



ESTUDIO  
DE MERCADO

---

2022



# El mercado hotelero en Portugal

*iCEX 2022*

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Lisboa

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO  
DE MERCADO

5 de diciembre de 2022  
Lisboa

Este estudio ha sido realizado por  
Naseem Aswani Sadhwani

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Lisboa

<http://portugal.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-22-014-8



# Índice

1. Resumen ejecutivo	4
2. Definición del sector	7
2.1. Delimitación del sector	7
2.2. Clasificación arancelaria	7
3. Oferta – Análisis de competidores	8
3.1. Tamaño del mercado	8
4. Demanda	16
4.1. Factores sociodemográficos y económicos	16
4.2. Tendencias generales de consumo	18
4.3. El mercado hotelero en Portugal	19
5. Precios	26
6. Percepción del producto español	28
7. Canales de distribución	30
8. Acceso al mercado – Barreras	33
9. Perspectivas del sector	35
10. Oportunidades	38
10.1. Inversión	39
11. Información práctica	41
11.1. Guía país e Informe Económico y Comercial de Portugal	41
11.2. Ferias	41
11.3. Publicaciones del sector	42
11.4. Asociaciones	42
12. Bibliografía	44



# 1. Resumen ejecutivo

El objetivo de este estudio de mercado es analizar el sector hotelero actual en Portugal con el fin de que pueda servir como herramienta de apoyo para todas aquellas empresas españolas interesadas en introducirse en el mercado hotelero portugués. El estudio engloba las principales cadenas hoteleras portuguesas y sus evoluciones, al igual que un análisis del turismo en Portugal.

El Código de Actividad Económica (CAE) que se utilizará es:

- 551: Hoteles y alojamientos similares

Asimismo, la plataforma de datos SABI identifica 2.904 empresas activas en el sector hotelero bajo el código de actividad mencionado anteriormente, dando empleo a un total de 54.194 personas. Un 63 % posee una antigüedad mayor a los 10 años, y, si se suman las empresas de entre 5 a 10 años, ocupan un total del 85 % del mercado. Por el contrario, las empresas con menos de 2 años de antigüedad ocupan sólo un 0,86 %.

Por otro lado, en cuanto a la localización de las empresas hoteleras en el país, más de la mitad de se concentran en las regiones de Lisboa, Faro y Oporto siendo estas el 54,82 % del mercado hotelero en Portugal. Las provincias de Portalegre y Angra do Heroísmo no llegan ni al 1 %, representan solo el 0,96 % y el 0,66 % del mercado respectivamente.

A mediados del año 2021 estaban en funcionamiento 1.829 establecimientos hoteleros. Dentro de los establecimientos turísticos, los hoteles cubrieron el 69,1 %. Con respecto a la tasa de ocupación de camas en hoteles en Portugal alcanzó de media un 33,1 %, lo que representó un aumento de 7,6 % con respecto a 2020.

Según los datos del INE portugués en 2021 la población portuguesa fue de 10.344.802 personas, distribuidas entre las en cinco áreas del país: Norte, Centro, Área metropolitana de Lisboa, Alentejo y Algarve, siendo la zona norte la más poblada.

El turismo de Portugal inició la recuperación de los efectos negativos de la pandemia este año 2021, por lo que los datos aún son inferiores a las cifras obtenidas pre-pandemia.

El número de turistas no residentes llegados a Portugal habrá alcanzado los 9,6 millones, lo que corresponde a un aumento del 48,4 % con respecto a 2020. España se mantuvo como el principal mercado emisor de llegadas de turistas al País luso (30,2 % de cuota), habiendo registrado un aumento del 57,3 %.



El mercado es, además, muy competitivo y altamente fragmentado, donde las principales empresas pertenecen a compañías nacionales que ocupan las mayores cuotas de mercado, destacando M & J Pestana SA, la cual domina con un 6,6 % del mercado en 2021. seguido de Minor International PCL con una cuota del 3,6 %.

Según datos de Euromonitor, Pestana Hotels & Resorts también es el grupo hotelero líder en Portugal a mediados de 2021 con más de 7.500 habitaciones disponibles en todo el país.

El gasto medio por turista, en cada viaje de los residentes, se situó en 196,6€, aumentando un 11,6 % respecto a 2020. Los ingresos totales en los establecimientos turísticos ascienden a 2.300 M€ y los del alojamiento hotelero a 1.800 M€.

Con respecto a la imagen del producto o servicio español y, en términos generales, este goza de una buena reputación entre los consumidores portugueses, con una imagen caracterizada por la alta calidad, destacando por su diseño y prestigio. Las sucursales de grupos turísticos españoles como Meliá Hotels International, NH Hotel Group, Eurostars Hotel Company (Grupo Hotusa), Barceló Hotel Group, Zenit Group y Riu Hotels & Resorts están muy valoradas en el país.

En lo que se refiere al panorama actual de la distribución en Portugal, podemos definir los canales de distribución o comercialización hotelera como una red de intermediarios que participan en el proceso de reserva de un hotel. Estos intermediarios pueden dividirse en dos grandes grupos: agencias de viajes o plataformas online.

Según datos de Euromonitor, las reservas online han aumentado un 35 % con respecto al año 2020. Por el contrario, las reservas offline tan solo han aumentado un 18 %. las perspectivas para el sector hotelero en Portugal muestran una tendencia positiva en referencia al período de tiempo comprendido entre 2021 y 2026, siendo los hoteles online los que presentarán un mayor crecimiento.

Con respecto a nuevas aperturas de hoteles En el año 2022, se han abierto 35 establecimientos hoteleros en Portugal con un total de 2.080 habitaciones. De los cuales el 42 % tiene una calificación de e 4 estrellas, concentrado en Lisboa y Oporto.

Portugal es el cuarto país de Europa con más proyectos. En el segundo trimestre de 2022 hubo 123 nuevos proyectos hoteleros en el país, con un total de 14.811 habitaciones. De los cuales, 34 proyectos pertenecen a Lisboa, que en el futuro contará con más de 3.850 habitaciones.

Para toda empresa española que quiera adentrarse en el mercado portugués, le puede ser de utilidad acudir a la feria de la Bolsa de Turismo de Lisboa. Este evento se trata de una feria promovida por la Fundación AIP desde 1989. BTL es reconocida en la industria como el evento más importante en el sector del turismo en Portugal y como punto de encuentro para los profesionales de este sector, siendo la mayor plataforma de contactos en Portugal relacionada con el turismo.



Es una gran oportunidad para potenciar nuevos contactos y promover los mejores negocios gracias a la capacidad de innovación y de anticipación a las necesidades del mercado que esta feria ofrece.

Finalmente, las oportunidades comerciales que derivan de este estudio se reparten entre distintos nichos de mercado, pero el objetivo de todas estas innovaciones y mejoras del sector turístico es aplicar la Estrategia de Turismo 2027 con un claro enfoque de sostenibilidad, potenciando el efecto multiplicador del turismo como motor del desarrollo económico y social local, haciendo de Portugal un destino inclusivo.

icex



## 2. Definición del sector

### 2.1. Delimitación del sector

El objetivo de este estudio de mercado es analizar el sector hotelero actual en Portugal con el fin de que pueda servir como herramienta de apoyo para todas aquellas empresas españolas interesadas en introducirse en el mercado hotelero portugués.

El estudio engloba las principales cadenas hoteleras portuguesas y sus evoluciones al igual que un análisis del turismo en Portugal.

### 2.2. Clasificación arancelaria

El código utilizado para el análisis del mercado hotelero es el Código de Actividad Económica (CAE, equivalente al CNAE español).

Los Códigos de Actividad (CAE) que se utilizarán en este estudio son los siguientes:

551: Establecimientos hoteleros

- 55111: Hoteles con restaurante
- 55112: Hoteles pequeños con restaurante
- 55113: Hostales con restaurante
- 55114: Posadas con restaurante
- 55115: Moteles con restaurante
- 55116: Residencias hoteleras con restaurante
- 55117: Resorts turísticos con restaurante
- 55118: Apartamentos turísticos con restaurante
- 55119: Otros hoteles con restaurante
- 55121: Hoteles sin restaurante
- 55122: Pensiones sin restaurante
- 55123: Apartamentos turísticos sin restaurante
- 55124: Otros hoteles sin restaurante

## 3. Oferta – Análisis de competidores

### 3.1. Tamaño del mercado

El tamaño del mercado refleja la evolución de la economía portuguesa en los últimos años. Mientras que las tasas de ocupación luchan por recuperarse, los establecimientos hoteleros se adaptan a este nuevo cambio e innovan sus servicios además de su oferta principal de alojamiento a medida que COVID-19 continúa impactando financieramente a la industria en 2021.

En la siguiente tabla, se muestran el número empresas desglosado por tipo de establecimiento según el CAE 551 en el país.

TABLA 1. NÚMERO DE EMPRESAS POR CAE 2021

	Número de empresas	%
55111: Hoteles con restaurante	1.451	49,97 %
55112: Hoteles pequeños con restaurante	74	2,55 %
55113: Hostales con restaurante	37	1,27 %
55114: Posadas con restaurante	12	0,41 %
55115: Moteles con restaurante	15	0,52 %
55116: Residencias hoteleras con restaurante	134	4,61 %
55117: Resorts turísticos con restaurante	114	3,93 %
55118: Apartamentos turísticos con restaurante	115	3,96 %
55119: Otros hoteles con restaurante	204	7,02 %
55121: Hoteles sin restaurante	243	8,37 %
55122: Pensiones sin restaurante	75	2,58 %
55123: Apartamentos turísticos sin restaurante	250	8,61 %
55124: Otros hoteles sin restaurante	180	6,20 %
<b>TOTAL</b>	<b>2.904</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de SABI





La plataforma de datos SABI identifica 2.904 empresas activas en el sector, las cuales se reparten en porcentajes desiguales entre los distintos códigos de actividad (CAE) que ocupan.

De este modo, el código de actividad 55111 (hoteles con restaurante) abarca gran parte del mercado con casi un 50 %, seguido del 55123 (Apartamentos turísticos sin restaurante) que abarca el 8,61 %. El mercado más reducido es el de posadas con restaurante (55114) con tan solo el 0,41 % del mercado total.

