

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



PORTUGAL
Temporada de primavera/verano 2026

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

2 |

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)
Texto: Oficina Española de Turismo de Lisboa.
NIPO: 219-26-001-4.
Abril 2026



TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

COYUNTURA ECONÓMICA

CUADRO MACROECONÓMICO			
	2024	2025	2026 *
PIB real (% variación interanual)	2,2	1,9	1,8
PIB nominal per cápita (euros)	27.062,81	28.393*	29.297**
Gasto consumidor (% variación interanual)	3,0	3,5	2,0*
Población empleada (miles)	5.131,3	5.314,6	5.381,3*
Tasa de desempleo (% sobre población activa)	6,6	5,8	5,9*
IPC (% variación interanual)	2,7	2,2	2,8*
Población Total	10.749.635	10.812.108*	10.868.709*
Tasa de hogares de clase media (%)	43,4**	43,7**	44**

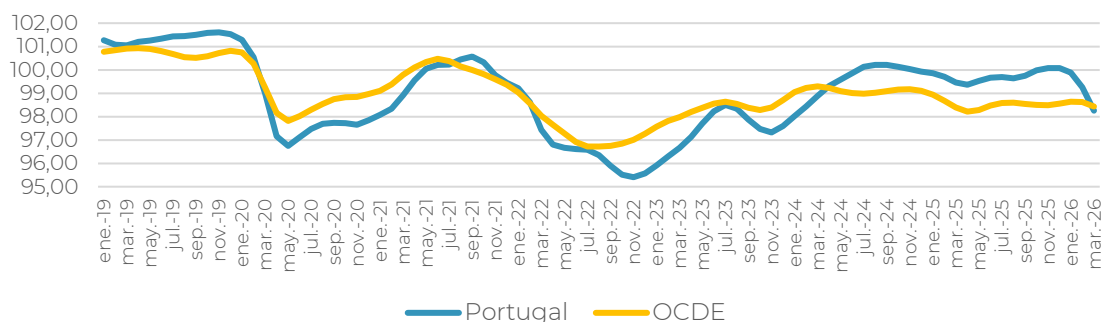
* Previsiones. Fuentes: INE,PT, Banco de Portugal y Oxford Economics**

4

En 2025, el PIB portugués creció un 1,9% respecto a 2024, impulsado por el incremento del consumo interno (en especial el privado) y de la inversión, aunque se confirma una desaceleración del crecimiento económico iniciado en 2023. Las previsiones para 2026 indican una rebaja del PIB hasta el 1,8%, influenciado por la incertidumbre geopolítica y la crisis energética provocada por el conflicto en Oriente Medio, dado que una inflación mucho más alta afectará al ingreso disponible y a la capacidad de compra de las familias portuguesas. De hecho, la variación homóloga del IPCH ha pasado del 2,1% en febrero al 2,7% en marzo, sólo por el incremento de los combustibles, por lo que un conflicto a medio plazo disparará el coste de vida y afectará a los flujos turísticos.

En el siguiente gráfico se muestra el Índice de confianza del consumidor en Portugal, coherente con la media de la OCDE.

Índice de confianza del consumidor (CCI)



