

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



2. PORTUGAL 2023 Mercado Emisor

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Consejería de Turismo de España en Lisboa

NIPO: 115-23-008-X

Junio 2023



TABLA DE CONTENIDO

Mercado emisor

Mercado emisor a España

Destinos competidores y posicionamiento

Perspectivas a medio plazo

MERCADO EMISOR

Datos Clave

En 2022 el mercado portugués se recuperó, llegando a alcanzar los niveles previos a la pandemia. Los portugueses realizaron unos 23,44 millones de viajes, de los que 11,92% fueron al extranjero y en los cuales gastaron más de 5.500 millones de euros. España ocupa el primer lugar como destino internacional, con una cuota de gasto de 20,54% y de 38,2% respecto al número de viajes.

En cuanto a la organización de éstos, el medio de transporte más extendido para los viajes internacionales es el avión (en torno al 62%). El verano, la Semana Santa y los festivos de diciembre son las fechas con mayor número de desplazamientos turísticos, tanto nacionales como al extranjero. Hay un equilibrio entre las reservas directas (48%) y las realizadas a través de intermediarios (44,9%); entre las reservas offline (44,9%) y online (55,1%). La motivación principal de los viajes al extranjero es el ocio (49,7%).

4

Volumen del mercado por gasto

En 2022, el gasto turístico de los portugueses en el exterior aumentó un 54,8%, hasta alcanzar los 5.533,3M€. Tras una contracción atípica del gasto turístico en los meses posteriores al inicio de la pandemia, el gasto se fue recuperando paulatinamente hasta que, en 2022, se superó en un 8% el nivel de gasto de 2019 (el mejor dato de la serie histórica). Entre enero y marzo de 2023, los portugueses se gastaron en sus viajes al exterior un 33,5% más que en el mismo periodo del año anterior (890M€). F: Banco de Portugal.

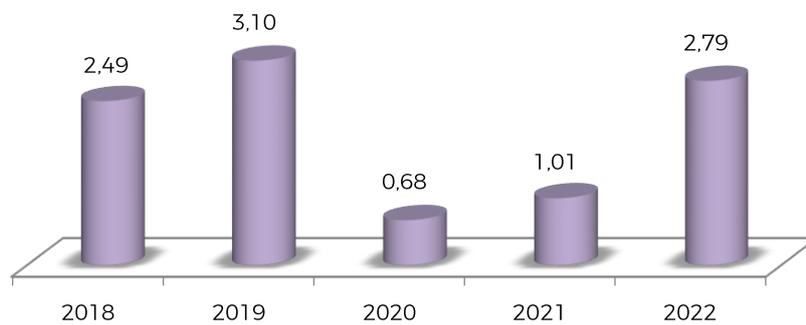


Fuente: Banco de Portugal

Volumen del mercado por número de viajes

Según los primeros datos disponibles de 2022, los portugueses realizaron 23,44 millones de viajes (+33,8% respecto a 2020, -4,2% respecto a 2019), de los que el 88,1% fueron dentro del territorio nacional (20,65M, +25,1%) y el 11,9% al extranjero (2,79M), que destaca por su gran crecimiento (+176%), promovido por la reapertura de fronteras. La tasa viajera de la población fue del 44% (datos de 2021). F: INE.PT

Viajes al exterior (Millones)



5

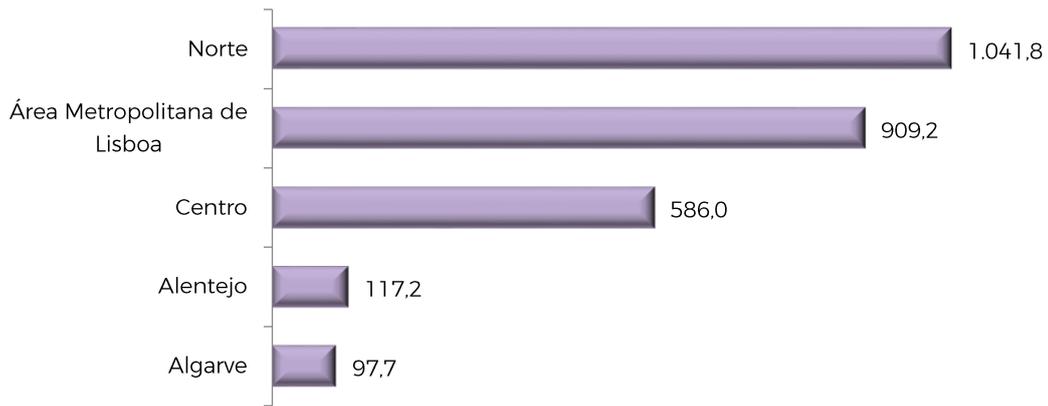
Fuente: Instituto Nacional de Estadística de Portugal

Principales áreas emisoras

En 2022 el área geográfica más importante emisora de turistas al extranjero fue la región Norte con más de 1 millón de viajes; le sigue muy de cerca el Área metropolitana de Lisboa (909 mil viajes al exterior) y la región Centro (586 mil viajes). La importancia relativa de cada zona está relacionada con el volumen de población y la renta de cada

región, que no sufre cambios significativos de año en año en términos de emisión de viajes turísticos al extranjero.

