

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



2.

PORTUGAL 2025 Mercado Emisor

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

TABLA DE CONTENIDO

Mercado emisor

Mercado emisor a España

Destinos competidores y posicionamiento

Perspectivas a medio plazo

MERCADO EMISOR

Datos Clave

El número de viajes realizados en Portugal en 2024 fue de 22,9M. (-3,2% que en 2023). Descendió el número de viajes dentro del territorio nacional (el 85% del total y un -4,7% en tvi) y crecieron los viajes al extranjero (+6,2%), en los cuales se gastaron 6.735M€ (+6,8%). (INE.PT y Banco de Portugal)

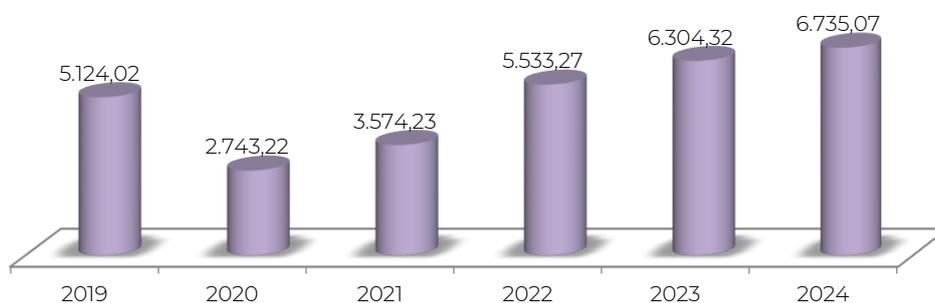
En 2024 España siguió siendo el principal destino de los portugueses en el extranjero, tanto en número de viajes (con una cuota del 40,6%), como en el gasto turístico asociado (el 22,5%), muy por encima de otros competidores. Se detecta una mayor diversificación de destinos internacionales (Banco de Portugal e INE.ES).

La mayoría de los desplazamientos turísticos al extranjero se realizaron en marzo y abril (7,6% del total para cada mes), en verano (47%, entre junio y septiembre) y diciembre (10,8%). Aunque en los viajes al extranjero se impone el uso del avión, la mayoría de los viajes de los turistas portugueses a España se realizaron por carretera (73,9%, INE.ES). En los viajes fuera del país predomina la reserva con antelación (93,3%) (INE.PT), con más reservas por canales tradicionales(51,4%) que *on line* (48,6%) y más reservas a través de intermediarios (58,4%) que directamente (46,1%) (Euromonitor). La motivación principal para viajar al extranjero es el ocio y vacaciones (el 70,3%). (INE.PT).

Volumen del mercado por gasto

En 2024, el gasto turístico de los portugueses en el exterior aumentó un 6,8%, hasta alcanzar los 6.735M€, superando en un 31,4% el nivel de gasto de 2019. Entre enero y abril de 2025, los portugueses se gastaron en sus viajes al exterior 1.660M€ (+5,3% respecto al mismo periodo de 2024). (Banco de Portugal).

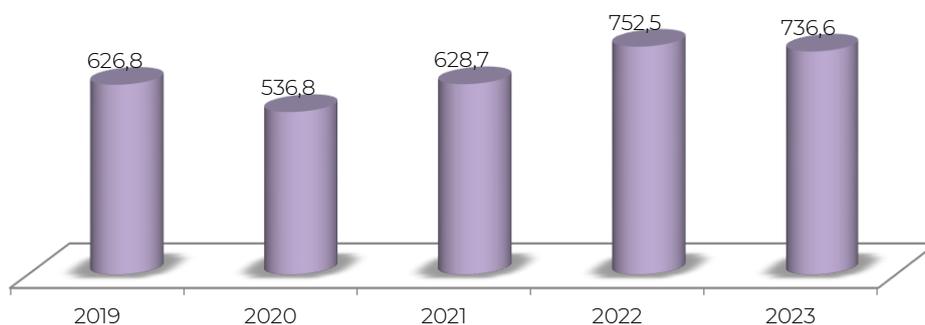
Gasto Total (Millones de euros)



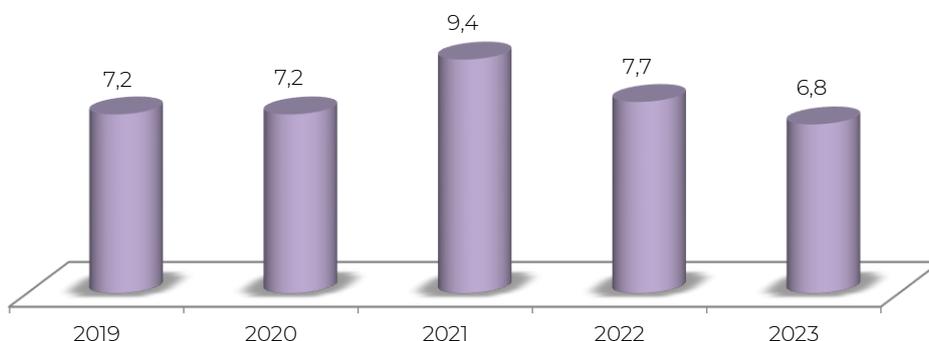
Fuente: Banco de Portugal

En 2023 (* últimos datos disponibles), el gasto medio por viaje al extranjero fue de 736,55€ (-2,1% vs 2022 y +17,5% vs 2019), rompiendo la tendencia ascendente de la serie histórica, sólo interrumpida previamente por la pandemia en 2020, si bien hay que tener en cuenta que la inflación siguió siendo elevada ese año (+5,3%), que afectó muy por encima de la media a los servicios asociados a las vacaciones organizadas y al alojamiento (+15,4%). El gasto medio por persona y viaje se situó en los 769,2€ en los viajes de ocio y vacaciones (-6% respecto a 2022) y hasta los 781,4€ en los viajes de negocios (+1,1%). La estancia media se redujo nuevamente hasta las 6,8 noches (INE.PT).

