



# PORTUGAL

## CONFÍA EN EL TURISMO COMO PARTE DE SU RECUPERACIÓN

Entre los países que más sufrieron el impacto de la crisis en 2007 estuvo Portugal, que junto a Grecia y también España, vio como su economía se desmoronaba sin freno aparente. Han pasado ya casi diez años desde aquel momento y, aunque la situación no es idílica, el país vecino ha sabido encontrar vías para la reactivación y, entre ellas, el sector del turismo es uno de los grandes protagonistas.



*Playa de Dona Ana en el Algarve*

**A**ctualmente, la oferta hotelera en Portugal dispone de un total de 235.000 camas y una facturación superior a los 2.500 millones de euros, según datos de la Asociación Hotelera Portuguesa, y el sector es generador de cerca de 50.000 empleos directos y unos 150.000 indirectos. Portugal es el quinto país con más paro de Europa, por detrás de Grecia, España, Croacia y Chipre, 650.000 personas que suponen una tasa de desempleo del 12,4%. Aunque en los últimos dos años las cifras apuntan a cierta mejora, la realidad es que uno de los pocos sectores que están relanzando la actividad económica y el empleo es el turismo.

Los datos de 2015 que hizo públicos el Instituto Nacional de Estadística Luso (INE) demuestran la vitalidad del sector que volvió a batir récords en 2015, con un total de 48,9 millones de pernoctaciones, una cifra con la que se alcanza un crecimiento acumulado del 30% en los últimos cinco años. El número de huéspedes alojados en establecimientos turísticos del país se situó el pasado ejercicio en 17,4 millones y de estos el 25% son británicos, seguidos de un 14% de alemanes y un 10,5% de españoles. Entre Lisboa y el Algarve se concentra el 60% del total de pernoctaciones que se registran en el país. Con estas cifras, Portugal se sitúa como el 26º país del mundo con más visitantes, el noveno de la Unión Europea y en el top 20 de los más competitivos según el World Economic Forum.

Portugal tiene un gran potencial como plaza turística con una oferta que incluye numerosos destinos y atractivos culturales, naturales, artísticos, etc. El Plan Portugal 2020 de Turismo sirve para marcar la estrategia con una serie de acciones pensadas para lograr que el país obtenga el mayor crecimiento turístico de Europa y se enfoca en siete regiones: Azores, Alentejo, Algarve, Lisboa, Madeira, Norte y Centro.

En 2015, la patronal hotelera portuguesa anunció que en el conjunto del país había 58 nuevos desarrollos hoteleros que van a suponer un incremento del 5,4% en el número de camas. Entre los grupos de capital portugués que habían anunciado proyectos se encontraban Pestana, Vila Galé, Sana, Turim, Júpiter y Porto Bay.

## EL PORTUGAL DE SOL Y PLAYA

En el ámbito vacacional, la costa portuguesa en la Península Ibérica tiene casi 1.000 kilómetros a los que habría que añadir casi otros mil si sumamos el litoral de las Azores y Madeira. En ese enorme espacio, al sur de la Península nos encontramos con la región del Algarve y, al norte de ella, ocupando todo el ancho del país, el Alentejo, que es por superficie mayor que el Algarve.

El mercado británico es el principal cliente para los destinos de costa en Portugal y especialmente en el Algarve, donde la oferta de sol y playa combinada con el turismo deportivo como el golf, deportes marítimos o senderismo, son una apuesta segura para las vacaciones familiares. Esta región, y el conjunto de Portugal como le pasa también a España, se están beneficiando de su condición de destino refugio que garantiza una mayor seguridad que países como Túnez, Egipto o Turquía, fuertes competidores durante los últimos años. Sana Hotels, Tivoli Hotel&Resorts (recientemente comprada por el grupo tailandés Minor Hotel Group) y Pestana son algunas de las cadenas portuguesas con una mayor presencia en la zona. En Alentejo, que puede tener mayor potencial de desarrollo en los próximos años que un Algarve ya maduro, nos encontramos con un proyecto singular como el Pestana Troia Eco-Resort&Residences, un complejo sostenible en el corazón de una reserva natural.

## UNA INDUSTRIA HOTELERA MADURA Y COMPETITIVA

Portugal cuenta con algunas compañías hoteleras independientes de gran implantación como el citado grupo Pestana con sus marcas Pestana Hotel&Resorts, Pousadas de Portugal y Pestana Collection Hotels.

En cuanto a grandes cadenas internacionales, IHG Hotels cuenta con tres establecimientos de la bandera Intercontinental en Porto, Lisboa y Estoril, los dos últimos abiertos en 2014 y 2015. Por su parte, en febrero de este mismo año fue Sheraton quien anunció la firma de su tercer establecimiento en el

país con el Sheraton Cascais Resort, que operaba previamente como Vivamarinha Hotel & Suites. Por otro lado, destacar que la cadena internacional con una mayor implantación es Accor Hotels, que cuenta con 34 hoteles en el país de las marcas Ibis, Ibis Budget, Mercure, Novotel y Sofitel.

En cuanto a las cadenas españolas podemos decir que no cuentan con la presencia que sería de esperar teniendo en cuenta el atractivo del país vecino y su propia capacidad para la internacionalización, aunque el interés durante los últimos

años parece haber crecido. Un ejemplo de ello es el paso dado por Meliá Hotels Internacional que anunció a principios de año un acuerdo con el Fondo Discovery para la construcción del Meliá Lisboa, un hotel de 5 estrellas que ofrecerá 239 habitaciones, concebido para el segmento Bleisure (Business + Leisure). Curiosamente, aunque hay empresas españolas con

mucha experiencia en el turismo vacacional, son los proyectos en destinos urbanos los que hasta ahora han contado con capital de empresas españolas.

También este año Eurostars ha fortalecido su presencia en el mercado luso con la incorporación de un octavo hotel, Eurostars Heroísmo, que es a su vez el tercero del grupo en Oporto. En 2015, también abrió en Portugal su primera franquicia internacional Paradores, la Casa da Ínsua, un hotel con encanto de 5 estrellas que está situado entre Viseu y Aveiro. También el año pasado H10 abrió su primer establecimiento en el país, el H10 Duque de Loulé en Lisboa. Aunque la actividad inversora en los próximos años se concentrará principalmente en Lisboa, Algarve y Oporto, el conjunto del país podrá beneficiarse de la tendencia al alza si sabe transmitir al capital inversor el potencial de otros destinos con productos turísticos atractivos como Alentejo, Setúbal y Coimbra. Para que ello sea posible, Portugal también debe hacer un esfuerzo por mejorar su capacidad en infraestructuras aeroportuarias, ferroviarias y carreteras de forma que, por ejemplo, el turismo proveniente de la Unión Europea puede crecer de acuerdo con el interés del país.

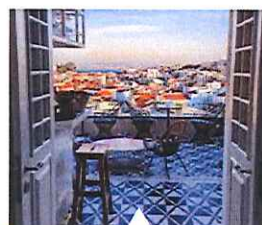
**PORTUGAL  
TIENE EN MARCHA  
ACTUALMENTE  
59 NUEVOS  
PROYECTOS  
HOTELEROS**



SHERATON  
CASCAIS RESORT



TIVOLI  
HOTEL&RESORTS



H10  
DUQUE DE LOULÉ  
(LISBOA)

SANA HOTELS  
MYRIAD  
(LISBOA)



PESTANA TRÓIA  
ECO-RESORT  
& RESIDENCES

