

*Susana Maria Pereira da Silva*

**O TURISMO DE SAÚDE E BEM-ESTAR  
UMA ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO PARA A  
REGIÃO CENTRO DE PORTUGAL**



*Susana Maria Pereira da Silva*

**O TURISMO DE SAÚDE E BEM-ESTAR  
UMA ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO PARA A  
REGIÃO CENTRO DE PORTUGAL**

**FICHA TÉCNICA:**

**Título:** O turismo de saúde e bem-estar. Uma estratégia de desenvolvimento para a região Centro de Portugal

**Autor:** Susana Silva (Susana Maria Pereira da Silva)

**Fotografia da Capa:** Estância Termal da Curia (Anadia – Região Centro de Portugal)

**Edição:** EUMED (Universidade de Málaga – Espanha)

**Copyright:** © Autor

**Depósito Legal:**

**ISBN:**

## **Prefácio**

No dia 16 de fevereiro de 2011, Susana Maria Pereira da Silva concluiu o Mestrado em Geografia Humana (Ordenamento do Território e Desenvolvimento) da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, na sequência do Estágio que realizou na Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal, e da defesa, em Provas Públicas, do Relatório que elaborou nesse contexto.

O trabalho final intitulado “O Turismo de Saúde e Bem-Estar. Uma Estratégia de Desenvolvimento para a Região Centro” (210 páginas) foi aprovado por unanimidade com a classificação de dezanove valores e reflete as excepcionais qualidades científicas da autora.

A estrutura do relatório revela três partes principais, balizadas entre a introdução (com o tema e área de investigação, as questões-chave, os objetivos gerais e específicos, as metodologias e a organização do relatório) e as conclusões (que configuram uma excelente síntese), a saber: o enquadramento e conceptualização temática, em que a autora apresenta uma leitura crítica do termalismo e do produto saúde e bem-estar, apoiada em bibliografia muito relevante; o diagnóstico estratégico, com a utilização de escalas recorrentes e articuláveis, em que explicita o Turismo de Saúde e Bem-Estar na Europa e em Portugal, abrindo caminho para uma leitura de grande angular sobre as estâncias termais da Região Centro, cuja principal inovação metodológica é a realização de inquéritos por questionário aos gestores/administradores das referidas estâncias, que por sua vez permitiu apresentar uma análise SWOT e explicitar uma visão estratégica sobre o termalismo e os caminhos para a sua reestruturação, esta última componente materializada na terceira parte, sob o título “Plano de Ação: Estratégias para o Turismo de Saúde e Bem-Estar na Região Centro”, de forma global e individual para as unidades termais do Centro de Portugal.

A exemplar apresentação do relatório está em linha com a segurança da escrita e a elevada qualidade científica do texto, muito valorizado com a inclusão de oito dezenas de referências bibliográficas ativas e outros tantos endereços eletrónicos e acompanhado de trinta e sete figuras (mais sete em anexo) e cinquenta e um quadros (mais catorze em anexo), a grande maioria de elaboração própria.

O mérito da investigação e do texto conferem-lhe a qualidade para ser publicado e ser um instrumento de trabalho para outros investigadores/técnicos/gestores, assim como configura um documento incontornável para um público mais diversificado que tem interesse em conhecer as temáticas abordadas.

Como docente e orientador científico é sempre uma profunda satisfação referir e testemunhar (através de conhecimento de causa) as qualidades e as capacidades académicas e profissionais da Susana Silva alicerçadas em competência intelectual, sólido conhecimento científico, profissionalismo e sentido de responsabilidade, integração e capacidade de relacionamento interpessoal e social.

Ao mesmo tempo, a Susana Silva tem valorizado o seu *curriculum vitae* com a participação em eventos científicos nacionais e internacionais, a apresentação de comunicações e a publicação de textos individuais e em coautoria, em livros, em revistas e em suportes digitais.

Mas “o fim de uma viagem é apenas o começo doutra”, como escreveu José Saramago na obra *Viagem a Portugal* (1981) recentemente reeditada pelo Círculo de Leitores (2010: 392), ou pelas palavras de Miguel Torga, no *Cântico do Homem* (1950 [2007]: 44), importa “quebrar dia a dia um grilhão da corrente”.

O percurso científico da Susana Silva, por mérito próprio, assumiu um novo desafio: a participação no curso de Doutoramento em Geografia e o início de uma nova etapa de investigação, com uma temática inovadora e muito pertinente em Portugal: o Turismo de Jardins, e que será, com toda a certeza, um forte motivo de esperança capaz de materializar em janela de oportunidade um destino que merece ser de sonho e de colheita.

Coimbra, 2 de julho de 2012.

Professor Doutor Paulo Carvalho

Departamento de Geografia e Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território  
Faculdade de Letras - Universidade de Coimbra  
Largo da Porta Férrea  
3004-530 Coimbra  
Portugal

## Agradecimentos

A elaboração deste estudo, embora deva ser um exercício académico de cariz individual, é indissociável de contributos fundamentais de natureza diversa que não podem ser apartados do resultado final e, sem os quais, teria sido dificultada a tarefa de levar a cabo com sucesso a realização do mesmo.

Deste modo, expresso o meu especial agradecimento às diversas instituições e personalidades que colaboraram de forma ativa nas diversas fases da investigação.

Ao Professor Doutor Paulo Manuel de Carvalho Tomás por todo o acompanhamento que me prestou ao longo de todo o meu percurso académico e em particular no decorrer desta etapa, pela sua predisposição, paciência e pronta disponibilidade para qualquer esclarecimento, e acompanhamento na preparação, realização e apresentação deste trabalho. Pela sua visão, pela sua sabedoria, pelas suas ideias que comigo gentilmente partilhou e pelas palavras de conforto e incentivo que sempre me dirigiu.

À Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal, na pessoa do seu presidente, Dr. Pedro Machado, pela amabilidade em me receber nesta instituição para a realização do estágio conferente à concretização de mais esta etapa académica e ao Dr. António Martins pelas preciosas indicações e orientações.

À Dr.<sup>a</sup> Sílvia Ribau Cirino, coorientadora deste trabalho pela disponibilidade e ajuda em questões práticas de todo este processo de investigação.

Aos vários gestores/administradores das estâncias termais: Dr.<sup>a</sup> Mafalda Pais, Dr.<sup>a</sup> Sara Santos, Dr.<sup>a</sup> Julieta Simões, Dr.<sup>a</sup> Anastasia Marques, Eng.<sup>o</sup> Jorge Loureiro, Dr.<sup>a</sup> Teresa Ministro, Dr. Pedro Próspero, Dr. Ricardo Guerra, Dr. Vitor Leal pelo contributo e tempo dispendido no preenchimento do inquérito e pela disponibilidade com que nos receberam.

A todos os anónimos que gentilmente colaboram em jeito de conversas informais contribuindo com preciosas informações.

À Fundação Tóquio pela concessão da Bolsa *Sylff* (*Sasakawa Young Leaders Fellowship Found*), um incentivo importante para a prossecução dos objetivos desta investigação.

À amiga e companheira de mestrado, Luísa Adelino, uma palavra de apreço pelo companheirismo, amizade e ajuda nos momentos menos bons desta jornada.

A todos o meu muito Obrigada!

## Resumo

A análise feita às tendências da procura internacional revelou oportunidades estratégicas num conjunto de produtos turísticos, dos quais foram selecionados 10, em função da sua quota de mercado e potencial de crescimento, bem como da aptidão e potencial competitivo de Portugal, nos quais assentam um conjunto de políticas de desenvolvimento e qualificação da oferta turística. Um conjunto relativamente heterogéneo constituído por Sol e Mar, Turismo de Natureza, Turismo Náutico, *Resorts* Integrados e Turismo Residencial, Turismo de Negócios, Golfe, Gastronomia e Vinhos, Saúde e Bem-Estar, *Touring* Cultural e Paisagístico e *City Breaks*.

Merece a nossa atenção o produto Saúde e Bem-Estar, especificamente o segmento das estâncias termais, um produto ancestral, pela riqueza, quantidade e qualidade das mesmas, pelo potencial de mercado e acima de tudo porque constitui um produto que ainda se tem mantido à margem dos grandes circuitos turísticos globais, nacionais e internacionais, muito embora tenha efetivas potencialidades para ocupar um lugar de destaque, como outrora, nomeadamente na região Centro de Portugal.

O produto de Saúde e Bem-Estar foi definido como um setor de prioridade 2 na área de intervenção da Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal (TCP) e, com base nas características termais da região Centro, foi elaborado um plano de ação para o setor termal que, até hoje não existe de forma concreta e objetiva constituindo uma lacuna em termos de planeamento da atividade termal como atividade turística.

