

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



POLONIA
Temporada de otoño/invierno 2023-2024

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Oficina Española de Turismo de Varsovia

NIPO: 115-23-008-X

Octubre 2023



TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

COYUNTURA ECONÓMICA

CUADRO MACRO

	2022	Previsión 2023	Previsión 2024
PIB REAL (Tasa de variación Interanual)	5,1	1,3	2,6
RENTA DISPONIBLE (PLN per cápita)	46.170	51.261	56.500
TASA DE AHORRO (% s/ ingreso disponible)	9,5	9,0	8,8
GASTO DEL CONSUMIDOR (% s/ PIB)	56,1	55,7	56,0
POBLAC. EMPLEADA (en miles)	16.712	16.905	16.947
TASA DE DESEMPLEO (% s/ poblac. activa)	2,89	2,74	2,94
INFLACIÓN (Tasa de variación interanual)	14,4	12,1	6,2
IPC (2012=100)	141,8	158,9	168,8

Fuente: Euromonitor y Eurostat.

	2021	2022	2023*
TIPO DE CAMBIO (zloty/euro)	4,565	4,686	4,623

2021 y 2022: media anual
2023*: último día del último mes completo (30 septiembre).

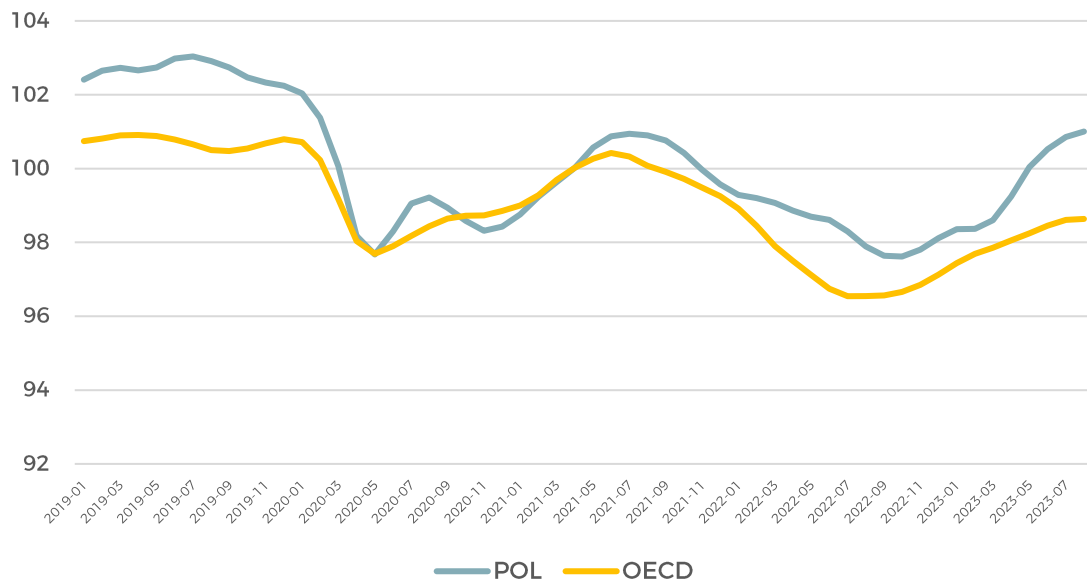
Fuente: Banco Central Europeo.

El crecimiento del PIB se ha desacelerado en 2023 como consecuencia de una coyuntura económica desfavorable, con una tasa de inflación todavía muy alta (+12,1%). Se espera, no obstante, que ésta se reduzca notablemente en 2024, aunque se mantendrá por encima del 6%. En este contexto, la disminución de los ingresos reales (tasa de inflación mayor que los salarios reales) y una tasa de ahorro baja puede provocar un debilitamiento del consumo, que influirá en las decisiones de compra de productos y servicios turísticos, provocando una posible rotación hacia productos de menor calidad con un coste sensiblemente inferior.

