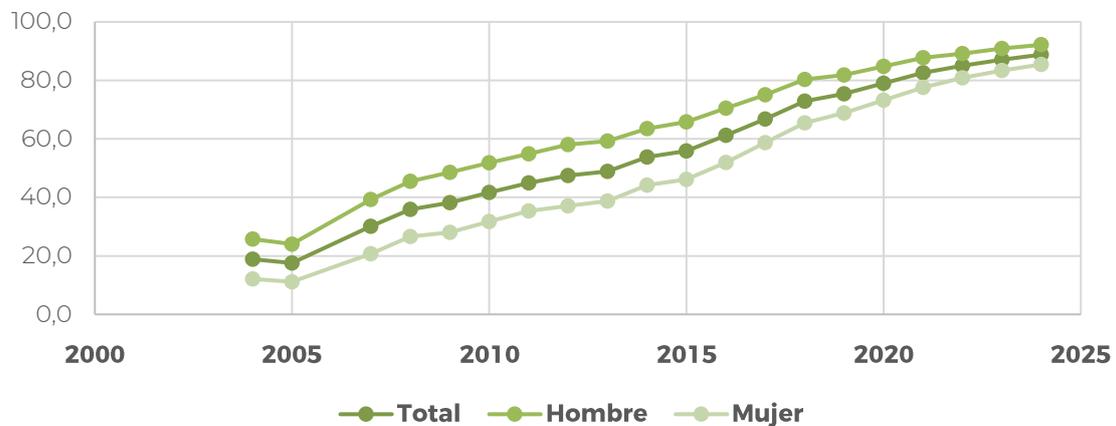
<sup>4</sup> <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-2024-54059>

### Acceso a internet

Según los resultados de la Encuesta sobre el Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares realizada por TÜİK, el acceso a Internet continúa expandiéndose en Turquía. En 2024, el 95,5% de los hogares declaró tener acceso a Internet, lo que representa un aumento de 1,4 puntos porcentuales respecto a 2023<sup>1</sup>.

El uso individual de Internet también mostró una tendencia ascendente. En el grupo etario de 16 a 74 años, la tasa de uso pasó del 87,1% en 2023 al 88,8% en 2024. Sin embargo, persiste una brecha de género: en 2024, el 92,2% de los hombres usó Internet frente al 85,4% de las mujeres (TÜİK – Mujeres en estadísticas 2024).

Evolución del uso de Internet en Turquía por sexo (2000–2024)



Fuente: TÜİK y elaboración propia

Según el informe “Digital 2024: Turkey” elaborado por DataReportal, Turquía registró 57,5 millones de usuarios activos en redes sociales, representando el 66,8% de la población, aunque este número refleja identidades más que individuos únicos. De hecho, el 77,3% de todos los usuarios de internet en Turquía accedían a al menos una red social regularmente. En términos de género, el 52,9% de los usuarios de redes sociales eran hombres y el 47,1% mujeres.

Las plataformas más populares entre los internautas turcos son YouTube, Instagram y WhatsApp. Herramientas de planificación publicitaria de Meta indicaron que Facebook tenía 34,35 millones de usuarios en el país, mientras que Instagram superaba esta cifra con un alcance potencial aún mayor. TikTok y Telegram también mostraron cifras de uso significativas, reflejando una diversificación continua en las preferencias digitales. A nivel de conectividad, la velocidad media de internet móvil era de 33,96 Mbps, mientras que la conexión fija alcanzaba una velocidad media de 41,49 Mbps, con incrementos del 6,4% y 30,1% respectivamente en comparación con el año anterior.

Además, el número de conexiones móviles activas alcanzó los 80,69 millones, equivalente al 93,8% de la población total, lo que indica una alta penetración tecnológica y disponibilidad de dispositivos conectados. Estos datos reflejan una digitalización

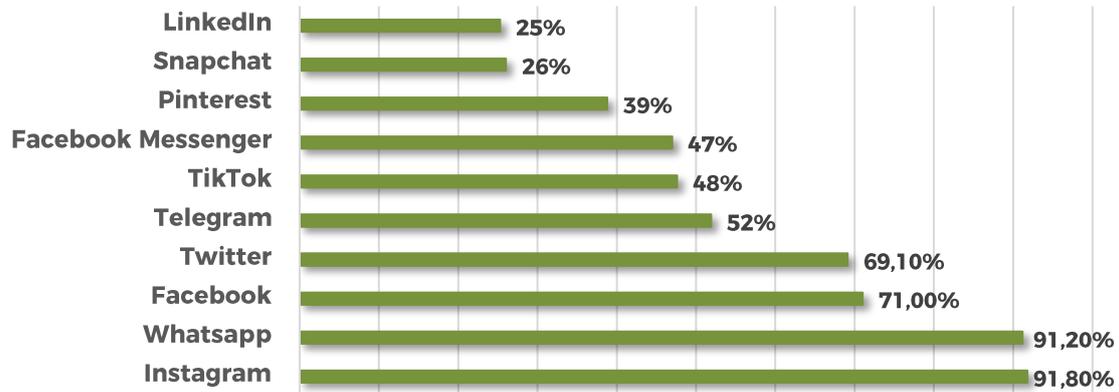
<sup>1</sup> <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-%28BT%29-Kullanim-Arastirmasi-2024-53492>

# INFORME BÁSICO DEL MERCADO

## TURQUÍA 2025

creciente de la sociedad turca, donde el acceso y la actividad en línea continúan expandiéndose tanto en entornos urbanos como rurales.<sup>1</sup>

Porcentaje de usuarios de Internet que utilizan cada plataforma cada mes en 2024

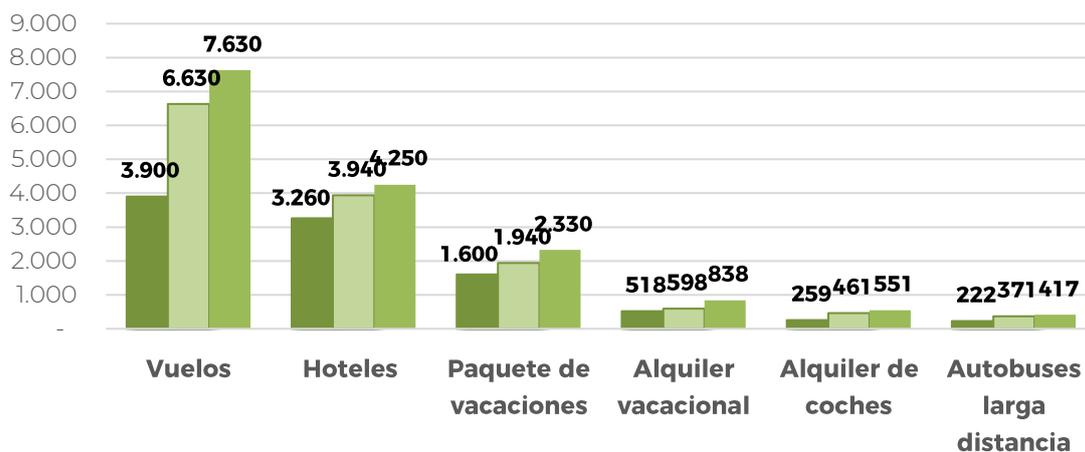


Fuente: Datareportal- Digital 2024”

9

El gráfico muestra el porcentaje de usuarios de Internet en Turquía que utilizan cada plataforma digital mensualmente en 2024. Instagram y WhatsApp destacan como las más populares, con tasas de uso del 91,8% y 91,2% respectivamente, seguidas por Facebook (71%) y Twitter (69,1%). Plataformas emergentes como Telegram (52%) y TikTok (48%) también muestran una fuerte presencia, mientras que Pinterest, Facebook Messenger, Snapchat y LinkedIn presentan niveles de uso más moderados, entre el 25% y el 47%. Estos datos reflejan una alta penetración de redes sociales en la vida digital cotidiana de los internautas turcos.

Gasto anual on-line viajes y turismo 2022-2023-2024 (millones de USA \$)



Fuente: Informe Kepios Report 2024

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



Entre 2022 y 2024, el gasto online de los consumidores turcos en productos y servicios relacionados con los viajes y el turismo creció de forma notable, pasando de 11.781 millones de USD a 18.040 millones, lo que supone un incremento del 53% en tan solo dos años. Esta evolución está en línea con los datos del informe *Digital 2024: Turkey* de Kepios, que confirma una creciente penetración de internet (86,5%) y una alta adopción de plataformas digitales para la compra de servicios turísticos. El crecimiento confirma que la digitalización del turismo en Turquía es ya una realidad consolidada y que los consumidores confían cada vez más en los canales online para organizar sus viajes.

El gasto en vuelos destaca como la categoría de mayor volumen, con un aumento del 95,6% entre 2022 y 2024 (de 3.900 a 7.630 millones de USD), confirmando el fuerte regreso de los viajes internacionales y la reactivación del turismo emisor. También se observan crecimientos relevantes en los paquetes de vacaciones (+45,6%) y el alquiler vacacional (+61,8%), lo que sugiere un interés por experiencias más organizadas o flexibles. Llama especialmente la atención el crecimiento del 112% en el alquiler de coches, aunque partiendo de una base más baja, lo que indica una preferencia creciente por la movilidad independiente. En contraste, los autobuses de larga distancia crecieron solo un 87% en el mismo periodo, manteniéndose como una opción más estable. Esta diversificación del gasto revela un turista turco más conectado, informado y con mayor poder adquisitivo digital.

10

### Entorno económico.

#### Puntos clave

En 2024, el Producto Interno Bruto (PIB) a precios corrientes alcanzó los 1,32 billones de dólares estadounidenses, consolidando el hito de haber superado el billón por segundo año consecutivo. Esta cifra representa un aumento del 17% con respecto a 2023, reflejando tanto el crecimiento económico real como el impacto favorable del tipo de cambio.

El ingreso nacional bruto per cápita también alcanzó su nivel más alto en la historia de Turquía, situándose en 15.463 dólares. Esta mejora notable supera ampliamente tanto las cifras alcanzadas en 2023 (13.243 USD) como las previsiones anteriores, destacando el avance sostenido en los indicadores de bienestar económico.

	PIB (B USD)	PIB Per Cápita USD	Aumento porcentual anual
2017	859	10.696	-2%
2018	798	9.799	-8%
2019	760	9.208	-6%
2020	717	8.600	-7%
2021	808	9.601	12%
2022	906	10.659	11%
2023	1.130	13.243	24%
2024	1.322	15.463	17%

Fuente: TÜİK<sup>1</sup>

<sup>1</sup> <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Donemsel-Gayrisafi-Yurt-Ici-Hasila-IV.-Ceyrek:-Ekim-Aralik,-2024-54163>



Tras una década de estancamiento, en la que el ingreso per cápita osciló entre los 9.000 y 11.000 dólares, el salto de los últimos tres años marca un cambio estructural de tendencia. En 2022 fue de 10.659 USD, en 2023 subió a 13.243 USD, y en 2024 alcanzó un nuevo récord con 15.463 USD.



11

Según el Instituto de Estadística de Turquía (TÜİK), la inflación anual de la lira turca fue del 44,38% en 2024<sup>1</sup>. Por otro lado, el Grupo de Investigación Independiente sobre Inflación (ENAG) estimó que la inflación real alcanzó el 83,40% en el mismo período. El sector que experimentó el mayor incremento de precios fue el de educación, con un aumento del 91,64% durante el año. Además, el sector de restaurantes y hoteles registró un incremento del 57,13% en sus precios.

### Datos primeros meses 2025

En marzo de 2025, la tasa de variación anual del IPC (Índice de Precios al Consumo) en Turquía se situó en el 68,5%, similar al mismo mes del año anterior, aunque estudios independientes continúan estimando cifras más elevadas, superando el 100%. En cuanto al tipo de cambio, el dólar estadounidense alcanzó las 36,5 liras turcas en marzo de 2025, frente a las 31,9 liras turcas de marzo de 2024, lo que representa una depreciación anual cercana al 14%. Además, según TÜİK, la tasa de desempleo bajó hasta el 7,9% en marzo de 2025 (comparado con el 10,0% registrado en marzo de 2024), reflejando un mercado laboral aún tensionado pero mejorando.

### Previsiones económicas 2025

Según las proyecciones del Banco Mundial, se espera que el crecimiento económico de Turquía se desacelere al 3% en 2024, debido a una política monetaria más estricta y a la ralentización de la economía global. Sin embargo, se prevé una recuperación en los años siguientes, con un crecimiento proyectado del 3,6% en 2025 y del 4,3% en 2026. Esta tendencia refleja una mejora en la demanda interna y en las exportaciones netas.

La inflación en Turquía alcanzó un pico en mayo de 2024, pero se espera que disminuya gradualmente en los próximos años. El Banco Central de Turquía ha implementado

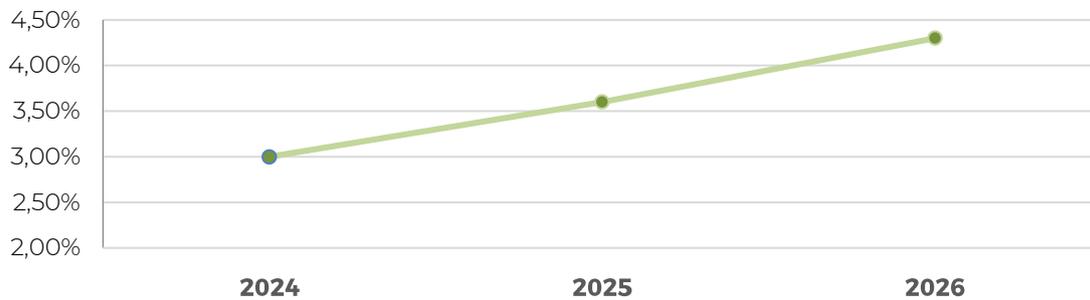
<sup>1</sup> <https://tr.euronews.com/business/2025/01/03/yillik-enflasyon-tuik-gore-yuzde-4433-enaga-gore-ise-yuzde-834>

políticas monetarias más estrictas para controlar la inflación, manteniendo la tasa de interés en el 50% desde marzo de 2024. Se proyecta que la inflación cierre en un 38% en 2024, disminuya al 14% en 2025 y alcance el 9% en 2026.<sup>1</sup>

A pesar de la desaceleración económica y las necesidades de reconstrucción tras el terremoto de 2023, se anticipa que el déficit presupuestario se mantenga elevado en 2024. Sin embargo, se espera una mejora en la cuenta corriente a partir de 2024, impulsada por el aumento de las exportaciones netas y una recuperación en el sector turístico.

El Fondo Monetario Internacional ha instado al gobierno turco a evitar aumentos excesivos del salario mínimo, ya que podrían alimentar la inflación. En su lugar, se recomienda implementar medidas de apoyo dirigidas a los hogares de bajos ingresos<sup>2</sup>.

### Prevision del crecimiento económico de Turquía



Fuente: REUTERS

12

### Entorno social

En el informe del año pasado, el tema central fue el terremoto y su profundo impacto en la sociedad turca. En 2024, aunque las cicatrices siguen presentes, los efectos del desastre han disminuido gradualmente. La reconstrucción avanza, especialmente en las principales ciudades del sureste, lo que ha generado cierto dinamismo económico y social en la región.

Al mismo tiempo, la presión económica continuó marcando el entorno social. La inflación, aunque en descenso, siguió afectando al poder adquisitivo, y la juventud turca mantuvo su interés en emigrar ante la falta de perspectivas. La polarización política, los debates sobre derechos sociales y la gestión de los refugiados sirios también siguieron siendo temas relevantes.

En el plano internacional, Turquía mantuvo un papel activo en la región, influenciada por el conflicto en Gaza y sus implicaciones diplomáticas. A pesar de los retos, el país preservó su vitalidad social y urbana, manteniendo su atractivo como destino turístico.

### Marco político

En marzo de 2024, cuando se elaboraba el informe anterior, destacábamos la significativa derrota del presidente Recep Tayyip Erdoğan en las elecciones locales. Exactamente un año después, el clima político volvió a tensarse con la detención de

<sup>1</sup> <https://www.reuters.com/world/middle-east/turkish-annual-inflation-falls-more-than-expected-4438-2025-01-03/>

<sup>2</sup> <https://www.reuters.com/world/middle-east/imf-urges-turkey-avoid-repeat-bumper-minimum-wage-hike-2024-10-23/>

Ekrem İmamoğlu, alcalde de Estambul y figura destacada de la oposición. La acusación formal fue “abuso de poder en la contratación pública”, aunque amplios sectores sociales e internacionales lo interpretaron como un intento del gobierno de neutralizar a un rival político percibido como una amenaza seria de cara a las presidenciales de 2028.

La reacción social fue inmediata: decenas de miles de ciudadanos se manifestaron en Estambul y otras ciudades, denunciando la detención como políticamente motivada. Las marchas continúan, lideradas por movimientos ciudadanos y respaldadas por figuras del CHP y otros sectores de la oposición. Este episodio reavivó el debate sobre la independencia judicial, el autoritarismo creciente y los límites del poder ejecutivo en Turquía.

A pesar del clima de tensión política, el país mantiene una relativa estabilidad institucional. El gobierno sigue apostando por una agenda económica ortodoxa bajo la conducción de Mehmet Şimşek, mientras que en política exterior, Turquía refuerza su papel regional con una diplomacia activa en Oriente Medio y el Cáucaso. No obstante, la polarización interna y el uso instrumental de la justicia continúan siendo factores clave en el entorno político del país.

### Turquía ante los conflictos de su entorno

En 2024, Turquía ha mantenido una postura activa en el conflicto entre Israel y Hamas. El presidente Recep Tayyip Erdoğan ha condenado enérgicamente las acciones militares de Israel en Gaza, acusándolas de genocidio y solicitando medidas disuasorias por parte de las naciones occidentales. Además, Turquía ha bloqueado la cooperación entre la OTAN e Israel debido a la guerra en Gaza. Sin embargo, Turquía también ha expresado su disposición a facilitar un alto el fuego en Gaza, indicando su interés en desempeñar un papel mediador en el conflicto<sup>1</sup>

En cuanto a Siria, Turquía ha participado en reuniones con Rusia, Irán y el gobierno sirio para discutir la normalización de las relaciones y abordar la situación en el país. Estas conversaciones subrayan el esfuerzo de Turquía por equilibrar sus relaciones regionales y abordar desafíos de seguridad. Paralelamente, las relaciones entre Turquía y Estados Unidos han mostrado signos de mejora, con discusiones centradas en la cooperación frente a los conflictos de Rusia-Ucrania y Israel-Gaza, así como en el fortalecimiento de los lazos bilaterales. No obstante, persisten desafíos, como la advertencia de Estados Unidos a Turquía por acoger a líderes de Hamas lo cual refleja la complejidad de la política exterior turca, que intenta equilibrar sus relaciones con actores regionales e internacionales al mismo tiempo<sup>2</sup>.