Por otro lado, en cuanto a la localización de las empresas hoteleras en el país, más de la mitad de se concentran en las regiones de Lisboa, Faro y Oporto siendo estas el 54,82 % del mercado hotelero en Portugal. Las provincias de Portalegre y Angra do Heroísmo no llegan ni al 1 %, representan solo el 0,96 % y el 0,66 % del mercado respectivamente.

En la siguiente tabla se presenta un desglose del número de empresas hoteleras por todo el país diferenciando la región donde estas se encuentran.

icex

TABLA 2. LOCALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DEDICADAS AL SECTOR HOTELERO EN PORTUGAL, 2021

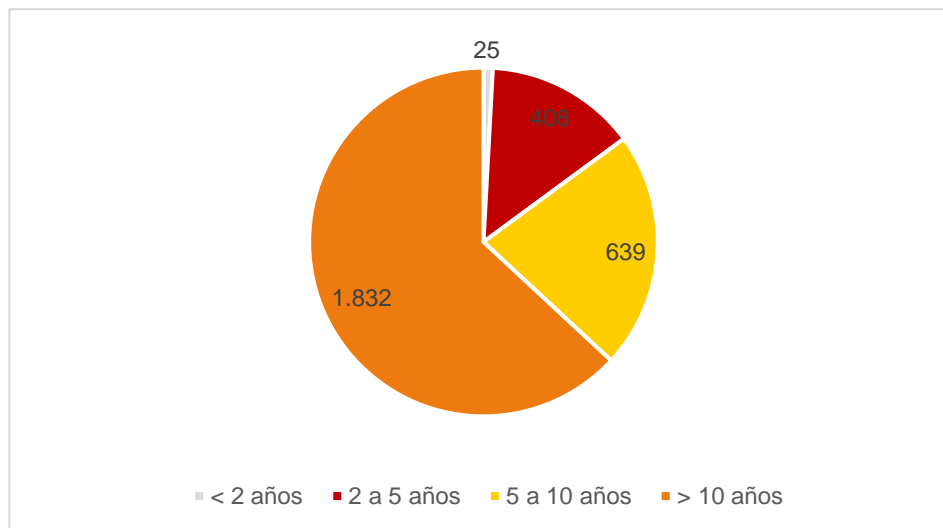
Distritos	Nº empresas	% empresas
Angra do Heroísmo	19	0,66
Aveiro	89	3,08
Beja	39	1,35
Braga	118	4,06
Bragança	32	1,11
Castelo Branco	38	1,31
Coímbra	77	2,65
Évora	47	1,62
Faro	484	16,46
Funchal	164	5,65
Guarda	31	1,07
Horta	30	1,03
Leiria	147	5,06
Lisboa	765	26,34
Ponta Delgada	83	2,86
Portalegre	28	0,96
Porto	349	12,02
Santarém	80	2,75
Setúbal	86	2,96
Viana do Castelo	75	2,58
Vila Real	49	1,69
Viseu	74	2,56
Total	2.904	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de SABI

Asimismo, con respecto a la antigüedad de las empresas presentes en el mercado, se trata de un sector maduro. Según los datos obtenidos en SABI, del total de las 2.904 empresas actuales, un 63 % posee una antigüedad mayor a los 10 años, y, si se suman las empresas de entre 5 a 10 años, ocupan un total del 85 % del mercado. Por el contrario, las empresas con menos de 2 años de

antigüedad ocupan sólo un 0,86 %. Cabe señalar que, estas mismas compañías emplean en el presente a un total de 54.194 personas.

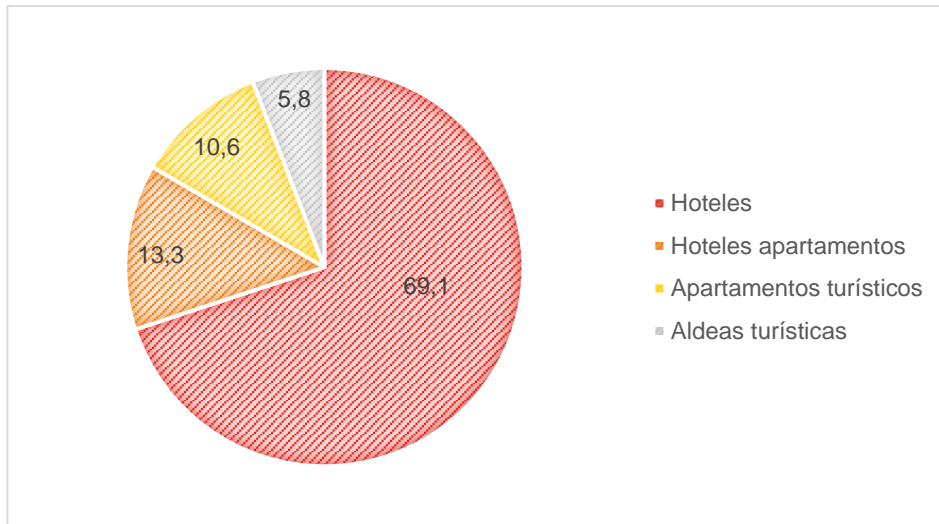
GRÁFICO 1. ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS HOTELERAS EN PORTUGAL



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de SABI

Dentro de los establecimientos turísticos, los hoteles cubrieron el 69,1 % de la capacidad total de alojamiento ofertada (plazas), los apartahoteles el 13,3 % y los apartamentos turísticos el 10,6 %. Desglosando la categoría de hoteles, los hoteles de cuatro y tres estrellas representaron el 45,9 % y el 23,2 %, respectivamente.

**GRÁFICO 2. CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO (CAMAS) SEGÚN ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS, 2021.**



Fuente: Encuesta de Permanencia de Huéspedes en Hoteles y Otros Alojamientos (IPHH)

A continuación, en las siguientes tablas se muestran el número de habitaciones ofertadas en hoteles, y las unidades hoteleras existentes en el mercado desglosado según el tipo de alojamiento. Se observa, que, desde el año 2016 la oferta ha estado en constante crecimiento. Con respecto a las habitaciones totales ofertadas en hoteles ha incrementado un 16,4 % en los últimos 6 años y el número de unidades hoteleras ha incrementado un 34,5 %. Esto quiere decir que se han ido abriendo hoteles de menos tamaño, con menos capacidad de habitaciones.

**TABLA 3. HABITACIONES TOTALES OFERTADAS EN HOTELES 2016 – 2021 (MILES)**

2016	2017	2018	2019	2020	2021
132	136,6	140,9	147	151,6	153,7

Fuente: Euromonitor Internacional

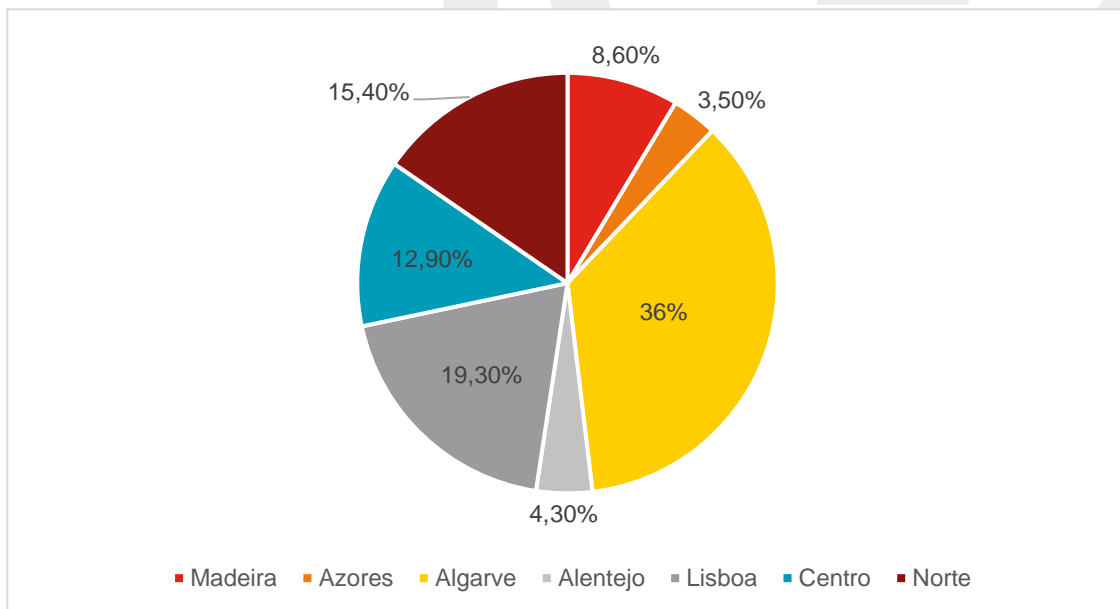
TABLA 4: UNIDADES HOTELERAS POR TIPO DE ALOJAMIENTO 2016 - 2021.

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Hoteles de Lujo y Exclusividad	459	485	530	636	676	681
Hoteles de mercado medio	700	743	823	932	967	977
Hoteles económicos	502	520	639	573	581	582
<b>Total Hoteles</b>	<b>1.661</b>	<b>1.748</b>	<b>1.992</b>	<b>2.141</b>	<b>2.224</b>	<b>2.240</b>

Fuente: Euromonitor Internacional

El Algarve concentró el 36 % de la capacidad (camas) ofertada en el territorio nacional, seguido por Lisboa (19,3 %), el Norte (15,4 %) y el Centro (12,9 %). Todas las regiones registraron aumentos en el número de plazas disponibles en los hoteles, destacándose Azores, Madeira y Lisboa (+42,8 %, +42,2 % y +33,3 %, respectivamente).

GRÁFICO 3. CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO (CAMAS) SEGÚN LAS REGIONES, 2021.



Fuente: Permanencia de Huéspedes en Hoteles y Otros Alojamientos (IPHH)

En cuanto a la actividad de oferta y ocupación en alojamientos turísticos, se presentan datos para el conjunto del sector (establecimientos de alojamiento turístico, campings, colonias de vacaciones y albergues juveniles).

Para los establecimientos de alojamiento turístico, los datos se presentan por subsector: hoteles y establecimientos similares, turismo rural y turismo de alojamiento y alojamiento local.

Según los datos del INE, En julio de 2021 estaban en funcionamiento un total de 6.271 establecimientos turísticos, de los cuales 1.829 pertenecen a establecimientos hoteleros. Lo que refleja un incremento global del 16,6 % respecto a julio de 2020.

En la tabla siguiente se muestran los tipos de establecimientos divididos por regiones.

