

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



POLONIA Temporada de verano 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

Abril 2023



TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

POLONIA Temporada de verano 2023

COYUNTURA ECONÓMICA

CUADRO MACRO

	2022	Previsión 2023	Previsión 2024
PIB REAL (Tasa de variación Interanual)	5,1	0,6	2,7
RENTA DISPONIBLE (zlotys per cápita)	49.457	53.776	58.999
TASA DE AHORRO (% s/ ingreso disponible)	9,5	9,0	8,8
GASTO DEL CONSUMIDOR (% s/ PIB)	56,3	55,6	55,6
POBLAC. EMPLEADA (en miles)	16.709	16.626	16.610
TASA DE DESEMPLEO (% s/ poblac. activa)	2,89	3,37	3,93
INFLACIÓN (Tasa de variación interanual)	14,4	12,7	6,2
IPC (2010=100)	141,8	159,8	169,7

	2021	2022	2023*
DIF. INFLACIÓN (Tasa mensual interanual diciembre menos tasa anual española).	1,4	9,8	11,2

* Últimos mes publicado (febrero 2023)

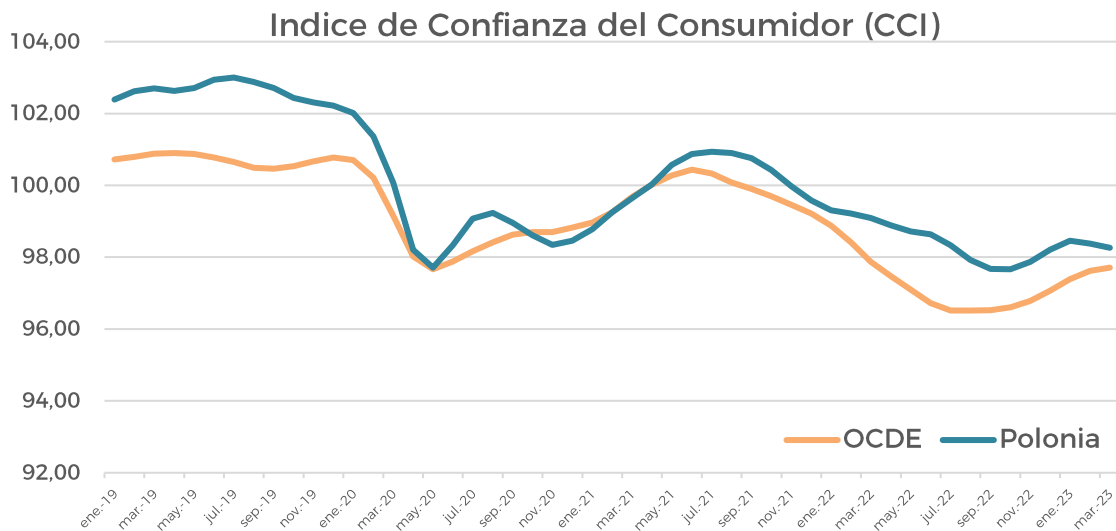
Fuente: Euromonitor y Eurostat.

La disminución de los ingresos reales durante un segundo año consecutivo, con una tasa de ahorro ya baja, ejercerá presión sobre el consumo privado provocando una desaceleración y disminución significativa en 2023.

El gobierno polaco podría aumentar el gasto durante este año electoral, pero las medidas adoptadas durante la pandemia para apoyar los ingresos de los hogares y la crisis del coste de vida limitan el espacio de maniobra del sector público en términos fiscales. Por lo tanto, el desempeño económico de Polonia en 2023 está sujeto a una alta volatilidad a medida que la caída de la demanda de consumo continúe en medio de las persistentes presiones inflacionarias y el endurecimiento de la política monetaria (tipos de interés en el 6,75% desde septiembre de 2022), que debilite gradualmente la producción industrial y prestación de servicios.



