

ANEXO III

Questionários

Questionário 1 – Gestores/Administradores

“As perspetivas dos diretores/gestores das termas da área de intervenção TCP sobre o termalismo em Portugal e a sua revitalização e rentabilização pela associação ao produto saúde e bem-estar e à dimensão turística, de lazer e recreio”

O presente questionário faz parte de um conjunto alargado de estudos a realizar sobre o produto turístico saúde e bem-estar, em particular o segmento das estâncias termais, com o objetivo de desenvolver um alinhamento de propostas estratégicas para a revitalização deste produto, no âmbito do estágio profissional a realizar na Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal.

O grande objetivo deste questionário passa por conhecer a opinião dos responsáveis diretos por cada estabelecimento termal sobre as condições atuais e as perspetivas futuras do segmento termal no geral e das termas que gere em particular.

Agradecemos que leia atentamente todas as questões assim como as instruções de resposta e se certifique que respondeu a todas.

Muito obrigada pela colaboração.

1. Localização da estância termal

Localidade: _____ Freguesia: _____
Concelho: _____ Região NUT II: _____

2. Modelo de gestão da estância termal:

- Pública De que tipo? _____
 Privada De que tipo? _____

3. Sexo:

- Masculino
 Feminino

4. Idade: _____

5. Habilitações Literárias:

- Ensino Secundário Mestrado
 Bacharelato Doutoramento
 Licenciatura Outra. Qual? _____

6. Área de Formação:

- Medicina Geologia Gestão/Administração de empresas
 Turismo Direito Engenharia. Qual? _____
 Economia Sociologia Outra. Qual? _____

7. Função desempenhada na estância termal:

- Presidente do Conselho de Administração Diretor Técnico Outro. Qual? _____
 Gestor financeiro Diretor Hoteleiro _____
 Diretor Clínico Médico _____

7.1. Há quanto tempo exerce a referida função? _____ anos.

7.2. Além da função atual já exerceu outra função na área termal? Sim Não
Se sim, qual? _____. Durante quanto tempo? _____.

Este questionário é constituído por **duas grandes partes**:

Na **primeira parte**:

- Gostaríamos de saber a sua opinião quanto à atividade termal na atualidade, conhecer a sua posição quanto à perspectiva de mudança das orientações base das termas, as dificuldades e oportunidades da realidade portuguesa e em particular da que gere/administra.

Na **segunda parte**:

- Pretendemos recolher opiniões mais concretas e pessoais sobre o produto termal em Portugal e na estância que gere/administra

PARTE I

NORMAS DE RESPOSTA:

1-Discordo totalmente 2-Discordo 3-Não concordo 4-Concordo 5-Concordo totalmente
nem discordo

(Marque com um **X** a situação que se ajusta à realidade portuguesa e com **●** a que se ajusta à estância que gere/administra)

1) Como perspectiva a realidade atual do termalismo e estâncias termais em Portugal?		1	2	3	4	5
1	O produto termal atual responde às motivações e necessidades do público em geral					
2	O produto termal atual responde às motivações e necessidades do público tradicional					
3	O produto termal atual responde às motivações e necessidades do público emergente					
4	O termalismo português tem procurado uma diversificação da clientela					
5	As estâncias termais atuais têm privilegiado a vertente da doença/cura e por consequência uma especialização da clientela					
6	O termalismo tradicional é uma realidade enraizada e difícil de ultrapassar nas termas portuguesas					
7	O frequentador das estâncias termais é predominantemente idoso					
8	O mercado da procura é quase exclusivamente português					
9	A dinâmica atual, em termos de clientela, das termas portuguesas constitui o principal obstáculo à sua reorientação, revitalização e expansão					
10	A motivação principal do utilizador/aquista é a de obter uma cura termal					
11	O atual produto termal oferece um conjunto de serviços diversificado e moderno					
12	O termalismo em Portugal presta um serviço de qualidade					
13	As estâncias que têm apostado na diversificação e qualificação de serviços têm sido casos de sucesso em termos de atratividade					
14	O termalismo (sentido lato) continua a ser uma prática turística desinteressante, secundária e marginalizada pelo público em geral					
15	A falta de atenção conferida aos mercados emergentes pós-modernos, pelas termas, tem constituído um entrave à reorientação e modernização do termalismo					
16	As termas portuguesas atravessam uma crise de falta de identidade (em termos de objetivos, posição no mercado turístico e de clientela)					

