

TURISMO INDUSTRIAL

Inquérito 2025



Nota Introdutória

O Turismo de Portugal realizou o 2.º Inquérito de Caracterização da Rede Portuguesa de Turismo Industrial, com o objetivo de analisar a atividade exercida em 2025.

O inquérito, que contou com a colaboração do Grupo Dinamizador da Rede Portuguesa de Turismo Industrial, foi enviado aos 261 parceiros aderentes (+65 face a 2023), tendo sido obtidas respostas de 165 o que correspondeu a uma **taxa de resposta de 63%**.

Principais temas abordados no inquérito:

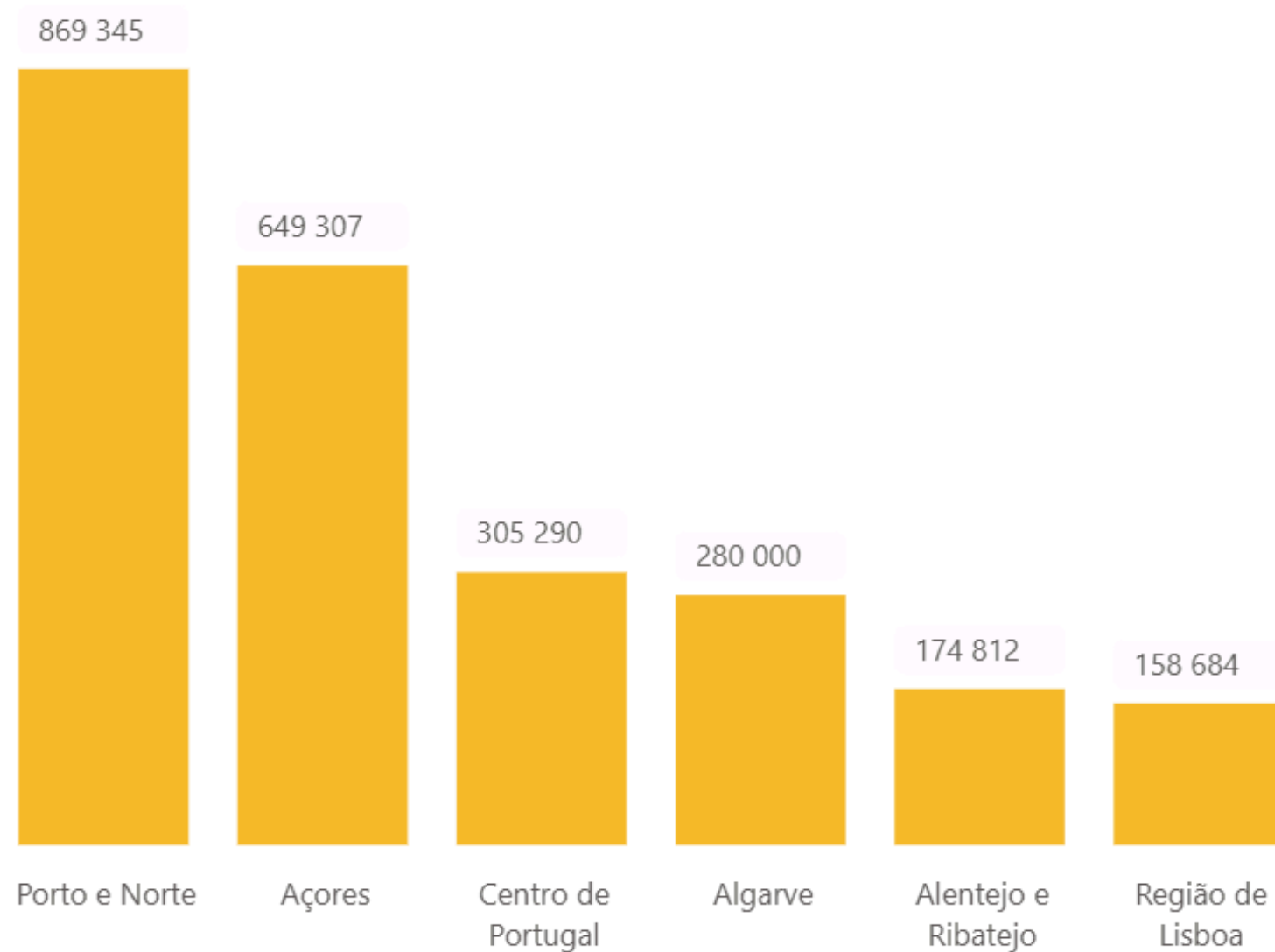
- Visitantes
- Mercados e sazonalidade
- Tipologia de visita
- Oferta de atividades e serviços
- Comunicação digital
- Medidas de acessibilidade e sustentabilidade
- Necessidades de formação/capacitação
- Aspetos impactados pelo turismo industrial
- Benefícios gerados pela adesão à RPTI (**nov**)



Rede Portuguesa de

**turismo
industrial**

N.º de visitantes por ERT/DRT - 2025



Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial

Visitantes | número e distribuição regional

O número total de visitantes nos parceiros respondentes foi de **2 437 438** (+**245 526** que em 2023).

A região Porto e Norte registou o maior número de visitantes (35,7%), seguida do Açores (26,6%) e do Centro de Portugal (12,5%).

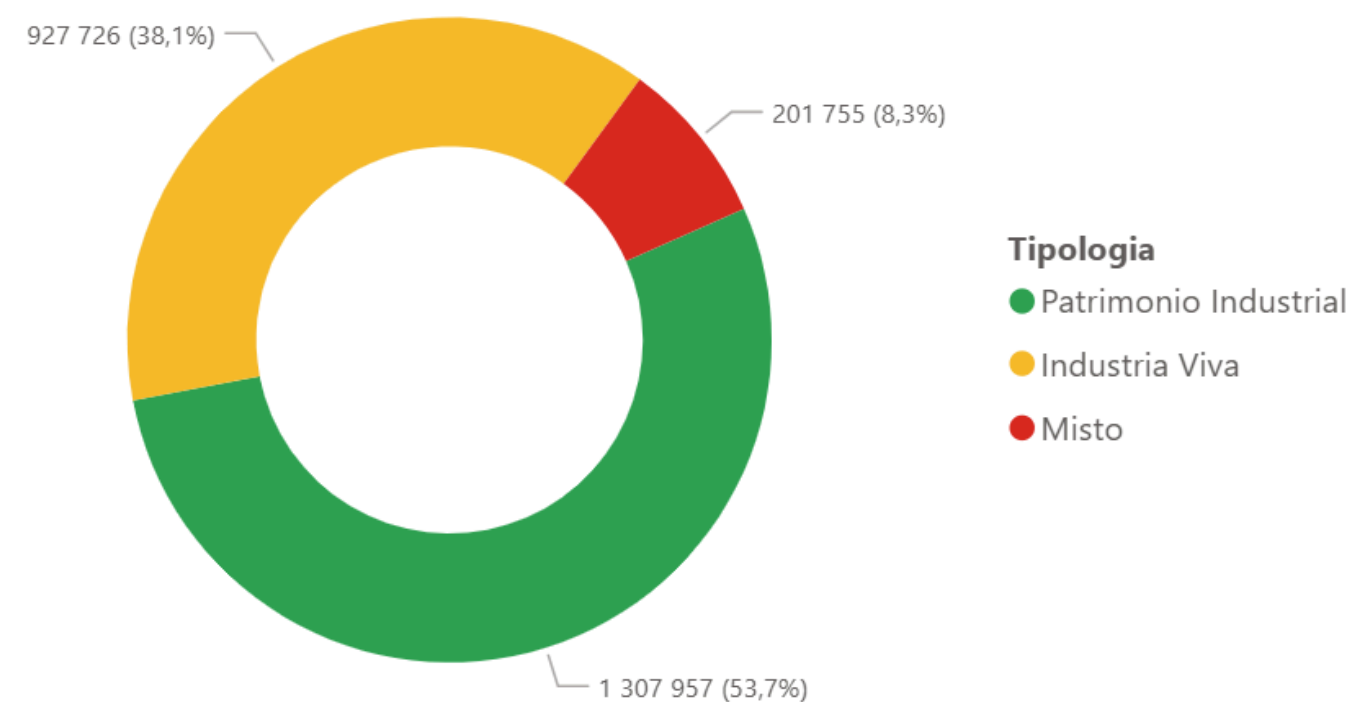
Esta informação pode ser complementada com a respetiva análise regional.

Visitantes | por tipologia

Os parceiros da Rede enquadram-se numa das três tipologias definidas no âmbito do Turismo Industrial: **Património Industrial** (espaços museológicos e museus), **Indústria Viva** (fábricas em laboração) e **Misto** (indústria viva com espaço museológico).

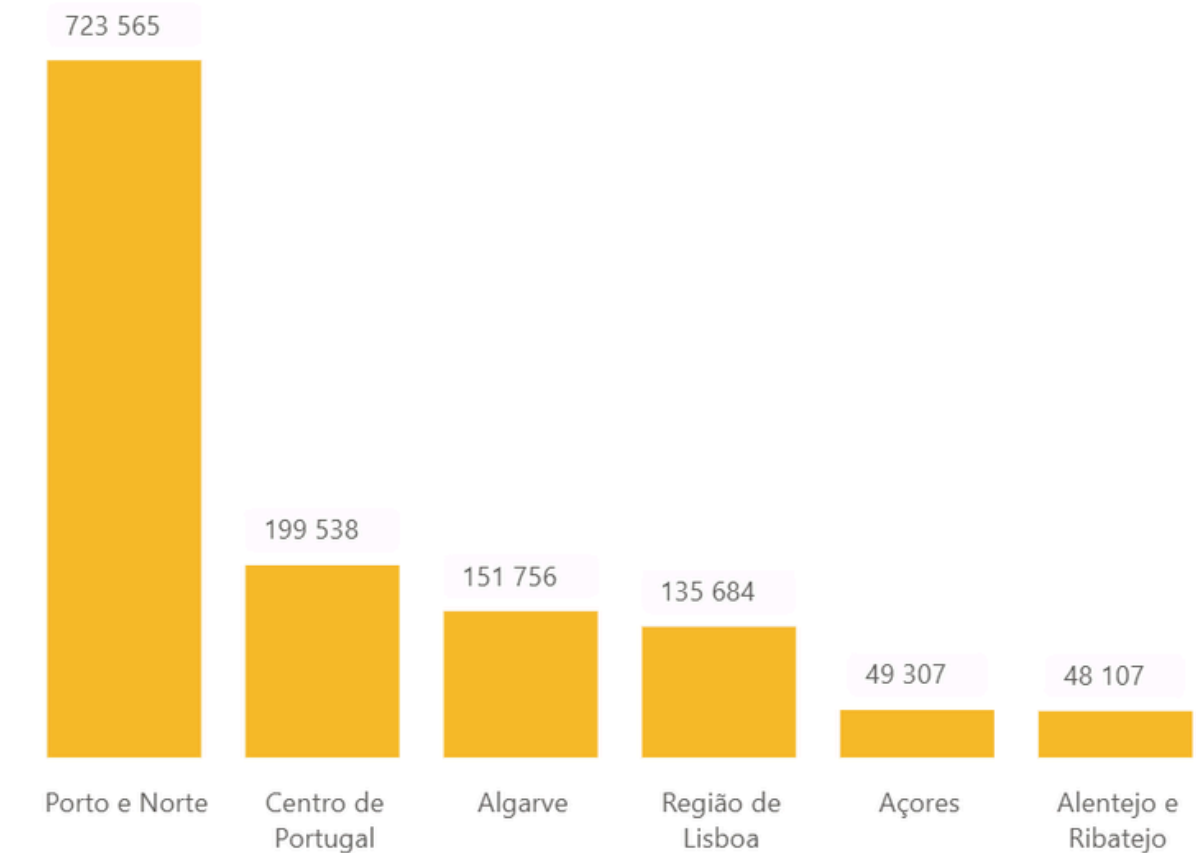
Os respondentes da tipologia **Património Industrial** concentram 53,7% dos visitantes, enquanto que os da tipologia **Indústria Viva** registam 38,1% do total das visitas. Regionalmente, as visitas a locais de Património Industrial foram mais numerosas no Porto e Norte (55,3%), seguido do Centro de Portugal (15,3%) e do Algarve (11,6%). Já na **Indústria Viva e Mista**, os Açores registaram mais de metade do total das visitas efetuadas (53,1%).