El Banco Nacional de Polonia ha reducido recientemente la tasa de interés principal en 75 puntos básicos, dejándolo en el 6,00%. (Fuente: GUS, Oficina Central de Estadística y NBP, Banco Nacional de Polonia, septiembre 2023). En el corto plazo no se prevé una apreciación del zloty, que ha perdido un 5% de su valor frente al euro desde el inicio de la pandemia.

En el siguiente gráfico se muestra el Índice de Confianza del Consumidor elaborado por la OCDE. El índice de Polonia registra un ascenso desde octubre de 2022 y se mantiene por encima de la media de la OCDE, incrementándose dicha diferencia en los últimos meses.

Indice de Confianza del Consumidor (CCI)



Fuente: OCDE, siendo 100 el promedio histórico del índice.

FACTORES POLITICO SOCIALES

Polonia celebra elecciones parlamentarias el próximo 15 de octubre. Los principales favoritos son los partidos “Ley y Justicia”, que actualmente lidera el gobierno de coalición, y “Plataforma Cívica”. Según las encuestas más reciente, estos dos partidos son los que tendrían mayores posibilidades de ganar las elecciones, aunque ninguno obtendría una mayoría absoluta.

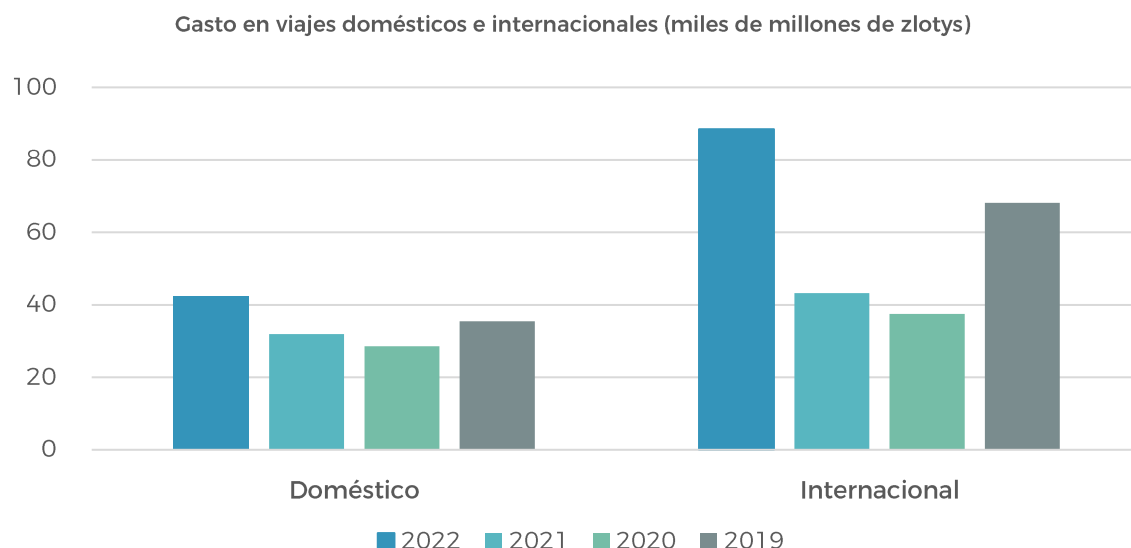
EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Según Euromonitor, el turismo emisor internacional en 2022 se comportó notablemente mejor que el turismo doméstico. La tasa de variación interanual del gasto que generó el turismo doméstico en Polonia en 2022 fue del +32%.

