

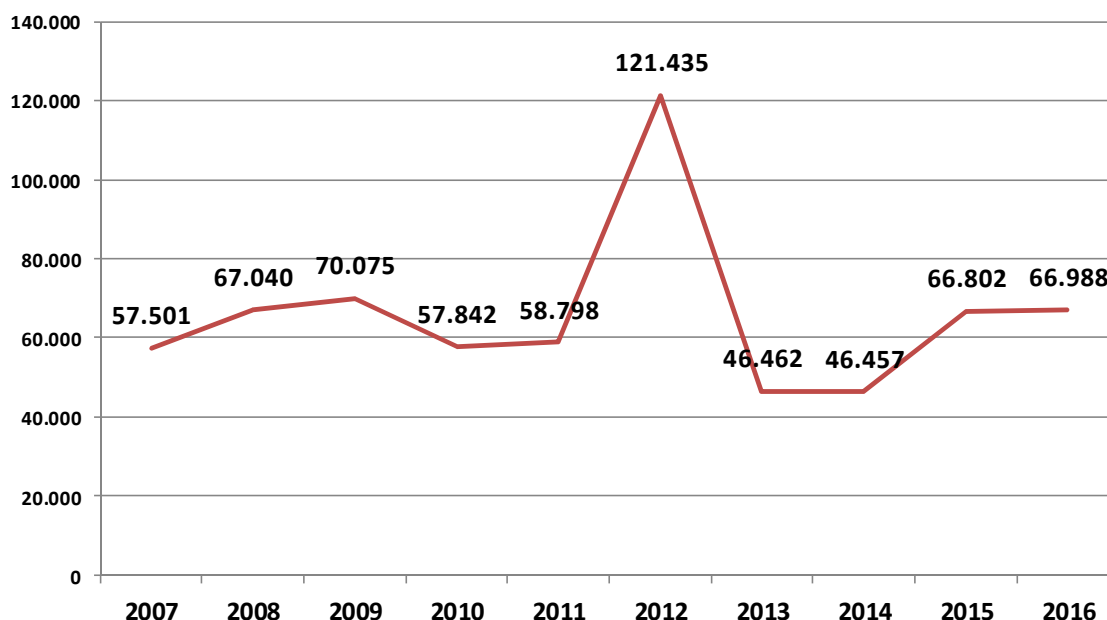


# **SÍNTESE DE RESULTADOS ESTATÍSTICOS 2016**

## Visitantes

Com base nos registos de visitantes da última década, aos postos municipais de informação turística, verifica-se uma tendência positiva, com evidentes variações. O espectacular resultado do ano de 2012, com um aumento de 106,5%, relativamente ao período homólogo do ano anterior, deve ser entendido como resultado de ter acolhido nesse ano, a Capital Europeia da Cultura. O ano de 2016 recupera valores positivos superiores aos anos imediatamente anteriores á realização da CEC2012.

**GRÁFICO n.º1 - Afluência Loja Interativa Turismo e Welcome Centre\***



**Fonte: Guimarães Turismo**  
**\*Abertura em Abril**

Da análise do gráfico verifica-se, que o concelho tem visto aumentar a sua capacidade de atrair visitantes. A procura turística, regista uma tendência geral de crescimento, que teve um abrandamento nos anos de 2010 e 2011, anos de conjuntura económica desfavorável e nos anos de 2013 e 2014, anos imediatamente posteriores á Capital Europeia da Cultura. Não será no entanto alheio a este decréscimo do número de visitantes, uma alteração á forma de recolha de informação por parte dos visitantes, cada vez mais suportada em meios digitais e em plataformas móveis. O Município disponibiliza, uma Plataforma Interativa de Informação Turística que, além de um website onde os turistas recolhem informação antes da viagem, disponibiliza uma versão mobile do site assim como uma aplicação para smartphones, o Guimarães Mobitur, que permite obter informação validada pelo município, desde casa e em dispositivos moveis, suportada numa ampla rede de WIFI gratuita.