### Relaciones Turquía y la UE

En 2024, las relaciones entre Turquía y la Unión Europea (UE) continuaron siendo complejas y multifacéticas. Aunque Turquía sigue siendo formalmente un país candidato a la adhesión desde 1999, el proceso de negociación ha estado estancado durante años debido a preocupaciones de la UE sobre cuestiones de gobernanza y derechos humanos en Turquía. El informe de la Comisión Europea de octubre de 2024 destacó que las negociaciones de adhesión permanecen en un punto muerto, señalando retrocesos en áreas clave como el estado de derecho y las libertades fundamentales<sup>3</sup>

<sup>1</sup> <https://www.reuters.com/world/middle-east/turkey-blocks-nato-israel-cooperation-over-gaza-war-sources-say-2024-08-01/>

<sup>2</sup> <https://www.reuters.com/world/us-warns-turkey-against-hosting-hamas-leaders-2024-11-18/>

<sup>3</sup> [https://www.mfa.gov.tr/no\\_-226\\_-avrupa-komisyonu-2024-turkiye-raporu-hk.en.mfa](https://www.mfa.gov.tr/no_-226_-avrupa-komisyonu-2024-turkiye-raporu-hk.en.mfa)

A pesar de estos desafíos, hubo intentos de revitalizar el diálogo. En agosto de 2024, el ministro de Asuntos Exteriores de Turquía, Hakan Fidan, asistió a una reunión con ministros de la UE en Bruselas, marcando la primera participación de este tipo en cinco años. Las discusiones se centraron en temas como la modernización de la Unión Aduanera y cuestiones de visados, reflejando un interés mutuo en mejorar las relaciones. Sin embargo, persisten obstáculos significativos, incluyendo disputas territoriales en el Mediterráneo oriental y la cuestión de Chipre, que continúan afectando negativamente las relaciones bilaterales<sup>1</sup>

### Relaciones Turquía España

#### Evolución histórica

Las relaciones políticas entre Turquía y España se remontan a 1783, con la ratificación del Tratado de Paz, Amistad y Comercio y la apertura de la embajada española en Estambul. La embajada turca en Madrid comenzó sus funciones en 1857, y las relaciones se elevaron al nivel de embajada en 1951. A partir de los años 80, tras la integración de España en la OTAN y la UE, y el retorno de Turquía al parlamentarismo, las relaciones bilaterales se intensificaron con una agenda económica compartida. En 1989 se firmó un Tratado de Amistad, y en 2005 se impulsó la Iniciativa de la Alianza de Civilizaciones. Desde 2009, las Cumbres Intergubernamentales han fortalecido la cooperación, definiéndose como una "Asociación Estratégica" en 2021. España ha mantenido su apoyo constante a la candidatura de Turquía a la UE.

#### Comercio bilateral en 2024

Hasta octubre de 2024, las exportaciones de Turquía alcanzaron un récord histórico para ese mes, totalizando 23.600 millones de dólares, lo que representa un aumento del 7,4% en comparación con el mismo período del año anterior. En el período de 12 meses hasta octubre de 2024, las exportaciones acumuladas de Turquía sumaron 262.300 millones de dólares, marcando un incremento del 3,1% interanual.<sup>2</sup>

Por otro lado, las exportaciones españolas de bienes alcanzaron los 384.465 millones de euros en 2024, situándose como la segunda mejor cifra en la serie histórica. Las importaciones ascendieron a 424.741 millones de euros, resultando en un déficit comercial de 40.275,9 millones de euros, una disminución del 0,7% respecto al año anterior<sup>3</sup>.

#### Acuerdos bilaterales y cooperación

El 13 de junio de 2024, durante la VIII Reunión de Alto Nivel entre España y Turquía celebrada en Madrid, se firmaron varios Memorandos de Entendimiento destinados a fortalecer las relaciones comerciales y de inversión. Estos acuerdos incluyen la colaboración entre ICEX y la Oficina de Inversiones de la Presidencia de Turquía para promover inversiones, así como la cooperación entre COFIDES y el fondo soberano turco para movilizar financiación conjunta en ambos países y en terceros mercados<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> <https://www.reuters.com/world/europe/turkeys-top-diplomat-attends-eu-meeting-after-5-years-bid-boost-ties-2024-08-29/>

<sup>2</sup> <https://www.trade.gov.tr/data/672a094713b8766d50ed4d11/FBT%20OCTOBER%202024.pdf>

<sup>3</sup> <https://www.lamoncloa.gob.es/lang/en/gobierno/news/paginas/2025/20250217-exports.aspx>

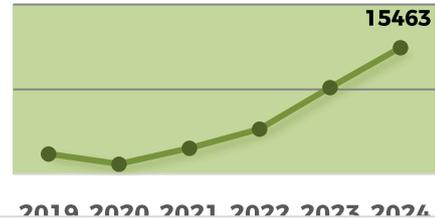
<sup>4</sup> <https://comercio.gob.es/es-es/NotasPrensa/2024/Paginas/RAN-espana-turquia.aspx>

### CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DEL SECTOR TURÍSTICO

En 2024, Turquía ha superado sus propios récords, reafirmando su posición como un destino importante del turismo mundial."

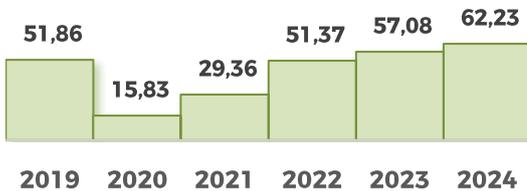


PIB PER CAPITA (USD)

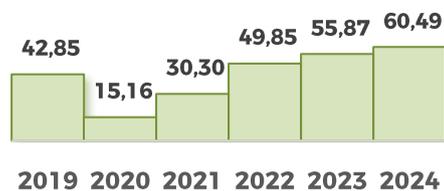


### TURISMO RECEPTOR

#### LLEGADA DE VISITANTES millones



#### INGRESOS POR TURISMO miles de millones

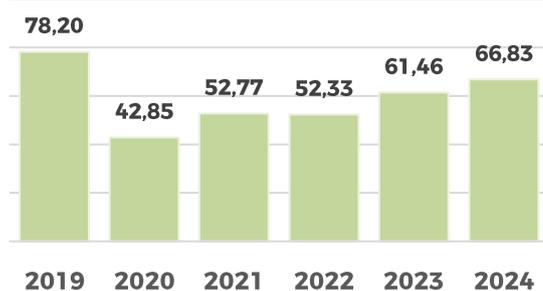


Gasto medio:	
2023	979 USD
2024	972 USD
+0% vs 2023	

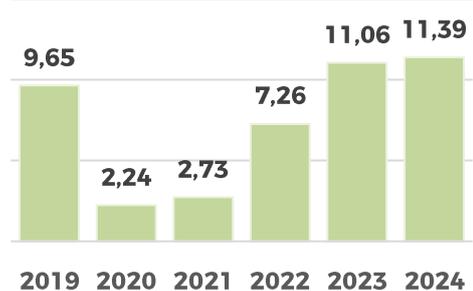
Pernoctación media:	
2023	11,3 NOCHES
2024	10,7 NOCHES
-5% vs 2023	

### LOS RESIDENTES EN TURQUÍA COMO TURISTAS

#### Turismo doméstico (millones)



#### Turismo al extranjero (millones)



Gasto medio:	
2019	105 USD
2024	181 USD
+72% vs 2019	

Gasto medio:	
2023	762 USD
2024	680 USD
-10% vs 2019	

Pernoctación media:	
2019	8,1 NOCHES
2024	7,3 NOCHES
-10% vs 2019	

Pernoctación media:	
2023	13,26 NOCHES
2024	9,5 NOCHES
-5% vs 2019	

Fuente: TÜİK y elaboración propia

Según el Barómetro de Turismo Mundial de la Organización Mundial del Turismo (OMT) publicado en enero de 2025, el turismo internacional en 2024 prácticamente recuperó los niveles previos a la pandemia, alcanzando el 99 % de las cifras de 2019. Se registraron aproximadamente 1.400 millones de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo, lo que representa un aumento del 11 % respecto a 2023<sup>1</sup>.

Europa, la región más visitada del mundo, recibió 747 millones de llegadas internacionales en 2024, superando en un 1 % los niveles de 2019 y en un 5 % las cifras de 2023. Este crecimiento fue impulsado por una fuerte demanda intrarregional.

Asia y el Pacífico mostraron la mayor tasa de crecimiento interanual (+35,4 %), alcanzando 316 millones de llegadas, reflejando la reapertura progresiva de los mercados.

Américas recibieron 213 millones de turistas (+7,4 %), mientras que África y Oriente Medio registraron crecimientos del 11,4 % y 9,1 %, respectivamente.

Los ingresos por turismo internacional en 2024 se estimaron en 1,6 billones de USD, superando los niveles de 2019 en términos reales. Este resultado evidencia una recuperación sólida tanto en términos cuantitativos como cualitativos, reafirmando la fortaleza económica del sector a nivel global.

16

	Llegadas de turistas internacionales por región (en millones)					%	Comparación
	2020	2021	2022	2023	2024	2024	24/23
Mundo	407	458	960	1.286	1.445	100%	11%
Europa	240	301	597	700	747	52%	6,7%
Asia/ Pacíficas	59	25	92	233	316	22%	35,4%
Américas	70	82	157	198	213	15%	7,4%
África	19	20	48	66	74	5%	11,4%
Oriente Medio	19	30	68	87	95	7%	9,1%

Fuente: UNWTO

En 2024, los grandes mercados emisores continuaron impulsando el crecimiento del turismo internacional. Según el Barómetro de la OMT (enero 2025), los gastos en turismo emisor aumentaron significativamente en comparación con los niveles prepandémicos. Alemania gastó un 13 % más, Estados Unidos un 12 %, y Italia un 16 % más que en 2019, lo que refleja una demanda fuerte y sostenida de viajes internacionales. Este dinamismo benefició especialmente a destinos en Europa como España y Turquía, que figuran entre los países más visitados de la región.

No obstante, la OMT advierte que persisten riesgos económicos y geopolíticos que podrían afectar el ritmo de recuperación en 2025. Entre los factores identificados se encuentran la inflación estructural, las elevadas tasas de interés, los precios inestables del petróleo y las tensiones regionales. Estos elementos podrían seguir presionando los costos del transporte y el alojamiento, afectando tanto la demanda como la rentabilidad del sector turístico global<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> <https://www.unwto.org/news/international-tourism-recovers-pre-pandemic-levels-in-2024>

<sup>2</sup> <https://www.unwto.org/news/international-tourism-recovers-pre-pandemic-levels-in-2024>

### Claves turismo receptivo\*

Turistas internacionales		Turcos Residentes en extranjero	
Ingresos (miles USD)	50.193.896\$	Ingresos (miles USD)	10.303.122\$
Turistas	52.632.720	Turistas	9.599.727
Gasto medio (USD)	954\$	Gasto medio (USD)	1.07\$3
Estancia media (noches)	12,62	Estancia media (noches)	16,90

Fuente: TÜİK

\*Viajeros Totales = Turistas Internacionales + Turcos Residentes en el extranjero

En 2024, Turquía mantuvo su dinamismo turístico con una fuerte llegada tanto de turistas internacionales como de ciudadanos turcos residentes en el extranjero. Los turistas internacionales generaron ingresos por un total de **50.194 millones de dólares**, con **52,6 millones de turistas internacionales**. El gasto medio por turista internacional fue de **954 dólares**, y la estancia media alcanzó las **12,62 noches**, lo que representa un aumento notable respecto al año anterior. Por su parte, los turcos residentes en el extranjero contribuyeron con **10.303 millones de dólares**, procedentes de **9,6 millones de visitantes**. Estos visitantes mostraron un mayor gasto medio, de **1.073 dólares**, y una estancia media más prolongada de **16,90 noches**.

17

Cabe destacar que la estancia media de los turcos residentes en el extranjero sigue siendo significativamente más larga que la de los turistas internacionales. Esto se debe principalmente a que muchos de ellos regresan al país para visitar a sus familiares, atender compromisos personales o mantener vínculos con su lugar de origen. Además, al contar con alojamiento propio o familiar, pueden permitirse estancias más prolongadas sin incurrir en altos costes. También es habitual que aprovechen sus vacaciones anuales más extensas en Europa para pasar temporadas largas en Turquía, lo que explica una pernoctación media de 16,90 noches en 2024.

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Ingreso (Miles USD)</b>	42.851.778	15.169.371	30.309.722	49.857.030	55.874.176	60.497.018
<b>Número de viajeros</b>	51.860.042	15.826.266	29.357.463	51.369.026	57.077.440	62.232.447
<b>Gasto medio por viajero USD</b>	826	958	1.032	971	979	972
<b>Gasto por noche pp USD</b>	79	69	74	85	92	97
<b>Pernoctación media</b>	11,3	14,0	14,2	12,0	11,3	10,7
<b>Pernoctaciones totales (millones)</b>	4.090	1.088	2.176	4.378	5.232	6.008

Fuente: TÜİK

### Comparación 2023–2024

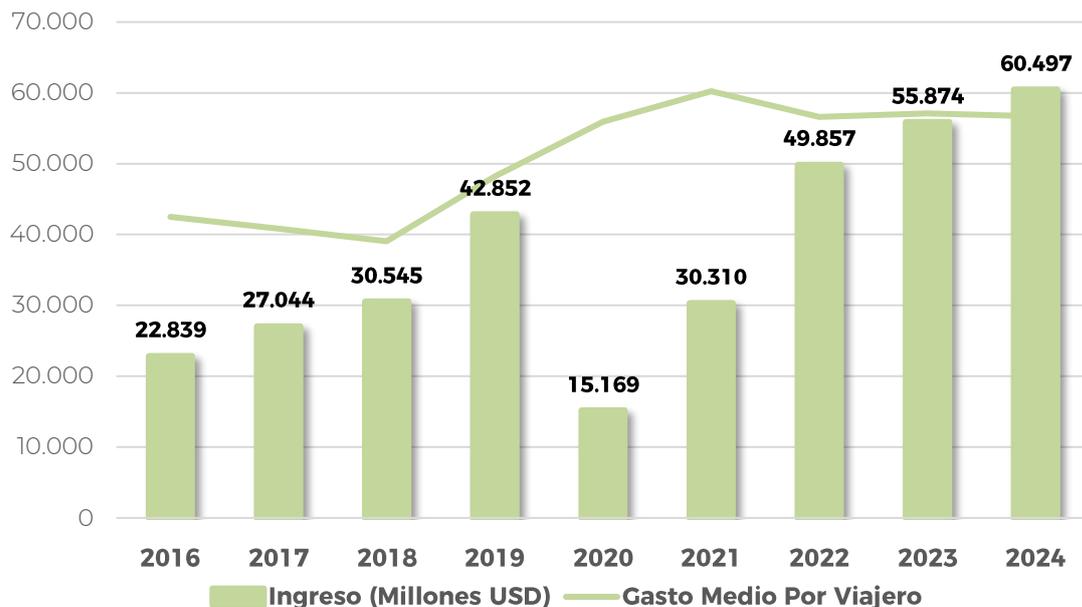
Según ha publicado el Instituto Nacional de Estadística turco, el turismo en Turquía continuó su crecimiento entre 2023 y 2024.

En 2024, el ingreso total alcanzó los 60.497 millones de USD, lo que representa un aumento del 8,3% respecto a los 55.874 millones de USD registrados en 2023. Asimismo, el número de viajeros aumentó de 57,1 millones a 62,2 millones, consolidando la recuperación del sector y posicionando a Turquía como uno de los destinos más demandados.

Aunque el gasto medio por viajero experimentó una leve disminución de 979 USD en 2023 a 972 USD en 2024, el gasto por noche siguió una tendencia ascendente, pasando de 92 USD a 97 USD. Esta evolución se produjo en un contexto de ligera disminución de la pernoctación media, que bajó de 11,3 a 10,7 noches.

Estas cifras indican que, aunque los viajeros pasaron menos noches en el país, gastaron más por noche, lo cual podría atribuirse tanto a un aumento en los precios de los servicios turísticos como a un cambio en el perfil del viajero, que ahora opta por experiencias más concentradas y de mayor calidad.

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



Fuente: TÜİK

### Comparación 2019-2024:

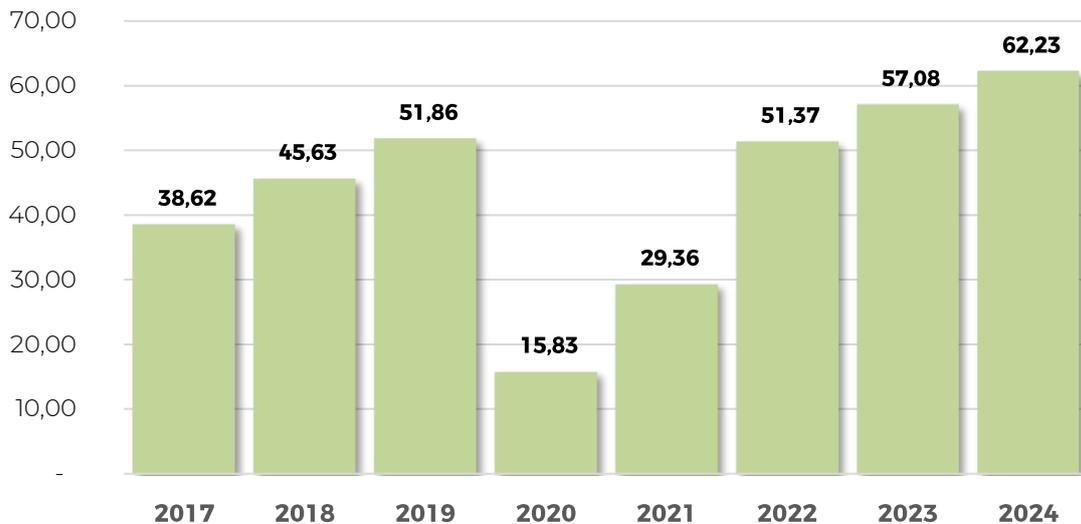
Comparando el año 2019 con 2024, es evidente que el sector turístico de Turquía ha dejado atrás los efectos de la pandemia y ha logrado avances significativos, estableciendo nuevos referentes en casi todos los indicadores clave.

El ingreso total se incrementó de 42.852 millones de USD en 2019 a 60.497 millones de USD en 2024, lo que representa un crecimiento del 41,2%. El número de viajeros también mostró una tendencia al alza, pasando de 51,9 millones a 62,2 millones en el mismo

período. El gasto medio por viajero aumentó de 826 USD a 972 USD, lo cual refleja un consumo turístico más elevado.

El gasto por noche por persona también subió, de 79 USD en 2019 a 97 USD en 2024. No obstante, la pernoctación media descendió de 11,3 noches a 10,7 noches. A pesar de esta ligera disminución, el número total de pernoctaciones creció de 4.090 millones a 6.008 millones, lo que demuestra la consolidación progresiva del turismo turco y su capacidad para adaptarse a las nuevas dinámicas del mercado.

Evolucion Viajeros Totales (millones)



Fuente: TurkStat Departing Visitors Survey

Los datos representados en la tabla muestran la evolución del número total de viajeros que visitaron Turquía entre 2017 y 2024,

En 2017, Turquía recibió 38,6 millones de visitantes, y esta cifra aumentó progresivamente hasta alcanzar los 51,9 millones en 2019, justo antes de la pandemia. En 2020, debido al impacto del COVID-19, el número de viajeros se redujo drásticamente a 15,8 millones, pero comenzó a recuperarse en 2021 con 29,4 millones. En 2022 se superaron nuevamente los niveles prepandémicos con 51,4 millones de viajeros, y en 2023 y 2024 el crecimiento continuó de forma sólida, con 57,1 millones y 62,2 millones de visitantes respectivamente. Esta evolución pone de manifiesto la resiliencia y el dinamismo del sector turístico turco, que ha sabido reinventarse y crecer en un escenario global desafiante.

