

INFORME
BASICO DEL
MERCADO
TURISTICO
EMISOR

INFORME
BASICO DEL
MERCADO
TURISTICO
EMISOR



UCRANIA 2021
INFORME BÁSICO DEL MERCADO

INSTITUTO
DE TURISMO
DE ESPAÑA

www.tourspain.es

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)
Texto: Oficina Española de Turismo en Varsovia
Imágenes: Archivo fotográfico de Turespaña
NIPO: 115-21-018-2
Junio 2021



ÍNDICE

Informe Básico del Mercado Emisor	Análisis del mercado turístico en su conjunto	4
	Análisis del mercado emisor hacia España	7
	Conclusiones y valoración de la situación	10

Análisis del mercado turístico en su conjunto

Ucrania es un país situado en el este de Europa con una población aproximada de 42 millones de habitantes. Tiene frontera con siete países: Rusia por el norte y este, Bielorrusia por el norte, Polonia y Eslovaquia por el oeste, Rumania, Hungría y Moldavia por el suroeste.

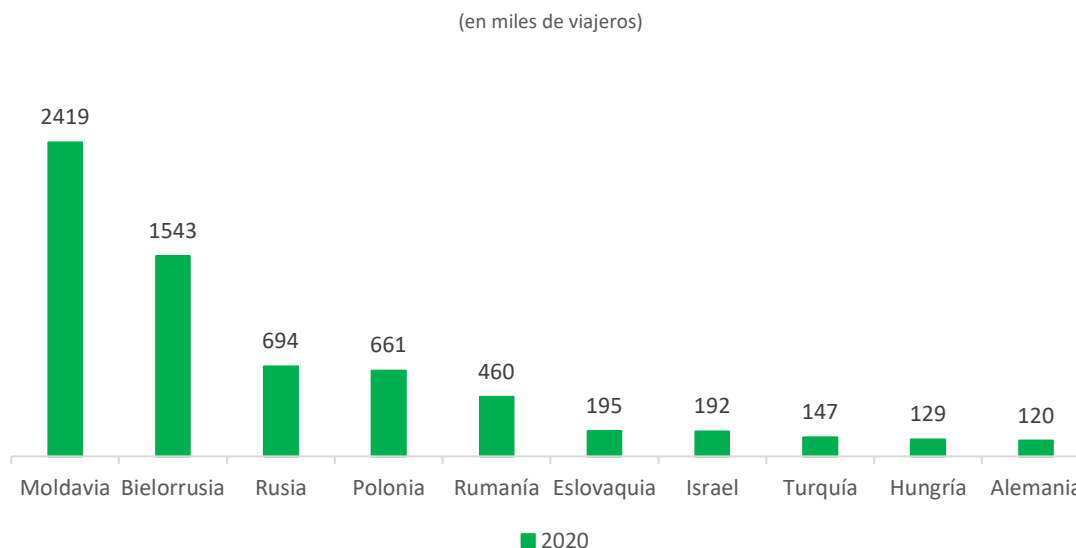
El sector turístico en Ucrania, que mantenía una crecida lenta, pero sostenible, desde el año 2015, se encuentra en crisis desde el año 2020, como consecuencia del impacto de la pandemia de la Covid-19, especialmente tras el cierre de fronteras y establecimientos hoteleros en marzo del año 2020. Con la desescalada iniciada tras la mejora de los indicadores sanitarios, el 5 de Junio se retomaron los vuelos internos y el turismo doméstico se convirtió en el principal motor de la recuperación del sector. El 17 de ese mes se abrieron fronteras a los siguientes países: Albania, Bielorrusia, Reino Unido, Estados Unidos y Turquía. Sin embargo, los países del espacio Schengen mantuvieron cerradas sus fronteras a los turistas de terceros Estados, incluida Ucrania, en base a la Recomendación (UE) 2020/912 del Consejo sobre la restricción temporal de los viajes no esenciales a la Unión Europea.

El **Producto Interior Bruto** presentaba, hasta la crisis de la Covid-19, una evolución positiva, con un crecimiento constante desde el año 2015. No obstante, el impacto de la pandemia ha provocado una caída del 4,5% en el año 2020, si bien se espera una cierta recuperación durante el año 2021, con un crecimiento del 3,8%. Por otro lado, la **inflación** en Ucrania sigue creciendo aunque en menor medida que en años anteriores. El Banco Central Ucraniano (NBU) tiene como objetivo subir la inflación un 5% a medio plazo como medida para incrementar la demanda y, por ende, la productividad del país. Aunque la capacidad de gasto del turista Ucraniano se vea mermada, la relativamente baja tasa de desempleo (8,1% en 2019 vs 9,4% en 2020) y la paulatina reactivación de la actividad económica derivada de la inflación, compensarían la tendencia inflacionista en el medio y largo plazo.

