

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



2.

POLONIA 2026
Mercado Emisor

TABLA DE CONTENIDO

Mercado emisor

Mercado emisor a España

Destinos competidores y posicionamiento

Perspectivas a medio plazo

MERCADO EMISOR

Datos Clave

En 2024, los residentes polacos realizaron en total de 78,9 millones de viajes con al menos una noche de estancia (una persona puede hacer varios viajes), un 4,5% más que en 2023. Predominaron los viajes nacionales: fueron 62,5 millones (TVI +4.1%).

El número de viajes al extranjero de residentes polacos ascendió a 16,4 millones (un 5,8% más que en 2023) y fueron en su mayoría viajes de cinco días o más: 13,2 millones (TVI +4,7%). Se realizaron 3,2 millones de viajes al extranjero de 2 a 4 días de duración (un 10,3% más que en 2023). Fuente: GUS, Inst. Nacional Estadística, Turystyka w 2024r, junio 2025

Por su parte, en el grupo de edad de 15 años o más, los residentes polacos que realizaron viajes al extranjero fueron 14,7 millones.

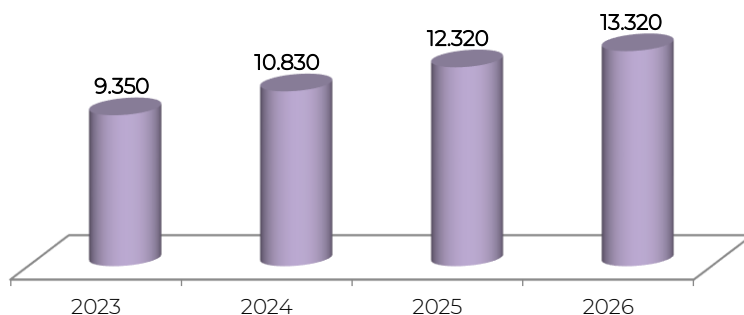
Polonia, con 37,5 millones de habitantes presenta una **participación en turismo** en viajes al extranjero por motivos vacacionales del 53,9% de la población en 2024 (20.22 millones: 10,0 millones de hombres y 10.2 millones de mujeres).

4

Volumen del mercado por gasto

En 2025 el gasto total de los turistas polacos en sus viajes al extranjero aumentó un +8,1%, pasando de 12.320 millones de EUR en 2024 a 13.320 millones de EUR en 2025.

Gasto Total (millones de euros)

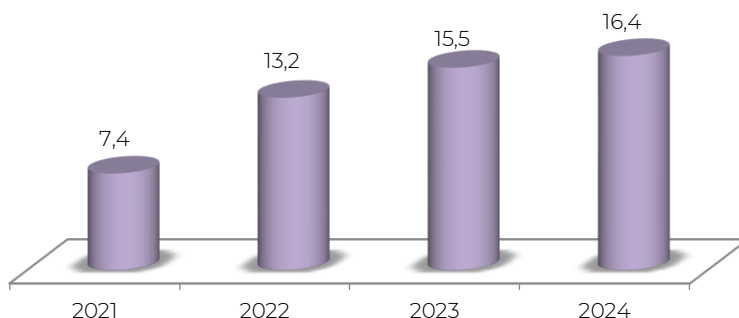


Fuente: Oxford Economics, mayo 2026

Volumen del mercado por número de viajes

En 2024 los residentes polacos realizaron 16,4 millones de viajes al extranjero, lo que supuso un aumento del +5,8% en comparación con 2023 (15,5 Millones).

Viajes al exterior (Millones)



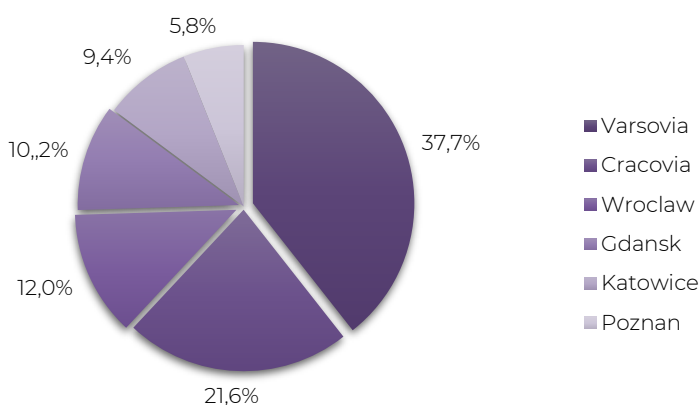
Fuente: GUS, Instituto Nacional de Estadística "Turystyka w 2024r", junio 2025

5

Principales áreas emisoras

Las principales áreas emisoras en origen (aeropuertos) hacia España para la temporada de verano 2026 según número de vuelos regulares por semana (bajo coste y tradicional) muestran a Varsovia como la principal ciudad y área emisora con una cuota del 37,7% seguida de Cracovia (21,6%), Wroclaw (12,0%) y Gdansk (10,2%).

Principales áreas emisoras



Fuente: Elaboración propia OET Varsovia, webs de líneas aéreas, abril 2026

Organización del viaje y reservas

En el **turismo organizado**, los paquetes con todo incluido (88,4%, con un ligero descenso) y los hoteles de alta categoría siguen predominando. Más del 77% de los clientes de agencias de viajes eligieron hoteles de 4 y 5 estrellas en 2025. El transporte aéreo continúa siendo el medio de transporte más utilizado en los viajes organizados con un 97,7% sobre el total de turistas.

La temporada alta para los turistas polacos se asocia invariablemente con las vacaciones escolares y coincide con los meses de verano. En 2025, julio y agosto representaron el 58,8% de todos los viajes, un ligero aumento con respecto a 2024. Las cifras de vacaciones de junio y septiembre se mantuvieron prácticamente sin cambios.

En la temporada de verano 2025 el 36% de los clientes de agencias de viajes reservaron sus vacaciones **con 3 meses de antelación** (ofertas *first minute*), un aumento de 2 puntos porcentuales. Se observó un aumento en las decisiones de compra (*last minute*) tomadas 10 días antes de la salida (19,1%).

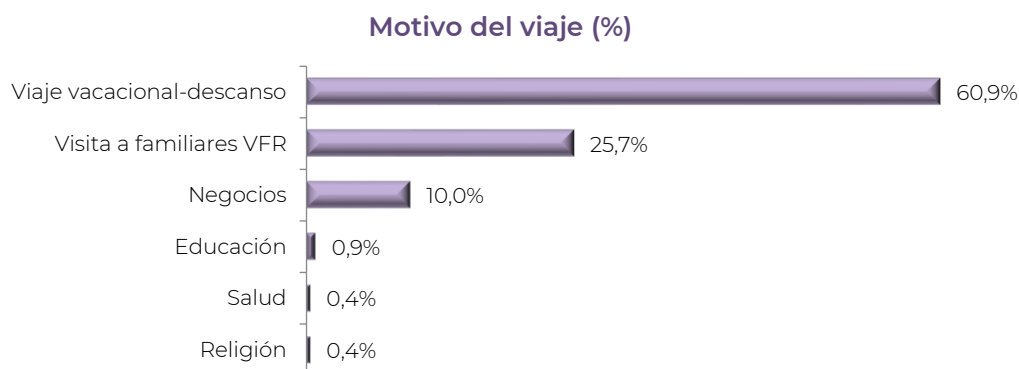
Fuente: Informe "Vacaciones de los polacos en el extranjero 2025".

PIT (Cámara Polaca de Turismo), con datos principales OTAs

Comportamiento viajero

El principal motivo de los polacos en sus viajes al extranjero en 2024 fue el vacacional y descanso (60,9%), seguido de los viajes para visitar familiares y amigos (25,7%). Los viajes por motivos de negocio alcanzaron el 10,0% del total.