Gasto medio por viaje al extranjero (Euros)



Duración viajes al extranjero (nº de noches)

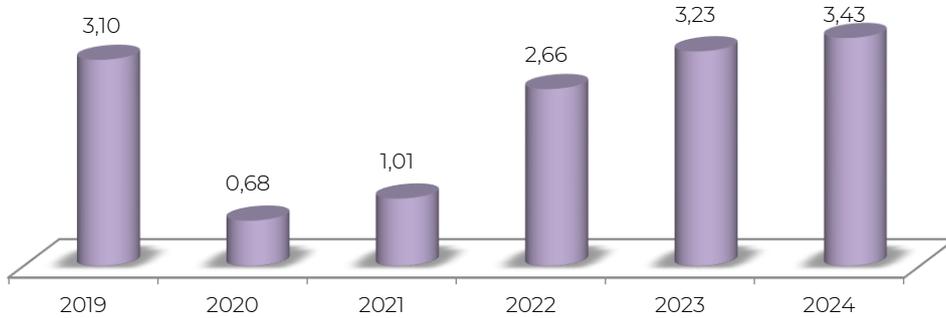


Fuente: Instituto Nacional de Estadística de Portugal

Volumen del mercado por número de viajes

De acuerdo con los primeros datos disponibles de 2024, los portugueses realizaron 22,9 millones de viajes (-3,2% vs 2023, -6,4% vs 2019), de los que el 85% fueron interiores (19,5M, -4,7%) y el 15% al extranjero (3,4M). Se ha producido un elevado crecimiento (+6,3% respecto 2023 y +10,6% respecto a 2019). La tasa viajera de la población fue del 51,7% (datos de 2023). (INE.PT).

Viajes al exterior (Millones)



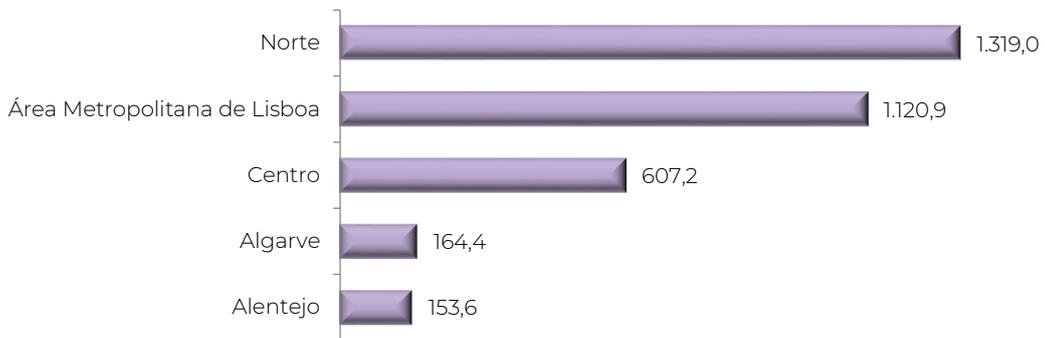
Fuente: Instituto Nacional de Estadística de Portugal (INE.PT)

Principales áreas emisoras

6

En 2024, el área geográfica emisora de turistas al extranjero más importante en Portugal fue la región Norte, con más de 1,3 millones de viajes (+5.1% respecto a 2023); le siguió el Área metropolitana de Lisboa (1,1M, +9,8) y la región Centro (607 mil, -2,1%). La importancia relativa de cada zona está relacionada con el volumen de población y la renta, que no sufre cambios significativos de año en año en la emisión de viajes turísticos al extranjero. Las regiones autónomas de Madeira y Azores no son relevantes ya que cuentan con una población bastante menor que el resto de regiones. (INE.PT).

Principales áreas emisoras de turistas portugueses al extranjero. 2023
(en miles de viajes)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística de Portugal

Organización del viaje y reservas

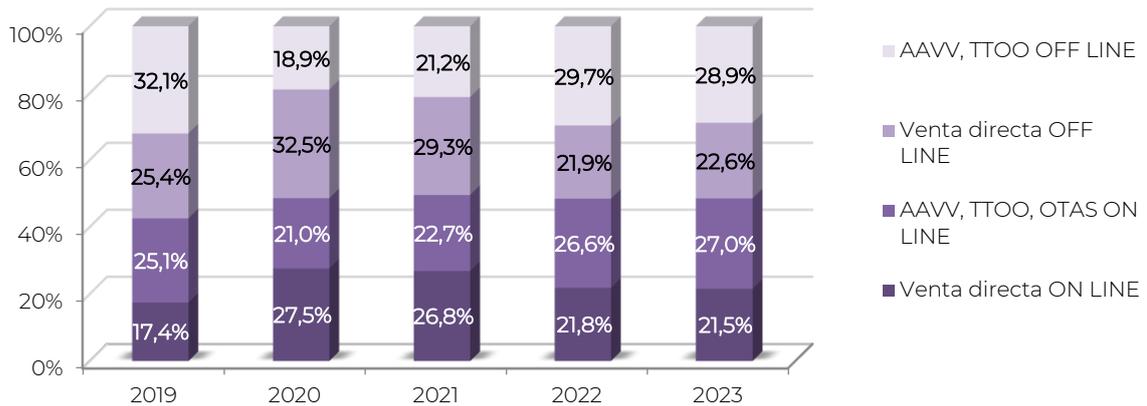
En 2024, según los datos provisionales del INE de Portugal, el 93,3% de los viajes al extranjero de los portugueses fueron realizados con reserva previa (+1 p.p. respecto a 2023). Además, el recurso a Internet fue utilizado para consultar, organizar y reservar en el 69,6% de los viajes al extranjero (+2,7 p.p.) (INE.PT)



Los portugueses están reservando sus vacaciones de verano cada vez con más antelación. En mayo de 2025 sólo el 7% no había planeado todavía sus vacaciones y el 72% reservó con por lo menos dos meses de antelación (Barómetro Viajes Ipsos Europ Assistance 2025). Otro estudio indica que el 52% empieza a organizar sus vacaciones entre tres y seis meses antes y un 30% con más de seis meses (Klarna), en la búsqueda de las mejores ofertas.

