

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



POLONIA Temporada de invierno 2022 / 2023

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Oficina Española de Turismo en Varsovia

NIPO: 115-22-008-5

Octubre 2022



TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

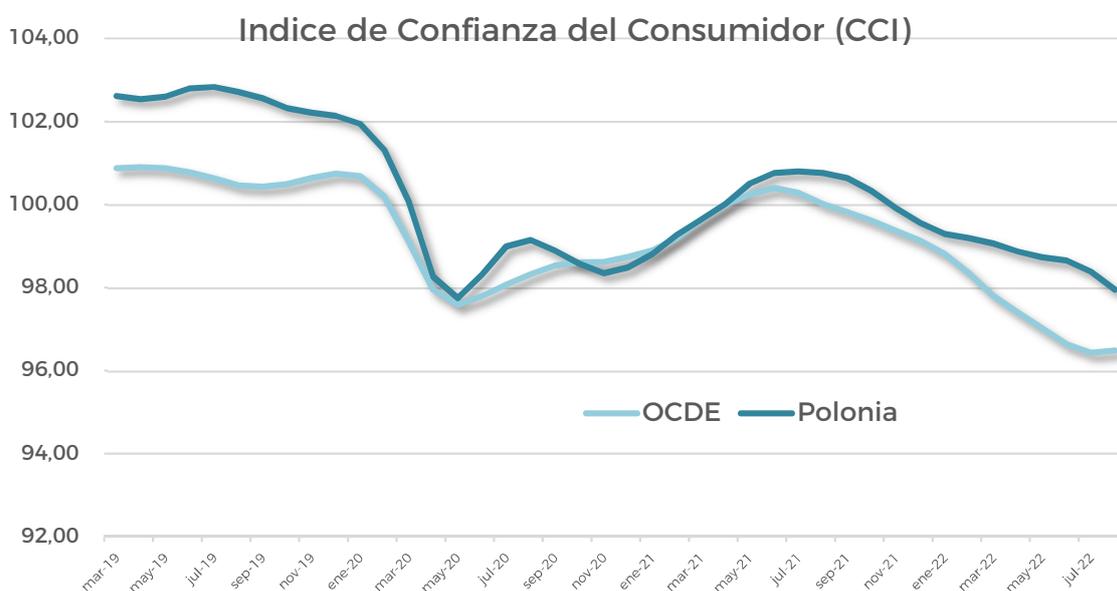
Principales conclusiones

COYUNTURA ECONÓMICA

CUADRO MACRO

	2021	Previsión 2022	Previsión 2023
PIB REAL (Tasa de variación interanual) ¹	5,9% ¹	5,7% ¹	1,8% ¹
RENTA DISPONIBLE (Tasa variación interanual) ¹	2,9% ¹	14,7% ¹	11,7% ¹
GASTO DEL CONSUMIDOR (Tasa de variación Interanual) ¹	6,1% ¹	4,9% ¹	2,4% ¹
EMPLEO (Tasa desempleo) ¹	5,9% ¹	5,2% ¹	5,1% ¹
INFLACIÓN (Tasa de variación Interanual) ¹	5,1% ¹	12,7% ¹	9,1% ¹
Diferencial Inflación con España ²	2,1% ²	4,6% ²	5,7% ²
TIPO DE CAMBIO DIVISA Zloty/Euro (Valor medio) ²	4,72	4,55	4,49

4



Fuente: "OCDE - CCI (el 100 corresponde al promedio histórico del índice)"

¹ Fuente: Oxford Economics

² Fuente: Eurostat, EU

Los potenciales riesgos para la economía y hogares polacos continúan siendo la alta inflación persistente y la agresiva política monetaria llevada a cabo por parte del Banco Nacional de Polonia (NBP) para combatirla, además del retraso en el desembolso de los Fondos “Next Generation” de la Comisión Europea, debido al conflicto en curso con la UE sobre el cumplimiento por parte de Polonia del Estado de Derecho.