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

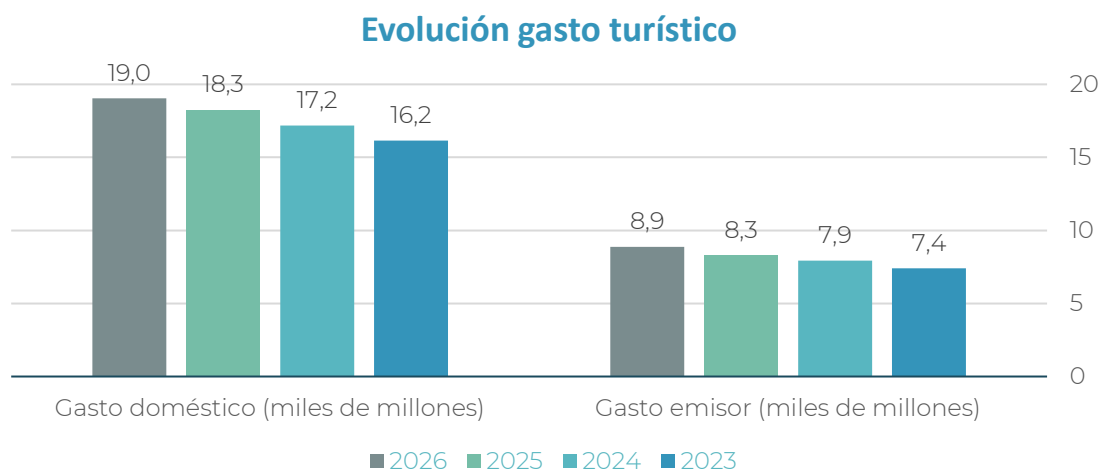
FACTORES POLITICO SOCIALES

Los viajes internacionales de los portugueses y en particular a España se recuperaron totalmente en 2023, a un ritmo muy superior al de 2019, superando a su vez en 2024 y 2025 los mejores datos de la serie histórica.

Para 2026, la incertidumbre generada por el conflicto iniciado en febrero entre EEUU/Israel e Irán afecta ya a la actividad turística: existe un efecto directo, disruptivo e inmediato, de incremento de la percepción del riesgo provocado por los cierres de espacios aéreos y anulaciones de vuelos, que provocan un desvío de flujos turísticos de las zonas afectadas, así como de otros destinos despendientes de las escalas que se realizaban en los hubs de estos países (en especial los asiáticos) hacia otros destinos considerados más seguros, próximos y previsibles; también existe el impacto indirecto, donde el incremento del precio del petróleo afecta a toda la cadena de valor del turismo: hotelería, rent-a-car, restauración, city breaks, seguros de viaje etc, por lo que afecta directamente a la renta disponible para viajar, aunque sólo sea en la duración de las vacaciones; por último, existe un impacto inducido sobre el consumo y la evolución económica del país, sobre todo en aquellos destinos donde el peso del turismo es mayor, como es el caso de Portugal, y donde una reducción abrupta de la llegada de turistas internacionales implica menos empleo, menor dinamismo económico y menor renta disponible de las familias.

5

EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA



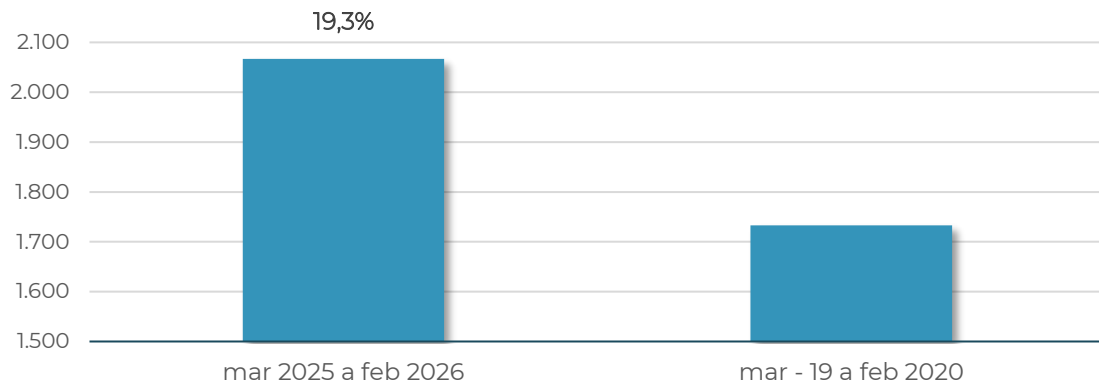
Fuente: Oxford Economics

En 2025, el gasto de los portugueses en sus viajes y transporte al exterior alcanzó los 8,3 mil M€, el valor más elevado de la serie (+4,4% vs 2024), superando con creces los datos prepandémicos (+36,9% vs 2019). Por su parte, el gasto doméstico aumentó hasta los 18,3 mil M€ (+6,2% vs 2024 y +59,6% vs 2019).