De acuerdo con los datos de Euromonitor, los portugueses se gastaron en 2024, 11.194,5M€ en reservas turísticas, tanto internacionales como nacionales (+12,4% que en 2023 y +40,2% que en 2019). De este valor, el 51,4% de las reservas se realizaron a través de canales tradicionales (+13,9% respecto a 2023) y el 48,6% se efectuaron a través de Internet (+10,8%). Durante el mismo periodo, el 58,4% del gasto en las reservas se abonó a través intermediarios (AAVV, TTOO y OTAS) y el 41,6% restante se pagaron directamente a los proveedores de servicios (alojamiento, transporte, actividades, etc.). El 91,3% del volumen de reservas se dedicaron a viajes de ocio.

Gasto turístico en viajes de ocio de los portugueses por canales de reserva (en %)



Fuente: Euromonitor

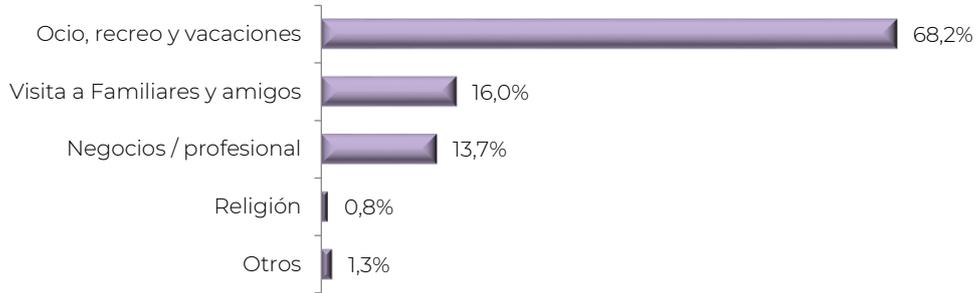
Se estima que, en 2024, los portugueses adquirieron *on line* principalmente: vuelos (el 41,5% del total), alojamiento en hoteles (+26,6%), paquetes turísticos (+16,5%), alquilaron apartamentos turísticos (7,3%), rentacar (4,3%), compraron billetes de tren (2,2%), de autobuses de largo recorrido (1,2%) o reservaron cruceros (0,4%). (DataReportal).

Comportamiento viajero

Motivación: en 2023, el principal motivo de los viajes de los portugueses al extranjero fue el ocio, recreo y vacaciones (el 68,2% del total, +27,4% respecto a 2022), seguido de la visita a familiares y amigos (16%, +11,2%) y de los viajes de negocios o profesionales (13,7%, +11,4%). Los viajes por motivos de salud o religiosos son residuales (el 0,9% del total). Los primeros datos de 2024 indican el refuerzo de los viajes de ocio y vacaciones al extranjero (el 70,3%, +2,1 p.p.). (INE.PT).



Motivación de los viajes al extranjero en 2023 (%)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística de Portugal

Actividades: las actividades preferidas por los portugueses durante sus vacaciones son las de sol y playa, las culturales, las de naturaleza y las deportivas.

Principales actividades preferidas durante las vacaciones (en %)

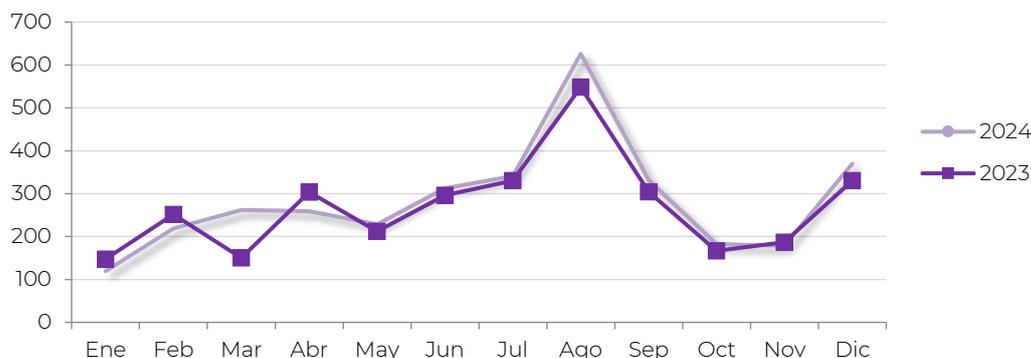


F: Barómetro Vacaciones Ipsos Europ Assistance 2025

Criterios de elección del destino: los factores más importantes para la elección del destino para los portugueses son la relación calidad/precio (28%), el clima (22%) y la seguridad (16%) (Consumer Choice). Los factores que más afectan a la elección del destino son su clima político (43%), la masificación (39%) y la cobertura de los seguros de viajes (50%). Las mayores preocupaciones al viajar son los conflictos armados (77%), las emergencias sanitarias (como epidemias, 73%), así como enfrentar un desastre natural durante el viaje (40%). (Barómetro Ipsos Europ Assistance 2025).

Estacionalidad: para el total de viajes al extranjero, los meses de verano (37,9%), diciembre (10,8%) y junio (9,1%) son los meses preferidos de los portugueses para realizar viajes, con una distribución menos homogénea en 2024 que en 2023. (INE.PT).

Estacionalidad viajes al extranjero (en miles de viajes)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística de Portugal. INE.PT.