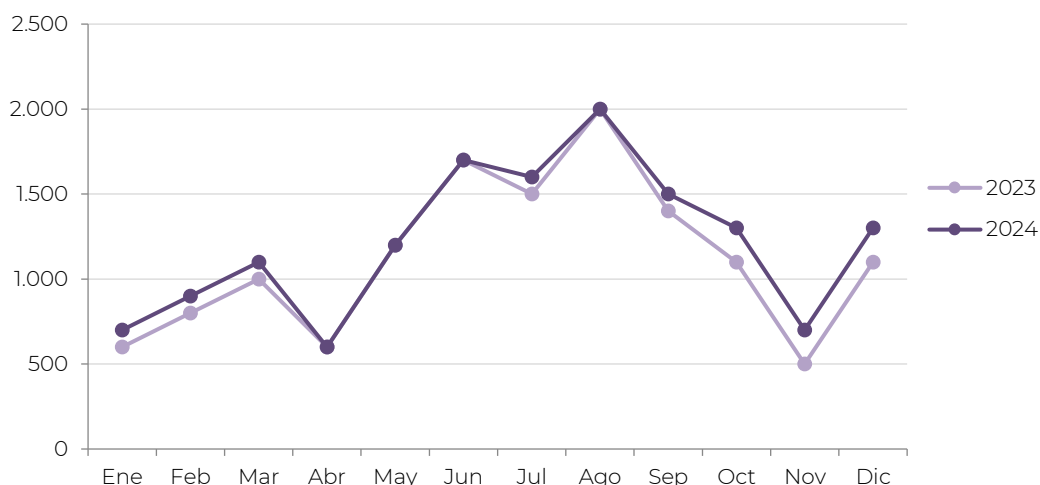
La naturaleza, con su entorno y paisajes, las estancias con buena relación calidad-precio y lugares históricos y culturales son los principales factores en la elección de destino.



Fuente: GUS, Instituto Nacional de Estadística, agosto 2025

Los viajes al extranjero realizados por los turistas polacos en 2024 presentaron una **marcada estacionalidad**. El 34,9% del total de sus viajes al extranjero se realizan en verano (junio, julio y agosto). La restante distribución de viajes por estaciones: primavera (24,0%), otoño (22,6%) e invierno con el 18,5% del total de viajes.

Estacionalidad (número de viajes, en miles)



Fuente: GUS, Instituto Nacional de Estadística, agosto 2025

Segmentación de la demanda

La **segmentación de la demanda según la edad del viajero**, permite distinguir 4 grupos en el mercado polaco:

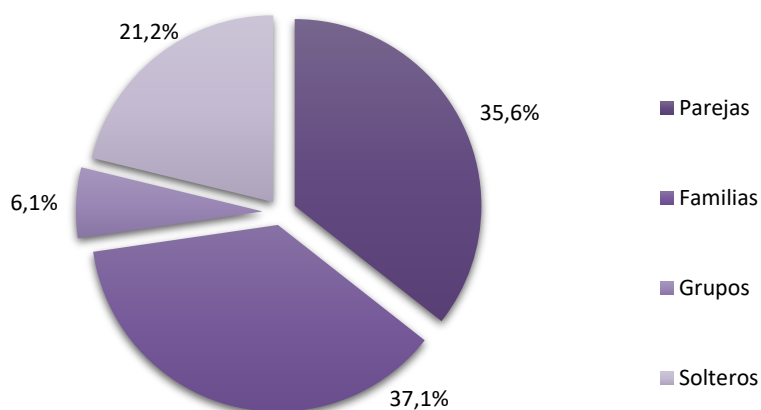
Solteros: entre 18 y 30 años, con grandes expectativas en sus viajes, inolvidables y que aporten aventuras y recuerdos para el resto de la vida.

Parejas sin niños: entre 25-40 años, que viven separados de sus padres, casados o solteros, en buena situación económica, buscan adquirir nuevas experiencias. Atraídos por la cultura, historia, costumbres y gastronomía.

Familias con hijos: entre 30 y 55 años, buscan descanso y tranquilidad, pasar tiempo con la pareja y niños, y también de manera activa (práctica de algún deporte) conocer lugares y experiencias nuevas, así como actividades para los niños (visitas o animación).

Grupos: vinculados a viajes de negocios, de empresa y/o incentivos.

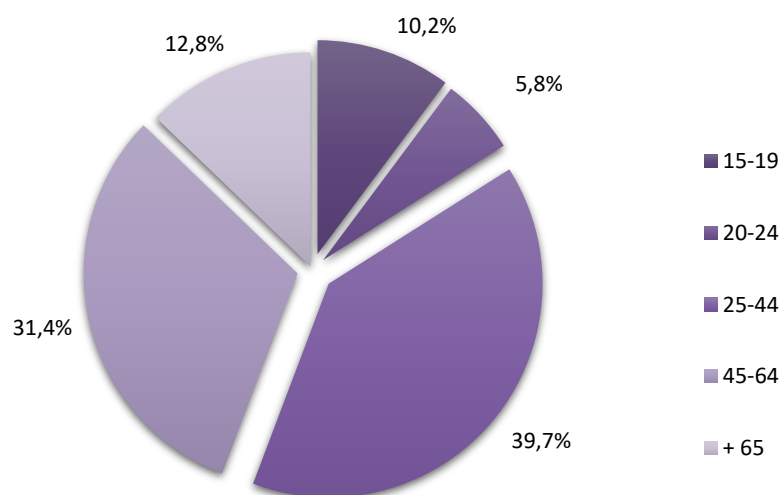
Segmentación de demanda, según tipo de grupo



Fuente: GUS, Instituto Nacional de Estadística, agosto 2025

8

Segmentación de demanda, pasajeros por edad

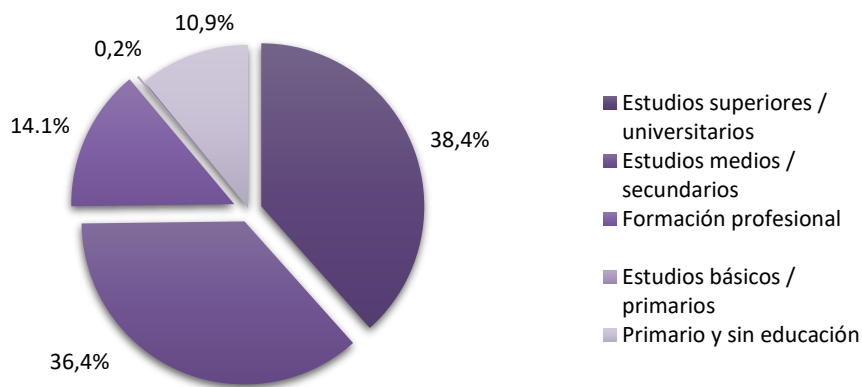


Fuente: GUS, Instituto Nacional de Estadística, agosto 2025

Perfil del viajero

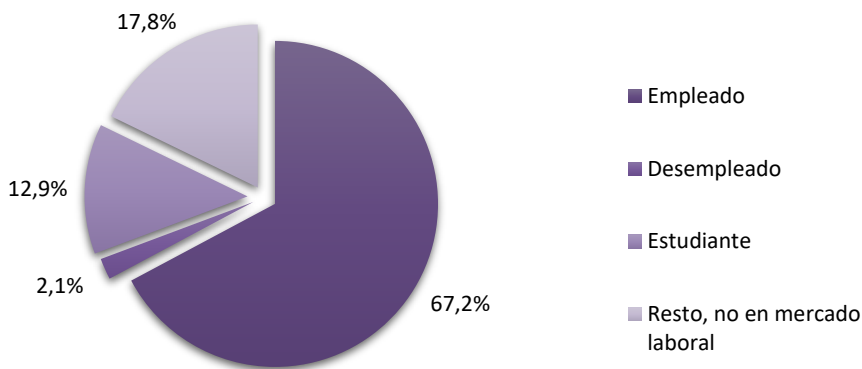
El perfil de viajero polaco muestra que el 39,7% tiene una edad comprendida entre 25 y 44 años, con un nivel educativo de estudios superiores y secundarios, con trabajo (67,2%) y que vive principalmente en ciudades y áreas urbanas (65,6%).

Nivel de estudios



Fuente: GUS, Instituto Nacional de Estadística, agosto 2025

Ocupación laboral



Fuente: GUS, Instituto Nacional de Estadística, agosto 2025

Productos turísticos demandados

El volumen de ventas de agencias minoristas en 2025 del **paquete vacacional** obtuvo una cuota del 15,8% sobre el total de facturación. Sobre el total de viajes organizados por turoperadores, los **paquetes con todo incluido** supusieron el 88,4% del total y los hoteles de 4 y 5 estrellas fueron elegidos por el 77% de los clientes de agencias de viajes en 2025.

En cuanto a productos reservados en la **organización individual del viaje**, las reservas de **"solo alojamiento"** supusieron un 39,2% sobre el total de ventas en 2025. De forma conjunta, las ventas de hotel y billetes de avión consiguieron una cuota del 60,1% del total de ventas minoristas en 2025 (59,1% en 2024).

