

Através do presente documento realiza-se uma síntese dos resultados dos principais indicadores da atividade turística em Guimarães. Estes indicadores permitem acompanhar a evolução do setor e ajustar as estratégias de promoção e comunicação do destino. Esta informação faz essencialmente uma apresentação descritiva e quantitativa dos dados recolhidos.

Relatório Estatístico 2025

Turismo de Guimarães

Índice

INTRODUÇÃO.....	3
1. AEROPORTO FRANCISCO SÁ CARNEIRO	4
2. INDICADORES DA PROCURA TURÍSTICA EM GUIMARÃES – ANO DE 2025	8
2.1 AFLUÊNCIA AO POSTO DE TURISMO	8
2.2 ALOJAMENTOS TURÍSTICOS.....	9
2.2.1 HÓSPEDES E DORMIDAS.....	9
2.2.2 NACIONALIDADE DOS HÓSPEDES	11
2.2.3 INDICADORES DE DESEMPENHO	11
2.3 VISITAÇÃO AOS PRINCIPAIS MONUMENTOS, MUSEUS E SÍTIOS ARQUEOLÓGICOS	14
2.4 SAZONALIDADE TURÍSTICA.....	14
2.5 PLATAFORMA DIGITAL VISIT GUIMARÃES	15
3. INDICADORES DA PROCURA TURÍSTICA NO PERÍODO DE VERÃO	17
3.1 ALOJAMENTOS TURÍSTICOS.....	17
3.1.1 HÓSPEDES E DORMIDAS.....	17
3.1.2 INDICADORES DE DESEMPENHO	18
3.2 VISITAÇÃO AOS PRINCIPAIS MONUMENTOS, MUSEUS E SÍTIOS ARQUEOLÓGICOS	20
3.3 VIAGENS NO TELEFÉRICO DE GUIMARÃES.....	20
3.4 INDICADORES DO CONSUMO – SIBS ANALYTICS.....	21
CONCLUSÃO	22

INTRODUÇÃO

O presente documento tem como objetivo analisar, de forma integrada, a evolução da atividade turística em Guimarães, bem como os fluxos de entrada de turistas no Norte de Portugal, com base nos dados disponíveis para o ano de 2025. A análise incide, em particular, sobre os principais indicadores da procura turística, com destaque para o setor do alojamento, enquanto referência central para a compreensão da dinâmica e desempenho do turismo no território.

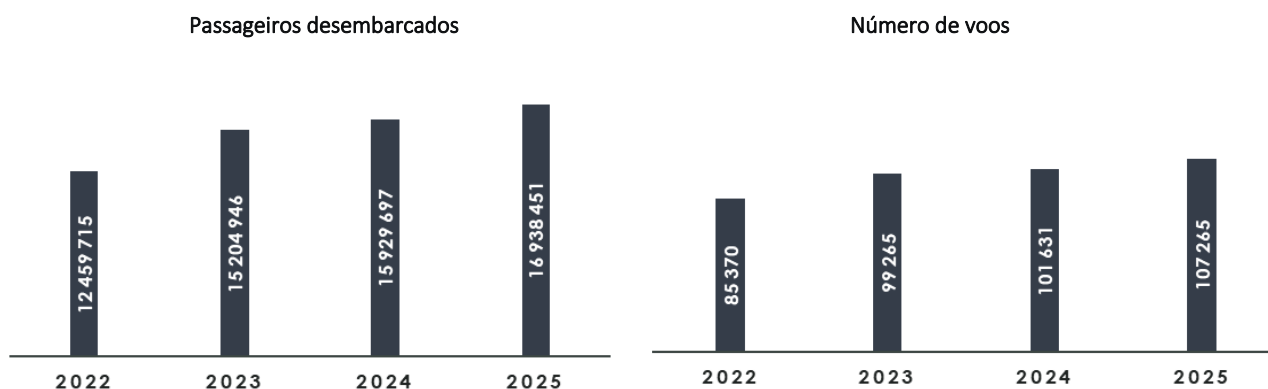
A abordagem adotada assume um carácter predominantemente descritivo e quantitativo, sendo complementada por uma perspetiva comparativa com anos anteriores e com outros territórios. Esta metodologia permite não só avaliar a evolução recente do setor, mas também posicionar Guimarães no contexto regional e nacional, identificando tendências, padrões de comportamento e eventuais desafios estruturais.

O documento encontra-se estruturado em três eixos fundamentais. O primeiro centra-se na análise dos dados da ANA – Aeroportos de Portugal, permitindo enquadrar os fluxos de entrada de turistas no Norte de Portugal através do Aeroporto Francisco Sá Carneiro, principal infraestrutura aeroportuária da região e elemento relevante na acessibilidade ao destino. O segundo eixo incide sobre a análise global da atividade turística em Guimarães ao longo de 2025, com enfoque nos principais indicadores de desempenho do setor. Por fim, o terceiro eixo dedica-se à avaliação do comportamento da procura durante o período de verão, enquanto momento de maior intensidade turística.

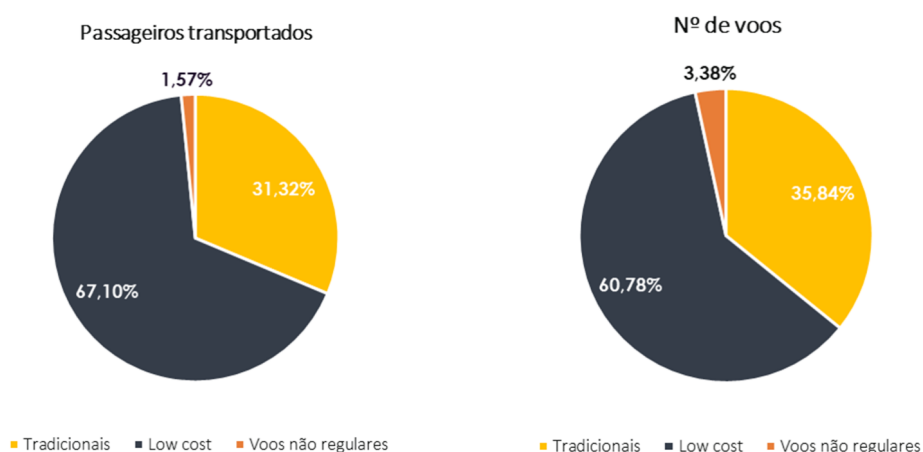
Neste enquadramento, a análise desenvolvida procura não apenas descrever a evolução da atividade turística, mas também identificar tendências e constrangimentos que condicionam a sua capacidade de gerar valor económico no território.

1. AEROPORTO FRANCISCO SÁ CARNEIRO

No ano de 2025, registou-se um crescimento contínuo dos principais indicadores, com destaque para o aumento do número de passageiros desembarcados (+6,33%) e do número de voos comerciais (+5,54%). Esta evolução confirma uma tendência consolidada de expansão da conectividade aérea, fundamental para o desenvolvimento turístico do território.



Um dos aspetos mais relevantes prende-se com a forte predominância das companhias aéreas low cost, como a Ryanair e a easyJet, que lideram de forma destacada tanto em número de voos como em passageiros transportados. Esta realidade evidencia um modelo de procura altamente sensível ao preço e orientado para viagens de curta e média duração.



Paralelamente, importa destacar o crescimento significativo de algumas companhias tradicionais, como a KLM, cuja expansão está associada ao reforço de ligações com mercados de elevado potencial, nomeadamente os

Países Baixos. Este tipo de ligações assume especial relevância estratégica, uma vez que tende a atrair turistas com maior capacidade de gasto.