17	A vertente de saúde e bem-estar está a ganhar expressão nas termas portuguesas					
18	A ténue dinâmica a que se tem assistido nas termas portuguesas está assente na recente diferenciação e flexibilização de serviços oferecidos					
19	O carácter sazonal da atividade tem prejudicado o progresso das estâncias					
20	Grande parte das estâncias portuguesas é identificada com a precariedade e arcaísmo dos seus equipamentos e decadência dos edifícios termais e adjacentes					
21	O setor termal esteve demasiado tempo “refém” de um suporte legal desatualizado, obsoleto e descontextualizado					
22	A imagem das estâncias termais portuguesas está desqualificada					
23	A atividade termal tem perdido crédito enquanto alternativa médica fiável					
24	Há falta de investigação científica completa e moderna sobre as águas e sua aplicação					
25	O serviço termal reflete o facilitismo dos concessionários na aquisição de recursos não qualificados					
26	As estâncias termais vivem hoje um novo "fôlego"					
27	As estâncias termais portuguesas não têm conseguido sair da crise que se arrasta há décadas					
28	As estâncias termais têm vindo a recuperar a imagem de centros turísticos de recreio, lazer, saúde e bem-estar e de prestígio de outrora					
29	As estâncias termais portuguesas ocupam lugar de destaque nos circuitos turísticos globais					
30	O destino termal ocupa a base da hierarquia dos destinos turísticos do público em geral					
31	As estâncias termais são, atualmente, destinos turísticos alternativos					
32	Todas as estâncias termais portuguesas têm condições para se tornarem destinos turísticos de massa					
33	Muitas das estâncias termais têm-se tornado repulsivas à procura turística por causa da decadência e falta de qualidade do alojamento					
34	Grande parte do património arquitetónico termal encontra-se muito degradado e subaproveitado					
35	Tem havido um esforço por parte das entidades gestoras das termas em recuperar, preservar e promover os diversos "patrimónios termais"					
36	Alguns dos estabelecimentos hoteleiros relacionados com as termas são ícones da época áurea do termalismo e por isso centros de grande atratividade turística					
37	Algumas estâncias termais vivem somente da história e do imaginário de outrora para captar clientela sem estarem atentas às motivações da procura pós-moderna					
38	Grande parte do alojamento, na área de influência termal, está degradado e é de fraca qualidade					
39	Todas as estâncias termais estão inseridas num espaço patrimonialmente rico					
40	Muito poucas estâncias têm aliado o imaginário histórico e as necessidades da modernidade para criar um destino turístico realmente atrativo					
41	As estâncias termais, no geral, têm uma animação turística muito débil ou até mesmo inexistente					
42	As unidades hoteleiras de suporte às estâncias termais carecem de uma reestruturação em atrativos					
43	A maior parte do alojamento nas imediações das termas sofre com as oscilações sazonais da atividade termal					
44	A maior parte das estâncias termais tira partido de todos os recursos turísticos disponíveis					
45	São poucos os casos de estâncias que oferecem um produto turístico completo integrando os vários recursos disponíveis					
46	As estâncias que aproveitam e integram todos os recursos têm beneficiado de					