Este plano de ação pretende reunir num só documento, não só as diversas orientações e considerações para o setor da saúde e bem-estar, que foram sendo produzidas ao longo do tempo e até ao momento, a partir dos mais variados meios, mas dispersas, como também avançar com um conjunto de novas medidas assentes numa análise minuciosa das suas vulnerabilidades e potencialidades, constituindo uma ferramenta de trabalho base ou um ponto de partida para futuras intervenções.

A realização deste estudo constitui, por isso, uma oportunidade para reforçar a importância do produto na região Centro, pretendendo ser uma matriz de orientações, tanto para os estabelecimentos termais como para o próprio poder local, que terá neste instrumento um conjunto de diretrizes para um planeamento mais eficaz dos territórios termais e para que, progressivamente, se vão diluindo os erros de planeamento que entretanto se cometeram e ainda se cometem e que comprometem em muito a atratividade e viabilidade do setor termal neste território.

## **Abstract**

The analysis of the trends of international research revealed a number of strategic opportunities for various tourism products, ten of which were selected, depending on their market share and growth potential, and Portugal's ability and potential, which are based on a set of policy for development and qualification tourism research. A relatively heterogeneous group consisting of Sun and Sea, Nature Tourism, Nautical Tourism, Integrated Resorts and Residential Tourism, Business Tourism, Golf, Food and Wine, Health and Wellness, Cultural Touring and City Breaks.

Health and Wellness is the product that deserves our attention, specifically the segment of thermal complexes, a primordial product, because of the quantity and quality of them, the potential market and above all because it is a product that has maintained the margin of the major global tourism circuits, both national and international, although it had a big potential to occupy a prominent place as before, principally at the Central Region of Portugal.

The product of Health and Wellness was defined as a priority 2 sector in the area of intervention of the Regional Entity Tourism Portugal Center (TCP) and, based on the thermal characteristics of the central region, an action plan was prepared for the thermal sector that even today has a concrete and objective gap in terms of business planning as thermal tourism.

This plan seeks to bring together in one document, not only the various guidelines and considerations for the health and wellness sector, which were produced over time, from various means, but disperse, but also, this plan will set forth a new set of measures based on the analysis of its vulnerabilities and strengths, providing a basic working tool or a starting point for future interventions.

This study is an opportunity to reinforce the importance of this product in the Central region of Portugal. These product guidelines are aiming to be an outline for both local power and thermal complexes. This can be implemented and have set guidelines for more effective planning of thermal and territories and for be progressively diluting the planning mistakes that have been committed and continue to be committed and have undertaken the attractiveness and viability of the thermal sector in this territory.

## **1. Introdução**

### **1.1. Tema e área de investigação**

Definiu-se como tema de trabalho a desenvolver o turismo de saúde e bem-estar/turismo termal, na região Centro de Portugal, mais especificamente na área de atuação da Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal (TCP).

Ao TCP incumbe a valorização turística da área territorial do centro do país através do aproveitamento dos recursos turísticos num amplo conjunto de competências das quais se destacam o planeamento estratégico da atividade turística que, enquanto domínio fundamental desta entidade, pressupõe a realização de estudos e projetos de investigação que contribuam para a caracterização e afirmação do setor turístico regional. É nesta sequência que se insere a nossa proposta de trabalho, corroborando a importância do planeamento do turismo, enquanto atividade há muito alicerçada aos planos de desenvolvimento territoriais e, da geografia, enquanto ciência cujos laboratórios de análise são os territórios, na participação dos mesmos.

De entre o vasto conjunto de ofertas que o TCP desenvolve e procura promover, o segmento saúde e bem-estar ancorado ao produto clássico, termas, é o que melhor está posicionado em termos quantitativos e qualitativos na generalidade das ofertas disponíveis na região centro, constituindo esta, a segunda em termos de quantidade de recursos minero-medicinais. No entanto, é o produto que mais dificuldades tem tido para se reinserir na realidade e circuitos turísticos globais atuais fruto de constrangimentos vários tanto estruturais como conjunturais.

As termas, enquanto produto turístico tradicional, cederam o lugar central nas escolhas da procura moderna e pós-moderna. À atratividade incontestável de outrora substitui uma marginalização difícil de contornar na atualidade, e nem mesmo a camuflagem no produto de saúde e bem-estar, que ainda ocupa uma posição embrionária no cenário turístico global, tem travado a tendência de especialização de mercados e o consequente desinteresse de outros segmentos da procura em eleger estes espaços como os seus espaços de recreio e lazer.

Realidade mais do que suficiente para despertar o interesse por estes lugares e perceber as razões da complexidade das dinâmicas desenvolvimentistas que incitam e o caráter algo antagónico de que esta atividade é revestida (tanto pode significar ascensão como declínio de uma região), mas também para desenvolver um conjunto de propostas estratégicas que possam inverter a posição das termas, situadas atualmente na base da



hierarquia dos destinos de férias, assim como, diversificar os mercados procurando orientar para públicos específicos, que se distinguem justamente pela sua especificidade nos gostos e motivações que tão bem caracterizam o turista pós-moderno.

## **1.2. Questão – Chave**

Posicionada confortavelmente que está, a região Centro, em termos de quantidade e qualidade de recursos minero-medicinais e constituindo o produto de saúde e bem-estar um produto de prioridade de nível 2 na senda da estratégia do TCP, apesar de subaproveitado, o atual desafio é que, tanto a atividade como os territórios termais despertem do estado de letargia em que se encontram, em termos de função turística no seu sentido mais amplo e que, para além da função terapêutica tradicional e do segmento emergente de saúde e bem-estar, congregue igualmente a vertente de recreio e lazer, numa conjugação de segmentos e diversificação de mercados alvo necessários à construção de um produto turístico pautado pela qualidade de excelência, completo, integrado e atrativo e que estes complexos termais se tornem pólos turísticos, constituindo um efetivo contributo ao desenvolvimento local e regional.

## **1.3. Objetivos da investigação**

Para a concretização desta investigação traçou-se um conjunto de objetivos no âmbito da concretização e da avaliação.

### **1.3.1. Objetivo geral de concretização**

O objetivo nuclear deste trabalho passa por delinear uma matriz de linhas orientadoras estratégicas, materializadas num plano de ação, com o objetivo de desenvolver o turismo de saúde e bem-estar na região TCP, baseada na sustentabilidade, qualidade e diferenciação, perspetivando simultaneamente o desenvolvimento sócio-económico e cultural da comunidade e do território, assim como corresponder em pleno às exigências mais sofisticadas do turismo do século XXI e que sejam promotoras de uma imagem territorial positiva contribuindo para a sua projeção e identificação.

### **1.3.2. Objetivos específicos de avaliação e diagnóstico**

Nesta investigação foram ainda traçados alguns objetivos específicos de avaliação e diagnóstico, necessários à materialização do objetivo geral de concretização, nomeadamente:

- Analisar os instrumentos de gestão territorial a nível nacional e regional;
- Analisar as políticas de desenvolvimento para os recursos termais;
- Identificar e refletir sobre os casos de boas práticas e modelos de organização termal a nível europeu;
- Avaliar a situação de base do território em termos internos e externos no que à atividade turística em geral da região e ao segmento do turismo de saúde e bem-estar/turismo termal em particular, diz respeito;
- Conhecer, caracterizar e avaliar os recursos termais presentes na área de intervenção, assim como o seu potencial turístico;
- Conhecer a sua dimensão territorial – local e regional assim como o universo de cada uma das estâncias termais presentes na região do TCP;
- Avaliar a sua inserção na realidade turística global da região;
- Conhecer as termas enquanto territórios de saúde e bem-estar, lazer e turismo na voz dos seus gestores/administradores e, enquanto territórios com oportunidade de negócios e de cooperação na voz dos serviços turísticos que fazem parte do *cluster* termal;
- Encontrar os pontos fortes e constrangimentos (a nível interno e externo) e as oportunidades (nos diversos recursos endógenos, nomeadamente patrimoniais, históricos e culturais, nas redes de influência e nos produtos turísticos regionais) de cada estância e território termal.

### **1.4. Percurso Metodológico**

No sentido de responder de forma sustentada ao conjunto de objetivos traçados na elaboração deste projeto, do ponto de vista metodológico foram contempladas diversas vias.

Desta forma, no enquadramento da temática, foi incontornável uma análise bibliográfica de diversa origem (publicações científicas como livros, revistas, dissertações de mestrado e doutoramento) em formato papel e digital (cd-rom), assim como informação online (internet).