N.º de visitantes, por tipologia - 2025

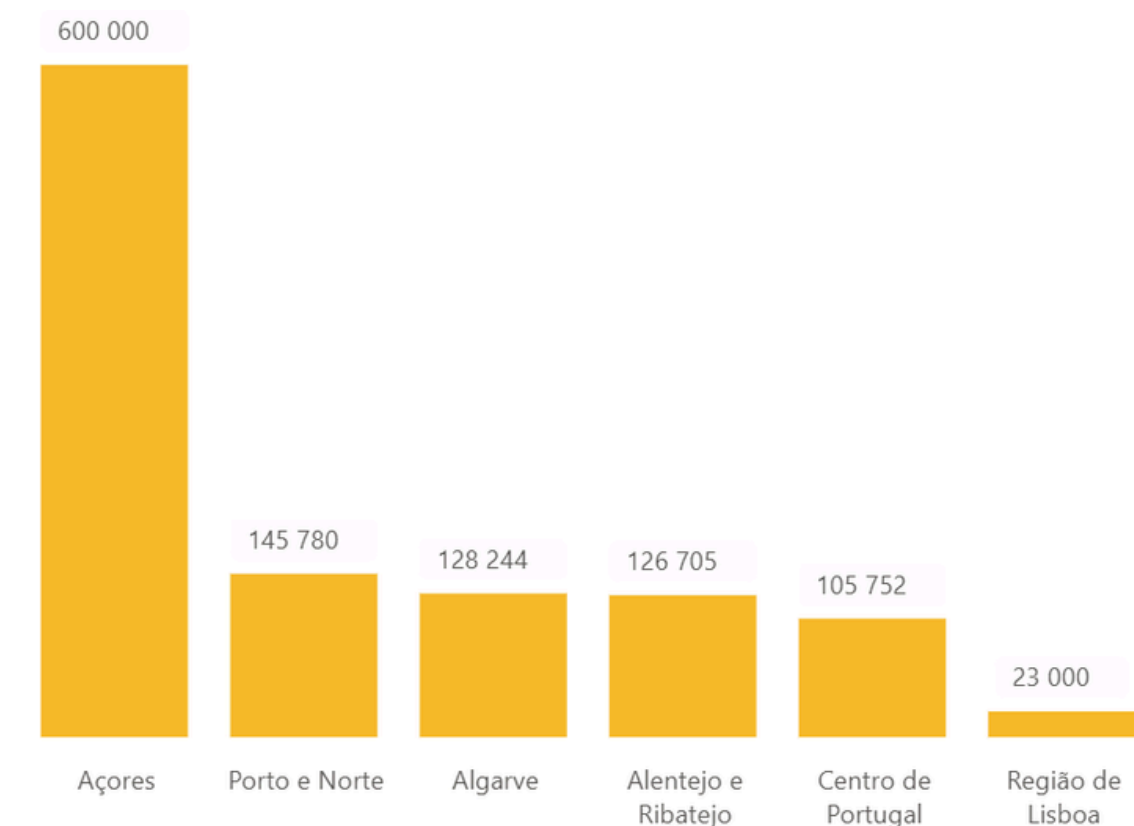


Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial

N.º de visitantes Património Industrial, por ERT/DRT - 2025

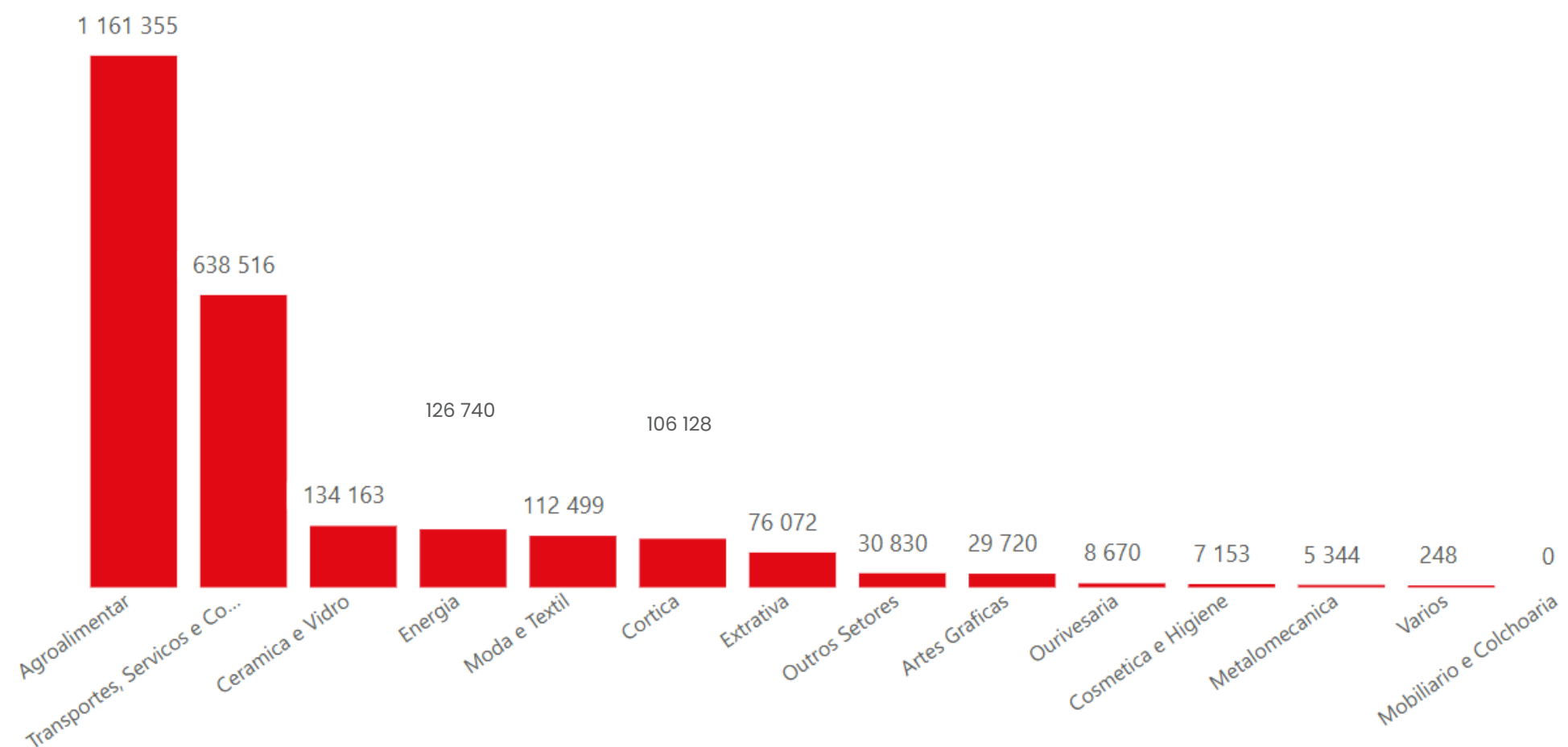


N.º de visitantes Indústria Viva e Misto, por ERT/DRT - 2025



Visitantes | por setor de atividade

N.º de visitantes por setor de atividade - 2025



Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial

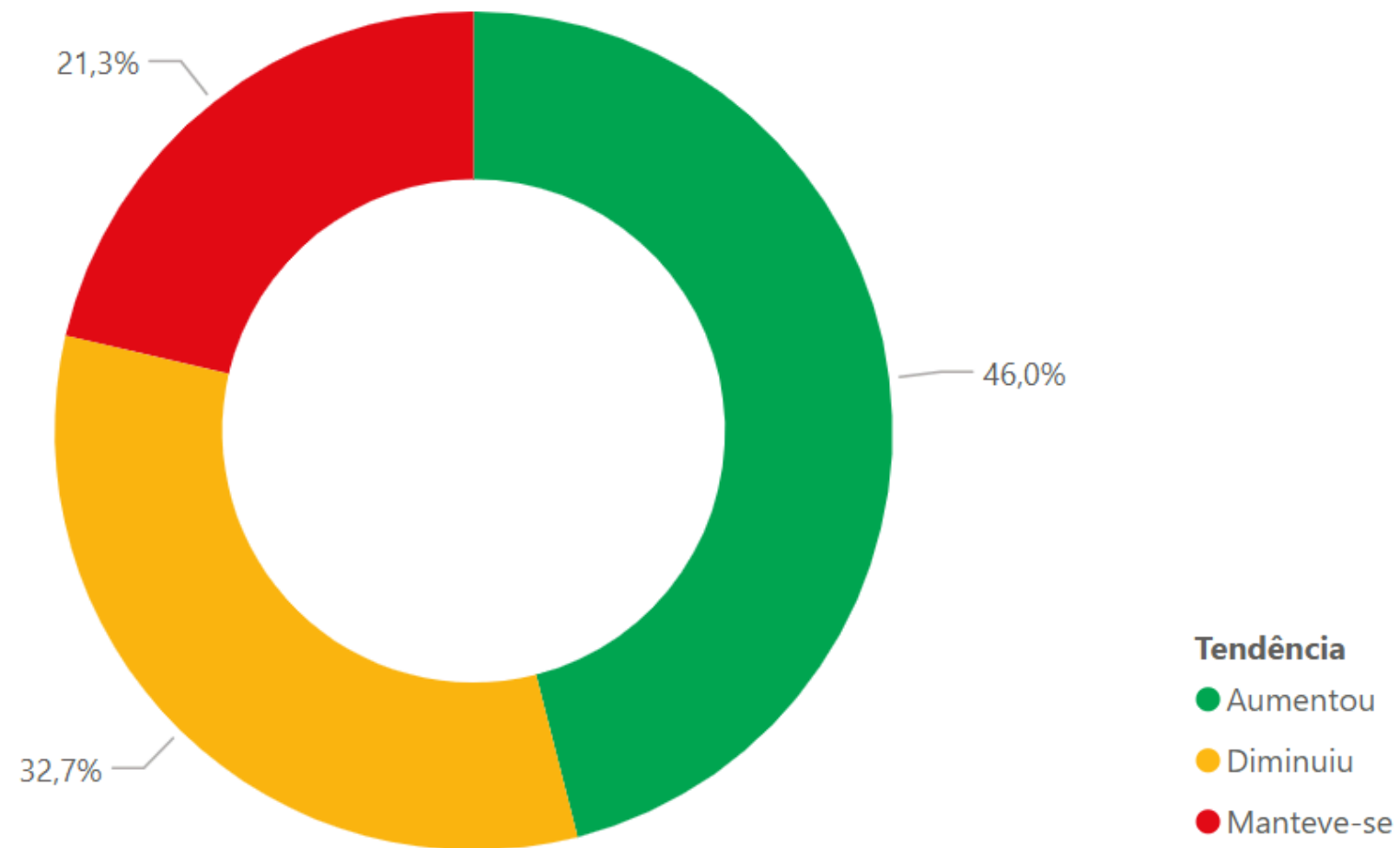
Numa análise por setor de atividade, evidencia-se um claro predomínio da indústria agroalimentar (47,6%), seguindo-se o setor dos transportes, serviços e comunicações (26,2%). Em 2025, estes dois setores, em conjunto, alcançaram mais de 1,7 milhões de visitas, correspondendo a uma quota de 73,8%.

Observa-se ainda que ambos apresentam uma forte concentração regional de visitantes: a indústria agroalimentar destaca-se nos Açores, com 642 522 visitantes, enquanto os transportes, serviços e comunicações se concentram sobretudo na Região Porto e Norte, com 617 166 visitantes.