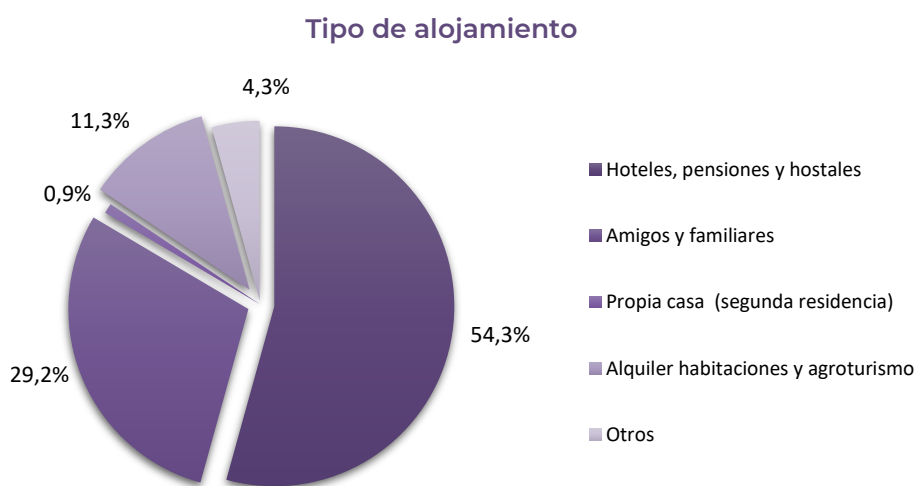
A medida que aumenta la oferta de vuelos de bajo costo hacia destinos vacacionales, lo hace también la organización individual del viaje por parte de los turistas.

Volumen de ventas online minorista (Vacacional) según producto (2022-2025)				
PLN (en millones)	2022	2023	2024	2025
Viajes por tierra	5.695	6.008	6.244	6.439
Paquete vacacional	1 0.623	11.1 46	11.506	11.799
Alojamiento	17.156	22.652	27.495	29.244
Experiencias y atracciones	7.133	8.400	9.789	10.513
Billetes de avión	8.288	10.885	13.542	15.589
TOTAL ventas online (Vacacional)	49.612	59.624	69.481	74.538

Fuente: Euromonitor International, septiembre 2025

10

En cuanto a tipo de alojamiento utilizado por los viajeros polacos en sus viajes al extranjero, se distingue entre establecimiento reservado (hoteles, hostales, pensiones, agroturismo...) el cual representa conjuntamente una cuota del 69,4% sobre el total de viajes, mientras el alojamiento privado, ya sea en casas de familiares y amigos o segunda residencia (apartamento propio), representa un 30,6% del total.



Fuente: GUS, Instituto Nacional de Estadística, julio 2025

Conclusiones y tendencias

El mercado de viajes emisor polaco registró un notable crecimiento en el total de viajes al extranjero con 16,4 millones en 2024, una TVI del +5,8% en comparación con 2023, de los cuales 13,2 millones tuvieron una duración de cinco días o más y 3,2 millones fueron viajes de corta duración, de 2 a 4 días.

La estacionalidad en los viajes al extranjero se acentúa predominantemente en los meses de la temporada de verano (junio a septiembre), con tendencia a incrementarse en los meses previos (abril-mayo) y posteriores (octubre). El turista polaco viaja mayoritariamente en familia (37,1%), en pareja (35,6%) o en grupos (21,2%).

En cuanto al perfil de viajero polaco por tramos de edad, el 39,7% tiene una edad comprendida entre 25 y 44 años. El tramo de edad 45-64 años, supone una tendencia al alza como consecuencia de las mejoras en el ámbito laboral y salarial, así como el incremento natural de la población viajera en este tramo (31,4% del total).

11

El tipo de régimen elegido por el 88% de los viajeros polacos en los establecimientos hoteleros durante la temporada de verano 2025 fue el "todo incluido". Fuente: Informe "Vacaciones de los polacos en el extranjero 2025". PIT (Cámara Polaca de Turismo), con datos principales OTAs

En la temporada de verano 2025 el precio promedio por reserva fue de 9.163 zloty (2.150€), 209 PLN más que el año anterior. El gasto total del viaje por persona en 2025 fue de 3.345 zloty (790 €). Fuente: Informe "Vacaciones de los polacos en el extranjero 2025". PIT (Cámara Polaca de Turismo), con datos principales OTAs.

El informe de la **European Travel Commission** (ETC) que analiza el **sentimiento de la demanda** intraeuropea para viajar en primavera-verano 2026, sitúa a Polonia como el mercado con mayor intención de viajar en los próximos seis meses, alcanzando un 88% (TVI +8%). Entre los destinos preferidos por los viajeros polacos, España destaca como la opción más deseada. En conjunto, se prevé un aumento del 8% en la intención de viajar respecto al mismo periodo de 2025. España se mantiene como el primer destino europeo preferido para el periodo abril-septiembre, con una cuota del 15%, por delante de Italia (12%), Croacia (9%), Grecia (7%) y Alemania (5%).

La duración de estancia planeada por el 43% de los viajeros polacos fue de 4 a 6 noches, anotándose una subida de 10 puntos porcentuales, mientras que el 41% de los viajeros planean estancias de 7 a 12 noches, una caída en la TVI de 6 puntos porcentuales. El 24% de los encuestados indican como posible destino vacacional a un país vecino, el 37% a otro destino, y el 27% de los polacos tiene intención de pasar vacaciones en Polonia. Finalmente, el 9% se decanta por viajes fuera del continente europeo.

En cuanto al presupuesto por persona, el 20% planea un gasto entre 501 y 1.000 euros, mientras que otro 20% se sitúa en el tramo de 1.001 y 1.500 euros, manteniéndose estable respecto al período anterior. Por su parte, el 36% se dispone a realizar un mayor gasto de entre 1.500 y 2.500 euros, lo que supone una subida en la TVI de 6 puntos porcentuales

MERCADO EMISOR A ESPAÑA

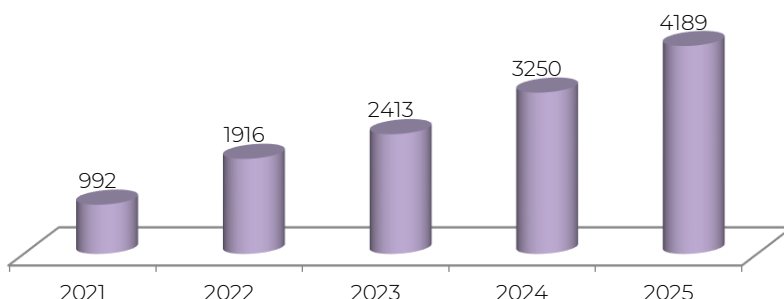
Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

En 2025 el gasto total de los turistas polacos en sus viajes a España aumentó un +29% pasando de 3.250 millones de EUR en 2024 a 4.189 millones de EUR en 2025.

Desde 2021 se observa un notable aumento del gasto medio por persona y del gasto medio del turista, lo que denota una excelente salud del poder adquisitivo que disfruta el ciudadano polaco.

12

Gasto Total (Millones de euros)



Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos INE (EGATUR), 2025

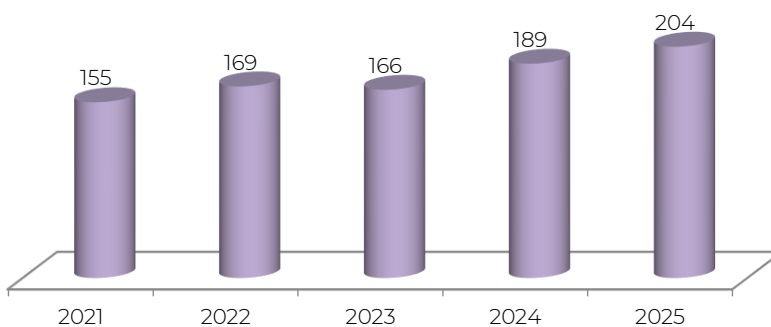
Gasto medio del turista (euros)



Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos INE (EGATUR), 2025



Gasto medio diario (euros)

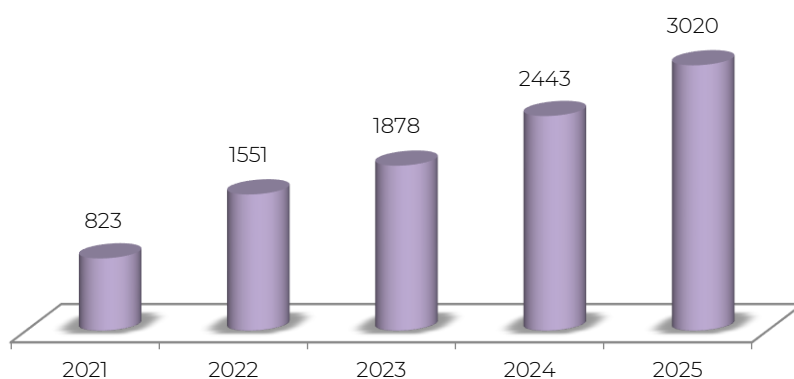


Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos INE (EGATUR), 2025

Número de viajes a España

13

Viajes a España (en miles)



Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos INE (FRONTUR), 2025

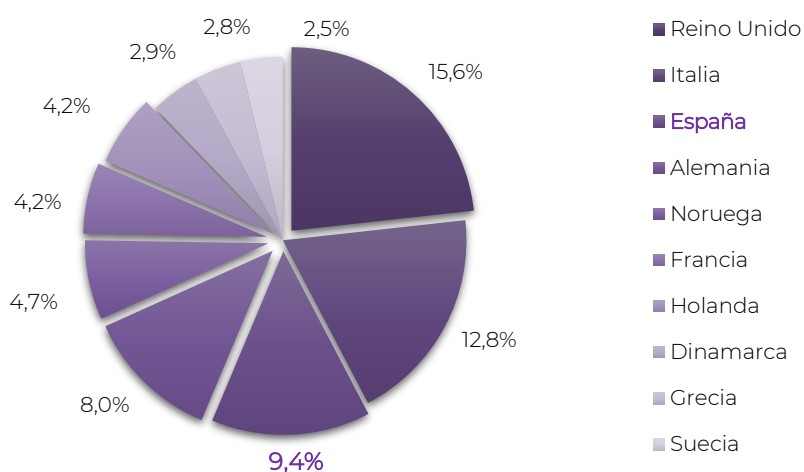
En 2025, el número de viajes a España realizado por los polacos aumentó hasta los 3,020 millones de viajeros, es decir, un +23,6% con respecto al año anterior.

Cuota de España en el mercado turístico emisor

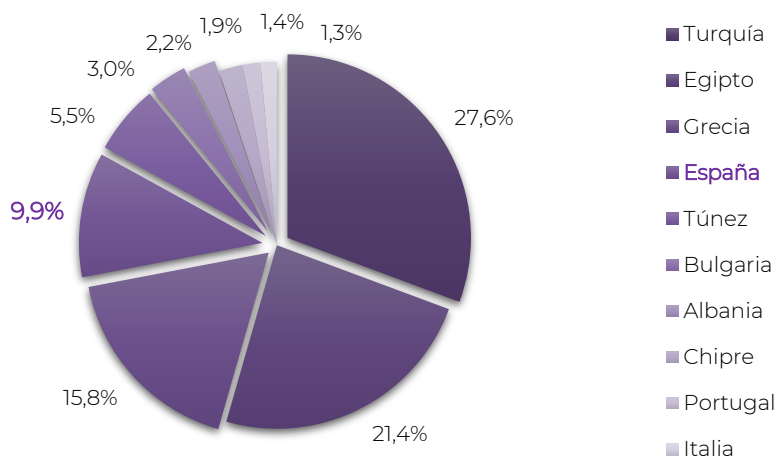
Según datos de la Agencia de Aviación Civil polaca (ULC) sobre el movimiento de pasajeros registrado en los aeropuertos polacos en 2025, los gráficos muestran la **cuota de España** en el mercado turístico emisor en comparación con los principales destinos competidores, tanto en tráfico regular (tradicional + bajo costo) de pasajeros como el chárter (vacacional).

La cuota de mercado en tráfico chárter de España en 2025 es del 9,9% y aumenta con respecto a 2024 (+1.1 puntos %). También aumenta, pero menos, su cuota en tráfico regular, hasta el 9,4%.

Principales destinos internacionales (regular)



Principales destinos internacionales (charter)



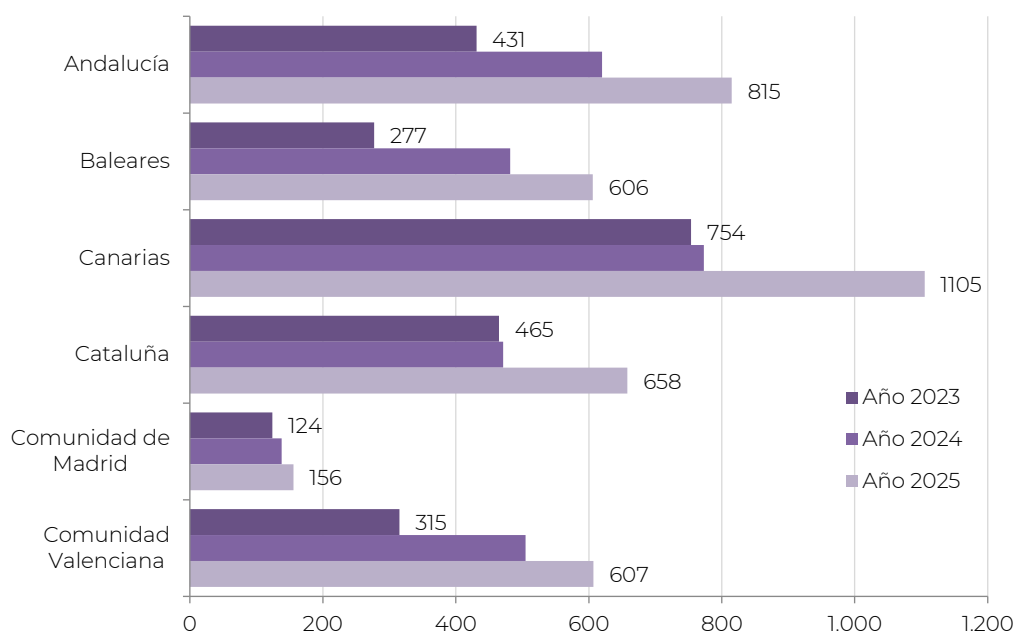
Fuente: ULC (Urząd Lotnictwa Cywilnego), Agencia Aviación Civil, abril 2026

Principales destinos en España

Canarias es el destino español con mayor gasto realizado por los viajeros polacos en 2025 (+43% TVI). Tuvo una cuota de mercado del 27,4% sobre el gasto total realizado por los viajeros polacos en España.

Le siguen Andalucía y Cataluña, con una cuota de mercado del 20,2% y 16,3% respectivamente. El gasto total de los viajeros polacos en España en 2025 ha sido de 4.036 millones de € registrando una TVI del +28,4%.

Principales destinos (por gasto realizado en mill. €)

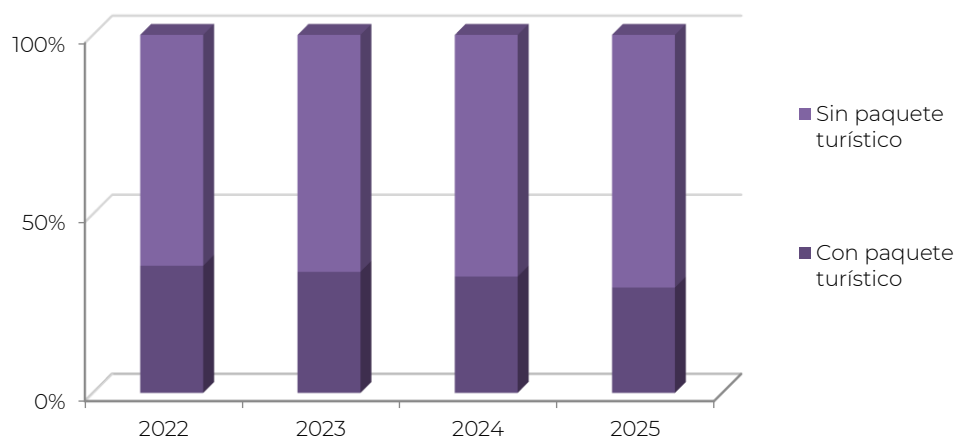


Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos INE (EGATUR), 2025

Organización del viaje y reserva

Según Frontur, el 70,6% de los viajeros polacos en 2025 (67,5% en 2024) organizaron sus viajes a España de forma individual (sin paquete turístico). Por tanto, el 29,4% reservó paquetes turísticos en sus viajes organizados por turoperadores.