**TABLA 5. ESTABLECIMIENTOS SEGÚN CADA REGIÓN, 2021.**

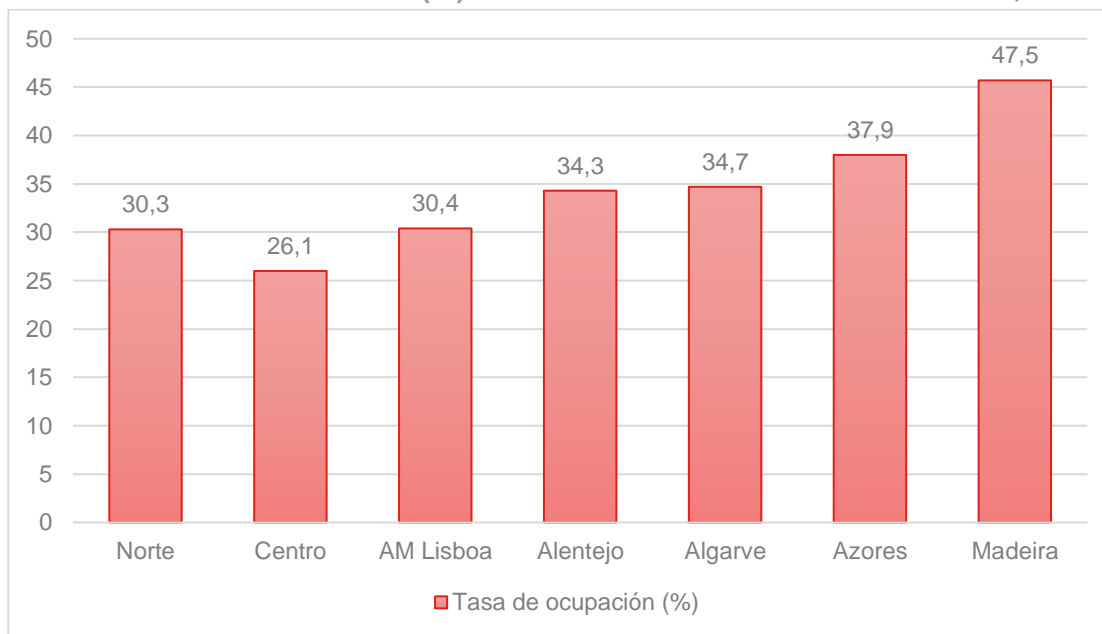
Regiones	Total de alojamientos turísticos	Total de establecimientos hoteleros
<b>PORTUGAL</b>	<b>6 271</b>	<b>1 829</b>
<b>CONTINENTE</b>	<b>5.563</b>	<b>1.616</b>
Norte	1 688	440
Centro	1 323	358
AM Lisboa	869	303
Alentejo	744	129
Algarve	939	386
RA AÇORES	367	96
RA MADEIRA	341	117

Fuente: INE.pt

En 2021, la tasa de ocupación de camas en hoteles en Portugal alcanzó de media un 33,1 %, lo que representó un aumento de 7,6 % con respecto a 2020. La región de Madeira registró el mayor nivel de ocupación (47,5 %), seguido de Azores (37,9 %), Algarve (34,7 %) y Alentejo (34,3 %).

En los establecimientos de alojamiento turístico (hoteles, alojamientos de proximidad y turismo en el medio rural/ viviendas) se concentra el 90,5 % de los huéspedes y el 87,6 % de las pernoctaciones, seguidos de los campings (8,6 % y 11,6 %, respectivamente) y las colonias de vacaciones y albergues (0,8 %, en ambos).

GRÁFICO 4. TASA DE OCUPACIÓN (%) EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS, 2021.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de INE.PT



## 4. Demanda

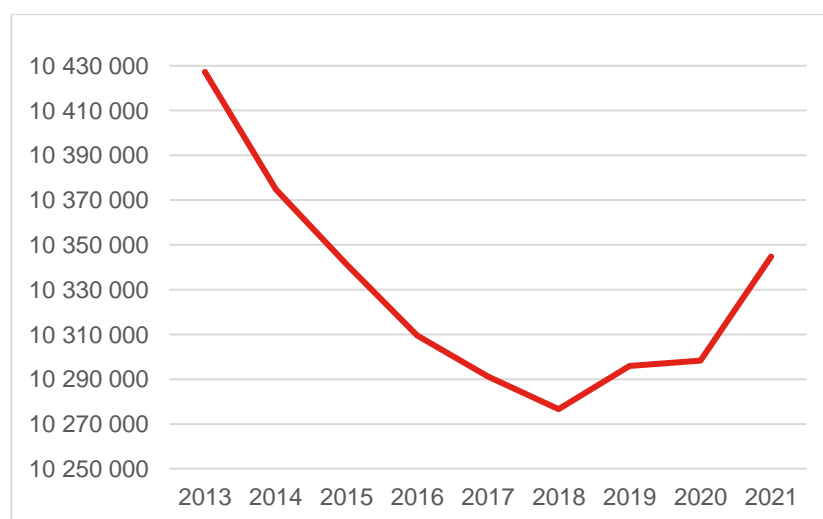
### 4.1. Factores sociodemográficos y económicos

En este apartado se detallan los factores sociodemográficos y económicos generales en Portugal, que incluyen la evolución de la población, la renta (salario medio, desempleo y relación con el PIB portugués) y el consumo en líneas generales.

En la actualidad, Portugal se enfrenta a los retos del envejecimiento de su población y la baja natalidad. Estos problemas que afectan a los países desarrollados y que están vinculados con el aumento de la esperanza de vida han provocado un gran impacto a nivel económico, financiero y social. Por este motivo, el peso de los flujos migratorios tiene una relevancia especial en Portugal. Según el INE, entre 2013 y 2018 se produjo una considerable salida de portugueses y una reducción de la entrada de extranjeros, lo que refleja la sensibilidad de estos flujos al ciclo económico. No obstante, conviene recordar que este periodo se caracterizó por ser un entorno económico adverso por la crisis de deuda soberana.

#### GRÁFICO 5. EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN TOTAL PORTUGUESA.

*En millones de personas.*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.



Según el INE, en 2021 la población portuguesa fue de 10.344.802 personas, compuesta en un 48 % por hombres y un 52 % por mujeres. Si observamos el gráfico anterior, observamos que la población ha disminuido desde 2013 como consecuencia de unos saldos naturales y migratorios negativos. Luego, con la mejora del saldo migratorio en 2018, se ha conseguido mitigar la caída de la población pese al efecto negativo de la pandemia.

Si observamos la siguiente tabla, podemos apreciar la distribución de la población según el grupo de edad y área geográfica. La zona más poblada es el Norte, región en la que está la segunda ciudad más importante del país, Oporto. Otro aspecto por destacar es que la población más joven (de 0 a 14 años), se encuentra concentrada principalmente en el área metropolitana de Lisboa y, mientras que, en el área del Norte del país, se encuentra la mayor proporción de población en edad de trabajar.

**TABLA 6. DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN PORTUGUESA 2016-2020.**

*En miles de personas.*

	Portugal	Norte	Centro	Área Metropolitana de Lisboa	Alentejo	Algarve	Azores	Madeira
Población de 0 a 14 años								
2016	1.442.416	477.792	281.444	448.401	92.050	66.567	39.673	36.489
2017	1.433.156	472.415	278.665	449.441	91.177	66.357	39.238	35.925
2018	1.407.566	458.203	270.525	452.344	88.845	65.810	38.013	34.266
2019	1.402.276	454.914	268.817	453.530	87.897	65.681	37.660	33.779
2020	1.389.807	447.822	266.283	454.000	86.688	62.285	36.876	32.854
Población de 15 a 64 años								
2016	6.690.517	2.407.352	1.432.077	1.773.328	446.776	281.631	171.650	177.703
2017	6.672.187	2.400.195	1.426.146	1.772.353	444.433	280.504	171.030	177.528
2018	6.624.826	2.383.191	1.407.071	1.722.221	437.365	278.101	169.456	177.421
2019	6.621.663	2.379.060	1.406.646	1.774.327	437.261	277.452	169.334	177.584
2020	6.612.238	2.367.247	1.410.604	1.776.040	435.405	276.374	169.005	177.565
Población de más de 65 años								
2016	2.176.640	699.431	530.413	599.620	179.261	93.271	33.960	40.684
2017	2.194.957	2.119.482	707.781	532.829	605.721	179.469	34.306	41.170
2018	2.244.225	731.189	538.973	621.767	179.688	94.953	35.377	42.298
2019	2.262.325	739.987	541.464	626.946	179.861	95.503	35.827	42.738
2020	2.295.036	755.788	546.422	636.114	179.897	96.530	36.618	43.670

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

En resumen, en términos demográficos la población lusa se caracteriza por estar envejecida, siendo casi una cuarta parte de la población total mayor de 65 años. Asimismo, la población entre los 0-14 años ha estado disminuyendo en los últimos 4 años, indicando que la tasa de natalidad se reduce año tras año. Así, la población portuguesa sufre el denominado “doble envejecimiento demográfico”,

esto es, la parte superior de su pirámide poblacional se ensancha por el aumento de la esperanza de vida y su base se estrecha debido a las bajas tasas de natalidad.

Portugal es un país de bajos salarios (en 2019, el coste de la mano de obra correspondió a solo el 51 % de la media de los países de la Unión Europea y el 46 % de los de la Zona euro, según Eurostat).

## 4.2. Tendencias generales de consumo

La crisis sanitaria del año 2020, Covid19, fue un impacto negativo para el sector turístico y hotelero, la demanda acumulada de viajes está aumentando en la nueva normalidad. Esto está dando lugar a nuevas tendencias. Las personas tienen un deseo más fuerte que nunca de viajar libremente para compensar el tiempo confinados en casa y las experiencias que se perdió. La pandemia ha hecho que descubran algo sobre los viajes: no es un deseo, sino una necesidad. Es verdad que aún nos queda camino por recorrer para alcanzar los niveles de recuperación anteriores a la pandemia.