Principales áreas emisoras de turistas portugueses al extranjero. 2022
(en miles de viajes)



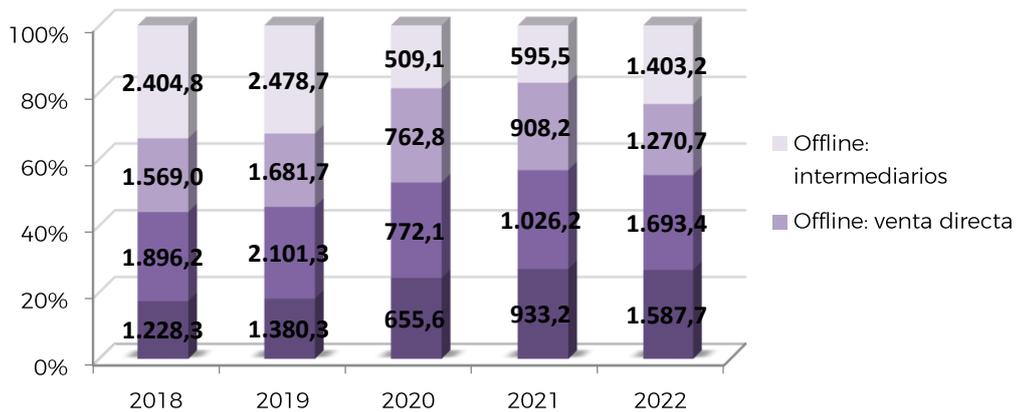
Fuente: Instituto Nacional de Estadística de Portugal

6

Organización del viaje y reservas

En 2022, según los datos del INE de Portugal, el 93,4% de los viajes al extranjero de los portugueses fueron realizados con reserva previa, lo que supuso un aumento del 9,7% respecto a 2021. Los portugueses recurrieron a Internet para organizar el 68,6% de sus viajes al extranjero (+4,6%).

Canales de reserva



Fuente: Euromonitor

El valor de las reservas offline de viajes (internacionales y domésticos) en 2022 se situó, según Euromonitor, en los 2.673,9 M€ (+77,81%) y el de las online en 3.281,1 M€



(+67,45%). Las reservas online representaron un 55,1% frente al 44,9% de las reservas mediante los canales tradicionales.

En el mismo período, el 52% de las reservas de viajes fueron hechas mediante intermediarios, mientras que el 48% restante fueron hechas directamente con los proveedores de servicios (alojamiento, transporte, actividades, etc.)

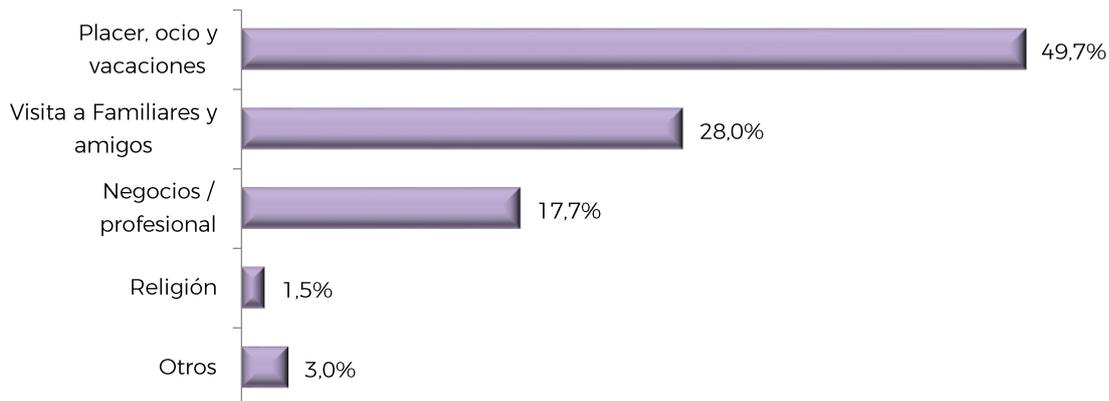
Según los datos del INE de Portugal, en cuanto a las vías de acceso, en el caso de los viajes al extranjero en 2021, el 62,7% optó por el avión (+5,6% de la cuota respecto a 2020) y el 31,5% utilizó el coche; el 3,4%, el autobús; y el 0,2% el tren.

Comportamiento viajero

En los viajes al extranjero en 2021 el principal motivo fue el placer, ocio y vacaciones, suponiendo un 49,7% de los viajes al extranjero. Este fue el motivo de algo más de medio millón de viajes (+68,5% respecto a 2020). El segundo motivo (28,0%) fue la visita a familiares y amigos (+64,2%), seguido de los viajes de negocios o profesionales que representaron el 17,7% de los viajes fuera de Portugal (-2,5%). Los viajes por motivos religiosos ascendieron a 14,9 mil (1,5% ; +84,0%). El resto de los viajes (3%) tuvieron otros motivos. Este patrón es bastante similar en el caso de los viajes domésticos.