Numa análise aos valores do total de visitantes, por países de origem (quadro n.º 1) constata-se que Portugal, Espanha e França ocupam, sistematicamente, os primeiros lugares como países de origem dos visitantes. Em 2016 estes três mercados registam descidas relativamente aos números do ano anterior. Espanha, com 40% dos visitantes mantém a posição de principal mercado emissor de visitantes. Seguem-se a França, com 20% dos visitantes e Portugal terceiro mercado emissor com 10% do total. Merece referência o Brasil que consolida a sua posição de quarto lugar com 5% do total de visitantes. Destaque para a Alemanha que regista a maior subida ocupando a quinta posição.

### QUADRO n.º1 – Totais e variações de turistas por nacionalidades

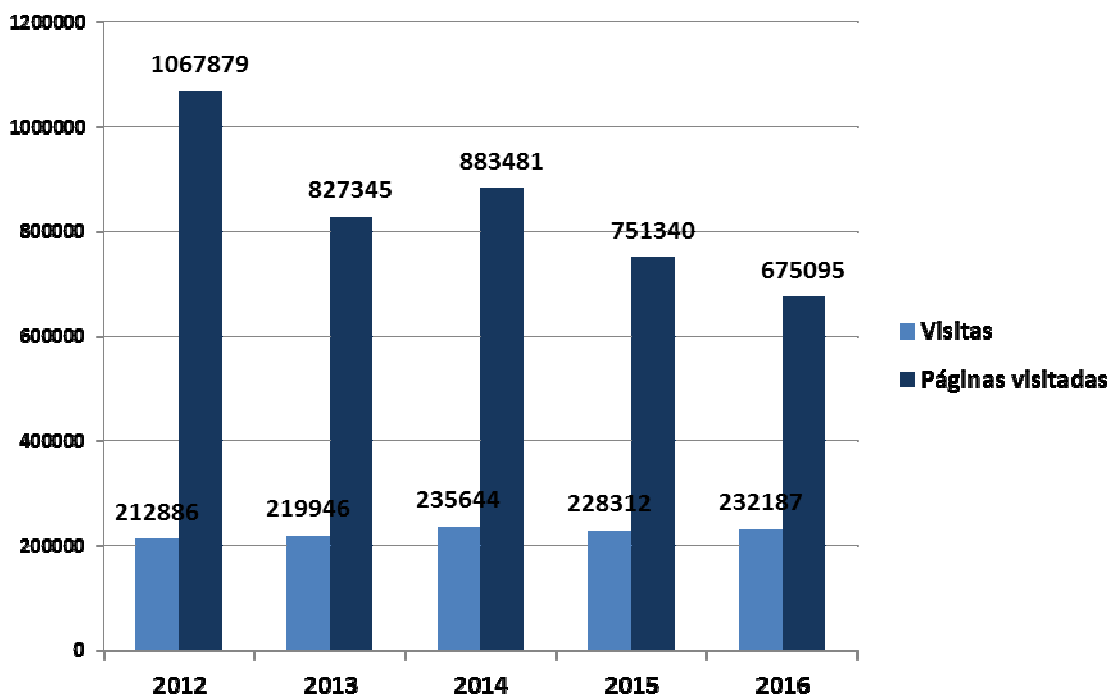
|          | 2012  |    |      | 2013  |    |       |     | 2014  |    |       |      | 2015  |    |       |      | 2016  |    |       |      |
|----------|-------|----|------|-------|----|-------|-----|-------|----|-------|------|-------|----|-------|------|-------|----|-------|------|
|          | Total | %  | Pos. | Total | %  | Var.% |     | Total | %  | Var.% | Pos. | Total | %  | Var.% | Pos. | Total | %  | Var.% | Pos. |
| Portugal | 50926 | 42 | 1º   | 8185  | 18 | -83,9 | 2º  | 6242  | 13 | -23,7 | 3º   | 8131  | 12 | 30,3  | 3º   | 6593  | 10 | -18,9 | 3º   |
| Espanha  | 24117 | 20 | 2º   | 14615 | 31 | -39,4 | 1º  | 16754 | 36 | 12,6  | 1º   | 24731 | 37 | 47,6  | 1º   | 24117 | 40 | -2,5  | 1º   |