### Mercados emisores hacia Turquía

EVOLUCIÓN TOP 5 PROCEDENCIA TURISMO INTERNACIONAL						
	2019	2020*	2021	2022	2023	2024
<b>RUSIA</b>	7.017.657	2.128.758	4.694.422	5.232.611	6.313.675	6.710.198
% variación interanual	17,70%	-69,70%	120,50%	11,46%	20,66%	6,28%
<b>ALEMANIA</b>	5.027.472	1.118.932	3.085.215	5.679.194	6.193.259	6.620.612
% variación interanual	11,40%	-77,70%	175,70%	84,08%	9,05%	6,90%
<b>REINO UNIDO</b>	2.562.064	820.709	392.746	3.370.739	3.800.922	4.433.782
% variación interanual	13,62%	-67,97%	-52,15%	758,25%	12,76%	16,65%
<b>IRÁN</b>	2.102.890	85.762	1.153.092	.331.076	2.504.494	3.277.852
% variación interanual	13,70%	-54,20%	12,90%	105,48%	0,37%	0,88%
<b>BULGARIA</b>	2.713.464	1.242.961	1.402.795	2.882.512	2.893.092	2.918.581
% variación interanual	5,10%	-81,70%	198,90%	102,16%	7,44%	30,88%
<b>TOTAL TOP 5</b>	19.784.375	6.261.652	13.232.156	19.496.132	21.705.442	23.961.025
% variación interanual	13,50%	-68,40%	111,30%	47%	11%	10%

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

20

En 2024, Rusia y Alemania consolidaron nuevamente su liderazgo como los principales mercados emisores de turistas hacia Turquía. Rusia, con 6.710.198 visitantes, mantuvo su posición destacada gracias a la cercanía geográfica, la familiaridad cultural acumulada tras décadas de viajes organizados, y la preferencia del público ruso por los complejos turísticos de costa con paquetes todo incluido. A pesar de un ritmo de crecimiento más moderado en comparación con años anteriores (+6,28%), el mercado ruso sigue siendo una pieza clave en el ecosistema turístico turco, especialmente en regiones como Antalya.

Alemania, por su parte, registró 6.620.612 visitantes, impulsada tanto por la numerosa diáspora turca residente en el país, que viaja regularmente a Turquía, como por el interés constante del turista alemán en destinos que combinan historia, naturaleza y buena infraestructura. Además, el aumento sostenido en las conexiones aéreas y la fiabilidad del destino en términos de seguridad y calidad han reforzado esta tendencia, con un crecimiento del 6,90% respecto a 2023.

El Reino Unido mostró un aumento aún más dinámico (+16,65%) al alcanzar los 4.433.782 turistas. Este crecimiento responde a varios factores: el notable incremento de la conectividad aérea desde 2018, la ampliación de la temporada turística, y la creciente demanda de destinos que ofrecen sol, mar y cultura a precios competitivos. Las costas del Egeo y el Mediterráneo, junto con una gastronomía que ya forma parte del imaginario británico (baklava, döner, köfte), convierten a Turquía en una alternativa sólida frente a destinos como España o Grecia. Además, el entorno acogedor y familiar, así como las recomendaciones de boca en boca, refuerzan el atractivo del país en el mercado británico.

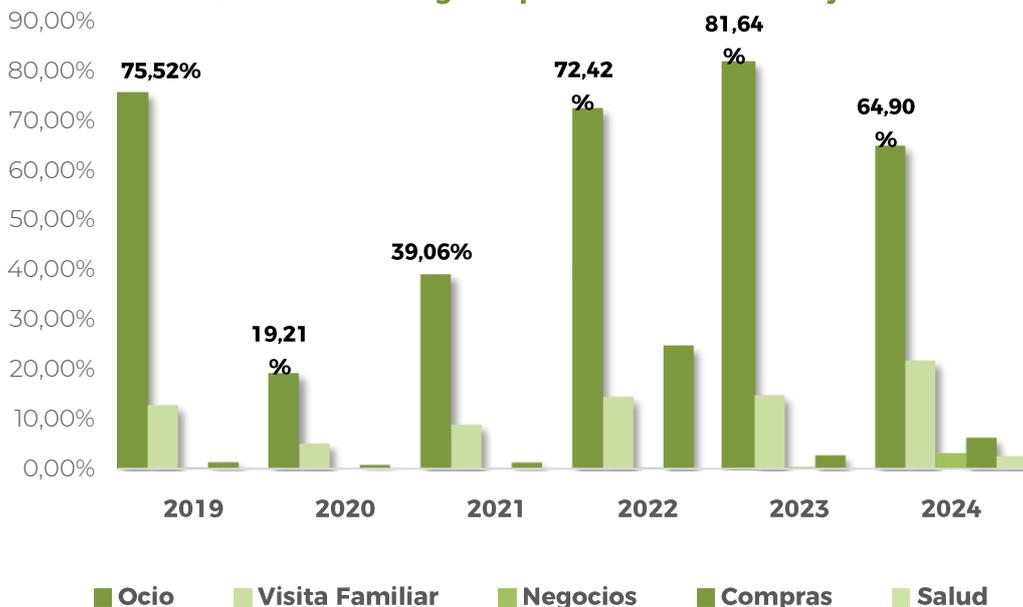


En cuanto a Irán, con 3.277.852 visitantes y un crecimiento estable (+0,88%), los viajes están fuertemente vinculados a motivos familiares, religiosos y comerciales. La afinidad cultural y los lazos históricos entre ambos países continúan siendo un motor importante para este flujo constante de viajeros, que se traduce en estancias más largas y un impacto económico relevante para el turismo interno.

Finalmente, Bulgaria sorprendió con un incremento destacado del 30,88%, alcanzando 2.918.581 turistas. La proximidad geográfica, la facilidad de acceso por carretera y los precios competitivos en servicios como compras, salud y bienestar (balnearios, clínicas dentales, etc.) hacen de Turquía un destino recurrente para escapadas cortas desde Bulgaria.

En conjunto, los cinco principales mercados emisores aportaron un total de 23.961.025 turistas en 2024, lo que representa un crecimiento interanual del 10% y subraya la capacidad de Turquía para consolidar su posición internacional mientras sigue ampliando su alcance en los mercados clave.

**Distribucion de gasto por motivacion del viaje**



Fuente: TÜİK

En 2024, se observa una diversificación significativa en los motivos de viaje hacia Turquía. Aunque el ocio sigue siendo la principal razón con un 64,90%, su proporción ha disminuido respecto al 2023 (81,64%). En cambio, las visitas a familiares experimentaron un incremento notable, alcanzando el 21,50%, reflejando posiblemente el efecto post-pandemia y una mayor movilidad de las diásporas. Destaca también el fuerte aumento de los viajes por motivos de negocios, que pasaron del 0,34% en 2023 al 3,00% en 2024, lo cual podría estar relacionado con la reactivación económica y la celebración de eventos internacionales. Las compras y los viajes por salud también registraron subidas importantes, especialmente este último que llegó al 2,40%, consolidando el posicionamiento de Turquía como destino de turismo médico.

El notable descenso en la proporción de viajes por ocio en 2024 —del 81,64% al 64,90%— puede explicarse por varios factores convergentes. En primer lugar, el fortalecimiento de segmentos alternativos como el turismo médico, de compras y de negocios ha diversificado el perfil del visitante internacional. Además, la inflación global y el encarecimiento de los vuelos han podido disuadir a ciertos viajeros vacacionales, mientras que quienes sí viajan lo hacen con fines más específicos o combinados (como turismo + salud). Por otro lado, los conflictos geopolíticos regionales y las alertas de seguridad emitidas por algunos países emisores podrían haber reducido los flujos de turistas tradicionales, favoreciendo en cambio a quienes ya tienen vínculos familiares o profesionales con Turquía. Este cambio en el mix de motivos refleja una transformación estructural en el turismo receptivo del país, más allá de los efectos coyunturales.

### Sobre turismo gastronómico turco

En 2024, Turquía experimentó un notable crecimiento en el sector del turismo gastronómico, consolidándose como un destino culinario emergente en el Mediterráneo. Según datos del Instituto Turco de Estadística (TÜİK), los ingresos por alimentos y bebidas alcanzaron los 4,74 millones de dólares en el primer semestre de 2024, representando el 20% de los ingresos totales por turismo, que fueron de 23,66 millones de dólares en ese período

Este crecimiento se vio impulsado por la promoción de la rica cultura culinaria turca, que cuenta con más de 2.200 alimentos y bebidas locales. Ciudades como Gaziantep, Adana, Hatay e İzmir se destacaron como importantes centros gastronómicos, atrayendo tanto a visitantes nacionales como internacionales. Para fomentar este sector, se establecieron 41 cursos de alimentación, cocina y repostería, 16 de ellos en Estambul, y se abrieron 34 museos gastronómicos en todo el país. Además, se celebraron más de 360 festivales gastronómicos anualmente, promoviendo los sabores regionales y las prácticas culinarias tradicionales.<sup>1</sup>

22

### Distribución del gasto

	Ingreso total M USD	Gastos personales M USD	Paquetes Turísticos M USD
<b>2019</b>	42.851	30.917	11.933
<b>2020</b>	15.269	12.814	2.354
<b>2021</b>	30.309	24.677	5.632
<b>2022</b>	49.857	36.970	12.886
<b>2023</b>	55.874	41.690	14.184
<b>2024</b>	60.497	43.092	17.404

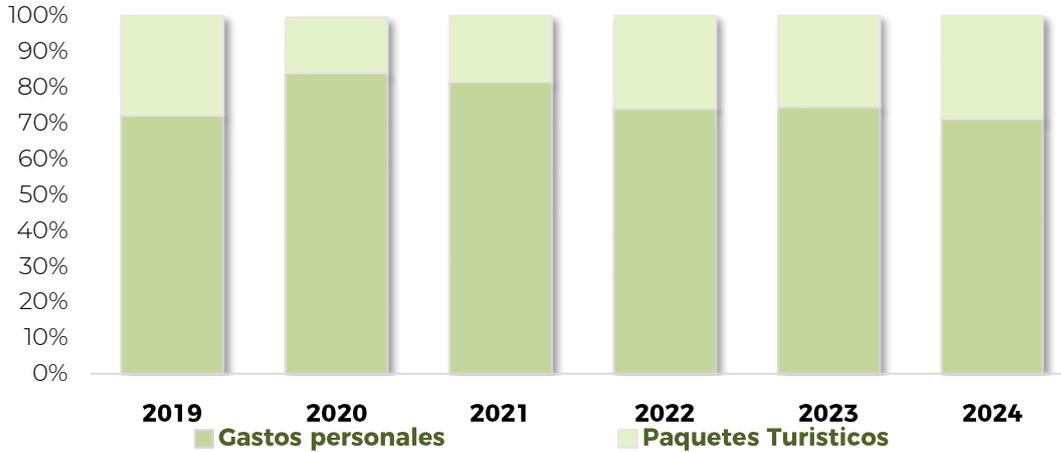
Fuente: TÜİK

En 2024, los ingresos por turismo internacional en Turquía alcanzaron los 60.497 millones de USD, marcando un nuevo récord histórico y reflejando un crecimiento sostenido del sector tras la pandemia. Este incremento se vio acompañado por una subida significativa en los gastos personales, que ascendieron a 43.092 millones de USD, así como en los ingresos por paquetes turísticos, que se situaron en 17.404 millones de USD. Esta última cifra representa un aumento del 22,7% respecto al año anterior, lo que

<sup>1</sup> <https://www.travelandtourworld.es/news/article/turkiye-aims-for-ambitious-growth-in-rapidly-expanding-gastronomy-tourism-sector>



sugiere una mayor preferencia por viajes organizados, especialmente entre visitantes de mercados emergentes y grupos de larga distancia..



Fuente: TÜİK

## El mercado emisor turco- Perfil

23

### Tendencias, hábitos y evolución

En los últimos años, el perfil del viajero turco ha experimentado una transformación notable, en línea con los cambios sociales, tecnológicos y económicos que han afectado al comportamiento turístico global. Según el informe publicado por GlobalData en enero de 2025, los turistas turcos ya no viajan exclusivamente motivados por el descanso o las vacaciones tradicionales en pareja, como se identificaba en estudios anteriores (por ejemplo, el informe de Momondo de 2019, que caracterizaba al viajero turco como ahorrador y dependiente de redes sociales incluso durante el viaje). Hoy, el viajero turco es más exigente, más conectado digitalmente y más consciente de los valores culturales y sostenibles de sus desplazamientos<sup>1</sup>.

### Nuevas prioridades y planificación

El 68% de los viajeros turcos encuestados por GlobalData en 2024 indicaron que planifican sus viajes con más de tres meses de antelación, en comparación con el 52% en 2019. Esta planificación anticipada está relacionada no solo con una mejor gestión económica, sino también con una mayor personalización del viaje. Plataformas como Booking.com y TatilBudur en Turquía han reportado un aumento del 30% en el uso de filtros como "experiencias culturales", "gastronomía local" o "viajes sostenibles" en los primeros seis meses de 2024.

### Tecnología y redes sociales

El uso intensivo de redes sociales sigue siendo clave, pero ha evolucionado del mero entretenimiento a una herramienta para inspirar destinos y generar contenido en tiempo real. Según un estudio de Ipsos Turquía (abril de 2024) el 82% de los viajeros

<sup>1</sup> <https://www.globenewswire.com/news-release/2025/03/03/3035726/28124/en/Turkiye-Tourism-Source-Insights-Report-2024-In-depth-Analysis-of-Traveler-Flows-Spending-Patterns-Main-Destination-Markets-Current-and-Future-Opportunities.html>

turcos consulta Instagram y TikTok antes de elegir destino, y el 47% publica activamente durante su viaje.

### Viajes responsables y sostenibilidad

Otra tendencia creciente es el turismo consciente y responsable. De acuerdo con un informe publicado por Sürdürülebilir Turizm Derneği (Asociación de Turismo Sostenible de Turquía) en marzo de 2025, uno de cada cinco viajeros turcos afirma haber elegido su destino más reciente en función de criterios ecológicos, como alojamiento con certificación verde o actividades con bajo impacto ambiental. Este dato muestra una clara evolución desde 2020, cuando solo el 7% de los encuestados consideraban estos factores.

### Segmentación: más allá de la pareja

Mientras que el modelo clásico del viaje en pareja aún persiste, ha surgido una mayor variedad en los formatos de viaje. Los viajes multigeneracionales (abuelos, padres e hijos juntos) han aumentado un 18% en 2024 respecto a 2022, según la agencia Prontotour. Además, el fenómeno de los viajes en solitario, especialmente entre mujeres menores de 35 años, ha crecido un 25% según datos del buscador Turna.com.

### Una transformación

El turista turco de 2024-2025 ya no responde al estereotipo limitado de años anteriores. Es un viajero más informado, más selectivo, más comprometido con los valores contemporáneos del turismo y plenamente integrado en el ecosistema digital. La evolución de sus hábitos representa una gran oportunidad para los destinos receptores, especialmente aquellos que ofrecen autenticidad, sostenibilidad y tecnología como parte integral de la experiencia turística<sup>1</sup>.

24

## El mercado emisor turco- Doméstico.

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

Numero de viajes y gasto total Turismo Domestico 2019-2024			
	Numero de viajes (millones)	Pernoctación total (millones)	Gasto total en M USD
2019	78,20	637,07	8.234
2020	42,85	469,09	4.376
2021	52,77	458,87	4.330
2022	52,33	426,58	6.113
2023	61,46	473,08	7.748
2024	66,83	484,14	11.970

Fuente: TÜİK

Al comparar los datos de 2023 y 2024, se observa un crecimiento notable en el turismo doméstico en Turquía. El número de viajes aumentó de 61,46 millones en 2023 a 66,83 millones en 2024, lo que representa un incremento del 8,7%. Más impresionante aún es el aumento en el gasto total, que pasó de 7.748 millones de USD en 2023 a 11.970 millones de USD en 2024, reflejando un crecimiento del 54,5%.

<sup>1</sup> <https://www.reportlinker.com/dlp/f5590ab0f852d6e1cdfaf676de7b9353>



Si ampliamos la comparación a lo largo del periodo 2019–2024, el progreso es aún más significativo. En 2019, antes de la pandemia, se registraron 78,2 millones de viajes y un gasto total de 8.234 millones de USD. Aunque el número de viajes de 2024 aún no ha superado el récord de 2019, el gasto total sí ha alcanzado niveles históricos, superando en un 45% los niveles prepandemia. Esto sugiere una transformación en el turismo doméstico: menos viajes en comparación con los niveles máximos, pero de mayor valor y gasto medio. Las cifras consolidan al turismo interno como un pilar clave de la economía turística turca, mostrando resiliencia y una capacidad creciente de adaptación tras los años de crisis.

### El mercado emisor turco- Extranjero.

Como primera aproximación es muy relevante mencionar que el tema del visado es un factor decisivo clave en la elección de destinos por parte de los turistas turcos. Tanto los requisitos documentales como la complejidad de los procesos de obtención, ya sea para el visado Schengen u otros países, suponen una barrera significativa que a menudo desanima al viajero turco. Por ello, los destinos sin visado ganan protagonismo en sus preferencias. Este aspecto se analizará en detalle en la sección dedicada al mercado emisor hacia España.

En 2024, el mercado emisor de Turquía mostró una tendencia de consolidación en el número de viajeros pero con una ligera contracción del gasto medio por persona respecto a 2023. El número total de turistas turcos que viajaron al extranjero alcanzó los 11,39 millones, lo que representa un leve aumento del 2,9% en comparación con el año anterior (11,06 millones en 2023).

Sin embargo, a pesar de este crecimiento en volumen, el gasto total cayó un 8,2%, pasando de 8.429 M USD en 2023 a 7.741 M USD en 2024, lo que refleja un comportamiento más moderado en términos de consumo. Este ajuste se traduce directamente en una caída del gasto por persona, que pasó de 762 USD en 2023 a 680 USD en 2024, marcando una disminución del 10,8%.

Otro dato clave es la duración media de las estancias, que continuó bajando de forma notable. En 2024, el número promedio de noches por viaje fue de 9,5, frente a las 13,26 noches de 2023 y muy por debajo del pico alcanzado en 2021 (22,67 noches). Esta caída puede atribuirse a varios factores, como el aumento de los viajes cortos intraeuropeos, la presión inflacionaria sobre los costos en el extranjero y una preferencia creciente por escapadas más frecuentes pero más cortas.