Según estimaciones de la Oficina Central de Estadística (GUS), en septiembre, los precios de los bienes y servicios de consumo fueron un 17,2 % más altos que el año anterior, provocando enormes costes sociales, empobreciendo a los polacos con menor renta disponible y generando riesgos considerables para los empresarios y la estabilidad de la economía polaca a corto, medio y largo plazo. En la reunión de septiembre, el Banco Nacional de Polonia decidió mantener la tasa de interés principal en el 6,75 % establecido hace un mes. El mercado de divisas reaccionó a la noticia con un marcado debilitamiento inicial del zloty.

5

FACTORES POLITICO SOCIALES

La prioridad del Gobierno polaco en materia económica en 2022 consiste en apoyar la ralentización de la economía para combatir la alta inflación. El gobierno ha puesto en marcha un importante programa de estímulos fiscales para aumentar la renta disponible de los hogares con bajo nivel de ingresos.

El debilitamiento del consumo, fiel reflejo del índice de confianza del consumidor en tendencia a la baja, se acentúa debido a la presión inflacionista y el alto nivel de tipos de interés establecido por el Banco Central para luchar contra el alza de precios.

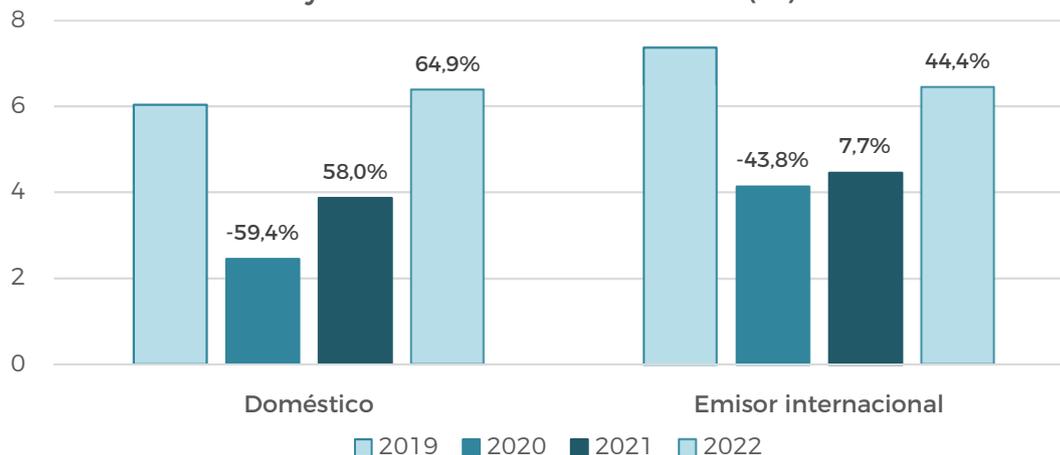
EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Según Oxford Economics, el turismo emisor al extranjero en 2021 se comportó mejor que el turismo doméstico, si bien el gasto es similar al efectuado en 2022. La tasa de variación interanual del gasto que generó el turismo doméstico en Polonia en 2021 fue del +58%. Dicha cantidad (3,87 miles de millones de €) fue un 36% menor que el gasto generado en 2019. El gasto registrado en turismo doméstico hasta agosto de 2022 es un 5,6% mayor que el dato de 2019.

Por contra, el gasto en turismo emisor al extranjero aumentó un +7,7% en 2021 respecto al año anterior, un 39,5% menor respecto al dato de 2019, y solo un -12,6% si

tenemos en cuenta el dato de gasto generado en 2022. Es perceptible un cambio en la demanda y es que el gasto en turismo al extranjero de los viajeros polacos antes de la pandemia suponía el 122% del gasto doméstico, mientras que en 2022 el porcentaje es tan solo del 101%, ganando así peso los viajes domésticos.