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

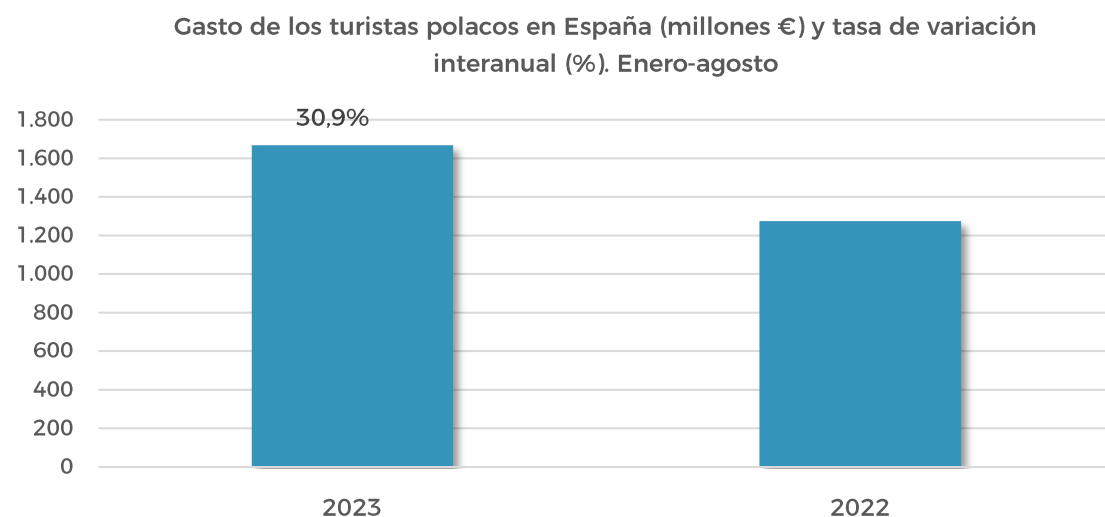
POLONIA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

Por contra, el gasto de los viajeros polacos en turismo emisor internacional aumentó un +104% en 2022 respecto al año anterior.



Fuente: Euromonitor

6



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de datos INE.

Según datos estimados por Turespaña a partir de datos INE, el gasto de los polacos en España ha crecido un 31% en el acumulado enero-agosto 2023 con respecto al mismo periodo del año anterior. El gasto realizado los primeros ocho meses de 2023 fue de 1.668 millones de €.