### PRINCIPALES INDICADORES MERCADO EMISOR DESDE TURQUIA

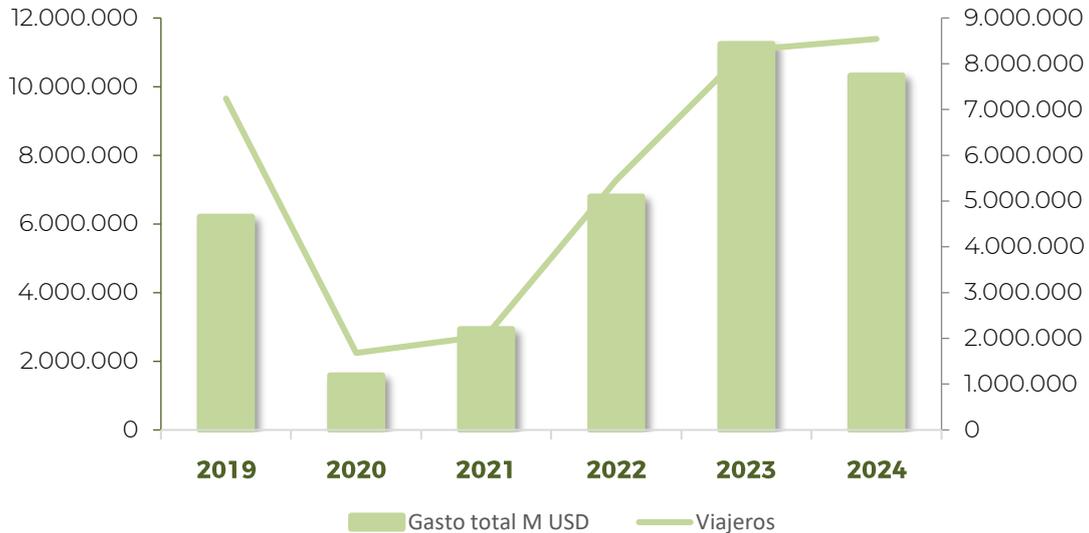
	Gasto total M USD	Viajeros	Noches	Gasto pp
<b>2019</b>	4.655.848	9.653.380	9,70	482
<b>2020</b>	1.188.382	2.242.864	13,65	530
<b>2021</b>	2.203.157	2.738.340	22,67	805
<b>2022</b>	5.098.884	7.266.773	14,95	702
<b>2023</b>	8.429.980	11.067.359	13,26	762
<b>2024</b>	7.741.002	11.390.520	9,50	680

Fuente: TÜİK

Entre 2019 y 2024, el mercado emisor turco experimentó una evolución significativa tanto en volumen como en comportamiento de gasto. En términos de número de viajeros, se pasó de 9,65 millones en 2019 a 11,39 millones en 2024, lo que representa un incremento del 18%, reflejando una recuperación y expansión sostenida tras el impacto

de la pandemia. Sin embargo, esta mayor movilidad no se tradujo en un aumento proporcional del gasto.

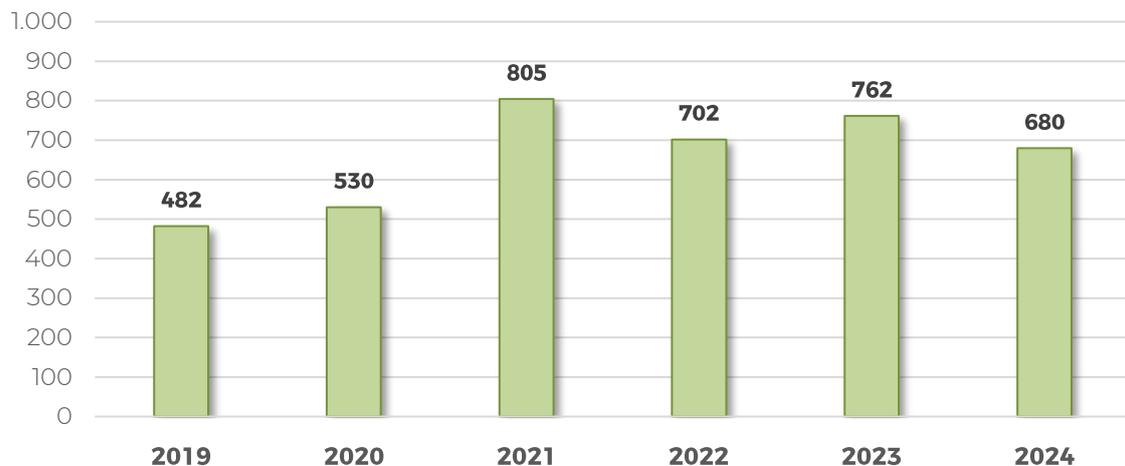
### Principales indicadores del mercado emisor turco



Fuente: TÜİK

Aunque el gasto total aumentó de 4.655 millones USD en 2019 a 7.741 millones USD en 2024 (+66%), el gasto medio por persona apenas creció de 482 USD a 680 USD, lo que indica una contención en el consumo por viaje. Además, la duración promedio del viaje se redujo drásticamente, de 9,7 noches en 2019 a solo 9,5 en 2024, lo que sugiere una tendencia hacia estancias más breves y posiblemente más frecuentes, alineadas con las dinámicas del turismo postpandemia.

### Gasto por viajero USD - Mercado Emisor Turquía



Fuente: TÜİK

El gasto por viajero en el mercado emisor turco ha mostrado una evolución irregular entre 2019 y 2024, reflejando tanto los impactos coyunturales como los cambios estructurales en los hábitos de viaje. El fuerte aumento registrado en 2021 (805 USD) puede interpretarse como un efecto de la "compensación postpandemia", donde los viajeros realizaron menos viajes pero de mayor valor tras las restricciones de 2020. Sin embargo, a partir de 2022, el gasto comenzó a moderarse, situándose en 702 USD y mostrando que, aunque el deseo de viajar se mantenía alto, las condiciones económicas —como la inflación global, la depreciación de la lira turca y el encarecimiento de los costos de vida— empezaban a limitar los presupuestos turísticos. La caída a 680 USD en 2024 sugiere que, si bien el volumen de viajes ha aumentado, los viajeros tienden ahora a priorizar opciones más accesibles, estancias más cortas o destinos cercanos, adaptándose a un entorno económico menos favorable. Además, el auge de viajes de corta duración y el creciente interés por escapadas urbanas o temáticas (culturales, gastronómicas) también podría haber influido en esta tendencia de ajuste en el gasto individual.

### Pernoctaciones

El mercado emisor turco hacia destinos internacionales continúa mostrando un comportamiento dinámico y en evolución. Entre 2019 y 2024, el número total de pernoctaciones pasó de **91,2 millones a 103,3 millones**, lo que representa un crecimiento acumulado del **13,3%** en cinco años, a pesar de las caídas pronunciadas durante la pandemia y la ligera corrección en 2024 tras el pico alcanzado en 2023.

	Pernoctaciones totales	Gasto medio por noche (USD)
2019	91.201.292	49,72
2020	29.650.295	38,83
2021	60.753.702	35,49
2022	106.220.823	46,93
2023	143.702.798	57,42
2024	103.329.130	71,54

Fuente: TÜİK

Sin embargo, lo más destacado es la evolución del gasto medio por noche, que aumentó de 49,72 USD en 2019 a 71,54 USD en 2024, lo que supone un incremento del 43,9%. Este dato refleja una mayor disposición al gasto por parte de los viajeros turcos en el extranjero, especialmente en segmentos que buscan experiencias más completas y de calidad.

A pesar de este progreso, el gasto medio por noche del turista turco en el exterior sigue estando por debajo del de los visitantes extranjeros en Turquía, que fue de 97 USD en 2024 según datos de TÜİK. Esta diferencia resalta un margen de crecimiento potencial para el mercado emisor turco, particularmente en nichos de mayor poder adquisitivo o con intereses específicos como el turismo cultural, de lujo y de bienestar.

### Motivo del Viaje

En 2024, los motivos de viaje del turista turco mantuvieron una tendencia de crecimiento sostenido, con un incremento especialmente destacado en los viajes por motivos culturales y de ocio, que alcanzaron los 5.520.268 viajeros, frente a los 4.380.298

del año anterior. Esta variación representa un crecimiento interanual del 26%, consolidando este segmento como el principal motor del mercado emisor.

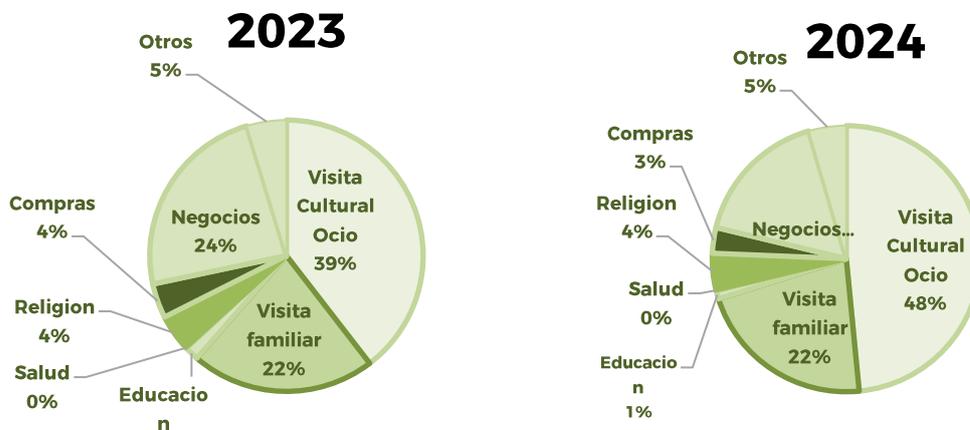
Si bien las visitas familiares se mantuvieron relativamente estables (2.466.271 en 2024 frente a 2.411.684 en 2023), se observaron ligeras subidas en los viajes por salud y religión. En contraste, los viajes por motivos de negocios descendieron a 1.902.210, después de haber alcanzado su punto máximo en 2023 con más de 2,6 millones.

	Cultural y Ocio	Visita familiar	Educación	Salud	Religión	Compras	Negocios	Total
2019	4 106 994	2 364 780	121 708	14 833	380 913	118 502	2 142 267	9 653 379
2020	709 142	600 210	22 645	3 868	172 607	39 186	523 462	2 242 864
2021	766 453	774 072	37 132	6 409	411	24 670	765 656	2 738 340
2022	2 682 652	1 780 828	139 412	11 255	117 715	325 669	1 740 173	7 266 772
2023	4 380 298	2 411 684	187 791	13 286	480 969	455 599	2 617 615	11 067 358
2024	5 520 268	2 466 271	113 530	13 985	503 213	355 431	1 902 210	11 390 520

Fuente: TÜİK

En términos comparativos más amplios, al contrastar los datos de 2019 con los de 2024, se constata una recuperación sólida del mercado emisor turco. En 2019, el número total de viajeros fue de 9,65 millones, mientras que en 2024 esta cifra superó los 11,39 millones. Particularmente, los viajes por ocio y cultura aumentaron un 34,4% respecto a los niveles prepandemia, pasando de 4,1 millones a más de 5,5 millones. Esta evolución pone de manifiesto una recuperación robusta y un cambio de enfoque, donde las experiencias culturales y recreativas ganan cada vez más protagonismo entre los viajeros turcos.

28



Fuente: TÜİK TurkStat Arriving citizen Survey.

Al observar los porcentajes entre 2023 y 2024, se aprecian variaciones moderadas pero relevantes en los motivos de viaje del turista turco. Los viajes por motivos culturales y de ocio aumentaron su peso relativo, pasando del 39,6% en 2023 al 48,4% en 2024, lo que representa una subida significativa de casi 9 puntos porcentuales, reforzando su papel como principal razón de salida al extranjero.

En contraste, los viajes por negocios disminuyeron del 23,6% al 16,7%, lo que sugiere una posible reducción de los desplazamientos laborales presenciales, quizás vinculada a la consolidación de reuniones virtuales o a un reajuste económico. También se observa un ligero descenso en los viajes por compras, que pasaron del 4,1% al 3,1%, mientras que las visitas familiares se mantuvieron estables en torno al 21,5% del total.

En conjunto, estas variaciones indican una mayor concentración en los viajes de ocio y cultura, mientras que otros motivos como negocios o compras pierden peso relativo dentro del perfil del viajero turco.

### Preferencias alojamiento

En general, el comportamiento de alojamiento de los ciudadanos turcos que viajan al extranjero ha seguido experimentando cambios significativos tras la pandemia. Estos cambios son claramente visibles al comparar los datos de 2019 y 2024. Antes de la pandemia, la elección de hoteles representaba entre el 30% y el 35% del total de pernoctaciones anuales; sin embargo, en 2024 este porcentaje fue del 32%, lo que indica una recuperación casi completa respecto a los niveles prepandémicos después de la fuerte caída observada en 2020 y 2021.

#### PERNOCTACIONES TOTALES EN EL EXTRANJERO SEGUN TIPO DE ALOJAMIENTO

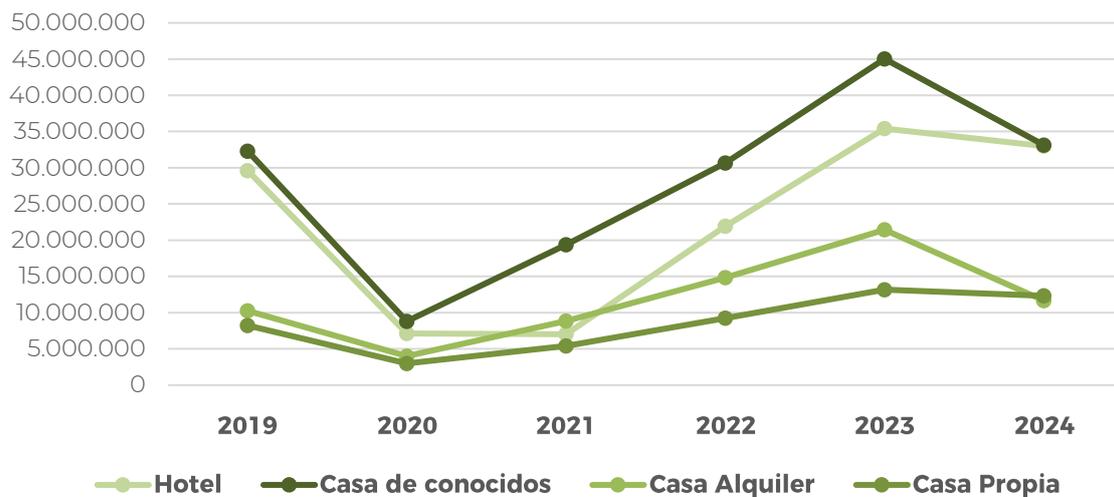
	Hotel	Familiares y amigos	Casa Alquiler	Casa Propia	Otros	Total
2019	29.596.465	32.285.551	10.270.144	8.212.484	10.836.648	91.201.292
2020	7.112.916	8.810.720	3.998.374	2.990.604	6.737.681	29.650.295
2021	7.019.539	19.395.245	8.849.705	5.386.702	20.102.511	60.753.702
2022	21.921.090	30.664.030	14.813.174	9.225.666	29.596.863	106.220.823
2023	35.407.983	45.028.382	21.429.208	13.172.479	28.664.746	143.702.798
2024	32.992.099	33.143.639	11.677.006	12.323.805	13.192.582	103.329.130

Fuente: TÜİK

29

En términos globales, aunque el número total de pernoctaciones disminuyó en 2024 respecto a 2023 (de **143,7 millones a 103,3 millones**), los datos reflejan que la proporción de estancias en hoteles se ha mantenido sólida, lo que sugiere una estabilización de las preferencias y una posible consolidación de la confianza en el alojamiento formal.

#### Preferencias de alojamiento de los turcos en el extranjero



Fuente: TÜİK



Por otro lado, se observa un descenso notable en el uso de casas de conocidos, que en 2023 habían alcanzado el **31%** del total y en 2024 bajaron al **32%**, mientras que el alquiler de casas y las casas propias también mostraron una reducción en términos absolutos frente a 2023. Destaca especialmente la caída en la categoría "Otros", que pasó de casi 29 millones de pernoctaciones en 2023 a poco más de 13 millones en 2024, señalando un cambio en las preferencias de alojamiento hacia opciones más convencionales.

### Situación de la industria turística turca

Finanzas.

Según los datos recopilados por Turizmdatabank a partir de la Seguridad Social (SGK), en septiembre de 2024, el número de empleados remunerados en hoteles de Turquía superó los 460.000, lo que representa un aumento del 4% con respecto al mismo mes de 2023, cuando la cifra rondaba los 442.000 empleados. Por otro lado, en agencias de viajes, el número de empleados remunerados aumentó un 12%, superando los 93.000. En aerolíneas, el empleo creció un 10%, alcanzando los 55.000 trabajadores. En conjunto, el total de empleados remunerados en el sector turístico aumentó de 1.411.000 en 2023 a 1.500.000 en 2024.<sup>1</sup>

En 2024, los ingresos turísticos aumentaron un **8,3%** en comparación con el año anterior, alcanzando los **61.103 millones de dólares**. De estos ingresos, **47.000 millones de dólares** correspondieron a gastos personales, mientras que **14.103 millones de dólares** fueron atribuidos a gastos en paquetes turísticos<sup>2</sup>.

Aunque se presentan desafíos, también se vislumbran oportunidades en el sector turístico turco, especialmente en los ingresos provenientes de los resorts, los cuales siguen desempeñando un papel clave en la economía turística. A pesar de las presiones inflacionarias que elevan los costos, la escasez de personal y la presión cambiaria, el sector turístico turco sigue demostrando una gran capacidad de adaptación y resiliencia. El aumento de los gastos adicionales fuera del alojamiento está influyendo de manera aceptable en los precios de los paquetes turísticos denominados en moneda extranjera. Además, sigue vigente el compromiso del sector con la mejora de la competitividad y la calidad del servicio en los establecimientos turísticos.<sup>3</sup>

Innovación e inversión

La Agencia de Promoción y Desarrollo Turístico de Turquía (TGA), establecida el 15 de julio de 2019, continúa su misión de posicionar a Turquía como una marca turística líder a nivel internacional, basándose en su patrimonio natural, cultural y humano. En 2024, la TGA ha intensificado sus esfuerzos mediante campañas de marketing digital y colaboraciones estratégicas.

Una de las iniciativas destacadas es la campaña publicitaria "So Turkish! Go Turkish!", lanzada en la nueva temporada para promover experiencias locales auténticas en Turquía. Esta campaña invita a los viajeros a experimentar el país como lo haría un residente, alejándose de las rutas turísticas convencionales<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> <https://www.turizmdatabank.com/haber/eylul-2024-turizm-istihdami>

<sup>2</sup> <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?dil=2&p=Tourism-Statistics-Quarter-IV%3A-October-December-and-Annual%2C-2024-53660>

<sup>3</sup> <https://www.turizmdatabank.com/analiz/turkiye-2024-turizm-gelir-analizi>

<sup>4</sup> <https://bigumigu.com/haber/yeni-tanitim-filmi-turkiyeyi-yerlisi-gibi-deneyimlemeye-cagiriyor/>

Además, la TGA ha establecido una colaboración con la aerolínea Emirates para fomentar el turismo hacia Turquía desde más de 140 destinos globales. Este acuerdo busca aumentar el tráfico de pasajeros hacia Turquía y fortalecer su atractivo turístico en mercados clave<sup>1</sup>.

En el ámbito de las relaciones públicas digitales, la TGA ha organizado visitas de influencers internacionales a diversas regiones de Turquía, como Düzce, para promover destinos menos conocidos y destacar la diversidad cultural y natural del país

Ocupación Hotelera.