En el siguiente gráfico se muestra el Índice de Confianza del Consumidor elaborado por la OCDE. El índice de Polonia registra un descenso desde octubre de 2021, pero se mantiene por encima de la media de la OCDE, manteniéndose dicha diferencia al mismo nivel en los últimos meses.



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

FACTORES POLITICO SOCIALES

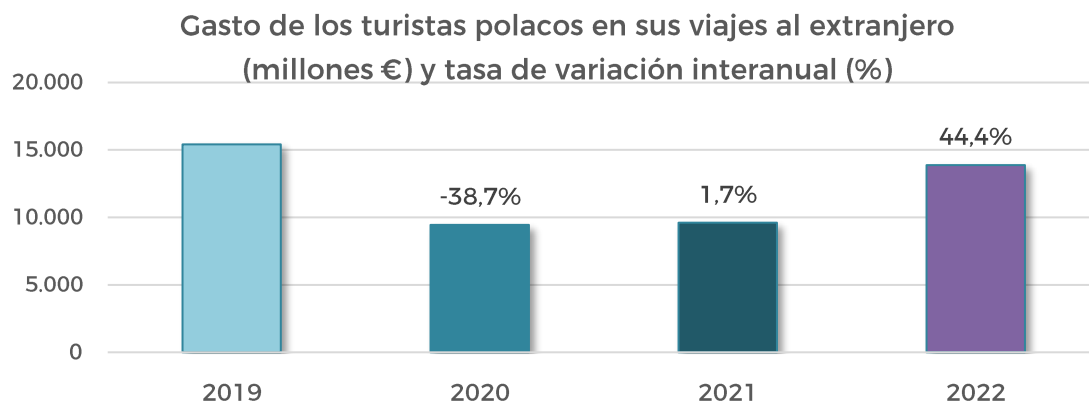
Se han ido eliminando progresivamente las restricciones a los viajes internacionales originadas por la gestión de la pandemia de COVID.

En el contexto de las medidas anti-crisis, el Gobierno polaco decidió no prorrogar la reducción del impuesto sobre el valor añadido (IVA) de la electricidad, el gas, la calefacción y gasolina. Sin embargo, esto reduce el riesgo de que las presiones inflacionarias se mantengan elevadas durante más tiempo debido a la eliminación gradual de los apoyos a los precios.

En medio de este contexto de persistentes presiones inflacionarias y el endurecimiento de la política monetaria (tipos de interés en el 6,75%), el debilitamiento y ralentización del crecimiento económico tendrá un impacto adverso en el poder adquisitivo de los consumidores. Se espera una reducción del gasto de los consumidores, mientras que los ahorros disminuirán.

EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

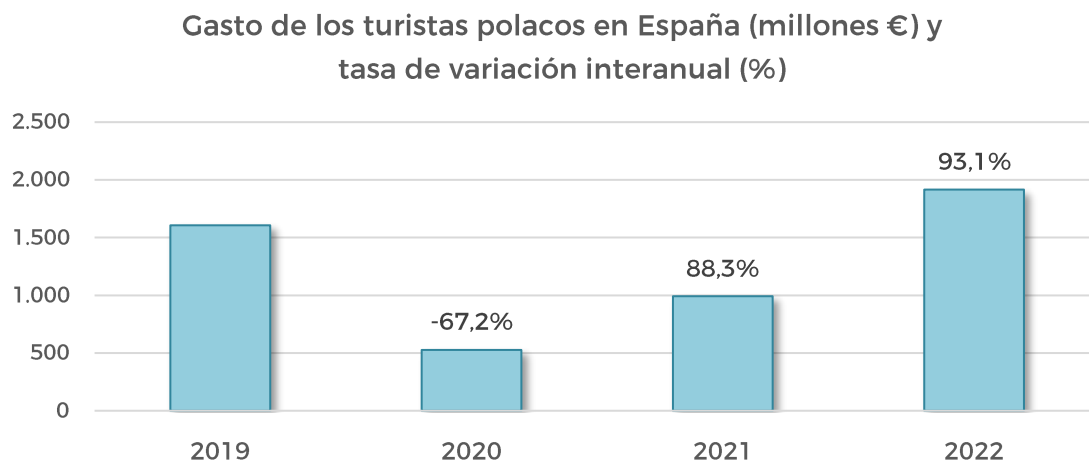
Los últimos datos disponibles (Frontur, EOH) de la demanda turística muestran una tasa de variación interanual del número de viajeros del +65% y de pernoctaciones del +38% en el periodo acumulado de enero-febrero 2023.



