

Barômetro do Turismo

Enquadramento

O período de inquérito para a 74.^a edição do Barómetro do Turismo do IPDT decorreu entre 30 de junho e 9 de julho de 2025, tendo-se obtido uma taxa de resposta de 34%.

Esta edição surge num momento de elevada atividade para o setor, marcado por uma época alta com bons níveis de procura e por um contexto político-institucional dinâmico na Europa e em Portugal. As análises realizadas permitem aferir a confiança dos profissionais, bem como as suas perspetivas para o verão e o segundo semestre do ano.

Os resultados evidenciam um sentimento de confiança sustentada no turismo, tendo sido registado um dos mais elevados níveis de confiança desde o lançamento deste indicador em 2010, com destaque para o dinamismo da procura externa e o reforço da atratividade de Portugal junto dos seus principais mercados internacionais. Apesar disso, permanecem preocupações em torno de fatores como a instabilidade climática, as infraestruturas críticas e o discurso antiturismo.

A nível prospetivo, o verão de 2025 deverá manter uma performance positiva, quer no mercado interno — com valores semelhantes aos recordes de 2024 —, mas sobretudo no mercado externo, marcado pela presença do Reino Unido, Espanha, França, Estados Unidos e Alemanha, onde se espera um crescimento mais expressivo, sobretudo ao nível das receitas e da valorização da oferta.

No plano estratégico, destaca-se a análise ao potencial dos mercados asiáticos, em Portugal, cuja recuperação no pós-pandemia tem sido encorajadora, embora ainda aquém da sua real capacidade de crescimento. A maioria dos profissionais reconhece progressos, mas sublinha a necessidade de maior concertação e planeamento para explorar com eficácia este eixo geográfico. A conectividade aérea direta, as parcerias especializadas e uma comunicação digital ajustada às especificidades culturais asiáticas surgem como prioridades claras para alavancar este crescimento.

Esta edição do Barómetro assinala também os 40 anos da assinatura do Tratado de Adesão de Portugal à Comunidade Económica Europeia. Os profissionais destacam como principais contributos a mobilidade facilitada no espaço Schengen, a adoção do euro e o acesso a fundos comunitários para requalificação urbana e turística. Reconhecem ainda o impacto positivo na imagem internacional de Portugal, na conectividade intraeuropeia e na consolidação de mercados emissores estratégicos.

O Barómetro volta, assim, a acompanhar a evolução do setor, identificar prioridades e antecipar tendências com base na visão dos profissionais do turismo em Portugal.

Conheça agora os resultados em detalhe.



01

Nível de confiança no setor do turismo

Profissionais mantêm confiança no turismo, mas alertam para riscos do clima e discurso antiturismo.

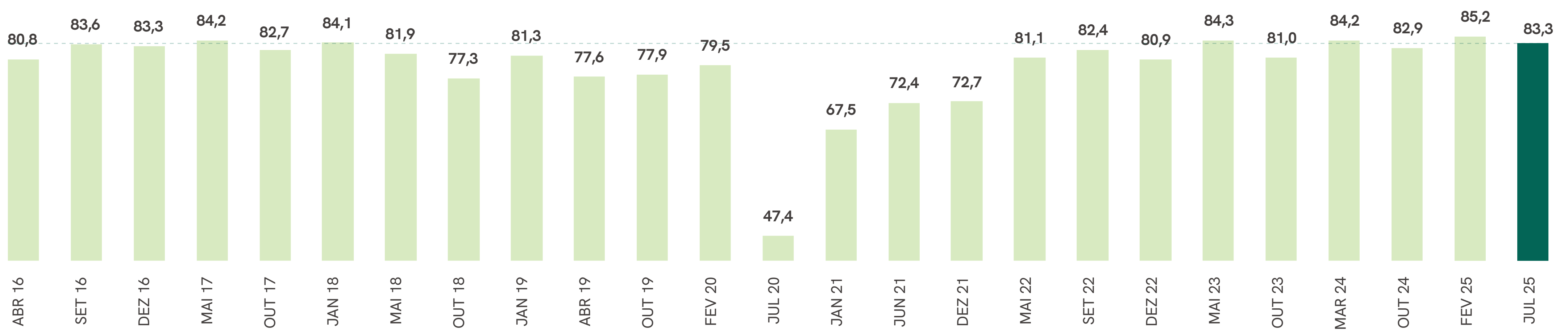
O nível de confiança no setor do turismo fixou-se nos 83,3 pontos em julho de 2025, representando uma ligeira descida face a fevereiro, mas mantendo-se como um dos mais elevados da série histórica, iniciada em 2010.