Según el Informe Global de STR para el año 2024, publicado por la Asociación de Hoteleros de Turquía (TÜROB), se observaron tendencias mixtas en la industria hotelera turca en comparación con el año anterior. En Estambul, la tasa de ocupación hotelera se mantuvo estable en torno al 65%, ligeramente por debajo del 65,2% de 2023, mientras que el precio medio diario de las habitaciones vendidas aumentó a 155,20 euros en 2024, frente a los 143,46 euros de 2023

En Antalya, la tasa de ocupación se incrementó modestamente hasta un 58%, recuperándose tras la caída del año anterior, mientras que el precio medio diario subió a 180,50 euros, continuando la tendencia alcista observada en 2023.

En los hoteles de Anatolia, la ocupación hotelera se estabilizó en un 49,5%, casi idéntico al 49,1% de 2023, lo que muestra un comportamiento más plano en esa región<sup>2</sup>.

31

En 2024, el sector de alojamiento en Turquía siguió ampliando su infraestructura. El país alcanzó un total de 883.000 habitaciones distribuidas en aproximadamente 20.600 establecimientos con “certificación operativa”, evidenciando la sólida capacidad de la industria para acoger a turistas internacionales y nacionales.

Adicionalmente, existían unas 78.000 habitaciones en cerca de 740 establecimientos con “certificación de inversión”, lo que refleja la continuidad de la apuesta estratégica por expandir y mejorar las instalaciones de alojamiento.

“La licencia de inversión en turismo” sigue siendo el primer documento requerido durante la fase de desarrollo de una instalación turística. Para obtener la “licencia de operación”, el establecimiento debe haber completado la fase de inversión o haber operado previamente con una licencia municipal durante un período determinado. Desde la entrada en vigor de la nueva normativa, también es obligatorio contar con el Certificado de Gestión Turística para todos los establecimientos que operan con licencia municipal<sup>3</sup>.

Plan estratégico de turismo de 5 años

El Ministerio de Cultura y Turismo de Turquía ha puesto en marcha un plan estratégico ambicioso para el período 2024–2028, cuyo objetivo principal es fortalecer y expandir el sector turístico bajo las premisas de sostenibilidad, preservación ambiental y diversificación de la oferta turística.

Para 2024, los objetivos iniciales fueron recibir 60 millones de turistas y alcanzar 60.000 millones de dólares en ingresos, una meta que, según los datos preliminares, ha estado cerca de cumplirse, lo que demuestra la resiliencia del sector incluso en un contexto económico desafiante.

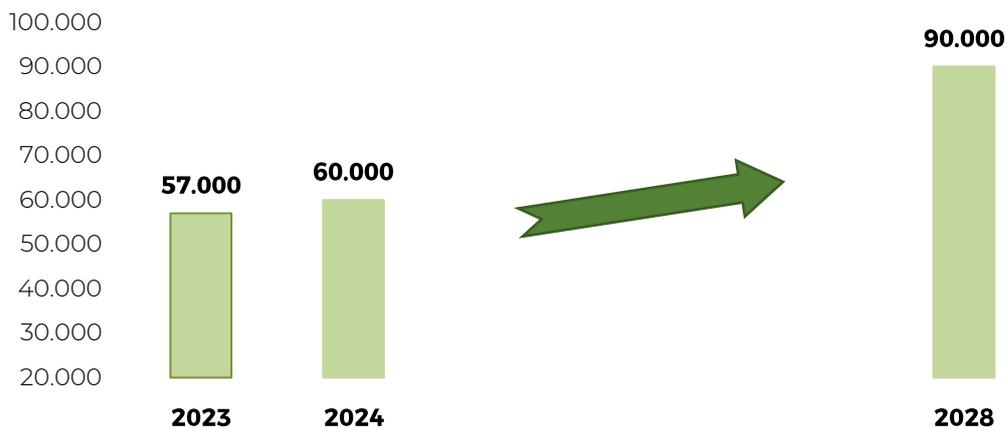
<sup>1</sup> <https://www.diyadinnet.com/emirates-turkiye-turizm-tanitim-ve-gelistirme-ajansi-ile-isbirligi-yapacak-h313960/>

<sup>2</sup> (<https://www.turob.com.tr/raporlar>)

<sup>3</sup> (<https://yigm.ktb.gov.tr>)

El plan estratégico a cinco años tiene como meta elevar el número de visitantes de los 60 millones actuales a 90 millones para 2028, superando la previsión inicial de 77 millones gracias a la tendencia positiva registrada en los últimos dos años (<https://www.ktb.gov.tr>). Además, se busca aumentar los ingresos turísticos de aproximadamente 61.000 millones de dólares en 2024 a 120.000 millones de dólares en 2028, doblando la contribución económica del sector.

Viajeros (miles)



Fuente: TGA. gov

32

### Situación de la conectividad aérea general

La evolución del tráfico de pasajeros en los aeropuertos de Turquía ha continuado su trayectoria ascendente en 2024, consolidando la recuperación iniciada tras la pandemia. Según los últimos datos, el tráfico total de pasajeros, incluyendo el tránsito directo, alcanzó los 230.833.911 pasajeros, lo que supone un aumento del 8% respecto a 2023. Este crecimiento se ha visto impulsado principalmente por la línea internacional, que registró un incremento del 9% en comparación con el año anterior, llegando a 134.935.120 viajeros.

Aunque la línea nacional sigue mostrando una recuperación más moderada, aumentó un 5% respecto a 2023, alcanzando los 95.356.111 pasajeros, acercándose progresivamente a los niveles prepandemia. Los pasajeros en tránsito directo también experimentaron un fuerte repunte, con un aumento del 22% hasta situarse en 542.680 pasajeros, lo que refleja una reactivación sostenida del tráfico aéreo de conexión.

#### EVOLUCION DE TRAFICO DE PASAJEROS EN AEROPUERTOS EN TURQUIA

	2022	2023	2024	23 vs 24
Tráfico de pasajeros incl, tránsito directo	182.333.844	214.136.575	230.833.911	8%
Tráfico de pasajeros	181.948.006	213.693.163	230.291.231	8%
- Línea nacional	78.670.030	90.390.766	95.356.111	5%
- Línea internacional	103.277.976	123.302.397	134.935.120	9%
Pasajero en tránsito directo	385.838	443.412	542.680	22%

Fuente: DHMI Autoridad Estatal de Aeropuertos de Turquía



El Informe de Análisis de EUROCONTROL para el año 2024 indica que Turquía mantuvo su posición destacada en el tráfico aéreo europeo. En 2024, el país se situó en el sexto lugar entre los países con mayor número de operaciones, registrando un promedio diario de 3.959 vuelos, lo que representa un aumento del 2% respecto al año anterior y un 10% por encima de los niveles de 2019.<sup>1</sup>

El Aeropuerto de Estambul fue elegido el aeropuerto mejor conectado del mundo en 2024, con 309 destinos de vuelo directo. Este éxito se debe a su ubicación estratégica y a la extensa red de vuelos de Turkish Airlines.<sup>2</sup>

Además, con la inauguración de nuevas secciones de la línea de metro M11 Gayrettepe–Aeropuerto de Estambul–Halkalı en 2024, el tiempo de traslado desde el centro de la ciudad hasta el aeropuerto se ha reducido significativamente.

### RESULTADOS DEL TRAFICO DE TURKISH AIRLINES

	2019		2022	2023	2024
Operaciones	486.941		452.677	519.798	525.237
Pasajeros	74.282.741		71.817.625	83.388.196	85.171.495
Tasa de ocupación de pasajeros (%)	82%		81%	82,6%	0,82%
Pasajeros Nacionales	30.441.507		25.488.658	30.372.823	30.595.554
Pasajeros Internacionales	43.841.234		46.328.867	53.015.373	54.575.941

Fuente: Informe Turkish Airlines 2024

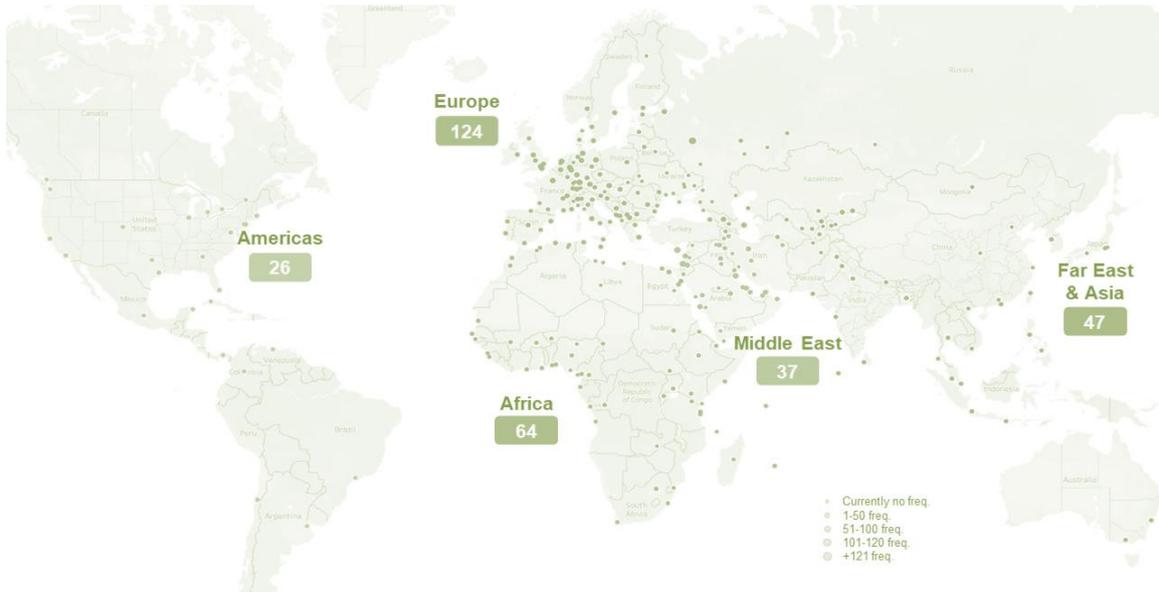
33

**Turkish Airlines** ha continuado su tendencia de crecimiento en 2024 en comparación con 2023. El número de aterrizajes aumentó ligeramente de 519.798 en 2023 a 525.237 en 2024, lo que refleja una expansión progresiva de las operaciones. En términos de pasajeros, Turkish Airlines transportó 85.171.495 pasajeros en 2024, un incremento del 2,1% respecto a los 83.388.196 pasajeros registrados en 2023. Este crecimiento se distribuye tanto en el mercado nacional como en el internacional: los pasajeros nacionales aumentaron de 30.372.823 a 30.595.554, mientras que los pasajeros internacionales pasaron de 53.015.373 a 54.575.941, consolidando así el liderazgo de la compañía en los mercados globales.

La tasa de ocupación de pasajeros se mantuvo estable, situándose alrededor del 82%, lo que indica una demanda sostenida y eficiente utilización de la capacidad instalada. Este crecimiento moderado puede atribuirse a diversos factores, como la recuperación económica mundial, el fortalecimiento de las rutas internacionales estratégicas, y las campañas agresivas de marketing implementadas por la aerolínea. Además, la expansión continua de Turkish Airlines hacia nuevos destinos y la confianza del pasajero en la marca han contribuido significativamente a estos resultados positivos en 2024.

<sup>1</sup> <https://www.dailysabah.com/business/transportation/istanbul-airport-receives-the-best-airport-in-europe-award>

<sup>2</sup> <https://www.cntraveler.com/story/the-best-connected-airports-in-the-world>



*Turkish Airlines vuela a 353 destinos internacionales en 131 países.*

34

### RESULTADOS DEL TRAFICO DE PEGASUS AIRLINES

	2021	2022	2023	2024
Operaciones	138.436	166.191	187.071	206.048
Pasajeros	20.160.000	26.940.000	31.930.000	37.480.000
Tasa de ocupación de pasajeros (%)	77%	84%	85%	88%

Fuente: Informe Pegasus Airlines 2023

**Pegasus Airlines** opera actualmente en 146 destinos en 53 países, de los cuales 37 son rutas nacionales y 109 internacionales. En 2024, la compañía transportó aproximadamente 85,2 millones de pasajeros, superando los 83,4 millones de 2023, con una tasa de ocupación del 82%. La flota alcanzó un total de 118 aeronaves, destacándose el crecimiento de los Airbus A321NEO, que aumentaron un 39% hasta llegar a 57 aviones. La aerolínea ha registrado un aumento de su cuota de mercado internacional hasta el 16,8%, mientras que su cuota en el mercado doméstico fue del 28,8%. Además, Pegasus anunció un pedido histórico de hasta 200 aviones Boeing 737-10, lo que refuerza su plan de expansión para la próxima década. Finalmente, la edad promedio de la flota se mantiene joven, con 4,49 años, lo que refleja su compromiso con la modernización y la eficiencia operativa.

**SunExpress**, la aerolínea con sede en Antalya fundada en 1989 como una empresa conjunta entre Turkish Airlines y Lufthansa, celebra su 35.º aniversario en 2025 con resultados récord y una ambiciosa expansión. En 2024, la compañía transportó cerca de 15 millones de pasajeros, generando ingresos por 2.200 millones de euros, lo que representa un aumento del 23% respecto al año anterior. Para 2025, SunExpress tiene como objetivo alcanzar los 16,8 millones de pasajeros, impulsado por la incorporación de 15 nuevas rutas internacionales para la temporada de verano y una capacidad de asientos casi duplicada en comparación con el período preandémico.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> <https://investor.turkishairlines.com/en/financial-and-operational/flight-network>

<sup>2</sup> <https://www.sunexpress.com/en-gb/company/media-center/press-releases>

La flota de la aerolínea ha crecido a 85 aviones, compuesta exclusivamente por modelos Boeing 737-800 y 737 MAX 8, consolidándose como una de las más modernas y fiables de Europa. SunExpress opera actualmente en 237 rutas que conectan 35 países, con una presencia destacada en mercados clave como el Reino Unido e Irlanda, donde se han lanzado nuevos servicios desde aeropuertos como Glasgow, Liverpool y Cork. Además, la compañía ha ampliado su plantilla a 5.000 empleados, reflejando su compromiso con la expansión y la excelencia operativa.<sup>1</sup>

### 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: +90 212-259 84 04  
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](mailto: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](mailto: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](mailto:info@ttyd.org.tr)

#### TÜROB (Touristic Hotels and Investors Association Türkiye)

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](mailto:president@turob.com)

### Agencias de viajes/operadores

En Turquía, todas las empresas que ofrecen servicios relacionados con el turismo deben registrarse como agencias de viajes y obtener un "Certificado de Operación de Agencia de Viajes" emitido por el Ministerio de Cultura y Turismo. No existe una distinción legal entre operadores turísticos y agencias de viajes como en algunos otros países. Sin

<sup>1</sup> <https://www.sunexpress.com/en-gb/company/world-of-sunexpress/fleet>

embargo, las agencias se clasifican en tres grupos según el alcance de los servicios que pueden ofrecer:

**Grupo A:** Estas agencias pueden proporcionar todos los servicios relacionados con las agencias de viajes, incluyendo la organización y venta de paquetes turísticos nacionales e internacionales, reservas y ventas de boletos de transporte terrestre, aéreo y marítimo, y otros servicios turísticos.

**Grupo B:** Estas agencias están autorizadas para vender billetes de transporte internacional (terrestre, marítimo y aéreo) y paquetes turísticos organizados por agencias del Grupo A. No pueden organizar sus propios paquetes turísticos.

**Grupo C:** Estas agencias se dedican exclusivamente a la organización, promoción y venta de paquetes turísticos nacionales para ciudadanos turcos.

Además, las agencias de los Grupos B y C pueden actuar como intermediarias para vender los servicios ofrecidos por las agencias del Grupo A, siempre que exista un acuerdo escrito entre las partes.

Es importante destacar que, aunque no existe una clasificación legal específica entre operadores turísticos mayoristas y agencias minoristas en Turquía, en la práctica, muchas agencias del Grupo A actúan como operadores turísticos, organizando y vendiendo paquetes turísticos a otras agencias o directamente al consumidor final. Sin embargo, esta distinción no está formalmente reconocida en la legislación turca.<sup>1</sup>

36

Las agencias del Grupo A son las únicas autorizadas para organizar y vender paquetes turísticos internacionales, incluyendo destinos como España. Por lo tanto, las principales agencias turísticas que ofrecen servicios hacia España pertenecen a este grupo.

**FLYEXPRESS** es una agencia de viajes con sede en Turquía que ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años. Según su sitio web oficial, la empresa opera en más de 140 destinos y atiende a aproximadamente 40,000 pasajeros anualmente. FlyExpress ofrece una variedad de productos turísticos bajo marcas como Fly Cruise, Fly Exclusive, Fly Elegant y Fly Classic, y se especializa en sectores como M.I.C.E, viajes grupales, individuales, emisión de boletos y cruceros. Además, la empresa cuenta con oficinas en el extranjero y un equipo dinámico que proporciona servicios de alta calidad a sus clientes. Su enfoque centrado en el cliente y la eficiencia ha posicionado a FlyExpress como una marca líder en el sector turístico de Turquía.<sup>2</sup>

**BOOKING-AGORA** es una agencia de viajes B2B fundada en 2016 en Turquía, especializada en ofrecer soluciones tecnológicas para agencias de viajes. En 2024, la empresa colaboró con más de 5.000 agencias y más de 7.000 usuarios, proporcionando acceso a más de 2,5 millones de hoteles, vuelos de más de 400 aerolíneas, servicios de alquiler de vehículos, traslados y paquetes turísticos. Recientemente, BookingAgora ha establecido una asociación estratégica con TravelgateX para expandir su presencia global y mejorar su infraestructura tecnológica. La empresa también ofrece servicios de emisión de visas en línea y ha invertido significativamente en soporte al cliente y automatización de procesos. Con su enfoque centrado en la tecnología y la satisfacción del cliente, BookingAgora se ha consolidado como uno de los principales actores en el sector de viajes B2B en Turquía.

**JOLLY TUR** una de las agencias de viajes más destacadas de Turquía, ha experimentado un crecimiento significativo en 2024. Según declaraciones de Mert Vardar, director

<sup>1</sup> <https://www.tursab.org.tr/assets/assets/uploads/yasalar/1618-17-3-20.pdf>

<sup>2</sup> <https://flyexpress.com/en/about-us>

general de Jolly Tur, la empresa logró un aumento del 30% en el número de clientes y un incremento del 120% en su facturación en comparación con el año anterior. Este notable crecimiento se atribuye a la incorporación de hoteles de alta gama que satisfacen las expectativas de los clientes y a una exitosa campaña de reservas anticipadas. Además, durante los períodos festivos, Jolly Tur vendió paquetes vacacionales que superaron de 3 a 4 veces su capacidad habitual, reflejando una fuerte demanda en el mercado interno. La empresa también ha ampliado su red de ventas, contando con más de 600 puntos de venta conectados en línea y un equipo de aproximadamente 3.500 empleados. Con estas cifras, Jolly Tur consolida su posición como líder en el sector turístico turco<sup>1</sup>.

**TATILSEPETI** una de las principales agencias de viajes en línea de Turquía, ha experimentado un crecimiento significativo en 2024. Según datos recientes, la empresa registró un aumento del 32% en su facturación anual. Antalya se consolidó como el destino nacional más popular, con 133.062 adultos y un total de 233.664 días de reserva. En cuanto a destinos internacionales, Grecia lideró las preferencias, seguida por Georgia y Egipto, siendo Dubái el tour más solicitado. Además, Tatilsepeti cuenta con más de 35 millones de visitantes únicos al año y ofrece una amplia gama de servicios turísticos, incluyendo más de 3.000 hoteles nacionales y 350.000 hoteles internacionales.<sup>2</sup>

**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 Özyay. TUAREG TOURS ofrece servicios en diversas áreas, como viajes de negocios, organización de ferias internacionales, programas de vacaciones, reservas de hoteles y transporte tanto a nivel nacional como internacional, así como traslados para visitantes internacionales. También se dedican a la organización de incentivos, donde se esfuerzan por brindar el servicio de mayor calidad.