Forma de organización del viaje

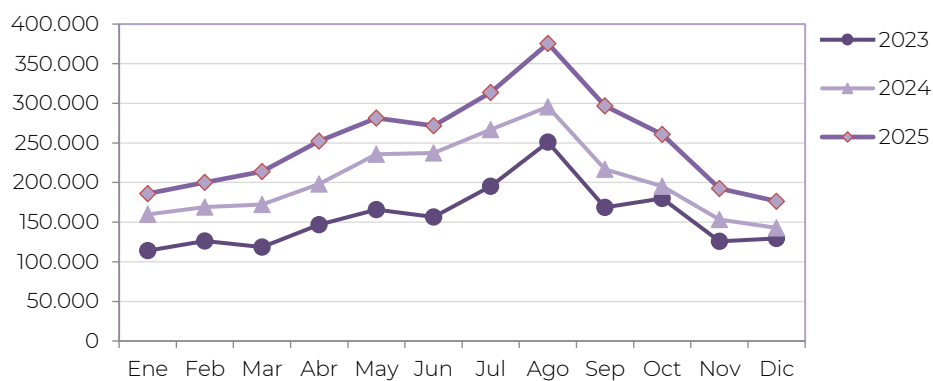


Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos INE (FRONTUR), 2025

Comportamiento del viajero

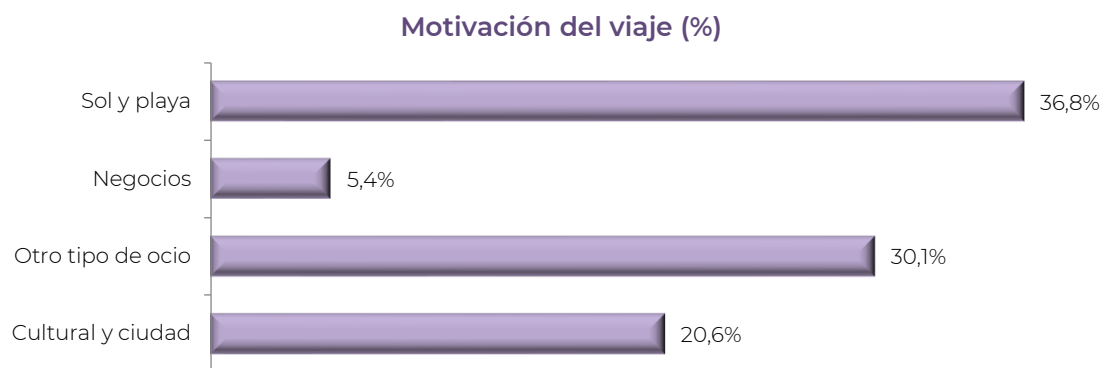
Los polacos presentan una marcada **estacionalidad** en sus viajes a España, que se prolonga en condiciones normales durante los meses de abril a octubre. En 2025, los meses de verano (julio-septiembre) fue la temporada con mayor porcentaje de viajes con un 32,6%. Las temporadas de primavera y otoño obtuvieron una cuota del 26,7% y 20,8% respectivamente.

Estacionalidad (número de viajes)



Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos INE - Frontur 2025, distribución por meses

El principal motivo de los viajes a España de los polacos en 2025 fue ocio y vacaciones, con una cuota del 90,7% sobre el total de viajes. El producto “sol y playa” fue el motivo principal en el 36,8% de los viajes. Los viajes por turismo cultural registraron una cuota del 20,6% y por motivos de negocio un 5,4% del total de viajes.

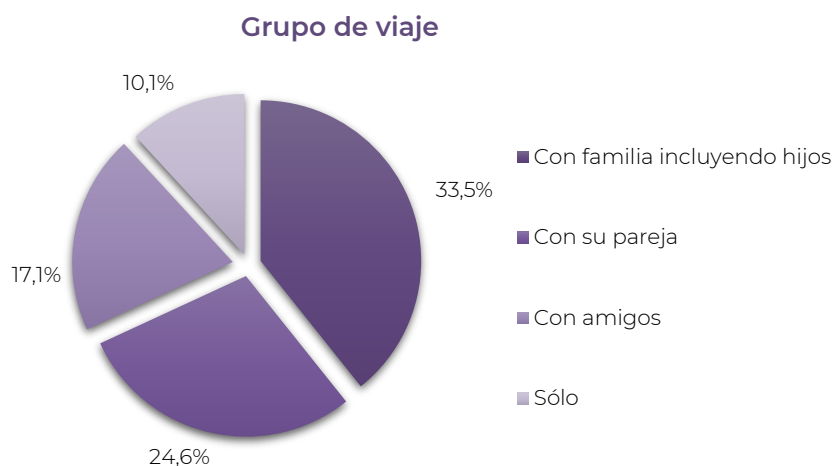


Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos Egatur (INE) 2025

17

Segmentación de la demanda

En 2025, un tercio de los viajeros polacos viajó a España con su familia incluyendo hijos (33,5%). Con la pareja (24,6%), con amigos (17,1%) o sólo (10,1%) representan otros modos de viajar con peso importante para los polacos.

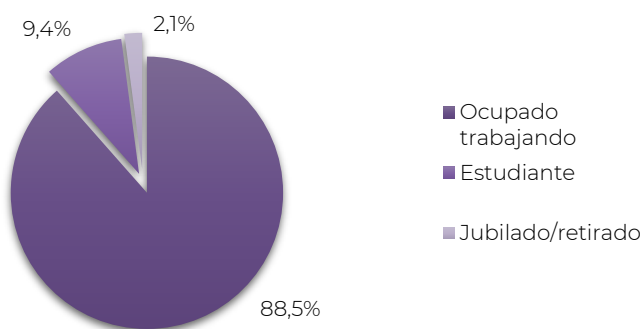


Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos Egatur (INE) 2025

Perfil del viajero

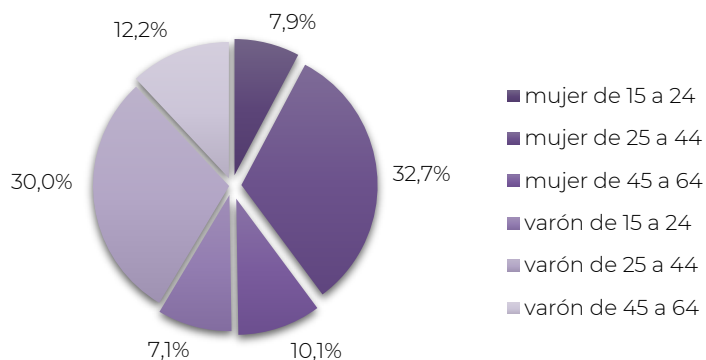
Atendiendo a la situación profesional, su relación con la actividad económica y nivel de renta, el perfil de viajero polaco que visita España muestra una persona en edad comprendida entre 25 a 44 años, con estudios superiores, trabajando y ocupando un cargo medio en la empresa.

Situación laboral



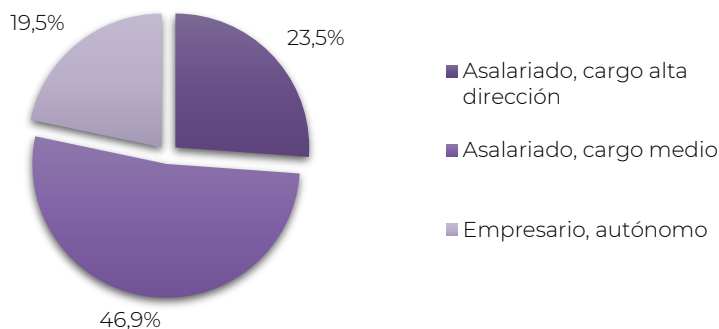
Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos Egatur (INE) 2025

Sexo y edad



Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos Egatur (INE) 2025

Situación profesional



Productos turísticos demandados

El **turismo de sol y playa** es el producto más demandado por los turistas polacos en España, con un 36,8% del total de viajeros (1.21M, +8% TVI) que visitaron España en 2025.

Fuente: Egatur INE (Turespaña).

El **turismo cultural y de ciudad** sería el segundo producto más demandado con un 20,5% del total de viajeros polacos (570.000, +65,5% TVI) que visitaron España en 2025.

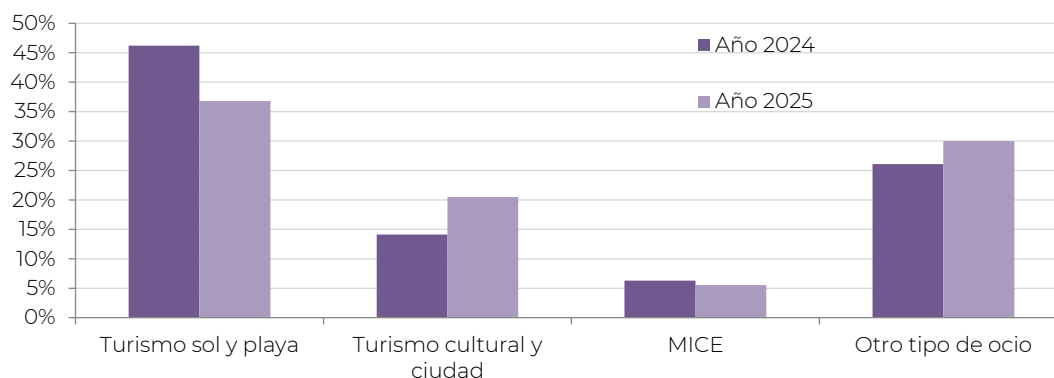
Fuente: Egatur INE (Turespaña).