Perfil del viajero

9

En 2023 (* últimos datos disponibles, INE.PT):

- el 51,7% de los portugueses realizaron al menos un viaje, pasando por lo menos una noche fuera de su local de residencia habitual. Un 66,3% realizó sólo viajes domésticos; el 11,6% de la población viajó exclusivamente al extranjero y un 22,1% viajaron tanto al extranjero como por el territorio nacional;
- el 52,5% de los viajeros portugueses que se desplazaron al extranjero fueron mujeres (+30,5%), frente al 47,5% de los hombres (+31,3% respecto a 2022). Las mujeres son mayoritarias en los viajes de ocio (53,4%) y en la visita a familiares (55,2%), mientras que los hombres son mayoritarios en los viajes profesionales y de negocios (el 58,3%);
- la distribución por edad fue la siguiente: menores de 15 años (el 16,5%), entre 15 y 24 años (el 11,7%), entre 25 y 44 años (24,6%), entre 45 y 64 años (31,4%) y mayores de 64 años (15,7%);
- Por su parte, el 29,7% de los turistas contaban con educación superior, el 24,5% con estudios secundarios, el 34,5% estudios básicos y el 11,3% restante no tenía ningún nivel de estudios completo. (INE.PT).

Productos turísticos demandados

Durante las vacaciones de verano, los turistas portugueses buscan fundamentalmente destinos de **sol y playa** (para el 59%), ya sea en Portugal o en el extranjero. En los viajes internacionales destaca toda la costa española e islas, Italia, Brasil, Marruecos, el Caribe, Cabo Verde, Turquía, Grecia, Croacia, Dubái (EAU) o Túnez (Barómetro Europ Assistance +

Banco de Portugal y TTOO consultados).

Tras la pandemia, el **turismo de ciudad** ganó peso (30%). La buena conectividad aérea y la amplia oferta de circuitos culturales, hacen del **turismo cultural y urbano** (46%), dos de los productos más demandados a lo largo del año, en especial a destinos europeos que disfruten de conexiones aéreas directas. La **gastronomía** (42%) es un atributo que se busca asociado a este producto. (B. Ipsos Europ Assistance 2025 + Prensa).

El turismo de **naturaleza, asociado al turismo activo** mantiene una gran demanda en Portugal: 49% que surge del 24% del turismo rural+ 14% senderismo+ 11% deporte (Barómetro Ipsos Europ Assistance 2025 + Turismo de Portugal).

Cruceros: a destinos como el Norte de Europa, el Mediterráneo, la costa atlántica (Madeira, Andalucía, Canarias y Marruecos), los cruceros fluviales o transatlánticos (a Brasil, EEUU, al Caribe) y partidas desde Lisboa, Funchal, Barcelona, Málaga, Valencia, además de otras ciudades europeas. (Turismo de Portugal + Prensa).

Conclusiones y tendencias

10

1. En 2024, los flujos de turismo emisor al extranjero y del turismo receptor siguieron creciendo en Portugal por encima de lo esperado.
2. Tras los datos récord de los dos últimos años, para 2025 se puede esperar una contención del gasto turístico, con estancias más cortas y presupuestos más ajustados a la situación económica real de las familias, debido al impacto de la inflación y el incremento del precio de los servicios turísticos.
3. Portugal continúa siendo el destino preferido de los portugueses para sus vacaciones y España el destino preferido en el extranjero.
4. La pandemia y la inflación posterior no han alterado estructuralmente la demanda de viajes de los portugueses, y se mantienen los rasgos principales en cuanto a su composición, productos demandados, estacionalidad, destinos o estructura de edad, aunque se empieza a notar la limitación económica.
5. Tras la pandemia, los canales de comercialización *offline* recuperan cuota de mercado, frente a los *online*, que continúan siendo líderes en la búsqueda de información y en particular de la compra de billetes de avión y alojamiento. El 16% de los portugueses reconocen que ya utilizan la inteligencia artificial para la planificar y reserva sus viajes, siendo que el 23% espera hacerlo en un futuro próximo, por encima de la media UE (21%). (B. Europ Assistance).
6. Aumenta la tendencia a reservar con más anticipación las vacaciones de verano, donde el 72% ya reserva con por lo menos 2 de antelación y el 30% con más de seis meses, en detrimento de las compras de última hora. (B. Europ Ass, Klarna).
7. También se detecta un incremento de los paquetes de viajes al extranjero con "todo incluido", para controlar el gasto turístico, sin perder calidad, Para maximizar el presupuesto disponible, destacar que el 63% prefiere descuentos y reembolsos y al

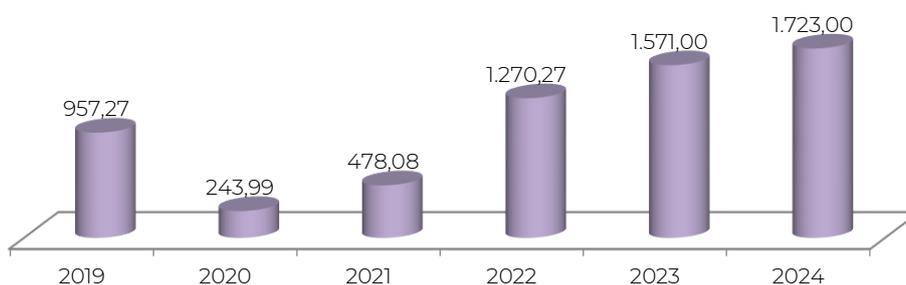


59% le gustaría contar con soluciones flexibles de pago de sus vacaciones, en varias prestaciones sin intereses (Klarna).