Fuente: Euromonitor

6

Según estimaciones de Euromonitor, el gasto de los polacos en el total de sus viajes al extranjero ha crecido un 44% en 2022, respecto del año pasado.



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

Según datos de Egatur (INE), el gasto de los polacos en España ha crecido un 93,1% en 2022, respecto del año pasado. El gasto realizado en 2022 (1.916 millones de €) supone el 13,8% del total del gasto de los viajes al extranjero (10,4% en 2019).

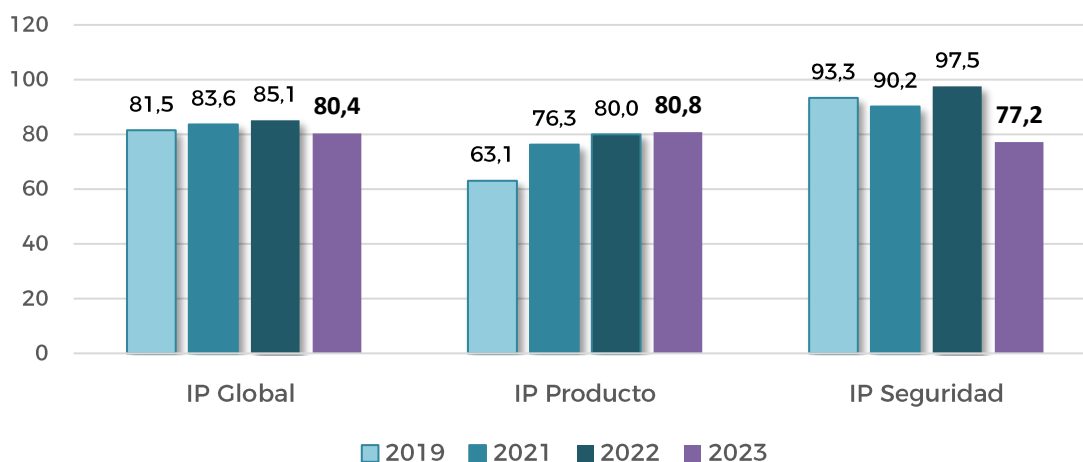
INDICADORES DE PROSPECTIVA

Percepción, consideración e intención del viaje

En Polonia la percepción general de España como destino turístico se mantiene en niveles altos, aunque se observa que en el último ejercicio se ha reducido a un nivel ligeramente inferior al de 2019. El índice de producto se encuentra a un nivel similar, pero sí ha experimentado un crecimiento muy significativo respecto a los valores pre-pandemia.