El 5,5% del total de viajeros en 2025 lo hicieron por negocios, especialmente en **viajes de incentivo** (segmento de mayor demanda en Polonia).

Otros productos de **consumo minoritario** en España son:

- deportes náuticos, destaca el kitesurfing y surf
- deportes de invierno, una gran motivación de viaje para los ciudadanos polacos
- golf, producto con creciente demanda en Polonia
- turismo religioso y Camino de Santiago, mezcla de turismo activo (senderismo y cicloturismo) y cultural,
- turismo idiomático, el interés por el idioma español no deja de crecer, siendo el tercer idioma más estudiado. En el curso 2023-2024 hay 297.241 estudiantes de español en las etapas educativas previas a la universidad, la mayoría lo cursan como idioma obligatorio. Fuente: Consejería de Educación de la Embajada de España en Polonia, 2024.

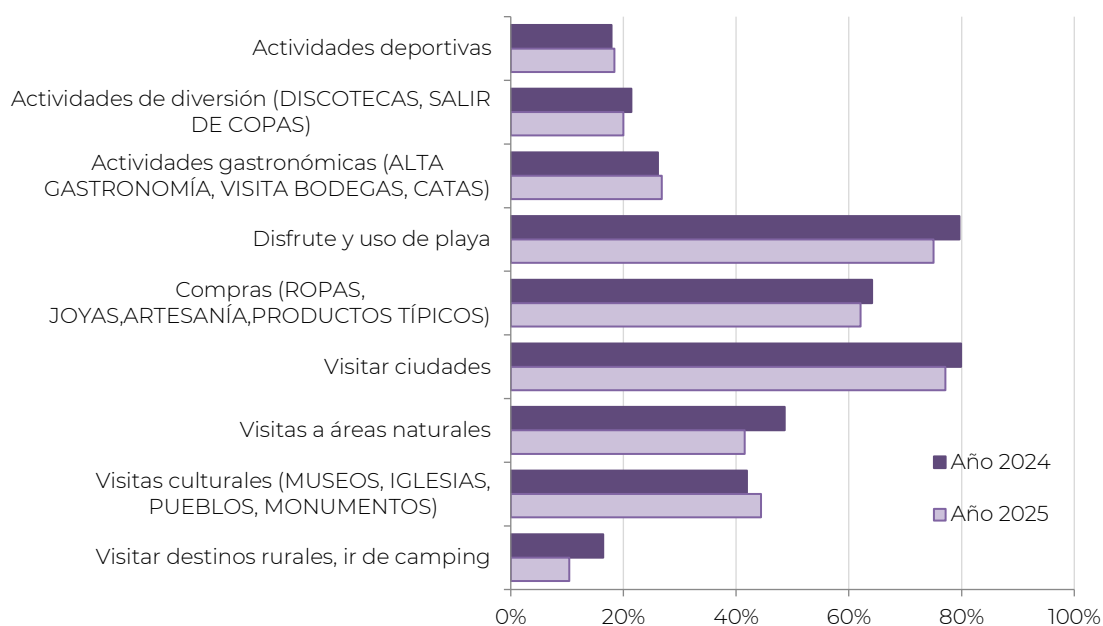
Productos turísticos demandados (%)



Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos Egatur (INE) 2025

A continuación, las principales actividades realizadas por los turistas polacos en sus viajes a España en 2025. Las actividades que se realizaron en mayor medida fueron, por este orden: visitar ciudades, disfrute y uso de playa, realizar compras (ropas, joyas, artesanía, productos típicos, souvenir), visitas culturales (museos, iglesias, pueblos, monumentos), visitas de áreas naturales y actividades gastronómicas (alta gastronomía, visita a bodegas, viñas o catas).

Actividades realizadas (%)



Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos Egatur (INE) 2025

Conclusiones y tendencias

El **mercado de viajes emisor polaco** continúa con su **evolución positiva** en 2025 con una TVI del +23,6% hasta alcanzar un total de 3,02 millones de viajeros. El gasto medio del turista polaco en España en 2025 fue de 1.335 € y el gasto medio diario de 204 €.

Fuente: Egatur (INE) y estimación Turespaña.

El indicador que mejor representa el estado actual y madurez del mercado emisor polaco es la **forma de organización del viaje**. En 2025, el 70,6% de los viajeros polacos hacia España organizó su viaje de forma individual (sin paquete turístico), mediante reserva de vuelos de bajo coste y alojamiento hotelero a través de plataformas de intermediarios turísticos. En la última década se aprecia una notable pérdida de cuota del paquete turístico, pasando de 48,2% en 2016 al 29,4% en 2025.

Las mejoras en el ámbito laboral (aumento salarial) y el **peso de la población viajera** en el tramo de edad comprendida entre 25 a 44 años (63% del total de viajeros en 2025), con una mayor capacidad adquisitiva y de gasto (viajeros en puestos de media y alta dirección), así como el incremento de los viajeros en edades 45-64 años (22.4% de la población viajera en 2025 versus 18,0% e 2023) sugiere que el tamaño de la demanda real de viajeros en el medio plazo seguirá aumentando.

Varsovia, con salarios superiores a la media nacional, es la **principal área emisora** con una cuota del 37,7% sobre el total de vuelos y frecuencias operadas en la temporada de verano 2026, seguida de Cracovia con un 21,6%.

El Alojamiento de No Mercado que comprende la vivienda en propiedad, las viviendas de familiares o amigos ha crecido fuertemente en 2025 (TVI +25,2%, 382.000 viajeros) al amparo del fuerte interés del ciudadano polaco por la compra de vivienda de uso vacacional en España, principalmente en Alicante y Málaga. Frontur (INE), Egatur (INE) y estimación Turespaña.

21

Una tendencia en las últimas temporadas es la **desestacionalización de la temporada de verano**, apreciándose una creciente popularidad en realizar los viajes en los meses previos (abril y mayo) y posteriores (septiembre y octubre). Los meses de octubre y abril presentan un número de viajeros muy similar (aprox. 250.000 viajeros).

DESTINOS COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO

Análisis de la competencia

España ocupa una posición relevante con respecto a otros destinos competidores en función del tráfico de viajeros en vuelos regulares (organización individual, sin paquete) y chárter (con paquete turístico) así como la cuota de mercado sobre el total de pasajeros en los aeropuertos polacos, Fuente: Agencia de Aviación Civil de Polonia (ULC).

En el segmento **vacacional (sol y playa)** con paquete turístico, España obtuvo el 9,9% de cuota de mercado de **tráfico chárter** desde Polonia en 2025 (8,8% en 2024). Ocupa la **cuarta posición** en el ranking, por detrás de Turquía, Egipto y Grecia. España se anotó una tasa de variación interanual en 2025 del +28,0% hasta los 1,03 millones de pasajeros.

Sigue vigente la popularidad de destinos eminentemente "All Inclusive" y con una infraestructura hotelera relativamente nueva y adaptada a los requerimientos de la demanda (sobre todo familias con niños) como la de Turquía o Egipto.



MERCADO EMISOR

POLONIA 2026

TRÁFICO CHARTER		2025	Cuota Dif. % 25/24		2024	Cuota
1	Turquía	2.857.906	27,6%	1,7%	2.811.290	30,7%
2	Egipto	2.221.955	21,4%	41,9%	1.566.097	17,1%
3	Grecia	1.639.537	15,8%	1,2%	1.620.831	17,7%
4	España	1.027.972	9,9%	28,0%	802.955	8,8%
5	Túnez	566.446	5,5%	1,3%	559.275	6,1%
6	Bulgaria	310.197	3,0%	2,0%	304.032	3,3%
7	Albania	230.505	2,2%	13,8%	202.534	2,2%
8	Chipre	199.939	1,9%	36,0%	146.986	1,6%
9	Portugal	141.532	1,4%	34,9%	104.953	1,1%
10	Italia	139.091	1,3%	22,3%	113.760	1,2%
TOTAL		10.362.389		13,1%	9.162.577	

Fuente: Tráfico chárter. Urząd Lotnictwa Cywilnego (ULC), abril 2026

22

En cuanto a **tráfico regular (tradicional y bajo costo)** España consiguió avanzar hasta la **tercera posición** en el ranking en 2025, con una cuota de mercado del 9,4% (9,3% en 2024), con un crecimiento interanual del +13,7% hasta los 4,89 millones de pasajeros.