Estimación de gasto en viajes (miles de millones de €)
y tasa de variación interanual (%)

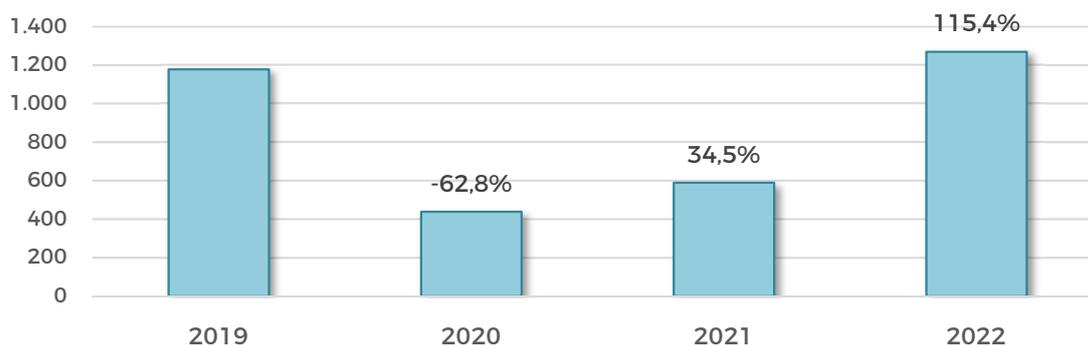


6

Fuente: <https://www.oxfordeconomics.com/>

Según datos de Egatur (INE), el gasto de los polacos en España en 2022 (hasta agosto) ha aumentado un +115,4% con respecto al año 2021, suponiendo además un valor un 8% superior con respecto al mismo periodo de 2019.

Gasto de los turistas polacos en España (millones €),
tasa de variación interanual (%). Acumulado enero-agosto



Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de datos INE (EGATUR).

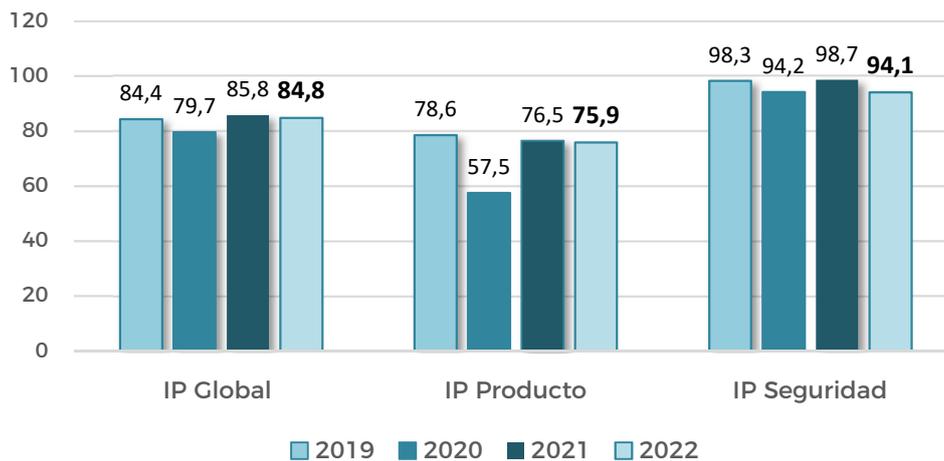
INDICADORES DE PROSPECTIVA

Percepción, consideración e intención del viaje

En Polonia la percepción general de España como destino turístico se mantiene en niveles altos, recuperando en 2022 los valores obtenidos en 2019. El índice de producto está en un nivel comparativamente más bajo, pero 18 puntos por encima de como estaba en 2020 durante la pandemia.

El índice de percepción de seguridad está en niveles muy altos y al mismo nivel de como estaba en 2020.