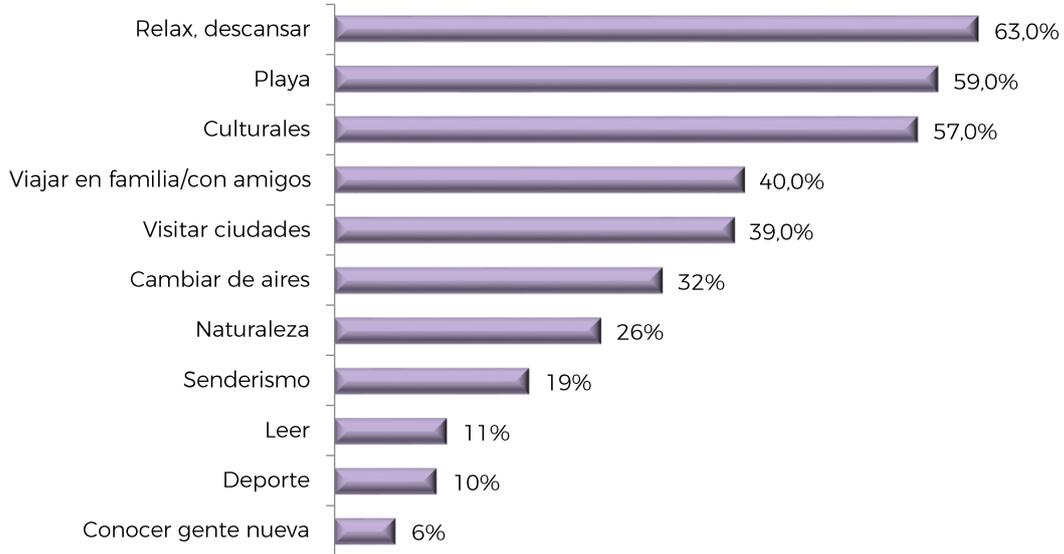
7

Motivación de los viajes al extranjero en 2021 (%)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística de Portugal

Principales actividades preferidas durante las vacaciones (en %)



8

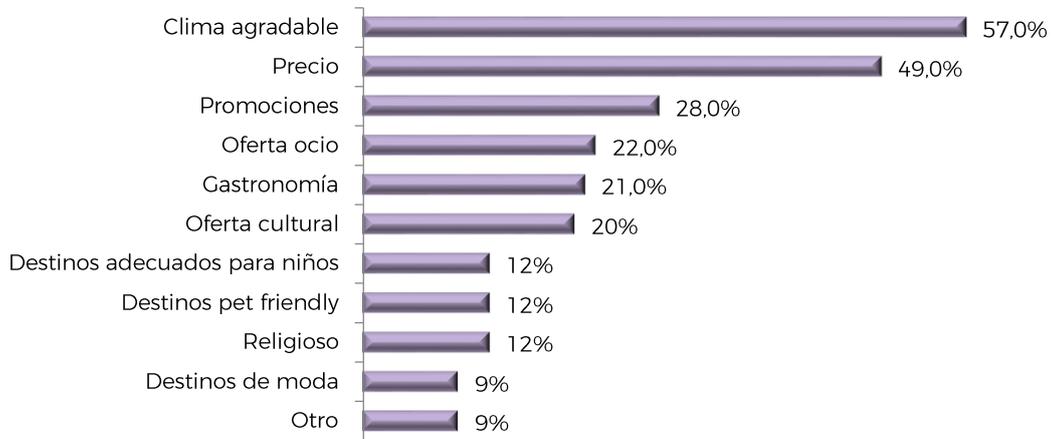
Fuente.: Barómetro Vacaciones Europ Assistance 2023

Criterios de elección del destino: además del tamaño de las familias, la duración del tiempo libre, la proximidad geográfica y el presupuesto disponible, los factores más importantes para la elección del destino tras la pandemia son la seguridad -en especial la sanitaria- la flexibilidad de las reservas y la cobertura de los seguros de viajes.

Aunque la preocupación por la pandemia se ha reducido bastante en el último año, los portugueses se sitúan entre los europeos a los que más influye la pandemia a la hora de elegir destino: el 76% (+5 p.p.) evitará ir a ciertos países, optando por destinos más próximos (72%, +3 p.p.), evitarán locales masificados (76%), viajar en cruceros (53%, +5 p.p.), transportes públicos (37%) o alojarse en hoteles y resorts (37%, +9 p.p.). F.: Barómetro Vacaciones Europ Assistance 2023



Motivación de los viajes al extranjero en 2021 (%)

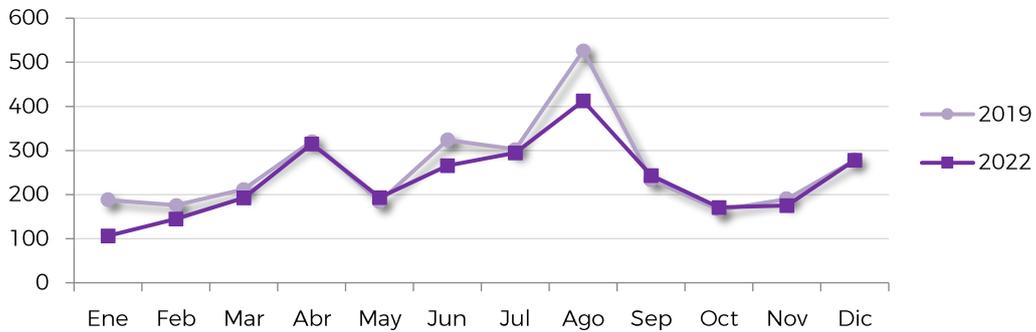


Fuente: Féiras Verão. Observador Cetelem 2019

9

En cuanto a la estacionalidad, los meses de abril, verano y diciembre son los meses preferidos por los portugueses para realizar sus viajes al extranjero, coincidiendo con la Semana Santa, las vacaciones de verano y los festivos del mes de diciembre.