Este resultado confirma a atratividade contínua do setor, sustentada na boa performance dos principais indicadores operacionais e na perceção de Portugal como destino seguro, apelativo e versátil.

Ainda assim, os comentários dos profissionais revelam alertas que devem ser acompanhados com atenção:

- Manifestações antiturismo a nível europeu, impulsionadas por narrativas populistas, em parte promovidas pela comunicação social e amplificadas pelas redes sociais;
- Infraestruturas críticas por resolver, com destaque para o aeroporto de Lisboa, apontado como um constrangimento sério à competitividade e à imagem do país;
- Alterações climáticas, nomeadamente o aumento das temperaturas, o risco de incêndios e a pressão sobre os recursos hídricos, que podem afetar a perceção de fiabilidade dos destinos no verão.

Apesar destes desafios, o sentimento dominante é de confiança sustentada, com os profissionais a reconhecerem o potencial de crescimento do setor.





02

Evolução do turismo no 2º semestre de 2025

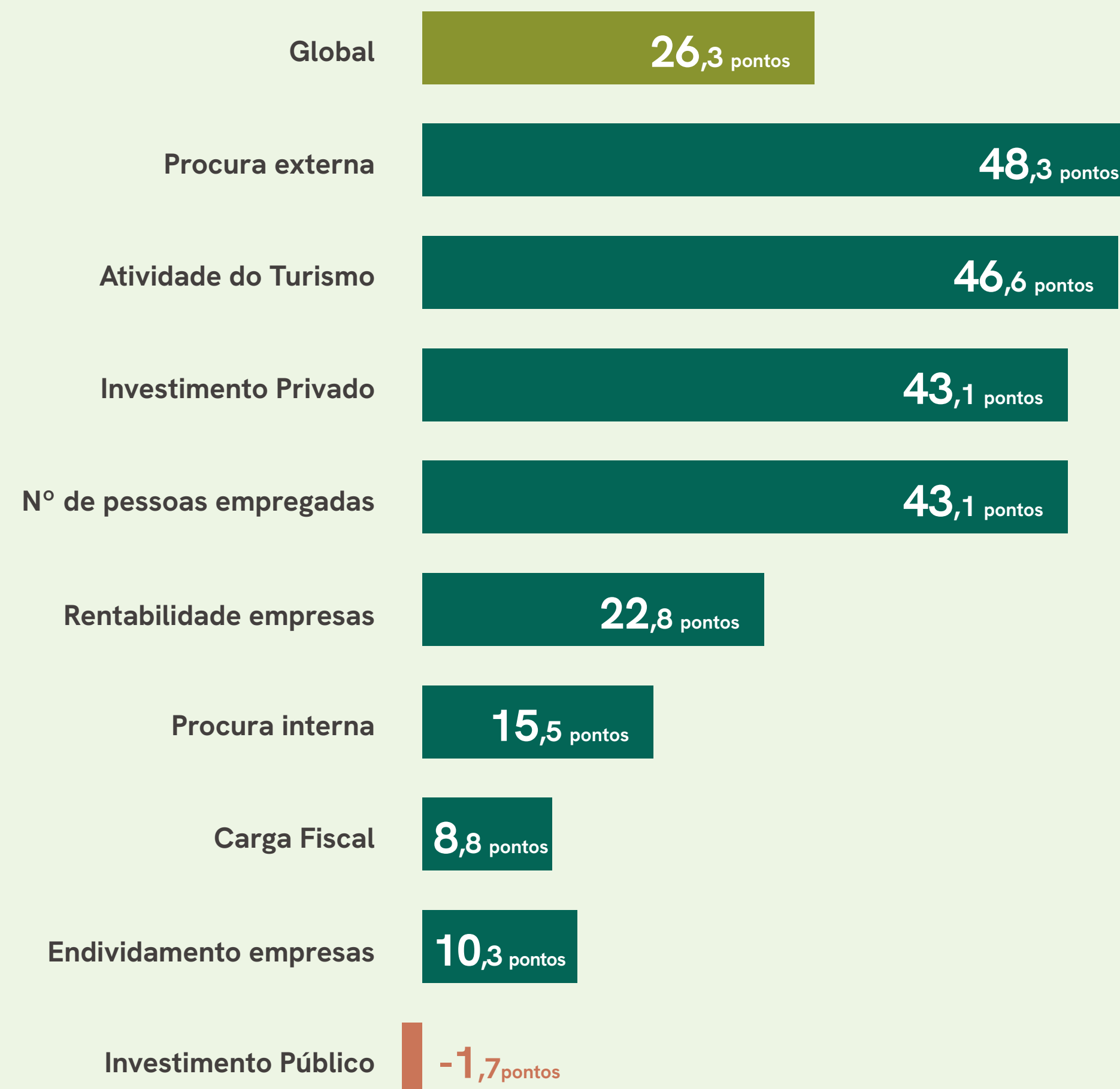
Expectativas positivas para a maioria dos indicadores, no 2º semestre de 2025

