

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



POLONIA Temporada de otoño 2024/invierno 2025

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: 219-24-018-5

Octubre 2024



TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

3

COYUNTURA ECONÓMICA

CUADRO MACRO

	2022	2023	Previsión 2024
PIB REAL (Tasa de variación Interanual)	5,8	0,1	2,8
PIB nominal per cápita (euros) (EUR per cápita)	16.411	19.163	21.863
GASTO DEL CONSUMIDOR (TVI %)	4,2	16,4	14,1
POBLAC. EMPLEADA (en miles)	17.460	17.501	17.504
TASA DE DESEMPLEO (% s/ poblac. activa)	5,4	5,2	5,1
INFLACIÓN (Tasa de variación interanual)	14,4	11,4	4,1
Porcentaje de hogares de clase media (%)	17,0	19,3	20,7

Fuente: Oxford Economics.

	2022	2023	2024*
TIPO DE CAMBIO (euro/zloty) 2022 y 2023: media anual 2024*: último día del último mes completo (30 septiembre).	4,686	4,542	4,305

Fuente: Banco Central Europeo.

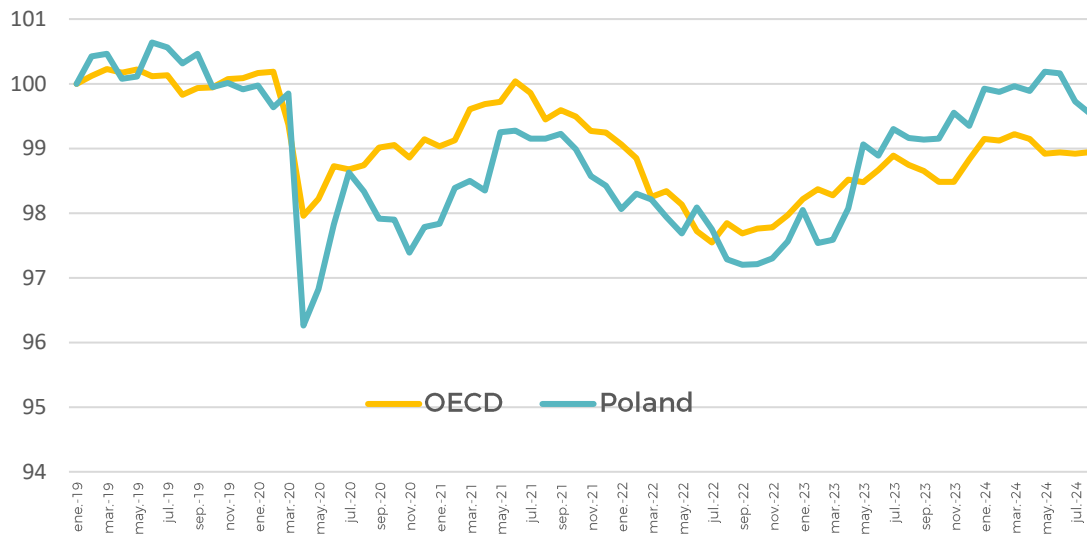
La economía polaca crecerá un 2,8% en términos reales en 2024, después de estancarse en 2023, consolidándose la recuperación económica gracias a una política fiscal acomodaticia, la reactivación del consumo interno y unas sólidas perspectivas de inversión.

Durante el periodo 2025-2028 el crecimiento promediará el 3,6% anual, en la media de la tendencia histórica. Un gran mercado interno, además del renovado interés de los inversores, mantendrá la progresión en dicho periodo.

Aunque los hogares y las empresas están bien capitalizados, los mayores costes de endeudamiento en términos reales podrían debilitar la actividad económica. Esto podría provocar que el Banco Nacional de Polonia (NBP) implemente recortes de tipos en la primera mitad de 2025 (actualmente en el 5,75%), debilitando el zloty y provocando un aumento de la inflación.

En el siguiente gráfico se muestra el Índice de Confianza del Consumidor elaborado por la OCDE. El índice de Polonia, en tendencia alcista, se mantiene por encima de la media de la OCDE desde abril de 2023, incrementándose dicha diferencia en los últimos meses.