Por otro lado, en cuanto a la **situación sanitaria** derivada de la pandemia de la Covid-19, a fecha de 25 de junio de 2021, según datos del Gobierno Ucraniano, Ucrania presenta una media de 870 nuevos casos al día. El total de casos asciende a 2.232.790 casos, de los que 52.234 son fallecidos.

El país comenzó con el proceso de vacunación de la población el 27 de febrero de 2021, empezando por su personal médico. A fecha de 28 de junio de 2021, apenas el 3,9% de la población había recibido una dosis y solo el 1,3% se encuentra vacunado en pauta completa, lo que supone un ritmo claramente inferior a la media europea y de otros países extracomunitarios. Actualmente, sólo los turistas ucranianos que se encuentren vacunados en pauta completa podrán entrar en España, por lo que el tamaño de la población con posibilidad de realizar viajes a nuestro país aún es insignificante.

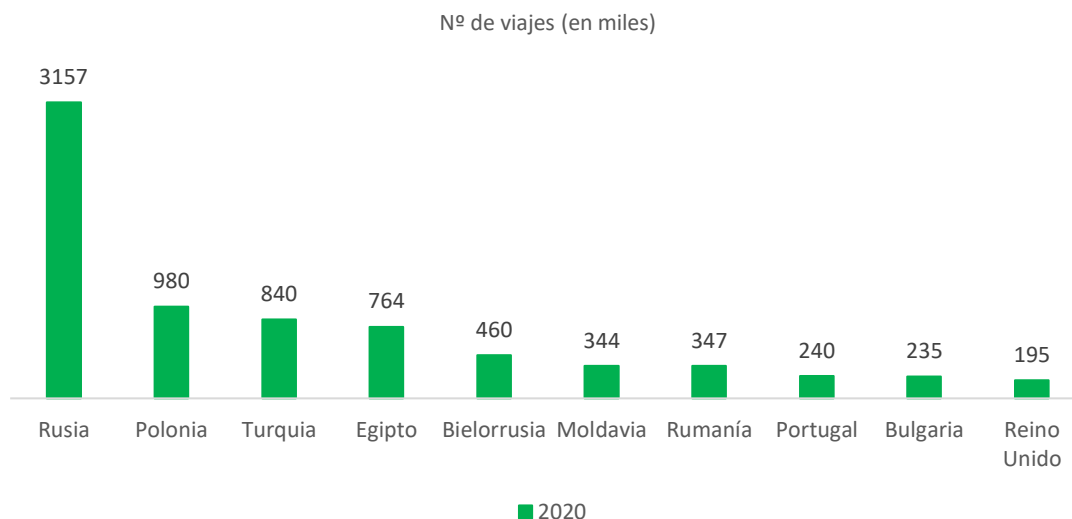
Respecto al **turismo receptor**, según datos de Euromonitor International, los principales mercados emisores para Ucrania son, principalmente, los países con los que comparte proximidad geográfica y lazos históricos, como Moldavia, Bielorrusia y Rusia. En la siguiente gráfica quedan reflejados los principales países emisores de turismo a Ucrania durante el año 2020:



Fuente: Euromonitor International

Las principales motivos que impulsaron al turismo internacional y doméstico a visitar Ucrania fueron, en volumen de gasto, el turismo de salud, el turismo de compras, el turismo de spa y el turismo cultural. El **turismo de salud** es la actividad turística que más ingresos genera, con diferencia, en Ucrania. Asimismo, se espera que este tipo de turismo sea el principal sostén del sector durante los próximos años.

En cuanto al **turismo emisor**, los destinos preferidos por los ucranianos son Rusia, Polonia y Turquía, seguidos por Egipto y, en su mayoría, países de la UE. Durante el año 2020, y como consecuencia del cierre del espacio Schengen, muchos destinos europeos, como España, han perdido cuota de mercado en favor de otros competidores. Durante el año 2020, los destinos favoritos para los Ucranianos fueron:



Fuente: Euromonitor International

Con respecto al año anterior, durante el año 2020 la llegada de turistas al país cayó un 44% hasta un total de 7,5 millones mientras que la salidas al exterior cayeron en un 48% hasta un total de 10 millones viajes.