TOP 15 COMPANHIAS POR Nº DE VOOS E PASSAGEIROS				
COMPANHIA AÉREA	2025			
	Nº de voos	Var. %	Passageiros	Var. %
Ryanair	33 597	6,9%	5 985 538	7,4%
easyJet	18 321	-0,7%	3 066 118	0,2%
TAP Air Portugal	13 905	-1,4%	1 749 870	0,2%
vueling	3 239	3,6%	555 675	-0,4%
Air Europa	2 903	1,1%	410 787	1,6%
Transavia	896	14,6%	165 358	18,9%
Iberia	3 278	1,0%	353 157	-7,1%
Lufthansa	3 243	2,0%	563 082	0,6%
KLM	2 536	19,6%	353 839	25,4%
Swiss International	2 472	0,7%	360 656	5,6%
Turkish Airlines	1 404	9,5%	188 706	14,2%
Transavia France	4 836	4,7%	815 780	3,8%
Air France	1 040	7,9%	131 163	1,6%
Wizz Air	922	21,0%	196 092	21,3%
Brussels Airlines	1 073	13,8%	163 989	10,3%

Relativamente aos aeroportos emissores, destacam-se cidades como Paris, Madrid, Barcelona, Genebra e Amesterdão, evidenciando uma forte ligação a mercados europeus de proximidade, bem como a hubs internacionais. No entanto, os crescimentos mais expressivos verificaram-se em aeroportos associados a mercados estratégicos, como Amesterdão e Bruxelas, reforçando o seu potencial enquanto mercados emissores de maior valor.

Principais aeroportos de proveniência	Passageiros
Paris, Orly	1 226 442
Madrid	970 836
Lisboa	706 151
Genebra	831 648
Luxemburgo	520 588
Barcelona	739 530
Paris, Beauvais	340 454
Zurique	486 645
Londres, Stansted	382 265
Frankfurt	362 304
Lyon, St. Exupery	291 924
Londres, Gatwick	456 614
Basileia	252 778
Milão, Malpensa	232 358
Amsterdão	519 219
Milão/Bergamo	179 337
Newark	217 698
Marselha	174 324
Bruxelas	470 095
Bordéus	109 361
Nantes	238 371
Toulouse, Blagnac	110 268
Munique	206 318
Colónia	107 817
Istambul	188 706
Eindhoven	124 212
Dublin	122 550
Manchester	159 105
Valencia	172 708
Sevilha	138 484
Bristol	120 080
Roma, Fiumicino	209 453

Apresenta-se, de seguida, o quadro relativo aos aeroportos emissores que registaram os maiores crescimentos no ano de 2025.

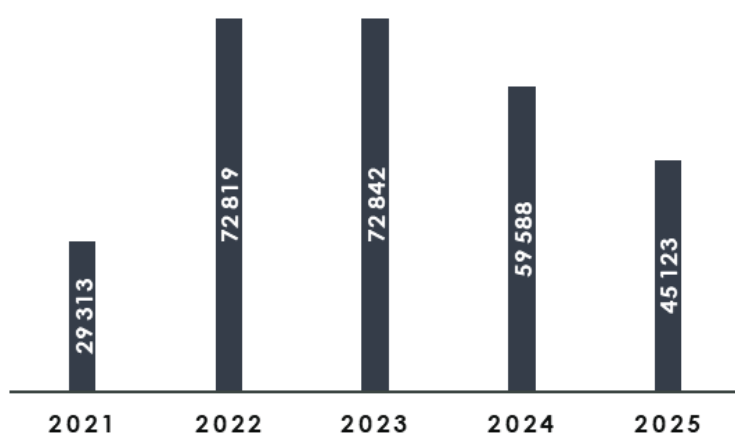
Aeroporto de proveniência	Var % face a 2024
Paris, Orly	7,65%
Amsterdão	23,62%
Bruxelas	14,70%
Bruxelas, Charleroi	20,25%

2. INDICADORES DA PROCURA TURÍSTICA EM GUIMARÃES – ANO DE 2025

2.1 AFLUÊNCIA AO POSTO DE TURISMO

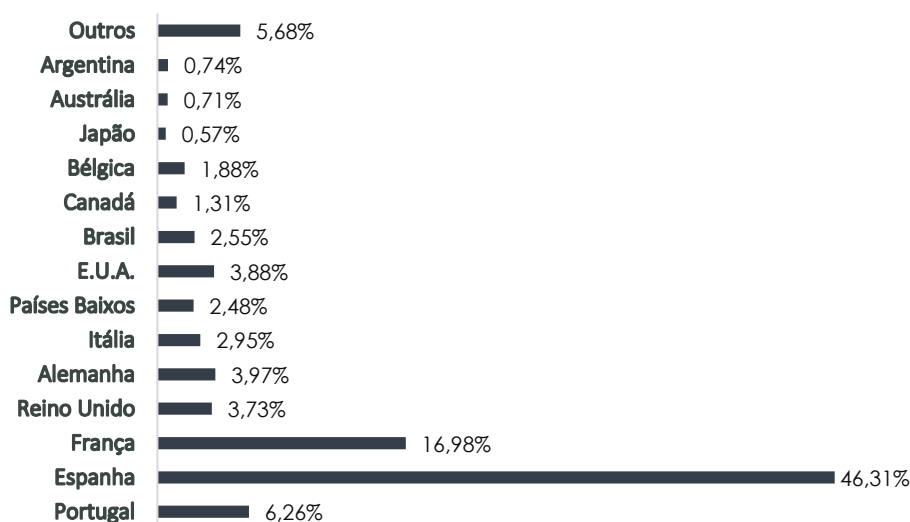
A afluência aos postos de turismo tem vindo a diminuir de forma consistente, tendência que se acentuou em 2025. Esta evolução não deve ser interpretada como uma redução da procura turística, mas sim como uma mudança no comportamento dos visitantes.

Com o acesso generalizado à informação digital, os turistas chegam cada vez mais preparados ao destino, reduzindo a necessidade de recorrer a serviços presenciais de informação. Este fenómeno reflete uma transformação estrutural no perfil do visitante, mais autónomo e digital.



Os principais mercados emissores de turistas para Guimarães continuam a ser Espanha, França e Portugal, com destaque claro para o mercado espanhol, que representa uma fatia muito significativa da procura.

No entanto, observa-se uma evolução interessante na composição dos mercados, com crescimento de países como os Estados Unidos, Reino Unido e Alemanha, ao mesmo tempo que alguns mercados tradicionais registam ligeiras quebras.



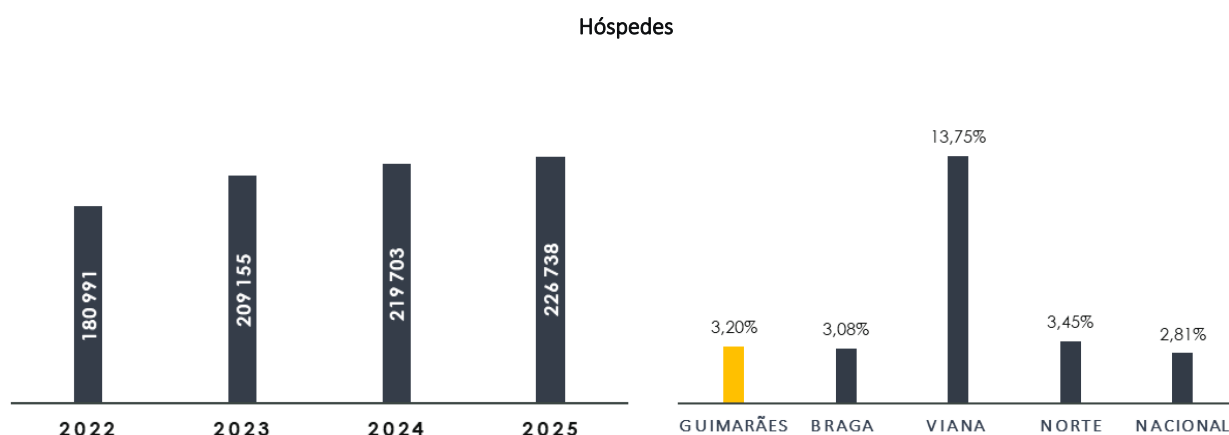
☞ A forte dependência de mercados de proximidade garante volume, mas pode limitar a rentabilidade. O crescimento de mercados de longa distância representa uma oportunidade para aumentar o valor gerado por visitante.