	níveis de atratividade superiores às restantes					
47	As estâncias termais têm tentado promover a vertente lúdica e de recreio					
48	As estâncias termais portuguesas encontram-se perfeitamente integradas nos territórios locais, havendo relações de complementaridade					
49	O produto termal está integrado no conjunto da oferta turística local e regional					
50	As estâncias termais portuguesas têm contribuído para o desenvolvimento dos territórios locais					
51	As estâncias termais pautam-se por um individualismo em termos territoriais e em relação a outros elementos relacionados direta ou indiretamente às mesmas					
52	As estâncias termais de sucesso são as que estão inseridas num espaço de qualidade, num território dinâmico e integrados com a envolvente (espaço, património, hotéis)					
53	O subaproveitamento da envolvente termal na busca de novas clientelas tem conduzido várias estâncias termais ao isolamento e decadência					
54	Os casos de sucesso no termalismo são os que se mantêm abertos todo o ano					
55	Todas as estâncias portuguesas têm condições para se manterem em atividade todo o ano					
56	As estâncias termais têm sabido promover-se nas mais variadas vertentes					
57	As estâncias termais portuguesas têm desenvolvido estratégias de marketing promocional agressivas, de qualidade e atrativas					
58	A publicidade às termas e aos seus serviços é pobre, parca, desatualizada e pouco atrativa					
59	Os modelos de gestão pública das termas têm constituído um dos entraves à revitalização e modernização das mesmas					
60	As estâncias de gestão pública estão associadas aos apoios sociais, à terapêutica e por consequência a uma maior especialização da clientela					
61	As estâncias termais enquanto destinos turísticos gozam de uma imagem de prestígio junto do público					
62	É necessária e urgente uma reestruturação das estâncias termais portuguesas					

2) Na sua opinião, o atual estado de funcionamento das estâncias termais é motivado por:		1	2	3	4	5
1	Utilização direcionada para um público específico					
2	Dificuldades em se demarcar da dimensão da doença e da cura					
3	Oferta desajustada aos atuais mercados da procura					
4	Frequência por uma população maioritariamente idosa					
5	Pouca diversificação da oferta					
6	Falta de investimento em novas técnicas					
7	Falta de investimento na formação em recursos humanos					
8	Falta de investimento na recuperação do património termal					
9	Falta de investimento na recuperação da imagem turística					
10	Imagem envelhecida, decadente, com pouca capacidade de se libertar do passado					
11	Imagem repulsiva					
12	Fraca atratividade					
13	Perda de prestígio					
14	Marketing reduzido e ineficiente					
15	Marketing inexistente					
16	Fraca capacidade para captar investimento					
17	Pouca ou nenhuma informação termal					
18	Informação termal desatualizada					
19	Falta de capacidade para inovar					

20	Minimização dos recursos da área envolvente						
21	Falta de integração com os produtos turísticos locais e regionais						
22	Deficiente competitividade nos circuitos turísticos globais						
23	Fraca inserção nos territórios locais						
24	Ausência ou reduzida interação com as estâncias termais próximas						
25	Perda de capacidade interventiva no desenvolvimento local						
26	Pouca associação à vertente turística						
27	Legislação obsoleta e descontextualizada que vigorou durante décadas						
28	Demasiada dependência da subsidiariedade						
29	Ausência de planos estratégicos						
30	Individualismo						
31	Ausência ou deficiente animação termal						
32	Pouca atenção aos patrimónios termais						
33	Inércia de muitas entidades gestoras						
34	Resistência à modernização e introdução de novas técnicas						
35	Marginalização da envolvente termal						
36	Perda de identidade						
37	Isolamento territorial, territórios desqualificados e por isso repulsivos						
38	Crescente descrédito da terapia termal no seio da comunidade médica						
39	Falta de investigação científica na área						
40	Outros motivos que considere importantes: _____						