Estacionalidad viajes al extranjero (en miles de viajes)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística de Portugal

Perfil del viajero

Los datos más actuales, los correspondientes a 2022, indican que el 51,15% de los viajeros portugueses que se desplazaron al extranjero fueron mujeres (un aumento de un 185,44% frente a 2021). En el caso de los hombres, ocuparon una cuota del 48,85% y también experimentaron un fuerte crecimiento (166,67% respecto a 2021).

En ese mismo año, el 32,93% de los turistas portugueses fueron adultos con edades comprendidas entre los 45 y 65 años, seguidos por un 25,03% que tenían entre 25 y 44



años. El 15,42% eran menores de 15 años; el 16,76% eran mayores de 64 años; el 9,86% eran jóvenes de entre 15 y 24 años.

Productos turísticos demandados

Durante las vacaciones de verano los turistas portugueses buscan fundamentalmente destinos de **sol y playa** (el 59%, +1% en tasa de variación interanual), ya sea en Portugal o en el extranjero. En este último destaca toda la costa española e islas, Italia, Cabo Verde, Brasil, Dubái, Marruecos o el Caribe, Turquía, Túnez o Malta. Fuente: Barómetro Europ Assistance, Euromonitor, Banco de Portugal y TTOO consultados.

El producto **naturaleza, asociado al turismo activo** es también un producto demandado, y es uno de los tipos de vacaciones favoritas del 55% de los portugueses este año Fuente: Barómetro Europ Assistance 2023 + Turismo de Portugal.

Conclusiones y tendencias

10

1. Tras las restricciones de viajes provocadas por la pandemia, se ha recuperado el mercado de viajes en Portugal, como mercado receptor y emisor.
2. La recuperación del deseo de viajar se ve lastrada, sin embargo, por los efectos de la inflación en la disminución del poder adquisitivo de los salarios, así como en el aumento del precio de los viajes.
3. Portugal continúa siendo el destino preferido de los portugueses para sus vacaciones. Sin embargo, el aumento de los precios de los servicios turísticos en Portugal debido al crecimiento de los flujos turísticos a este país, obliga a los turistas portugueses a buscar otras posibilidades de viaje más baratas, incluso fuera de Portugal, en mayor medida que en años anteriores.
4. La pandemia no ha alterado estructuralmente la demanda de viajes de los portugueses, y se mantienen los rasgos principales en cuanto a su composición, productos demandados, destinos, estructura de edad, etc.
5. Sin embargo, si se observa un cambio en los canales de información y de ventas de viajes, así como el aumento de la digitalización del sector turístico. El 60% de los portugueses afirman que los productos que más han comprado on line en detrimento de las tiendas físicas, son los billetes de avión y los paquetes de viajes.

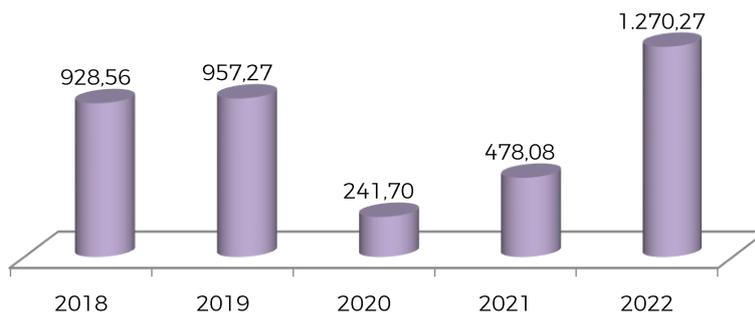
6. Aumenta la importancia de las reservas de último momento respecto a los años previos a la pandemia, debido al impacto de la inflación y el aumento de precios, a la espera de que se produzca una mejora del precio del viaje.

MERCADO EMISOR A ESPAÑA

Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

Tras los dos años de pandemia y su consecuente disminución en el gasto debido a las restricciones de viaje, en 2022 se superaron los niveles de gasto total prepandemia. El gasto de los portugueses en España se situó cercano a 1.300 millones de €. Esto supuso un aumento del gasto total de 32,70% en comparación con 2019.

Gasto Total en España (Millones de euros)



Fuente: EGATUR (INE) y Frontur – explotación Turespaña

Número de viajes a España

En 2022 se recuperaron los niveles de entradas de turistas portugueses a España, si bien es cierto que no llegó a alcanzarse el nivel de 2019.