2.2 ALOJAMENTOS TURÍSTICOS

Os dados relativos ao setor do alojamento, disponibilizados pelo INE, assumem-se como a principal referência para a análise da dinâmica evolutiva do turismo no território, na medida em que refletem de forma direta o comportamento da procura turística, nomeadamente ao nível do número de hóspedes, dormidas e indicadores de desempenho das unidades de alojamento.

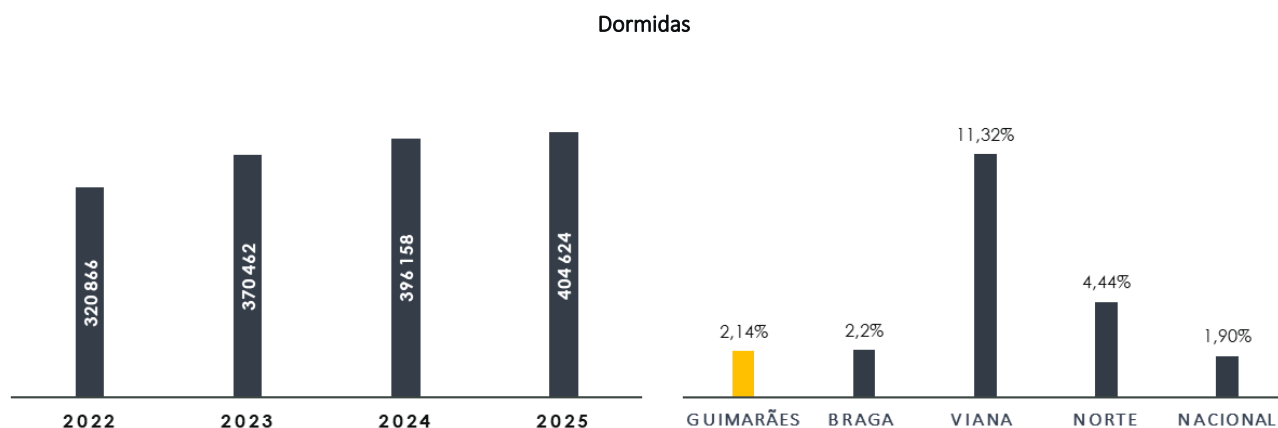
2.2.1 HÓSPEDES E DORMIDAS

O número de hóspedes nos alojamentos turísticos de Guimarães registou um crescimento de cerca de 3,2%. Este crescimento, quando comparado com outros territórios, posiciona o concelho de forma relativamente positiva: superior ao verificado a nível nacional e também acima de Braga, mas ainda aquém da Região Norte e, sobretudo, bastante distante do desempenho de Viana do Castelo, que apresenta uma dinâmica de crescimento significativamente mais intensa.



Contudo, ao analisar o indicador das dormidas, que constitui uma medida mais robusta do impacto turístico, a posição relativa de Guimarães torna-se menos favorável. Apesar de se registar um crescimento de 2,13%, este

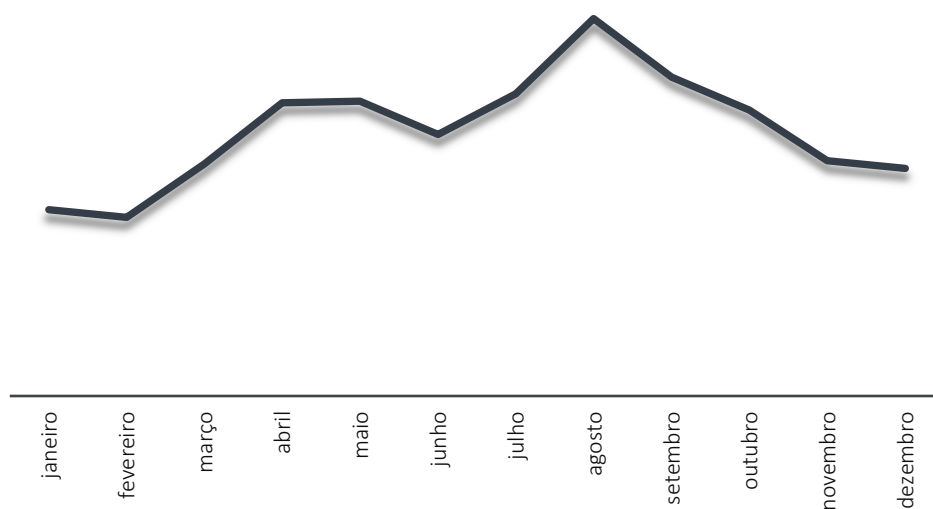
valor é um dos mais baixos no conjunto dos territórios analisados, ficando claramente abaixo da Região Norte e de Viana do Castelo, e aproximando-se mais de uma situação de estabilização do que de crescimento efetivo.



👉 A divergência entre o aumento do número de hóspedes e o crescimento mais moderado das dormidas traduz-se na manutenção de uma estada média reduzida, fixada em cerca de 1,8 noites, sem variação face aos anos anteriores.

👉 Este comportamento evidencia uma limitada capacidade de retenção dos visitantes e reforça a perceção de que Guimarães funciona, em muitos casos, como um destino de curta duração ou como parte integrante de circuitos turísticos mais amplos.

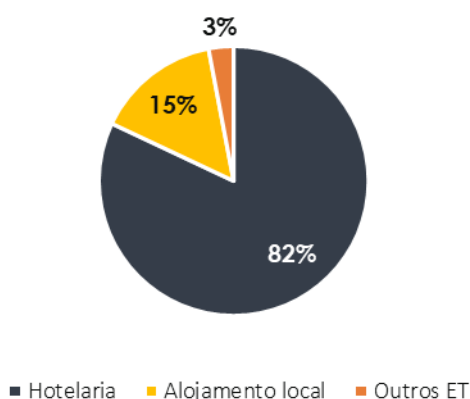
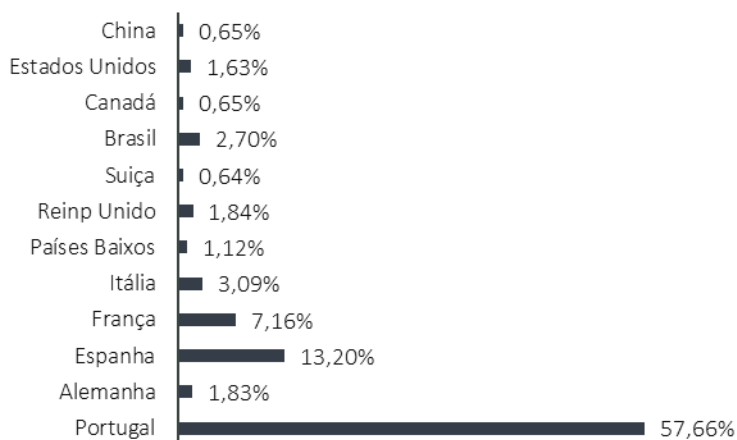
A distribuição da procura ao longo do ano evidencia uma concentração nos meses entre maio e outubro, com destaque para agosto, que continua a representar o pico da atividade turística.