A avaliação das linhas estratégicas orientadoras tanto das realidades nacional, regional como local, sugeriram uma análise dos diversos instrumentos de gestão territorial a nível da atividade turística geral e do segmento termal em particular como o Plano Estratégico Nacional do Turismo 2006-2015 (PENT), o Plano da Entidade de Turismo do Centro, o Programa Operacional Regional do Centro (2007-2013), os Programas Territoriais de Desenvolvimento do Baixo Mondego, da Sub-Região do Baixo Vouga, do Médio Tejo e Pinhal Interior Sul, da Região de Dão Lafões e da Beira Interior Sul (2008-2013).

O enquadramento e suporte da estratégia requereu um diagnóstico da situação presente e das tendências de evolução (Anexo I), uma prévia avaliação da situação interna e da envolvente externa da atividade turística em geral e do segmento turismo de saúde e bem-estar/turismo termal em particular, pelo que foi privilegiada uma estrutura que desenhasse uma interação entre pontos fortes, pontos fracos, ameaças e oportunidades fazendo-os convergir numa avaliação sintética – Matriz *SWOT*.

Na concretização do plano de ação (Anexo II) foi privilegiada a interação entre a teoria e a prática através da auscultação, sob a forma de inquéritos por questionário (Anexo III), de diversos atores territoriais, entre os quais os gestores/administradores das termas da área de intervenção, proporcionando um acesso a informação quantitativa e qualitativa em relação à dinâmica termal (frequência termal, clássica e saúde e bem-estar), ao perfil do utilizador, à posição da estância na região e em relação a outros produtos turísticos e às relações de complementaridade entre serviços turísticos assim como às perspetivas futuras deste segmento na voz de quem o dirige e ainda, a diversos serviços turísticos (hotelaria, museus, restauração) relacionados direta ou indiretamente com as estâncias termais, numa tentativa de perceber o papel de cada um no seio do *cluster* termal e as relações de complementaridade que estabelecem, ou não, entre si e as suas perspetivas quanto ao produto e seu desenvolvimento nos territórios onde se inserem.

Os questionários aos gestores/administradores e serviços turísticos foram numa primeira fase enviados, a título particular, entre outubro e novembro de 2009, cujos resultados não foram satisfatórios<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Em relação aos questionários enviados aos gestores/administradores, obteve-se apenas resposta das termas de S. Pedro do Sul, Alcafache, Curia e Vale da M6. Dos questionários enviados (via correio eletrónico) aos serviços turísticos obtiveram-se as respostas da NaturTejo e Adega Luís Pato, os que foram entregues de forma presencial (nos territórios de inserção das termas da Curia, S. Pedro do Sul e Carvalhal), foram apenas recolhidos os questionários da Residencial do Parque, Golfê da Curia e Museu Luciano de Castro (Curia e Anadia) e do Grande Hotel Lisboa (S. Pedro do Sul).

A segunda abordagem foi realizada tendo como suporte o TCP, onde se procedeu a um novo envio do questionário às termas que não o devolveram numa primeira abordagem e de uma solicitação de disponibilização de informações (quantitativas e qualitativas) adicionais, a todas as onze termas. Procedeu-se igualmente ao envio do inquérito apenas às entidades/serviços turísticos qualificados pelo TCP, privilegiando o setor do alojamento (hotéis, pensões, residenciais, TER, parques de campismo) e o setor cultural (museus e núcleos museológicos), num total de 100 questionários, em abril de 2010. Todos os questionários foram acompanhados por um ofício, aprovado e assinado pelo Presidente do TCP, Dr. Pedro Machado, no sentido da motivação dos inquiridos à participação nesta investigação assim como na necessidade de celeridade na disponibilização das respostas.

Nesta segunda fase foram devolvidos os questionários das Termas de Carvalhal, de Sangemil, de Monfortinho e da Cavaca e, relativamente aos serviços, foram obtidos 14 inquéritos, sendo que, o período de receção dos mesmos se estendeu até 30 de setembro de 2010.

Este percurso metodológico contempla também uma visita às estâncias termais, nomeadamente da Curia, Vale da Mó, Luso, Felgueira, S. Pedro do Sul, Carvalhal, Alcafache e Sangemil por forma a melhor perceber a dinâmica e estrutura da estância termal, e uma entrevista/conversa informal com responsáveis pelas mesmas (diretores clínicos, assistentes de direção, responsáveis pelo marketing e publicidade, gestores e administradores) cujo conteúdo, não mais se tratou do que um reforço das grandes questões presentes no questionário, onde as conclusões corroboraram as principais linhas apreendidas nos mesmos, para além de constituírem preciosos testemunhos de ajuda na perceção de cada realidade e uma ferramenta de avaliação de grande utilidade tanto na análise *SWOT* realizada como na elaboração do plano de ação para cada estância e na definição dos níveis de prioridade para cada medida e ação.

### **1.5. Estrutura do relatório**

O presente trabalho está estruturado em cinco grandes partes: a introdução, o enquadramento conceptual/teórico, o diagnóstico estratégico, o plano de ação e a conclusão. Em anexo está organizada a Situação de Referência (Anexo I), o Plano de Ação (Anexo II) e os Questionários (Anexo III).

A parte inicial apresenta a temática de trabalho, os objetivos da investigação, a metodologia privilegiada assim como a sua estrutura organizativa.

A segunda parte debruça-se sobre a problematização da esfera temática termal, a importância do turismo de base termal e as suas atuais especificidades no seio da atividade turística global, definindo-se ainda o produto de saúde e bem-estar em Portugal, ao nível da sua constituição e evolução, enfatizando o segmento das estâncias termais, recurso base e justificação da elaboração deste trabalho.

A terceira parte marca a transição da análise teórica para o estudo de caso, sendo que num primeiro momento foi realizada uma análise ao nível do contexto externo europeu do turismo de saúde e bem-estar, onde se identificaram alguns dos exemplos de boas práticas e organização, enquadrando-se as termas nas estratégias de desenvolvimento territorial e nos principais programas orientados para o desenvolvimento termal e foi elaborada uma análise a diferentes escalas (nacional e regional) da dinâmica atual das estâncias termais.

Num segundo momento foram analisados os principais resultados dos inquéritos por questionário aos gestores/administradores das estâncias termais, o que permitiu conhecer a sua opinião quanto à atividade turística termal em geral e em particular e demarcar as principais tendências de resposta. Foi ainda avaliada a competitividade do produto de saúde e bem-estar através da observação das suas principais potencialidades, oportunidades, constrangimentos e ameaças, ao nível da região TCP e especificamente de cada realidade, uma resenha que espelhou igualmente os resultados dos questionários e entrevistas e também das visitas realizadas às estâncias termais.

Na quarta parte são apresentados a visão e objetivos estratégicos e é materializada num plano de ação a estratégia global e individual para as estâncias termais da região TCP, fruto dos resultados da fase de avaliação e diagnóstico que se estrutura em eixos estratégicos, projetos âncora, medidas e ações estratégicas. Um trabalho que pretende apontar caminhos para o desenvolvimento de cada estância.

Na última parte deste relatório são apresentadas as principais conclusões e uma síntese das principais reflexões que transpareceram ao longo desta investigação.

O anexo I dá corpo à análise feita ao território com base em parâmetros demográficos, económicos e turísticos que, conjuntamente com a análise *SWOT* elaborada, constitui a base da elaboração do Plano de Ação apresentado no anexo II. No anexo III são apresentados os inquéritos enviados aos gestores/administradores das termas em estudo assim como aos diversos serviços turísticos dos territórios termais.

## **PARTE I**

Enquadramento e conceptualização temática

## **2. O termalismo na perspetiva do turismo moderno**

### **2.1. O papel do turismo termal na nova conceção de turismo**

O turismo assume-se, atualmente, como uma atividade preponderante no seio da economia dos países proporcionando dinâmicas desenvolvimentistas às mais diversas escalas, da local à nacional. Reconhecida pelo seu progresso e amplitude rápida, as suas incidências espaciais têm gerado novas reflexões (CRAVIDÃO e CUNHA, 1991). Há muito que lhe são reconhecidas virtudes e efeitos económicos, sociais e territoriais, tanto nos locais recetores como emissores, estando-lhe inerente o efeito multiplicador de sinergias diretas, indiretas e induzidas noutros setores económicos (MANGORRINHA, 2000).

Segundo CAVACO (2005a), o termalismo é porventura o tipo de atividade turística mais remota, mais consolidada e está nas origens do turismo enquanto atividade criadora de lugares variados e dinâmicos. Não raras as vezes a identificação e valorização de fontes minero-medicinais traçou um caminho de desenvolvimento nalgumas regiões, sobretudo mais rurais e interiores, onde surgiu todo um complexo de equipamentos como balneários, campos desportivos, hotéis, casinos, salas de dança, canto, cinema, teatro, restaurantes, casas de chá, estabelecimentos comerciais..., que originaram mesmo a fundação das próprias localidades, importantes e prestigiados centros turísticos e até grandes centros urbanos (CUNHA, 2003), reforçando o importante papel que as termas desempenharam na localização, génese, desenvolvimento e promoção da imagem dos locais, conferindo-lhes desta feita, uma forma específica, um tanto ou quanto elaborada e cuidada, muito atenta aos pormenores e, um valor simbólico determinante (MANGORRINHA, *op. cit.*).