3) Se acha que a reestruturação da atividade termal tem algum caráter de urgência, na sua opinião, quais os motivos que revelam essa urgência?		1	2	3	4	5
1	A complexidade da atividade turística global e dos interesses e motivações da procura atual					
2	A dificuldade em se afirmar como destino turístico nas redes de destinos turísticos atuais se não houver uma reestruturação urgente					
3	A perda de potenciais mercados para outros produtos mais apelativos					
4	A urgência em dar resposta às necessidades dos mercados da procura pós-modernos					
5	As estâncias estão a entrar num caminho de degradação, a vários níveis, difícil de travar se não houver uma reestruturação					
6	O atual modelo de oferta termal está esgotado e deixou de ser apelativo					
7	O grande empolamento atual na área da saúde e bem-estar e da prevenção mais do que no próprio tratamento					
8	A degradação das estruturas, edifícios e espaços envolventes					
9	As técnicas e equipamentos termais obsoletos e desajustados à realidade atual					
10	A necessidade de encontrar alternativas de qualidade à oferta turística global tradicional massificada					
11	A necessidade de rentabilizar muitos investimentos já realizados em algumas estâncias termais (quer em termos de alargamento de mercados quer em termos temporais)					
12	A necessidade de rentabilizar o diverso património termal					
13	A dependência económica, quase exclusiva, de muitos territórios e atores territoriais face às estâncias termais					
14	A necessidade de acentuar e consolidar o seu papel enquanto pólos de desenvolvimento local e regional					
15	A valorização mais do que nunca do tempo de ócio, do recreio e lazer					
16	A necessidade em reativar o seu papel no imaginário turístico do público					

17	A necessidade de captar o interesse do público mais jovem					
18	A necessidade de otimização de muitos recursos e produtos na busca de sinergias					
19	A necessidade de criar um produto atrativo, completo e integrado que responda às necessidades atuais, de médio e longo prazo					
20	A consolidação das estâncias termais enquanto produto turístico dinâmico e atrativo depende da sua urgente reestruturação					
21	Se não houver uma reestruturação das termas correm o risco de serem monopolizadas pela vertente da doença e cura					

4) Na sua opinião, a reestruturação da atividade termal e dos espaços termais passaria por:		1	2	3	4	5
1	Centrarem-se na vertente da prevenção, reabilitação, saúde e bem-estar					
2	Diversificar os serviços termais de saúde e bem-estar					
3	Diversificar a oferta termal no global					
4	Haver complementaridade entre a vertente terapêutica e de bem-estar					
5	Introduzir e/ou reforçar a vertente lúdica e de recreio nos espaços termais					
6	Introduzir um conjunto de atividades lúdicas e culturais					
7	Introduzir um conjunto de equipamentos e atividades desportivas					
8	Apostar nos percursos turístico-culturais e educativos					
9	Reforçar a vertente turística					
10	Captar públicos mais diversos					
11	Captar o público mais jovem					
12	Articular as dimensões turística e termalista					
13	Diversificar o alojamento na área de influência termal					
14	Qualificar o alojamento na área de influência termal					
15	Investir no marketing e na promoção de uma imagem atrativa					
16	Publicidade mais apelativa e atrativa					
17	Elaborar uma página on-line completa, atrativa e atualizada					
18	Elaborar cartazes publicitários com as diferentes ofertas de serviços termais e atividades no espaço/território termal					
19	Cada estância ter um responsável pelo marketing, divulgação e promoção do produto turístico					
20	Parcerias com operadores turísticos e agências de viagem					
21	Integração com outros produtos turísticos locais ou regionais numa maximização de benefícios					
22	Mais e melhor complementaridade entre as estâncias termais e as unidades de alojamento					
23	Divulgar as características terapêuticas das águas aplicadas em modernos serviços e programas de saúde e bem-estar					
24	Apostar em pacotes de programas de saúde e bem-estar de curta duração					
25	Aumentar e melhorar a sinalética					
26	Embelezar os espaços exteriores					
27	Planear e ordenar o espaço termal e adjacente numa otimização de condições					
28	Aumentar e/ou melhorar as acessibilidades					
29	Privatizar algumas estâncias termais					
30	Alargar o período de funcionamento das termas					
31	Reduzir os preços do tratamento clássico					
32	Preços acessíveis nos programas de saúde e bem-estar					
33	Apostar num mercado-alvo de classe média-alta e alta					
34	Especialização da oferta para mercados específicos					