En este sentido, como consecuencia de las restricciones a los viajes y el cierre de fronteras, durante el año 2020 el **turismo doméstico** jugó un papel esencial, con un importante crecimiento de la demanda que provocó a su vez un aumento de precios del sector hotelero. Además, la adopción de medidas sanitarias de protección repercutieron también en este incremento de precios a raíz de una subida de costes experimentadas. Las ciudades preferidas por los Ucranianos fueron: Kherson, Odessa, Ivano-Frankivsk y Lviv.

A pesar de la crisis de la Covid-19 y la inestabilidad política que experimenta el país, cadenas hoteleras de lujo como Sheraton Kiev Olympiyskiy, Adagio Apart Hotel y Swissotel Living siguen con sus proyectos de obra en el país. Otras cadenas como Radisson Blu, InterContinental y Hoteles Ibis presentan proyectos en construcción. A pesar de ello, la previsión de crecimiento del **sector hotelero** será menor con respecto a los establecimientos low-cost no hoteleros y de gama media, cuyo atractivo principal son los precios y flexibilidad de su oferta.

En cuanto a las **agencias de viaje online OTAS y plataformas de reservas**, estas han ido ganando cuota de mercado como consecuencia del incremento del número de establecimientos no hoteleros. Airbnb sigue siendo la plataforma con la oferta más amplia. Sin embargo, marcas locales como Doba.ua y Dobovo.com tienden a ser la preferencia por parte del turista ucraniano que cada vez se distancia más de las agencias de viajes tradicionales.

Análisis del mercado emisor hacia España

El flujo emisor de turistas desde Ucrania hacia España venía experimentado, hasta la irrupción de la pandemia de la Covid-19, un notable crecimiento en los últimos años, especialmente a partir del año 2017, como consecuencia de la exención de visado para la entrada en la UE por motivos vacacionales. En el año 2019 se alcanzó el hito de 289.791 turistas que visitaron España.

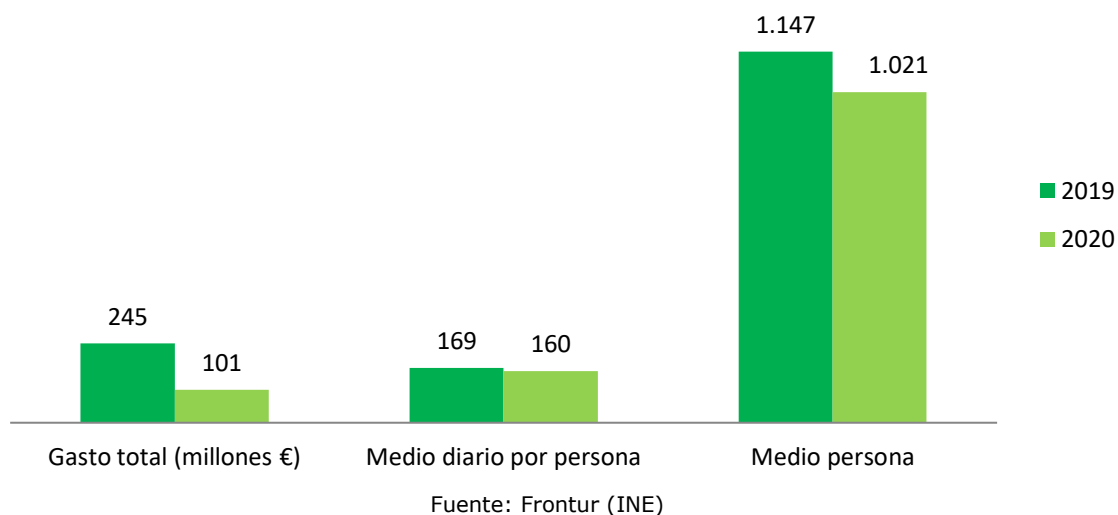
Según datos de Frontur (INE), tal y como se puede observar en el siguiente gráfico, la tendencia de crecimiento desde el año 2017 era claramente ascendente. Los principales motivos que explican este incremento de llegadas de turistas son, además de la exención de visados por motivos turísticos, la mejora de las condiciones económicas y de poder adquisitivo, el aumento del tamaño de la población viajera ucraniana y el incremento de las conectividades aéreas, especialmente la de bajo coste.