A medida que los turistas empiezan a viajar más, se observan tres principales tendencias:

1. Una mayor demanda de viajes nacionales (ya que los viajes internacionales siguen teniendo limitaciones).
2. Una preferencia por estancias de largo plazo.
3. Se valora más la flexibilidad de las reservas (lo que lleva a la necesidad de adaptar las políticas de anulación a los cambios)

La demanda se vuelve aún más imprevisible. Los constantes cambios que conlleva la pandemia significan que la planificación de los viajes se ha vuelto imprevisible tanto para los viajeros como para los proveedores. Como resultado, los viajeros aprovechan las políticas flexibles para reservar varios viajes a la vez, sabiendo que cancelarán o pospondrán uno de ellos. Esta práctica está haciendo que la demanda de viajes sea aún más incierta para los proveedores, las agencias de viajes y los alojamientos, que ahora tienen que lidiar con una demanda fluctuante, ventanas de reserva más cortas y cancelaciones de última hora. Está claro que la pandemia ha sido un antes y después en la vida de las personas y en como gestionan sus viajes a partir de ahora.

Tras el período de crisis, Portugal está experimentando un crecimiento económico por encima de la media de la Unión Europea y los consumidores portugueses muestran su confianza, reflejándose esta en el aumento de las ventas y el consumo.

### 4.3. El mercado hotelero en Portugal

Se estima que, en 2021, el número de turistas no residentes que llegaron a Portugal alcanzó los 9,6 millones, frente a los 6,4 millones en el año 2020, lo que corresponde a un aumento del 48,4 % con respecto a 2020.

España se mantuvo como el principal mercado emisor (30,2 % de cuota), habiendo registrado un aumento del 57,3 %. El mercado francés (16,1 % del total) continúa en segundo lugar, aumentando un 46,2 %. En el número de turistas del Reino Unido (10,6 %) también hubo una variación positiva, +24,0 % en 2021, mientras que el mercado alemán (8,0 %) creció un 39,1 %.

**TABLA 7: LLEGADAS DE TURISTAS A PORTUGAL SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA 2020 - 2021.**

País de residencia	2020	2021	% Variación
España	1.874	2.906,4	57,3 %
Francia	1.057	1.546,8	46,2 %
Reino Unido	823,3	1.020,6	24 %
Alemania	552,5	786,6	39,1 %
Suiza	345,5	539,1	56 %
Países Bajos	235,7	372,4	58 %
Bélgica	176,4	300,3	70,2 %
Italia	162	261,6	61,6 %
Irlanda	96,1	201,4	109,7 %
Países Nórdicos	118,3	185,5	57 %
Otros Europa	238,4	470	97,2 %
EE. UU.	132,6	294,6	122,2 %
Brasil	284,3	276,9	-2,6 %
Otros del mundo	409,9	472,5	15,3 %
<b>TOTAL</b>	<b>6.480</b>	<b>9.616,7</b>	<b>48,4 %</b>

Fuente: Statista

En 2021, los establecimientos de alojamiento turístico registraron casi 14,5 millones de huéspedes y la Industria hotelera registró 11,4 millones de huéspedes. Destaca España, que supuso 1 millón del total (8,2 %). Le sigue Reino Unido con casi 700.000 huéspedes (5,33 %).

En la siguiente tabla se muestra los huéspedes en Portugal según los países de residencia, indicando, por un lado, el total de huéspedes en alojamientos turísticos, y por otro, los específicos de hoteles.

**TABLA 8: HUÉSPEDES EN PORTUGAL (MILES) SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA HABITUAL, 2021.**

<i>Países de residencia</i>	<b>Total de Alojamientos turísticos</b>	<b>Total de hoteles</b>
<b>PORTUGAL</b>	<b>14.462,0</b>	<b>11.423,3</b>
<b>PORTUGAL</b>	8.544,1	6.709,5
<b>EXTRANJEROS</b>	5.917,9	4.713,7
<b>EUROPA</b>	4.995,9	3.969,7
Unión Europea	4.025,0	3.139,9
Alemania	569,5	412,5
Austria	59,6	42,9
Bélgica	187,7	139,7
Rep. Checa	48,2	32,7
Dinamarca	71,9	58,6
España	1.151,6	936,8
Finlandia	30,1	25,4
Francia	773,3	604,1
Irlanda	135,1	119,2
Italia	257,1	187,0
Países Bajos	311,3	229,6
Polonia	154,6	124,7
Rumania	43,1	36,5
Suecia	63,2	52,0
Otros UE	168,7	138,0
Noruega	19,5	15,7
Reino Unido	693,3	608,5
Rusia	28,6	23,3
Suiza	162,9	127,6
Otros Europa	66,6	54,7
<b>ÁFRICA</b>	69,9	57,6
Angola	20,3	17,5
Otros África	49,5	40,1
<b>AMÉRICA</b>	694,6	563,4
Brasil	235,3	189,9
Canadá	50,6	40,2
EUA	345,5	284,8
Otros América	63,2	48,5
<b>ASIA</b>	134,7	106,5
China	17,2	14,7
Corea	7,0	5,5
Israel	40,6	31,5
Japón	6,0	5,0
Otros Asia	63,9	49,8
<b>OCEANIA</b>	22,8	16,4
Australia	11,3	8,0
Otros Oceanía	11,5	8,4

Fuente: Encuesta de Permanencia de Huéspedes en Hoteles y Otros Alojamientos (IPHH),

En cuanto a las pernoctaciones, Reino Unido es el principal mercado emisor (16,2 % del total de pernoctaciones de no residentes), habiendo aumentado un 46,0 %, con respecto a 2020. Le sigue el mercado español (14,6 % del total), con un crecimiento del 49,8 %. El tercer mercado emisor más relevante es el alemán (12,5 %), que aumentó un 23,8 %.

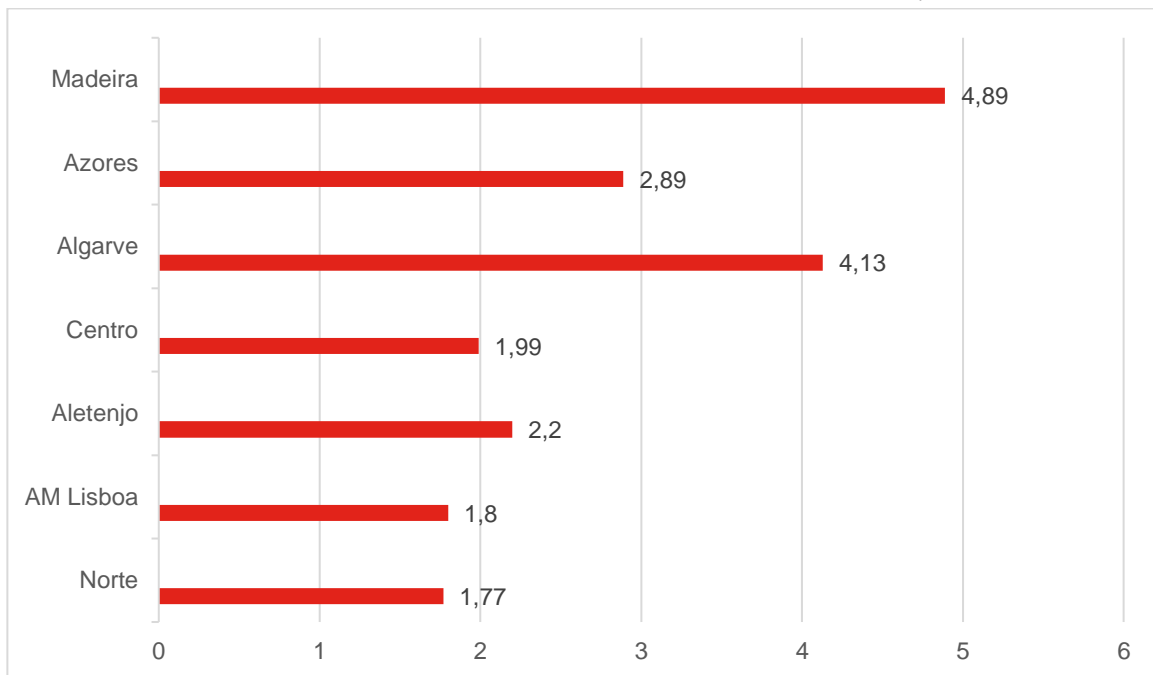
**TABLA 9: PERNOCTACIONES EN LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS, SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA HABITUAL, 2021.**

Países de residencia	Total de Alojamientos Turísticos	Total de hoteles
<b>PORTUGAL</b>	<b>37.332,4</b>	<b>30.187,1</b>
PORTUGAL	18.671,8	14.867,1
<b>ESTRANGEIRO</b>	<b>18.660,7</b>	<b>15.320,0</b>
<b>EUROPA</b>	<b>16.324,1</b>	<b>13.487,7</b>
Unión Europea	12.372,0	9.985,0
Alemania	2.216,4	1.737,2
Austria	181,0	135,4
Bélgica	599,1	466,4
Republica Checa	165,8	121,7
Dinamarca	272,6	233,9
España	2.662,6	2.176,7
Finlandia	128,3	113,2
Francia	2.210,9	1.767,7
Irlanda	560,9	513,9
Italia	671,3	502,5
Países Bajos	1.139,7	889,5
Polonia	610,3	516,4
Rumania	146,6	125,8
Suecia	252,2	218,4
Otros UE	554,5	466,4
Noruega	74,5	61,0
Reino Unido	3.079,4	2.788,5
Rusia	79,0	64,5
Suiza	495,6	400,8
Otros Europa	223,6	188,0
<b>ÁFRICA</b>	<b>206,8</b>	<b>159,8</b>
Angola	62,5	51,5
Otros África	144,3	108,3
<b>AMÉRICA</b>	<b>1.712,3</b>	<b>1.343,0</b>
Brasil	622,4	465,6
Canadá	124,6	98,8
EUA	805,6	657,9
Otros América	159,8	120,7
<b>ÁSIA</b>	<b>361,9</b>	<b>289,2</b>
China (s/ HK)	45,6	38,8
Corea (República da)	18,9	15,3
Israel	100,4	80,1
Japón	18,3	15,4
Otros Asia	178,7	139,6
<b>OCEANIA</b>	<b>55,6</b>	<b>40,3</b>
Australia	31,0	22,7
Otros Oceanía	24,5	17,6

Fuente: Encuesta de Permanencia de Huéspedes en Hoteles y Otros Alojamientos (IPHH),

La estancia media en hoteles es de 2,64 noches. La Región de Madeira fue la región con las estancias más largas, registrando una estancia media de 4,89 noches, seguida del Algarve (4,13 noches) y Azores (2,89 noches). Las estancias más cortas se dieron en el Norte (1,77 noches) y Centro (1,80 noches).