Índices de percepción en el primer trimestre

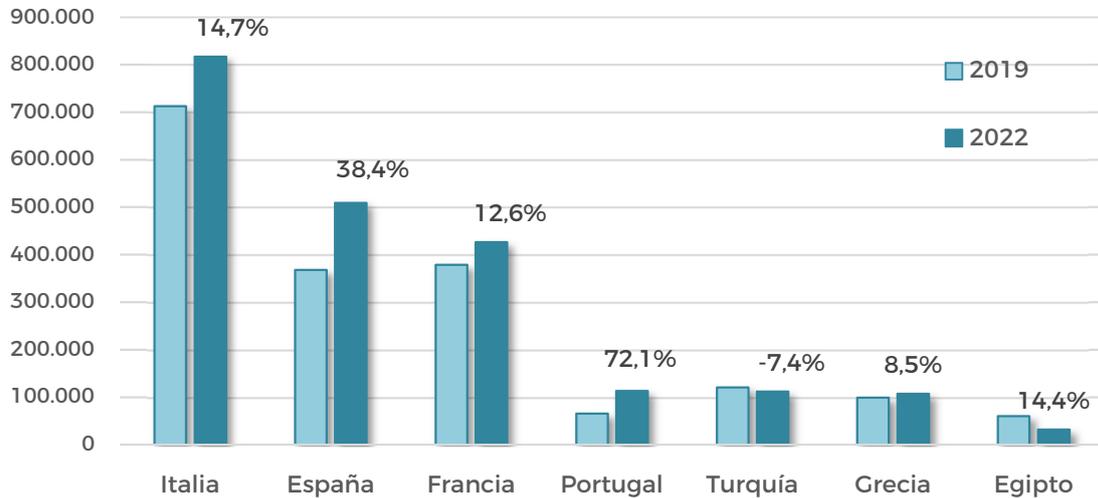


Fuente: <https://mabrian.com/es/> (Módulo de comportamiento, basado en PLN de menciones en redes sociales). IP Global = índice de percepción global del destino; IP Producto= índice de percepción del producto turístico; IP Seguridad= índice de percepción de seguridad. *Valores consultados -> últimos 5 meses (mayo-septiembre) en todos los periodos anuales 2019-2022, por falta de registros no disponibles en algún indicador para los últimos 3 meses.*



Previsiones de vuelos

Asientos programados para la temporada de invierno

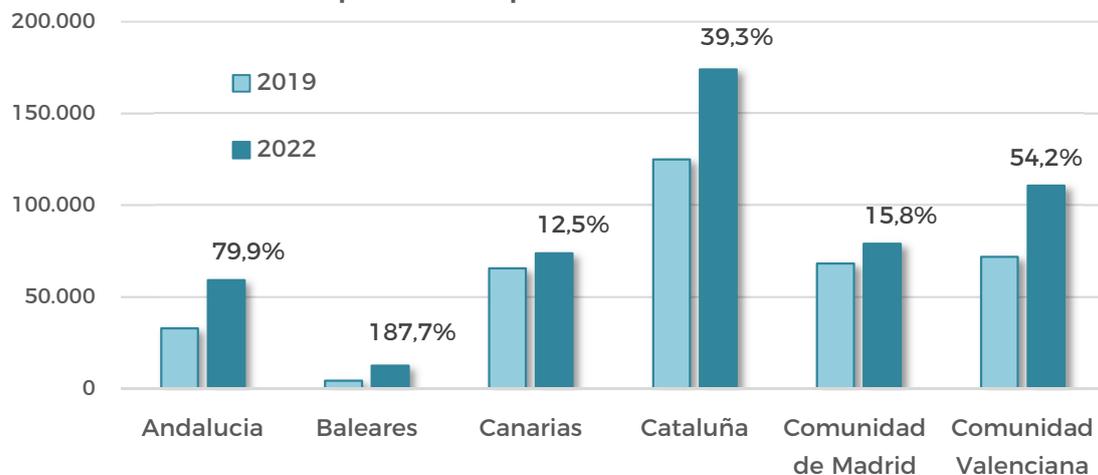


Fuente: OAG Schedules Analyser

8

Las capacidades programadas para España entre el 30 de octubre de 2022 y el 31 de marzo de 2023 superan las programadas hacia la amplia mayoría de destinos competidores en volumen, a excepción de Italia. Todos los destinos, a excepción de Turquía y Egipto, disponen de capacidades por encima de las programadas en invierno de 2019-2020. España presenta una capacidad de asientos programados de un +38,4% respecto a invierno 2019-2020. Los destinos que incrementan más el número de asientos programados son Portugal (+72,1%), Italia (+14,7%) y Francia (+12,6%).