**KAPPATUR** una de las agencias de viajes más consolidadas de Turquía, continúa sus operaciones activamente en 2025. Según información reciente, la empresa organiza tours semanales a más de 45 países, incluyendo destinos populares como Italia, los países del Benelux y Grecia. Además, Kappatur ha establecido una red de viajes en Europa utilizando sus propios autobuses, lo que le permite ofrecer servicios integrales a sus clientes. Con sede en Harbiye, Estambul, la empresa mantiene su compromiso de proporcionar experiencias de viaje de alta calidad y ha fortalecido su equipo y capacidades para el año 2025.<sup>3</sup>

**PRONTOTUR** una de las principales agencias de viajes de Turquía, celebró su 30.º aniversario en 2024 con un crecimiento significativo en sus operaciones. Según declaraciones de su presidente, Ali Onaran, la empresa superó su objetivo de facturación anual de 1.000 millones de liras turcas, alcanzando cifras récord en comparación con años anteriores. La agencia ofrece tours a más de 100 países durante todo el año, consolidándose como líder en el mercado de viajes internacionales desde Turquía. Además, en 2025, Prontotour tiene como objetivo atender a 60.000 turistas, reflejando su compromiso con la expansión y la mejora continua de sus servicios.<sup>4</sup>

**ETSTUR** una de las agencias líderes en Turquía, alcanzó en 2015 una facturación de aproximadamente 1.000 millones de liras turcas y atendió a 1 millón de pasajeros, con un aumento del 51% en clientes y un 60% en ingresos respecto al año anterior

<sup>1</sup> <https://www.turizmguncel.com/haber/jollynin-gelirinde-ve-yolcu-sayisinda-buyuk-artis>

<sup>2</sup> <https://www.turizmvizyon.com/editor/tatilsepeti-2024-tatil-atlasini-acikladi-en-populer-destinasyonlar-ve-seyahat-tercihleri>

<sup>3</sup> <https://www.turkiyeturizm.com/kappatur-2025-yilina-calisanlari-ile-hosgeldin-dedi-76364h.htm>

<sup>4</sup> <https://klassmagazin.com/prontotourda-erken-rezervasyon-donemi-basladi-2025-icin-hedef-60-bin-turist>

(turizmaktuel.com). La compañía ha ampliado su infraestructura tecnológica y su red de más de 150 agencias en 48 ciudades, ofreciendo reservas hoteleras nacionales e internacionales, vuelos y cruceros.<sup>1</sup>

**SETUR** una de las principales empresas turísticas de Turquía, logró importantes éxitos financieros y operativos en 2024. Según su informe anual de 2023, las ventas en sus tiendas duty-free aumentaron un 34% respecto al año anterior, alcanzando los 210 millones de euros. Además, gracias a su estrategia de transformación digital, el número de clientes se multiplicó por 8 y la proporción de facturación a través de canales digitales se cuadruplicó (gmdergi.com). En 2024, Setur continúa operando con cerca de 1.500 empleados en todo el país. Estos datos reflejan la sólida posición y el potencial de crecimiento de Setur en el sector turístico turco.<sup>2</sup>

### Ferías

#### EMITT

La Feria Internacional de Turismo y Viajes del Mediterráneo Oriental (EMITT) celebró su 28ª edición del 5 al 7 de febrero de 2025 en el Centro de Ferias y Congresos TÜYAP de Estambul, Turquía. Reconocida como una de las cinco principales ferias de turismo a nivel mundial, EMITT 2025 reunió a 656 expositores de 39 países y atrajo a 23.725 visitantes, de los cuales 2.906 fueron internacionales, marcando la mayor participación extranjera en su historia.

38

El evento contó con la presencia de países como Bulgaria, Japón, Azerbaiyán, Chipre del Norte, Georgia, Egipto, Serbia, Bosnia y Herzegovina, Macedonia del Norte, Seychelles, Cuba, Malta, Nepal, Irán, Italia, Venezuela, Panamá y Corea del Sur. Además, se llevaron a cabo más de 6.000 reuniones B2B entre 666 operadores turísticos invitados de 78 países y los expositores, facilitando oportunidades de negocio y colaboración internacional.

Bajo el lema "Redefiniendo el Turismo: Pasos Audaces hacia un Futuro Sostenible", EMITT 2025 ofreció más de 20 actividades temáticas con la participación de más de 50 expertos y líderes del sector, abordando tendencias actuales, innovaciones tecnológicas y estrategias de sostenibilidad en el turismo.

La próxima edición de EMITT está programada para celebrarse del 5 al 7 de febrero de 2026, ofreciendo una plataforma estratégica para que países como España fortalezcan su presencia en el mercado turístico internacional y establezcan nuevas alianzas comerciales.

#### TRAVEL TURKEY IZMIR

La feria Travel Turkey İzmir 2025 (TTI İzmir), en su 19ª edición, se celebrará del 3 al 5 de diciembre de 2025 en el recinto Fuar İzmir en Gaziemir. Organizada por İZFAŞ y TÜRSAB, y auspiciada por el Ministerio de Cultura y Turismo de Turquía, esta feria es reconocida como una de las plataformas turísticas más importantes del país.

En la edición anterior, TTI İzmir 2024 contó con la participación de más de 282 expositores y recibió a más de 10.929 visitantes, incluyendo 202 compradores internacionales. Se llevaron a cabo más de 2.000 reuniones B2B, consolidando su papel como un punto de encuentro clave para profesionales del turismo.

<sup>1</sup> <https://www.turizmaktuel.com/haber/etstur-un-geleceginde-online-satis-ve-sehir-otelleri-var>

<sup>2</sup> <https://www.setur.com.tr/>

La feria abarca una amplia gama de sectores, incluyendo agencias de viajes, operadores turísticos, turismo médico, turismo cultural, tecnología turística, transporte, gastronomía y turismo de aventura. Además, se celebra simultáneamente el evento TTI HEALTH, centrado en el turismo de salud, que en 2024 reunió a 30 participantes, 71 compradores internacionales y 1.432 visitantes.

### TRAVELEXPO ANKARA

La TravelExpo Ankara 2025, en su 8ª edición, se celebrará del 20 al 22 de noviembre de 2025 en el centro de congresos ATO Congressium en Ankara, Turquía. Organizada por Atis Fuarçılık A.Ş. con el respaldo del Ministerio de Cultura y Turismo de Turquía, esta feria se ha consolidado como una de las principales plataformas turísticas del país.

La feria abarca una amplia gama de sectores turísticos, incluyendo turismo de destino, cultural, de salud, de congresos, deportivo, de invierno, de camping y de caravanas. Además, ofrece oportunidades de networking a través de reuniones B2B con operadores turísticos, agencias de viajes y profesionales del sector de diversos países.

### Tendencias

En 2024, el mercado emisor turco continúa mostrando una evolución significativa, influenciada por factores como los requisitos de visado, cambios en las preferencias de viaje y un aumento en el gasto turístico.

39

#### Preferencia por destinos sin visado

La dificultad para obtener visados Schengen sigue siendo un factor determinante en la elección de destinos internacionales por parte de los turistas turcos. Como resultado, se observa una creciente inclinación hacia países que no requieren visado, como Serbia, Bosnia y Herzegovina, Montenegro, Georgia y Albania. Actualmente, los ciudadanos turcos pueden viajar sin visado a 72 países, lo que ha llevado a las agencias de viajes a promover activamente paquetes turísticos bajo la etiqueta "viajes sin visado", facilitando así la planificación de viajes para los turistas turcos.

#### Aumento en el gasto turístico

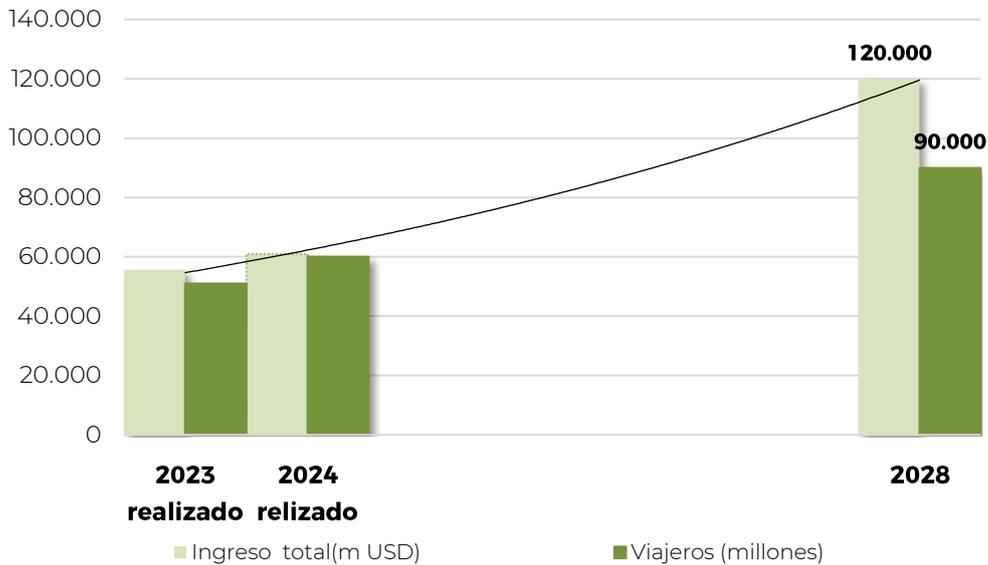
El gasto medio diario por visitante internacional en Turquía alcanzó los 97 dólares en 2024, marcando un récord histórico. Este incremento refleja una tendencia hacia viajes de mayor calidad y menor duración, con turistas que buscan experiencias más exclusivas y enriquecedoras.

#### Destinos preferidos y comportamiento de alojamiento

Los destinos cercanos y culturalmente accesibles, como Irak, Bulgaria, Georgia y Grecia, siguen siendo populares entre los turistas turcos. Además, se observa un cambio en las preferencias de alojamiento, con un aumento en la elección de hoteles sobre otras formas de hospedaje, aunque las estancias en casas de conocidos aún representan una parte considerable del comportamiento de alojamiento, reflejando la importancia de la hospitalidad y los lazos personales en la cultura turca.

### Turquía como Competidor: Previsiones

Previsiones del mercado receptivo turco



40

Fuente: TGA.gov

Turquía continúa avanzando según los objetivos establecidos en el 12.º Plan de Desarrollo (2024-2028), anunciado el año pasado, sin que se hayan realizado cambios oficiales en sus metas estratégicas. El plan mantiene como prioridad aumentar los ingresos turísticos desde los 55,6 mil millones de dólares registrados en 2023 hasta 100 mil millones en 2028, junto con un objetivo de 82,3 millones de visitantes para ese año. Además, se prevé un gasto promedio por viajero de 1.215 dólares, un ingreso promedio por noche de 129 dólares y una duración media de estancia de 9,4 noches. El plan sigue centrado en la transformación verde y digital, la diversificación del turismo y la expansión hacia nuevos mercados, especialmente en América y Asia Oriental. Aunque no se han anunciado modificaciones hasta la fecha, se espera que la implementación se adapte de manera dinámica a la evolución del sector y las condiciones globales.

Programa de Turismo Sostenible:

Turquía está intensificando las iniciativas para integrar el sector turístico con los principios de sostenibilidad. Esto incluye la promoción del turismo ecológico bajo el marco del “Programa de Turismo Sostenible”, que fue desarrollado en cooperación con el Consejo Mundial de Turismo Sostenible (GSTC). Este programa tiene como objetivo garantizar que todos los establecimientos turísticos y operadores cumplan criterios de sostenibilidad reconocidos internacionalmente antes de 2030. Además, se está trabajando en la gestión eficiente de recursos naturales como agua y energía, la reducción de emisiones de carbono, la gestión responsable de residuos y la protección de la biodiversidad local. La certificación progresiva de alojamientos turísticos y la

sensibilización de los viajeros sobre prácticas responsables forman parte integral de esta estrategia<sup>1</sup>.

El desarrollo de rutas culturales y turísticas sigue siendo una estrategia clave para aumentar tanto la duración de las estancias como el gasto turístico. Este plan también busca ampliar la capacidad y la calidad del turismo turco, reforzando la formación y las competencias del personal del sector para garantizar un servicio de alta calidad y la satisfacción del turista.

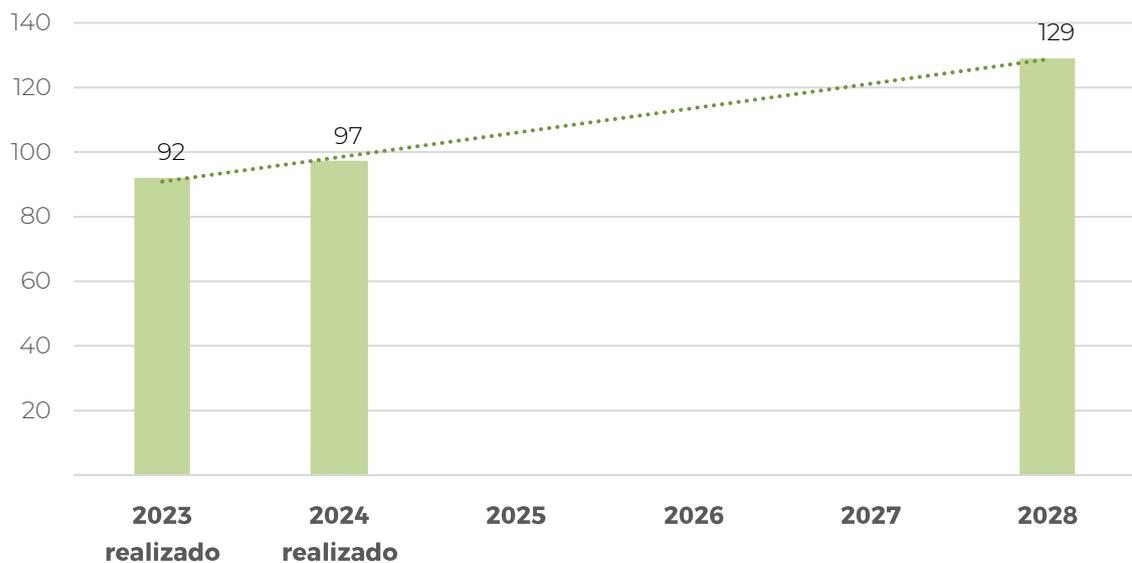
Se prevé la ampliación de las capacidades operativas de aerolíneas como Turkish Airlines, SunExpress, Pegasus y Air Europa, así como la mejora de la infraestructura y la eficiencia operativa de los aeropuertos. Además, se construirán nuevos puertos para cruceros y se fortalecerá la red nacional de autopistas.

El objetivo es aumentar la capacidad de alojamiento con licencia del Ministerio de Cultura y Turismo hasta 2.250.000 plazas para el año 2028.

Se llevará a cabo la transformación de las escuelas secundarias de turismo y de las escuelas técnicas y profesionales de Anatolia para formar personal más especializado y adaptado a las nuevas exigencias del sector.

Previsiones del gasto medio por viajero pp 2023-2028

41



Fuente: TGA.gov

<sup>1</sup> <https://tga.gov.tr/surdurulebilir-turizm-programi/>

# ANÁLISIS DEL MERCADO EMISOR HACIA ESPAÑA

## Posicionamiento e imagen de España.

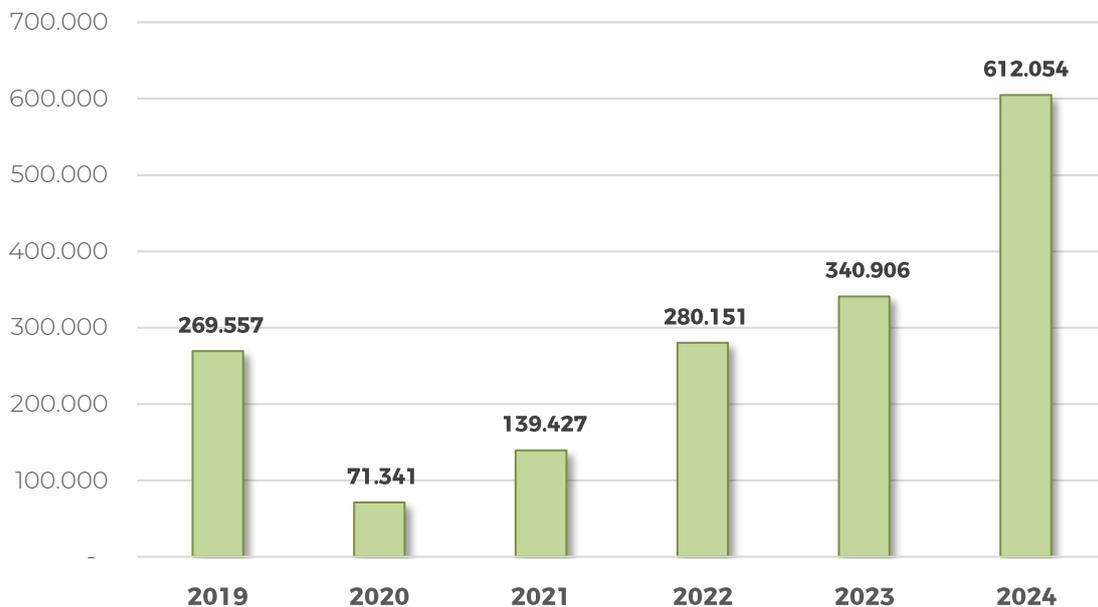
En 2024, la imagen de España en Turquía ha seguido fortaleciéndose gracias a un vibrante intercambio cultural en las áreas de deporte, entretenimiento y gastronomía. En el ámbito deportivo, futbolistas turcos como Arda Güler siguen destacando en La Liga, atrayendo la atención mediática turca y reforzando los vínculos entre ambos países. La victoria de España en la Eurocopa 2024 también ha incrementado la visibilidad del fútbol español, avivando el interés y la admiración por la selección nacional.

En el sector audiovisual, Netflix ha ampliado significativamente su oferta de producciones españolas en Turquía durante 2024, sumando títulos exitosos como Berlín, El Silencio y Los Farad, lo que ha consolidado el atractivo de las historias y el talento español entre los espectadores turcos.

Un hito destacado en la gastronomía fue la participación de España en la feria internacional Gastromasa 2024, celebrada en Estambul los días 13 y 14 de noviembre. Entre los representantes más destacados figuraron Paolo Casagrande, chef del restaurante Lasarte (Barcelona) galardonado con tres estrellas Michelin, y Vicky Sevilla, la chef más joven de España en lograr una estrella Michelin. Ambos ofrecieron ponencias sobre la creatividad culinaria y las innovaciones de la cocina española, subrayando la relevancia y sofisticación de la gastronomía ibérica en un foro internacional clave.