No obstante, durante el año 2020, como consecuencia de la pandemia de la Covid-19 y el consiguiente cierre de fronteras de España a los viajeros ucranianos (que se mantuvo vigente todo el año), las llegadas de turistas cayeron abruptamente, hasta los 87 mil.



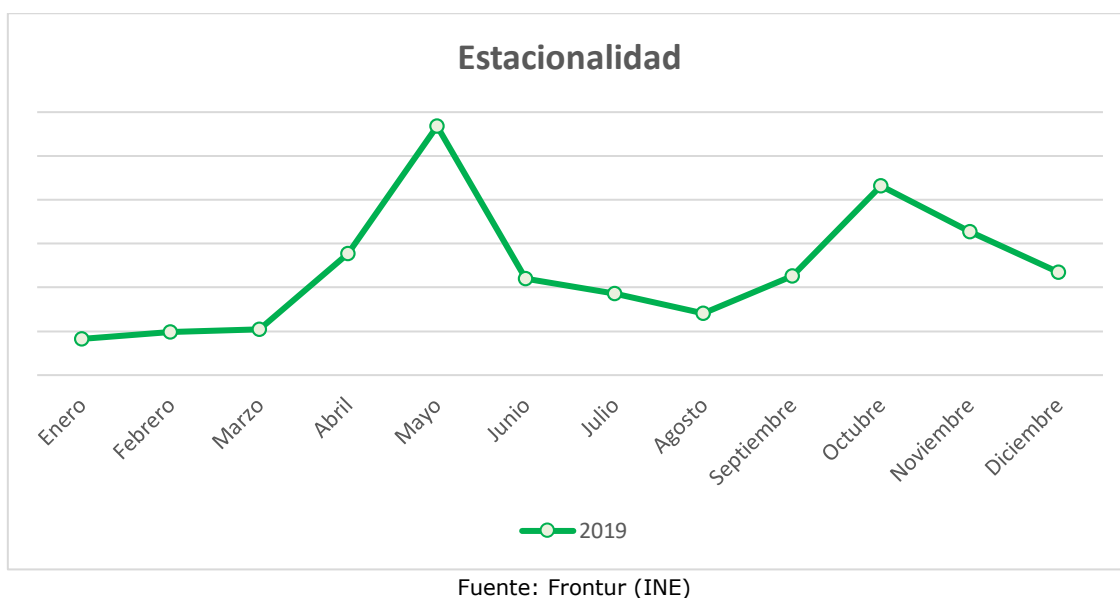
Fuente: Frontur (INE)

El gasto turístico efectuado por los viajeros ucranianos en España también presenta un notable crecimiento en los últimos años. En términos globales el gasto turístico de los viajeros ucranianos en España alcanzó, en el año 2019, los 245 millones de euros. El gasto medio por viaje y el gasto medio diario del turista ucraniano en España es similar a la media del viajero internacional que visita España. Como es lógico, con la llegada de la pandemia el gasto global se ha visto reducido. No obstante, el gasto medio por viaje y el gasto medio diario se han mantenido estables y por encima de la media de los viajeros internacionales en España (160€ turista ucraniano vs 132€ turista internacional en el año 2020).



Los principales destinos elegidos por los turistas ucranianos que visitan España son Cataluña, Canarias, Islas Baleares, Andalucía y la Comunidad Valenciana. La estancia media del viajero ucraniano en España se encuentra, en los últimos años, en 7 días de media.

Una de las características más interesantes que se desprende del análisis del comportamiento de los turistas ucranianos que viajan a España es que estamos ante un mercado no estacional. Como se observa en el siguiente gráfico con datos de FRONTUR, durante el año 2019 (último año con datos completos para análisis) los meses que más llegadas registraron fueron mayo y octubre y los meses correspondientes a la temporada de verano (junio, julio y agosto) sólo concentraron el 19% de las visitas anuales.



El turista ucraniano que visita España lo hace, principalmente, por motivos vacacionales (92%), siendo los principales reclamos la visita de ciudades, las compras y el sol y playa. Por supuesto, existen otros productos turísticos con gran potencial en el mercado ucraniano. Especial interés muestra el turismo idiomático que, con 1051 alumnos ucranianos que viajaron a España en el año 2019 para aprender nuestro idioma, ha experimentado un crecimiento de más del 5.000% desde el año 2015.

Por otro lado, también en relación con el **perfil del turista** ucraniano que viaja a España, éste tiene entre 25 y 44 años (80%), posee estudios superiores y el 62% es la primera vez que elige nuestro país como destino. Teniendo en cuenta que el turista internacional muestra una elevada fidelidad al destino España, Ucrania aún presenta gran recorrido como mercado emisor de turistas hacia nuestro país.