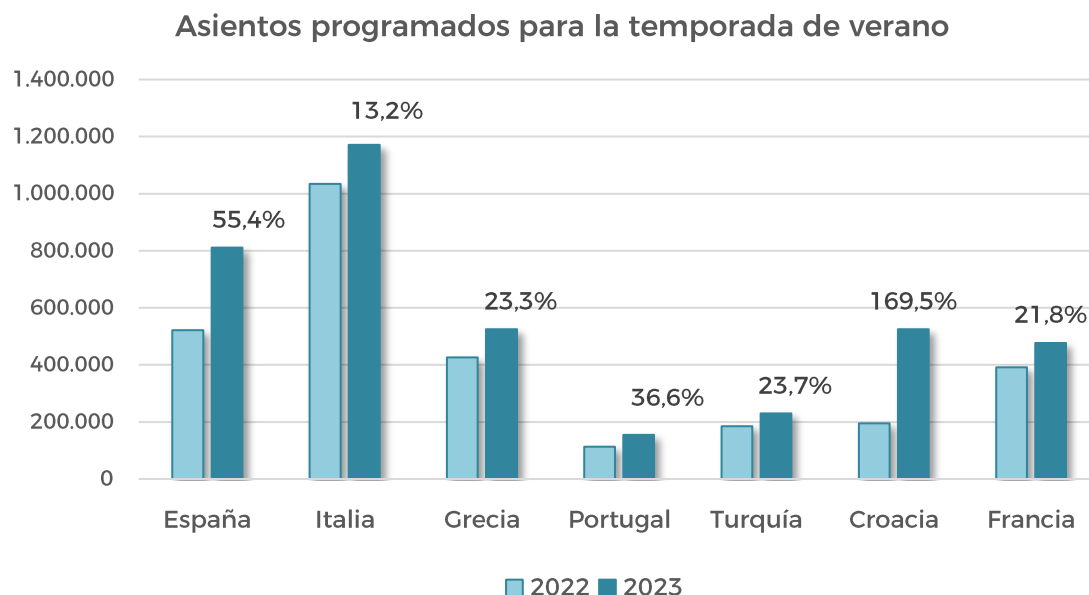
El índice de percepción de seguridad ha disminuido considerablemente en el último ejercicio. Este descenso está muy probablemente relacionado con el efecto que la irrupción de la guerra en Ucrania ha provocado en los ciudadanos en Polonia, dada la cercanía del conflicto.

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.

Previsiones de vuelos

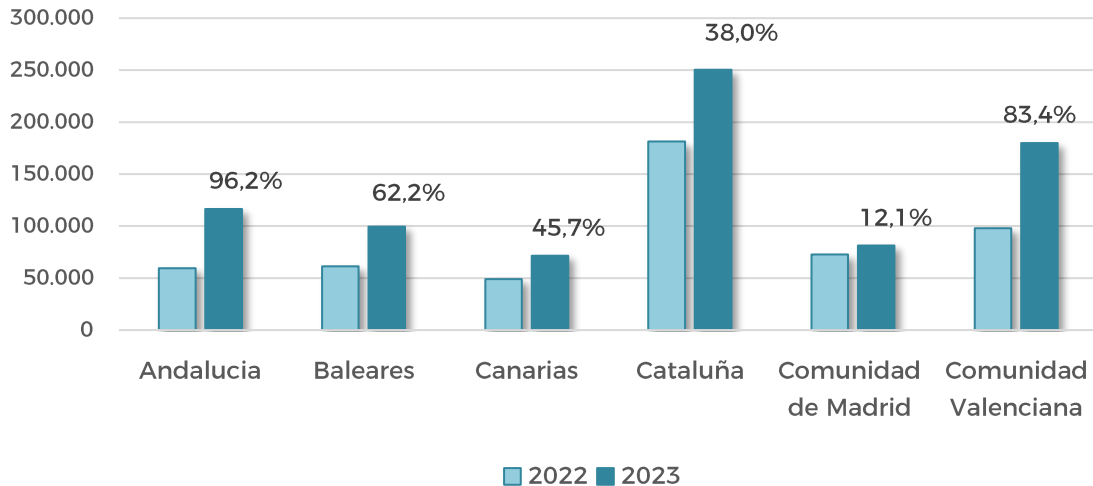


Fuente: OAG Schedules Analyser

Las capacidades programadas para España entre el 1 de abril y el 30 de octubre de 2023 supera con creces el volumen de plazas de avión programadas hacia la amplia mayoría de destinos competidores, a excepción de Italia. Todos los destinos disponen de una planificación de capacidades de las líneas aéreas por encima de las programadas en verano de 2022. España presenta una capacidad de asientos de un +55,4% respecto a verano de 2022. Los destinos que más incrementan el número de asientos programados son Croacia (+170%) y España.