MERCADO EMISOR A ESPAÑA

Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

Gasto Total en España (Millones de euros)



Fuente: EGATUR (INE) y Frontur – explotación Turopaña

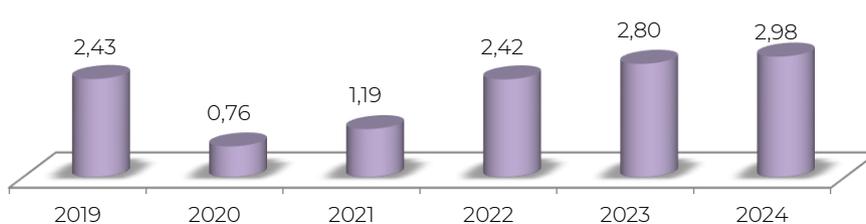
En 2024, el gasto turístico de los portugueses en España ascendió a 1.723M€, (+9,7% que en 2023 y +80% que en 2019). A este valor hay que añadirle 545M€ del gasto de los excursionistas (el 8,6% del total, -2,7% que en 2023).

Entre enero y abril de 2025, el gasto total de los turistas portugueses en España ha alcanzado los 395M€ (+16% que durante el mismo periodo de 2024), por el aumento del gasto medio diario (153,8€, +6,3%) y la reducción de la estancia media (3,1 días, -5,7%), que afecta al gasto medio por turista (485€/viaje, +0,3%). (Egatur).

Número de viajes a España

En 2024, se alcanzó el valor más alto de la serie histórica: 2,98M turistas, +6,5% que en 2023 y +22,6% que en 2019). Entre enero y abril de 2025, Portugal fue el séptimo país emisor de turistas a España (814 mil, el 3,2% del total, +15,7% vs ene - abril 2024). (Frontur).

Viajes a España (Millones)

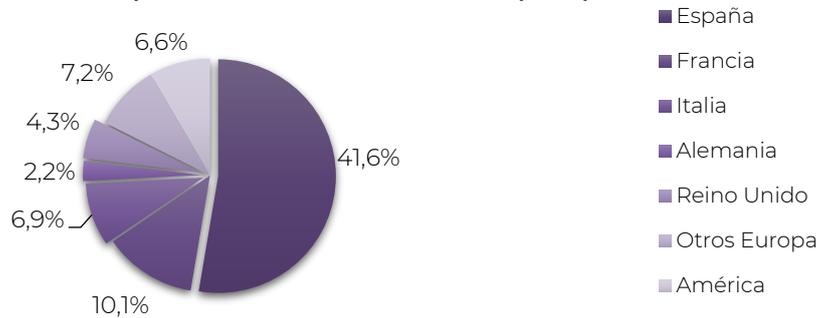


Fuente: Frontur,

Cuota de España en el mercado turístico emisor

En 2023, España siguió siendo el principal destino de los residentes en Portugal al extranjero, con una cuota del 41,6%. Este porcentaje se elevó hasta el 51% en los viajes de ocio, siendo el principal destino en los viajes profesionales y de negocios (24,8%). Le siguieron Francia (10,1%), Italia (6,9%), Reino Unido (4,3%) y Alemania (2,2%). Los destinos europeos supusieron el 79% de los viajes al extranjero. En los datos preliminares de 2024, el ranking se mantiene, pero España baja 1 p.p. hasta el 40,6%, seguida de Francia que baja 0,6 p.p. (9,5%), al igual que Italia hasta el 6,2% (-0.7 p.p.). (INE.PT).

Principales destinos internacionales (2023)

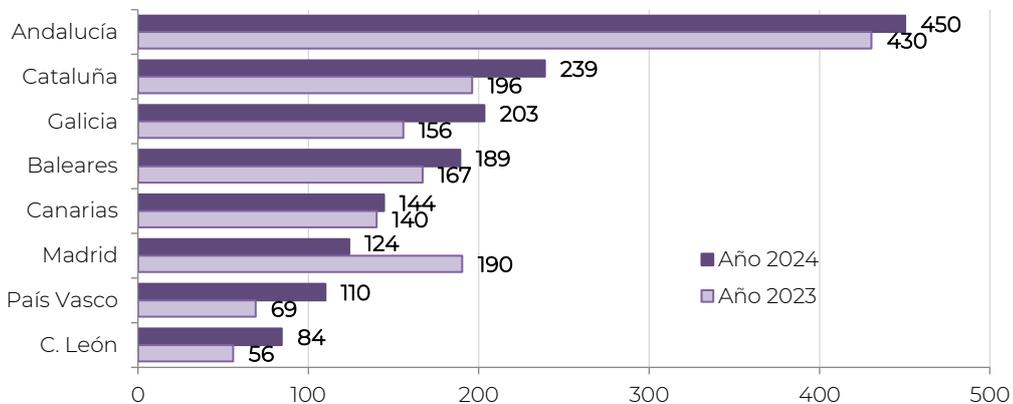


Fuente: Instituto Nacional de Estadística de Portugal

En 2024, España mantuvo el primer lugar como receptor del **gasto turístico internacional** luso, con una cuota del 22,5% del total (1.512M€, +5,9% que en 2023 y +31,3% que en 2019), seguida de Francia (9,2%); Países Bajos (6%); Italia (5,6%); Reino Unido y EEUU (4,1%); Alemania (4%); Cabo Verde (3,5%) y Brasil (3,1%). (Banco Portugal).

Principales destinos en España

Principales destinos por gasto (en millones de €)



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



Las comunidades limítrofes con Portugal han sido tradicionalmente las principales receptoras de los flujos turísticos de los portugueses, ya que el principal acceso a España se hace por carretera. Además, la C. de Madrid y Barcelona también se encuentran entre los destinos principales del mercado emisor luso, por su importancia como destinos turísticos y por la buena conectividad aérea.

En 2024, el gasto turístico de los portugueses aumentó en Andalucía (+4,6%), Cataluña (+21,7%), Galicia (+30,6%), Baleares (+13,3%), Canarias (+3%), el País Vasco (+59,5%) y Castilla y León (+51,3%), pero se redujo en la Comunidad de Madrid (-34,8%). (Egatur).

Organización del viaje y reserva

En 2024, el 86,6% de los turistas portugueses que viajó a España, organizó sus vacaciones sin comprar un paquete turístico en una agencia de viajes (+3,6%), frente al 13,4% (+29,3%) que sí lo hizo, preferentemente a Baleares (24,7% del total de paquetes); Comunidad Valenciana (22,7%); Andalucía (13,6%); Canarias (8,7%) y Cataluña (6,3%).