Según estimaciones de Oxford Economics para 2026, el gasto turístico luso seguirá incrementándose, tanto a destinos domésticos (+4,3%) como al exterior (+7,2%).

Gasto de los turistas portugueses en España (millones €) y tasa de variación interanual (%). Marzo de 2025 a febrero de 2026.



Fuente: EGATUR (INE).

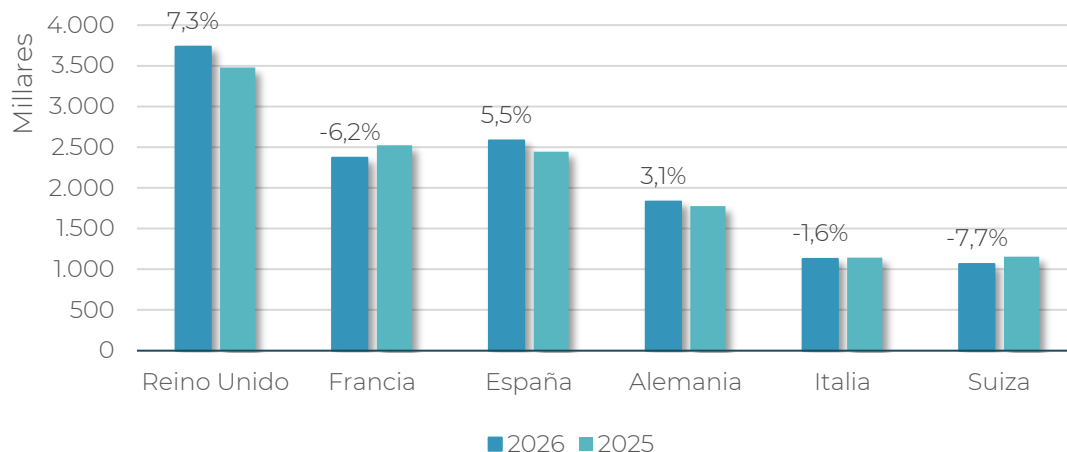
Entre marzo de 2025 y febrero de 2026 (últimos datos disponibles), el gasto de los turistas portugueses en España alcanzó los 2.067 M€, un 19,3% más que durante el mismo periodo del año anterior, incrementándose notablemente respecto a los valores previos a la pandemia (+113,8% vs marzo 19 a feb 2020). F.: INE.ES