| França   | 15138 | 12 | 3º   | 7730  | 17 | -48,8 | 3º  | 8539  | 18 | 10,5  | 2º   | 13456 | 20 | 57,6  | 2º   | 13212 | 20 | -1,8  | 2º   |
| Alemanha | 5363  | 4  | 4º   | 1912  | 4  | -64,3 | 6º  | 1964  | 4  | 2,7   | 5º   | 2290  | 3  | 16,6  | 5º   | 2786  | 4  | 21,6  | 5º   |
| Itália   | 3203  | 2  | 7º   | 1289  | 3  | -59,7 | 8º  | 1329  | 3  | 3,1   | 8º   | 1983  | 3  | 49,2  | 8º   | 2128  | 3  | 7,3   | 6º   |
| R. Unido | 2290  | 2  | 9º   | 2029  | 4  | -11,4 | 5º  | 1377  | 3  | -32,1 | 7º   | 1992  | 3  | 44,7  | 7º   | 1829  | 3  | -8,1  | 8º   |
| Holanda  | 3452  | 3  | 6º   | 1568  | 3  | -54,5 | 7º  | 1600  | 4  | 2,0   | 6º   | 2232  | 3  | 24,5  | 6º   | 1850  | 3  | -18,0 | 7º   |
| Brasil   | 4447  | 4  | 5º   | 2604  | 6  | -41,4 | 4º  | 5272  | 6  | 102,5 | 4º   | 2991  | 3  | -43,3 | 4º   | 3441  | 5  | 15,0  | 4º   |
| E.U.A    | 967   | 1  | 12º  | 846   | 2  | -12,5 | 10º | 856   | 2  | 1,2   | 10º  | 1644  | 2  | 92,1  | 9º   | 1221  | 2  | -25,7 | 9º   |
| Japão    | 968   | 1  | 11º  | 401   | 1  | -58,5 | 12º | 390   | 1  | -2,7  | 12º  | 435   | 1  | 11,5  | 12º  | 16    | 1  | -96,3 | 12º  |
| Bélgica  | 2484  | 2  | 8º   | 1151  | 2  | -53,6 | 9º  | 1098  | 2  | -4,6  | 9º   | 1481  | 2  | 34,9  | 10º  | 1214  | 2  | -18,0 | 10º  |
| Canadá   | 969   | 1  | 10º  | 475   | 1  | -50,9 | 11º | 441   | 1  | -7,2  | 11º  | 701   | 1  | 59,0  | 11º  | 708   | 1  | 0,9   | 11º  |