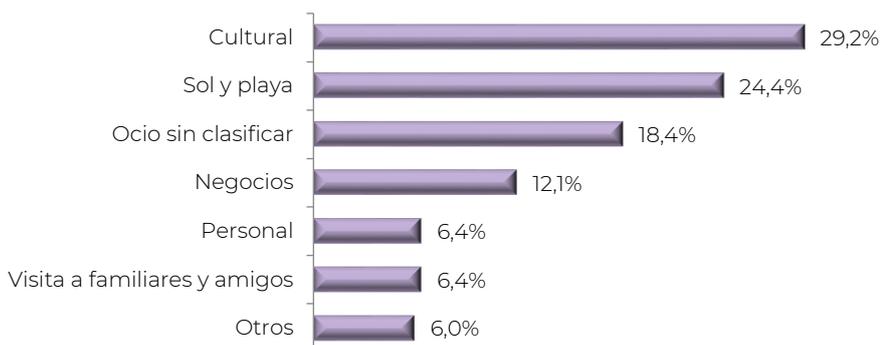
Comportamiento viajero

13

La **estancia media** de los portugueses en España fue de 3,8 días (igual que en 2023). La mayor parte de los viajes duraron entre 1 a 7 noches (el 92%). (Frontur).

En cuanto a la **motivación** para viajar a España, en 2024, los turistas portugueses se desplazaron a España por motivos culturales (29,2%), seguidos del sol y playa (24,4%), del ocio sin clasificar (18,4%) y un 12,1% de los turistas nos visitó por trabajo.

Motivación de los viajes a España (%)



Fuente: Ficha EGATUR

El **alojamiento** hotelero supuso el 73,6% del total (+9%), frente a un 12,9% del alojamiento extrahotelero y un 13,5% del alojamiento fuera de mercado (-7,3%, vivienda en propiedad, de amigos u otros). (Frontur INE y estimación Turespaña).

Los turistas portugueses que nos visitaron, utilizaron como principal **via de acceso** la carretera (el 73,9%, +8,7%), frente al 24,7% que utilizaron el avión (+0,1%). Sólo el 0,3% viajaron en tren, debido a las malas conexiones entre ambos países. (Frontur y Egatur INE).

En relación a la **estacionalidad**, los meses de abril, junio, julio, agosto y diciembre son los preferidos para viajar a España, coincidiendo con la Semana Santa, el verano y los festivos del mes de diciembre.

Estacionalidad viajes a España (en miles)



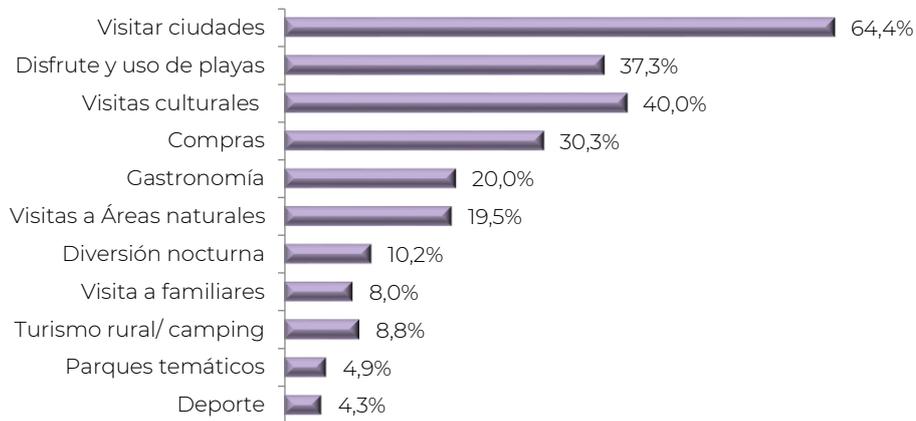
Fuente: Frontur.

14

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. 2024.



F: Elaboración propia a partir de Egatur y estimaciones de Turespaña.

Perfil del viajero

La mayor parte de los turistas portugueses que viajaron a España, en 2024, tenían entre 25 y 64 años (el 84,1%), eran mayoritariamente hombres (72,5%) y personas con estudios superiores (64,5%) o secundarios (31,2%).



Nos visitaron preferentemente trabajadores en activo (el 85,1%) y jubilados (11,8%). Por ocupación profesional, el 57,6% fueron asalariados con cargos medios, el 23,1% autónomos y el 14,3% asalariados con cargos de alta dirección. Suelen viajar a España en pareja (34,7%), en familia con hijos (25,3%) o solos (20,7%). (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, Oviedo y Valencia), las ciudades cercanas a la frontera (Vigo, Salamanca, Cáceres), y destinos históricos como Santiago de Compostela, Segovia o Toledo.

En relación al **sol y playa**, la demanda se extiende a todas las costas españolas y las islas.

El turismo **gastronómico** gana peso en los viajes a España como un atributo importante de la oferta complementaria de los destinos españoles.

La demanda de turismo de **naturaleza**, asociado al **turismo activo** se dirige a Galicia, Extremadura, Andalucía y Picos de Europa, principalmente.