6

INDICADORES DE PROSPECTIVA

Previsiones de vuelos

Asientos programados para la temporada de primavera/ verano 2026



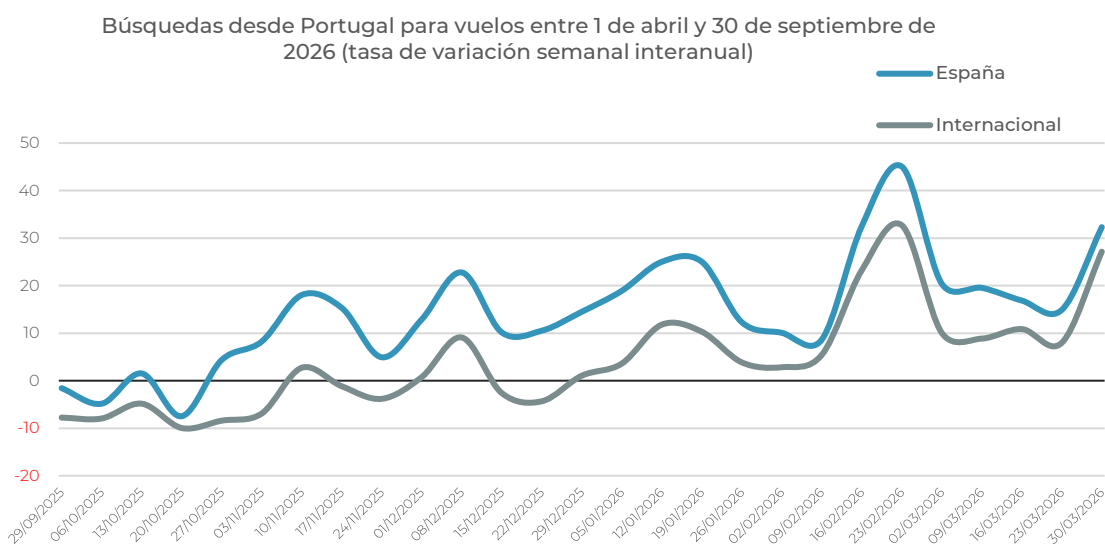
Fuente: OAG Schedules Analyser



Las capacidades programadas desde Portugal, entre el 1 de abril y el 30 de septiembre de 2026, crecen un +1,9% respecto al mismo periodo del año anterior. España es el tercer destino con mayor volumen de asientos previstos (+5,5% y el 10,4% del total), sólo superado por los destinos domésticos (18% del total) y Reino Unido (15,1%); Francia pierde el tercer lugar (9,6% del total). Para este verano, tanto Portugal (-3,2%), como Francia (-6,2%), Italia (-1,6%) y Suiza (-7,7%) disminuyen sus asientos, mientras que aumentan a Reino Unido (+7,3%), Alemania (+3,1%), Países Bajos (+2,7%), EEUU (+3,2%) o Brasil (+4,9%) y en menor volumen a Canadá (+10,7%), Polonia (+45,6%), Cabo Verde (+26,3%) o Turquía (+20,6%), destinos accesibles de preferencia por vía aérea. F: OAG.

Cabe destacar que los portugueses visitan España de preferencia por vía terrestre (en 2025, el 77,4% del total y +18,3% más que en 2024), dejando únicamente el 21,8% de entradas aéreas, por lo que las variaciones en las capacidades no tienen una incidencia relevante en los flujos turísticos a nuestro país. F: Frontur INE.

Búsquedas y reservas



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

Las búsquedas globales de vuelos desde Portugal alcanzaron los 26,4M para la primavera y el verano de 2026 de (+8,3% que durante el mismo periodo del año anterior). Las búsquedas de vuelos a España supusieron el 18,1% del total de búsquedas en ese periodo, creciendo un +18,1% respecto al mismo periodo de 2025 y situándose por encima de la tasa de variación de las búsquedas internacionales durante todo el periodo analizado (octubre 2025 a marzo de 2026). F. Skyscanner



PRINCIPALES CONCLUSIONES

En 2025, el mercado emisor turístico luso a España registró máximos históricos una vez más, tanto en la entrada de turistas portugueses a España (3,37M, +13% vs 2024), como en el gasto turístico (2.030M€, +17,8%), tendencia que se mantuvo entre enero y febrero de 2026 (+14,1% y +19,9% respectivamente). F: Frontur y Egatur. INE.ES.

Por otra parte, el año pasado el gasto internacional luso aumentó un +4,5% (máximo histórico), donde España mantuvo su cuota de gasto del 22,7%, seguida de lejos por Francia (9,4%), Italia (5,7%), Países Bajos (5,2%), Reino Unido (4,3%), Alemania (3,9%), Cabo Verde/EEUU (3,8% cada uno) y Brasil (3,1%) F. Banco de Portugal.

Desde septiembre de 2024, se detecta una mayor antelación en las compra de viajes (para reservar el destino pretendido con la mejor calidad/precio), en detrimento de los viajes de última hora. Existe una amplia oferta de paquetes con vuelo chárter, donde aumenta la opción de “todo incluido” para contener gastos. La mayor parte de los TTOO realizan durante todo el año campañas/ferias de venta de viajes anticipadas con ofertas especiales, con gran éxito de ventas. Por ello, el contexto geopolítico actual no afectó a los viajes de Semana Santa, salvo a destinos directamente afectados por el conflicto en Medio Oriente (en especial EUA – Dubái, Qatar, Turquía y Egipto). Portugal fue el destino más visitado por los portugueses (continente y en especial las islas), seguido de España (ciudades e islas), el Caribe, Cabo Verde, Disneyland París, Brasil, Túnez, con preferencia de destinos familiares con buen clima, además de circuitos europeos y *citybreaks*. F. APAVT, ANAV, varios TTOO lusos, estudios SiteMinder, DS Travel y Sojern.