Os dados mostram uma perspetiva positiva para a maioria dos indicadores turísticos, com especial destaque para a procura externa (48,3 pontos), a atividade do turismo (46,6 pontos) e o investimento privado e o emprego (ambos com 43,1 pontos). Estes resultados refletem o otimismo do setor quanto à continuidade da dinâmica internacional e ao bom desempenho da atividade económica ligada ao turismo.

O único indicador com sinal menos positivo é o investimento público (-1,7 pontos). Esta expectativa poderá estar associada à atual conjuntura político-institucional, marcada por ciclos eleitorais consecutivos, que tendem a adiar decisões estratégicas e a execução de projetos.

A procura interna (15,5) e a rentabilidade das empresas (22,8) registam valores mais contidos, o que poderá refletir uma maior prudência face à evolução do consumo interno.

Perspetiva de Evolução dos Indicadores no 2º semestre 2025:





03 **Panorama Verão 2025**

Q.: Comparando com o verão de 2024, como perspetiva o verão de 2025 (julho a setembro), no que respeita aos seguintes indicadores para o mercado interno?

Verão 2025 com expectativas estáveis para o mercado interno, semelhante ao verificado no período homólogo de 2024.

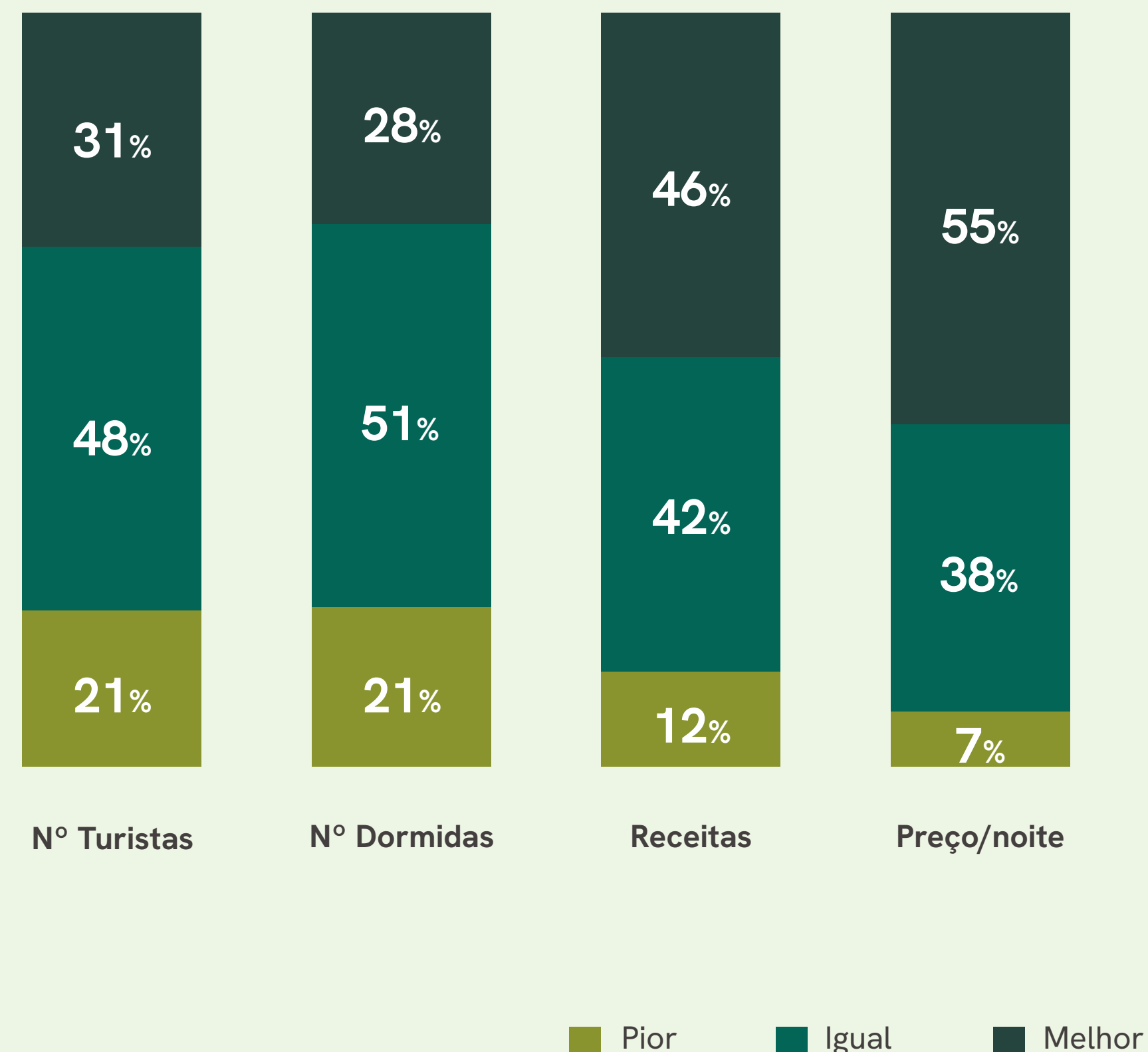
As expectativas para o verão de 2025, no que diz respeito ao mercado interno, revelam um cenário de estabilidade, com a maioria dos profissionais a antecipar níveis semelhantes aos registados em 2024, especialmente nos indicadores de número de turistas (48%) e número de dormidas (51%).