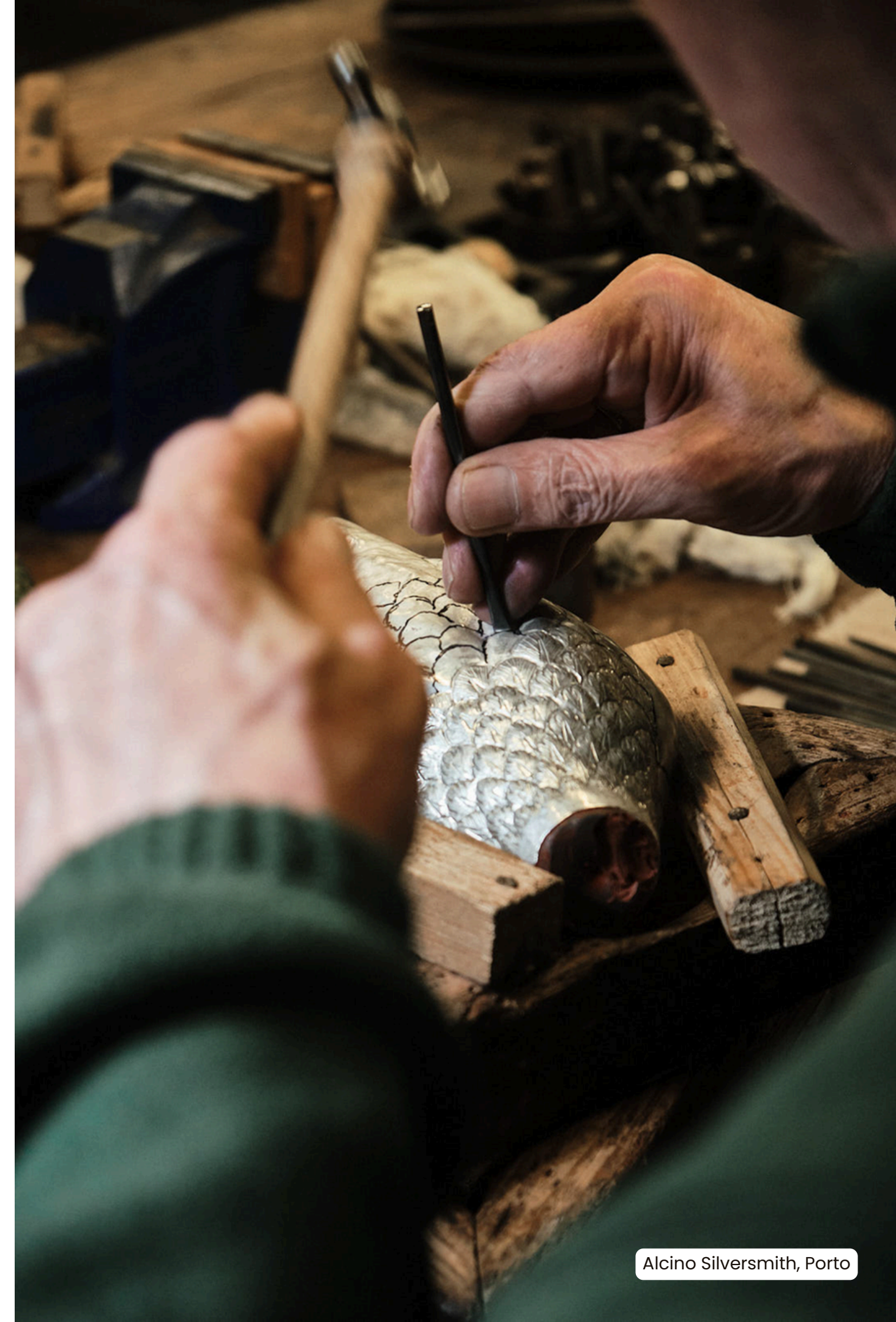
Visitantes | variação 2024/2025

Variação do n.º de visitantes de 2024 para 2025 por % de parceiros



Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial

No que respeita à evolução do número de visitantes, a maioria dos parceiros (46,0%) referiu ter verificado uma tendência de aumento da procura em 2025, 21,3% referiu que se manteve ao nível do ano anterior e 32,7% referiram ter sentido um decréscimo da procura.

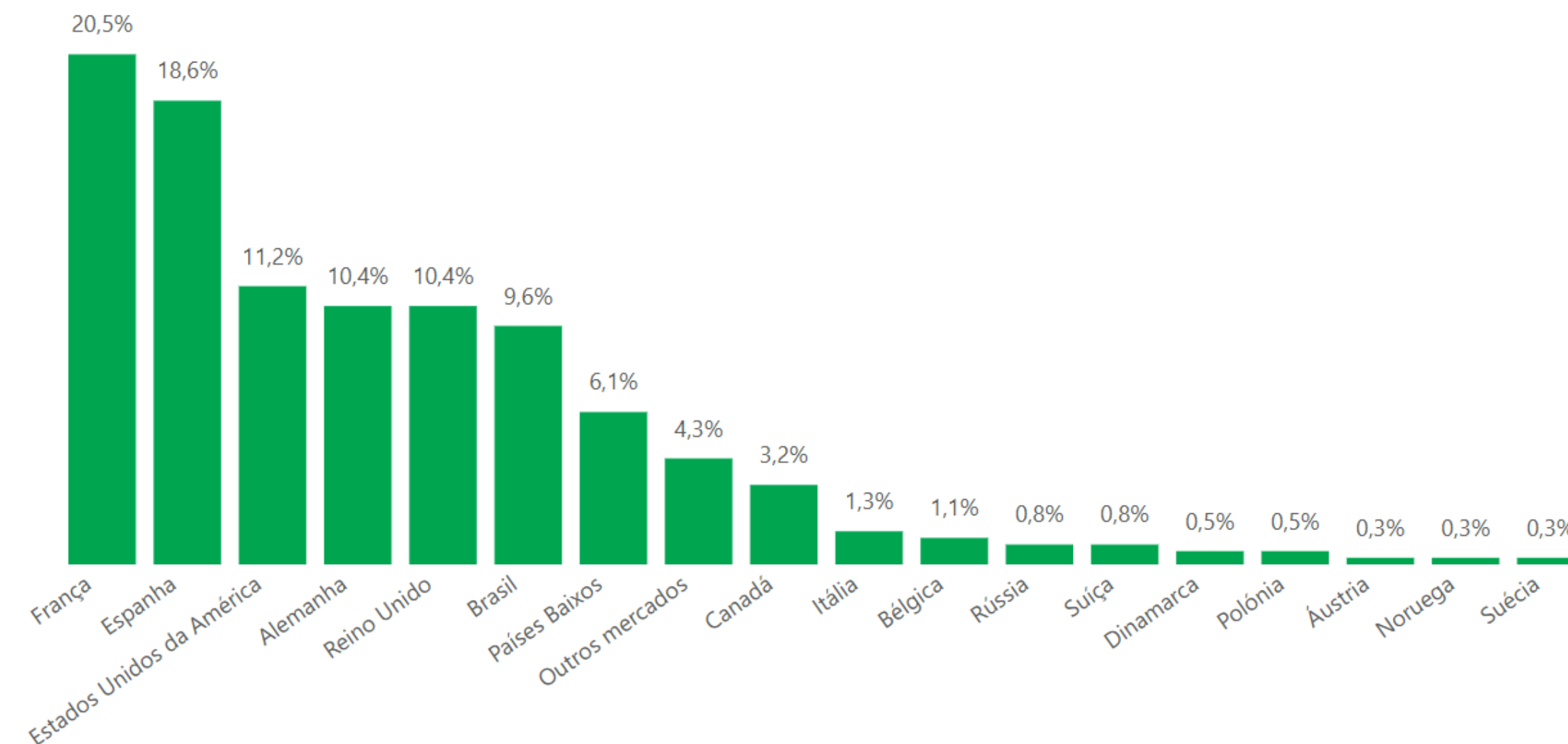


Visitantes | por mercados

O mercado nacional mantém-se como o principal motor de visitas, representando 57,4% do total.

Os visitantes internacionais correspondem a 42,6%, o que se traduz num aumento de 12% face a 2023. Destaca-se uma presença mais expressiva de visitantes oriundos de França (20,5%) e Espanha (18,6%). À semelhança de 2023, os seis primeiros países deste ranking coincidem com os principais mercados turísticos de Portugal, incluindo também dois mercados intercontinentais de grande relevância: o Brasil e os Estados Unidos.

Principais mercados internacionais dos visitantes não residentes em Portugal, em percentagem de parceiros - 2025



Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial

57,4%

1 398 571 (N.º)

NACIONAIS

42,6%

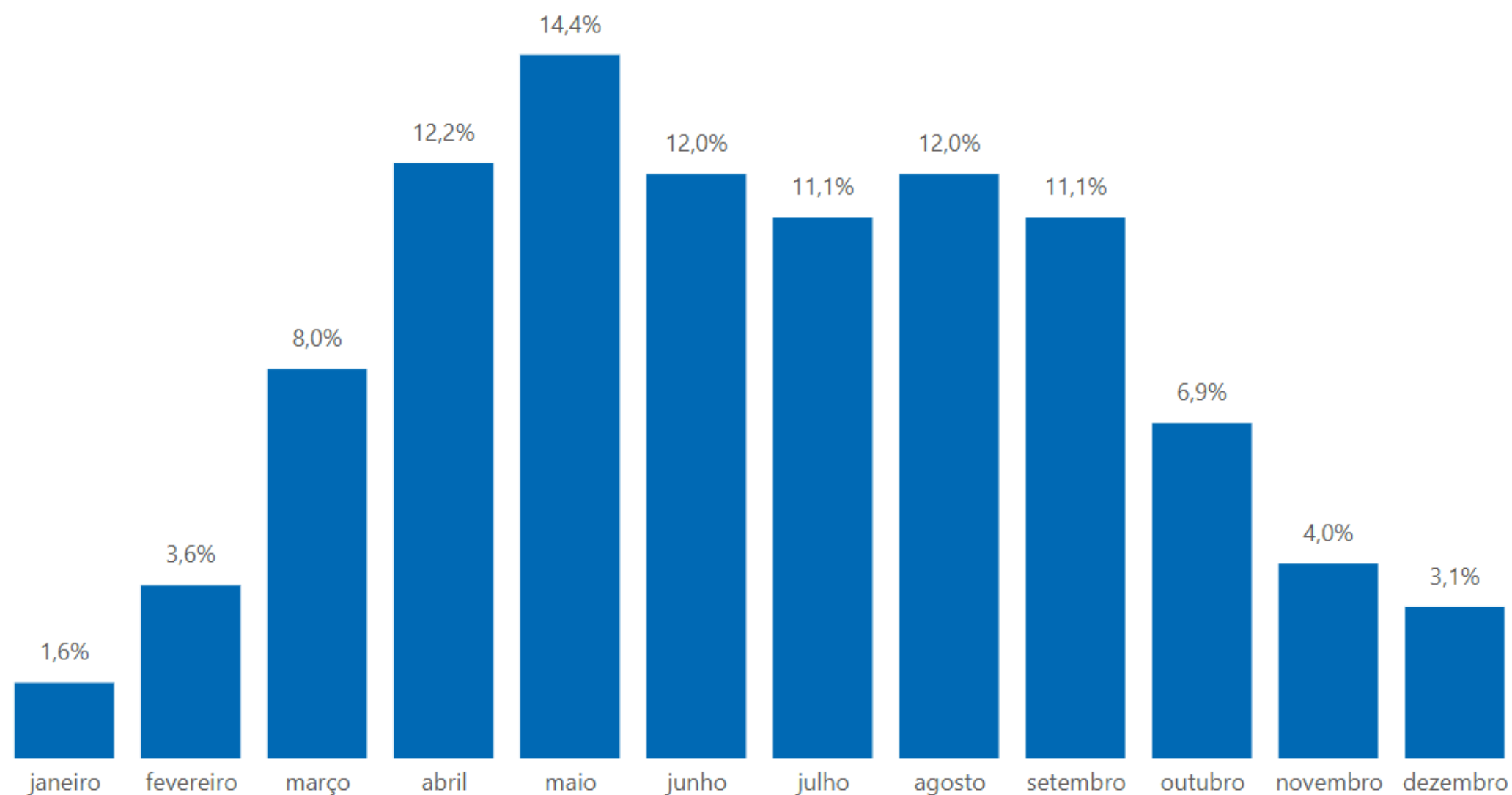
1 038 867 (N.º)