Para el verano de 2026, el conflicto iniciado en febrero entre EEUU/Israel e Irán está generando una clara alteración en los patrones de demanda turística, dado que multiplica la incertidumbre y redistribuye los flujos hacia destinos considerados más seguros (de los que se beneficia España y el mercado interno), además de incrementar las tarifas de los viajes por el aumento del precio de los combustibles. En este contexto, Portugal se posiciona también como uno de los beneficiarios indirectos, registrando un aumento de reservas. No obstante, este efecto positivo es percibido como coyuntural y limitado, ya que otros destinos como España concentran un mayor volumen de este trasvase turístico.

La confianza de los consumidores lusos se mantenía al alza hasta febrero, pero cae abruptamente en marzo de 2026; aumentan las capacidades aéreas entre ambos países, así como las entradas por carretera, pero el encarecimiento de los viajes provocada por la situación geopolítica mundial o los fenómenos climáticos muy adversos pueden poner límites al mercado emisor luso hacia España.

La inflación sigue siendo un factor fundamental para el poder de compra de las familias portuguesas, dado que el precio del gasóleo aumentó un +17,4% solo en marzo de 2026, afectando exponencialmente el incremento que ya habían sufrido los alimentos (+20%), la ropa (+31%) o el alojamiento (+5%) en el último año, lo que condiciona tanto el

consumo como la capacidad de ahorro. Un incremento excesivo de los precios sostenidos en el tiempo, puede contraer abruptamente los flujos turísticos.

En Portugal, no existe una caída de la demanda, pero sí un mayor ajuste en las decisiones de viaje, porque el turista es más prudente, compara más, optimiza el gasto, reclaman cada vez más flexibilidad en las reservas de sus viajes, suscribe seguros de viaje más completos, por lo que se espera que reduzca los viajes de larga distancia y se eviten destinos próximos al conflicto (incluyendo las escalas en esta zona geográfica). Además, el turista luso demanda facilidades de pago, experiencias más auténticas y personalización para lo cual busca inspiración en redes sociales (en especial Tik Tok). Otra de las tendencias es el *whycation*: viajar buscando la reconexión personal, el descanso real, así como la valorización de viaje basado en experiencias transformadoras, donde la gastronomía es decisiva. F. eDreams, Travel trends Barceló Hotel Group, IPDT y UNICRE.

Otra de las tendencias es el aumento del uso de IA para simplificar su experiencia en la planificación y reserva de sus viajes, donde las principales prioridades son buscar inspiración para elegir destino, la reserva de vuelos con la mejor relación calidad/precio, identificar el alojamiento adecuado, descubrir nuevos destinos o la coordinación de actividades durante el viaje, entre otros. F. eDreams y Booking.

9

Por todo ello, podemos afirmar que se espera una buena temporada primavera/verano de 2026 del turismo portugués hacia España, que se mantendrá como el primer destino internacional de los turistas portugueses, aunque probablemente a un ritmo menos acelerado que el de los dos últimos años, pero aun así muy por delante de sus principales destinos de viaje competidores, como Francia, Italia, Reino Unido, Alemania, Brasil, EEUU, Cabo Verde, Países Bajos, el Caribe o Marruecos. Sin embargo, se hace necesario prestar atención a los cambios geopolíticos internacionales y sus repercusiones económicas en la UE, en la medida en que afecten a la renta disponible para viajes y a la disponibilidad de combustible. La incertidumbre de la situación también puede provocar una contracción del gasto turístico, sólo por la percepción de inseguridad.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