As receitas devem aumentar, mas numa progressão não muito superior aos valores de 2024.

No entanto, observa-se uma potencial predisposição para aumentar o preço/noite nos alojamentos turísticos.

Importa sublinhar que a manutenção dos níveis de procura interna face a 2024 é, por si só, um sinal positivo, tendo em conta que o verão passado foi um dos mais fortes de sempre em volume e impacto do turismo nacional.

Mercado Interno



Q.: Comparando com o verão de 2024, como perspetiva o verão de 2025 (julho a setembro), no que respeita aos seguintes indicadores para o mercado externo?

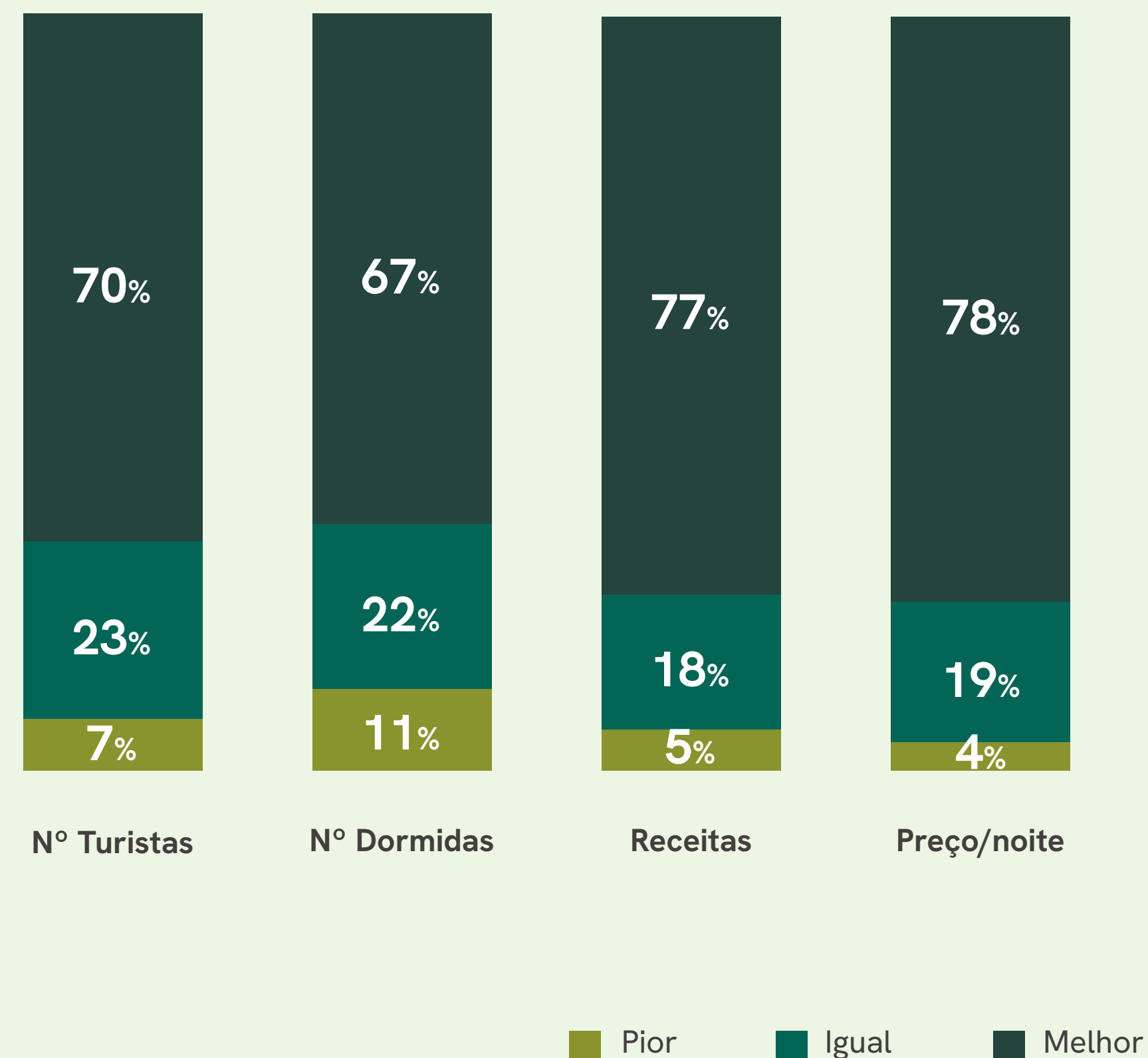
Verão 2025 com expectativa de evolução bastante positiva no mercado externo

As expectativas para o verão de 2025 no mercado externo mantêm-se bastante positivas, com a grande maioria dos profissionais a antecipar níveis superiores aos de 2024, tanto em número de turistas (70%) como em dormidas (67%).

Nos indicadores de receitas (77%) e preço/noite (78%), a expectativa de crescimento é mais evidente, refletindo a confiança numa procura internacional com maior capacidade de gasto e na valorização progressiva da oferta turística nacional, nomeadamente no segmento do alojamento.

Este cenário reforça o papel do mercado externo como um dos motores da performance turística no verão de 2025.

Mercado Externo



Q.: Quais serão os principais mercados internacionais do verão de 2025, em Portugal?

Mercados de proximidade e mercados estratégicos de longa distância lideram projeções para o verão de 2025.