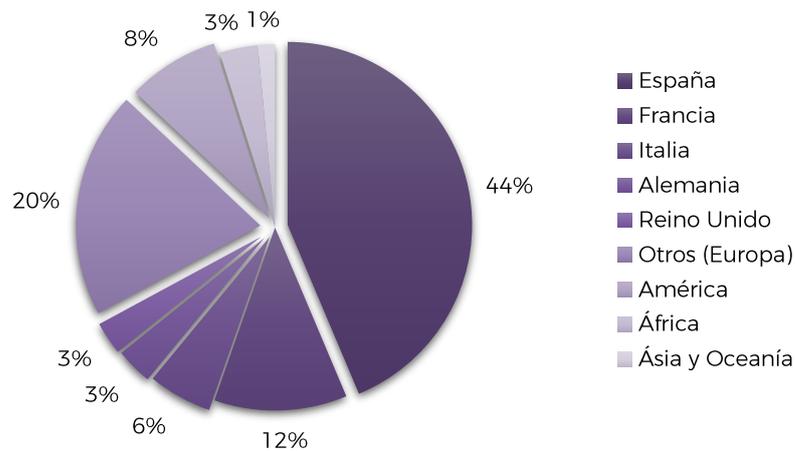
Fuente: Frontur

Cuota de España en el mercado turístico emisor

12

En 2021 el 43,7% de los viajes al extranjero tuvieron como destino España, continuando así como el principal destino turístico internacional para los residentes de Portugal. En segundo lugar se encuentra Francia con una cuota del 11,6% - este dato debe contextualizarse ya que hay un gran vínculo entre ambos países por la gran inmigración que hubo de portugueses al país galo. En tercer lugar se encuentra Italia (5,6%), seguida de Alemania (3,2%) y Reino Unido (2,9%). En los datos preliminares de 2022 el ranking se mantiene, pero España baja 5,5 puntos, ocupando una cuota de 38,2%, Francia de 10,7% (-0,9 p.p.) e Italia de 6,5% (+0,9 p.p.).

Principales destinos internacionales (2021)

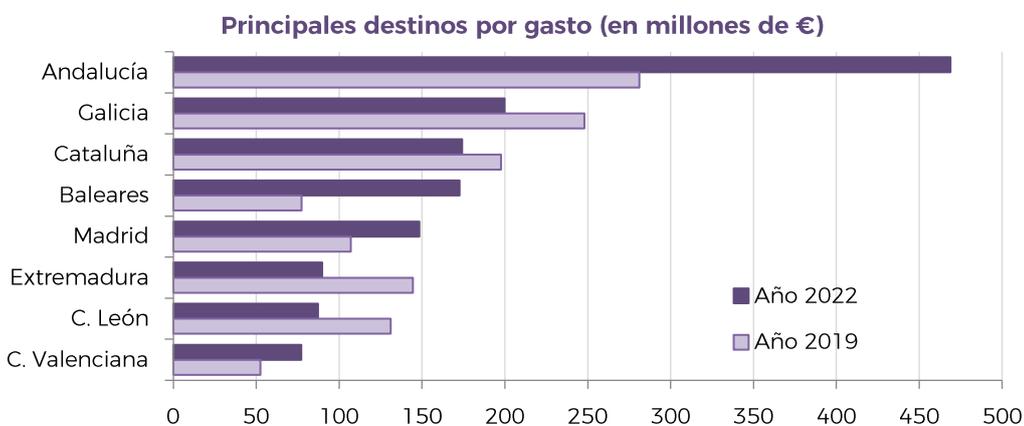


Fuente: Instituto Nacional de Estadística de Portugal



Principales destinos en España

Históricamente las comunidades limítrofes con Portugal eran las principales receptoras del gasto turístico de los portugueses, ya que el acceso por carretera a España ha sido el principal. Además, la Comunidad de Madrid y Cataluña también ocupaban importantes puestos. La tendencia en 2022 fue algo distinta y se produjeron ciertos cambios: aumentó el gasto en Baleares, Madrid y Comunidad Valenciana (traspasando comunidades que solían recibir más) y hubo importantes caídas del gasto en comunidades limítrofes (Galicia, Extremadura y Castilla y León) y algo más ligeras en Cataluña.



Fuente: Encuesta del Gasto Turístico – EGATUR (INE.ES)

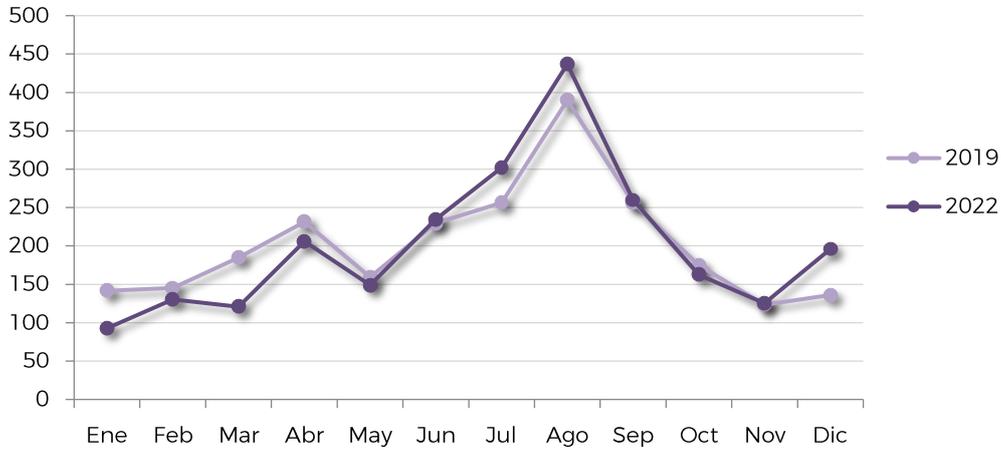
Organización del viaje y reserva

En 2022, el 89,2% de los turistas portugueses que viajó a España organizó sus vacaciones sin comprar un paquete turístico en una agencia de viajes (+92,3%), frente al 10,8% (+258%) que sí que los compró en este canal. En relación a la forma de reserva, en Portugal no se publica ningún estudio que analice la organización del viaje a destinos concretos.