INTERNACIONAIS

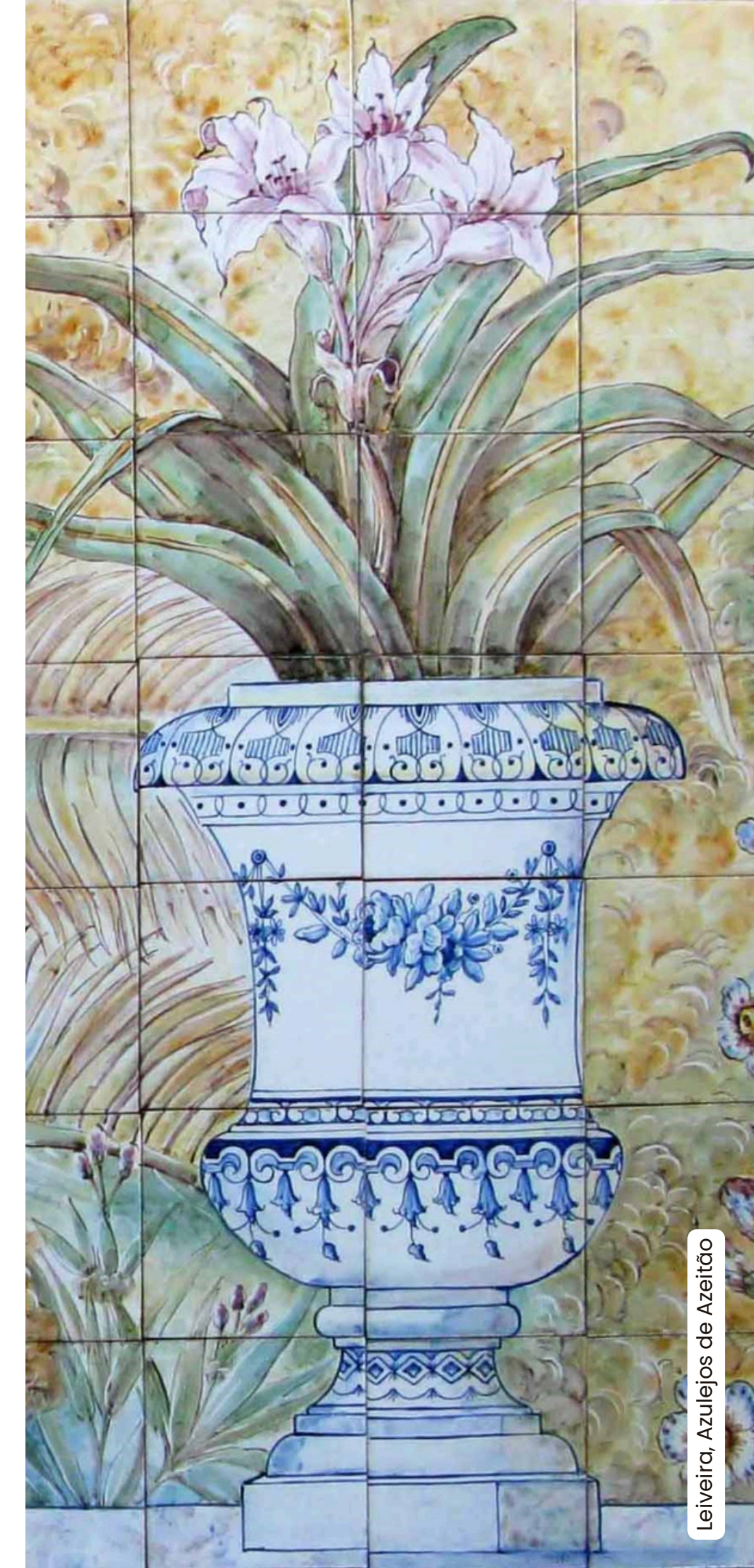
Visitantes | distribuição mensal da procura

Os dados revelam uma distribuição da procura ao longo de todo o ano, ainda que com valores mais expressivos entre os meses de abril e setembro, seguindo-se os meses de março e outubro, com um nível de procura intermédio. Entre novembro e fevereiro, verifica-se uma quebra mais acentuada da procura. Trata-se, portanto de um padrão de distribuição da procura semelhante ao de 2023.

Sazonalidade, em percentagem de parceiros - 2025



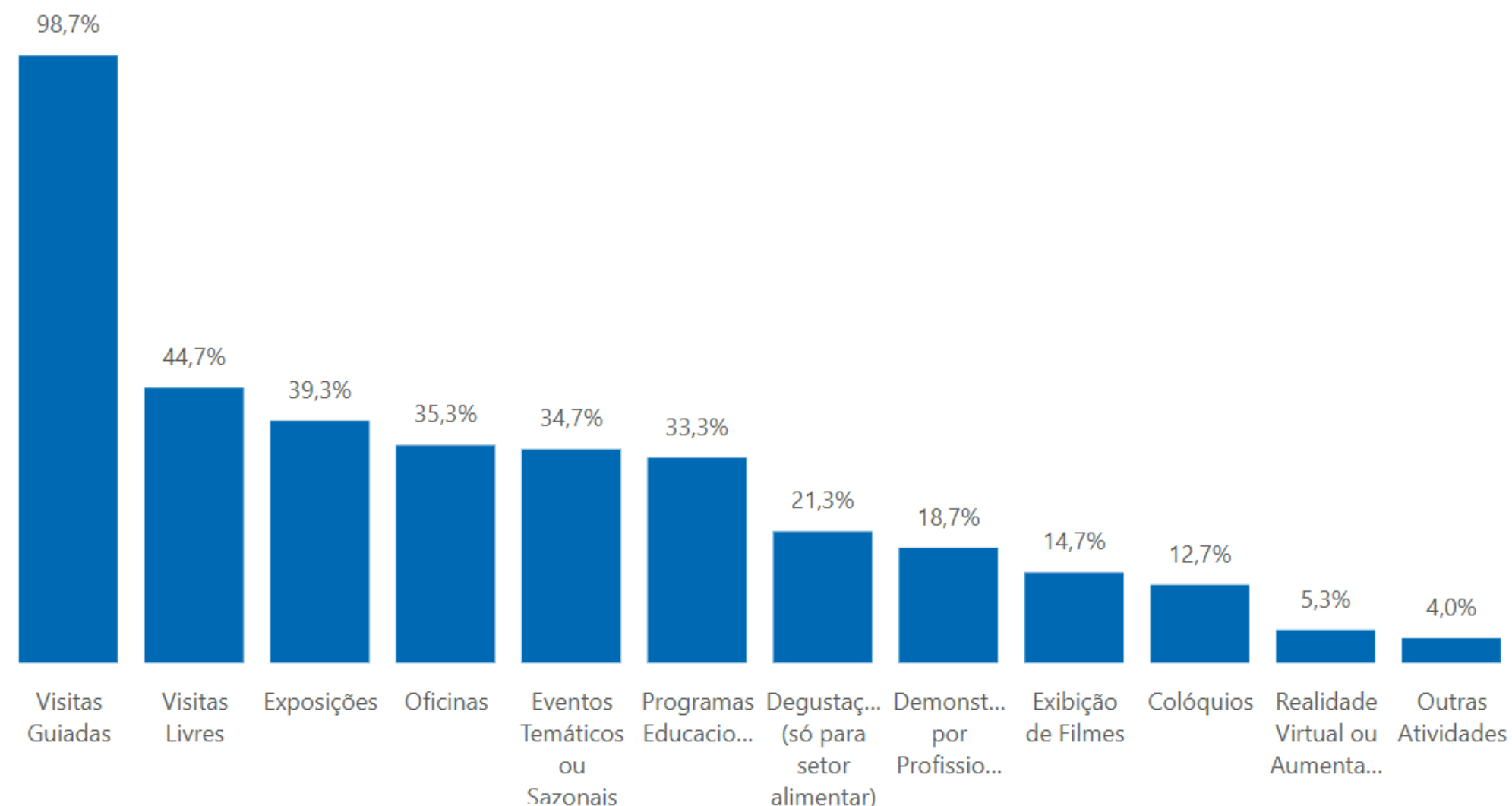
Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial



Oferta | serviços disponibilizados

As visitas, sejam guiadas ou livres, assumem-se como a principal proposta dos parceiros, destacando-se como a experiência mais recorrente. A esta oferta juntam-se, com frequência, exposições, oficinas, eventos temáticos e programas educativos, enriquecendo a experiência dos visitantes ao proporcionar uma maior diversidade de atividades.

Tipos de ofertas proporcionadas aos visitantes, em percentagem de parceiros - 2025



Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial



Destilaria Black Pig, Santiago do Cacém



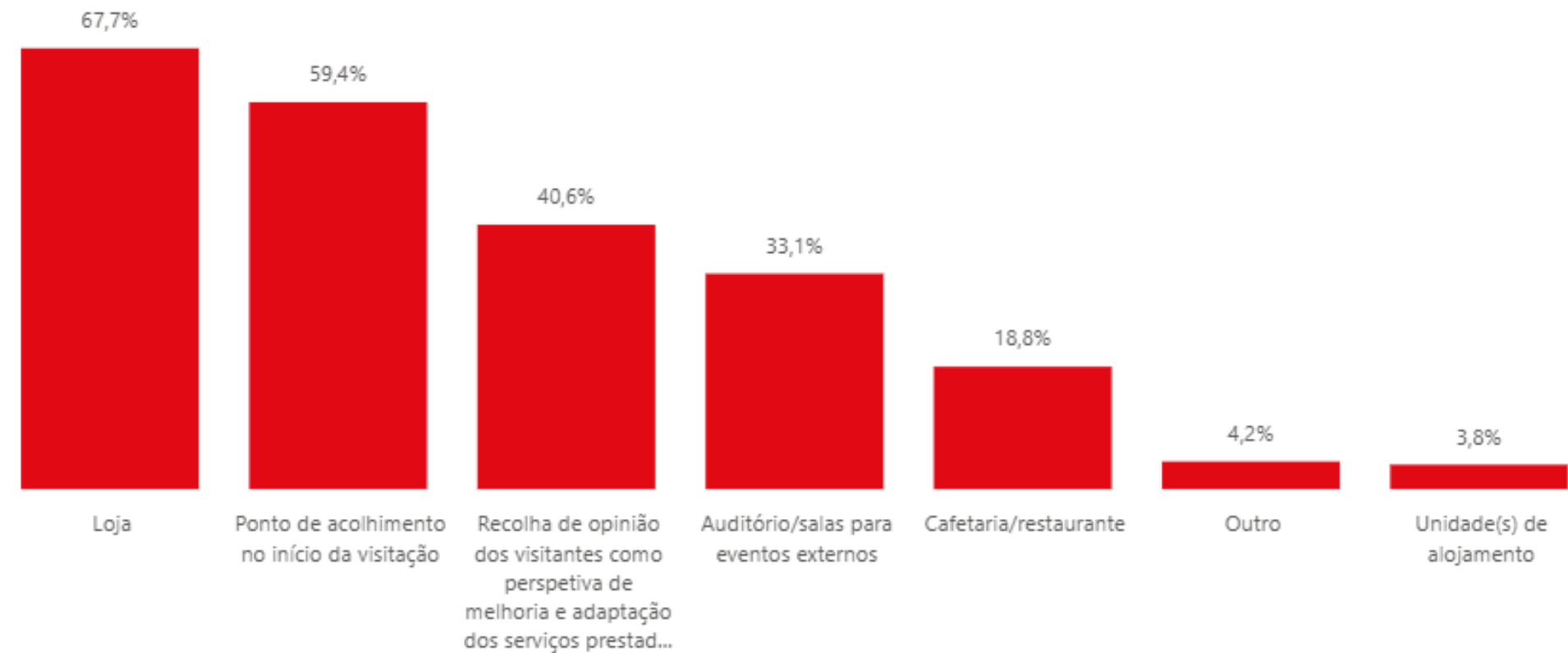
Salinas do Grelha, Olhão



Licoturismo Vila das Rainhas, Frutóbidos

Oferta | serviços complementares

Tipos de serviços complementares disponibilizados, em percentagem de parceiros - 2025



Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial

Entre os serviços de apoio ao visitante mais frequentes, destacam-se as lojas (67,7%) e os pontos de acolhimento no início da visita (59,4%).

Importa salientar que 40,6% dos parceiros (+ 5% que em 2023) recolhem a opinião dos visitantes, evidenciando uma preocupação crescente com a melhoria contínua da experiência proporcionada.



Fábrica da Baleia do Boqueirão, Santa Cruz das Flores, Açores



Monterosa, Olhão

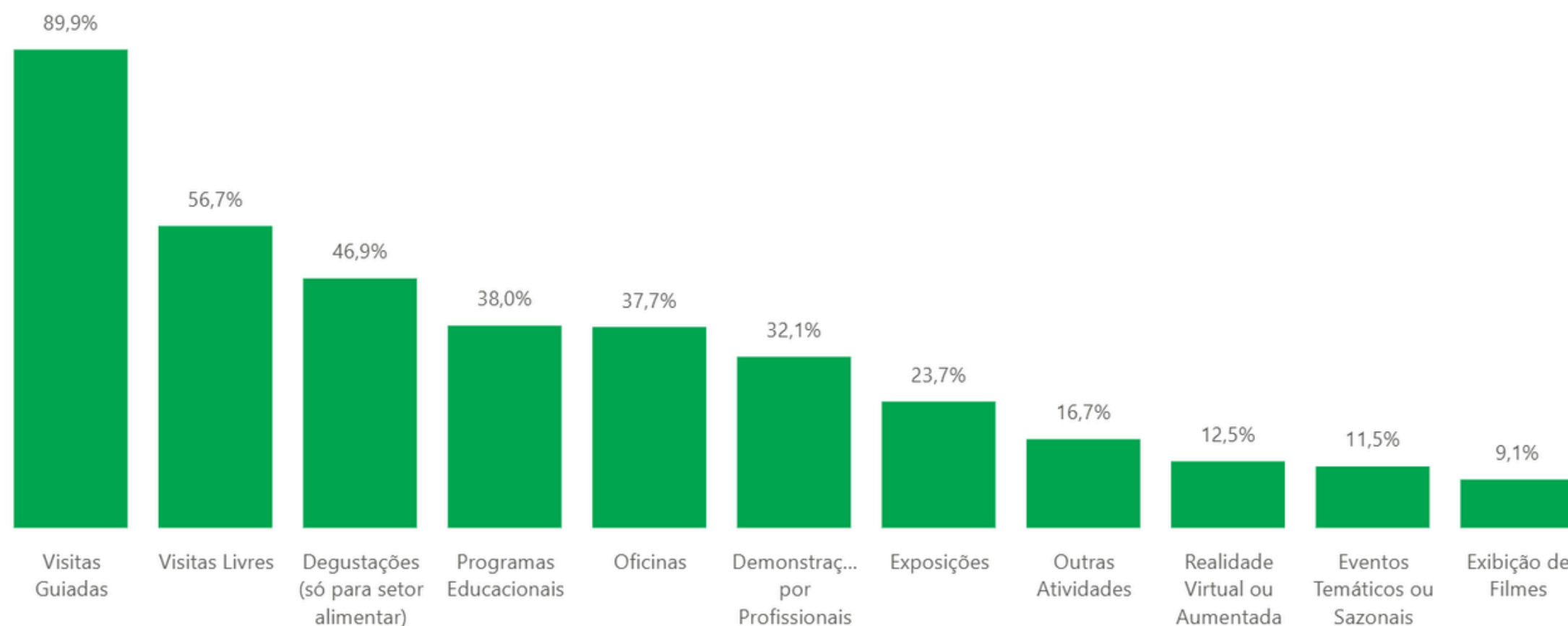
Visitantes | procura de serviços

As atividades mais procuradas pelos visitantes são as visitas — guiadas ou livres —, a que se juntam as degustações, no caso das unidades do setor agroalimentar.