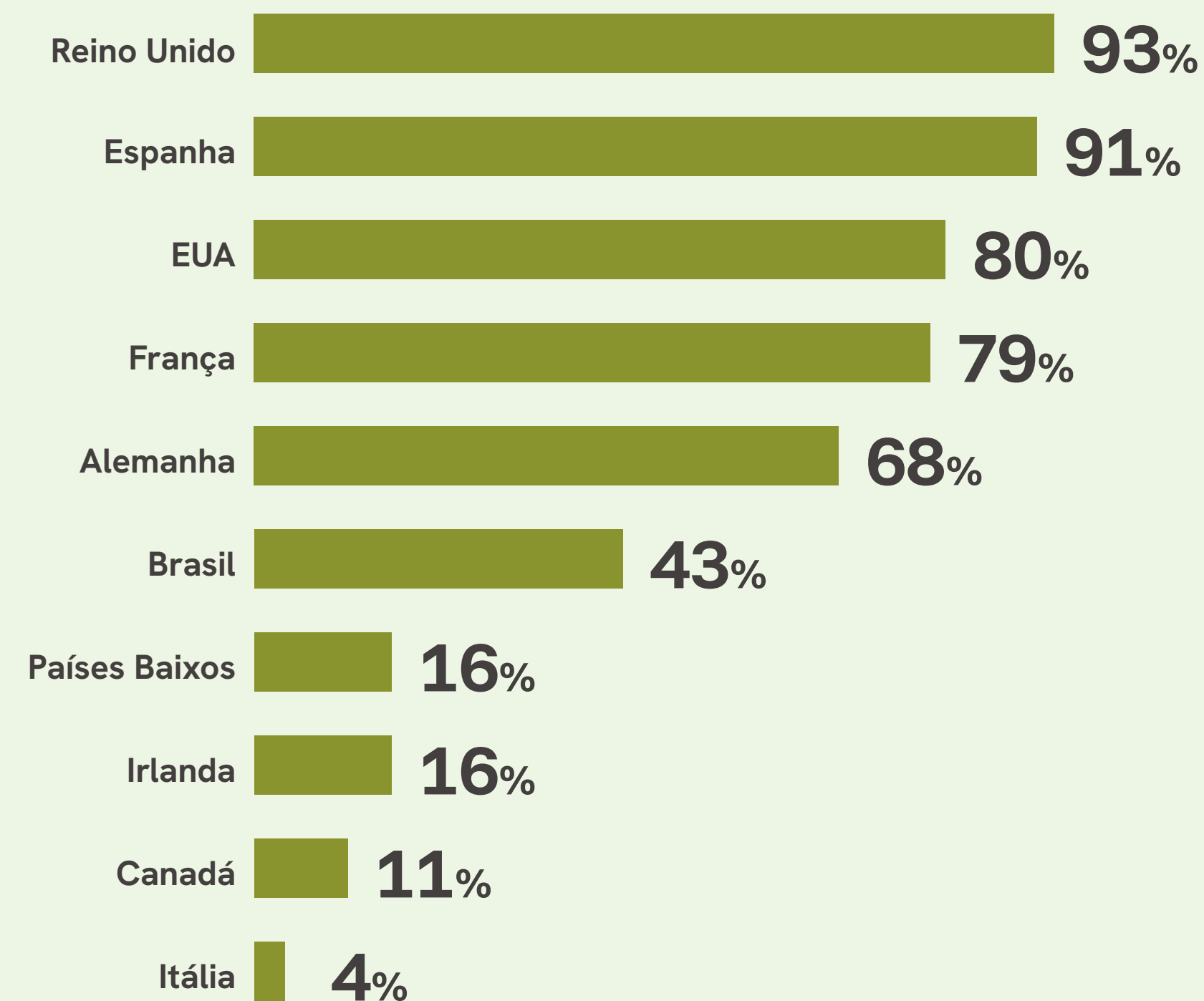
As previsões dos profissionais do setor apontam para uma forte concentração da procura internacional em cinco mercados principais:

- Reino Unido
- Espanha
- França
- Estados Unidos da América
- Alemanha

Estes resultados reforçam o peso dos mercados europeus de proximidade, mas também consolidam o posicionamento dos EUA como um dos mercados estratégicos de maior valor para Portugal, com potencial crescente em segmentos de elevado gasto.

TOP mercados

% peso no global





04 **Evolução do mercado asiático em Portugal**

Q.: Qual a sua opinião sobre o grau de aproveitamento de Portugal do potencial dos mercados asiáticos?

Mercados asiáticos com evolução positiva em Portugal, mas ainda com muita margem de progressão

Os mercados asiáticos têm vindo a registar uma recuperação progressiva em Portugal, após um regresso no pós-pandemia. A retoma tem sido visível, com números crescentes e sinais de reconquista da sua relevância estratégica.

Ainda assim, os profissionais do setor consideram que Portugal ainda não está a tirar o máximo partido deste mercado:

- 50% reconhecem progressos, mas sublinham que há uma margem significativa para melhorar;
- 29,3% alertam para a ausência de uma estratégia concertada, referindo que existem apenas ações pontuais;
- 13,8% consideram que Portugal não está, de todo, a explorar o potencial asiático.

Estes resultados reforçam a ideia de que, apesar dos sinais positivos, é necessário um esforço mais estruturado e coordenado para posicionar Portugal de forma consistente neste eixo geográfico, onde a concorrência entre destinos é intensa e altamente planeada.