Asientos programados en los principales destinos españoles para la temporada de invierno

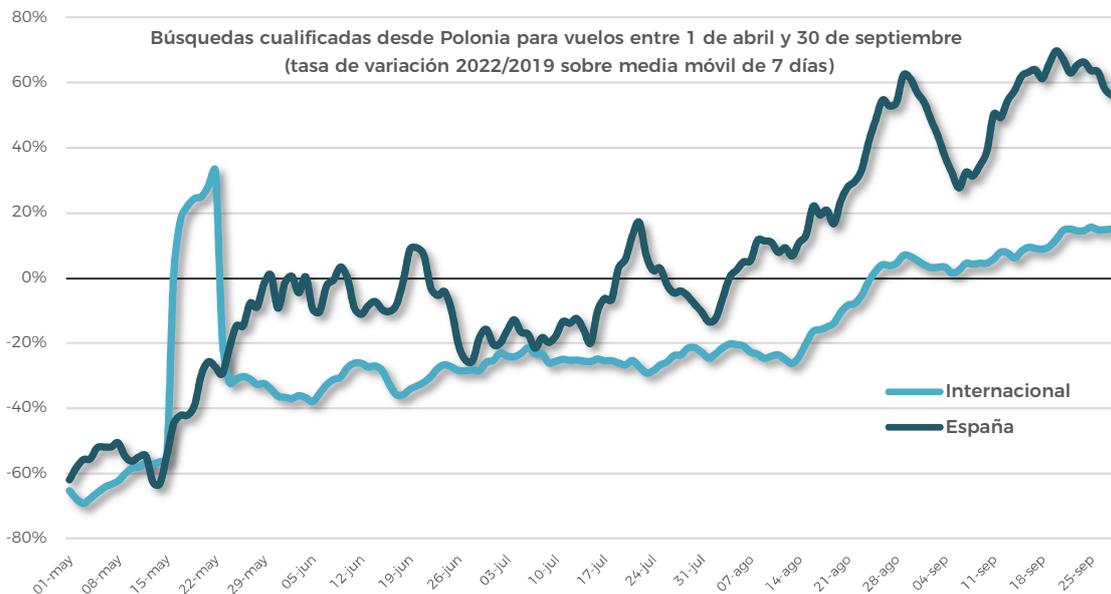


Fuente: OAG Schedules Analyser



En este gráfico aparecen la capacidad y asientos programados para los principales destinos españoles. Reflejan crecimientos notables en las comunidades autónomas de Cataluña, Andalucía y Comunidad Valenciana, mientras que en Canarias y Comunidad de Madrid son más modestos. Todos los destinos están ya por encima del número de asientos a la oferta existentes en la temporada de invierno de 2019-2020.