Índice de Confianza del Consumidor (CCI)



5

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

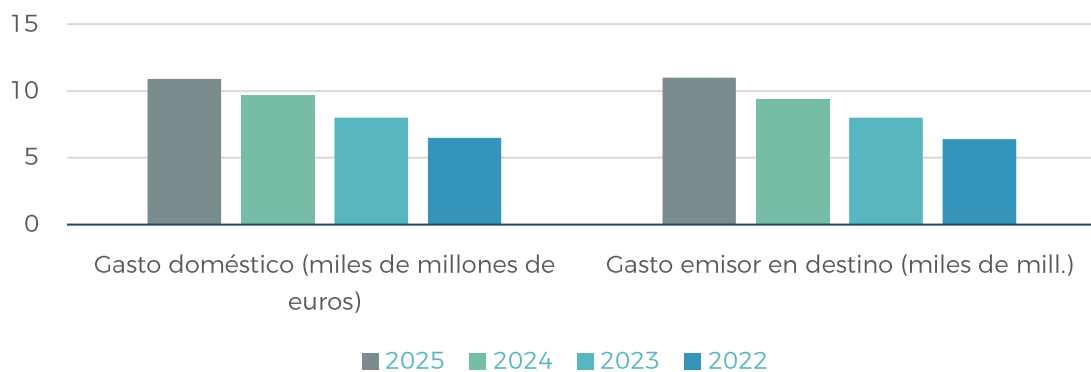
FACTORES POLITICO SOCIALES

En el 2024, Polonia ha vivido un clima político tenso tras las elecciones generales de octubre, donde la coalición opositora liderada por la Plataforma Cívica logró una victoria significativa sobre el partido en el poder, Ley y Justicia (PiS). Este cambio ha generado expectativas de reformas en áreas como el Estado de Derecho y los derechos humanos, que habían sido objeto de críticas por parte de la Unión Europea. Las tensiones sociales han aumentado, especialmente en torno a temas como la igualdad de género y los derechos LGBTQ+, evidenciando una sociedad cada vez más polarizada. Las movilizaciones ciudadanas han reflejado un deseo de cambio, mientras que la economía enfrenta desafíos derivados de la incertidumbre política y las repercusiones de la guerra en Ucrania.

EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Según Oxford Economics, se prevé que en 2024 el turismo doméstico se comporte notablemente mejor que el turismo emisor internacional. La tasa de variación interanual del gasto estimado en viajes domésticos en Polonia es del +21,2%, mientras que el gasto viajes al extranjero se estima que crezca un +17,6% en 2024 respecto al año anterior.

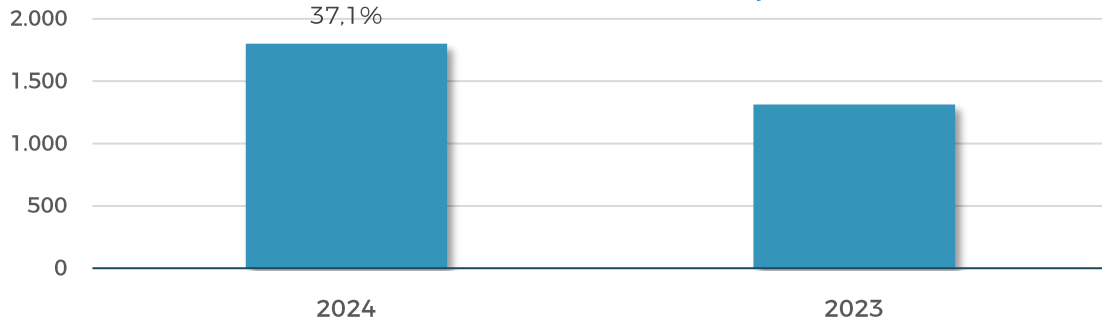
Evolución gasto turístico



6

Fuente: Oxford Economics.

Gasto de los turistas polacos en España (millones €) y tasa de variación interanual (%). Enero - julio



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos INE (EGATUR)

Según estimaciones de Turespaña a partir de datos de Egatur (INE), el gasto de los polacos en España ha crecido un 37,1% en el acumulado enero-julio 2024 con respecto al mismo periodo del año anterior. En total, el gasto realizado en los primeros siete meses de 2024 ha sido de 1.800 millones de €.