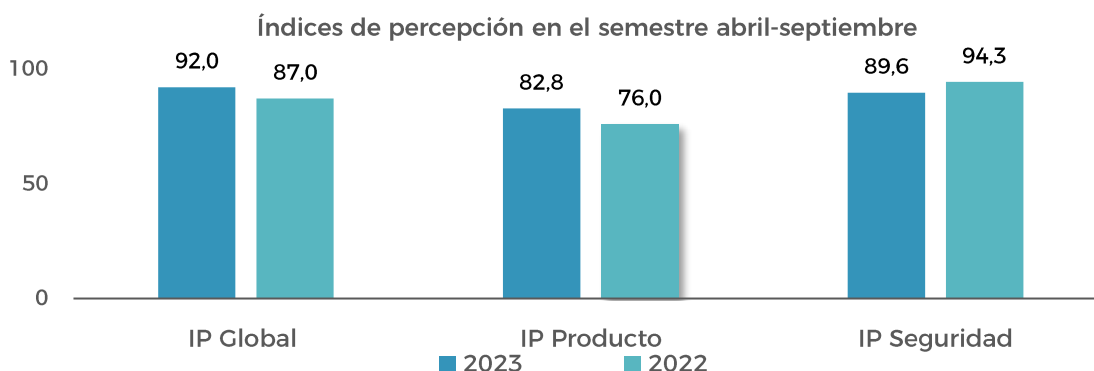


INDICADORES DE PROSPECTIVA

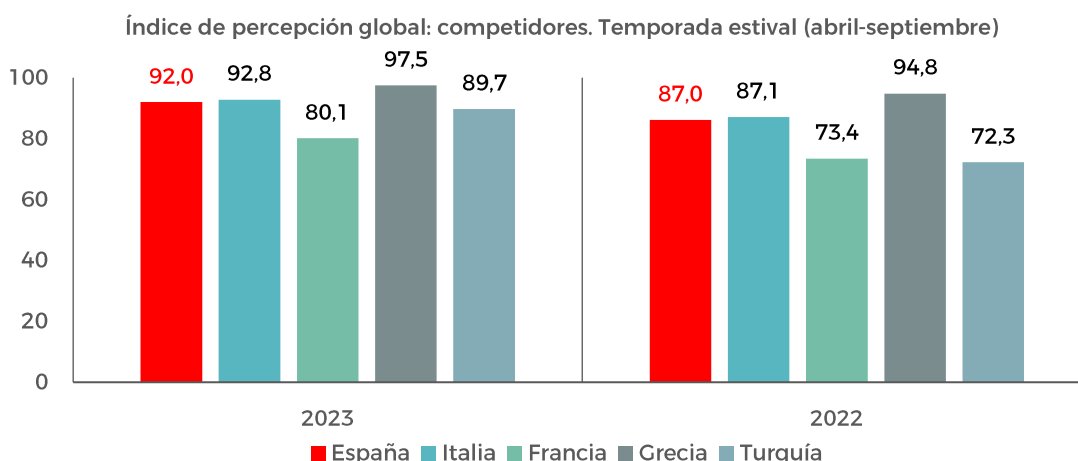
Percepción, consideración e intención del viaje

En Polonia la percepción general de España como destino turístico en 2023 se mantiene en niveles altos, incrementándose en el último trimestre a un nivel superior que en el mismo periodo del año anterior. El índice de producto se encuentra en un nivel comparativamente más alto, por encima de cómo estaba antes de la pandemia.

El índice de percepción de seguridad está en niveles altos, pero ha disminuido considerablemente en el último ejercicio, debido probablemente a la continuación del conflicto bélico en Ucrania, país vecino de Polonia.



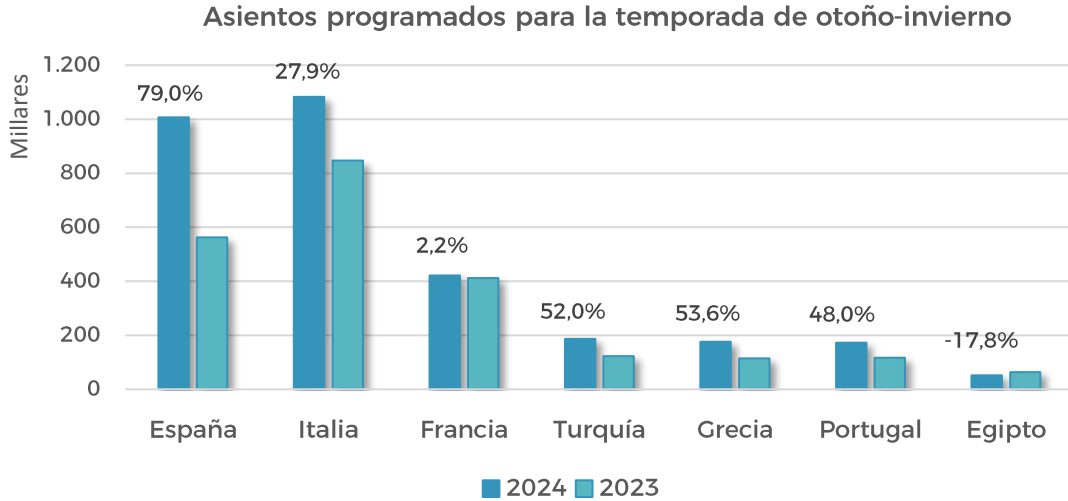
Fuente: <https://mabrian.com/es/> (Módulo de comportamiento, basado en PLN de menciones en redes sociales). IP Global = índice de percepción global del destino; IP Producto= índice de percepción del producto turístico; IP Seguridad= índice de percepción de seguridad.



Fuente: Mabrian.

En Polonia la percepción global de España como destino turístico se mantiene en niveles muy altos y tan solo se ve superada por Grecia e Italia.