2.2.2 NACIONALIDADE DOS HÓSPEDES

A estrutura da procura revela que cerca de 58% dos hóspedes são nacionais, enquanto 42% são estrangeiros. Entre estes, destacam-se os mercados espanhol, francês, italiano e brasileiro.

No entanto, ao nível das dormidas, os turistas estrangeiros assumem maior peso, o que indica uma estada média superior face aos visitantes nacionais.



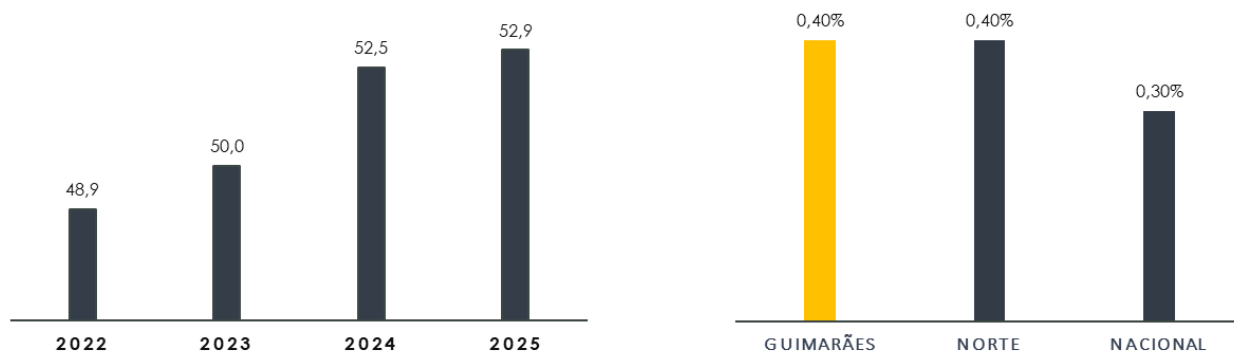
A grande maioria dos turistas opta por estabelecimentos hoteleiros (cerca de 82%), seguindo-se o alojamento local e, com menor expressão, o turismo em espaço rural.

2.2.3 INDICADORES DE DESEMPENHO

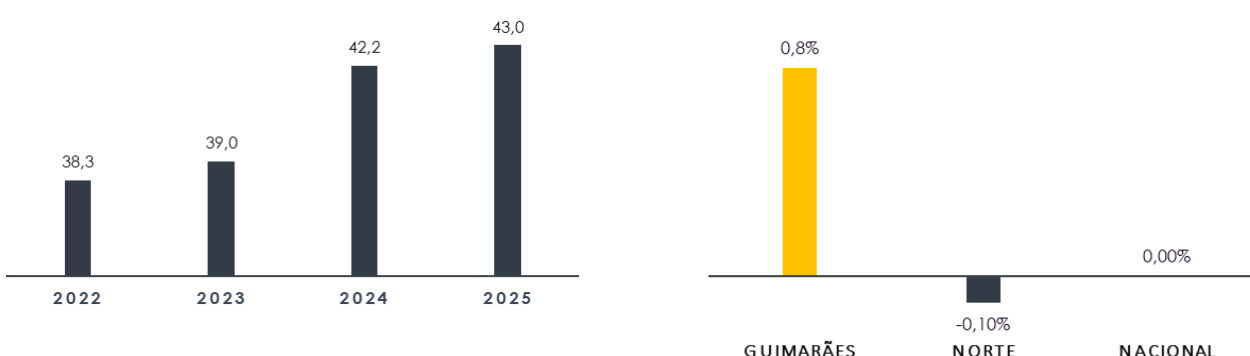
A análise das taxas de ocupação permite uma leitura mais equilibrada do posicionamento do destino. Em 2025, tanto a taxa líquida de ocupação-quarto como a taxa de ocupação-cama apresentam ligeiros crescimentos, situando-se globalmente em linha com a média nacional e da Região Norte.

Este alinhamento sugere que, do ponto de vista da utilização da capacidade instalada, Guimarães não apresenta fragilidades significativas face a outros territórios.

Taxa líquida de ocupação-quarto



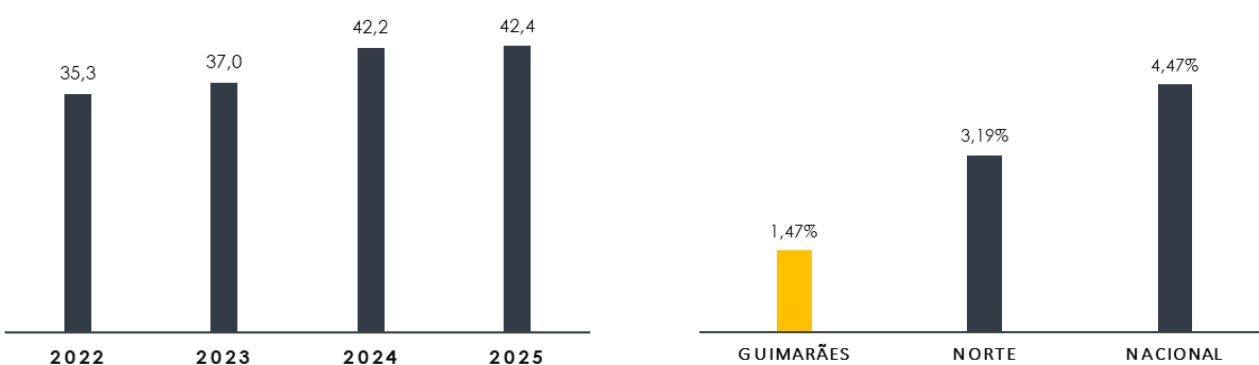
Taxa líquida de ocupação-cama



No entanto, esta relativa estabilidade não se traduz numa melhoria proporcional da rentabilidade, como se verifica através da análise dos indicadores económicos do setor.

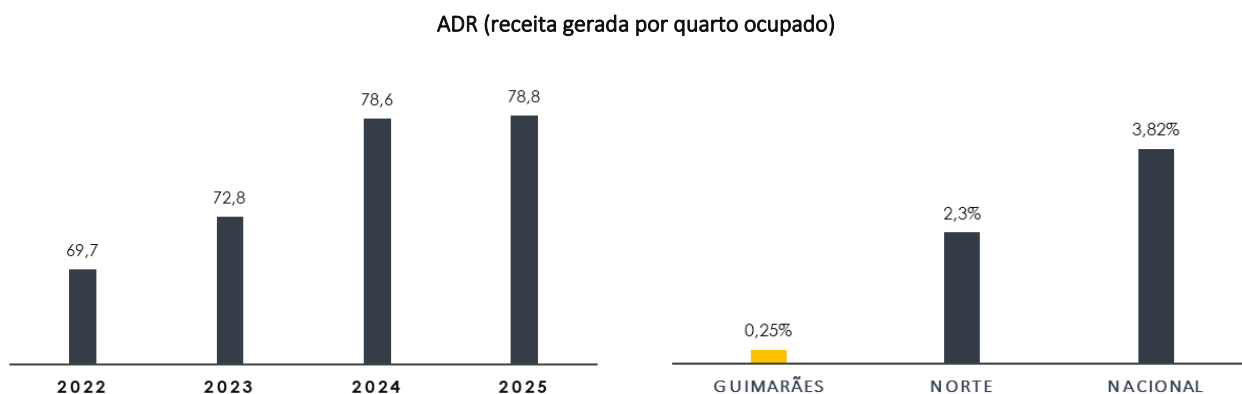
De facto, tanto o RevPAR como o ADR evidenciam um comportamento particularmente revelador das limitações estruturais do destino. O crescimento do RevPAR em 2025 é residual, divergindo claramente da evolução registada na Região Norte e no conjunto do país, onde este indicador apresenta aumentos mais expressivos. Acresce que, em termos absolutos, a receita gerada por quarto disponível em Guimarães permanece significativamente abaixo das médias nacional e regional.