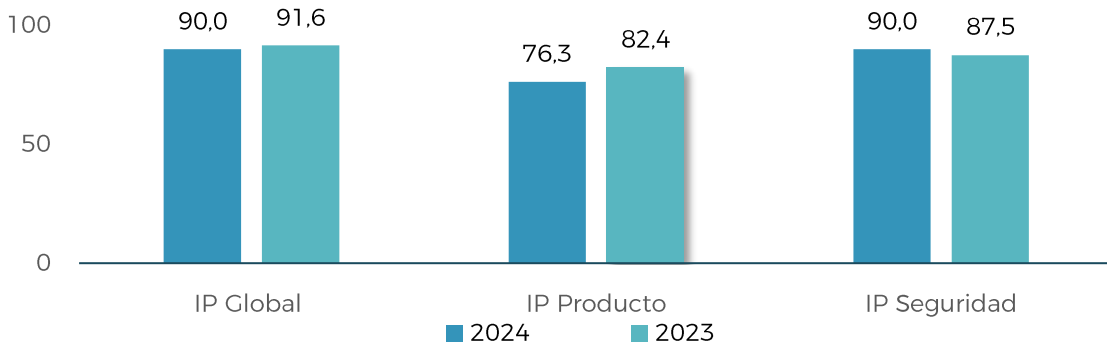
INDICADORES DE PROSPECTIVA

Percepción, consideración e intención del viaje

En Polonia la percepción general (IP Global) de España como destino turístico en 2024 se mantiene en niveles altos, pero reduciéndose con respecto al nivel del año anterior. El índice de producto en 2024 (76,3) se encuentra a un nivel notablemente inferior con respecto a 2023 (82,4).

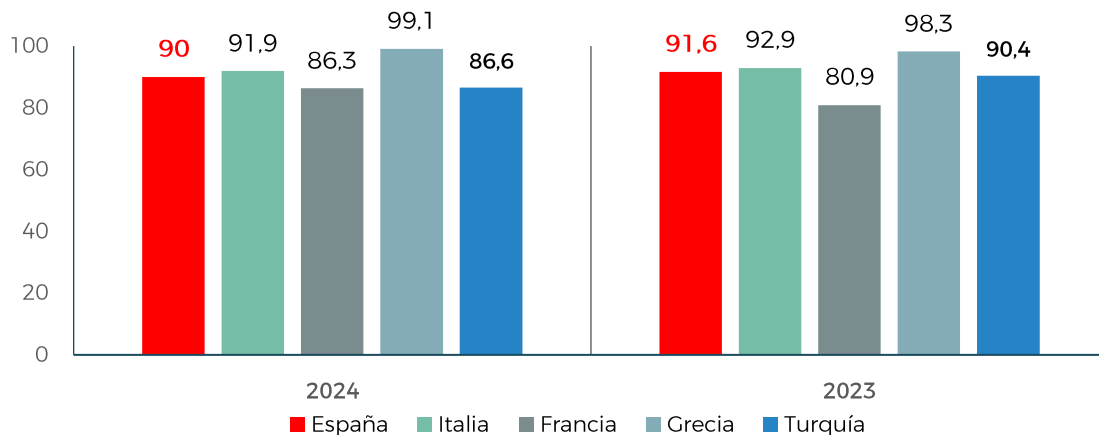
El índice de percepción de seguridad está en niveles altos, y se mantiene igual que en el último ejercicio.

Índices de percepción en el semestre abril-septiembre



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.

Índice de percepción global: competidores. Temporada invernal (abril-sept)



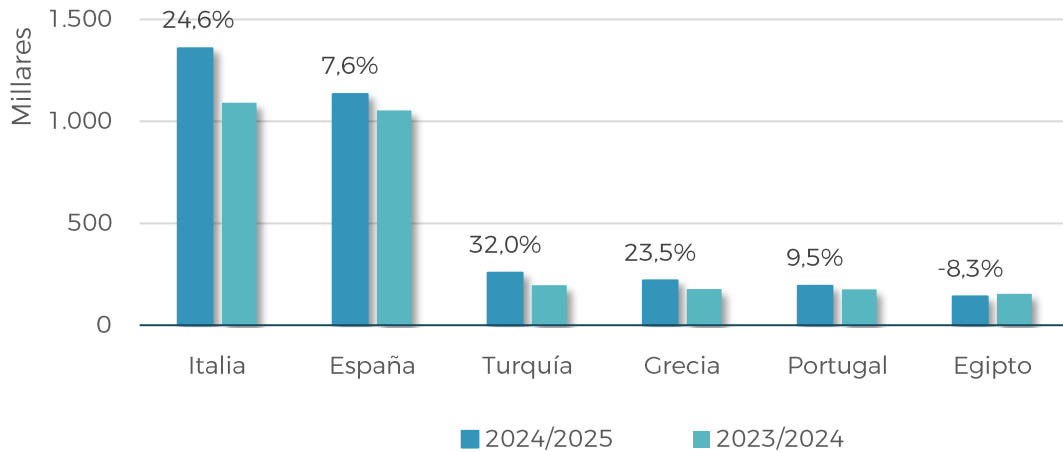
Fuente: <https://mabrian.com/es/>



En Polonia la percepción global de España como destino turístico pierde competitividad y se ve superada por Grecia e Italia, aumentando la diferencia con respecto al año anterior.