Contudo, o espaço termal é um universo complexo, tanto pode proporcionar desenvolvimento como declínio de uma região, mas é incontestável o papel que desempenhou e continua a desempenhar no desenvolvimento local e regional, não só pelas receitas e atração de atividades complementares que contribuem para a diversificação do tecido económico das regiões, mas também pela criação de postos de trabalho para a população local e na potencialização dos recursos endógenos da região envolvente, assim como na indução de fluxos turísticos, termais e não termais, contribuindo para atenuar desequilíbrios aos mais diversos níveis.

Lazer, descanso, férias e tranquilidade são componentes da vida moderna cada vez mais idolatradas na sociedade contemporânea, ganhando um estatuto primordial em

oposição ao desgaste inerente à rotina que teima em se instalar, ao stress quotidiano imposto pelo ritmo laboral (SANTOS, 2005) e também pelo ritmo societal. Desta feita, lazer e turismo têm nas últimas décadas, sofrido alterações na sua forma de serem encarados e vividos, resultantes de profundas mudanças operadas a diversos níveis.

O aumento do nível de vida das populações, do período de lazer e da importância atribuída ao mesmo, refletiu-se no aumento do consumo de atividades ligadas ao lazer e ócio, tal como na curiosidade em conhecer novos espaços e ambientes, facto que suscita o incremento da procura turística e o aparecimento de novos destinos e formas de passar o tempo (ESCADA, 1999).

A propensão para a prática generalizada de férias na sequência dos novos hábitos suscitados por modas e gostos que se vão impondo contribuíram para a alteração do panorama turístico tanto nacional como internacional. Como tal, emergiram nos últimos anos uma variedade de novas modalidades turísticas ligadas ao património natural e arquitetónico, à cultura, ao mundo rural, ao espaço natural, associados à memória e simbolismo dos lugares e dos povos, numa tentativa de fugir ao *déjà vu* demasiado gasto dos destinos turísticos tradicionais, “afirmam-se várias modas para novas clientelas” (CAVACO, 2006: 339), uns reconfiguram-se, outros são criados de raiz. A tendência centra-se agora na procura de lugares mais recônditos, mais pessoais, que mantenham as suas características originais, diferentes da realidade com a qual se contacta no dia a dia.

A emergência de uma nova fase do turismo, que assume novas características de acordo com o novo paradigma da economia globalizada, é acompanhada por mudanças acentuadas nos domínios da procura, dos *inputs* do processo produtivo, da gestão da atividade e do contexto macroeconómico (FONSECA, 2005). Trata-se de uma nova orientação que exige novos requisitos de competitividade e de diferenciação espacial para a atividade turística onde os conteúdos de cada território se afiguram como fatores de competitividade estratégicos.

Assim, na era da globalização, e face à mudança de mentalidades e gostos da sociedade, emerge o primado pela diferença num contexto de concorrência e competitividade surgindo a “nova era do turismo” estruturada pela segmentação, flexibilização e integração diagonal, que se opõe à massificação, sugerindo um tipo de turismo mais segmentado, mais alternativo e mais ligeiro que toma em consideração os gostos e necessidades dos novos nichos de mercado (BARROS, 2004; FONSECA, *op. cit.*), que têm vindo a influenciar a valorização de recursos culturais e naturais,



induzindo a delineação de novos produtos de turismo por forma a responder a segmentos específicos da procura turística (CARVALHO, 2006). Segmentos esses, que ganham destaque no panorama turístico nacional diversificando assim uma oferta demasiado restrita e condicionada pelos destinos tradicionais, destacando-se o turismo de natureza, o turismo desportivo, o turismo cultural, o turismo científico e tecnológico, o turismo orientado para a afirmação social e prestigiante (cruzeiros por exemplo), o turismo de saúde, entre outros (CAVACO, 2005b).

Em relação ao termalismo, a sua abrangência conceptual e o seu significado têm surgido de forma adaptada às novas exigências dos mercados e sociedades, começando a ser identificada como uma atividade dotada de uma perspetiva transversal não se reduzindo apenas à vertente medicinal ou curativa, mas também associada às dimensões de estilos de vida saudáveis, incluindo a preventiva, lúdica e de bem-estar, rebuscando pois o sentido original da sua criação e importância nas civilizações clássicas.

Nesta linha, as termas constituem uma oferta competitiva numa nova filosofia de ocupação de tempos livres e férias, um espaço onde é harmoniosa a combinação entre saúde e turismo, constituindo uma fórmula bastante atrativa, capaz de satisfazer argumentos como o descanso e bem-estar, cada vez mais procurados na motivação turística atual. As termas, pelas suas características terapêuticas, ambientais e patrimoniais, são lugares idóneos para esses objetivos, já que o “microcosmo termal” de MANGORRINHA (*op. cit.*), composto por um conjunto de elementos fundamentais, desde o equipamento balnear (balneário, *buvette*, piscina, hospital) ao equipamento de alojamento, cultural, recreativo, comercial e ambiental, identificam os espaços termais não só como centros terapêuticos de cura e prevenção, mas também como centros de saúde e bem-estar físico e psíquico e centros de recreio e lazer.

O turismo termal assume progressivamente um papel de relevância no contexto do turismo moderno ao mesmo tempo que constitui uma resposta para o turista que procura uma alternativa ao binómio sol/mar, o contacto com a natureza e o afastamento das massas, cabendo às estâncias termais adaptar-se a um novo turista.

## **2.2. A “Nova Era do Termalismo” – o turismo de saúde e bem-estar**

O uso das águas termais para fins de saúde é uma tradição milenar. Segundo CAVACO (2008) a cura termal, enquanto motivação dominante das viagens, induz a estadas temporárias, o que obriga a que muitos curistas vindos de longe se convertam

em turistas, turistas de saúde. Desta forma assume-se o turismo de saúde como um tipo de turismo que tem como motivação nuclear a realização de tratamentos de saúde com vista à obtenção de cura de uma doença, a prevenção e a promoção da saúde e bem-estar, induzindo a estadas, fora da residência habitual, concordantes com os períodos de tratamento, podendo incluir também inúmeras atividades lúdicas, encaradas como secundárias, não deixando de se considerar por isso um termalista (RAMOS, 2005).

O termalismo, atividade de carácter turístico, uma vez que implica deslocação e alojamento, envolve sempre tratamentos com águas minero-medicinais para fins curativos e inclui cada vez mais a vertente preventiva nos mesmos para além da possibilidade de usufruir de atividades lúdicas e turísticas, aproximando-se do turismo termal, que pressupõe já o usufruto de toda a estância termal.

Desta forma, outros consumidores há que, não tomando a cura e efeitos terapêuticos das águas como motivação central, encaram as termas muito para além disso, como destinos de lazer, de férias, de ócios, o que os torna mais turistas do que propriamente aquistas, são os turistas termais. O turismo termal envolve desta feita fluxos mais complexos em termos de motivações. A motivação de férias ganha destaque e a atividade de lazer predomina, em muitas situações, sobre a curativa.

Contudo, também nos turistas de saúde começa a verificar-se uma diferenciação. Permanece o fluxo de turistas que procuram as termas com objetivos centrais de cura, reabilitação e prevenção constituindo a franja da clientela mais fiel e estável mas, na vertente terapêutica, destaca-se cada vez mais a clientela com objetivos de recuperação e melhoria do estado físico geral e do bem-estar global, que sem um problema de saúde grave, pertencentes a um estrato económico superior, mais exigentes e específicos e voláteis nas suas escolhas, procuram as termas para desfrutarem de um conjunto de serviços vários, terapêuticos (privilegiando os de bem-estar em detrimento dos tradicionais) e turísticos (CAVACO, *op. cit.*).

Motivações que segundo a autora citada dilatam o âmbito do turismo de saúde alargando-o ao de bem-estar, assim como o seu mercado potencial onde se vem assumindo que “o termalismo não é uma tendência mas uma actividade milenar, que hoje se apresenta de forma renovada” (INÉDIA, 2009: 6). Neste sentido poder-se-á dizer que a “nova era do termalismo” se pode inserir nesta nova era do turismo, mais segmentado, mais exigente, cujas características se revelam algo diferentes e até mesmo antagónicas do turismo clássico e massificado. A emergência de novos interesses e

motivações das sociedades transformam-se em novos segmentos de mercado que é necessário captar desenvolvendo produtos que os satisfaçam.