Italia como principal destino competidor de turismo cultural y de ciudad (city break), ocupa la 2ª posición en el ranking. Reino Unido, país líder con mayor tráfico de pasajeros, debe su importancia al tráfico étnico y laboral (aprox. 2 millones de polacos viven y trabajan en el país).

TRÁFICO REGULAR		2025	Cuota	Dif. % 25/24	2024	Cuota
1	Reino Unido	8.116.704	15,6%	4,6%	7.756.344	16,7%
2	Italia	6.671.253	12,8%	32,5%	5.035.994	10,8%
3	España	4.891.689	9,4%	13,7%	4.300.810	9,3%
4	Alemania	4.177.300	8,0%	0,6%	4.153.355	8,9%
5	Noruega	2.430.697	4,7%	-1,1%	2.456.895	5,3%
6	Francia	2.205.454	4,2%	17,8%	1.871.740	4,0%
7	Holanda	2.192.392	4,2%	8,4%	2.022.604	4,4%
8	Dinamarca	1.517.276	2,9%	3,4%	1.467.024	3,2%
9	Grecia	1.451.726	2,8%	13,7%	1.277.197	2,8%
10	Suecia	1.291.640	2,5%	-2,8%	1.328.471	2,9%
SUMA		52.127.029		12,3%	46.415.791	

Fuente: Tráfico regular. Urząd Lotnictwa Cywilnego (ULC), abril 2026



MERCADO EMISOR

POLONIA 2026

Atendiendo al **tráfico aéreo global** (chárter + regular), España ocupa la **tercera posición**, con una cuota de mercado del 9,5% en 2025 (9,2% en 2024). Sigue ostentando la condición de líder entre los principales destinos competidores de turismo vacacional (sol y playa), por delante de Turquía, Grecia y Egipto.

REGULAR + CHARTER		2025	Cuota	Dif. % 25/24	2024	Cuota
1	Reino Unido	8.186.090	13,1%	4,2%	7.855.779	14,1%
2	Italia	6.810.344	10,9%	32,2%	5.149.754	9,3%
3	España	5.919.661	9,5%	16,0%	5.103.765	9,2%
4	Alemania	4.177.300	6,7%	0,6%	4.153.355	7,5%
5	Turquía	3.931.339	6,3%	3,7%	3.789.321	6,8%
6	Grecia	3.091.263	4,9%	6,7%	2.898.028	5,2%
7	Noruega	2.430.697	3,9%	-1,1%	2.456.895	4,4%
8	Egipto	2.221.955	3,6%	41,9%	1.566.097	2,8%
9	Francia	2.205.454	3,5%	17,8%	1.871.740	3,4%
10	Holanda	2.192.392	3,5%	8,4%	2.022.604	3,6%
TOTAL		62.489.418		12,4%	55.578.368	

Fuente: Tráfico regular + chárter. Urząd Lotnictwa Cywilnego (ULC), abril 2026

	REGULAR	CHARTER	REGULAR	CHARTER
	2025	2025	2024	2024
Cuota regular vs charter	82,6%	17,4%	84,3%	15,7%
Total viajeros	4.891.689	1.027.972	4.300.810	802.955

La cuota del **tráfico aéreo chárter** sobre el total de pasajeros hacia España se ha incrementado en casi 2 puntos porcentuales, pasando del 15,7% en 2024 al 17,4% en 2025. Mientras en **tráfico regular** ha perdido cuota en el último año, pasando del 84,3% en 2024 al 82,6% en 2025. Sin embargo, el número de pasajeros en vuelos regulares ha aumentado en casi 600 mil mientras que en vuelos chárter tan solo aumentó un poco más de 200 mil.



Posicionamiento e imagen de España

La **imagen de España** como destino turístico en el mercado emisor polaco es **positiva**.

El 97% de los turistas internacionales que visitaron España quedaron “satisfechos o muy satisfechos” con su experiencia en nuestro país. Es la principal conclusión de la segunda **Encuesta de Satisfacción de Turistas Internacionales elaborada por Turespaña y publicada el 30 de mayo de 2024**.

Del estudio se desprende, además, que el número de turistas que aseguran estar “muy satisfechos” con su viaje ha pasado del 62,7% en 2022 a un 65% en 2023.

La puntuación global de España como destino turístico también ha aumentado en 2023 respecto al año precedente: los viajeros no residentes han otorgado una puntuación de 4,62 puntos sobre 5 frente al 4,59 de 2022.

Los polacos son los terceros que mejor valoran España (4,69 puntos sobre 5 y un 71,2% muy satisfechos) según dicha Encuesta de satisfacción de los viajeros no residentes.

Una de las conclusiones destacables de la encuesta de Turespaña a la hora de evaluar la calidad de la oferta turística de nuestro país es la fidelidad mostrada por los turistas internacionales hacia el ‘destino España’.

En cuanto a los motivos de la elección de España frente a otros destinos, el clima fue la motivación fundamental para un 26% de los turistas, seguido de la cultura, para un 15,7%, y la visita a familiares y amigos, para un 12,6%.

Según datos de Egatur (2025), la visita de ciudades (turismo cultural) y el disfrute y uso de la playa son las actividades más realizadas por los viajeros polacos.

El viajero polaco ha evolucionado y mejorado su conocimiento y experiencia en sus viajes a España, pasando de valorar el producto a valorar la experiencia en su conjunto, más relacionada con el estilo de vida español.

El 17,5% de los viajeros polacos que estuvieron en España en 2025 nos habían visitado ya 10 o más veces, lo que supone un índice de repetición moderado.

La fidelidad del cliente por el destino España va en relación al número de visitas y repeticiones, concluyendo que más fidelidad equivale a más rentabilidad. El 33,5% de los viajeros en 2025 visitaron España por 1ª vez por motivos vacacionales, pasando en números absolutos de 959.000 en 2024 a 930.000 en 2025. El reto es incrementar el número de viajeros fieles y rentables durante todo el ciclo de vida como clientes.

Conectividad aérea con España

A continuación, la tabla **de vuelos y destinos (novedades)** en la temporada de verano 2026, que oferta un total de 342 vuelos semanales (256 en verano 2025) desde las diferentes ciudades polacas (origen) a los destinos españoles (destino).

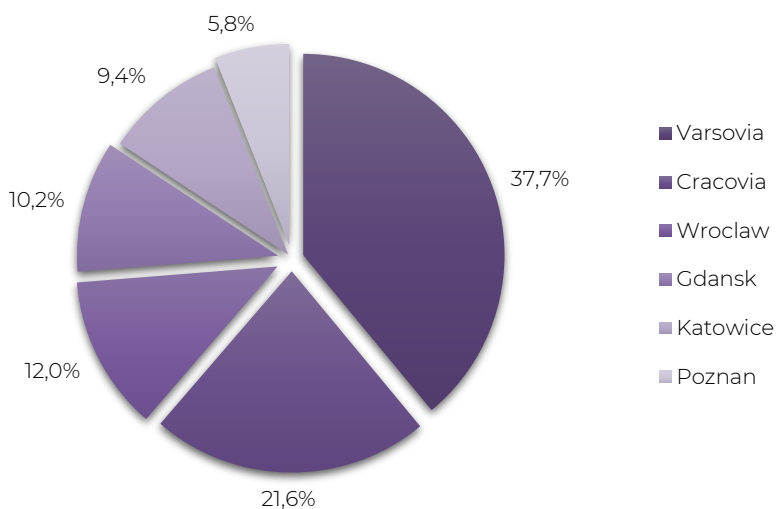
Las 2 principales líneas aéreas de bajo coste con mayor cuota de mercado en Polonia son Ryanair y Wizz Air, con un 35,2% y 26,7% de cuota de mercado respectivamente. LOT Polish Airlines obtiene una cuota del 16,8%.