GRAFICO 7. ESTANCIA MEDIA EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS, 2021.



Fuente: INE.pt

Como se puede observar en la tabla 10, los valores del 2021 son considerablemente inferiores a los del año 2019, todavía no se han alcanzado los niveles esperados tras la pandemia. Según el informe publicado en Euromonitor, el valor de las ventas en el sector hotelero en 2021 ascendió a un total de 1.334 M€, aumentando un 28,36 % con respecto a 2020.

A continuación, se muestran las cifras de venta del sector hotelero en Portugal de los últimos 5 años. Como se puede observar en el año 2020, el año de la pandemia, la venta se redujo de una manera considerable y en el año 2021, se fue remontando, pero sin llegar aún a las ventas alcanzadas antes de la pandemia.

**TABLA 10: CIFRAS DE VENTAS DEL SECTOR HOTELERO EN PORTUGAL (M€), 2016 - 2021.**

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Hoteles de Lujo y Exclusividad</b>	1.583	1.885,2	1.914,6	2.035,9	607,6	784
<b>Hoteles de mercado medio</b>	839,9	982,1	1.000,9	1.052,1	333,4	426,4
<b>Hoteles económicos</b>	274,4	309,9	316,2	289,7	98,3	123,8
<b>Total Hoteles</b>	2.697,3	3.177,1	3.231,7	3.377,7	1.039,3	1.334,1

Fuente: Euromonitor Internacional

En relación con las empresas dedicadas al mercado hotelero en Portugal, encontramos tanto grandes marcas portuguesas, donde destacan Pestana, Vila Galé y Sana, como internacionales, siendo ejemplos Minor Hotels (TIVOLI, NH), Intercontinental (Holiday Inn) y Starwood Hotels (Marriot).

Euromonitor, en un estudio realizado sobre los grupos hoteleros en Portugal de 2021, destaca las principales empresas por cuota de mercado desde 2018:

La tabla evidencia un mercado altamente fragmentado, donde las principales empresas pertenecen a grandes cadenas hoteleras portuguesas que ocupan las mayores cuotas de mercado, destacando M & J Pestana SA, la cual domina con un 6,6 % del mercado en 2021, seguido de Minor International PCL con una cuota del 3,6 % y Vila Galé con un 2,9 %.

TABLA 11: CUOTAS DE MERCADO DE LOS PRINCIPALES GRUPOS HOTELEROS EN PORTUGAL (VENTAS), 2018-2021

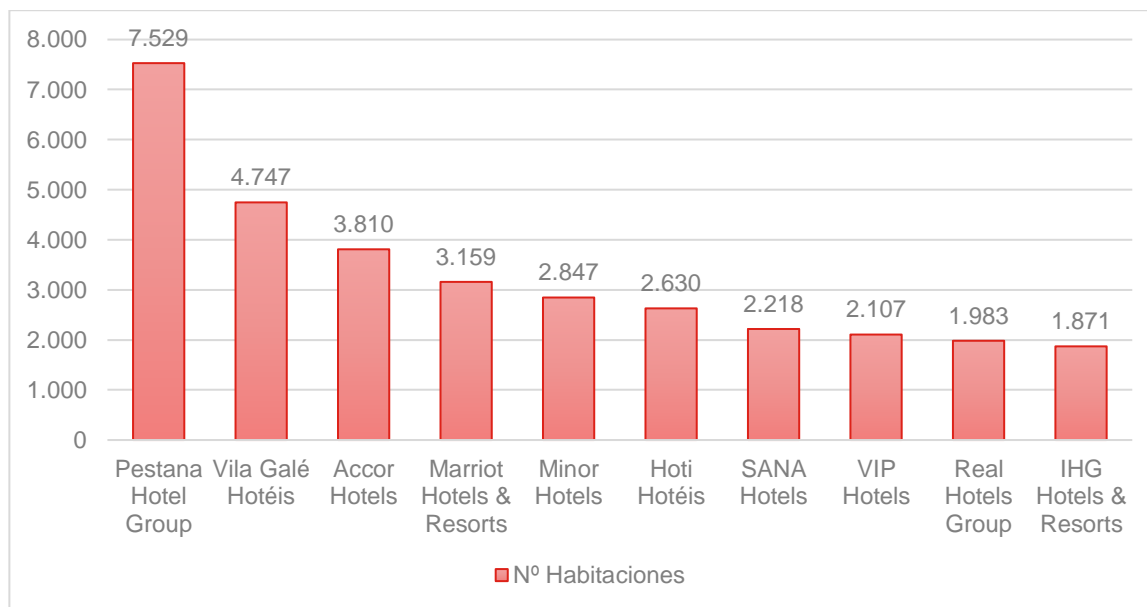
Marcas	2018	2019	2020	2021
M & J Pestana SA	6,8	6,7	6,9	6,6
Minor Hotels Portugal SA	-	3,5	3,5	3,6
Vila Galé SA	2,6	2,7	2,7	2,9
InterContinental Hotels Group Plc	2,3	2,5	2,5	2,5
Sana Hotels	2,0	1,8	1,7	2,1
Portis Hotels SA	2,0	2,0	2,1	1,9
VIP Hotels Group	1,7	1,7	1,5	1,3
Hoti Hoteis Grupo	1,4	1,4	1,4	1,3
Starwood Hotels & Resorts Worldwide Inc	1,5	1,5	1,3	1,2
Lunahotels SA	0,8	0,8	1,0	0,8
Sonae Turismo SGPS, SA	0,6	0,7	0,8	0,8
Altis Grupo	0,9	0,9	0,6	0,6

Fuente: Euromonitor

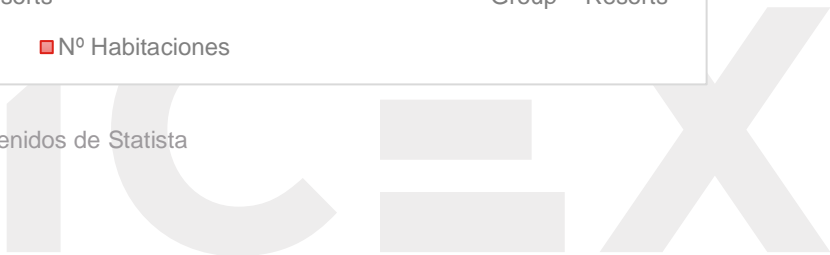
Según los datos obtenidos en Statista (Gráfico 6), Pestana Hotels & Resorts era el grupo hotelero líder en Portugal en 2021, con más de 7.500 habitaciones disponibles en todo el país. Vila Galé Hotéis ocupó el segundo lugar ese año, con más de 4.700 habitaciones.



**GRÁFICO 6. CADENAS HOTELERAS LÍDERES EN PORTUGAL 2021, POR NÚMERO DE HABITACIONES.**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de Statista



## 5. Precios

Según los datos recogidos en el [INE](#), en su informe estadístico realizado en 2021, el gasto medio por turista, en cada viaje, se situó en 196,6€, aumentando un 11,6 % respecto a 2020 y acercándose al valor de 2019 (-0,3 %).

En la tabla 12, podemos observar que, los datos facilitados por el INE, sobre El ingreso medio en Portugal por habitación disponible (RevPAR) en los establecimientos hoteleros fue de 35,3 € en 2021. Cabe destacar que los hoteles de 5\* generan un 90 % más de ingresos por habitación que los hoteles 4\*. Por el contrario, los hoteles de 2\* y 1\* generan un volumen del 49 % sobre el ingreso medio del total de establecimientos hoteleros.

Con respecto a las localizaciones, resalta el Algarve con los ingresos por habitación disponible más elevados, al situarse al sur del país y ser la localización más turística.

**TABLA 12. INGRESOS POR HABITACIÓN DISPONIBLE (REVPAR), POR CATEGORÍA LOCALIZACIÓN 2021 (EUROS)**

Localización geográfica	Total de establecimientos hoteleros	Hoteles 5*	Hoteles 4*	Hoteles 3*	Hoteles 2* y 1*
<b>PORTUGAL</b>	<b>35,3</b>	<b>64,7</b>	<b>34,1</b>	<b>23,0</b>	<b>17,9</b>
<b>CONTINENTE</b>	<b>34,3</b>	<b>64,7</b>	<b>33,6</b>	<b>22,9</b>	<b>17,9</b>
Norte	27,3	51,6	27,9	20,7	17,1
Centro	20,5	50,7	24,7	15,6	13,7
AM Lisboa	34,4	53,1	31,4	27,3	22,6
Alentejo	29,7	65,1	36,7	21,4	...
Algarve	61,4	88,1	54,0	36,7	...
<b>RA AÇORES</b>	<b>33,9</b>	<b>51,3</b>	<b>34,8</b>	<b>24,9</b>	<b>...</b>
<b>RA MADEIRA</b>	<b>45,3</b>	<b>66,8</b>	<b>36,9</b>	<b>24,7</b>	<b>...</b>

Fuente: INE.pt

En cuanto al ingreso medio por habitación ocupada (ADR) en los hoteles se situó en 90,2€ en 2021. Los hoteles con mayores estrellas (5\*) generan un 103 % más de ingresos por habitación ocupada en comparación con los hoteles 4\*. Por el contrario, los hoteles de 2\* y 1\* generan un volumen del 70 % sobre el ingreso medio del total de establecimientos hoteleros.

Y además también, en cuánto a localización, destaca, con diferencia, el Algarve, como la región con más ingresos por habitación. Seguido de la región de Madeira, Azores y Área Metropolitana de Lisboa.



TABLA 13. INGRESOS POR HABITACIÓN OCUPADA (ADR), POR CATEGORÍA Y LOCALIZACIÓN 2021 (EUROS)

Localización geográfica	Total de establecimientos hoteleros	Hoteles 5*	Hoteles 4*	Hoteles 3*	Hoteles 2* y 1*
<b>PORTUGAL</b>	<b>90,2</b>	<b>169,3</b>	<b>83,4</b>	<b>58,7</b>	<b>52,8</b>
<b>CONTINENTE</b>	<b>91,6</b>	<b>184,8</b>	<b>86,4</b>	<b>59,4</b>	<b>53,0</b>
Norte	75,9	166,9	76,6	52,9	49,5
Centro	65,7	124,6	72,8	53,1	52,5
AM Lisboa	92,5	187,3	83,1	62,4	56,8
Alentejo	73,8	154,1	84,6	53,1	...
Algarve	131,7	200,0	111,2	77,1	...
<b>RA AÇORES</b>	<b>76,9</b>	<b>123,1</b>	<b>76,8</b>	<b>56,1</b>	<b>...</b>
<b>RA MADEIRA</b>	<b>86,2</b>	<b>124,8</b>	<b>69,6</b>	<b>48,0</b>	<b>...</b>

Fuente: INE.pt

## 6. Percepción del producto español

Tanto España como Portugal siguen siendo mercados con un elevado interés por parte de inversores y operadores. Todo el mundo es consciente del crecimiento del turismo durante el ciclo 2012-2019 y la perspectiva es que en 2023 se pueda recuperar los datos obtenidos antes de la pandemia con cierta rapidez.