Previsiones de vuelos

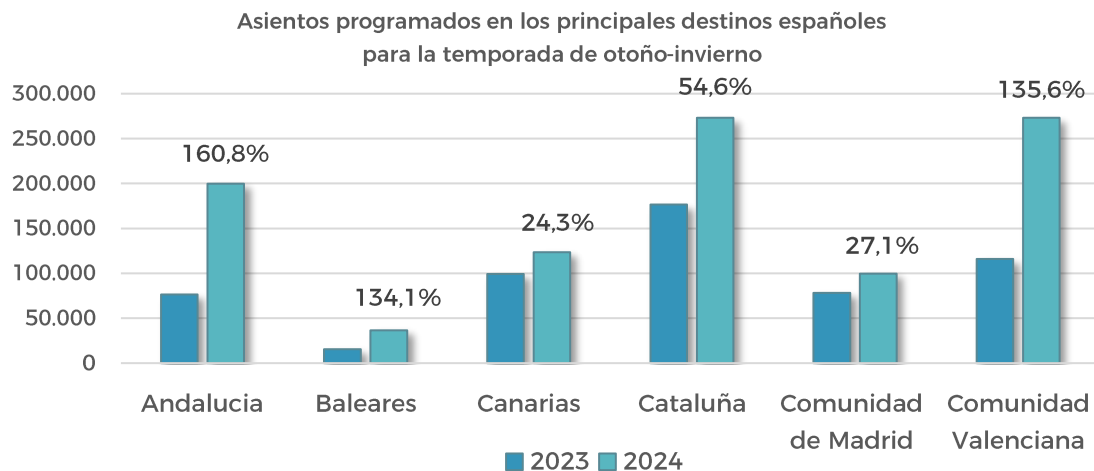


Fuente: OAG Schedules Analyser

8

Las capacidades programadas para España entre el 1 de octubre de 2023 y el 30 de marzo de 2024 superan ampliamente las de la mayoría de destinos competidores a excepción de Italia, que lidera una vez más en número de asientos programados. No obstante, en comparación con la temporada de invierno previa, España ha reducido notablemente la diferencia respecto a Italia en asientos programados.

Todos los destinos disponen de una planificación de capacidades de las líneas aéreas por encima de las programadas en la temporada de invierno anterior, salvo Egipto, que la ha visto disminuida en un 17,8%. España es el destino que mayor incremento experimenta en capacidad de asientos programados respecto a la temporada anterior (+79%), seguida de Grecia (+53,6%), Turquía (+52%) e Italia (+28%).

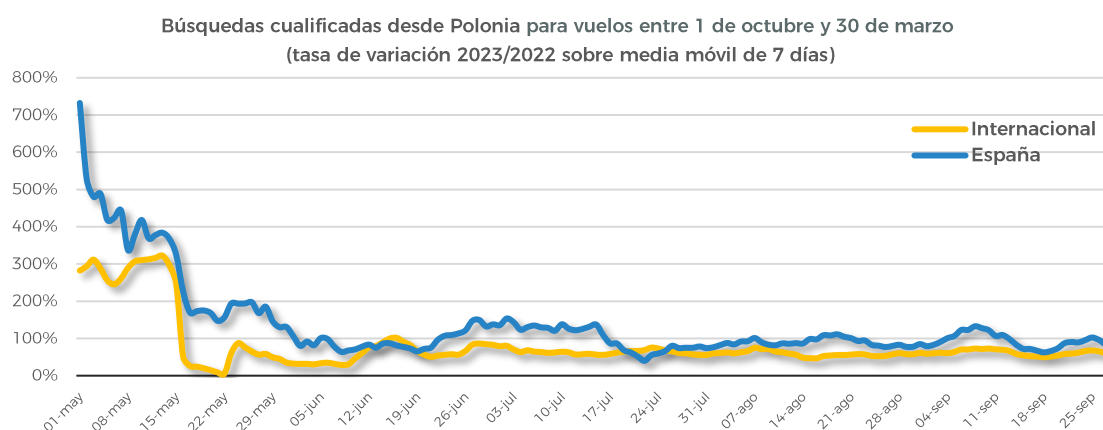


Fuente: OAG Schedules Analyser



En el gráfico anterior se muestra el aumento experimentado de capacidad y asientos programados para la temporada de otoño-invierno 2023-2024 por Comunidades Autónomas. Se observan crecimientos notables para todas ellas, destacando Andalucía, Comunidad Valenciana y Cataluña.