Nesta linha, também as estâncias termais, na ânsia de lhes conferir um novo fôlego numa linha de revitalização e redinamização, procuram captar novos segmentos de mercado promovendo produtos que se espera que vão ao encontro das necessidades dos novos clientes. O termalismo clássico, apologista da doença e da cura, é preterido em função do termalismo moderno assente numa matriz de prevenção e bem-estar onde a oferta está vocacionada para segmentos de mercado com motivações terapêuticas, lúdicas e turísticas (RAMOS, *op. cit.*).

Desde a Antiguidade que o homem vem usando as águas termais para alcançar o bem-estar físico e psicológico (lembremo-nos da principal finalidade das termas romanas) observando-se hoje, mais do que nunca, a necessidade de sair da rotina desgastante das grandes metrópoles, da poluição, da artificialidade dos contextos urbanos e transformar as termas em locais de exceção para recuperação, reabilitação, relaxe, repouso, promoção da qualidade de vida e da saúde em geral. Como tal, “(...) a solução para as consequências do trabalho moderno só pode ser encontrada na calma e repouso, aqui intervêm decisivamente as estâncias termais, talvez os únicos centros, pelas suas características específicas, onde a necessidade de calma e o repouso encontram plena satisfação” (ALMEIDA, 1968: 2).

Segundo Frederico Teixeira (2001), citado em RAMOS (*op. cit.*), a creditação das termas como locais de promoção de saúde pode ser o ponto de partida para o lançamento de um novo conceito de termalismo, que rejeita a conotação tradicional da cura e da doença (verificada no início do séc. XX), mais moderno e ajustado às exigências pós-modernas de bem-estar e lúdicas, mais direcionado para o século XXI.

Para CUNHA (*op. cit.*), as estâncias termais estão assentes em três pilares fundamentais: natural/ambiental, terapêutico e turístico. Considera que a existência de uma fonte de água com características específicas, o respetivo enquadramento ambiental e a sua qualidade constituem um todo fundamental para uma estância termal. Tendo em conta que as estâncias são, atualmente alvo de uma mudança de paradigma, com origens já em meados do século XX, estas começam a desenvolver de forma mais premente a perspetiva da prevenção e reabilitação, deixando de ter uma conotação meramente curativa, alargando o seu mercado e as técnicas terapêuticas utilizadas.

Será então o turismo de saúde, na sua vertente centrada no bem-estar físico e mental, na prevenção da doença, na redução do stress e das perturbações funcionais

associadas ao mesmo, uma das novas preocupações desta sociedade, que se tem transformado numa das áreas mais florescentes da atividade turística mundial, e muito particularmente no espaço termal europeu ao afirmar-se como um novo e promissor segmento de turismo, que de certa forma, tem conferido um novo fôlego à dinâmica termal embora constitua segundo CAVACO (*op. cit.*) um produto ainda jovem mas que tem apresentado taxas de progressão rápidas pela procura em expansão podendo mesmo constituir-se como um dos mais importantes segmentos turísticos.

O conceito de turismo de saúde e bem-estar é relativamente recente (inícios da década de 80) apesar da componente de saúde no turismo ser antiga, tratando-se de uma dimensão bem mais ampla que o termalismo. Segundo RAMOS (*op.cit.*) o termalismo refere-se à prática de uma cura termal com fins terapêuticos com água com características medicinais. Já o turismo de saúde e bem-estar, um universo mais diverso, abrange ofertas não termais, outro tipo de serviços e programas, associado também à oferta lúdica e tem como objetivos fundamentais a satisfação de cuidados profiláticos de saúde (medicina preventiva), a prestação de serviços terapêuticos (medicina curativa) e a realização de tratamentos de recuperação (medicina de reabilitação) (FERNANDES e FERNANDES, 2008) e pode definir-se como:



"...as formas de turismo que associam ao desejo de melhorar a saúde, cuidados preventivos de decisão voluntária individual, integrando num todo, a componente lúdica e os cuidados de bem-estar físico e psíquico" (MONBRISON-FOUCHÈRE, 1995:12, citado em CUNHA, *op. cit.*: 272);



"...envolve os produtos e serviços que procuram promover e permitir aos seus clientes melhorar e manter a sua saúde através da combinação de actividades de lazer, recreio e educacionais num local afastado das distrações do trabalho e da casa" (LOVERSEED, 1998, citado em CUNHA, *op. cit.*: 272);



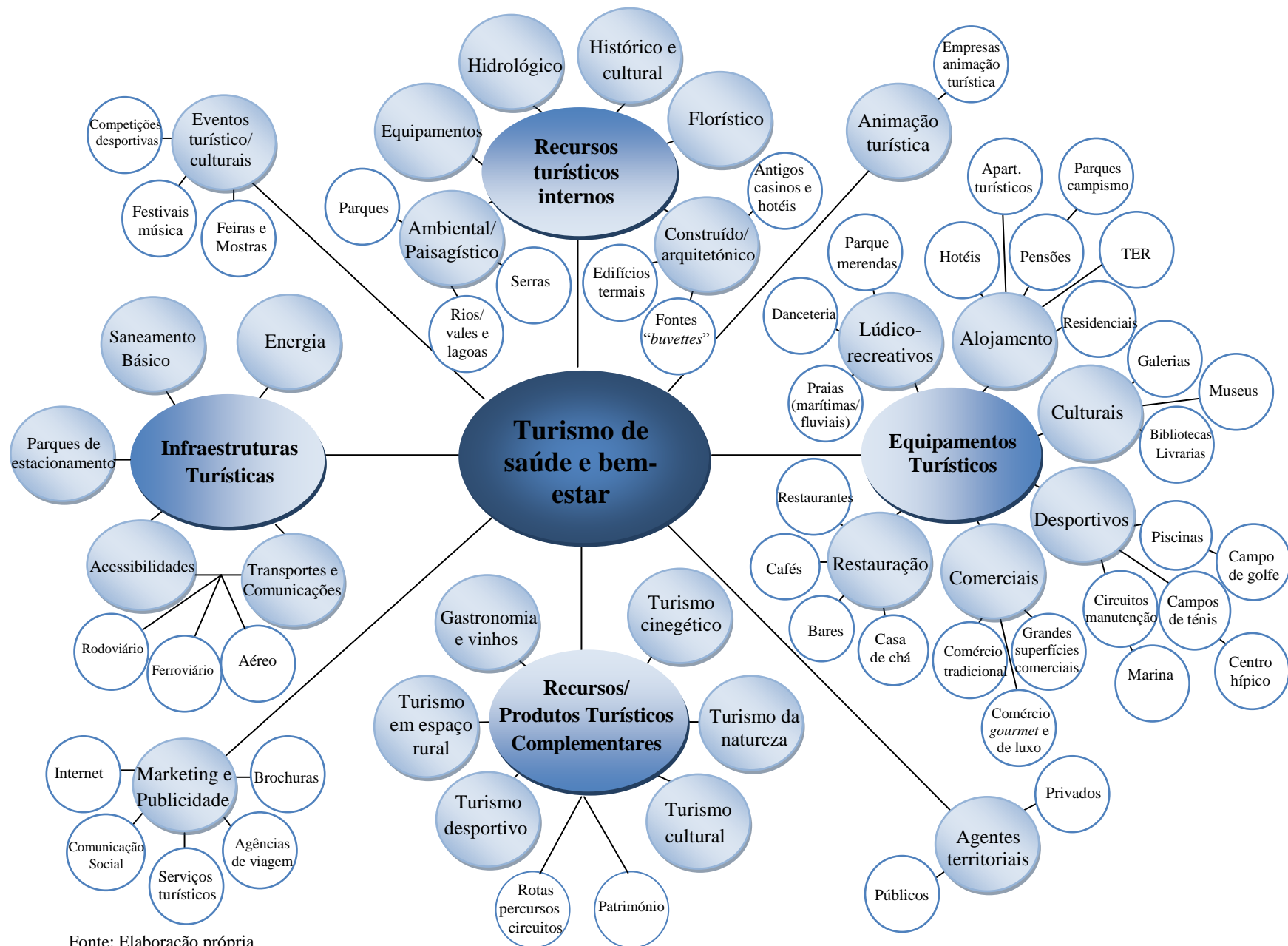
"...o conjunto de deslocações a todo o tipo de locais/infra-estruturas orientadas para o bem-estar físico e emocional e que fornecem serviços de relaxamento e reabilitação, através de um espectro de cuidados que integram a medicina, com tratamentos complementares, anti-stresse, relaxamento e beleza, num enquadramento de grande conforto e de um excelente acolhimento; muitas vezes esses serviços/produtos baseiam-se na utilização da água com fins terapêuticos (águas com qualidades minero-medicinais) ou com objectivos de relaxamento anti-stresse e da melhoria da estética somática" (LOPES *et. al.*, 2005, citado em FERNANDES e FERNANDES, *op. cit.*: 27)

A alteração do conceito de saúde, considerada pela OMS (1947), citada em FERNANDES (2006), como um estado de bem-estar total, físico, mental e social, representa também uma nova dinâmica conferida à sociedade, no âmbito de uma perspectiva holística, com o objetivo de proporcionar elevados graus de bem-estar na população, bem como a adoção de estilos de vida saudáveis.