Previsiones de vuelos

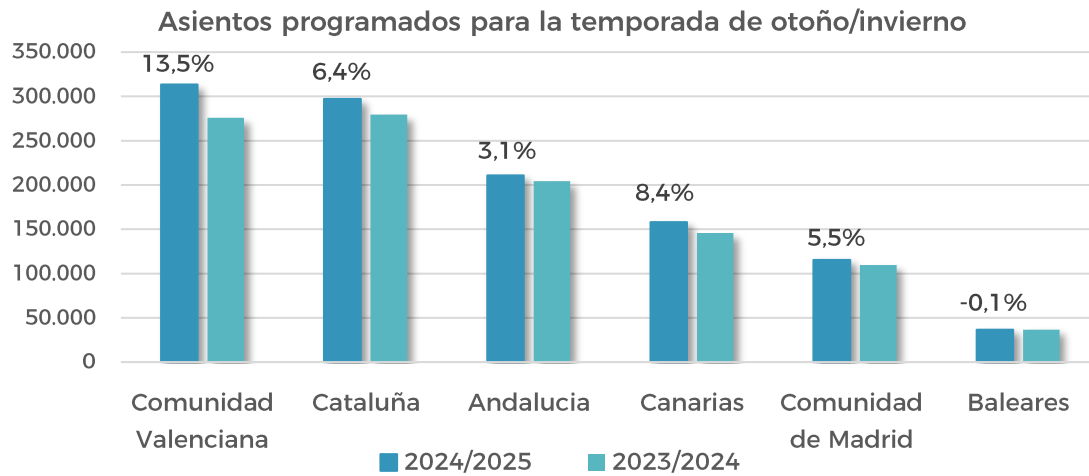
Asientos programados para la temporada de otoño/invierno



Fuente: OAG Schedules Analyser

Las capacidades programadas para España entre el 1 de octubre de 2024 y el 30 de marzo de 2025 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 anterior, España ha crecido notablemente menos (+7,6%) respecto a Italia (24,6%) 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 se ha reducido en un -8,3%. Turquía es el destino que mayor incremento experimenta en capacidad de asientos programados respecto a la temporada anterior (+32%), seguida de Italia (24,6%), Grecia (+23,5%) y Portugal (+9,5%).



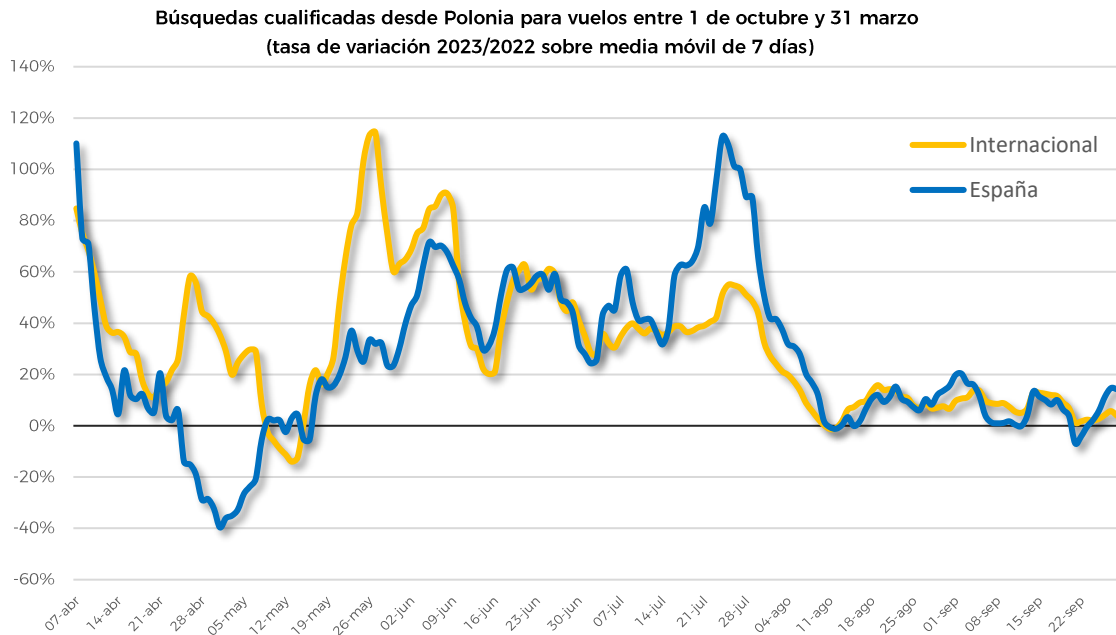
En el gráfico anterior se muestra el aumento experimentado de capacidad y asientos programados para la temporada de otoño-invierno 2024-2025 por comunidades autónomas. Se observan crecimientos modestos para todas ellas, destacando Comunidad Valenciana, Cataluña y Andalucía.