Comportamiento viajero

En cuanto a la estacionalidad, se repite la tendencia de los viajes al extranjero por parte de los portugueses: los meses de abril, verano y diciembre son los preferidos para viajar a España, coincidiendo con la Semana Santa, el período estival y los festivales del mes de diciembre.

Estacionalidad viajes a España (en miles)

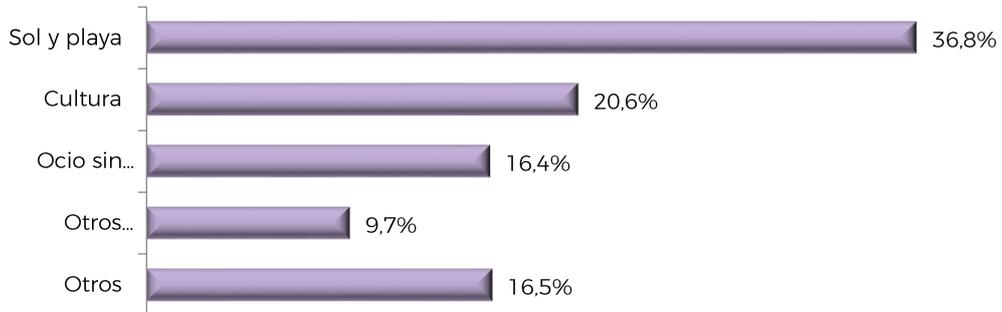


Fuente: Frontur

14

En cuanto a la motivación para viajar a España, un tercio de los portugueses se desplazó en 2022 en busca de sol y playa; un 20,6% siguiendo una motivación cultural; un 16,4% por ocio en general; un casi 10% por trabajo y un 16,5% por otros motivos.

Motivación de los viajes a España según gasto turístico (%)



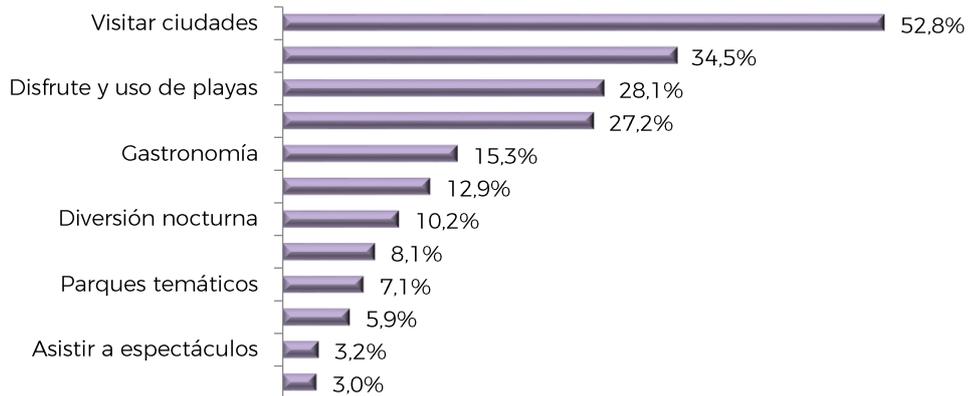
Fuente: Estimación de Turespaña basada en microdatos EGATUR



Segmentación de la demanda

Atendiendo a las actividades realizadas por los portugueses en España, la demanda se segmenta de la siguiente forma:

Actividades realizadas en España (en %). Portugal. 2022.



Fuente: Elaboración propia a partir de EGATUR y estimaciones de TURESPAÑA.

15

Perfil del viajero

La mayoría de los turistas portugueses que viajaron a España en 2022, tenían de 25 y 64 años (el 84,3%). La mayoría fueron hombres (75,8%), personas con estudios superiores (70%) o secundarios (27,7%).

Nos visitaron preferentemente trabajadores en activo (el 84,1%) y jubilados (10,2%). Por ocupación profesional, el 45,6% fueron asalariados con cargos medios, el 27,3% autónomos y el 20,4% asalariados con cargos de alta dirección. F: EGATUR.

Productos turísticos demandados

Respecto a los **city break** y **turismo cultural** los principales destinos son aquellos con conexión aérea directa con Portugal (Madrid, Barcelona, Alicante, Bilbao, Málaga, Sevilla, Valencia...), las ciudades cercanas a la frontera (Vigo, Salamanca, Cáceres...), y destinos históricos como Santiago de Compostela, Segovia o Toledo.

Los turistas portugueses demandan también el producto de sol y playa, tanto en las costas mas cercanas de Galicia y Andalucía, como en la costa mediterránea y las islas.