As pessoas deixaram de se preocupar apenas com a sua saúde para se preocuparem também com o seu bem-estar, forma física e aparência, o que acabou por ser um pretexto para o desenvolvimento de novas modalidades de tratamento, pelo que, se tem vindo a assistir a uma transformação das estâncias termais e à sua adaptação às novas tendências da procura pela adoção de técnicas modernas destinadas à manutenção e recuperação física e psicológica (CUNHA, *op. cit.*). Estas e outras procuras valorizam o repouso e a calma, a descontração, a evasão, o prazer do contacto intimista com a originalidade da natureza renegando a confusão e artificialidade do quotidiano, sobretudo citadino, o que invariavelmente pressupõe uma renovação ou adaptação dos alojamentos e equipamentos (CAVACO, 2005b).

Neste sentido, o turismo de saúde e bem-estar quando aplicado às estâncias termais, diz respeito à estância termal no seu todo, privilegiando a noção de conjunto onde se englobam os equipamentos termais como balneários e *buvettes*, os equipamentos turísticos como o alojamento, o comércio, a restauração e as atividades lúdicas. Em suma, diz respeito a todas as atividades desenvolvidas pelos aquistas nos espaços termais quer sejam de caráter turístico/lúdico ou de caráter terapêutico (CAVACO, 2008). A estância termal está, desta forma, inserida numa rede de relações constituindo um *cluster* do qual fazem parte uma grande variedade de serviços, outros produtos e recursos que compõem a cadeia de valor deste produto turístico (figura 1), e das quais emanam um conjunto de vantagens competitivas para o setor.

Apesar de não se apartar muito do que é um *cluster* turístico tradicional, uma vez que integra segmentos fixos, comuns à atividade turística no geral, o *cluster* termal integra outros componentes mais voláteis ao tipo de segmento turístico analisado e, para além das atividades relacionadas com o produto, integra áreas/recursos ainda pouco exploradas e que podem constituir fatores de diferenciação importantes à construção de um produto composto competitivo.



Fonte: Elaboração própria

Figura 1: Esquema do *cluster* do produto turismo de saúde e bem-estar

### 3. O produto de turismo de saúde e bem-estar em Portugal

O turismo de saúde e bem-estar em Portugal está umbilicalmente ligado às estâncias termais como as mais antigas, remotas e mais consolidadas representantes deste segmento particular de turismo.

Nos últimos séculos pode-se delinear uma evolução e mudança de paradigma no que concerne à prática de turismo de saúde nas estâncias termais e à forma como estas foram vividas e percebidas pelas sucessivas sociedades e suas necessidades mutantes no tempo, o que obrigou a uma adaptação das suas características e motivações levando CAVACO (*op. cit.*) a falar em ciclos de vida que se repetem e se renovam e reinventam, e FERREIRA (1996) em metamorfoses.

Muitos são os autores que se debruçam sobre a evolução da atividade termal em Portugal. Contudo, interessa-nos verificar, em traços largos, como ao longo do tempo a atividade se tem reinventado.

Os tempos romanos conferiram-lhe uma dimensão lúdica e social bastante forte aliada à vertente da prevenção e recuperação da saúde física e mental. Contudo, a decadência do império arrastou-se às termas, o luxo deu lugar ao empobrecimento tanto estrutural como da própria clientela onde era privilegiada a vertente terapêutica/curativa (CAVACO, *op. cit.*) que figurava em primeiro plano.

O século XIX configura o culminar do que vinha fervilhando há alguns séculos, em alguns casos particulares, ao devolver as estâncias ao mundo da mundanidade, da beleza, do ócio, do amor fácil, do prazer, da ostentação (ORTIGÃO, 2000). O período de viragem do século XIX para o século XX foi considerado a “época de ouro do termalismo português” que se prolongou pelas duas primeiras décadas do século XX (AZEVEDO e VASCONCELOS, 1995), depois da fase de retrocesso e letargia prolongada por toda a Idade Média. Apresentam-se agora como os destinos turísticos de excelência para férias das elites e burguesias da *belle époque*, que disponibilizavam, para além de equipamentos sanitários, também de recreio e lazer como hotéis, pensões, casinos, teatros, casas de chá, de dança, grandes parques e acessibilidades, muito apreciados pela classe abastada que se distanciava da classe baixa motivada para a cura (ORTIGÃO, *op. cit.*, FERREIRA, *op. cit.*). Passou-se de uma ambiência familiar, pacata, apologista da doença e da cura para outra a que esta era completamente alheia (CAVACO, 1979), era a prática de turismo de saúde/termal como um todo com um claro domínio da vertente de turismo e lazer que se sobrepõe à vertente terapêutica.

Nesta época destacam-se as estâncias termais de Vidago, Pedras Salgadas, Luso e Curia como as de maior prestígio e as mais frequentadas pela elite nacional (MENDES, 1980).

Após a década de ouro do termalismo, assiste-se ao desabrochar de um novo momento, a partir dos anos 40, caracterizado pelo declínio das estâncias e do turismo termal, vivido por Portugal e por toda a Europa, com o veraneio balnear e outras formas de ocupação de tempos livres a assumirem agora as preferências da sociedade, acentuado pelos progressos que se verificavam na farmacologia, pela atitude negativa do corpo médico em relação à crenoterapia (MENDES, *op. cit.*) e pela inércia do Governo Central na definição de medidas de reconversão. O encerramento de muitos balneários e o declínio de muitas estâncias foi a consequência mais imediata, com o património arquitetónico e equipamentos a sofrerem as consequências, assim como o descrédito do termalismo enquanto atividade curativa e lúdica (FERREIRA, *op. cit.*).

Contudo, a apetência popular pelas termas não se dissolveu, tendo encontrado condições para ressurgir novamente na década de 70, modificando a natureza da vida termal, agora de cariz predominantemente terapêutico, e dos seus frequentadores. Facto reconhecido pela Segurança Social através da comparticipação dos custos com a terapêutica termal, alojamento, alimentação e transportes dos doentes (TEIXEIRA, 1997), desenvolvendo um amplo conjunto de políticas sociais no domínio da saúde e apoios financeiros aos tratamentos termais, institucionalizando o Termalismo Social (FERREIRA, *op. cit.*) e a frequência de uma clientela envelhecida e doente. O privilégio da terapia e cura como via para a saúde confere o primeiro plano à vertente terapêutica que consolida a era do termalismo clássico, quase anulando a função lúdica.

Ao longo da década de 90 e principalmente neste novo milénio assiste-se a um renascimento do conceito de estância termal como um todo. Renova-se a passos largos o equilíbrio entre as duas vocações seculares das termas, a terapêutica e a lúdica que surge pela sua complementaridade, e o conceito de termalismo e de turismo de saúde agora orientado para a prevenção, recuperação e promoção do bem-estar físico de uma sociedade pós-moderna, cuja frequência já não requer que se padeça de uma doença *a priori*, estando orientada para todos os públicos que procuram cada vez mais programas de saúde e bem-estar diversificados. As estâncias termais recuperam a vertente de turismo, lazer e recreio aliada agora à vertente da saúde e bem-estar onde começam a renascer equipamentos lúdicos e recreativos para além dos sanitários.

Relativamente a este produto verifica-se uma alteração constante nos objetivos e conteúdos que não são totalmente novos mas antes se reinventam conforme as épocas e



as sociedades. De um domínio alternado de vertentes (terapêutica e turística), observa-se hoje uma tentativa de equilíbrio e de complementaridade entre as duas.

O produto de turismo de saúde e bem-estar foi assumido como estratégico, e apesar de ainda se encontrar insuficientemente aproveitado, não se resume apenas às estâncias termais pelo que integra outras modalidades, embora seja escassa a oferta:

- Termalismo: utilização das propriedades terapêuticas das águas mineromedicinais;
- Talassoterapia: aproveitamento dos recursos marinhos com fins profiláticos e terapêuticos;
- Climatismo: utilização das propriedades curativas de alguns micro-climas, no litoral ou na montanha, devido à qualidade do ar ambiente;
- “Recuperação da forma” (*remise en forme* ou *fitness*): dietética, bons hábitos de vida, prática de exercício físicos, massagens, hidroterapia e outras terapias complementares (FERNANDES e FERNANDES, *op. cit.*).