35	Alargamento a mercados indiferenciados					
36	Elaborar de um plano estratégico para cada estância termal					
37	Captar investimento					
38	Qualificar, modernizando as instalações e a imagem das termas					
39	Qualificar, mantendo a história e os traços do passado					
40	Proteção dos recursos naturais e dos patrimónios termais					
41	Revitalizar e aproveitar os patrimónios termais					
42	Definir geograficamente os limites das estâncias termais e dos poderes das tutelas					
43	Criação e afirmação da marca termas					
44	Organização em rede					
45	Otimizar o espaço envolvente para a realização de várias atividades de animação turística e culturais					
46	Evitar dependência face ao Serviço Nacional de Saúde/Segurança Social no que diz respeito ao termalismo terapêutico especializado					
47	Adaptar a oferta terapêutica aos ritmos de vida atuais e à recuperação física e psíquica					
48	Desenvolver parcerias a nível internacional					
49	Desenvolver um novo produto turístico estruturado (papel dos Operadores, Agências de Viagem, Internet (venda direta)).					
50	Realizar estudos contínuos de novas práticas de tratamentos termais					
51	Realizar e manter pesquisas científicas atualizadas das propriedades e dos efeitos terapêuticos das águas minero-medicinais					

4.1) Mais especificamente, na sua opinião, que outros serviços e atividades se deveriam oferecer para uma otimização dos equipamentos, património e espaço e, dinamização das estâncias termais?		1	2	3	4	5
1	Programas antistress					
2	Programas de "remise en forme"					
3	Programas antitabagismo					
4	Programas de emagrecimento					
5	Programas de beleza e estética					
6	Programas pré e pós parto					
7	Programas contra a obesidade infantil					
8	Programas terapêuticos para crianças com necessidades especiais					
9	Concertos musicais					
10	Festivais alusivos a temas (Festa da primavera, Festival das flores, ...)					
11	Bailes temáticos (de Carnaval, de inverno, de verão, de Máscaras, das Bruxas, reprodução dos antigos bailes e jantares...) no espaço termal ou nos hotéis adjacentes					
12	Percursos turístico-educativos – visitas guiadas temáticas dentro e no espaço termal adjacente					
13	Rotas turísticas locais e/ou regionais que integrem outros produtos turísticos da região					
14	Casas de chá com música					
15	Wine Bar com provas de vinhos					
16	Restaurante Bar					
17	Parque de merendas					
18	Espaço museológico termal					
19	Casinos					
20	Circuitos pedestres					

21	Competições desportivas: atletismo, natação, ténis, canoagem, golfe, hipismo, BTT, etc.					
22	Atividade comercial diversificada: regional e de luxo					
23	Festivais gastronómicos regionais e artesanais					
24	<i>Peddy papers</i> temáticos					
25	Animação de rua					
26	Festas de aniversário com atividades (com ofertas termais)					
27	Mostras culturais					
28	Exposições					
29	Mini – cursos de terapia termal					
30	Casamentos (com ofertas termais)					
31	Outras atividades culturais:					
32	Outras atividades lúdicas:					
33	Outras atividades desportivas:					
34	Outras atividades e programas que considere pertinentes: _____.					

5) Na sua opinião, quais são as principais dificuldades e obstáculos à sua reestruturação?		1	2	3	4	5
1	A vertente de doença e cura bastante enraizada no modelo de exploração das estâncias termais difícil de ultrapassar					
	A atual clientela ser maioritariamente doente, envelhecida, subvencionada e com reduzido poder económico (classe média e baixa)					
2	O caráter volátil dos interesses e motivações da procura atual					
	Falta de atenção às motivações e necessidades do mercado emergente					
3	Dificuldades em captar novos públicos					
4	Pouca diversificação do mercado da procura estrangeiro					
5	O mercado frequentador ser maioritariamente português					
6	Desadequação de muitos equipamentos às novas práticas					
7	Dificuldades na operacionalização de serviços diversificados					
8	Oferta de serviços termais pouco diversificada					
9	Falta de recursos humanos qualificados					
10	Perda de propriedades terapêuticas de algumas termas					
11	Falta de capacidade técnico-financeira					
12	Dificuldades em captar investimento					
13	Falta de qualidade do alojamento turístico					
14	Inércia e apatia dos gestores/administradores					
15	Os modelos de gestão/administração de algumas termas					
16	Dificuldades em interagirem com o território onde se inserem					
17	Dificuldades em estabelecer parcerias com os atores territoriais locais e regionais e operadores turísticos					
16	Pouca atenção por parte das entidades promotoras da atividade turística e dificuldade em estabelecer parcerias com os mesmos					
17	Pouca atenção por parte das entidades políticas e planeadoras					
18	É um produto turístico isolado sem relações e interações com outro tipo de ofertas					
19	Produto termal atual é pouco atrativo ao mercado estrangeiro					
20	Caráter acessório e marginal com que o produto termal é encarado nos circuitos turísticos globais					
21	Dificuldades em afirmar a marca "termas" como produto turístico de qualidade em Portugal					
22	Ausência de políticas eficazes ao desenvolvimento do termalismo					