El turismo **gastronómico** gana peso en los viajes a España, aunque no constituye un producto importante por sí mismo, sino como oferta complementaria a otros productos turísticos.



En cuanto al turismo religioso en 2022, 20.106 mil residentes en Portugal realizaron el Camino de Santiago superando los valores pre pandémicos (+4,6%) . F.: Oficina del peregrino.

Otros productos muy demandados para el turismo familiar son los parques temáticos, (Isla Mágica, Parque Warner y Terra Mítica a la cabeza) y el esquí en invierno (Sierra Nevada, el Pirineo aragonés y catalán, además de la Sierra de Béjar).

Conclusiones y tendencias

1. España es el principal destino turístico de los portugueses en el extranjero, y la pandemia no ha modificado esta posición. Durante la pandemia aumentó la cuota de viajes de los portugueses a España, que pasó de 32,7% de 2019 al 43,7% de 2021. En 2022, la cuota fue del 38,2%, a gran distancia de su principal competidor en el mercado portugués que es Francia (10,7%, -0,9% en tvi).
2. Portugal es un mercado turístico emisor a España maduro y fiel a los destinos españoles (el 69,4% nos han visitado diez veces o más). En 2022, el mercado emisor portugués a España alcanzó prácticamente los valores de 2019 en número de turistas (2,42M, -0,4% que en 2019), que a su vez fueron los más altos de los que se tiene registro. El gasto turístico superó al de 2019 (1.270M€, +32% que en 2019). F.: INE.ES. En relación al gasto medio diario se ha producido un incremento, pasando de 124€/día en 2019 a 144€/día en el periodo enero a abril de 2023. Fuente Turespaña a partir de EGATUR.
3. La accesibilidad por vía terrestre y las conexiones aéreas son factores determinantes en los viajes de los portugueses a España que, a diferencia de otros países, favorecen la diversificación geográfica y temporal al ser país fronterizo.
4. Las principales CCAA de destino son las limítrofes durante todo el año, junto con Madrid, a las que se añaden las costas mediterránea, cantábrica e islas durante el verano.
5. En 2022 y 2023 se ha recuperado la oferta de destinos españoles de los operadores portugueses, con aumentos notables en la oferta como la de de paquetes de viaje charter a Baleares y Canarias. Igualmente, se han recuperado rutas aéreas y las capacidades.

6. El tipo de viajes a España, los productos y actividades realizadas durante sus viajes siguen siendo en esencia los mismos que antes de la pandemia, por lo que no se han producido cambios estructurales en el perfil de los flujos.

DESTINOS COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO

Análisis de la competencia

España es el primer destino de los portugueses en el extranjero, seguido a gran distancia por Francia y en menor medida por Italia, Alemania y Reino Unido. Como se ha explicado anteriormente, hay una importante comunidad emigrante portuguesa en Francia y Reino Unido, por lo que muchos de esos viajes son visitas a familiares y amigos.

Los destinos europeos son los únicos con relevancia turística en los últimos años en Portugal. Otros destinos del Mediterráneo como Italia y Grecia, que ha aumentado su importancia, no son competidores relevantes para España en Portugal.

Alejados de los destinos europeos, hay flujos turísticos a otros destinos lusófonos como Brasil, Cabo Verde, San Tomé, Angola o Mozambique. También Marruecos se está posicionando como un destino extracomunitario creciente en el mercado portugués

Posicionamiento e imagen de España

La imagen de España como destino turístico es ampliamente conocida y está asociada a la calidad y variedad de la oferta turística. Todos los productos y destinos españoles son conocidos en Portugal, en mayor o menor medida.

La pandemia no afectó a la imagen de España como destino turístico en Portugal ni tampoco a su posicionamiento, manteniendo en 2022 su situación de primer destino de los portugueses en el extranjero – a pesar de haber experimentado en 2022 una pérdida de 5,5 p.p. de cuota de mercado. El principal mercado competidor de España en Portugal es Francia, se mantiene en una segunda posición lejos de la cuota española (38,20% España y 10,70% Francia en 2022 según los datos preliminares del INE de Portugal).

Sin embargo, Portugal es un destino turístico con atributos similares a los españoles y precios más baratos en una parte importante del territorio. Por esta razón, y también por la promoción de los viajes interiores por parte de la administración turística portuguesa, especialmente durante y después del covid, parte de los viajes que otros años se realizaban a España, tendrán ahora como destino Portugal. De hecho, en 2022 los viajes domésticos crecieron un 25,08%, si bien es cierto que la cuota de viajes domésticos entre el total de viajes cayó 6,14 p.p. respecto a 2021.

En cualquier caso, los portugueses no han dejado de viajar a España cuando las limitaciones a la movilidad lo han permitido. La demanda de España es sobre todo en productos y destinos de costa, naturaleza, cultura y ciudades.