No entanto, a oferta balança principalmente entre o segmento das Estâncias Termais e as Instalações de *Spa & Wellness*, diversificadas conforme a natureza da água utilizada (figura 2), recursos semelhantes no que à associação ao conceito de saúde e bem-estar diz respeito, mas diferentes nas experiências que proporcionam, no seu público-alvo, nos conteúdos e objetivos.



Fonte: Adaptado de TP (2006); FERNANDES e FERNANDES (2008)

Figura 2: Representação esquemática do produto de saúde e bem-estar em Portugal

### 3.1. O segmento “estância termal”

É crescente a relevância do produto de turismo de saúde e bem-estar mas, não obstante a importância que os *Spas* vêm adquirindo no seio deste produto (inclusive no

âmbito das estâncias com o desenvolvimento dos *Spas* termais), é sobre o segmento “estância termal”, no seu todo, que a nossa atenção e plano de ação recai, por constituírem as formas mais antigas de turismo e lazer, de saúde e bem-estar no país e porque correspondem ao segmento que melhor está posicionado, na área de intervenção do TCP, no que toca à capacidade competitiva, quer em termos de quantidade, quer de qualidade e diversidade dos seus recursos base (instalações e água minero-medicinal), assim como em história, tradição e toda uma série de vivências e experiências que proporciona, elementos que os *Spas* não oferecem.

A estância termal é no fundo uma estância turística que se pretende que adquira e perpetue de forma ainda mais consistente essa imagem turística, muito embora não se reduzam a meros centros para passar férias pois satisfazem necessidades peculiares de saúde (CAVACO, 2008). A Lei de Bases do Termalismo (2004) vai ao encontro desta perspetiva milenar ao definir a estância termal como uma “ área geográfica devidamente ordenada na qual se verifica uma ou mais emergências de água mineral natural, exploradas por um ou mais estabelecimentos termais, bem como as condições ambientais e infra-estruturas necessárias à instalação de empreendimentos turísticos e à satisfação das necessidades de cultura, recreio, lazer activo, recuperação física e psíquica, asseguradas pelos adequados serviços de animação”.

Neste sentido pode-se afirmar que as estâncias termais não se resumem a meras instalações (balneários e *buvettes*) que utilizam as propriedades terapêuticas das águas em prol da cura ou da reabilitação e prevenção, caso fosse, ou eram clínicas de saúde ou meros *Spas* termais. As estâncias termais oferecem muito mais para além dessa visão redutora, muito embora tenha sido o reconhecimento dos aspetos terapêuticos das águas que permitiu o seu desenvolvimento. Todavia, também eram frequentadas por razões meramente lúdicas e sociais o que as distingue como sendo dos mais antigos e complexos centros turísticos de excelência, tendo-se construído balneários de grande esplendor e todo um conjunto de serviços turísticos e lúdicos que atraíam as classes mais abastadas.

Durante o século XVIII e XIX “ir para as águas” transformou-se numa moda mas também numa forma de passar o tempo, de sociabilizar e de repousar por parte das classes mais altas da Europa que instauraram uma filosofia de vida onde a saúde se combinava harmoniosamente com a mundanidade, não havendo lugar nem para a pobreza nem para a insalubridade, cuja atividade termal era associada a “ (...) um certo elitismo, em que a sociedade que se reencontrava era considerada superior, com pessoas

polidas, belas, elegantes e instruídas” (RAMOS, *op. cit.*: 50). CUNHA (*op. cit.*: 270) refere mesmo que “eram os verdadeiros centros turísticos mundanos da antiguidade, tendo-se mantido durante séculos como os principais destinos turísticos até terem atingido o seu apogeu no século XIX e nas duas primeiras décadas do século XX”. Eram lugares onde se valorizava a vertente social e cultural, “as termas conciliam tudo: mudança de ares, exercício ameno, banhos, copinho, peregrinação, entretenimento, *vita nuova*, passeios, picnics (...)” (ORTIGÃO, *op. cit.*: 8).

As estâncias termais e o turismo associado ao termalismo sempre foi revestido de uma grande complexidade advinda da sucessão de fases tanto de crescimento fulgurante e importância estratégica no desenvolvimento territorial, conferido principalmente pelo turismo de ócio e prazer, como de declínio e marasmo na sequência da perda de prestígio e *glamour* enquanto centros turísticos elitistas, cujas consequências negativas se refletiam incontornavelmente no território. Esta complexidade e constante volatilidade induzem a um desafio permanente da sua própria reinvenção, conforme as tendências e épocas. Por este facto, pela sua importância no território, na sociedade, na economia, na cultura e nas vivências, reúnem do nosso ponto de vista condições mais que justificadas para a elaboração deste plano de ação.

Neste sentido, para além da vertente terapêutica/saúde, desde sempre tiveram um cariz turístico, de lazer e bem-estar muito marcado que se foi diluindo à medida que as estâncias perdiam importância para outros destinos turísticos e que o termalismo social se instalava e se enraizava a vertente da saúde, um cariz que parece querer voltar a brilhar na bruma em que mergulhou durante anos.

Atualmente, estância termal significa muito mais que doença e cura, assumindo-se de forma crescente como um produto turístico compósito, pois os fatores curativos deixam de ser únicos a justificar a deslocação dos turistas, abrangendo atividades físicas, desportivas, culturais e lúdicas e, passam a ser encarados como centros igualmente de saúde, bem-estar, repouso, relaxe, prevenção e reabilitação e, cada vez mais, como centros turísticos, numa tentativa de reinvenção e do renascimento da vertente turística, de recreio e lazer de excelência de outrora.

Esta dimensão do turismo de saúde e bem-estar nas estâncias termais, que procura conciliar de forma integrada e complementar as duas vertentes ancestrais, é considerada no quadro normativo aprovado em meados de 2004 (Decreto-Lei 142/2004 de 11 de junho). Este apresenta-se dinamizador da atividade dos balneários termais de acordo com as tendências do termalismo europeu e reconhece que, a “ atividade termal

para além de histórica e umbilicalmente ligada ao sector da saúde e à prestação de cuidados nesta área”, apresenta igualmente “outras potencialidades associadas ao bem-estar e lazer (...) assumindo também um papel fundamental na indústria do turismo”, admitindo desta forma as novas valências do termalismo e sobretudo das estâncias termais como territórios turísticos, de recreio e lazer, conferindo-lhes poder para desenvolverem uma oferta diversificada ao viabilizarem o pleno aproveitamento das potencialidades de saúde, bem-estar e de turismo nas mesmas.

Um progresso significativo relativamente à legislação obsoleta, desajustada da realidade e demasiado restritiva que durante décadas regulou a atividade e os estabelecimentos termais<sup>2</sup>, condicionando em muito o desenvolvimento do segmento e o aproveitamento em pleno das suas potencialidades. A abertura da nova legislação, para além de contribuir para alavancar o investimento, promove a renovação e sofisticação da oferta com o objetivo de atrair novos *targets* e novos mercados, nomeadamente o mercado jovem e estrangeiro, a criação de novos serviços (*relax*, *antisstress* e *beleza*) e a diminuição da sazonalidade (FRASQUILHO, 2007).

A estância termal constitui, assim, um segmento bastante peculiar no âmbito do produto de saúde e bem-estar. A atual associação excessiva ao conceito de *Spa*, culminando muitas vezes na diluição do próprio conceito de saúde e bem-estar no de *Spa*, justifica a necessidade de se estabelecer as principais diferenças entre estas duas realidades (quadro 1), segmentos diferenciados no seio de um mesmo produto.

Com efeito, a estância termal confunde-se com a própria localidade onde se insere, não se resumindo apenas ao espaço ocupado pelo estabelecimento termal, assim especifica a Associação das Termas de Portugal corroborada pela atual legislação. Trata-se de uma realidade constituída por um conjunto de elementos estruturantes como alvará de concessão, balneário, águas minero-medicinais com indicações terapêuticas, direção e corpo clínico, equipamentos terapêuticos, alojamento e equipamentos culturais e lúdicos (CAVACO, *op. cit.*). Atendendo a toda esta base de sustentação, a estância termal não se resume a um local de passagem mas também de paragem, de estar, de fruição de lazeres vários para além dos programas terapêuticos ao dispor de segmentos bastante diferenciados do mercado da procura. Trata-se de um segmento com grande representatividade (38 em atividade em 2009), beneficiando de uma matriz de unidades e destinos antiga e já firmada no panorama turístico nacional.