42

Turistas turcos a España



Fuente: INE (Frontur)

En el análisis del flujo turístico de residentes turcos hacia España durante los años 2023 y 2024, se observa un aumento notable: el número de turistas turcos pasó de 340.906 en



# INFORME BÁSICO DEL MERCADO

## TURQUÍA 2025

2023 a 604.676 en 2024, lo que representa un incremento del 77,3%. Este crecimiento refleja una recuperación sólida del interés por España en el mercado turco, impulsado probablemente por la reactivación de rutas aéreas y una mayor normalización en los trámites de viaje.

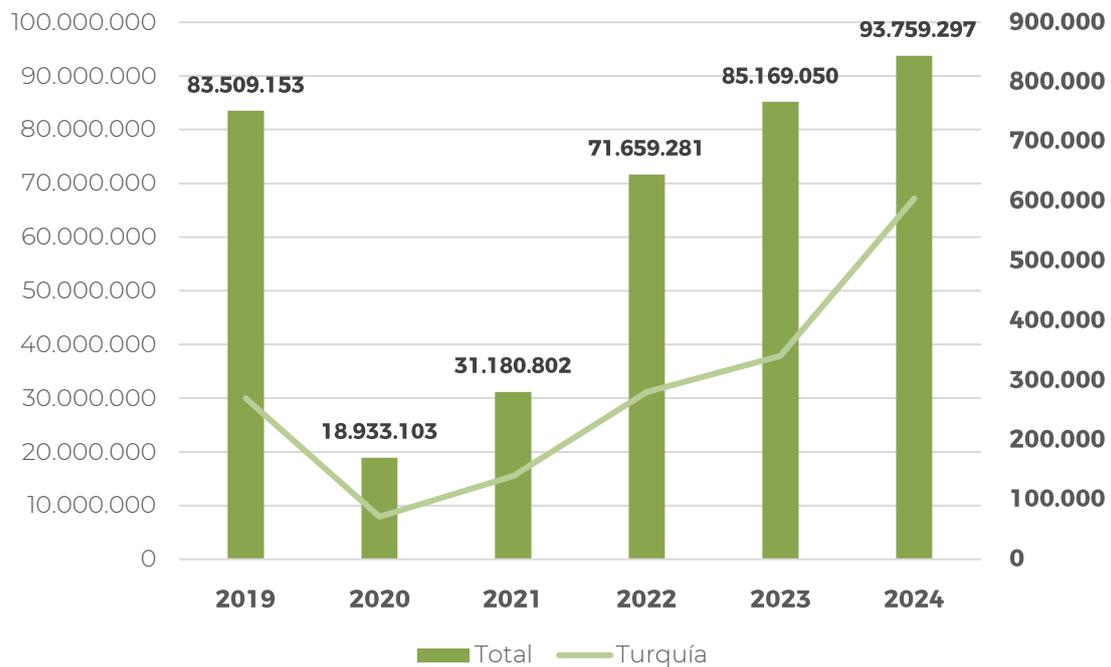
	Turistas internacionales total	Turistas residentes en Turquía	% sobre numero turistas internacionales
2019	83.509.153	269.557	0,32%
2020	18.933.103	71.341	0,38%
2021	31.180.802	139.427	0,45%
2022	71.659.281	280.151	0,39%
2023	85.169.050	340.906	0,40%
2024	93.759.297	604.676	0,40%

Fuente: INE (Egatur)

La proporción de turistas turcos sobre el total de turistas internacionales se mantuvo estable, en torno al 0,40%. Aunque este porcentaje no varió, el aumento en volumen absoluto indica que Turquía sigue siendo un mercado relevante que merece atención para mantener esta tendencia positiva.

43

Visitantes a España vs. turistas residentes en Turquía



Fuente: INE (Egatur)

Al analizar los datos de turismo hacia España entre 2019 y 2024, se observa que, mientras el número total de turistas internacionales creció de 83,5 millones en 2019 a 93,7 millones en 2024 (un incremento del 12,2%), el número de turistas procedentes de Turquía pasó de 269.557 a 604.676 en el mismo período, lo que representa un aumento mucho más pronunciado del 124,3%. *Esto indica que el mercado turco ha crecido a un ritmo casi diez*



*veces superior al promedio general, consolidándose como un emisor emergente de gran interés para España.*

Aunque los viajeros turcos todavía representan solo un pequeño porcentaje del total (0,40% en 2024, similar al 0,32% en 2019), la aceleración de su crecimiento resalta el potencial de este mercado. Para aprovechar esta tendencia, resulta clave reforzar las conexiones aéreas, simplificar los procesos de visado y diseñar productos adaptados al perfil y las expectativas del turista turco.

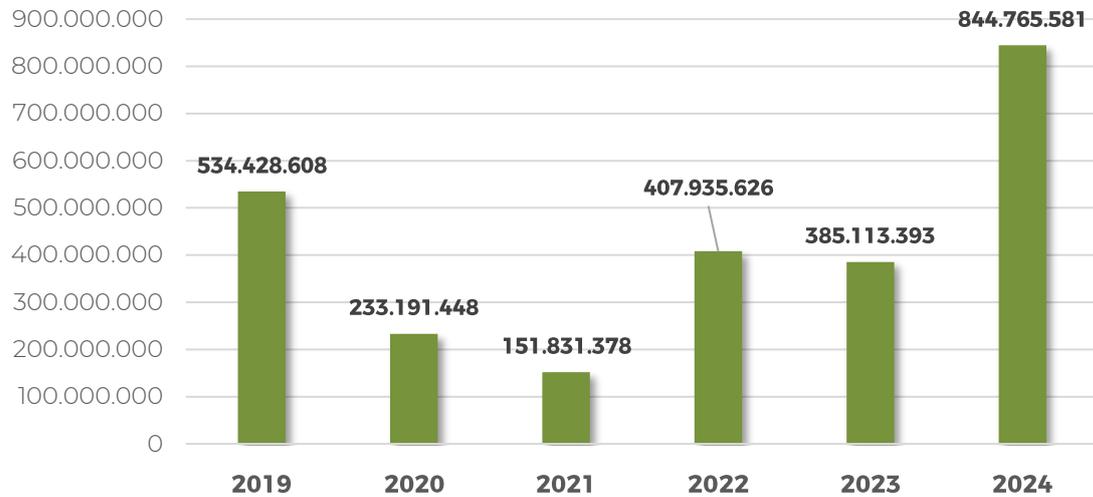
### Llegadas a España desde Europa según país de residencia

	2024
<b>Reino Unido</b>	<b>18.382.262</b>
<b>Francia</b>	<b>12.922.998</b>
<b>Alemania</b>	<b>11.939.029</b>
<b>Italia</b>	<b>5.497.603</b>
<b>Países Nórdicos</b>	<b>5.126.210</b>
<b>Países Bajos</b>	<b>4.785.046</b>
<b>Bélgica</b>	<b>3.060.120</b>
<b>Portugal</b>	<b>2.983.889</b>
<b>Irlanda</b>	<b>2.768.496</b>
<b>Polonia</b>	<b>2.443.352</b>
<b>Suiza</b>	<b>2.123.049</b>
<b>Austria</b>	<b>1.231.616</b>
<b>República Checa</b>	<b>743.980</b>
<b>Rumania</b>	<b>667.043</b>
<b>Andorra</b>	<b>616.414</b>
<b>Turquia</b>	<b>612.054</b>
<b>Hungría</b>	<b>538.538</b>
<b>Rusia</b>	<b>363.859</b>
<b>Eslovaquia</b>	<b>256.773</b>
<b>Luxemburgo</b>	<b>230.807</b>

Fuente: INE (Egatur)

En 2024, Turquía ocupó el puesto 16 entre los países europeos que más turistas enviaron a España, con un total de 612.054 visitantes. Este volumen sitúa a Turquía ligeramente por debajo de Andorra (616.414) y por encima de Hungría (538.538), dentro de un contexto liderado ampliamente por Reino Unido (18.382.262), Francia (12.922.998) y Alemania (11.939.029). Aunque la distancia numérica entre Turquía y los principales mercados emisores sigue siendo considerable, su posición en el ranking europeo destaca su importancia creciente como mercado emergente para el turismo español.

Gasto de residentes en turquia (euros)

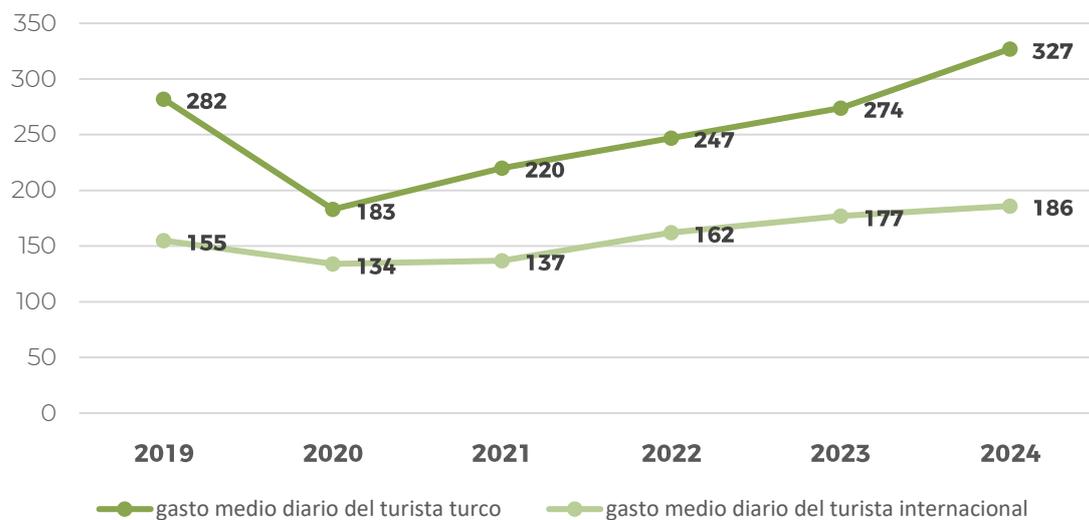


Fuente: INE (Egatur)

45

Entre 2023 y 2024, el número de turistas residentes en Turquía que viajaron a España pasó de 340.906 a 604.676, lo que representa un impresionante aumento del 77%. Este crecimiento vino acompañado de un incremento notable en el gasto total: de 385,1 millones de euros en 2023 a 844,8 millones de euros en 2024, más del doble (+119%). Si lo comparamos con los niveles prepandémicos de 2019, cuando el gasto fue de 534,4 millones de euros, el año 2024 marca un avance del 58% por encima de ese punto de referencia. Este crecimiento confirma que el mercado turco ha recuperado fuerza y se perfila como un segmento en expansión dentro del turismo hacia España, lo que subraya la importancia de seguir aplicando estrategias específicas para atraer y mantener este flujo creciente.

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



Fuente: INE (Egatur)

En 2024, el gasto medio diario de los turistas turcos alcanzó un máximo histórico de **327 euros**, frente a los **186 euros** del gasto medio diario de los turistas internacionales. Esto representa un gasto aproximadamente **75,8% superior** por parte de los turistas turcos respecto al promedio internacional, marcando la mayor diferencia registrada en el periodo analizado.

La evolución temporal muestra una recuperación notable tras la pandemia. Después de experimentar una caída en 2020-2021 (con mínimos de 183 y 220 euros respectivamente), el gasto medio diario del turista turco ha mostrado un crecimiento sostenido y acelerado: de 247 euros en 2022 a 274 euros en 2023 (incremento del 10,9%) y alcanzando 327 euros en 2024 (incremento del 19,3% respecto a 2023).

El contraste con el gasto del turista internacional es especialmente significativo. Mientras que el turista internacional mantuvo un gasto relativamente estable entre 2019-2024 (oscilando entre 134-186 euros diarios), el turista turco no solo recuperó, sino que superó sustancialmente los niveles pre-pandemia, alcanzando en 2024 cifras un 16% superiores a las de 2019 (282 euros).

Esta diferencia de gasto se ha ampliado progresivamente:

- **2019:** Diferencia del 82% (282€ vs 155€)
- **2022:** Diferencia del 52% (247€ vs 162€)
- **2023:** Diferencia del 55% (274€ vs 177€)
- **2024:** Diferencia del 76% (327€ vs 186€)

Fuente: INE (Frontur)

### Datos primeros meses 2025

La evolución de las visitas de turistas residentes en Turquía a España durante los primeros tres meses muestra una tendencia de crecimiento sostenido, aunque con variaciones interanuales. En 2024, el primer trimestre registró un total de **147.320 visitantes**, distribuidos en 13.569 visitantes en enero, 63.245 en febrero y 70.507 en marzo, lo que representó un crecimiento notable especialmente en los meses de febrero y marzo.

Para 2025, el primer trimestre presenta un total de **131.876 visitantes**, lo que indica una ligera disminución del **10,5%** respecto al mismo período de 2024. La distribución mensual muestra 19.143 visitantes en enero (un incremento del 41% respecto a enero 2024), 45.407 en febrero (una reducción del 28% respecto a febrero 2024) y 67.327 en marzo (una disminución del 4,5% respecto a marzo 2024).

Comparando la evolución histórica de los primeros tres meses, 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 del **97%** y subrayando una recuperación robusta en el sector turístico tras los retos enfrentados en años anteriores.

El año 2024 continuó con esta tendencia positiva de crecimiento, alcanzando 147.320 visitantes en el primer trimestre, lo que representó un aumento del **104%** respecto a 2023,

casi duplicando las cifras del año anterior. Sin embargo, 2025 muestra una moderación en el crecimiento, manteniéndose en niveles elevados pero registrando una contracción del 10,5% que podría atribuirse a factores como la estabilización del mercado tras el fuerte crecimiento de 2024, posibles ajustes en la conectividad aérea, o variaciones en las condiciones económicas y de tipo de cambio entre ambos países.

A pesar de esta ligera disminución en 2025, las cifras continúan siendo significativamente superiores a los niveles pre-2024, confirmando que España mantiene su posición como destino preferencial para los turistas residentes en Turquía.

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

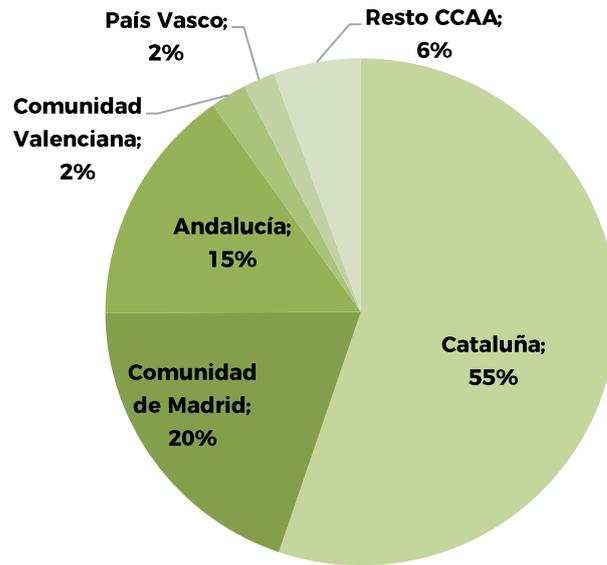
Destinos españoles preferidos por los residentes turcos			
	2022	2023	2024
<b>Cataluña</b>	<b>133.639</b>	<b>150.239</b>	<b>333.836</b>
<b>Comunidad de Madrid</b>	<b>30.761</b>	<b>67.112</b>	<b>119.268</b>
<b>Andalucía</b>	<b>68.074</b>	<b>79.734</b>	<b>92.134</b>
<b>Comunidad Valenciana</b>	<b>9.210</b>	<b>25.315</b>	<b>13.895</b>
<b>País Vasco</b>	<b>10.993</b>	<b>5.613</b>	<b>12.124</b>
<b>Resto CCAA</b>	<b>27.473</b>	<b>12.893</b>	<b>33.418</b>
<b>Todas</b>	<b>280.151</b>	<b>340.906</b>	<b>604.676</b>

Fuente: INE

Atendiendo a las estadísticas del INE, los destinos que visitan los residentes en Turquía en España muestran cambios relevantes en 2024. Cataluña sigue a la cabeza como la comunidad autónoma preferida, pasando de 150.239 visitantes en 2023 a un impresionante total de 333.836 en 2024. Esta cifra confirma que Barcelona y su entorno mantienen su enorme poder de atracción, gracias a una combinación de patrimonio cultural, diseño arquitectónico y una reputación internacional consolidada.

La Comunidad de Madrid también refuerza su posición, con un salto significativo de 67.112 visitantes en 2023 a 119.268 en 2024, impulsada probablemente por su variada oferta de ocio, gastronomía y eventos internacionales. Andalucía continúa mostrando cifras sólidas, alcanzando 92.134 visitantes en 2024, consolidándose como uno de los destinos favoritos gracias a su riqueza histórica y su ambiente festivo.

Por su parte, la Comunidad Valenciana experimentó una disminución, pasando de 25.315 visitantes en 2023 a 13.895 en 2024, lo que sugiere una posible redistribución del interés turístico hacia otras regiones. En contraste, el País Vasco registró una recuperación notable, con 12.124 visitantes en 2024 frente a los 5.613 del año anterior. Finalmente, las demás comunidades autónomas ("Resto CCAA") también mostraron un repunte, alcanzando 33.418 visitantes. Este panorama confirma que, aunque Cataluña y Madrid siguen siendo los líderes indiscutibles, otras regiones están recuperando atractivo y compitiendo por captar la atención del viajero turco.

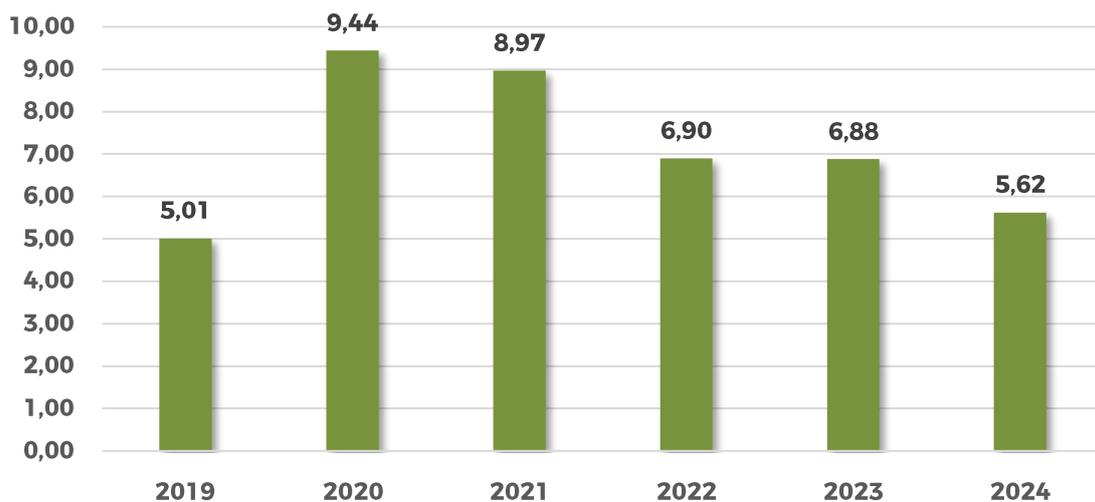


Fuente: INE (Frontur)

48

En 2024, los turistas residentes en Turquía mostraron una clara preferencia por Cataluña, que concentró el 55% del total de las visitas, confirmándose como el destino principal gracias a su atractiva combinación de cultura, gastronomía y ocio. La Comunidad de Madrid ocupó el segundo lugar con un 20%, seguida por Andalucía con un 15%, reflejando el interés sostenido por las propuestas culturales y de entretenimiento que ofrecen estas regiones. En menor medida, la Comunidad Valenciana y el País Vasco registraron cada una un 2% de las visitas, mientras que el conjunto del resto de las comunidades autónomas sumó un 6%.