Búsquedas y reservas

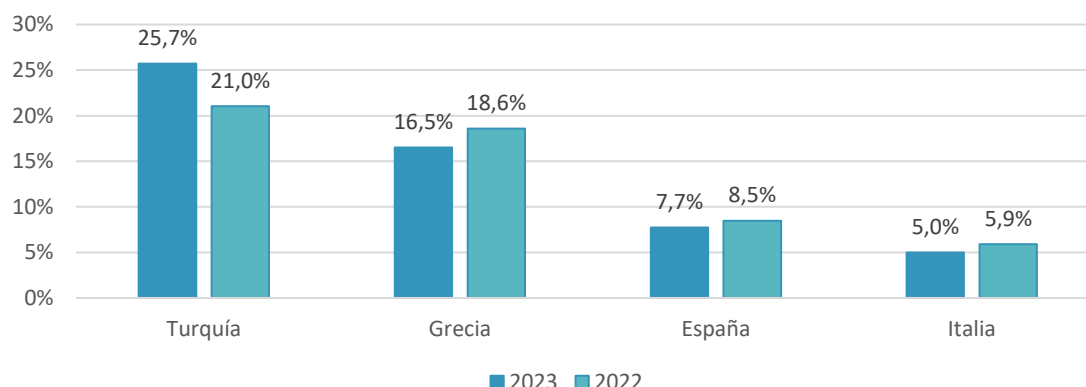


Fuente: <https://www.partners.skyscanner.net/>

Las búsquedas de vuelos de ida y vuelta en el motor de búsqueda de Skyscanner en Polonia para la temporada de otoño-invierno 2023-2024, empezaron la serie temporal desde abril hasta mediados de mayo de 2023 a un nivel extraordinariamente alto, lo que manifiesta una alta demanda de viajes en el mercado. Posteriormente, la demanda disminuyó a medida que se acercaba el inicio de la temporada con el comienzo de las vacaciones escolares, pero se mantuvo alta y estable durante el resto de la serie hasta septiembre.

Las búsquedas hacia España se han comportado, en general, mejor que las búsquedas internacionales, salvo por dos momentos puntuales en junio y julio cuando comenzaron a incrementarse las búsquedas de vuelos internacionales.

Cuota de búsquedas de alojamiento. Agosto 2023 vs agosto 2022



Fuente: Google Destination Insights – explotación Turespaña

En el gráfico anterior aparece la cuota de búsqueda de alojamiento en Google de los cuatro principales destinos competidores de la cuenca mediterránea.

10

España se encuentra en una tercera posición, con una cuota de casi el 8%, por lo que mantiene una posición relevante en el sector de viajes de Polonia, junto con los destinos Turquía y Grecia, primero y segundo respectivamente.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

España mantiene una buena percepción como destino vacacional en el mercado polaco y las capacidades de asientos programadas para esta temporada de invierno crecen significativamente (+79%), superando ampliamente las de la mayoría de destinos competidores, a excepción de Italia. Por otro lado, los datos de la encuesta MSIET (Monitoring Sentiment for Intra-European Travel), de junio de 2023, sitúan a Polonia como el 4º mercado emisor europeo con mayor intención de viajar (74,2%, TVI -13%). La demanda de viajes al extranjero se mantiene alta, tal y como manifiestan, por un lado, la evolución de gasto turístico en España, que en los ocho primeros meses de 2023 ha crecido un 33% respecto al mismo periodo de 2022, y, por otro, la búsqueda de vuelos en la plataforma Skyscanner.

Sin embargo, se espera un debilitamiento del consumo como consecuencia de la actual coyuntura económica. Durante la temporada de otoño-invierno 2023-2024, y probablemente también en la temporada de verano 2024, es muy previsible que el comportamiento del consumidor se vea influenciado por la inflación y el incremento



de precios de los productos y servicios turísticos. En consecuencia, se prevé un aumento de la búsqueda de ofertas con precios más ajustados al poder de compra actual del consumidor.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 