En cuanto al sector turístico, cabe destacar el [Acuerdo de Cooperación](#) en materia de Turismo suscrito en noviembre de 2006, con el objeto de facilitar los flujos de turistas de ambas naciones fomentando así la inversión de capital en el sector turístico.

En diciembre de 2020, los grupos españoles Piñero y Logitravel anunciaron la creación de una joint venture que reúne a Soltour, el touroperador más grande en ventas en Portugal, y Smytravel, el touroperador online de Logitravel. La alianza permite integrar el producto especializado del touroperador Grupo Piñero con la tecnología de Smytravel para la distribución de paquetes dinámicos. En el tercer trimestre de 2021, Pestana Hotel Group también se asoció con la agencia de viajes Logitravel para crear una nueva plataforma de venta de paquetes turísticos, que incluye vuelos, alojamiento y servicios adicionales como alquiler de autos, traslados y actividades.

La apertura de hoteles en el país de grupos españoles como Meliá Hotels International, NH Hotel Group, Eurostars Hotel Company (Grupo Hotusa), Barceló Hotel Group, Zenit Group y Riu Hotels & Resorts. Estos están distribuidos por todo el país, y cuentan con estrategias de expansión y crecimiento. Se esperan más aperturas tanto en Oporto, Lisboa y, sobre todo, Algarve, que está en auge. Por lo que los grupos hoteleros españoles están ganando mayor presencia en el País Luso.

En cuanto algunos proyectos de expansión, Meliá Hotels tiene previsto abrir un nuevo hotel "Hotel Meliá Lisboa" el segundo semestre del año 2023. Actualmente, se encuentra en segunda fase de construcción. Meliá Hotels ya cuenta con 9 hoteles en Portugal.

Con respecto a NH Hotel Group, también continúa su expansión en Portugal y operará la apertura del Tivoli Alvor Algarve Resort, tras un acuerdo firmado con Azora, durante el primer trimestre del próximo año 2023. Este grupo hotelero ya gestiona el Tivoli Marina Vilamoura Algarve Resort y el Tivoli Carvoeiro Algarve Resort en Portugal.

Eurostars Hotel Company sigue avanzando en su apuesta por Portugal con la inauguración de un nuevo hotel en Espinho: el Exe Praia Golfe 4\*. Esta nueva apertura, consolida Portugal como el segundo mercado en importancia para la cadena hotelera de Grupo Hotusa, que desde hoy explota un total de 22 hoteles en Portugal.



En términos generales, el producto o servicio español goza de una buena reputación entre los consumidores portugueses, con una imagen caracterizada por la alta calidad, destacando por su diseño y prestigio.

icex

## 7. Canales de distribución

Tras la pandemia, la industria turística se enfrenta a un nuevo entorno, en este aspecto, se ha tenido que modificar las tendencias del sector antes las demandas de un mercado que requiere concepciones más personalizadas y flexibles del producto o servicio turístico. Ante esta situación las empresas necesitan orientar y centrar su modelo de gestión de negocio en las necesidades de sus clientes para poder afrontar los cambios y los retos estratégicos que tienen planteados.

El panorama actual de la distribución en Portugal se compone tanto canales de distribución o comercialización hotelera como una red de intermediarios que participan en el proceso de reserva de un hotel. Estos intermediarios pueden dividirse en dos grandes grupos: *agencias de viajes* o *plataformas online*.

Los canales utilizados pueden ser directos, es decir, aquellos donde la intermediación entre el cliente y el hotel no existe porque este último cumple la función de distribución. Los indirectos son más comunes hoy en día debido al avance de las tecnologías y en ellos existe por lo menos un intermediario entre el turista y el establecimiento hotelero. Dentro de estos últimos las plataformas más utilizadas por los consumidores son *Booking, Tripadvisor, Trivago* y *Google*.

Las grandes vías por las que un viajero llega a un hotel, a través de Internet, son:



La digitalización y la pandemia han intensificado las reservas directas, realizadas a través de webs o a través de call centers. Los viajeros quieren estar seguros de las condiciones de seguridad e higiene, privilegiando la comunicación directa contacto con los establecimientos hoteleros. Este panorama ha impulsado la digitalización de las empresas de alojamiento que dependen mucho de intermediarios como Booking o Expedia.



Esta alta dependencia trae costos muy altos para las empresas. Hoti - Hotéis, por ejemplo, lanzó una webapp para sus hoteles en Portugal a principios de 2021. La aplicación tiene como objetivo proporcionar una experiencia de alojamiento más completa al proporcionar en el dispositivo móvil del cliente toda la información sobre el hotel. S Hotels también está estudiando una solución de “Check-in fácil”.

El auge experimentado por el comercio electrónico y las reservas online a través de distintas plataformas, de las cuales se espera una participación cada vez mayor a medida que los consumidores se familiaricen con las nuevas tecnologías.

Los 12 principales canales que, durante el año 2021, han generado los mayores ingresos por reservas de hotel en Portugal, según los datos obtenidos de la plataforma [SiteMinder](#), fueron:

1. Booking
2. Reservas directas ( a través de las web de los hoteles)
3. Expedia Group
4. HotelBeds
5. Abreu Online
6. Jet2Holidays
7. Traveltino
8. EC Travel
9. OTS Globe
10. World 2 Meet
11. Portimar
12. Tour10

Las reservas directas aparecen, por segundo año consecutivo, como el segundo mayor motor de ingresos para los hoteles portugueses, impulsado por mayores inversiones en motores de reservas, sitios web de hoteles, metabuscadores, pagos sin contacto, soporte de consultores hoteleros y aplicaciones especializadas y diseñadas para la conversión.

A continuación, vemos una comparativa de ventas en el sector hotelero online y offline. La evolución de la tecnología ha hecho que las ventas online vayan en aumento.

**TABLA 14. VENTAS ONLINE Y OFFLINE HOTELES 2016 - 2021 (M€)**

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Hoteles offline</b>	998,7	1,094,2	1.058,5	915,6	391,3	462,2
<b>Hoteles online</b>	1,698,6	2.082,9	2.173,2	2.462.	648	871,9

Fuente: Euromonitor

Dentro de la venta online, existen numerosas vías por las cuales se pueden realizar. Como se puede observar en la tabla, ha habido un aumento en las ventas online a lo largo de los años. En 2020, debido al Covid19, descendieron, pero en 2021 volvieron a remontar, sin embargo, no se han alcanzado aún las ventas del año 2019.

**TABLA 15. VENTAS ONLINE HOTELES 2016 - 2021 (M€)**

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Hoteles venta directa</b>	267,9	326,6	360	470	289,4	354,6
<b>Hoteles online a través de intermediarios</b>	1.430,7	1.756,4	1.813,2	1.992,1	358,5	517,3

Fuente: Euromonitor

Por otro lado, Turismo de Portugal ha creado un sitio de reserva en el portal [Visitportugal](https://www.visitportugal.pt) con el fin de promover destinos, ya que creará una nueva área de difusión de la plataforma de servicios de reserva turística que se publicará en todos los idiomas.

En los próximos años, es probable que lo digital continúe consolidándose, con el creciente desarrollo y mejora de las plataformas digitales, webs y apps de las empresas, marketing digital y digitalización de procesos como el check-in y reservas de servicios, entre otros. Esta tendencia impulsará las ventas directas principalmente en hoteles y aerolíneas. Los intermediarios seguirán siendo socios comerciales importantes, pero la dependencia de estos canales trae costos muy altos para las empresas.



## 8. Acceso al mercado – Barreras

El procedimiento de instalación de empresas turísticas sigue el [Régimen Jurídico de las Empresas Turísticas](#) (RJET) y sus particularidades, así como la Junta Legal de la Construcción y la Urbanización portuguesa (RJUE) cada vez que implica la realización de operaciones urbanas.

Desde la reciente alteración del Régimen Jurídico de las Empresas Turísticas, la opinión de Turismo de Portugal IP ya sea en la fase de información previa, licencia, aviso previo con fecha límite o aviso previo, no es vinculante. No obstante, en estas fases, cualquier parte interesada podrá solicitar un dictamen de Turismo de Portugal IP, con el fin de verificar en cumplimiento de las normas establecidas en la Junta Legal de Proyectos de Turismo portuguesa (RJET) y sus reglamentos en las siguientes tipologías:

- Establecimiento hotelero (hoteles, hoteles-apartamento, hostales)
- Aldeas Turísticas
- Apartamentos turísticos
- Conjunto turístico (*resorts*)
- Empresas de turismo en zonas rurales (hoteles rurales)

Por otro lado, las empresas turísticas son aquellos establecimientos que tienen por objeto la prestación de servicios de alojamiento, a cambio de una remuneración con un conjunto adecuado de estructuras, equipos y servicios complementarios para su funcionamiento recogidas en el [Marco Jurídico de las Empresas Turísticas \(RJET\)](#) que, en su versión actual (5ª enmienda), se reedita en el Decreto-ley N.º 80/2017, del 30 de junio.

Los establecimientos hoteleros, villas turísticas y apartamentos turísticos se regulan a través de la [Ordenanza N° 309/2015, de 25 de septiembre](#), rectificada por la Declaración de Rectificación N° 49/2015, de 2 de noviembre.

No se consideran empresas turísticas:

- Instalaciones o establecimientos que, aunque estén destinados a proporcionar alojamiento, solo funcionan con fines no lucrativos o benéficos y cuya frecuencia está restringida a grupos limitados.
- Instalaciones o establecimientos que, a pesar de estar destinados a proporcionar alojamiento temporal con ánimo de lucro, no cumplen los requisitos para ser considerados como resorts turísticos y, como tales, entran dentro del ámbito del alojamiento local (regulado por un régimen específico).