España se encuentra muy bien posicionada como destino internacional. Además, el **número de vuelos y frecuencias programadas para la temporada de verano 2023 a España** ha crecido significativamente respecto de 2022 (+34,5%), pasando de 98 a 139 vuelos semanales de bajo coste. No obstante, la economía polaca sufre, desde hace un año, un proceso de alta inflación, con subida de precios generalizada, y el consiguiente incremento de tipos de interés que puede afectar negativamente a la demanda durante la próxima temporada.

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



9

En el gráfico se presentan los datos de asientos programados para verano de 2023 pero referidos a los principales destinos españoles. Se observan crecimientos notables todas las Comunidades Autónomas, destacando Andalucía, Comunidad Valenciana y Baleares.

Búsquedas y reservas

Las búsquedas de vuelos a España de ida y vuelta en el motor de búsqueda de Skyscanner en Polonia para la temporada de verano se han mantenido por encima de las que se realizaban en 2019, salvo en noviembre, mes en el que tradicionalmente se reducen las búsquedas. A finales del mes de enero se produjo un rápido aumento de la búsqueda de vuelos hasta mediados de marzo, coincidiendo con el comienzo de las vacaciones de invierno en las escuelas polacas (semana blanca del 27 de enero al 10 de febrero), a cuya finalización se redujeron de nuevo las búsquedas. Posteriormente, el nivel de búsquedas de vuelos hacia España muestra cierta recuperación.





g

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

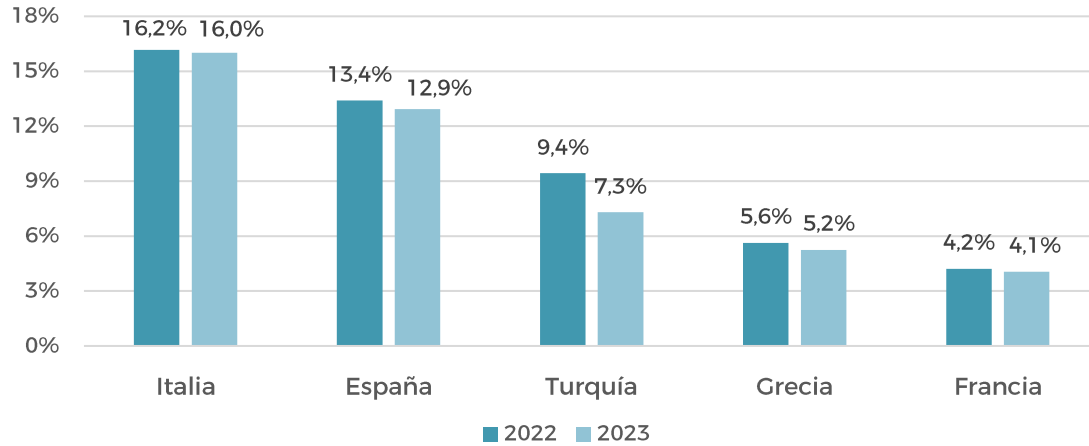
10

Las búsquedas hacia España se han comportado en general, mejor que las búsquedas internacionales, salvo un breve periodo en noviembre cuando predominan las búsquedas de vuelos a destinos exóticos y de larga distancia.

Se observa la influencia del inicio del conflicto en Ucrania durante la segunda quincena de febrero y hasta mediados de marzo. El aumento de búsquedas hacia España es mayor que en el caso de vuelos internacionales dando un impulso de cara al comienzo de la temporada de verano.