Paralelamente, programas educativos, oficinas, exposições e demonstrações por profissionais registam também uma procura relevante, contribuindo para experiências mais interativas e enriquecedoras.

O padrão de preferências mantém-se, assim, idêntico a 2023.

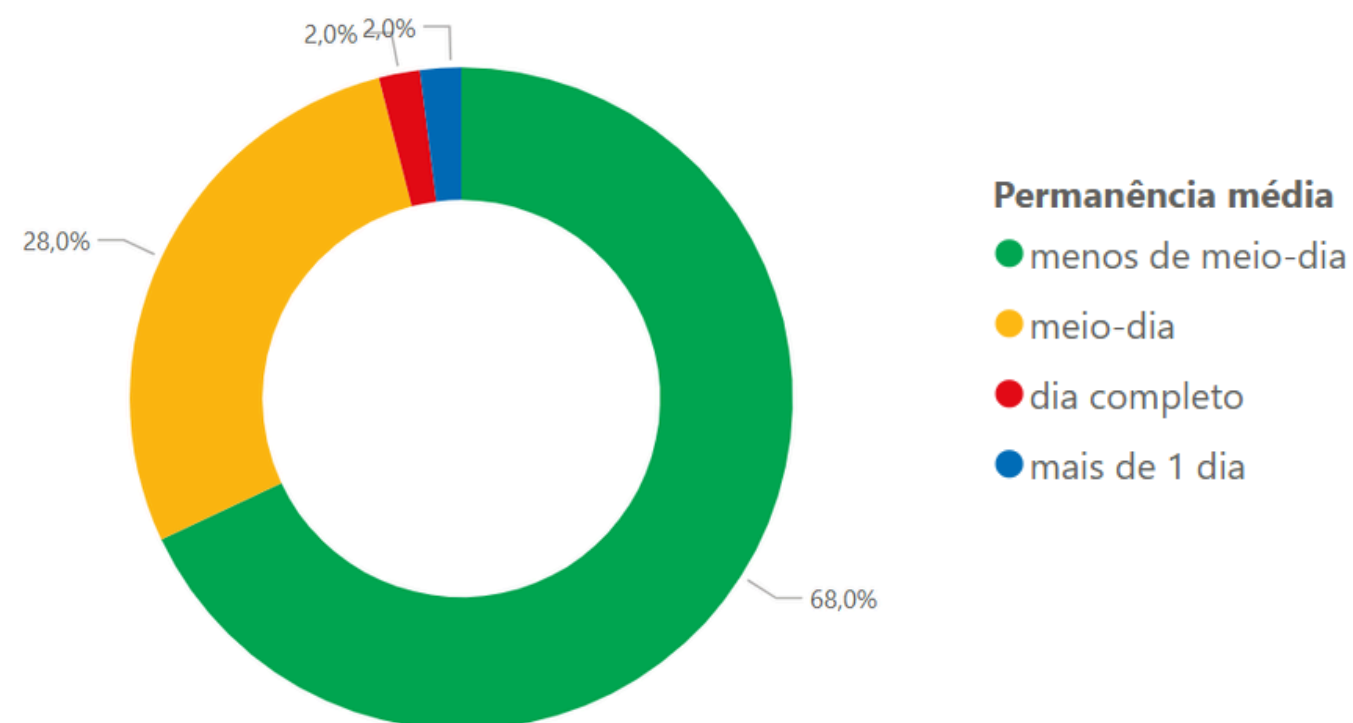
Tipos de atividades mais procuradas, em percentagem de parceiros - 2025



Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial

Visitantes | tempo de permanência e bilhética

Tempo de permanência, em percentagem de parceiros - 2025

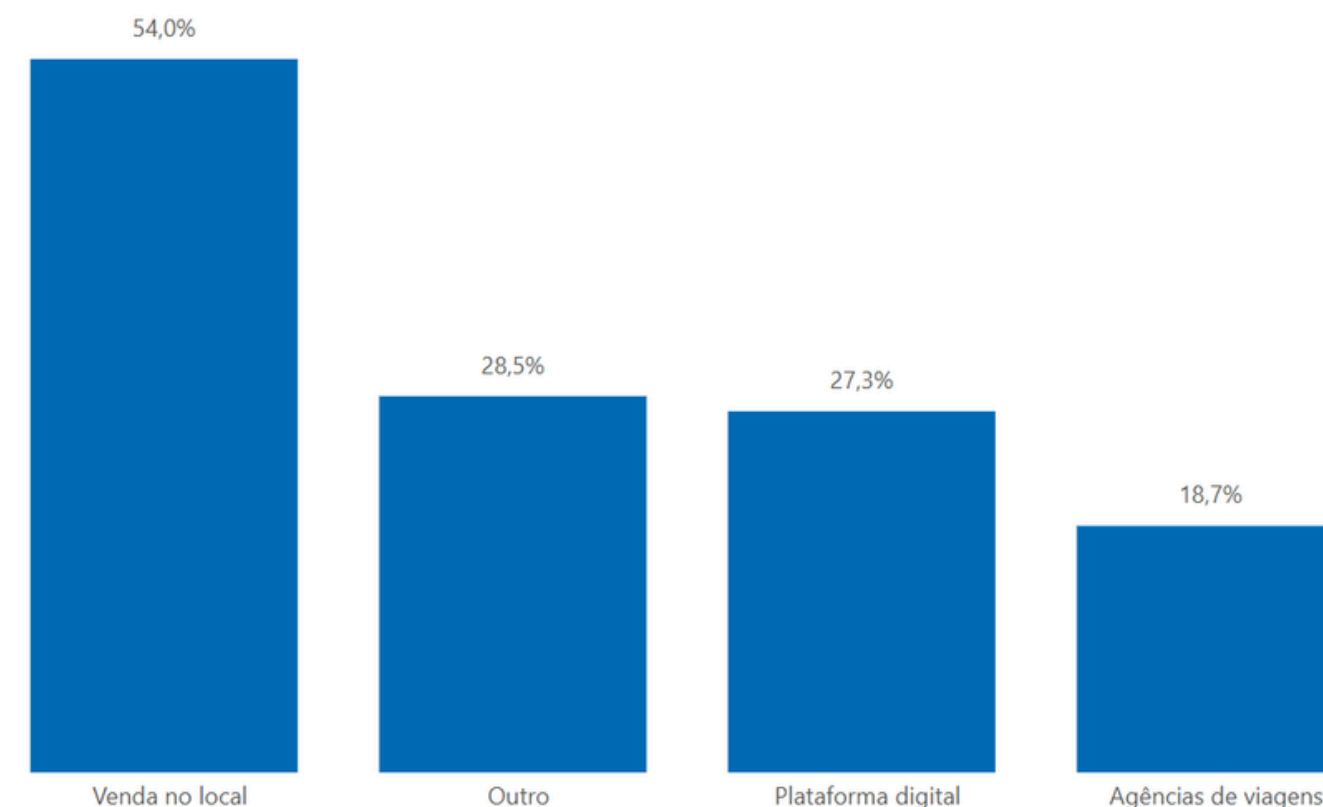


Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial

A maioria das visitas (68,0%) caracteriza-se por uma duração muito curta, não ultrapassando meio dia, o que evidencia, tal como em 2023, a disponibilização de experiências rápidas.

As visitas de dia completo ou mais, representam menos de 5% do total, assumindo ainda um peso bastante residual.

Canais de compra de ingressos, em percentagem de parceiros - 2025



Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial

Mais de metade dos bilhetes (54,0%) continua a ser adquirida diretamente no local, evidenciando a importância da venda presencial. Ainda assim, as plataformas eletrónicas e as agências de viagens surgem como as principais alternativas, acompanhando a crescente digitalização do setor.

Por sua vez, a categoria "Outro" corresponde, sobretudo, a entradas gratuitas, refletindo também a existência de ofertas de acesso sem custo para os visitantes.

Oferta | divulgação

A divulgação das atividades dos parceiros assenta, de forma expressiva, na internet e nas redes sociais.

Praticamente todos marcam presença no Facebook, enquanto mais de 2/3 utilizam também o Instagram, evidenciando a crescente aposta em canais digitais para chegar a públicos mais amplos e diversificados.



73,8% parceiros presentes nas redes sociais

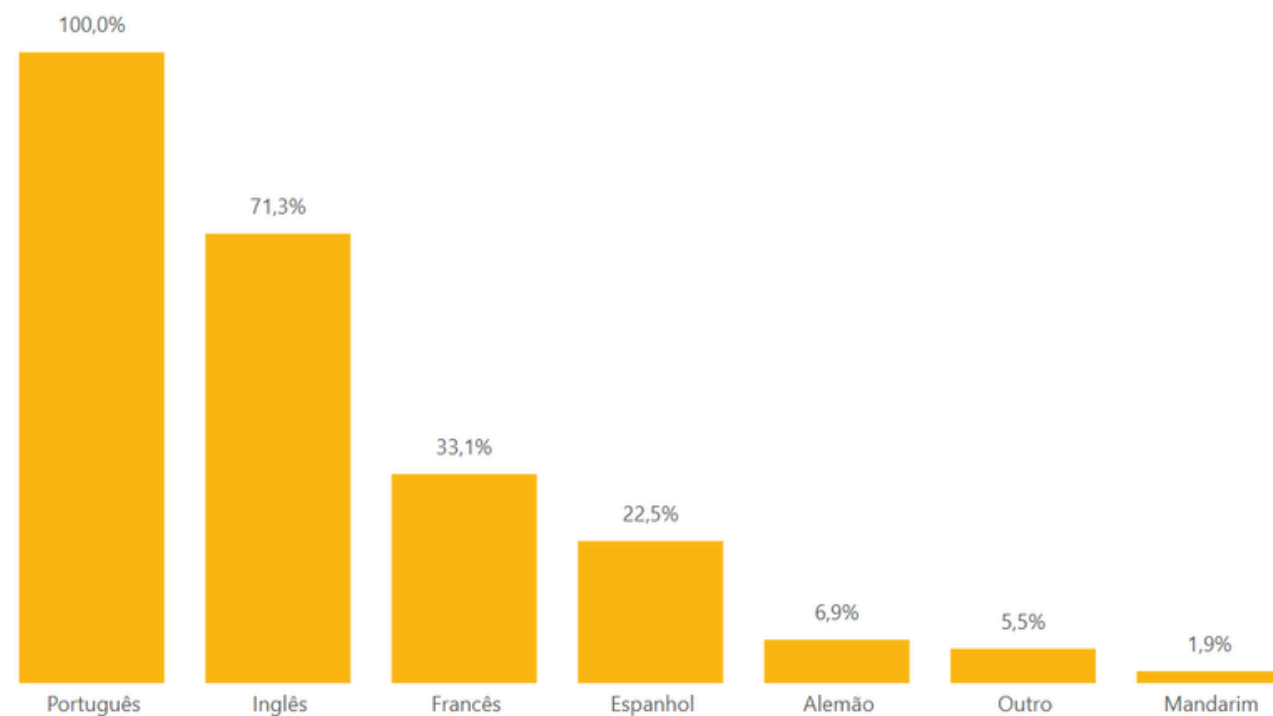


61,9% divulgação através de *website* próprio



49,4% divulgação em *website* partilhado

Idiomas website, em percentagem de parceiros - 2025



Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial

71,3%
DOS PARCEIROS DISPONIBILIZAM
INFORMAÇÃO EM INGLÊS E UMA
PERCENTAGEM MAIS REDUZIDA
EM FRANCÊS E ESPANHOL.