Otra barrera al acceso de mercado existente es el condicionamiento del aeropuerto de Lisboa, principal medio de entradas de extranjeros en el país. [La Asociación Portuguesa de Agencias de Viajes y Turismo](#) ha reclamado que se realicen obras en el aeropuerto de Lisboa para mejorar su eficacia, ya la terminal está saturada, sin espacio. y a fecha de hoy no está definida cual será la nueva infraestructura. Esto supone una limitación al crecimiento de la entrada a nuevos turistas.

ICEX

## 9. Perspectivas del sector

En el año 2022, se han abierto 35 establecimientos hoteleros en Portugal con un total de 2.080 habitaciones. De los cuales el 42 % tiene una calificación de e 4 estrellas, concentrado en Lisboa y Oporto. Dentro de estas aperturas, [Cushman & Wakefield Portugal](#) destaca: el W Algarve, en Albufeira (5 estrellas con 220 habitaciones); el Pestana Douro Riverside Hotel & Conference Center, en Gondomar (5 estrellas con 170 habitaciones); el Hyatt Regency Lisboa (5 estrellas con 140 habitaciones) y The Editory Riverside Santa Apolónia Hotel (4 estrellas con 130 habitaciones).

Según el último Informe de [Tendencias de Proyectos de Construcción de Hoteles de Lodging Econometrics](#) (LE), Europa continúa mostrando un crecimiento constante en la apertura de nuevos hoteles en 2022, abriendo 188 nuevos hoteles con 28,350 habitaciones en la primera mitad del año.

Los países que lideran la cartera de proyectos de construcción hotelera de Europa en el segundo trimestre son:

- Reino Unido con 309 proyectos / 46.296 habitaciones.
- Alemania con 258 proyectos / 44.692 habitaciones.
- Francia con 152 proyectos / 17.338 habitaciones.
- Portugal con 123 proyectos / 14.811 habitaciones.
- Polonia con 85 proyectos / 12.205 habitaciones.

Estos cinco países representan el 54 % de los proyectos y el 51 % de las habitaciones en la cartera de construcción total de Europa en el segundo trimestre de 2022.

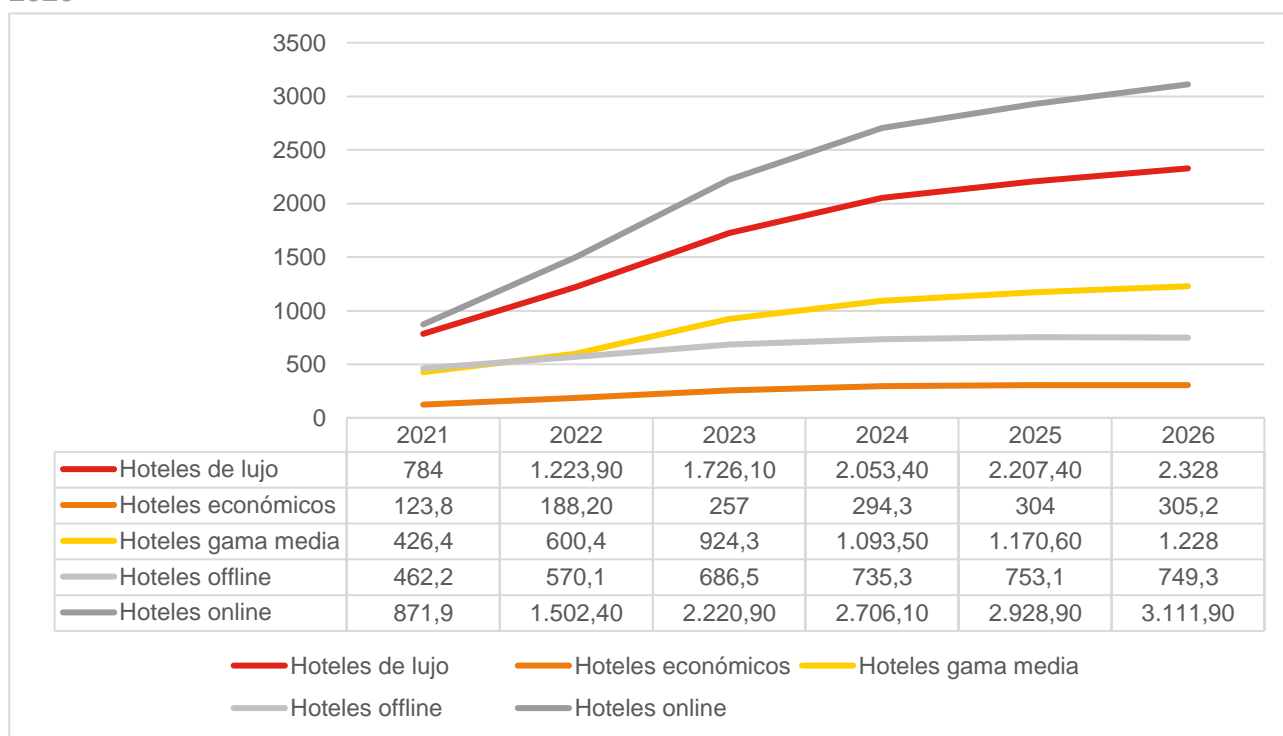
Las ciudades de Europa con los proyectos más grandes son:

- Londres, Reino Unido, con 80 proyectos / 13.683 habitaciones.
- Dusseldorf, Alemania, con 46 proyectos / 8.492 habitaciones.
- París, Francia, con 35 proyectos / 5.540 habitaciones.
- *Lisboa, Portugal, con 34 proyectos / 3.850 habitaciones*
- Estambul, Turquía, con 32 proyectos / 6.598 habitaciones.

Portugal es el cuarto país de Europa con más proyectos. En el segundo trimestre de 2022 hubo 123 nuevos proyectos hoteleros en el país, con un total de 14.811 habitaciones. De los cuales, 34 proyectos pertenecen a Lisboa, que en el futuro contará con más de 3.850 habitaciones.

Según datos de Euromonitor, las perspectivas para el sector hotelero en Portugal muestran una tendencia positiva en referencia al período de tiempo comprendido entre 2021 y 2026, siendo los hoteles online los que presentarán un mayor crecimiento.

**GRÁFICO 7: PREVISIÓN DE VENTAS DEL SECTOR HOTELERO EN PORTUGAL (M€), 2021-2026**



Fuente: Euromonitor

El crecimiento previsto de este tipo de alojamiento también se verá favorecido por algunos hoteles que quieran explorar oportunidades de negocio dentro de los alquileres a corto plazo que comenzaron antes del brote de COVID-19. Con una demanda continuamente reducida de hoteles y una mayor cautela de los consumidores, es probable que más jugadores se unan a la tendencia y ofrezcan a los turistas y viajeros sus propios alojamientos privados donde pueden controlar la higiene y la interacción social y estar menos sujetos a medidas y vigilancia obligatorias.

Se espera que el sector turístico de Portugal recupere los niveles anteriores a la pandemia en 2023, según un estudio del Consejo Mundial de Viajes y Turismo, un foro empresarial mundial para las industrias de viajes y turismo. El sector podría tener un valor de hasta 39.500 millones de euros, lo que supondría el 17,4 % de la economía nacional portuguesa.



El Consejo Mundial de Viajes y Turismo ([WTTC](#)) ha revelado que el sector asociado a los viajes y el turismo en Portugal impulsará la recuperación económica nacional y podría incluso superar pre-niveles pandémicos el próximo año, cuando se prevé que aumente casi un 4,8 % por encima de los datos obtenidos en 2019.

El pronóstico del último Informe de Impacto Económico (EIR) del WTTC muestra el total del sector contribución al PIB podría alcanzar cerca de 39.500 millones de euros el próximo año, lo que representa el 17,4 % de la economía total.

El empleo en el sector también podría superar los niveles de 2019, creando más de 3.200 puestos de trabajo adicionales, para llegar a más de un millón a finales de 2023.

Según los últimos datos del [WTTC](#), se espera que el PIB asociado a los viajes y el turismo crezca anualmente a una media del 3,4 % durante la próxima década, más del triple de la tasa de crecimiento del 1,1 % de la economía general del país, alcanzando más de 50.000 millones de euros (20,2 % del PIB) en 2032.

Las previsiones indican que el sector turístico podrá crear casi 193.000 puestos de trabajo en los próximos diez años, con una media de más de 19.000 nuevos empleos al año, hasta alcanzar más de 1,1 millones de puestos de trabajo en 2032.

Después del impacto devastador de COVID-19, Portugal muestra una fuerte recuperación, al final de este año se espera que la contribución total del sector al PIB crezca un 54,7 % a más de 35.800 millones de euros, lo que supone el 16,2 % del PIB total.

## 10. Oportunidades

Con un patrimonio excepcional y un interesante pasado histórico, Portugal es un país con mucho atractivo turístico. Playas soleadas, clima cálido, vino de renombre (sobre todo el Porto), y la creciente atención internacional hacia las grandes ciudades como Lisboa y Oporto. A pesar de ello, la demanda sigue siendo muy estacional, predominando las estaciones soleadas, el mar, la ciudad y la realidad de que el total del turismo aún no está maximizado.

El turismo de ocio sigue teniendo una gran presencia en Portugal. Sin embargo, el crecimiento en varias industrias y la inversión están trayendo más turismo de negocios al país.

Por otro lado, cabe destacar la buena localización geográfica que presenta gracias a su clima y paisaje costero y las infraestructuras portuarias totalmente aptas para cruceros, lo que incentiva el turismo de playa y marítimo.

Los nichos de mercado más prometedores, al margen del familiar, es el segmento cosmopolita. Este segmento se caracteriza por tener un elevado poder adquisitivo, el gusto por viajar, interés por el turismo urbano, gastronomía, arte y cultura, naturaleza, playa, compras e itinerarios. Este sector tiene un efecto multiplicador sobre el resto de los consumidores, ya que es un perfil generador de tendencias.

Cabe mencionar también la automatización de servicios gracias a la inteligencia artificial y la evolución tecnológica que hacen posibles las reservas online, las consultas, el compartir contenido a través de redes sociales o el Marketing online.

La sostenibilidad también es una tendencia que será cada vez más apremiante en la industria de viajes en el período de pronóstico. Es probable que se siga invirtiendo en tecnología asociada a la eficiencia energética, el uso y producción de energías renovables y limpias, la reducción de la huella y las buenas prácticas ambientales. La existencia de puntos de recarga de vehículos eléctricos ya es una realidad, por ejemplo, en los hoteles de Vila Galé en Portugal.