23	Imagem decadente, sem credibilidade e pouco atrativa					
24	A separação entre a vertente turística e a do termalismo					
25	O caráter vincadamente sazonal desta atividade					
26	O encerramento da maior parte das estâncias em grande parte do ano					
27	Fraca rentabilização das estruturas e equipamentos					
28	O isolamento territorial					
29	O desordenamento do território em redor das estâncias					
30	Os poucos perímetros de proteção das estâncias aprovados					
31	Falta de saneamento básico completo em algumas estâncias					
32	As fracas acessibilidades					
33	Falta e /ou deficiente informação termal e atualizada					
34	Falta de divulgação e promoção das potencialidades das estâncias termais junto da sociedade					
35	Degradação de património, recursos e equipamentos					
36	Falta de uma envolvente de qualidade e atrativa					
37	Falta de credibilidade nas vantagens e potencialidades das águas minero-medicinais por parte da classe médica					
38	<i>Handicap</i> em informação e investigação científica para novas aplicações das águas minero-medicinais					
39	Outras dificuldades que considera importantes: _____.					

6) Na sua opinião, quais são os principais pontos fortes e oportunidades à sua reestruturação?		1	2	3	4	5
1	A imagem histórica e o poder de remeter para épocas passadas					
2	O conjunto patrimonial que direta ou indiretamente dispõem: natural, construído, histórico e cultural					
3	A diversificação de gostos e interesses da sociedade atual					
4	A importância atual da saúde e bem-estar					
5	A importância dada ao tempo de ócio					
6	A cada vez maior segmentação da oferta e da procura					
7	Os mercados emergentes da procura (potenciais mercados)					
8	Atração de públicos estrangeiros com maior poder de compra					
9	A massificação e perda de interesse por outros produtos turísticos					
10	Possibilidade de aumento do volume de negócios					
11	A criação de redes termais e a internacionalização das termas					
12	Os investimentos já realizados em algumas estâncias termais					
13	A possibilidade de rentabilizar equipamentos com o alargamento do período de funcionamento					
14	Os territórios envolventes					
15	O conjunto de outros produtos turísticos que a região oferece					
16	A localização territorial					
17	Constituem promissores e vantajosos pontos de atração turística					
18	Oportunidades enquanto potencializadores de desenvolvimento local através da criação de postos de trabalho e indução de outras atividades					
19	O aumento de recursos qualificados tanto na área da saúde e bem-estar como na turística, de recreio e lazer					
20	O facto das estâncias estarem situadas em ambientes rurais					
21	Possibilidade de integração com o produto TER					
22	Campo aberto a novas investigações para potenciais aplicações preventivas e terapêuticas					
23	Outras oportunidades que considera importantes: _____.					

Parte II

1. Na sua opinião, a vertente turística, lúdica e de recreio deverá ser desenvolvida e explorada nas estâncias termais portuguesas?

- Sim Não

Porquê? _____.

2. Na sua opinião, todas as estâncias portuguesas têm condições de base para desenvolverem esta dimensão turística?

- Sim Não

Porquê? _____.

2.1. E na que gere/administra?

- Sim Não

Porquê? _____.

3. Na sua opinião, a reestruturação e revitalização termal deverá apostar preferencialmente na:

- Vertente curativa tradicional
 Vertente preventiva, de saúde e bem-estar e lúdica
 Complementaridade entre as duas vertentes

4. Na sua opinião, acha possível e viável a articulação das vertentes do termalismo clássico e do termalismo de saúde e bem-estar nas estâncias portuguesas?