El turismo **religioso**: en 2023, 24.413 mil residentes en Portugal realizaron el Camino de Santiago (+4,5%). (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 se mantiene como el principal destino turístico internacional luso.
2. Portugal es un mercado emisor a España maduro y fiel (el 68,7% nos han visitado diez veces o más) que en 2024, superó de nuevo su máximo histórico, tanto en entradas de turistas (2,98M, +6,5% que en 2023), como en gasto turístico (1.723M€, +9,7%), en especial si los comparamos con los datos de 2019 (+22,9% y +80%). (INE.ES).
3. Este verano, España seguirá siendo el destino favorito para viajar al extranjero (18%), seguido de Francia (10%) e Italia (7%), aunque Portugal (32%) será una vez más el primer destino de vacaciones de los portugueses. (Barómetro viajes Ipsos Europ Assistance).
4. La accesibilidad por vía terrestre y las conexiones aéreas son factores determinantes en los viajes de los portugueses a España al tener una frontera tan extensa (más de 1.200 kilómetros) y ser el único país fronterizo para Portugal.
5. Las principales CCAA de destino son Galicia (26,8%), Andalucía (21,9%), Cataluña (8,8%), Madrid (7,6%) y Castilla y León (6,4%), durante todo el año. En verano se añaden todas las costas e islas, en especial Baleares (7,1%). (Frontur).

6. No se detectan cambios en la estructura de los viajes de los portugueses a España, ya que tanto el perfil viajero como la estructura de viajes, los destinos y la estacionalidad se mantienen.
7. En 2025, todo indica que el mercado seguirá creciendo aunque a menor ritmo.

DESTINOS COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO

Análisis de la competencia

España es el primer destino de los portugueses en el extranjero, seguido a distancia por Francia, Italia, Reino Unido, Alemania, EEUU y Países Bajos. Existe una importante comunidad emigrante portuguesa en Francia, Reino Unido, Suiza, Luxemburgo y Alemania, donde muchos de los viajes pueden ser visitas a familiares y amigos.

Los destinos europeos y norteamericanos están asociados mayoritariamente al turismo cultural y de ciudad, al turismo gastronómico y de compras y dirigidos a ciudades con conexión directa vía aérea.

Durante el verano, nuestros principales competidores de sol y playa son Brasil, Cabo Verde, México, Marruecos, Grecia, Dubái (EAU), Túnez, Turquía, Cuba, Egipto o Malta, todos ellos presentes en los programas especiales chárter de verano de los turoperadores portugueses. Alejados de los datos a estos destinos, se mantienen los flujos turísticos a países lusófonos como Angola, San Tomé o Mozambique. Como novedad este año destaca los paquetes a Jamaica y Japón (Banco Portugal/ TTOO).

Posicionamiento e imagen de España

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

En 2024, España sigue siendo el primer destino de los portugueses en el extranjero. El principal mercado competidor de España en Portugal es Francia, que se mantiene en una segunda posición lejos de la cuota española (40,6% España y 9,5% Francia, según los datos preliminares del INE de Portugal). Italia (6,2%) se sitúa en tercer lugar, debido a la amplia oferta de paquetes de verano a Sicilia, Cerdeña o Puglia, además del atractivo cultural, monumental y de ciudad, superando al Reino Unido. (INE.PT).

Portugal es un destino turístico con atributos similares a los españoles, siendo el principal destino de los portugueses, pero donde los precios han aumentado tanto en las zonas más turísticas en los dos últimos años (Lisboa, Oporto, Algarve, Porto Santo o Azores), lo que hace que los flujos turísticos locales se desvíen a destinos más baratos o con mejor relación calidad/precio en la época estival, como las costas e islas españolas (a excepción de Mallorca y Formentera), Cabo Verde, Túnez, Marruecos o el Caribe.

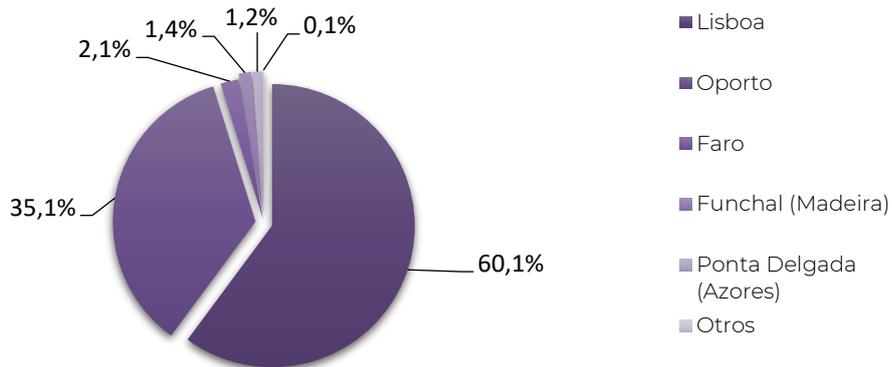
En cualquier caso, los portugueses no dejan de viajar a España como su principal destino en el exterior, demandando sobre todo en productos y destinos de costa, naturaleza, cultura y ciudades.

Conectividad aérea con España

En 2024, los aeropuertos portugueses transportaron 69,2M de pasajeros (+4,3% que en 2023, superando datos de 2019, +17%). El principal aeropuerto siguió siendo Lisboa (con el 50,7% del total, +4,3%), seguida de Oporto (23%, +4,8%) y Faro (14,2%, +2%). El tráfico de/para Portugal fue particularmente robusto por las conexiones domésticas (el 16,8% del total de pasajeros), al Reino Unido (13,4%), Francia (11,5%), España (10,4%), Alemania (7,5%), Suiza (4,9%), Italia (4,7%) o Brasil (4%). Entre enero y abril de 2025, los aeropuertos portugueses transportaron 20,1M de pasajeros (+4,1% que en el mismo periodo de 2024). (ANA. Aeropuertos de Portugal).