Fonte: Guimarães Turismo

### Plataforma Interativa de Informação turística

Uma importante ferramenta de comunicação e indicador da procura de informação turística do concelho é o website, [www.guimaraesturismo.com](http://www.guimaraesturismo.com). A versão do site, incluída na Plataforma de Informação Turística, registou um aumento de procura desde a sua disponibilização em Setembro de 2011. O visitante moderno tem novas formas de aceder a informação do destino. A possibilidade de aceder a informação validada pelo município e actualizada diariamente torna toda a experiência de visita e de acesso á informação inovadora e corresponde á evolução das tecnologias de informação e comunicação.

**GRÁFICO n.º2 – Website guimaraesturismo.com**



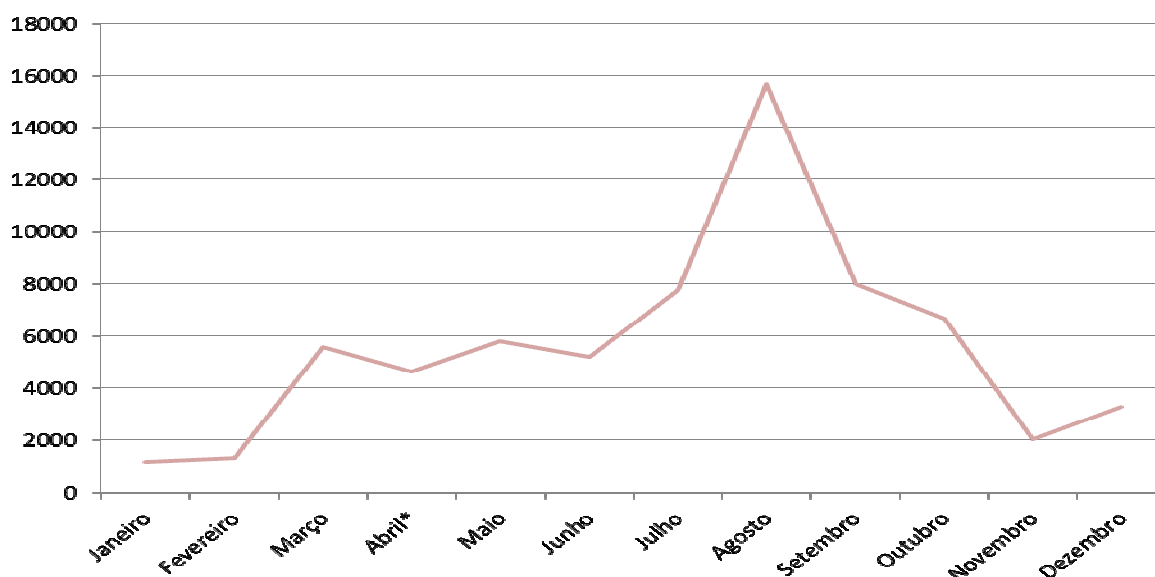
**Fonte: Guimarães Turismo**

Comparando os valores de 2015 e de 2016, regista-se uma ligeira diminuição do número de páginas visitadas, -10,1%. No número de visitas verifica-se um aumento de 1,7%.

## Sazonalidade

Guimarães, à semelhança da maior parte dos destinos turísticos nacionais e internacionais, sofre do efeito da sazonalidade, um dos maiores dilemas do turismo mundial e para o qual a generalidade dos responsáveis pelo turismo tenta encontrar soluções. Observando o gráfico n.º3, facilmente se constata que o turismo na cidade sofre de sazonalidade, com picos de procura nos meses de Verão, principalmente Agosto, e quebras nos meses de Inverno.

**GRÁFICO n.º3 – Sazonalidade visitantes**



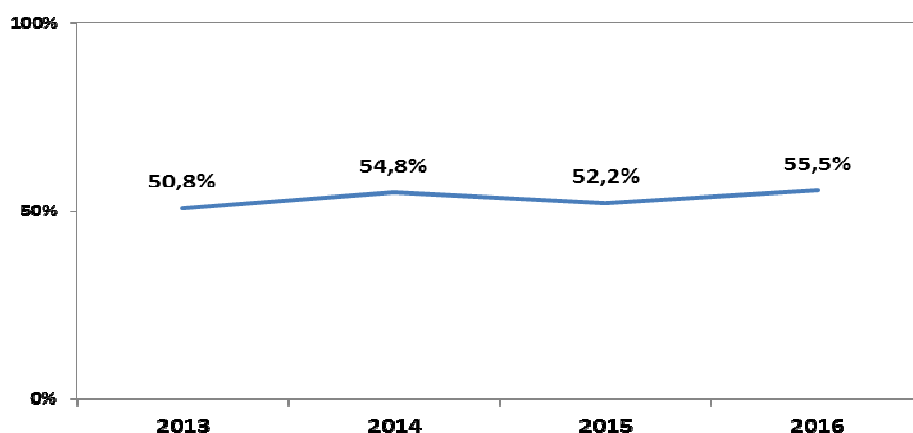
**Fonte: Guimarães Turismo**  
 (\*abertura do WelcomeCenter)

Ao analisar o gráfico n.º3, observa-se que, o período entre abril e setembro, com especial incidência no mês de agosto, é quando Guimarães regista o maior número de visitantes. Estes 5 meses representaram no ano de 2016, 70% do total de visitantes aos Postos de informação turística. Correspondendo aos meses de julho, agosto e setembro, os tradicionais meses de verão, 43% do total de visitantes.

### **Ocupação Hoteleira**

Para uma análise mais completa do fenómeno da procura, é fundamental conhecer números relativos às taxas de ocupação na hotelaria. E os números aqui apresentados referem-se apenas às taxas de ocupação-quarto (O.Q.), fornecidos por algumas das principais unidades hoteleiras do concelho de Guimarães.