### Pernoctación media del residente turco en España



Fuente: INE (Frontur)

El análisis de la pernoctación media del residente turco en España revela una evolución marcada por fluctuaciones notables entre 2019 y 2024. En 2019, la media se situaba en 5,01 noches, mientras que en 2020 alcanzó un pico excepcional de 9,44 noches, probablemente condicionado por circunstancias extraordinarias derivadas de la pandemia. A partir de ahí, se observó una tendencia descendente: 8,97 noches en 2021, 6,90 en 2022, y 6,88 en 2023. Finalmente, en 2024, la media cayó a 5,62 noches, acercándose nuevamente a los niveles prepandémicos.

### Capacidades aéreas

Según los últimos datos publicados por Turespaña en el informe de capacidad aérea de mayo de 2025, Turquía ocupa una posición destacada con un total de 132.316 asientos previstos en vuelos hacia España durante el mes, lo que representa un aumento interanual del 7,2% en comparación con mayo de 2024. Este crecimiento sitúa a Turquía como uno de los mercados emisores con mejor desempeño en términos de incremento de capacidad aérea, reforzando la importancia estratégica del corredor aéreo entre ambos países. En términos de peso relativo, Turquía supone el 1,1% del total de asientos internacionales previstos hacia España en mayo de 2025, consolidando su papel como un mercado emisor relevante dentro del panorama turístico español.

49

VUELOS SEMANALES ENTRE TURQUÍA Y ESPAÑA					
	Turkish Airlines	Pegasus	Air Europa	Vueling	Sun Express
Estambul - Madrid	24	11	7		
Estambul - Barcelona	25	10		7	
Estambul - Bilbao	4				
Estambul - Málaga	14				
Estambul - Valencia	14				
Estambul - Sevilla	*	7			
Esmirna - Madrid					2
Esmirna - Barcelona					3
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>28</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>5</b>
			<b>128</b>		

Fuente: Google Flights. \*Turkish Airlines comienza a operar IST-SVQ desde Septiembre 2025

En 2024, la capacidad aérea entre Turquía y España alcanzó un total de 128 vuelos semanales, lo que marca una conectividad aérea robusta y en constante evolución. Turkish Airlines lidera esta oferta con 81 vuelos semanales: 24 vuelos a Madrid, 25 a Barcelona, 4 a Bilbao, 14 a Málaga y 14 a Valencia. Pegasus ofrece un total de 28 vuelos semanales, incluidos 11 a Madrid, 10 a Barcelona y 7 a Sevilla. Por su parte, SunExpress conecta Esmirna con Madrid (2 vuelos semanales) y Barcelona (3 vuelos semanales), sumando 5 vuelos semanales en total. Cabe destacar la entrada reciente de Air Europa y Vueling en el mercado turco: Air Europa realiza actualmente 7 vuelos semanales entre Estambul y Madrid, mientras que Vueling opera 7 vuelos semanales entre Estambul y Barcelona.

Estas nuevas rutas son especialmente significativas, ya que tanto Air Europa como Vueling comenzaron sus operaciones entre Turquía y España en 2024, ampliando así la oferta de vuelos directos y aumentando la competencia en el mercado. Asimismo, Pegasus lanzó sus esperadas rutas directas desde Estambul a Sevilla en 2024, con 7



vuelos semanales, consolidando esta ciudad andaluza como un nuevo punto clave en la conectividad bilateral. La combinación de estos nuevos servicios ha incrementado notablemente la capacidad aérea, mejorando la accesibilidad para los viajeros tanto de negocios como de ocio y contribuyendo al crecimiento del turismo y las relaciones comerciales entre ambos países.

### 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 29 países europeos sin controles fronterizos entre ellos. A partir del 1 de enero de 2025, Bulgaria y Rumania se incorporaron como miembros plenos del espacio Schengen, ampliando el área que anteriormente contaba con 27 países. Los países miembros son: Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Croacia, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Islandia, Italia, Letonia, Liechtenstein, Lituania, Luxemburgo, Malta, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal, República Checa, Rumania, Suecia y Suiza.

50

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.

A nivel global, el año 2024 marcó una recuperación notable en la emisión de visados españoles. El total de visados expedidos alcanzó **1.549.314**, representando un incremento del **46%** respecto a los 1.063.091 visados de 2023. Esta cifra incluso supera los niveles pre-pandemia de 2022 (1.119.149 visados) en un 38%.

La edad media de los solicitantes a nivel mundial se mantuvo estable en **35 años**, mientras que el porcentaje de mujeres solicitantes experimentó un incremento significativo, pasando del 49% en años anteriores al **55% en 2024**.

En 2024, los consulados españoles en Turquía, situados en Estambul y Ankara, experimentaron un crecimiento excepcional en la emisión de visados. Se emitieron un total de **44.812 visados**, lo que representa un incremento extraordinario del **55%** en comparación con los 28.931 visados emitidos en 2023. Este notable crecimiento supera significativamente el incremento del 8% registrado entre 2022 y 2023, cuando se pasó de 26.823 a 28.931 visados.

Los visados de corta duración siguieron la misma tendencia alcista, aumentando de 27.234 en 2023 a **42.548 en 2024**, lo que representa un crecimiento del **56%**. La edad media de los solicitantes experimentó un ligero descenso, pasando de 34 años en 2022 y 2023 a **33 años en 2024**.

El porcentaje de mujeres solicitantes continuó su tendencia creciente, alcanzando el **48% en 2024**, frente al 47% de 2023 y el 45% de 2022, lo que refleja una progresiva equiparación de género en las solicitudes de visado.

### Número de visados expedidos, edad media y variación interanual por país de nacionalidad.

	Numero de visados expedidos			Edad media			% Mujeres		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024
<b>Total</b>	<b>1.119.149</b>	<b>1.063.091</b>	<b>1.549.314</b>	<b>34</b>	<b>35</b>	<b>35</b>	<b>49%</b>	<b>49%</b>	<b>55%</b>
<b>Turquía</b>	<b>26.823</b>	<b>28.931</b>	<b>44.812</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>33</b>	<b>45%</b>	<b>47%</b>	<b>48%</b>
<b>Corta duración</b>	<b>25.132</b>	<b>27.234</b>	<b>42.548</b>	<b>35</b>	<b>35</b>	<b>34</b>	<b>44%</b>	<b>46%</b>	<b>48%</b>

Fuente: Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones

En febrero de 2020 se actualizó el Código de Visados para que las personas que viajan con frecuencia al espacio Schengen puedan optar a un visado de entrada múltiple (visado uniforme) cuyo periodo de validez puede ir aumentando gradualmente desde un año hasta un máximo de cinco años. Aunque los visados de múltiple entrada con periodo de validez de 6 meses a 1 año siguen siendo mayoritarios.

### Procedimiento para obtener un visado para España

El primer paso fundamental para solicitar un visado Schengen en Turquía es reservar una cita a través del sistema oficial de BLS International, la entidad autorizada para gestionar las solicitudes de visado para España. Las citas se realizan exclusivamente a través de la plataforma en línea <https://blsspainvisa.com>.

El sistema de BLS muestra un calendario con disponibilidad de citas para un período de aproximadamente un mes. Sin embargo, una de las principales dificultades que enfrentan los solicitantes es la alta demanda: el calendario suele aparecer completamente lleno, y cuando se liberan nuevas fechas o se cancelan citas, estas se ocupan casi de inmediato. Por ello, se recomienda a los solicitantes consultar la plataforma de forma regular y actuar con rapidez en cuanto aparezca un espacio disponible.

Esta situación ha generado frecuentes retrasos e incertidumbre entre los solicitantes turcos, lo que también refleja la fuerte demanda actual de visados hacia España.

#### DOCUMENTOS REQUERIDOS POR EL CONSULADO PARA EL VISADO SCHENGEN TURÍSTICO

1. PASAPORTE: Válido al menos 105 días desde la fecha prevista de regreso, con al menos 2 páginas en blanco contiguas para colocar el visado y una antigüedad no superior a 10 años. No se aceptan pasaportes dañados.
2. FOTOGRAFÍA: Dos (2) fotos biométricas sin gafas, fondo blanco, de 3,5 x 4,5 cm, tomadas en los últimos 3 meses y que muestren los hombros. El rostro no debe estar cubierto; en caso de uso de velo, la cara debe ser visible hasta las cejas. No se aceptan fotos retocadas, borrosas o demasiado brillantes.
3. FORMULARIO DE SOLICITUD: Debe descargarse desde la web de BLS y completarse de forma legible. La última página debe estar firmada por el solicitante (ambos padres si es menor). No se aceptan formularios no firmados. Si se solicita en nombre de otra persona que haya obtenido una visa Schengen en los últimos 3 años, se requiere una carta de autorización.
4. RESERVA DE VUELO/TRANSPORTE: Documento que acredite el transporte de ida y vuelta con código PNR y nombre del pasajero. Si se viaja a otros países,

también deben incluirse esas reservas. Para otros transportes (autobús, tren), se deben aportar los billetes y detalles del vehículo (matrícula, licencia, visado).

5. ALOJAMIENTO: Reserva confirmada que cubra todo el viaje, con los nombres completos de los pasajeros. Si viaja a otros países, también se requieren esas reservas. El país en el que se pase más tiempo debe ser España; si no, el consulado podría rechazar la solicitud. No se aceptan capturas de pantalla ni correos electrónicos.
6. SEGURO DE VIAJE: Póliza impresa, sellada y firmada, con cobertura mínima de 30.000 euros para gastos médicos y repatriación.
7. EXTRACTO BANCARIO: Últimos 3 meses, sellado y firmado por el banco, no más antiguo de 7 días.
8. CARTA DE INTENCIÓN: Redactada en inglés o español explicando el motivo del viaje.
9. CARTA DEL EMPLEADOR: En papel membretado, firmada y sellada, indicando permiso para viajar. Si está en turco, se requiere traducción (no jurada).
10. FORMULARIO SGK: Con código de barras. Contratos de trabajo para empleados contratados.
11. RESUMEN SGK: Con código de barras, descargado de e-Devlet. También aplicable a propietarios y empleados públicos.
12. NÓMINAS: Últimos 3 meses, firmadas y selladas.
13. CERTIFICADO DE ACTIVIDAD: Original o copia electrónica, reciente, emitido por la cámara correspondiente.
14. DIARIO OFICIAL: Fotocopia donde aparezca el nombre del solicitante como socio (si aplica).
15. CIRCULAR DE FIRMAS: Fotocopia de la primera página con el nombre de la empresa y la página con las firmas.
16. LICENCIA FISCAL: Actual y con código de barras.
17. JUBILADOS: Documento de jubilación y extracto bancario de la cuenta donde se deposita la pensión.
18. ESTUDIANTES: Certificado de estudiante (con código de barras si es electrónico) + fotocopia del documento de identidad de los padres.
19. NO TRABAJADORES: Carta de patrocinio (padre/madre/cónyuge) + documentos financieros.
20. AGRICULTORES: Certificado de la cámara agrícola. No se aceptan capturas de pantalla.
21. CUENTA BANCARIA: Solo bancos turcos. Extracto reciente con sello y firma, no se aceptan cuentas corporativas ni extractos de tarjeta de crédito.
22. SITUACIÓN FINANCIERA ADICIONAL: Fotocopias de escrituras, matrícula de vehículo, etc. (opcional).
23. AUTORIZACIÓN NOTARIAL: Para menores que viajan solos o con un solo progenitor. Debe especificar destino y acompañantes.

24. CERTIFICADO DE MATRIMONIO: Si su cónyuge no figura en el registro civil, se requiere este certificado.
25. CERTIFICADO DE RESIDENCIA: Emitido por el mukhtar o desde e-Devlet, obligatorio incluso para extranjeros.
26. CERTIFICADO DE REGISTRO CIVIL: Original, mostrando a toda la familia.
27. PASAPORTE/IDENTIDAD Y EXTRANJEROS: Fotocopia de todas las páginas y visas; permiso de residencia válido (mínimo 105 días tras el regreso).
28. PAGO DE TASAS: La tasa de visa y el cargo de servicio se pagan en dólares; otros gastos, en liras turcas (TL) en efectivo en BLS. No reembolsable.

Se desconoce si será posible modificar la explicación e instrucciones para obtener un visado, pero es evidente el desánimo que enfrenta cualquier persona que desea viajar a nuestro país. Hay ciertas excepciones, como los pasaportes "verdes" del personal funcionario o al servicio de la administración turca, que están exentos de solicitar este visado. Sin embargo, es importante verificar si hay alguna forma de replicar la experiencia de Grecia, que ha aumentado el número de turistas turcos de 87,000 en 2021 a más de 890,000 en 2023. O su capacidad, en 29024, para expedir más de 264.000 visados en 2024. Parece que las autoridades de la República Helénica han expedido visados específicos para visitar determinadas islas griegas, con una regulación y control más flexible que los visados Schengen generales.

## CONCLUSIONES Y VALORACIÓN

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

El año 2024 ha marcado un hito importante en las relaciones turísticas entre España y Turquía, con un crecimiento del 77,3% en el número de visitantes y una duplicación del gasto total. Este incremento notable supera significativamente el crecimiento promedio del turismo internacional hacia España, consolidando una tendencia ascendente que se inició tras la recuperación post-pandemia.

La diversificación de las motivaciones de viaje refleja la maduración del mercado turco. El turismo cultural continúa siendo predominante, especialmente hacia Barcelona, Madrid y Granada, potenciado por la creciente influencia de las producciones españolas en plataformas de streaming que han consolidado el atractivo de la cultura española entre los espectadores turcos.

El turismo gastronómico experimenta un auge notable, evidenciado por la participación destacada de España en ferias internacionales como Gastromasa 2024 en Estambul, donde chefs españoles con estrellas Michelin presentaron la sofisticación de la cocina ibérica. Destinos como San Sebastián, Madrid y Barcelona atraen cada vez más a turistas que buscan experiencias culinarias premium.

El turismo deportivo se fortalece gracias a figuras como Arda Güler en La Liga y eventos de alto impacto como la victoria española en la Eurocopa 2024, atrayendo aficionados hacia competiciones emblemáticas. El turismo MICE también gana relevancia,

aprovechando la mejora en conectividad aérea y la consolidación de España como destino para eventos internacionales.

Los primeros trimestres muestran una evolución positiva sostenida, aunque con cierta moderación en 2025 que sugiere una estabilización del mercado tras el fuerte crecimiento precedente, manteniéndose en niveles significativamente superiores a períodos anteriores.

### Perfil

El análisis revela dos perfiles diferenciados de turistas turcos, cada uno con características económicas y comportamentales específicas que requieren estrategias adaptadas.

El primer segmento está compuesto por viajeros con poca experiencia internacional, principalmente interesados en turismo cultural estructurado. Prefieren paquetes turísticos organizados que les proporcionen seguridad y asistencia integral, especialmente debido a las barreras lingüísticas. Este grupo busca experiencias que les permitan explorar el rico patrimonio histórico y artístico español de manera guiada y sin complicaciones logísticas.

El segundo segmento lo forman viajeros experimentados con amplia experiencia europea, muchos poseedores de visados Schengen de múltiples entradas. Organizan viajes independientes y personalizados, con intereses diversificados que incluyen turismo gastronómico, deportivo, educativo y de compras. Este grupo se caracteriza por una capacidad de gasto excepcional que supera significativamente el promedio internacional.

Las características demográficas muestran un perfil relativamente joven con una distribución equilibrada entre géneros. El gasto medio diario confirma que los turistas turcos representan un mercado premium con una disposición excepcional al gasto que contribuye desproporcionadamente a la economía turística local.

La distribución geográfica de preferencias muestra una concentración en destinos consolidados, con Cataluña liderando ampliamente, seguida por Madrid y Andalucía. Esta concentración evidencia tanto la fortaleza de ciertos destinos como oportunidades para diversificación regional.

### Tendencias y Productos

La infraestructura aérea entre ambos países ha experimentado una expansión notable, alcanzando un nivel de conectividad robusto con incorporaciones estratégicas de nuevas aerolíneas y rutas. Air Europa, Vueling y Pegasus han ampliado significativamente la oferta, mejorando la accesibilidad y diversificando las opciones de conectividad hacia diferentes destinos españoles.

El incremento notable en la emisión de visados evidencia una demanda creciente que se enfrenta a dificultades administrativas que merecen atención. El proceso actual requiere una extensa documentación específica, y la alta demanda del sistema BLS está generando tiempos de espera prolongados para los solicitantes. La escasez de citas disponibles ha propiciado el surgimiento de prácticas no deseadas, donde agencias utilizan sistemas automatizados para reservar citas que posteriormente ofrecen a precios elevados, creando un mercado paralelo que encarece artificialmente el proceso.

Esta situación presenta una oportunidad de optimización importante para turistas con alto poder adquisitivo. La demanda latente es considerable, sugiriendo que mejoras en la eficiencia del proceso podrían traducirse en un incremento significativo del flujo turístico de este segmento de alto valor.

En términos de productos, se identifican oportunidades claras para experiencias gastronómicas premium, turismo deportivo vinculado a eventos de élite, programas educativos especializados y ofertas MICE adaptadas al creciente sector empresarial turco. La diversificación geográfica presenta potencial, especialmente en regiones como Andalucía y País Vasco.

Turquía se posiciona favorablemente entre los mercados emisores europeos, superando a varios países en volumen de visitantes y mostrando un perfil de crecimiento que la distingue como mercado emergente de gran interés. El desafío estratégico consiste en capitalizar este crecimiento y el perfil de alto valor económico para consolidar a España como destino preferencial.

Las estrategias futuras deberían enfocarse en la simplificación de procesos administrativos, intensificación de la presencia digital, ampliación de la participación en ferias especializadas, desarrollo de productos premium adaptados al alto poder adquisitivo y fomento de la conectividad hacia destinos secundarios. El mercado turco se perfila como un motor de crecimiento fundamental con potencial de multiplicar significativamente su contribución mediante estrategias específicas adaptadas a este segmento de excepcional valor económico.

55

### Actividad de Promoción

La promoción de España como mercado turístico debería poder canalizar adecuadamente el enorme potencial que ofrece un país como Turquía. Además de trabajar en apoyo de los consulados de España en Estambul y Ankara que precisan de refuerzos de personal para asumir la ingente tarea de tramitación de visados y permitir la organización adecuada de los viajes a España, la OET de Roma, encargada de esta promoción, ha desarrollado una intensa actividad de formación y relaciones con el sector turístico emisor (agentes de Viajes y operadores aéreos) para comunicar la oferta turística de empresas y entidades españolas. Está prevista la realización de unas Jornadas de Apoyo a la Comercialización en Estambul que deberían facilitar el contacto de compradores turcos, y vendedores españoles. Además se han desarrollado múltiples viajes de familiarización (particularmente en el segmento MICE, y viajes de prensa, prescriptores e "influencers" para dar a conocer los atractivos y experiencias sostenibles que ofrecen los destinos españoles.



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA, COMERCIO  
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO

TURESPAÑA 