Estamos a aproveitar o potencial?

50,0%

Sim, mas há margem significativa para melhorar.

29,3%

Parcialmente, existem ações pontuais, mas sem estratégia concertada.

13,8%

Não. Portugal não está a explorar o potencial deste mercado.

6,9%

Não sei responder.

Q.: Na sua opinião quais as prioridades do país para reforçar a sua posição no mercado asiático?

Conectividade aérea e parcerias estratégicas são fundamentais para crescer na Ásia.

A principal prioridade apontada é o reforço da conectividade aérea direta com os principais hubs asiáticos, mencionada por 76% dos respondentes, o que demonstra a importância das ligações diretas para aumentar o volume e a qualidade da procura proveniente da Ásia.

Seguem-se as parcerias com operadores turísticos, OTAs e DMCs especializados (59%), fundamentais para ganhar escala e conhecimento nos diferentes mercados emissores.

Também ganham peso as estratégias de comunicação culturalmente ajustadas, com destaque para:

- Presença ativa nas redes sociais asiáticas mais relevantes (43%);
- Desenvolvimento de campanhas promocionais adaptadas à cultura e aos hábitos de consumo locais (28%).

Por fim, a simplificação dos processos de visto e entrada em Portugal (22%) surge como um fator facilitador adicional.

TOP 5 prioridades

% respostas

79%	Reforçar a conectividade aérea direta com os principais hubs asiáticos.
61%	Estabelecer parcerias com operadores turísticos, OTAs e DMCs especializados nos mercados asiáticos
45%	Apostar em conteúdos digitais e presença ativa nas redes sociais mais relevantes da Ásia (WeChat, Weibo, Line, KakaoTalk, etc.)
79%	Desenvolver campanhas promocionais adaptadas à cultura e hábitos de consumo asiáticos
23%	Facilitar os processos de visto e entrada para turistas provenientes da Ásia



05 40 anos de Portugal na União Europeia

Q.: A 12 de junho 1985, no Mosteiro dos Jerónimos, Portugal assinava o Tratado de Adesão à Comunidade Económica Europeia. 40 anos depois desse momento, quais foram, na sua opinião, os principais contributos da integração europeia para o desenvolvimento do turismo em Portugal?

Mais mobilidade, moeda única e acesso a mais fundos comunitários transformaram o turismo em Portugal.

Dois fatores estruturais destacam-se entre os contributos mais valorizados para o turismo em Portugal: a mobilidade facilitada no espaço Schengen (89%) e a introdução do euro (88%). Ambos simplificaram deslocações, reforçaram a confiança dos turistas e eliminaram barreiras práticas ao consumo.

Também se salientam os fundos comunitários (89%), que permitiram requalificar centros históricos, recuperar património e criar novas infraestruturas. Além disso, os profissionais do setor apontam o reforço da imagem de Portugal como país seguro e europeu (64%) e a maior conectividade intraeuropeia (45%) como fatores-chave.

A adesão à União Europeia trouxe ainda uma integração mais forte com mercados estratégicos como Alemanha, França, Benelux e Escandinávia (45%), hoje centrais no desempenho turístico nacional.

O que torna Portugal atrativo para turismo de negócio e eventos?

89%

Mobilidade facilitada dentro do espaço Schengen.

89%

Acesso a fundos comunitários para requalificação urbana, património e infraestruturas turísticas.

88%

Adoção do euro, que facilitou transações e aumentou a confiança dos turistas.

64%

Reforço da imagem de Portugal como parte de um espaço europeu seguro e integrado.

45%

Reforço da conectividade aérea e ferroviária intraeuropeia.

45%

Entrada em mercados emissores fortes (Alemanha, França, Benelux, Escandinávia).

Q.: Olhando para os próximos anos, quais devem ser as grandes prioridades de Portugal no contexto da política turística europeia?

A captação de grandes eventos e o investimento em infraestruturas são essenciais para o crescimento do setor MICE em Portugal.

A promoção internacional de Portugal como destino seguro, acessível e sustentável é apontada como prioridade por 70% dos respondentes. Para reforçar a competitividade, destaca-se também a melhoria da conectividade entre regiões periféricas e os grandes hubs europeus (52%).