Búsquedas y reservas

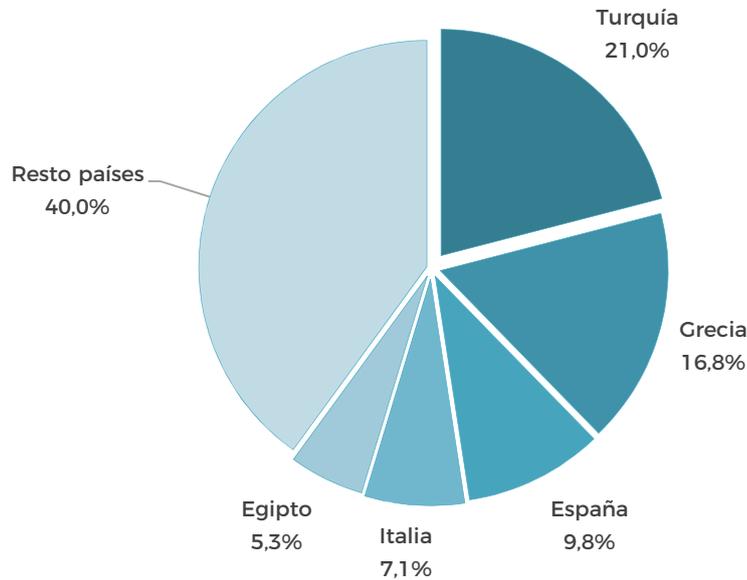


Fuente: <https://www.partners.skyscanner.net/>

Las búsquedas de vuelos de ida y vuelta en el motor de búsqueda de Skyscanner en Polonia para la temporada de invierno han superado el nivel de las que se realizaban antes de la pandemia desde primeros de agosto. Desde mediados de mayo se produjo una rápida recuperación de la búsqueda de vuelos hasta finales de ese mes, coincidiendo con el final del curso escolar, a partir de ahí la búsqueda se mantuvo estable hasta mediados del mes de julio, cuando entró ya en terreno positivo, recuperando el nivel de búsquedas de vuelos internacionales registrado en 2019.

Las búsquedas hacia España se han comportado, en general, mejor que las búsquedas internacionales, salvo un momento puntual (segunda quincena de mayo) cuando comenzaron a incrementarse las búsquedas.

Cuota búsquedas de alojamiento. Enero - Septiembre 2022



Fuente: Google Destination Insights - explotación Turespaña

10

En el gráfico anterior aparece la cuota de búsqueda de alojamiento en Google de los 4 principales destinos en el acumulado enero-septiembre 2022.

La cuota del 10% indica que España, en tercera posición, mantiene una posición relevante en el sector de viajes de Polonia, junto con los destinos Turquía y Grecia, primero y segundo respectivamente.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

Desde abril de 2022 (Informe de Tendencias de verano), los tipos de interés en Polonia se han incrementado del 4.50% al 6.75% y no se prevé una relajación o estabilización de la política monetaria desarrollada por el Banco Nacional de Polonia mientras continúen las presiones inflacionistas al alza.

Es evidente que, en dichas circunstancias, el crédito bancario resulta más caro para particulares y empresas, la inversión se detiene o ralentiza, y el consumo se desacelera o se pospone en función del producto a comprar, priorizándose el consumo de bienes

y servicios primera necesidad en detrimento de los servicios y productos relacionados con el ocio y viajes. Así, el **debilitamiento del consumo** es previsible que continúe ante las persistentes presiones inflacionarias que ya han provocado una subida del +16,3% en el precio medio del paquete turístico pasando de 2.512 PLN en 2021 a 2.921 PLN en 2022. Si atendemos al precio medio de reserva, la variación interanual 2022/2021 ha sido del +22,8%, pasando de 6.658 PLN en 2021 a 8.176 PLN en 2022. (Fuente: Estudio "Vacaciones de los polacos en el extranjero 2022", realizado por PIT (Cámara Polaca de Turismo), basado en la oferta de 3 OTA).

En este contexto, la **demanda** sigue manteniendo las ganas de viajar al extranjero y así lo demuestra los datos facilitados por MSJET (Monitoring Sentiment for Intra-European Travel, ETC) del mes de junio de 2022, situando a Polonia como el mercado emisor del TOP5 con mayor intención de viajar en los próximos 6 meses (86,9%, +7%).

11

Por otro lado, las **capacidades de asientos** programadas para España durante la próxima temporada de invierno superan las programadas hacia la amplia mayoría de destinos competidores en volumen y, en concreto, son un 38,4% superiores a las del mismo periodo de 2019.

Para la **temporada de invierno 2022-2023** es previsible que el comportamiento del consumidor se vea influenciado en gran medida por la inestabilidad económica global, y especialmente la local, inclinándose por ofertas con precio más ajustado y en línea con el contexto actual de subida generalizada de precios, en detrimento de ofertas de mayor valor añadido que cuentan con una política de precio más alta como es el caso del destino España.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 