- Sim Não

Porquê? _____.

5. Na sua opinião, quais as principais exigências para a abertura das estâncias termais a um público plural?

_____.

6. Na sua opinião, a reestruturação das estâncias termais passa em muito pela apologia de um mercado de elites (oferta especialmente direcionada para as classes média-alta e alta)?

- Sim Não

Porquê? _____.

7. Na sua opinião, a adoção de uma categorização qualitativa das estâncias termais (5, 4 e 3 estrelas) poderá ser um passo importante para a revitalização do termalismo em Portugal?

- Sim Não

Porquê? Como? _____.

8. Na sua opinião, acha que existem estâncias termais de má qualidade a operar em Portugal e que prejudicam a imagem do produto termal global?

- Sim Não

8.1. Na sua opinião, acha que deveria haver um maior controlo de qualidade podendo culminar em encerramentos?

- Sim Não

Porquê? _____.

9. Na sua opinião, que modelos de gestão deveriam as estâncias termais portuguesas adotar?

- Público Privado

Porquê? _____.

10. Na sua opinião, como é que a falta de ordenamento e planeamento do território de acolhimento de uma estância termal influencia a atratividade e dinâmica da mesma?

_____.

11. Na sua opinião, considera necessária a elaboração de um plano de ação para ser seguido pelas estâncias termais e pelos poderes locais?

- Sim Não

De que modo? _____.

12. Enquanto gestor/administrador de uma estância termal, o que faz para a promover?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Página na Internet | <input type="checkbox"/> Panfletos |
| <input type="checkbox"/> Cartazes publicitários | <input type="checkbox"/> Feiras e certames |
| <input type="checkbox"/> Eventos Internacionais | <input type="checkbox"/> Outro. Qual (ais)? _____ |

13. A estância termal que gere/administra faz parte de um circuito turístico regional?

- Sim Não

Qual? _____.

14. A estância termal que gere/administra mantém algum tipo de relação de complementaridade e troca mútua de sinergias com outros elementos do cluster termal?

- | | | |
|------------------------------|------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não | Qual? |
| | | <input type="checkbox"/> Hotéis |
| | | <input type="checkbox"/> Pensões |
| | | <input type="checkbox"/> Restauração |
| | | <input type="checkbox"/> Animação Turística |
| | | <input type="checkbox"/> Atividades Desportivas |
| | | <input type="checkbox"/> Outros produtos turísticos |
| | | <input type="checkbox"/> Recursos Turísticos |
| | | <input type="checkbox"/> Outro. Qual (ais)? _____ |
- _____

15. Na sua opinião, a estância termal que gere deveria especializar-se num mercado específico?

- Sim Não

Qual? _____ Porquê? _____

16. Na sua opinião, quais são os principais constrangimentos desta estância termal?

17. Na sua opinião quais, são as principais vantagens desta estância termal?

18. Como perspectiva o futuro do setor termal em Portugal?

18.1. Como perspectiva o futuro da estância termal que gere/administra?

19. Na sua opinião, o que falta às estâncias termais portuguesas para alcançarem o estatuto, prestígio e dinâmica de muitas estâncias europeias?

Questionário 2 – Serviços Turísticos

O presente inquérito faz parte de um conjunto alargado de estudos a realizar sobre o produto turístico saúde e bem-estar, em particular o segmento das estâncias termais, com o objetivo de desenvolver um alinhamento de propostas estratégicas para a revitalização deste produto, no âmbito do estágio profissional a realizar na Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal.

O grande objetivo deste questionário passa por conhecer o perfil e a opinião dos operadores turísticos que fazem parte do *cluster* do produto turístico termal sobre a atividade termal na região onde se inserem.

Agradecemos que leia atentamente todas as questões assim como as instruções de resposta e se certifique que respondeu a todas.

Muito obrigada pela colaboração.