**GRÁFICO n.º 4 – Média O.Q. em Guimarães**



**Fonte: Guimarães Turismo**

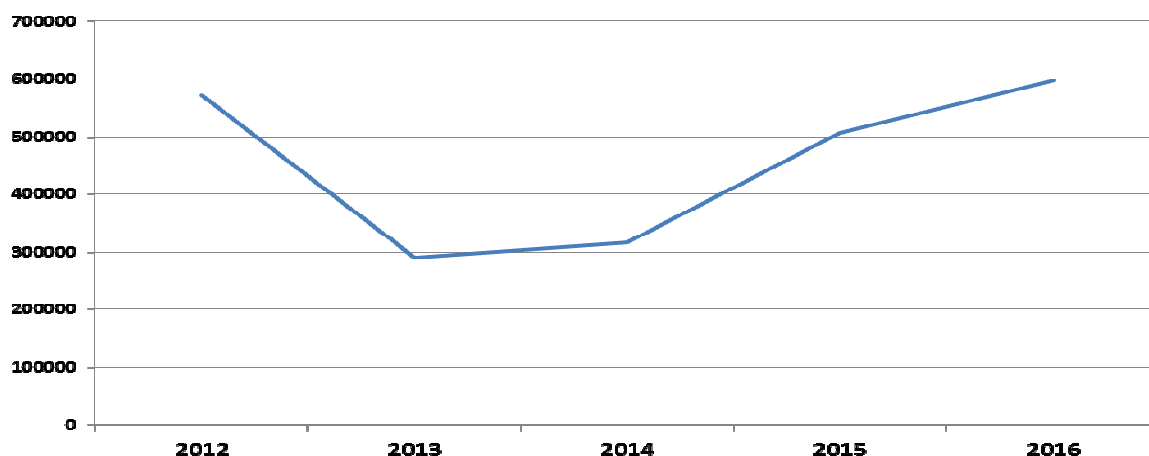
Pode-se verificar que a ocupação-quarto na modalidade de hotelaria acompanha de forma genérica a evolução positiva do número de visitantes e utilizadores do website. O ano de 2016 regista um ligeiro aumento comparativamente ao ano de 2015. De referir que nos últimos anos, e apesar de um aumento de capacidade de oferta de alojamento, não só em hotelaria como em outras modalidades, com destaque para o alojamento local, o concelho tem mantido taxas médias de Ocupação-Quarto acima dos 50%.

### **Equipamentos culturais**

De modo a melhor podermos avaliar o impacto do turismo no concelho importa recorrer a todos os dados disponíveis. Assim, são também aqui analisados dados referentes a equipamentos culturais existentes no concelho, nomeadamente, o Museu do Palácio dos Duques de Bragança, Castelo de Guimarães, o Museu Alberto Sampaio, a Plataforma das Artes e a Casa da Memória, que abriu no mês de abril.

O último ano regista um aumento de 17,8% do número de visitantes a equipamentos culturais do concelho comparativamente com o ano anterior, superando valores aos do ano de 2012, ano da Capital Europeia da Cultura.

**Gráfico n.º5 – Afluência de visitas a equipamentos culturais**



Fonte: Guimarães Turismo

## CONCLUSÕES

- Através da análise dos diversos indicadores disponíveis, constata-se, que na última década, o concelho tem visto aumentar a sua notoriedade e capacidade de atrair visitantes de forma crescente.
- A WEB tem-se assumido como uma importante forma de aceder á informação turística do município. Registando-se para 2016 um ligeiro decréscimo do total de páginas visitadas (-10,1%). Quanto ao número de visitas verifica-se um aumento de 1,7%.
- Portugal, Espanha e França ocupam, os primeiros lugares no ranking de nacionalidades que integram os registos de visitantes. Em 2016 confirmam-se as mesmas posições de 2015 com Portugal a ocupar a terceira posição (10%) e a França (20%) a ocupar a segunda posição. Mantem-se a Espanha ( 40%) a liderar como principal mercado emissor.
- O período entre abril e setembro, é o que regista maior número de visitantes. Estes 6 meses representaram no ano de 2016, 70% do total de visitantes á loja de turismo. Correspondendo aos meses de julho, agosto e setembro, os tradicionais meses de verão, 43% do total de visitantes.
- O ano de 2016 registou um aumento de 3,3pp na média de Ocupação-Quarto, nas principais unidades hoteleiras do concelho.
- Regista-se um aumento de 17,8% no número de visitantes aos equipamentos culturais.

Vitor Marques

Guimarães, 17 de janeiro de 2016