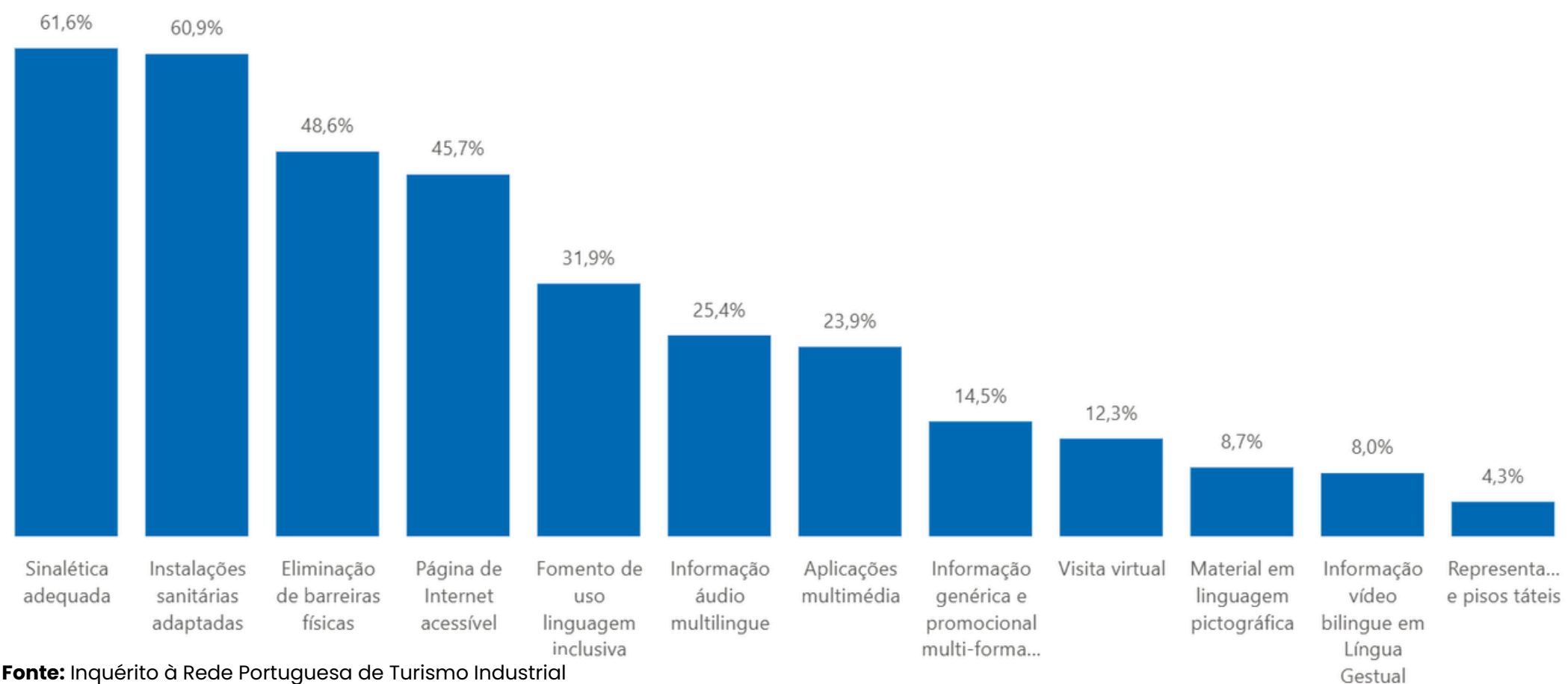


Oferta | acessibilidade

No que respeita às condições de visita para pessoas com necessidades específicas, observa-se que mais de metade dos parceiros já implementou medidas de acessibilidade previstas no Guia de Boas Práticas do Turismo Industrial. Destacam-se a sinalética adequada (61,6%), as instalações sanitárias adaptadas (60,9%) e a eliminação de barreiras físicas (48,6%).

Cerca de 13,8% dos parceiros não dispõe, por enquanto, de qualquer medida de acessibilidade implementada, ainda que se verifique uma evolução positiva face a 2023 (19,8% dos parceiros não tinham medidas implementadas).

Medidas de acessibilidade implementadas, em percentagem de parceiros - 2025



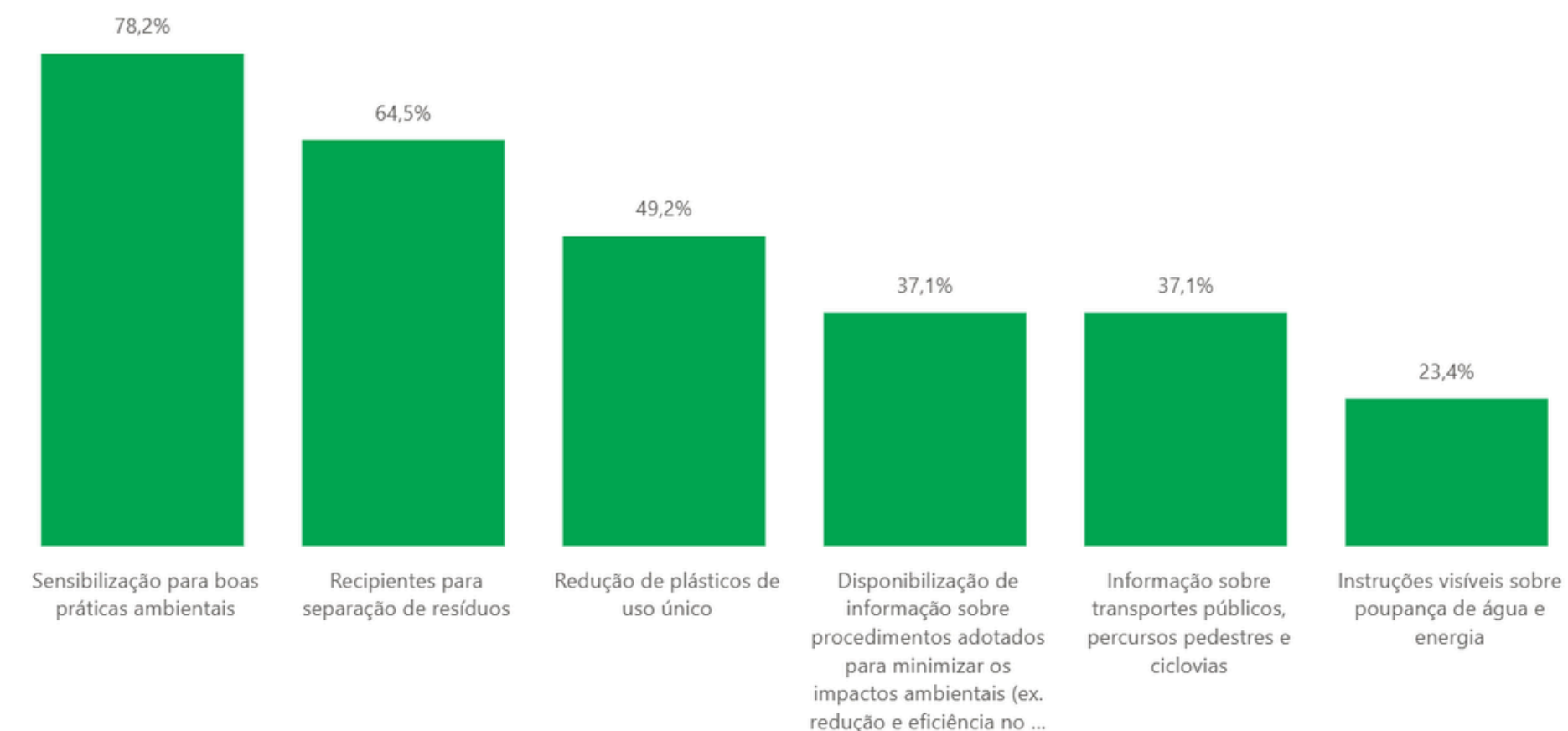
Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial

Oferta | sustentabilidade

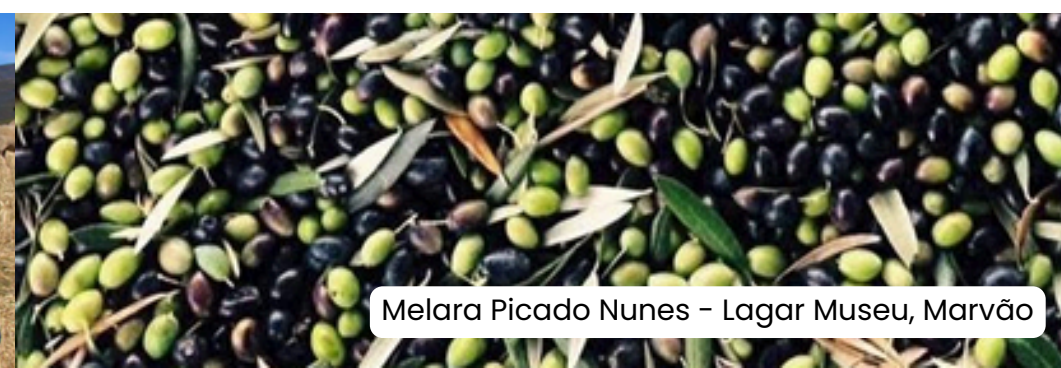
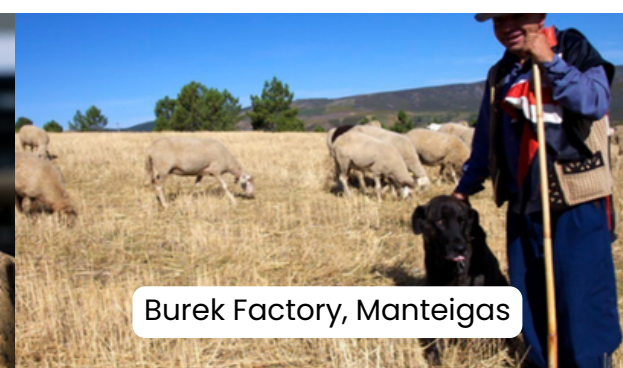
Mais de metade dos parceiros já integra práticas de sustentabilidade alinhadas com o Guia de Boas Práticas do Turismo Industrial, evidenciando um compromisso crescente com a responsabilidade ambiental. Destacam-se a sensibilização para boas práticas ambientais (78,2%), a disponibilização de recipientes para separação de resíduos (64,5%) e a redução do uso de plásticos de utilização única (49,2%).

Dos respondentes, 22,5% não implementou, por enquanto, nenhuma medida de sustentabilidade, ainda que se verifique uma ligeira evolução face a 2023 (24,4% dos parceiros não tinham medidas implementadas).