RevPar (receita gerada por quarto disponível)

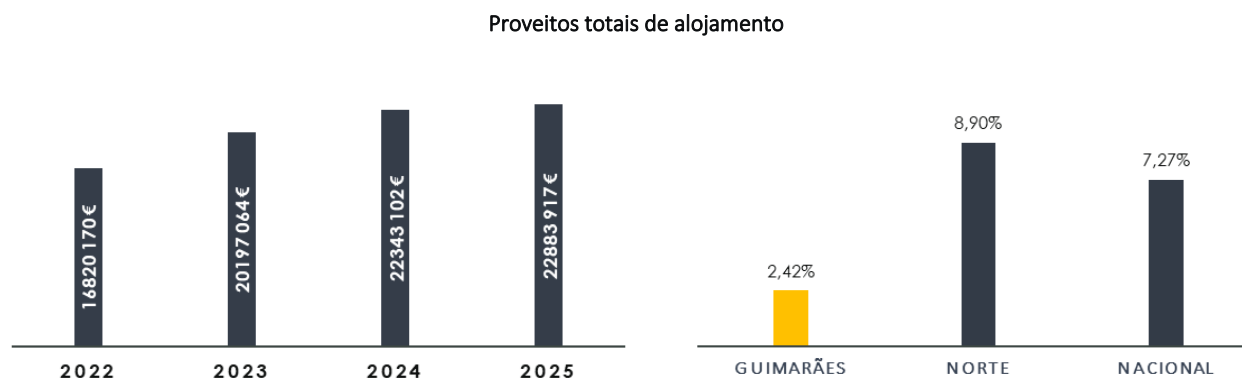


Situação semelhante verifica-se ao nível do ADR, cujo crescimento é igualmente muito reduzido (cerca de 0,25%) e claramente inferior ao registado nos territórios em comparação.

👉 Esta realidade confirma que, apesar do aumento da procura, o destino não está a conseguir traduzir esse crescimento em valorização económica da sua oferta, ao contrário do que sucede em mercados mais consolidados ou com maior capacidade de posicionamento.



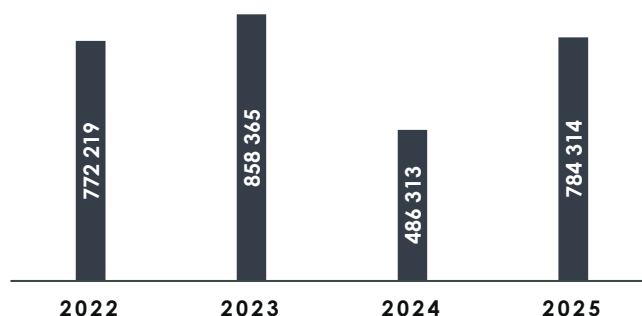
A análise dos proveitos totais do alojamento revela, ainda assim, um crescimento de 2,42%, indicando que o aumento do volume de procura continua a ter um efeito positivo na receita global do setor. No entanto, quando comparado com outros territórios, este crescimento não assume um carácter diferenciador, antes reforçando a ideia de um desempenho moderado e alinhado com uma lógica de crescimento extensivo, assente no aumento do número de visitantes, mas não necessariamente na sua valorização económica.



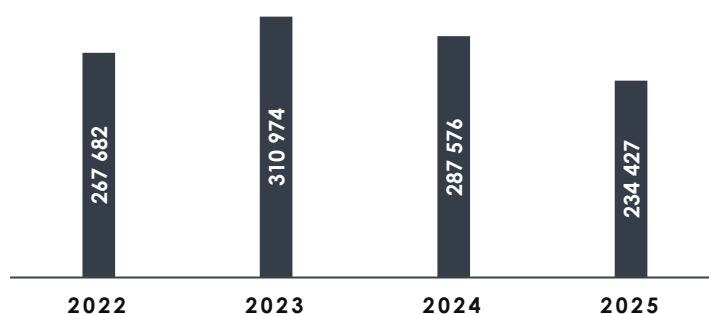
👉 **Interpretação crítica:** Os dados sugerem que Guimarães está a crescer em volume, mas não em valor. A baixa estada média e os níveis reduzidos de rentabilidade indicam que o destino ainda não conseguiu posicionar-se como uma opção para estadias prolongadas ou de maior valor económico.

2.3 VISITAÇÃO AOS PRINCIPAIS MONUMENTOS, MUSEUS E SÍTIOS ARQUEOLÓGICOS

A visitação aos principais monumentos, museus e sítios arqueológicos apresentou uma recuperação em 2025, após uma quebra significativa no ano anterior. No entanto, essa quebra esteve associada a fatores extraordinários, como obras no Castelo de Guimarães e ausência de controlo de entradas.



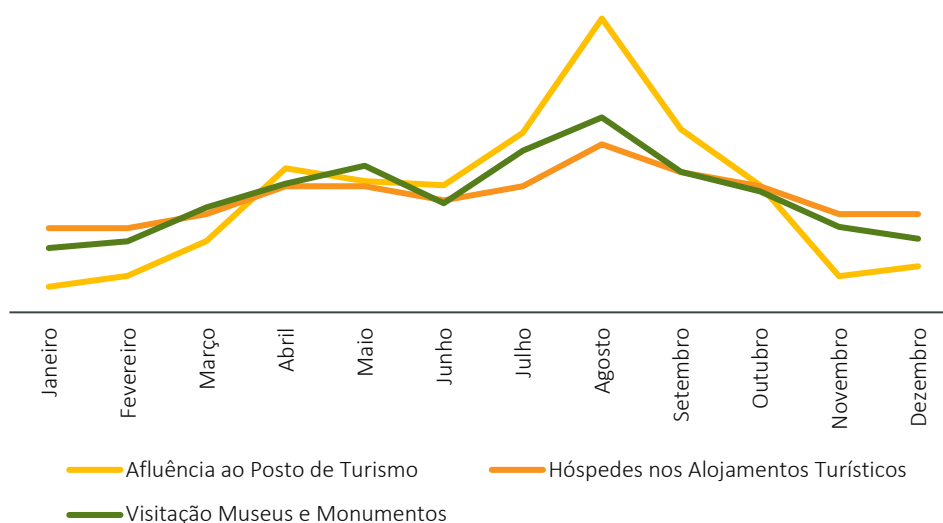
O teleférico registou uma redução no número de viagens (-18%), influenciada por períodos de encerramento para manutenção e, eventualmente, por uma menor utilização por residentes.



2.4 SAZONALIDADE TURÍSTICA

A análise da sazonalidade revela um padrão típico, com forte concentração da procura nos meses de verão e níveis reduzidos no inverno. Janeiro e fevereiro apresentam os valores mais baixos, enquanto julho e agosto correspondem ao pico da atividade.