En relación con el **posicionamiento** de España en el mercado, nuestro país mantiene en 2020 la cuarta posición como destino europeo más deseado por los turistas ucranianos, detrás de Polonia, Rumanía y Portugal. Paralelamente y como se ha mencionado anteriormente, el turista ucraniano sigue priorizando países vecinos como Rusia o Polonia donde las similitudes con el idioma, proximidad y cultura son mayores. Además, la adherencia a un mercado laboral más dinámico favorecen esta preferencia.

En relación con la conectividad existente entre Polonia y España, las capacidades aéreas ucranianas, muestran que las **conexiones directas** con España son:

1. **KBP** Kiev Borispol Intl Apt a **VLC** Valencia, **BCN** Barcelona y **PMI** Palma de Mallorca,
2. **HRK** Kharkiv a **BCN**,
3. **IFO** Ivano-Frankivsk a **ALC** Alicante,
4. **LWO** Lviv a **MAD** Madrid y **BCN**,
5. **OZH** Zaporizhia a **BCN**.

Otros aeropuertos que operan **rutas no directas** son: **DNK** Dnipropetrovsk, **IEV** Kiev Zhuliany Intl Apt, **CWC** Chernivsti, **KHE** Kherson, **ODS** Odesa, **OZH** Zaporizhia, **SIP** Simferopol.

En cuanto a las **aerolíneas aéreas low-cost**, la compañía líder sigue siendo Wizz Air seguida por Ryanair y, en menor medida, por AirBaltic, FlyDubai y AtlasGlobal. Por parte de la operativa **chárter**, en orden de actividad, las compañías más representativas son: Azur Air, Ukraine International Airlines, Windrose Airlines y SkyUp.

Por último, en cuanto a la **comercialización del destino España**, los principales turoperadores ucranianos siguen siendo: AnexTour, Join UP!, TUI Ukraine, Coral Travel y Pegas Touristik. El TTOO líder es Anex Tour y actualmente opera vuelos chárter con España. Otras compañías como TUI, Coral Travel y TTOO más pequeños como TEZ Tour, TPG y Zabugor



también siguen operativos con el mercado español. Al respecto, entre los destinos más demandados podemos identificar las Islas Canarias y Cataluña.

Los mejores resultados de 2020 los muestran aquellos TTOO que mantuvieron su actividad con destinos como Turquía y Egipto. El primero, debe sus cifras a la permisividad que tuvo el país con la entrada de turistas durante la pandemia y el segundo, simplemente responde al hecho de que es uno de los destinos favoritos de los Ucranianos con poca competencia durante el invierno.

Conclusiones y valoración

En los últimos años el número de viajeros ucranianos que había elegido España como destino turístico había crecido de forma exponencial, viéndose interrumpido dicho aumento por la pandemia provocada por la Covid-19. España presenta una buena imagen como destino turístico en el país, siendo apreciado por su buen clima, calidad de vida, la cultura y las posibilidades de ocio que ofrece.

Sin embargo, por el momento, el mercado ucraniano se encuentra prácticamente cerrado para España como destino turístico, al permitirse únicamente la entrada por motivos turísticos a aquellos viajeros ucranianos que certifiquen encontrarse vacunados en pauta completa. La población vacunada completamente en Ucrania no alcanza, a 28 de junio de 2021, el 1,3% de la población.

Por otro lado, en los últimos meses se han sucedido diversos acontecimientos que han provocado una mayor inestabilidad en la región que, tras la crisis política y militar con Rusia del año 2014, no ha recuperado completamente la normalidad.

Por todo ello, se espera que en el corto plazo descendan las llegadas de viajeros, especialmente durante el año 2021. Mientras que la mayor parte de la población no tenga acceso a las vacunas, el porcentaje de población con posibilidad de entrar en España se mantendrá muy bajo y las llegadas de turistas serán residuales. No obstante, las previsiones permiten entrever un importante crecimiento y dinamismo del mercado en los próximos años, a medida que aumente la demanda viajera al mejorar las condiciones socioeconómicas del país, se incremente el poder adquisitivo de la población y se alcance mayor estabilidad política en la región. Las previsiones de mejora en estos ámbitos sugiere que el tamaño de la demanda real de viajeros en el corto y medio plazo seguirá aumentando.