El año pasado, los aeropuertos españoles recibieron 7,1 millones de pasajeros de aeropuertos portugueses (+2,7% vs 2023), distribuidos de la siguiente forma:

Principales aeropuertos de origen según número de pasajeros hacia España en 2024 (en %)



Fuente: AENA

Para la temporada verano 2025 IATA, la conectividad aérea entre España y Portugal cuenta con una media mensual cuyo valor máximo es de 2.728 vuelos directos (+1%) y 443.796 asientos durante el mes de agosto (+1,8%), hasta un total de 16.945 vuelos durante el verano IATA 2025 (+2,4%), que conectan cinco aeropuertos portugueses (Lisboa, Oporto, Faro, Funchal (Madeira) y Ponta Delgada (Azores)) con 21 aeropuertos españoles: Alicante, Almería, Asturias, Barcelona, Bilbao, Castellón, Fuerteventura, Gran Canaria, Ibiza, Lanzarote, Madrid, Málaga, Mallorca, Menorca, Reus, Sevilla, Tenerife Norte y Sur, Valencia, Vitoria y Zaragoza. TAP (30,5% del total), Ryanair (21,5%), Vueling (13,6%) e Iberia (12,3%) son las aerolíneas con más frecuencias entre ambos países (OAG).

Dentro de las novedades entre ambos países, cabe destacar: (OAG).

- Desde Lisboa: Easyjet deja de volar a Ibiza, mientras que Vueling aumenta un 19% sus vuelos a Barcelona, hasta los 1.037.



- Desde Oporto: Air Nostrum conecta la ciudad durante el verano con Alicante, Almería, Fuerteventura, Lanzarote, Mallorca, Reus y Tenerife Sur; Ethiopian Airlines vuela a Madrid (2 veces por semana), aprovechando el cierre de la ruta de Easyjet (6 veces por semana); Ryanair aumenta más de un 25% sus frecuencias este verano IATA a Valencia (329 vuelos) y Tenerife sur (86 vuelos).
- Desde Faro: Volotea deja de volar a Bilbao (20 vuelos).
- Desde Funchal: Air Nostrum vuela a Madrid (1 vez de semana), además de puntualmente a Oviedo, Valencia, Vitoria y Zaragoza; TUI fly vuela a Tenerife Sur (12 vuelos) e Iberia deja de volar a Barcelona (21 vuelos) o Sevilla (10 vuelos).
- Desde Ponta Delgada: Binter vuela a Tenerife norte (1 vez de semana).

PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

Características clave del mercado

18

El mercado portugués es un mercado emisor de turistas a España maduro, de elevado volumen y el 51,7% de su población viaja con regularidad. Cuenta con un poder adquisitivo medio y con un número de destinos favoritos al extranjero relativamente pequeño.

En Portugal la intención de viajar en 2025 sigue siendo muy elevada (83%) y el 78% ya tiene planes para hacerlo este verano. Este año se detecta un aumento de los viajes al extranjero (43%, +4 p.p. que en 2024). Los destinos de playa (59%) y los de ciudad (30%) seguirán siendo las opciones más buscadas, elegidos principalmente por su clima (43%), por ser un destino seguro (34%) y por la relación calidad/precio (28%). Para elegir mejor, los portugueses se han vuelto más previsores, dado que el 72% reserva con más de dos meses de antelación y el 30% lo hace con más de seis meses antes del viaje. (B. Europ Ass 2025+ Consumer Choice + klarna).

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, y se seguirán consumiendo los mismos tipos de productos (cultural, ciudad, sol y playa, gastronomía y compras). Le siguen Francia e Italia. Se espera que el mercado se mantenga estable en el volumen de viajeros, ya que se trata de un mercado maduro que creció en 2023 (+16%) y 2024 (6,6%) por encima de lo esperado y que sigue creciendo entre enero y abril 2025 (+15,7%). (Frontur). Lo mismo sucede con el gasto turístico, que en 2024 se elevó un 80% respecto a 2019 y que ha seguido creciendo entre enero y abril de 2025, por encima de lo esperado (+16%). (Egatur).

Se espera que los canales de reserva se digitalicen todavía más, frente a la reserva presencial. El 16% de los portugueses ya utiliza herramientas en IA en tareas relacionadas con la organización y reservas de viajes (recomendaciones personalizadas,

precios más bajos, planes de viajes ajustados a preferencias personales, etc) y un 23% espera hacerlo en un futuro próximo, por encima de la media de la UE. (B. Europ Ass 2025).

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

Entre las tendencias de viajes en Portugal cabe destacar la búsqueda de destinos más sostenibles (90%), el *Slow Tourism* (72%), los destinos menos turísticos (66%), asistir a un concierto (45%), o realizar viajes gastronómicos (43%). (B. Ipsos Europ Assistance 2025).

Es previsible que los flujos viajeros a España en 2025 se mantengan estables o incluso asciendan levemente respecto a 2024. En los años 2023 y 2024 se produjeron crecimientos importantes y es esperable una estabilización de la tasa de crecimiento.

No obstante las buenas perspectivas en términos de entradas y gasto de los turistas portugueses a España, los factores que pueden afectar al volumen de viajes a España en el próximo año son los siguientes:

- ✓ La evolución de la inflación y su incidencia en la capacidad de consumo de los hogares. Este año, Portugal es el país de Europa donde más personas realizan un único viaje de ocio al año (el 41%) y el 44% no viaja por su situación económica. El presupuesto para viajar se mantiene este verano, pero implica más planificación y control de gastos (Barómetro Ipsos Europ Assistance 2025, eDreams y Klarna).
- ✓ El aumento del precio de los billetes aéreos, que afectaría a los destinos de las costas mediterráneas y las islas, principalmente. Aunque muchos destinos españoles son fácilmente accesibles por carretera, se podría producir una desviación hacia destinos más baratos como Cabo Verde, Marruecos, Túnez o Turquía. Además, los precios de los billetes de avión desde Portugal a varios destinos españoles por la escasa competencia (a excepción de Madrid y Barcelona), sitúa a algunos destinos españoles en una posición de desventaja con otras ciudades europeas, debido a gran cantidad de ofertas existentes a otras ciudades europeas. Algunas rutas a España cuentan con una sola compañía aérea, lo que hace que los precios no tengan competencia y resulten caros.
- ✓ El aumento de precio de otros componentes de la cadena de valor de los viajes: alojamiento, hostelería y gastos complementarios.

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 