Medidas de sustentabilidade implementadas, em percentagem de parceiros - 2025

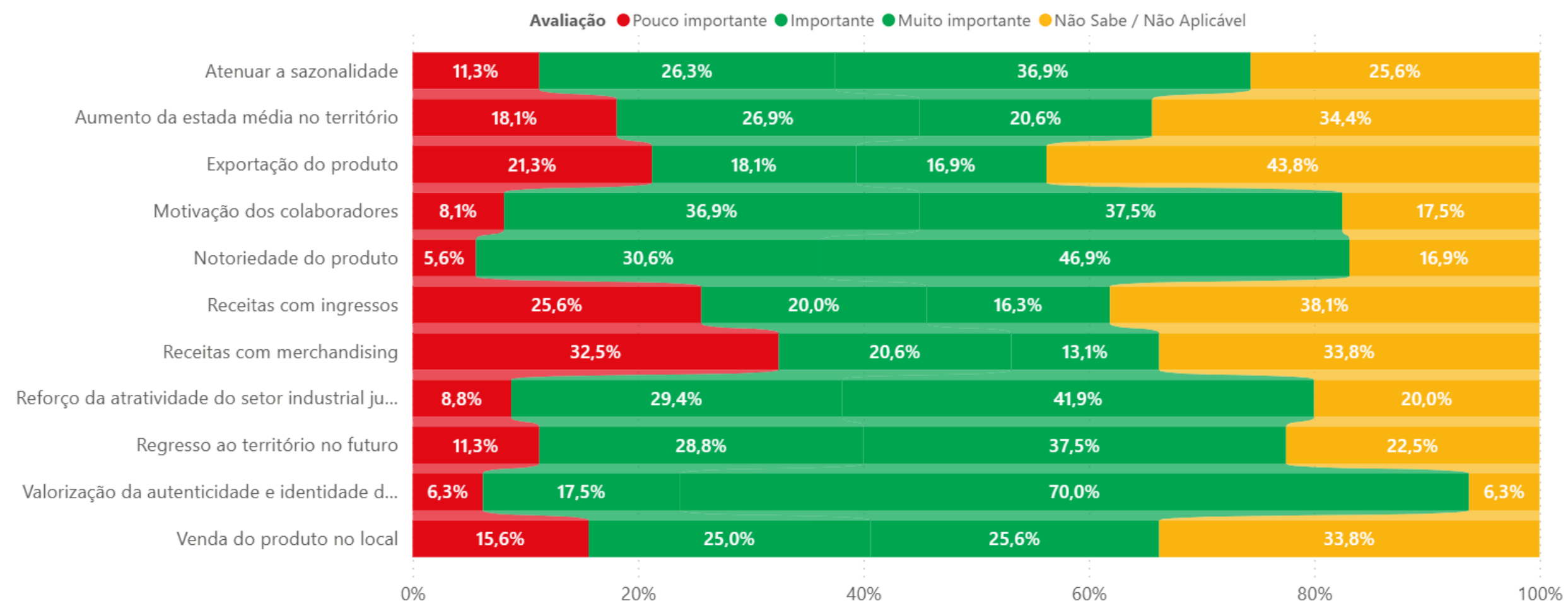


Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial



Oferta | avaliação do contributo das atividades de Turismo Industrial

Contributo das atividades de Turismo Industrial, por aspeto - 2025



Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial

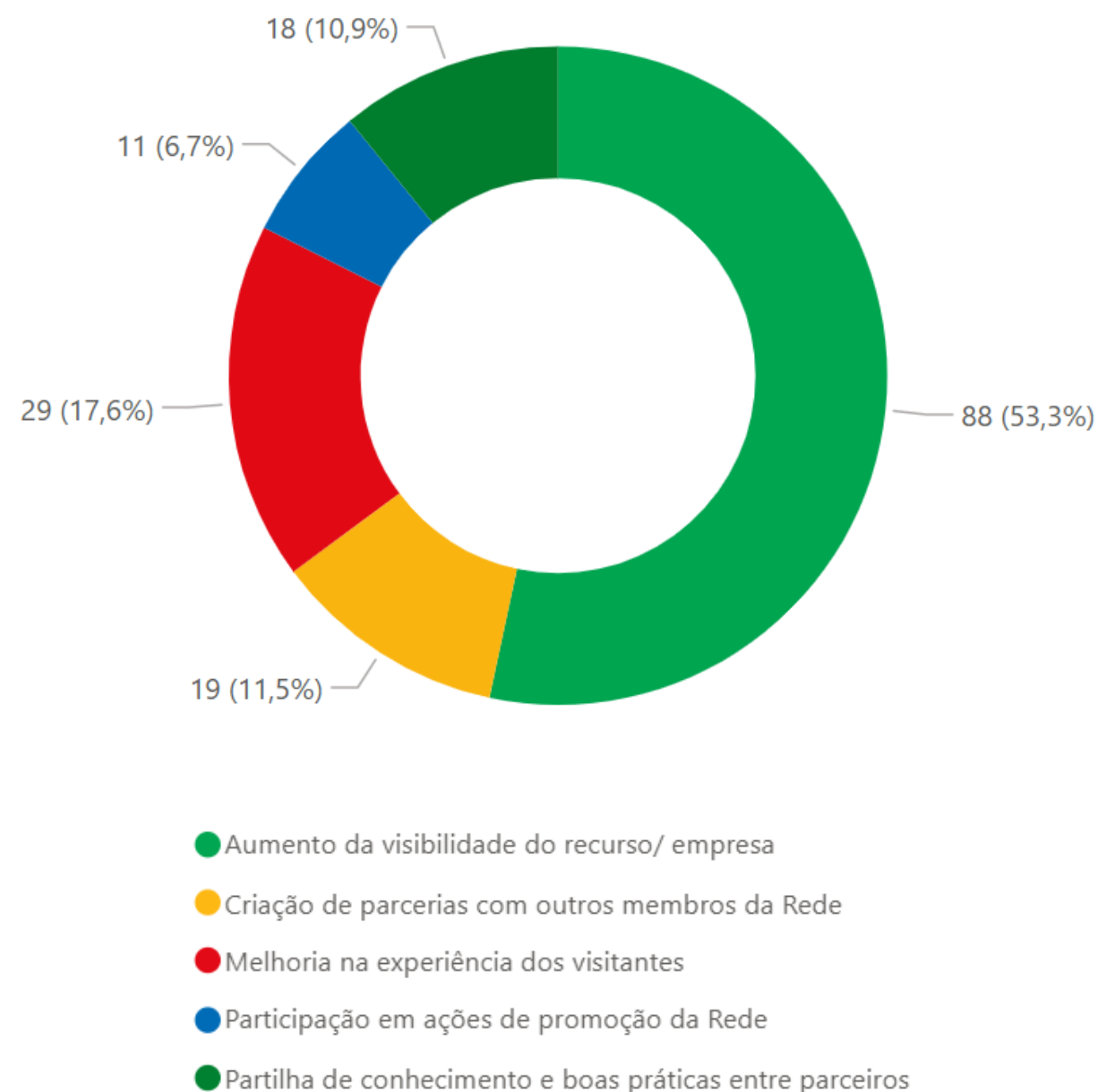
Os principais contributos associados às atividades de turismo industrial são: a valorização da autenticidade e identidade regional e nacional, o reforço da notoriedade dos produtos e a motivação dos colaboradores.

Outros contributos como o aumento da atratividade do setor industrial junto dos jovens, a atenuação da sazonalidade e a intenção de regresso futuro ao território, são também destacados, em linha com os resultados obtidos em 2023.

As receitas com o merchandising e com a venda de ingressos surgem como aspetos menos valorizados pelos parceiros.

Benefícios | adesão à Rede Portuguesa de Turismo Industrial

Benefícios, classificados com grau de importância elevado, identificados após a adesão à Rede Portuguesa de Turismo Industrial - 2025



Os dados relativos aos principais benefícios percecionados pelos parceiros, após a sua adesão à Rede Portuguesa de Turismo Industrial, destacam o aumento da visibilidade do recurso/empresa, que representa mais de metade das respostas (53,3%).

Seguem-se a melhoria da experiência dos visitantes (17,6%) e a criação de parcerias com outros membros da Rede (11,5%) como benefícios reconhecidos.

Já a partilha de conhecimento e boas práticas entre parceiros reúne 10,9% das respostas, enquanto a participação em ações de promoção da Rede é o benefício menos percecionado pelos parceiros (6,7%).

Em síntese, a adesão à Rede é percecionada sobretudo como um fator de reforço da visibilidade, complementado pela qualificação da experiência e cooperação entre parceiros.



Atividade | ano de início

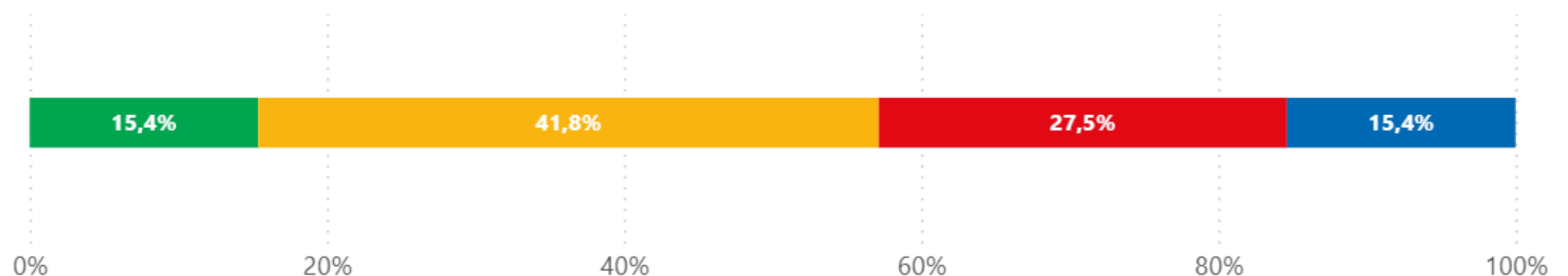
Na tipologia de Indústria Viva, a maioria dos parceiros da Rede (41,8%) corresponde a empresas cuja atividade se iniciou após 1975, evidenciando o peso da indústria mais recente na oferta de turismo industrial. Seguem-se as empresas com início de atividade entre 1925 e 1974 (27,5%), refletindo um importante legado da industrialização do século XX.

As empresas centenárias, isto é, com atividade iniciada antes de 1924, representam 15,4%, fator que reforça o valor histórico e identitário da indústria portuguesa presente na rede de turismo industrial.

Ano de início da atividade da empresa ou unidade fabril, em percentagem de parceiros

Ano início atividade

- Antes de 1924
- Após 1975
- Entre 1925 e 1974
- Não aplicável / Não é uma unidade com atividade industri...



Nota: Apenas respondem ao ano de início de atividade os parceiros classificados com as tipologias Indústria Viva ou Mista.

Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial

Oferta | emprego/força de trabalho



271

N.º de colaboradores
a tempo integral

70

N.º de colaboradores
a tempo parcial

71,4%

% parceiros com colaboradores
afetos à atividade de turismo
industrial a tempo integral

35,7%

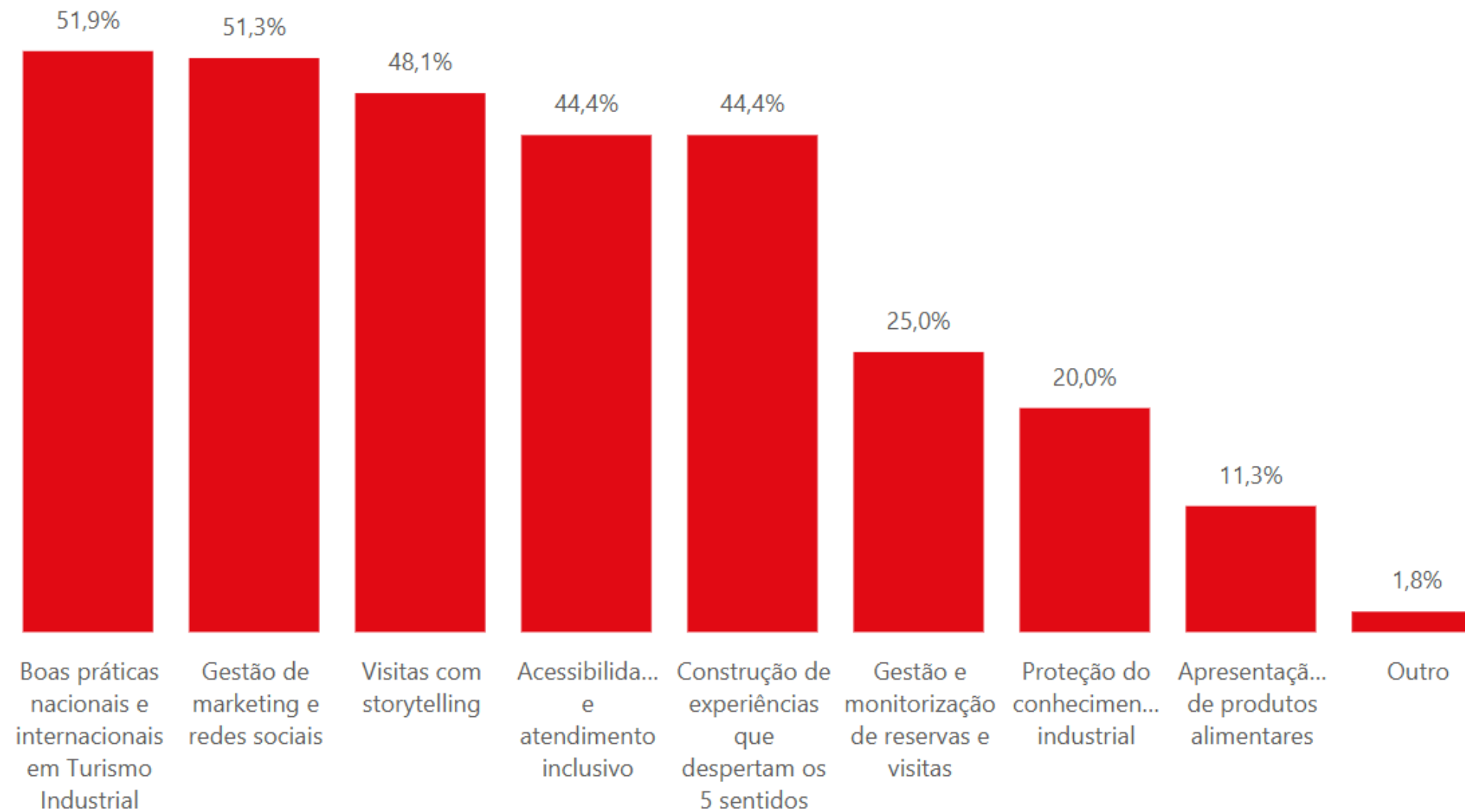
% parceiros com colaboradores
afetos à atividade de turismo
industrial a tempo parcial

Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial



Oferta | necessidades de capacitação

Áreas de capacitação consideradas necessárias, em percentagem de parceiros - 2025



Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial

Os parceiros identificam cinco áreas prioritárias de capacitação: as boas práticas nacionais e internacionais (51,9%), a gestão de marketing e redes sociais (51,3%), as visitas com storytelling (48,1%), as acessibilidades e atendimento inclusivo e a construção de experiências para diferentes públicos, ambas com 44,4%.