Marriot International Inc había llevado a cabo un plan piloto en cuatro ciudades europeas, incluida Lisboa, que incluía un sistema similar al de Airbnb. Marriott busca convertirse en la primera cadena hotelera en ingresar al campo de los hogares compartidos, ya que Hilton y Hyatt también exploran el potencial de los alquileres a corto plazo.

El optimismo se refleja en la continuación de nuevas aperturas, mientras que se espera que la sostenibilidad gane mayor protagonismo. La recuperación de la industria hotelera portuguesa será lenta y gradual a medida que los flujos turísticos vuelvan progresivamente a los valores anteriores a la COVID-19. Contrariamente a lo que podría esperarse, la industria hotelera supo defender sus

precios en 2020 y 2021, y a pesar de que se postergaron algunos proyectos, los jugadores continuaron invirtiendo en nuevas aperturas, tendencia que continuará en el período de pronóstico.

## 10.1. Inversión

El gobierno portugués cuenta con una iniciativa, el [programa Revive](#), que ofrece propiedades públicas disponibles para la inversión privada con un enfoque en la hospitalidad. En el último recuento había una lista de quince lugares o edificios "históricos" que se convertirían en alojamientos turísticos. Entre ellos había palacios, fortalezas, monasterios e incluso un antiguo cuartel de infantería.

El modelo REVIVE implica, por tanto, la recuperación de bienes públicos de alto valor patrimonial que no están siendo utilizados por las comunidades y sus visitantes, a través de inversiones privadas que los hagan aptos para su destino a una actividad económica rentable, con vocación turística, es decir, en las zonas de hoteles, restaurantes, actividades culturales, u otras formas de entretenimiento y comercio, preservando los valores y supuestos que determinaron la titularidad de estos bienes y su titularidad pública, pero encontrando mecanismos que permitan perseguir los objetivos de rehabilitación y puesta en valor del patrimonio objetivo.

El plan de la [Estrategia de Turismo 2027](#) prevé una inversión de 6 M€ para 2027, a través de 52 medidas distribuidas por cuatro pilares, con especial atención a las empresas y las personas (colaboradores, residentes y turistas). Y tiene como objetivo superar los 27 M€ de ingresos turísticos en 2027 de forma sostenible, generando riqueza y bienestar en todo el territorio, a lo largo de todo el año y apostando por la diversificación de mercados y segmentos.

A su vez, Turismo de Portugal presta apoyo tanto técnico como financiero a entidades públicas y privadas del sector turístico y gestiona instrumentos de apoyo financiero a la inversión, fomentando las mejores prácticas.

Además, apoya inversiones de carácter empresarial e infraestructural destinadas a constituir adecuadamente productos turísticos estratégicos, promover eventos, mejorar los destinos, así como la innovación, el emprendimiento y el fortalecimiento de la competitividad de las empresas, priorizando la implementación de la Estrategia de Turismo 2027 con un claro centrarse en la sostenibilidad, la cohesión territorial, el crecimiento del valor, la innovación, el espíritu empresarial y la tecnología y en valorar a las personas, potenciando el efecto multiplicador del turismo como motor del desarrollo económico y social local y afirmando a Portugal como un destino inclusivo.

La promoción del conocimiento en el sector, a través de la difusión de más y mejor información sobre el sector y la afirmación de Portugal como destino inteligente es uno de los pilares de la Estrategia de Turismo 2027, la referencia estratégica para la política turística en los próximos 10 años.



### Objetivos de la Estrategia de Turismo 2027:

- Estrategia de turismo

Liderar el turismo del futuro es el lema de esta estrategia, centrada en las Personas, que apuesta por objetivos de sostenibilidad económica, social y medioambiental.

- Metas de sostenibilidad económica:

- Aumentar la demanda en todo el territorio: 80 millones de pernoctaciones.
- Crecer en valor: 26.000 millones de euros en ingresos.

- Metas de sostenibilidad social:

- Extender la actividad turística durante todo el año.
- Duplicar el nivel de cualificación en educación secundaria y postsecundaria en turismo.
- Asegurar que el turismo genere un impacto positivo en las poblaciones residentes.

- Metas de sostenibilidad ambiental:

Asegurar que más del 90 % de las empresas turísticas adopten medidas de aprovechamiento eficiencia energética e hídrica y desarrollar acciones de gestión ambiental de residuos.

Existe además, otro plan de acción, [“Reactivar el Turismo | Construir o Futuro”](#), aprobado en 2021 a raíz de la pandemia, que pretende ser una guía para el sector turístico, público y privado, cuyas acciones se integran plenamente con los objetivos del Plan de Recuperación y Resiliencia y la Estrategia Portugal 2030, asegurando así una estrategia concertada para la recuperación de la economía nacional.

Con todo, la inversión sigue siendo clave para mantener una posición competitiva y la madurez no afectará el crecimiento futuro ya que, a pesar de que el turismo portugués ya ha alcanzado un estado de madurez considerable, aún no ha llegado su máximo y tiene márgenes para seguir creciendo.



## 11. Información práctica

### 11.1. Guía país e Informe Económico y Comercial de Portugal

Para facilitar una visión general de Portugal, Icxex pone a su disposición información con respecto a Portugal, disponible en su [página web](#). Este documento contiene datos relativos a su geografía, demografía, estructura económica, administrativa y otros datos sobre la idiosincrasia del país.

En el «Informe Económico Comercial», Icxex pone a disposición de los usuarios interesados datos de interés sobre el país, con énfasis en los aspectos económicos y comerciales del mismo: situación política-económica, relaciones bilaterales, acuerdos comerciales, relaciones multilaterales y oportunidades de negocio para la empresa española. Dicho documento está disponible en la [página web](#).

### 11.2. Ferias



**BOLSA  
TURISMO  
LISBOA  
TRAVEL  
MARKET**

[BTL - Bolsa de Turismo de Lisboa](#), se considera la mayor feria de turismo del país y como punto de encuentro para los profesionales de este sector, siendo la mayor plataforma de contactos en Portugal relacionada con el turismo.

Esta feria es organizada por la Fundación AIP desde 1989, tras 2 años de ausencia por el fuerte impacto de la pandemia en el sector turístico, el regreso de este evento en 2022 señaló y confirmó la reanudación de la actividad turística nacional.

**EXPO abreu** desde 1840

La Feria de Viajes [Mundo Abreu](#) es otra de las ferias turísticas de Portugal. A pesar de ser más pequeña que la anterior, hay más de 250 expositores, de más de 150 destinos nacionales e internacionales, presentan su oferta turística en hoteles, turismo cultural, naturaleza, ocio y aventura.



### 11.3. Publicaciones del sector

Hosteltur: <https://www.hosteltur.com/tag/portugal>

Opcao Turismo: <https://opcaoturismo.pt/new/>

Revista *Hotelaria*, Publituris (<https://www.publituris.pt/>)

Revistar Viajar: <https://viajarmagazine.com.pt/>

Turisver: <https://turisver.pt/>

### 11.4. Asociaciones

A continuación, se exponen las diferentes asociaciones que existen en Portugal en el sector de hostelería e industria hotelera.



HOTELARIA  
DE PORTUGAL

[ASSOCIAÇÃO HOTELARIA DE PORTUGAL](#) – es una asociación de hoteles independientes, está en continuo crecimiento y actualmente cuenta con alrededor de 700 miembros que representan más del 65 % de la contribución de la industria hotelera a la economía nacional.



[ASSOCIAÇÃO DA HOTELARIA, RESTAURAÇÃO E SIMILARES DE PORTUGAL](#). - es una institución pública que representa, además del sector de la Restauración y Bebidas, la Asociación también representa al sector del alojamiento, es decir, a nivel de Hostelería, Turismo Rural, Vivienda Empresas Turísticas y Alojamiento Local. Tiene como misión representar a empresas del sector Turístico y defender sus derechos e intereses legítimos.

FUNDACIÓN  
PORTUGAL 2020

la sostenibilidad.

**TRAVELBI BY TURISMO DE PORTUGAL** - travelBI es el portal de gestión del conocimiento turístico, cuya misión es difundir los principales indicadores de desempeño de la actividad y su análisis competitivo. También permite el seguimiento de 24 mercados emisores para Portugal, así como diversos temas relacionados con



apoyar el desarrollo de la infraestructura turística y la inversión en el sector y desarrollar la formación de recursos humanos.

**TURISMO DE PORTUGAL** - Responsable de la promoción, mejora y sostenibilidad de la actividad turística. Turismo de Portugal apuesta por potenciar el turismo como uno de los principales motores de crecimiento de la economía portuguesa. Tiene como misión; promover Portugal como destino turístico;



turismo, campings y transporte por carretera, entre otros.

**APAVT - ASOCIACIÓN PORTUGUESA DE AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO** – Es la única asociación de esta clase en Portugal, es la más antigua y representativa del turismo nacional, reuniendo Agencias de Viajes Nacionales y otras empresas relacionadas con el sector turístico como agencias de viajes en el extranjero, líneas aéreas, hoteles, restaurantes, rent-a-car, organismos oficiales de

## 12. Bibliografía

- Asociación Portuguesa de Hostelería: <https://www.hoteis-portugal.pt/>
- Asociación de Hoteles, Restaurantes y Empresas Similares de Portugal: <https://ahresp.com/>
- Banco Mundial: <https://www.bancomundial.org/es/home>
- Consejo Mundial de Viajes y Turismo: <https://wttc.org/>
- Fondo Monetario Internacional: <https://www.imf.org/es/Home>
- INE: (s.f.). *Estadísticas demográficas*. Instituto Nacional de Estadística: [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpgid=ine\\_main&xpid=INE](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpgid=ine_main&xpid=INE)
- Observatorio de Turismo de Lisboa: <https://smat.observatorio-tcp.pt/>
- Organización Mundial del Turismo: <https://www.unwto.org/es>
- Statista: <https://es.statista.com/>
- TravelBi by Turismo de Portugal: <https://travelbi.turismodeportugal.pt/>
- Turismo de Portugal: <https://www.turismodeportugal.pt/pt/Paginas/homepage.aspx>
- Visit Portugal: <https://www.visitportugal.com/pt-pt>

# ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

**Ventana Global**

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)  
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

[www.icex.es](http://www.icex.es)