Conectividad aérea con España

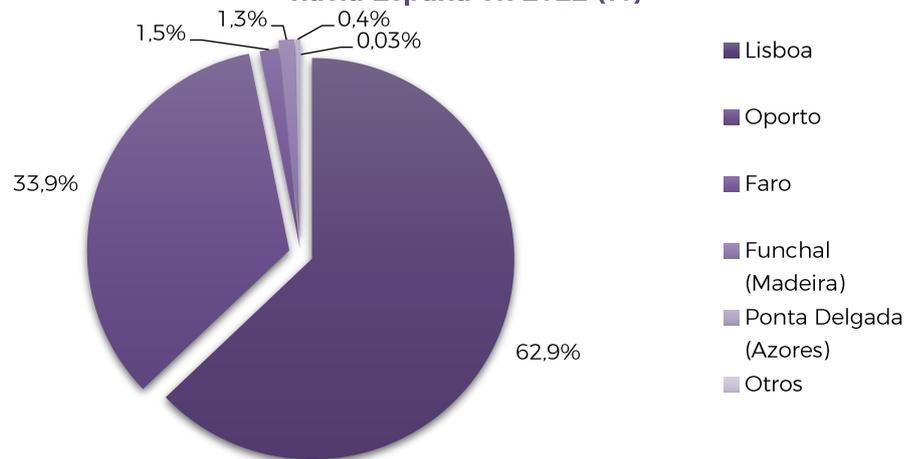
A lo largo de 2022 y 2023 se han ido recuperando las rutas aéreas y frecuencias suprimidas por la pandemia. Las conexiones se establecen desde los cinco aeropuertos portugueses (Lisboa, Oporto, Faro, Funchal (Madeira) y Ponta Delgada (Azores) con 18 aeropuertos españoles: Alicante, Oviedo, Barcelona, Bilbao, Castellón, Fuerteventura, Gran Canaria, Ibiza, Lanzarote, Madrid, Málaga, Mallorca, Menorca, Santiago de Compostela, Sevilla, Tenerife Norte y Sur y Valencia. F. OAG

Dentro de las nuevas rutas entre ambos países (OAG), cabe destacar por su importancia:

- Desde Lisboa: las rutas a Barcelona operadas por Easyjet(7/8 conexiones semanales), Bilbao (2), Ibiza (2), Mallorca (2), Menorca (2) y Valencia (2); así como las operadas por TAP a Mallorca (6/7) y Menorca (4/5); y las operadas por Volotea a Oviedo (3).
- La ruta desde Oporto a Castellón (2) operada por Ryanair.
- Desde Faro: la ruta a Barcelona operada por Easyjet (1/2); la ruta a Bilbao operada por RyanAir (2), por Volotea (2) y Vueling (1/2); y la ruta Desde Ponta Delgada a Bilbao operada por SATA (1).
- Desde Funchal: rutas operadas por Iberia a Málaga (1); a Santiago de Compostela (1) y Valencia (1).
- Ponta Delgada y Bilbao (SATA);

- Faro y Barcelona (Ryanair).

Principales aeropuertos de origen según número de pasajeros hacia España en 2022 (%)



PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

Características clave del mercado

El mercado portugués es un mercado emisor de turistas a España maduro, de elevado volumen, al que le gusta viajar, donde el 44% de su población viaja con regularidad. Cuenta con un poder adquisitivo medio y con un número de destinos favoritos al extranjero relativamente pequeño.

A pesar de la incertidumbre geopolítica y económica, tres de cada cuatro portugueses expresa su voluntad de viajar en los próximos meses (verano de 2023). Las limitaciones económicas afectarán principalmente al tipo de alojamiento elegido (46%, buscando opciones más económicas), a buscar promociones de última hora (40%), reducir el número de destinos (41%) o elegir un destino más próximo (36%). F: Barómetro Europ Assitance 2023.

20

España seguirá siendo el primer destino de los portugueses al extranjero, tanto en número de viajes, como en pernoctaciones y gasto turístico, para todas las motivaciones de viaje, y se seguirán consumiendo los productos tradicionales (turismo cultural, de ciudad, sol y playa, gastronomía y compras). Al tratarse de un mercado maduro, en el que España es muy conocida, los crecimientos y decrecimientos en los flujos de llegadas a España a medio plazo se mantendrán bastante estables, con oscilaciones coyunturales en el volumen de los flujos viajeros.

Se puede esperar que los canales de reserva se digitalicen todavía más, frente a la reserva presencial y un aumento de la reserva anticipada, buscando las mejores ofertas, al haber más demanda.

Por otra parte, el envejecimiento de la población portuguesa, tal y como sucede en el resto de Europa, incrementará la proporción de mayores de 60 años en la población viajera.

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

Es previsible que los flujos viajeros a España se mantengan estables a medio plazo. Sin embargo, los factores económicos y de capacidad de gasto son los que más incidencia tendrán en el medio plazo en los viajes de los portugueses. Estos factores son los siguientes:



- a) El aumento de la inflación y la pérdida de poder adquisitivo de los salarios, que disminuye la capacidad de compra de viajes.
- b) La incertidumbre respecto a la situación económica interancional y nacional portuguesa, que incide en la disminución de los gastos no imprescindibles, como son los viajes.
- c) El aumento del precio de los componentes de la cadena de valor de los viajes: transporte, alojamientos, hostelería y gastos complementarios. En este aspecto, y aunque España es accesible por carretera desde Portugal, se puede producir un aumento de la oferta de paquetes turísticos a otros destinos más baratos (Cabo Verde, Marruecos, Túnez ó Turquía) en detrimento de los destinos españoles, que son más caros.

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 