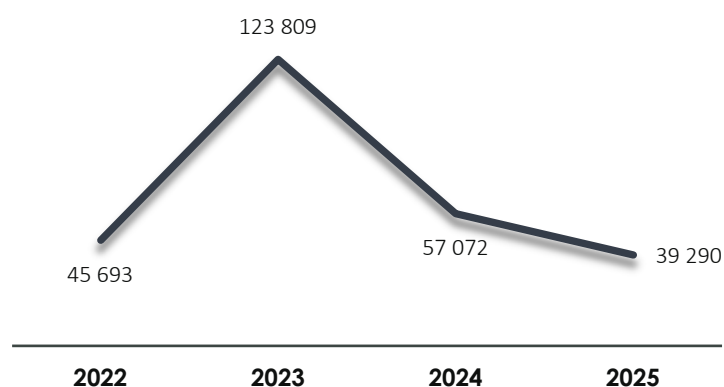
Observa-se, contudo, alguma consistência nos meses de primavera e início do outono, o que poderá indicar um ligeiro progresso na mitigação da sazonalidade.



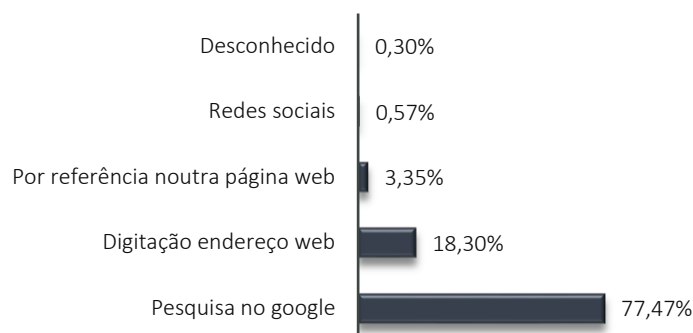
🔗 Apesar de alguns sinais positivos, a sazonalidade continua a ser um dos principais desafios estruturais do turismo em Guimarães.

2.5 PLATAFORMA DIGITAL VISIT GUIMARÃES

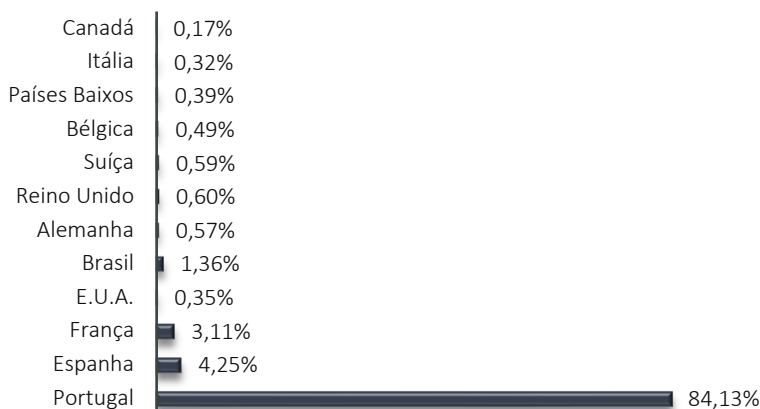
O site oficial do turismo tem vindo a registar uma diminuição no número de acessos, bem como uma baixa taxa de exploração de conteúdos, sendo que uma parte significativa dos utilizadores se limita à página inicial.



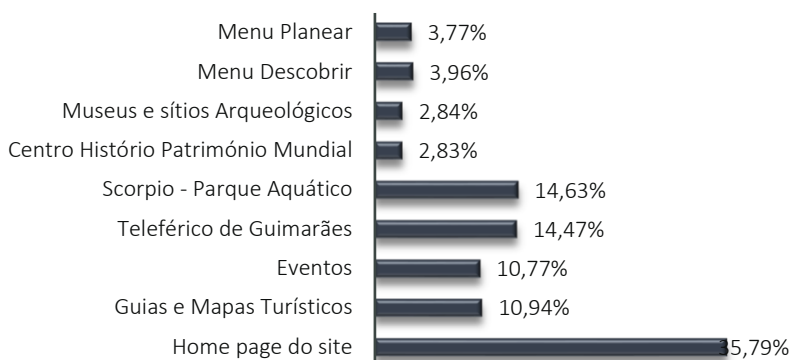
A maioria dos acessos é realizada através de motores de busca, enquanto as redes sociais apresentam uma expressão muito reduzida como canal de entrada.



O público que mais acede a esta plataforma, em termos de nacionalidade, é o português, largamente destacado com cerca de 84%, seguido do espanhol com 4,25% e o francês com 3,11% de acessos. É de registar que as nacionalidades com mais acessos, está em linha com os principais mercados de procura analisados anteriormente.



Relativamente às páginas/tópicos mais pesquisados, temos que a grande maioria, cerca de 36%, apenas acede à “home page”, não visualizando outras páginas ou conteúdos do site. Estranhamente, as páginas/tópicos relacionados com os museus, monumentos e áreas classificadas pela UNESCO registam baixos acessos, assim como o menu “planear”, o que indicia que o público que utiliza esta ferramenta não o faz com o intuito de permanecer muito tempo em Guimarães.



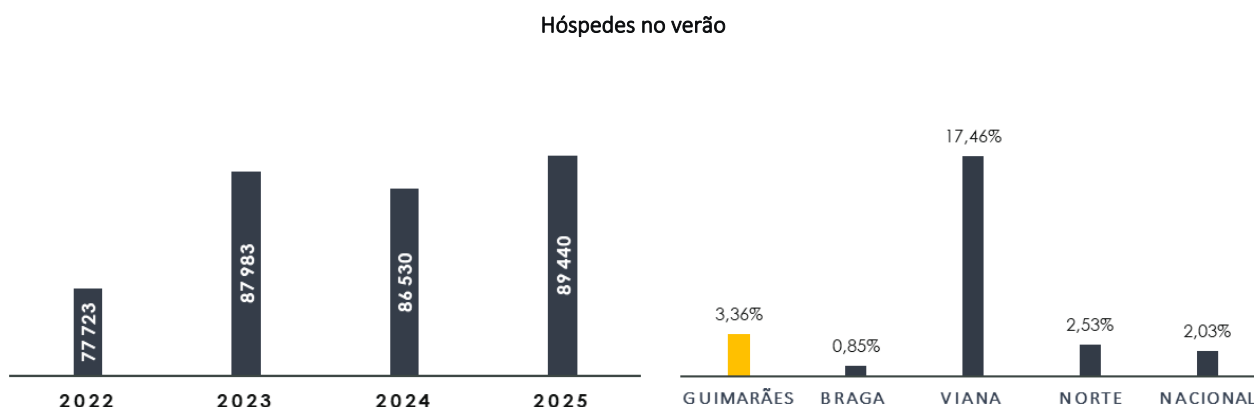
3. INDICADORES DA PROCURA TURÍSTICA NO PERÍODO DE VERÃO

O período de verão constitui tradicionalmente a fase mais relevante da atividade turística em Guimarães, concentrando uma parte significativa da procura anual e permitindo avaliar o desempenho do destino em condições de maior pressão sobre a oferta. A análise detalhada dos diferentes indicadores revela uma realidade simultaneamente positiva em termos de volume e mais desafiante em termos de rentabilidade e eficiência operacional.

3.1 ALOJAMENTOS TURÍSTICOS

3.1.1 HÓSPEDES E DORMIDAS

Durante o verão de 2025, Guimarães registou um crescimento do número de hóspedes (+3,36%) superior ao de vários territórios comparáveis, sendo mesmo o segundo com melhor desempenho, logo após Viana do Castelo.



Contudo, este dinamismo não se reflete nas dormidas, cujo crescimento (1,86%) se situa abaixo da média nacional e da Região Norte, confirmando novamente a dificuldade em prolongar a estada dos visitantes.