As restantes áreas com menor expressão, indicam necessidades mais específicas ou menos transversais.



ANÁLISE REGIONAL

66 N.º de
respondentes
ao inquérito

VISITANTES

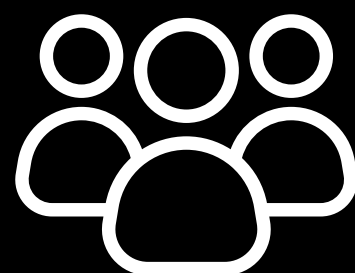
52,2%

NACIONAIS

47,8%

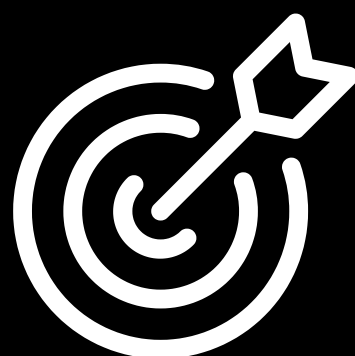
INTERNACIONAIS

Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial



869 345

Total de visitantes em 2025



França

Principal mercado
internacional



**Transportes, serviços
e telecomunicações**

Setor de atividade com mais visitas

PORTO E NORTE

42 N.º de
respondentes
ao inquérito

VISITANTES

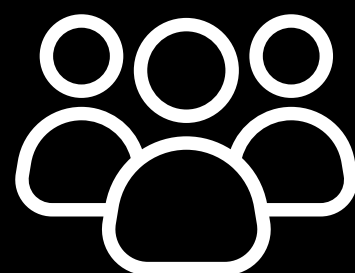
83,4%

NACIONAIS

16,6%

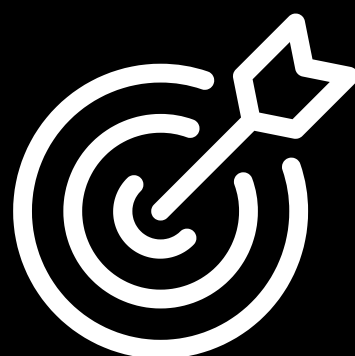
INTERNACIONAIS

Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial



305 290

Total de visitantes em 2025



França

Principal mercado
internacional



**Cerâmica e
Vidro**

Setor de atividade com mais visitas

CENTRO DE PORTUGAL

14 N.º de
respondentes
ao inquérito

VISITANTES

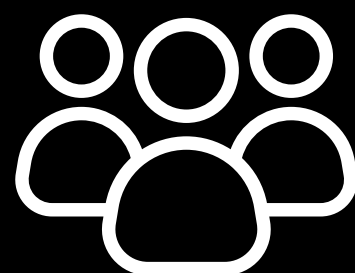
63,0%

NACIONAIS

37,0%

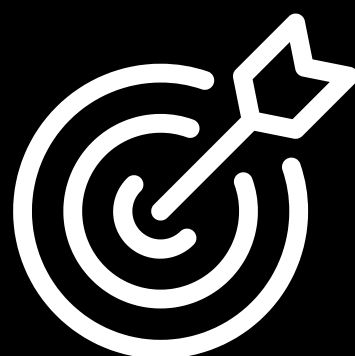
INTERNACIONAIS

Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial



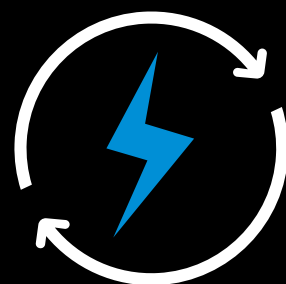
158 684

Total de visitantes em 2025



França

Principal mercado
internacional



Energia

Setor de atividade com mais visitas

REGIÃO DE LISBOA

18 N.º de
respondentes
ao inquérito

VISITANTES

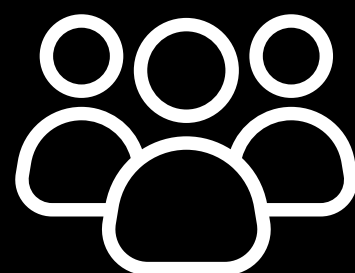
77,8%

NACIONAIS

22,2%

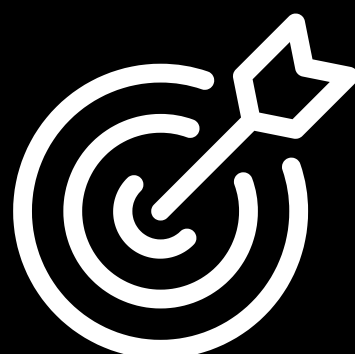
INTERNACIONAIS

Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial



174 812

Total de visitantes em 2025



Espanha

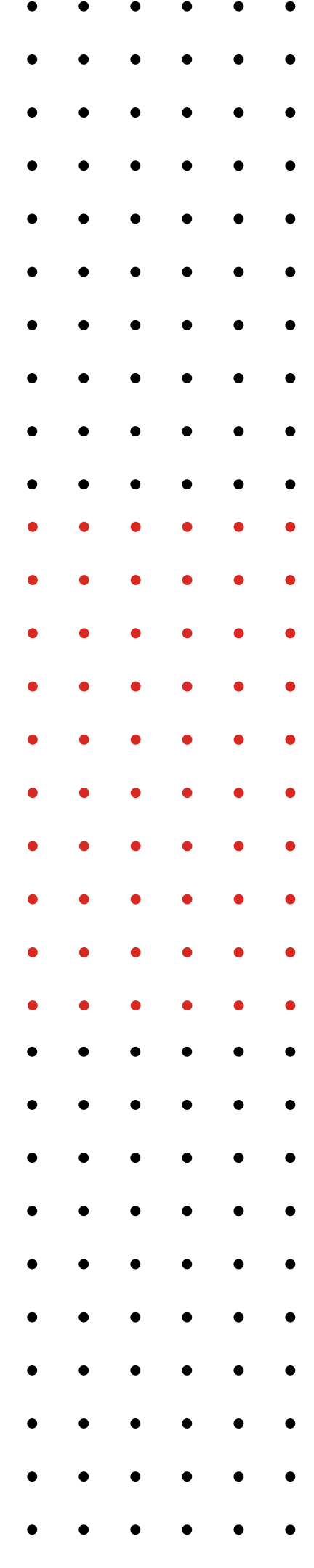
Principal mercado
internacional



Agroalimentar

Setor de atividade com mais visitas

ALENTEJO E RIBATEJO



20 N.º de
respondentes
ao inquérito

VISITANTES

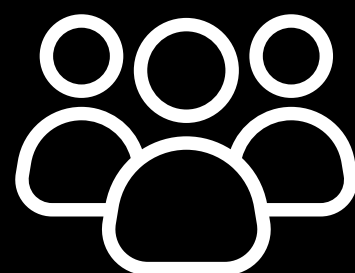
48,0%

NACIONAIS

52,0%

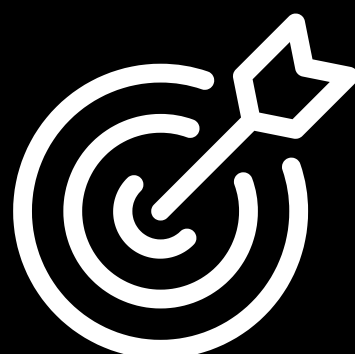
INTERNACIONAIS

Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial



280 000

Total de visitantes em 2025



Reino Unido

Principal mercado
internacional



Agroalimentar

Setor de atividade com
mais visitas

ALGARVE

5 N.º de
respondentes
ao inquérito

VISITANTES

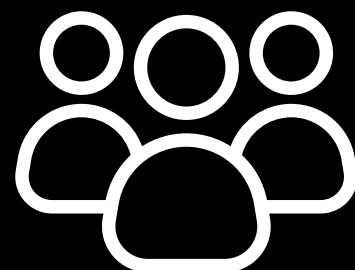
49,3%

NACIONAIS

50,7%

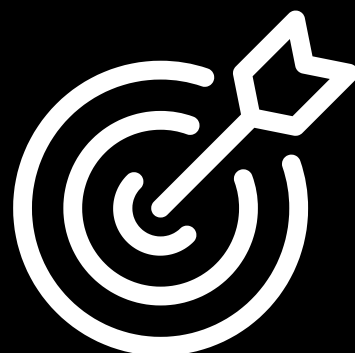
INTERNACIONAIS

Fonte: Inquérito à Rede Portuguesa de Turismo Industrial



649 307

Total de visitantes em 2025



Alemanha

Principal mercado
internacional



Agroalimentar

Setor de atividade com
mais visitas

AÇORES

Conclusões

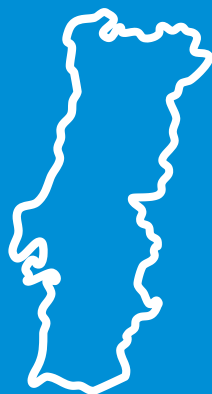
Da análise dos resultados deste 2.º inquérito de caracterização da Rede Portuguesa de Turismo Industrial, destacam-se os seguintes **desafios e oportunidades** que devem ser trabalhados de forma contínua, com o objetivo de consolidar a rede de oferta e reforçar a capacidade de atração de novos públicos:



Consolidar a atratividade e atrair novos públicos: Apesar do crescimento registado, a procura continua maioritariamente centrada no mercado nacional, evidenciando potencial para reforçar a atratividade junto de visitantes internacionais.



Prolongar a experiência de visita: A maioria das visitas continua a registar uma duração curta, o que reforça a necessidade de estimular experiências mais completas e imersivas, e com maior impacto na atratividade do turismo industrial.



Reduzir a sazonalidade da procura: A afluência concentra-se, sobretudo entre a primavera e o verão, colocando o desafio de dinamizar a procura ao longo de todo o ano para gerar mais impacto nos parceiros e nos territórios.



Reforçar a visibilidade da diversidade territorial e setorial: A procura está concentrada em algumas regiões e setores, sendo um desafio dar maior notoriedade à diversidade de experiências, recursos e territórios que integram a Rede Portuguesa de Turismo Industrial.

Conclusões



Afirmar o Turismo Industrial como experiência autêntica e diferenciadora:

A ligação ao património, à indústria viva e aos saber-fazer nacionais posiciona o Turismo Industrial como uma proposta alinhada com as tendências de turismo sustentável e de experiências imersivas



Desenvolver experiências integradas nos territórios: A articulação do turismo industrial com gastronomia, cultura, natureza e eventos locais permite enriquecer a experiência do visitante e aumentar a permanência nos destinos.



Atrair mais visitantes internacionais:

A presença crescente de turistas estrangeiros e a ligação aos principais mercados emissores de Portugal criam condições favoráveis para reforçar a internacionalização da oferta.



Estruturar rotas e percursos temáticos:

A criação de rotas de Turismo Industrial, temáticas ou inter-regionais, constitui uma oportunidade para tornar a oferta mais legível, atrativa e facilmente comunicável ao público nacional e internacional.



Fortalecer a cooperação na Rede:

O reforço dos benefícios de adesão à Rede (partilha de conhecimentos, atividades e promoção conjuntas) contribui para melhorar a oferta e a notoriedade do turismo industrial.



Reforçar a comunicação e a presença digital:

O investimento contínuo em comunicação digital, storytelling e promoção integrada é essencial para aumentar a visibilidade da Rede e aproximar o Turismo Industrial de novos públicos.

Ficha Técnica

Propriedade: Turismo de Portugal, IP

Autor: Departamento de Business Intelligence e
Departamento de Dinamização dos Recursos Turísticos

Classificação da Informação: Uso Externo

Contacto: conhecimento@turismodeportugal.pt

Data: junho de 2026