Consolidar um turismo mais diversificado e resiliente passa pelo fortalecimento da presença nas redes de turismo cultural e de natureza (46%) e pelo acesso reforçado a fundos comunitários para projetos sustentáveis (46%).

Outras prioridades incluem a inovação digital no setor (32%), incentivos europeus à descarbonização (23%) e o intercâmbio de boas práticas (18%). Já 13% defendem uma maior articulação política entre países periféricos para influenciar as decisões europeias em matéria de turismo.

TOP prioridades

% respostas

70%

Apostar na promoção de Portugal como destino seguro, acessível e sustentável.

52%

Estimular a conectividade entre regiões periféricas e os principais hubs europeus.

46%

Potenciar o posicionamento de Portugal nas redes e rotas europeias de turismo cultural e de natureza.

46%

Reforçar o acesso a fundos comunitários para projetos turísticos sustentáveis.

32%

Desenvolver uma agenda de inovação digital aplicada ao turismo, financiada pela UE.

23%

Defender a criação de um quadro europeu de incentivos à descarbonização do setor.

18%

Promover o intercâmbio de boas práticas e capacitação entre destinos europeus.

13%

Liderar uma aliança entre países periféricos para defender políticas europeias mais equitativas no turismo.



Barómetro do Turismo

Ficha Técnica

UNIVERSO

174

NÚMERO DE RESPOSTAS

58

PERÍODO DE AUSCULTAÇÃO

30 junho a 9 de julho de 2025

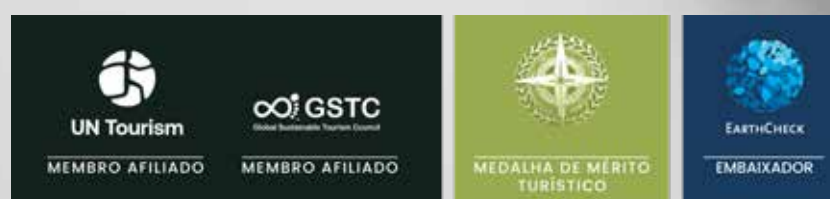
TRATAMENTO DE DADOS

IPDT- Turismo

PUBLICAÇÃO

julho 2025

Não concebemos desenvolvimento turístico sem o compromisso de sustentabilidade.



SOBRE O IPDT®

Quem somos

O IPDT® é reconhecido pela liderança no setor do turismo em Portugal e pela inovação e relevância de contributos para o desenvolvimento sustentável de destinos e empresas.

Somos uma organização especializada no setor que oferece um serviço integrado ao longo de toda a cadeia de valor do turismo – estudo, definição de conceito, desenvolvimento de produto, definição de estratégias, implementação de planos de ação e monitorização de resultados.





Em 2011 fomos galardoados com a medalha de mérito turístico atribuída pelo Governo Português, pelo reconhecimento dos contributos em prol do desenvolvimento do turismo.

PARCERIAS E AFILIAÇÕES

Somos a única empresa privada portuguesa que, simultaneamente, é membro afiliado da Organização Mundial do Turismo, do Global Sustainable Tourism Council, do Conselho Consultivo do Aeroporto do Porto e da direção da Associação de Turismo do Porto, integrando também a rede mundial WHATT, dedicada ao estudo das tendências globais do turismo e do seu impacto no setor.

Somos embaixadores da Earthcheck em Portugal, empresa líder mundial em processos de certificação, cientificamente fundamentados e auditados de forma independente, no setor do turismo.

OS NOSSOS VALORES

-  **Atuação integrada**
Encaramos o turismo como um fenómeno económico e social complexo, que acreditamos dever ser reconhecido e valorizado na sua verdadeira dimensão.
-  **Desenvolvimento sustentável**
Os nossos projetos implicam, sempre, compromissos de sustentabilidade.
-  **Valorização das pessoas**
Preconizamos modelos de desenvolvimento turístico centrados no benefício das pessoas e dos lugares.
-  **Foco nos resultados**
Ajudamos as empresas e os destinos turísticos a crescer e a tornarem-se mais competitivos e sustentáveis.

ONDE ESTAMOS:

R. Rainha Dona Estefânia
n.º 246, 3.º Piso
4150-303 Porto

FALE CONNOSCO:

+351 226 097 060
+351 916 646 397
ipdt@ipdt.pt

SAIBA MAIS EM:

ipdt.pt