9

Búsquedas y reservas

Las búsquedas de vuelos de ida y vuelta en Skyscanner en Polonia para la temporada de otoño-invierno 2024-2025 comenzaron la serie temporal en abril a un nivel relativamente alto, para ir descendiendo la demanda de viajes en el mercado hasta mediados de mayo. Posteriormente, la demanda se recuperó con el fin del curso escolar y el inicio de la temporada veraniega, pero retornó a un terreno de crecimiento cero desde mediados de agosto hasta finales de septiembre.

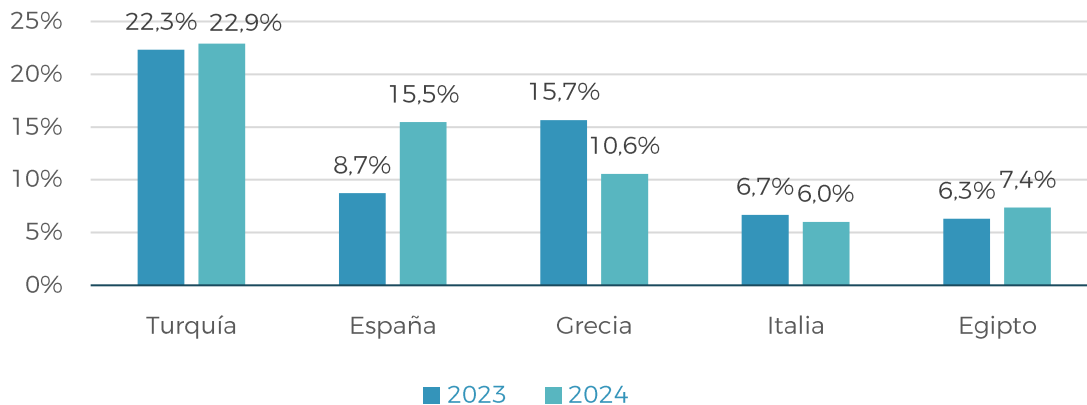
Las búsquedas hacia España se han comportado, en general, al mismo nivel que las búsquedas internacionales, salvo en momentos puntuales desde mitad de abril a mitad de junio y la segunda quincena de julio.



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

10

Cuota de búsquedas de alojamiento. 2023 vs 2024 (Enero - agosto)



Fuente: Google Destination Insights - explotación Turespaña

En el gráfico anterior se muestra la cuota de búsqueda de alojamiento en Google en el periodo enero-agosto de 2023 y 2024 de los cinco principales destinos turísticos competidores de la cuenca mediterránea.



España se encuentra en segunda posición, con una cuota del 15,5%, manteniendo una posición relevante en el sector de viajes de Polonia, junto con Turquía y Grecia, primero y tercero respectivamente.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

España mantiene una buena percepción como destino vacacional en el mercado polaco y la capacidad de asientos programados para la temporada de invierno crece un 7,6%, superando ampliamente la de todos los destinos competidores, a excepción de Italia.

Por otro lado, los datos de la encuesta MSIET (Monitoring Sentiment for Intra-European Travel), de verano/otoño 2024, sitúan a Polonia como el 4º mercado emisor europeo con mayor intención de viajar (77%, TVI +3%). La demanda de viajes domésticos crece un 7% de TVI mientras que la de viajes al extranjero se mantiene a un nivel estable (55%).

11

En 2024, España presenta un creciente atractivo como destino en el mercado polaco, que se manifiesta en dos indicadores clave:

1. Gasto turístico: Entre enero y julio de 2024, el gasto de los viajeros polacos en España ha registrado un aumento significativo, con una tasa de variación interanual (TVI) del +31%, lo que indica un mayor desembolso en actividades, alojamiento y otros servicios turísticos durante su estancia.
2. Número de visitantes: En el mismo periodo, el número de turistas polacos que eligieron España ha experimentado un crecimiento del 40,2% en la TVI, lo que evidencia un incremento notable en la afluencia de viajeros de Polonia.

Por el momento, no se prevé un debilitamiento del consumo como consecuencia de la actual coyuntura económica. En todo caso, durante el año 2025 es muy previsible que el comportamiento del consumidor se vea influenciado por un posible aumento de la tasa de inflación y, por ende, del incremento de precios de los productos y servicios turísticos. Sería de esperar una preferencia en la búsqueda de ofertas con precios más ajustados al poder de compra del consumidor mostrado durante 2024.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 