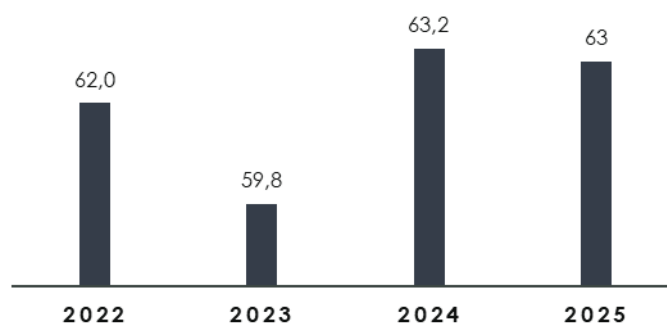


3.1.2 INDICADORES DE DESEMPENHO

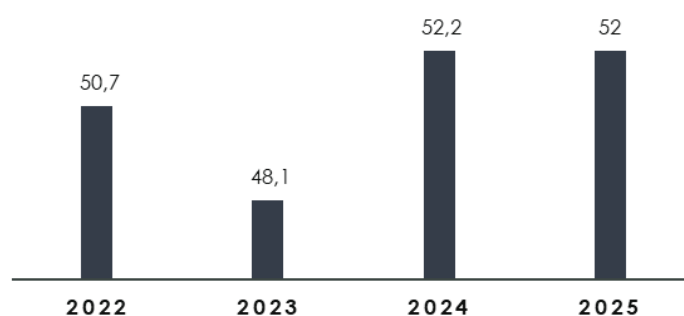
Mais relevante, ainda, é o comportamento dos indicadores de eficiência e rentabilidade durante o verão. Apesar do aumento da procura, verificam-se quebras na taxa de ocupação, no RevPAR (-3,91%) e no ADR (-4%), o que contrasta com o padrão esperado e com o comportamento de outros destinos, onde o período de verão tende a maximizar a rentabilidade.

👉 Esta divergência sugere que Guimarães enfrenta uma maior pressão competitiva, possivelmente associada ao aumento da oferta ou a uma maior sensibilidade ao preço por parte da procura, conduzindo a uma redução das tarifas médias e da eficiência na utilização da capacidade instalada.

Taxa líquida de ocupação-quarto

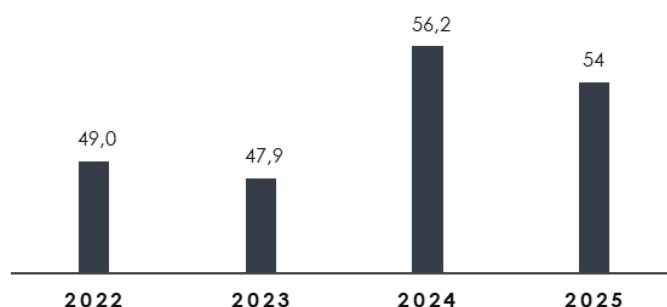


Taxa líquida de ocupação-cama



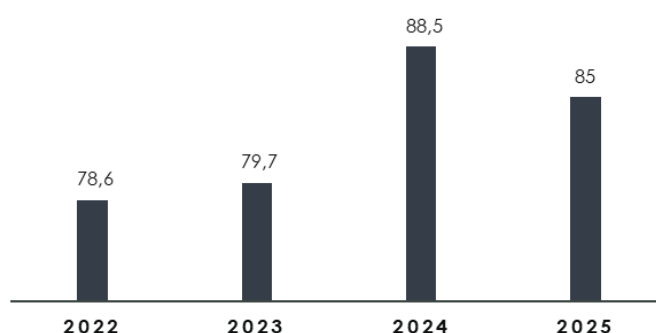
O RevPar apresentou uma redução de 3,91%, indicando uma quebra na capacidade de geração de receita por unidade de alojamento disponível. Este resultado reflete uma menor eficiência na rentabilização da oferta hoteleira durante o período de maior procura.

RevPar no período de verão em Guimarães



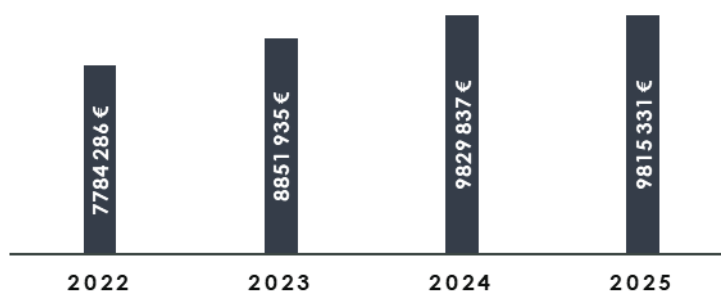
O ADR registou igualmente uma diminuição de cerca de 4%, evidenciando uma redução no preço médio praticado por quarto ocupado. Esta evolução pode estar associada a dinâmicas concorrenciais mais intensas ou a uma maior sensibilidade ao preço por parte da procura.

ADR no período de verão em Guimarães



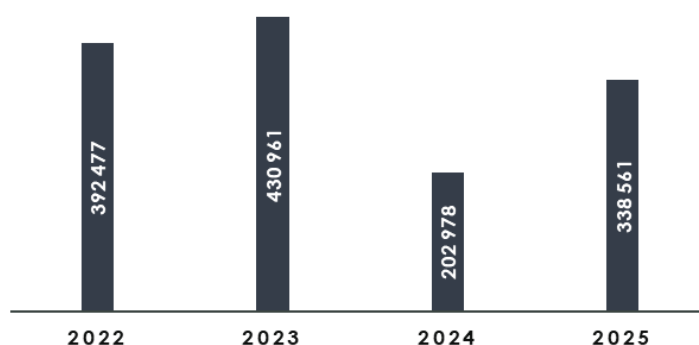
Apesar das variações negativas em alguns indicadores de rentabilidade, os proveitos totais do alojamento turístico registaram um ligeiro crescimento de 0,14%, sugerindo que o aumento do volume de procura terá compensado parcialmente a redução dos preços médios e da eficiência operacional.

Proveitos totais nos alojamentos turísticos no período de verão em Guimarães



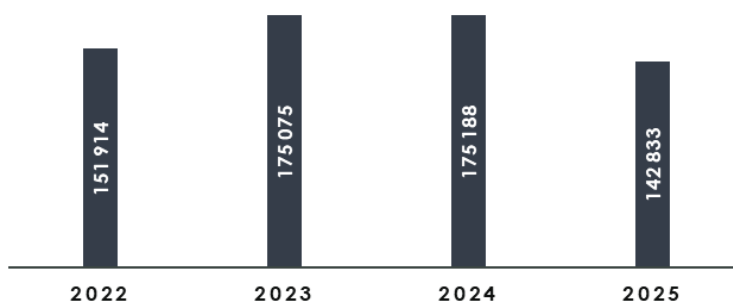
3.2 VISITAÇÃO AOS PRINCIPAIS MONUMENTOS, MUSEUS E SÍTIOS ARQUEOLÓGICOS

No período de verão, registou-se um crescimento expressivo de cerca de 67% na visitação aos principais monumentos, museus e sítios arqueológicos. Ainda assim, esta variação deve ser analisada com prudência, dado que o ano anterior foi significativamente condicionado pela ausência de controlo de entradas no Castelo de Guimarães durante vários meses, introduzindo um enviesamento que limita a comparabilidade direta entre períodos.