1. Localização do operador turístico

Localidade: _____ Freguesia: _____
Concelho: _____ Região NUT II: _____

2. Habilitações Literárias:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Ensino Secundário | <input type="checkbox"/> Mestrado |
| <input type="checkbox"/> Bacharelato | <input type="checkbox"/> Doutoramento |
| <input type="checkbox"/> Licenciatura | <input type="checkbox"/> Outra. Qual? _____ |

3. Área de Formação:

- | | |
|-----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Nenhuma | <input type="checkbox"/> Gestão/Administração de empresas |
| <input type="checkbox"/> Turismo | <input type="checkbox"/> Outra. Qual? _____ |
| <input type="checkbox"/> Economia | |

4. Tipo de operador/agente turístico

- Restauração
- Alojamento
 - Hotel
 - Pensão/Residencial
 - TER
 - Outro _____
- Animação Turística (empresas)
- Atividades desportivas
 - Golfe
 - Atletismo
 - Hipismo
 - Ciclismo
 - Outro _____
- Agência de Viagem
- Posto de Turismo
- Associações locais de produtos regionais (ex. confrarias)
- Museu
- Câmara Municipal
- Outra

5. Esta atividade localiza-se na área de influência territorial da estância termal. Há algum tipo de relação de complementaridade entre esta atividade/negócio e a estância termal?

- Existe uma forte relação Não existe, são atividades independentes

11. Esta atividade recebe muitos clientes provindos da estância termal e vice-versa?

- Sim Não

12. Na sua opinião, a localização da estância termal neste território beneficia-o e contribui para o desenvolvimento do mesmo?

- Sim Como? _____
 Não Porquê? _____

13. Na sua opinião, a localização das termas neste território é importante pois torna-o mais atrativo aos turistas?

- Sim Em que medida? _____
 Não Porquê? _____

14. Na sua opinião, a localização da estância termal neste território traz alguma mais valia (atratividade) para o seu negócio?

- Sim Qual (ais)? _____
 Não _____

15. Na sua opinião, esta estância termal tem um espaço e oferece um serviço de qualidade?

- Sim Não

16. Na sua opinião, no geral faz-se uma promoção eficaz da estância termal?

- Sim Não

17. Na sua opinião, quais são os principais atrativos desta estância termal?

17.1. E, as principais dificuldades desta estância termal?

18. Na sua opinião, o que falta a esta estância termal para alcançar mais prestígio e dinâmica?

19. Na sua opinião, existem recursos (direta ou indiretamente ligados às termas) subaproveitados e que poderiam ser utilizados para uma maior atratividade da estância termal e, por consequência, dos serviços turísticos do território?

- Sim Qual (ais)? _____
 Não _____

20. Esta atividade/negócio está inserido ou faz parte de algum circuito/percurso/rota/rede turístico da qual também faz parte a estância termal?

- Sim Qual (ais)? _____
 Não _____

20.1. No caso da resposta afirmativa, qual é o seu papel/lugar nesse percurso e quais são as mais valias de pertencer a esse circuito/percurso/rota/rede turístico?

20.2. No caso da resposta negativa, como encara a possibilidade de fazer parte de um circuito/percurso/rota/rede turístico, nível local e regional, da qual fizesse também parte a estância termal?

20.3. Quais seriam as mais valias (ou não) desta integração e associação?

20.4. Na sua opinião, é possível e viável, neste território, a criação de um percurso/rede integrada com vários elementos do cluster turístico?

- Sim Como? _____
 Não Porquê? _____

21. Como descreve o espaço termal?

22. Como descreve o espaço envolvente da estância termal?

23. Na sua opinião, acha necessário o ordenamento e planeamento do território envolvente da estância termal?

- Sim Não

Porquê? _____

24. Na sua opinião, um território de acolhimento de uma estância termal mal planeado e desordenado contribui para a falta de atratividade e dinâmica das termas e, por consequência, das atividades turísticas relacionadas (ou não)?

- Sim Em que medida? _____
 Não Porquê? _____

25. Qual é a sua opinião sobre a atividade termal atual, neste território, e como a perspectiva?