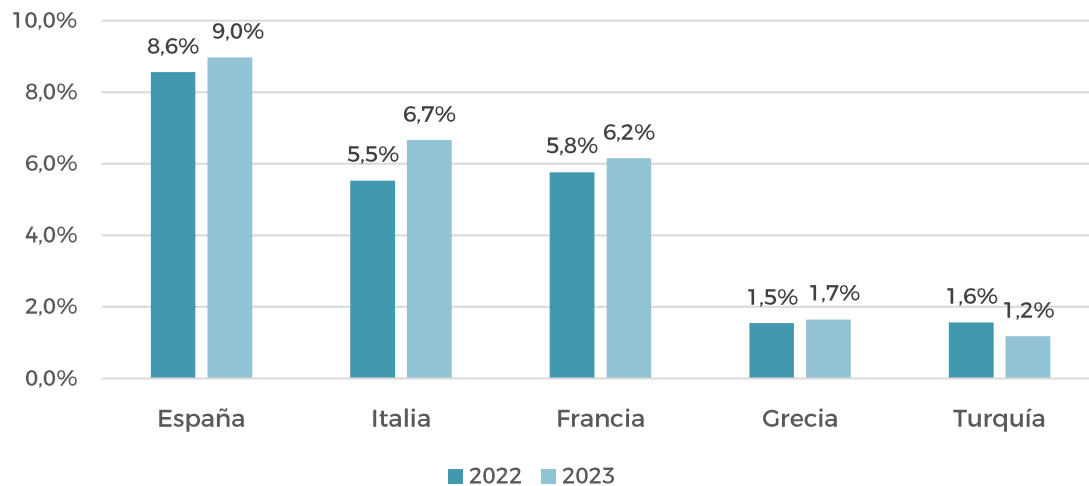
En los siguientes gráficos aparece la cuota de búsqueda de alojamiento y vuelos en Google de los 5 principales destinos en marzo de 2023, y en comparación con el año anterior. Fuente: Google Destination Insights – explotación Turespaña

Cuota de búsquedas de alojamiento. Marzo 2022 vs Marzo 2023



En cuanto a **alojamiento**, la cuota del 13% indica que España, en segundo lugar, mantiene una posición dominante en Polonia, junto con el destino Italia, líder en búsquedas (16%), y los destinos vacacionales de sol y playa Turquía y Grecia, tercero y cuarto respectivamente.

Cuota de búsquedas de vuelos. Marzo 2022 vs Marzo 2023



En cuanto a **vuelos**, España ocupa la primera posición con una cuota del 9%, seguida de Italia y Francia, destinos con mayor disfrute de las categorías de turismo cultural y de ciudad y mayor número de vuelos regulares de bajo coste a diferencia de Grecia y Turquía, que son destinos que concentran un mayor número de vuelos chárter de los operadores.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

El **debilitamiento del consumo** como consecuencia de la disminución de los ingresos reales (tasa de inflación mayor que los salarios reales) y una tasa de ahorro baja, influirá en las decisiones de compra de productos y servicios turísticos, provocando una posible rotación hacia productos de menor calidad, pero a un coste sensiblemente inferior.

La demanda o propensión a utilizar los servicios turísticos (que no la participación en viajes) depende en gran medida de la diferencia entre ingreso mensual promedio y gastos del hogar. Los hogares con una mayor renta disponible para ocio (ingresos menos gastos) serán más proclives a mantener su “estatus” viajero, entendido éste como el tipo de productos turísticos que consumían antes de la subida generalizada de precios y el debilitamiento de la economía del hogar.

Centrándonos en la **temporada de verano 2023**, sería lógico pensar que, en línea con la situación económica actual, el consumidor será más sensible a ofertas con una relación calidad-precio más ajustada en detrimento de ofertas de mayor valor añadido.

12

España se encuentra muy bien posicionada en el mercado, con unas capacidades programadas durante la temporada de verano que crecen significativamente respecto al verano de 2021 y superan con creces el volumen de plazas de avión programadas hacia la amplia mayoría de destinos competidores, a excepción de Italia.

Además, el último estudio (Monitoring Sentiment for Intra-European Travel, febrero 2023) de la European Travel Commission sobre preferencias y planes de los europeos para la primera mitad de 2023, muestra que Polonia presenta el mayor porcentaje de propensión a viajar con pernoctación fuera de casa, con un 83,2 % (Alemania 79,1 %, Italia 80,4 %). La coyuntura económica deja su huella en los viajes planificados: se redujo el porcentaje de personas que planifican viajes de 10-12 noches (del 16% al 10%) y aumenta el porcentaje de personas que planifican estancias de 4-6 días (del 38% al 42%).



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 