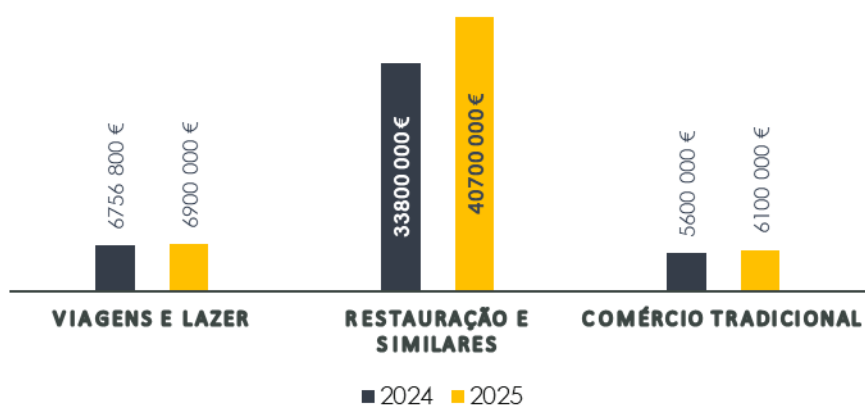
3.3 VIAGENS NO TELEFÉRICO DE GUIMARÃES

O número de viagens realizadas no Teleférico de Guimarães registou uma diminuição de aproximadamente 18%.



3.4 INDICADORES DO CONSUMO – SIBS ANALYTICS

Os dados de consumo disponibilizados pela SIBS, referentes ao período de verão, revelam um desempenho global positivo da economia local associada ao turismo. Registaram-se crescimentos de 2,12% no segmento de lazer e viagens, 20,4% na restauração e similares e 8,9% no comércio tradicional.



👉 Estes resultados evidenciam que, apesar de alguma pressão sobre os indicadores de rentabilidade no alojamento, o impacto económico do turismo na economia local permanece claramente positivo e transversal a vários setores.

CONCLUSÃO

Um dos principais fatores estruturantes da evolução recente do turismo no contexto da região norte do país é o desempenho do Aeroporto Francisco Sá Carneiro, que continua a registar valores recorde tanto ao nível do número de passageiros como de voos. Este crescimento, fortemente impulsionado pelas companhias aéreas low cost, evidencia a importância da conectividade aérea na captação de fluxos turísticos, sobretudo de mercados europeus. Neste contexto, destacam-se como principais mercados emissores Espanha, França e Portugal, embora se observe uma crescente diversificação da procura, com aumentos relevantes provenientes dos Estados Unidos, Reino Unido, Alemanha e Países Baixos, a par de ligeiras quebras em alguns mercados tradicionais.

No plano global, o ano de 2025 confirma a manutenção de uma trajetória positiva da atividade turística em Guimarães, ainda que marcada por alguns sinais menos positivos. Verifica-se um crescimento sustentado dos principais indicadores de procura, nomeadamente ao nível do número de hóspedes e dormidas, evidenciando a continuidade da atratividade do território, embora já distante dos ritmos de expansão mais acentuados registados em anos anteriores. Ainda assim, esta evolução ocorre a um ritmo moderado e revela limitações estruturais ao nível da valorização económica da atividade turística.

Com efeito, a análise integrada dos dados permite concluir que Guimarães continua a crescer essencialmente em volume, mas não em valor. A estada média mantém-se reduzida, fixando-se em cerca de 1,8 noites, o que evidencia uma limitada capacidade de retenção dos visitantes e reforça o posicionamento do destino como local de estadias curtas ou integrado em circuitos turísticos mais amplos. Paralelamente, os principais indicadores de rentabilidade do setor do alojamento, como o RevPAR e o ADR, apresentam crescimentos pouco expressivos e mantêm-se abaixo das médias nacional e regional, demonstrando dificuldades em converter o aumento da procura em maior receita por visitante.

Esta tendência torna-se particularmente evidente durante o período de verão, tradicionalmente o mais relevante para o setor. Apesar do aumento do número de hóspedes, registam-se quebras nos indicadores de rentabilidade, nomeadamente no RevPAR e no ADR, sugerindo uma crescente pressão sobre os preços e uma possível intensificação da concorrência. Este desfasamento entre a evolução da procura e o desempenho económico constitui um dos principais sinais de alerta identificados.

Adicionalmente, o destino continua a evidenciar uma forte dependência de mercados de proximidade, como Espanha, França e Portugal, que, embora garantam volume de procura, tendem a apresentar níveis de despesa média inferiores. Ainda assim, observa-se uma progressiva diversificação dos mercados emissores, com

crescimento de países como os Estados Unidos, Alemanha e Reino Unido, o que representa uma oportunidade relevante para aumentar o valor gerado por visitante.

A sazonalidade permanece como um dos principais desafios estruturais, com elevada concentração da procura nos meses de verão e níveis significativamente mais reduzidos no inverno. Apesar de alguns sinais de maior consistência nos períodos intermédios, a utilização da capacidade instalada fora da época alta continua a ser limitada.

Por outro lado, verifica-se uma transformação no comportamento dos turistas, cada vez mais autónomos e orientados para o digital, refletida na diminuição da afluência aos postos de turismo. No entanto, o desempenho da plataforma digital Visit Guimarães revela fragilidades, nomeadamente ao nível da baixa exploração de conteúdos e da reduzida eficácia das redes sociais como canal de captação, evidenciando a necessidade de reforço da estratégia digital do destino.

Neste contexto, o principal desafio estratégico para Guimarães passa por evoluir de um modelo assente no crescimento quantitativo da procura para uma lógica centrada na sua qualificação e valorização. Tal implica, por um lado, aumentar a estada média através do desenvolvimento de experiências integradas e de maior duração e, por outro, apostar na captação de segmentos com maior capacidade de gasto, nomeadamente no turismo cultural e internacional.

Paralelamente, torna-se fundamental mitigar a sazonalidade, através da dinamização da procura em períodos de menor afluência, bem como reforçar a presença digital e a capacidade de conversão dos canais online. A valorização da oferta turística e o reposicionamento do destino deverão ainda contribuir para melhorar os níveis de rentabilidade do setor, evitando uma excessiva dependência de estratégias baseadas no preço.

No plano regional, a comparação com Braga e Viana do Castelo permite aprofundar esta análise. Enquanto Braga apresenta um crescimento mais moderado, mas relativamente equilibrado entre hóspedes e dormidas, Viana do Castelo destaca-se como o território mais dinâmico, com desempenhos superiores na generalidade dos indicadores. Esta diferença poderá estar associada a fatores como o posicionamento turístico, a tipologia da oferta ou a capacidade de captar segmentos específicos de procura, nomeadamente associados ao turismo náutico e de sol e praia, que tendem a gerar estadias mais prolongadas.

Por outro lado, quando comparado com a Região Norte e com o conjunto do país, Guimarães evidencia um padrão consistente: crescimento em linha ou ligeiramente acima da média em termos de hóspedes, mas inferior nos indicadores de valor e de duração da estadia. Este posicionamento intermédio reforça a ideia de um destino em fase de consolidação, mas ainda sem atingir níveis de valorização económica comparáveis aos territórios mais competitivos.

Em síntese, Guimarães encontra-se numa fase de consolidação enquanto destino turístico, com bases sólidas de crescimento, mas com desafios claros ao nível da geração de valor. A capacidade de prolongar a estada dos visitantes, diversificar mercados e qualificar a experiência turística será determinante para reforçar a competitividade e sustentabilidade do destino no médio e longo prazo.

Neste contexto, o principal desafio estratégico passa por alterar este padrão de crescimento, evoluindo de um modelo assente no aumento do número de visitantes para uma lógica centrada na qualificação da procura, no prolongamento da estada média e na valorização da experiência turística. A comparação com outros territórios evidencia que este é o fator crítico que distingue os destinos mais dinâmicos e competitivos daqueles que, apesar de consolidados, enfrentam constrangimentos ao nível da geração de valor

Divisão de Turismo, 15 de abril de 2026

O técnico superior

Paulo Meneses