CONEXIONES aéreas semanales POLONIA-ESPAÑA verano 2026			
Líneas aéreas	Origen	Destino	Nº vuelos / semana
LOT Polish Airlines	Varsovia	Barcelona	14
LOT Polish Airlines	Varsovia	Madrid	14
LOT Polish Airlines	Varsovia	Málaga	6
LOT Polish Airlines	Varsovia	Palma Mallorca	3
LOT Polish Airlines	Cracovia	Madrid	4
LOT Polish Airlines	Cracovia	Barcelona	4
Ryanair	Gdansk	Palma Mallorca	2
Ryanair	Katowice	Málaga	2
Ryanair	Varsovia Modlin	Valencia	2
Ryanair	Wroclaw	Sevilla	2
Wizz Air	Cracovia	Bilbao	3
Wizz Air	Gdansk	Madrid	3
Wizz Air	Gdansk	Palma Mallorca	2
Wizz Air	Varsovia Chopin	Menorca	2
Wizz Air	Varsovia Modlin	Barcelona	4
Wizz Air	Wroclaw	Madrid	3
TOTAL Conexiones Aéreas (R + BC)			342
TOTAL REGULAR ®			45
TOTAL BAJO COSTE (BC)			297

Fuente: Elaboración propia OET Varsovia, abril 2026

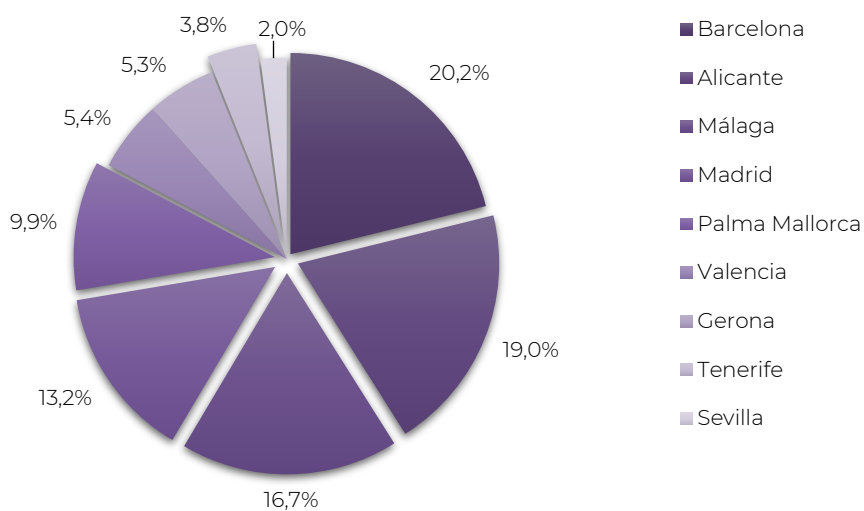
La distribución de frecuencias operadas por las principales líneas aéreas regulares tradicionales y de bajo costo en la temporada de verano 2026 muestra que Barcelona tiene la mayor cuota del 20,2% sobre el total de vuelos operados, le siguen Alicante (19,0%), Málaga (16,7%), Madrid (13,2%) y Palma de Mallorca (9,9%). En cuanto a los aeropuertos de origen de los vuelos, Varsovia (37,7%) y Cracovia (21,6%) concentran la mayor parte de vuelos.

Principales aeropuertos de origen



Fuente: Elaboración propia OET Varsovia, abril 2026

Principales aeropuertos de destino



Fuente: Elaboración propia OET Varsovia, abril 2026

Tramitación de documentos de viaje

No es necesario visado para viajar a España dado que Polonia es miembro de la Unión Europea.

PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

Desde el punto de vista de la demanda se prevé la continuidad de varias tendencias estructurales observadas en los últimos años. Por un lado, seguirá aumentando el peso del viajero de entre 25 y 44 años, segmento con elevada movilidad internacional, buena situación laboral y fuerte orientación hacia experiencias, gastronomía, ocio y cultura. Paralelamente, el grupo de viajeros de entre 45 y 64 años continuará ganando relevancia gracias a la mejora de las condiciones salariales y a una creciente cultura viajera internacional.

27

Las familias seguirán representando el principal segmento de demanda en viajes vacacionales organizados, especialmente hacia destinos de sol y playa con buena conectividad aérea, elevada seguridad y amplia oferta hotelera. En este contexto, España mantiene una posición especialmente competitiva gracias a la combinación de clima, infraestructura turística, calidad de servicio y diversidad de destinos.

Continúa la tendencia al alza en la organización individual del viaje (sin paquete turístico) hacia España con el 70,6% del total de viajeros. Los viajes organizados (con paquete turístico) por los turoperadores van perdiendo cuota significativamente, en 2025 fueron un 29,4% del total de viajeros a España (32,5 en 2024).

Debido a la preferencia por los viajes organizados de forma individual (sin paquete turístico) se prevé que el viajero polaco continúe reservando alojamiento (hoteles) a través de plataformas en línea (Booking.com o Airbnb) y billetes de avión en las webs de líneas aéreas o en las webs de turoperadores tradicionales o especializados en la oferta de paquetes dinámicos (hotel + vuelo regular de bajo coste).

En cuanto al comportamiento de compra, continuará aumentando la digitalización del proceso de reserva. Las ventas online de vuelos, alojamiento y experiencias muestran una tendencia claramente ascendente, mientras que el viajero polaco combina cada vez más la compra individual de servicios con determinados elementos del viaje organizado. El modelo híbrido entre paquete y reserva independiente será cada vez más frecuente, especialmente entre parejas y viajeros jóvenes urbanos.

Características clave del mercado

Un factor clave para un crecimiento estable será la evolución de la conectividad aérea entre Polonia y España. La ampliación continua de rutas regulares y de bajo coste desde aeropuertos regionales polacos está facilitando una mayor descentralización geográfica de la demanda y una creciente organización individual del viaje.

Esta tendencia beneficia especialmente a destinos urbanos, culturales y gastronómicos españoles, así como a escapadas de corta duración fuera de la temporada alta tradicional.

Tanto el segmento de vuelos regulares como chárter se han anotado una notable tasa de crecimiento interanual. El tráfico regular de pasajeros entre Polonia y España tuvo una TVI del +13.7% en 2025 por el aumento del +28.0% en tráfico chárter.

Fuente: Urząd Lotnictwa Cywilnego (ULC), abril 2026.

Asimismo, se observa un incremento de la competencia entre destinos mediterráneos.

28

Italia continúa reforzando su liderazgo en el segmento cultural y urbano gracias al crecimiento del tráfico regular de bajo coste y a su fuerte posicionamiento en viajes individuales. Grecia, Egipto y Turquía mantienen igualmente una elevada competitividad en el segmento vacacional, especialmente por precio y capacidad hotelera “all inclusive”. En consecuencia, España debe continuar reforzando su posicionamiento basado en calidad, diversidad de producto, conectividad y seguridad.

En relación con la estacionalidad, se prevé un progresivo crecimiento de los viajes fuera de los meses de alta demanda en verano. El aumento de conexiones aéreas, la flexibilidad laboral y el interés creciente por experiencias culturales, gastronómicas, deportivas y de naturaleza favorecen una mayor distribución temporal de la demanda, especialmente en primavera y otoño. Este fenómeno representa una oportunidad estratégica para destinos españoles menos dependientes del turismo estival, especialmente los destinos de rural e interior.

Finalmente, las perspectivas generales apuntan hacia una consolidación de España como uno de los destinos preferidos del mercado polaco en Europa. La elevada intención de viaje, el incremento del gasto medio y el crecimiento sostenido de la conectividad aérea permiten prever una evolución positiva tanto en volumen de turistas como en ingresos por turismo durante los próximos años, siempre que se mantengan la estabilidad geopolítica, la competitividad aérea y unas condiciones económicas favorables para el consumidor polaco.

Previsiones a medio plazo. Factores y circunstancias que pueden incidir en el volumen de negocio hacia España

Las perspectivas a medio plazo del mercado turístico emisor polaco hacia España, en lo relativo a comportamiento del gasto turístico y el volumen de negocio hacia España, continúan siendo favorables, sustentadas en una combinación de factores económicos, sociales y estructurales que apuntan hacia la consolidación del viaje internacional como parte habitual del consumo de los hogares polacos.

El crecimiento sostenido del poder adquisitivo, la mejora de la conectividad aérea y la elevada intención de viaje sitúan a Polonia entre los mercados emisores con mayor potencial de crecimiento para España en Europa en los próximos años.

En términos macroeconómicos, Polonia mantiene una evolución positiva de salarios reales y consumo privado, lo que favorece especialmente al segmento vacacional internacional. El fortalecimiento del zloty frente al euro desde 2023 ha incrementado el poder adquisitivo del viajero polaco en los destinos de la zona euro, facilitando un mayor gasto medio por viaje y una mayor predisposición hacia productos turísticos de categoría superior. Esta tendencia se refleja en el incremento continuo del gasto turístico en España y en la elevada preferencia por hoteles de 4 y 5 estrellas y regímenes “todo incluido”.

La progresiva moderación de la inflación y la relajación de la política monetaria contribuyen a una mejora del clima de consumo y de la confianza de los hogares.

Aunque persiste cierta sensibilidad al precio, especialmente entre familias y viajeros jóvenes, el comportamiento reciente del mercado muestra que las vacaciones en el extranjero se perciben cada vez más como un gasto prioritario y no prescindible.

En consecuencia, incluso en contextos de incertidumbre económica, el consumidor polaco tiende a ajustar otros gastos antes que renunciar al viaje vacacional anual.

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