---

<sup>2</sup> De referir que as estâncias termais e os seus serviços eram regulados até então pelo anterior Decreto que datava de 1928 (Decreto nº 1545401 de 20 de abril de 1928).

Já o *Spa*, segundo o ISPA<sup>3</sup>, trata-se de uma realidade mais restrita. Em Portugal raros são os exemplos em que são entidades individualizadas, constituindo-se mais frequentemente como uma componente, um complemento de outra oferta nomeadamente dos hotéis e até das próprias estâncias termais que, numa tentativa de diferenciar fisicamente e nominalmente a vertente terapêutica clássica da de saúde e bem-estar, têm denominado setores do complexo termal como *Spas*.

Quadro 1: Diferenças entre Estância Termal e *Spa* com base na realidade portuguesa

Turismo de Saúde e Bem-Estar		
Objeto	Estância Termal	<i>Spa</i>
Definição	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Área geográfica ordenada, com uma ou mais emergências de água mineral natural e estabelecimentos termais, condições ambientais e infraestruturas necessárias à instalação de empreendimentos turísticos e à satisfação das necessidades de cultura, recreio, lazer ativo, recuperação física e psíquica (DR, 2004);</li> <li>- Localidade/área geográfica cujas atividades económicas se desenvolvem diretamente relacionadas com o balneário termal: balneário, unidades hoteleiras, atividades de animação, restauração e comércio local (ATP, 1988, citada em CAVACO, <i>op. cit.</i>).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instituição cultural e educacional que promove e integra o bem-estar, a boa forma física e os cuidados de saúde individuais, assim como a harmonia e o equilíbrio, através da prevenção, da terapia e da reabilitação do corpo, mente e espírito (ISPA, 2010);</li> <li>- <i>Spa</i> inicialmente era associado às águas minero-naturais (<i>Salut Per Aqua</i>) contudo, nos últimos anos, tem sido alargado a todo o tipo de local, infraestrutura, produto, tratamento ou solução relacionada, mesmo que vagamente com a saúde física, mental ou espiritual (CAVACO, <i>op. cit.</i>).</li> </ul>
Vertentes	Terapêutica clássica, saúde e bem-estar, turística, recreio e lazer	Saúde e bem-estar
Dimensões	Local de paragem/local de estar	Local de passagem/local de passar
Vocação do tipo de clientes	Vocacionada para todo o tipo de clientes	Vocacionada para segmentos mais específicos de clientes (jovens e adultos)
Tipo de água	Água termal/minero-medicinal	<i>Spas</i> urbanos (água normal de consumo humano), <i>Spas</i> Termais (água mineromedicinal), <i>Spas</i> Talasso (água marinha)
Individualidade	Entidades independentes/individuais	Maioritariamente associados a hotéis
Oferta	Grande oferta, matriz de oferta antiga	Pouca oferta mas proliferação de <i>Spas</i> associados aos hotéis, matriz recente

Fonte: TP (2006); CAVACO (2008); FERNANDES e FERNANDES (2008); ISPA – endereço eletrónico (2010), DR (2004)

Os *Spas* que integram os hotéis ou *resorts* têm uma oferta de programas de saúde e bem-estar bastante semelhantes aos das termas mas muitas vezes superiores em termos de diversificação e qualidade e são diferenciados conforme a água utilizada (normal, marinha ou mineromedicinal), constituindo uma matriz relativamente recente<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> International Spa Association (Associação Internacional de *Spas*).

<sup>4</sup> Segundo o levantamento realizado por FERNANDES e FERNANDES (*op. cit.*) esta matriz é constituída por 34 *Thermal Spa*, 19 *Resort Spa*, 46 *Hotel Spa*, 12 *Day Spa* e 6 *Spa Talasso*.

#### **4. O perfil do consumidor de termalismo clássico e de saúde e bem-estar**

Termalismo clássico e de saúde e bem-estar são dois segmentos com características algo diferentes mas têm nas estâncias termais a principal afinidade por aí poderem coexistir e complementarem-se. Desta forma, no âmbito do produto de saúde e bem-estar, privilegiou-se apenas as características inerentes aos frequentadores das estâncias termais.

Estabelecer o perfil completo do consumidor do produto de saúde e bem-estar não se tem revelado uma tarefa fácil, em especial pela falta de informação consistente e sistematizada, uma vez que a mesma se encontra dispersa por diversas fontes de informação permanecendo escassa, incompleta e desatualizada.

Na caracterização do cliente de termalismo clássico e bem-estar privilegiou-se informação presente em publicações da ATP (2006, 2009), em trabalhos de RAMOS (*op. cit.*), FRAQUILHO (*op. cit.*) e CAVACO (*op. cit.*). Já o perfil do cliente do segmento de saúde e bem-estar, para além da informação recolhida nos autores já citados, assentou na sua maioria no resultado do estudo realizado ao cliente europeu cuja caracterização é o resultado de inquéritos e entrevistas realizadas em dezembro de 2005, a peritos e operadores turísticos dos principais mercados europeus (TP, 2006).

A sistematização das informações gerais presentes em diversos documentos e a informação obtida através das entrevistas realizadas permitiu chegar a uma aproximação do perfil deste tipo de consumidor, e que se sistematizou no quadro 2, permitindo de forma rápida e clara perceber as principais diferenças entre o perfil dos tipos de clientes destes dois segmentos através de um conjunto de vetores de caracterização:

- Sócio-demográfico e económico – idade, sexo, nível de escolaridade, estrato sócio-económico;
- Região emissora (dos clientes de proveniência nacional);
- Motivação e objetivo;
- Decisão;
- Hábitos de informação;
- Hábitos de compra;
- Hábitos de uso.

Esta caracterização permite confirmar que se tratam de dois segmentos de turismo compostos por consumidores com características bastantes distintas, antagónicas mesmo em alguns aspetos.

Quadro 2: Perfil e hábitos de consumo dos turistas clássicos e de saúde e bem-estar

Características	Perfil do consumidor	
	Termalismo Clássico	Saúde e Bem-Estar <sup>5</sup>
<b>Sócio-demográficas e económicas</b>  <b>Quem são?</b>	Predomínio da classe etária dos 65-74 e da dos 55-54 anos Pessoas com alguma doença Predomínio do sexo feminino Rendimentos médio-baixo Comparticipação da Segurança Social Habilitações literárias baixas ou nenhuma Pensionistas/Reformados	Jovens: 20-24 anos, rendimento médio; Adultos: 40-50 anos, rendimento médio-alto Famílias jovens: rendimentos médios e com filhos pequenos Seniores: 50-60 anos, rendimento médio-alto Pessoas sem doença prévia (saudáveis) Habilitações literárias altas
<b>Região Emissora</b>	Região Centro e Grande Lisboa e Porto	Grandes centros urbanos
<b>Motivação Objetivo</b>	Cura, alívio, prevenção secundária e terciária, reabilitação	Bem-estar geral, reabilitação, prevenção primária, relaxe físico e psíquico
<b>Decisão</b>	Obrigatória (internamento médico)	Iniciativa própria
<b>Hábitos de Informação</b>	Através do médico de família, amigos e de ouvir falar	Agências de viagem, internet, brochuras e catálogos, imprensa especializada, informação de familiares e amigos
<b>Hábitos de Compra</b>	<b>O que compram?</b>	
	Tratamento médicos orientados para as doenças de que padecem (plano de cura orientado pelo médico)	Pacotes de <i>wellness</i> , <i>Spa</i> e/ou talassoterapia com alojamento e tratamentos incluídos, de acordo com os interesses de cada um
	<b>Onde compram?</b>	
	Diretamente no estabelecimento termal	Agências de viagem/Internet
	<b>Quando compram?</b>	
	Sem informação	Seis meses de antecedência para viagens de 1 semana Compras de última hora para <i>short breaks</i> de 3 a 4 dias
<b>Hábitos de uso</b>	<b>Que tipo de alojamento e quantos dias de estadia compram?</b>	
	Alojamento próprio, casas de amigos ou alojamento <i>low cost</i> Duração do tratamento (8, 15, 21 dias)	Hotéis de 4 e 5*/Hotéis de charme fins de semana para viagens locais/7 a 10 dias para viagens internacionais
	<b>Em que período e quantas vezes ao ano compram?</b>	
<b>Hábitos de uso</b>	Época alta (meses de verão) e apenas uma vez por ano	Viagens ao longo do ano e em média 2 a 3 vezes ao ano
	<b>Que atividades realizam?</b>	
<b>Hábitos de uso</b>	Tratamentos médicos adequados: ingestão de água, massagens, hidromassagens	Jovens: programas de <i>fitness</i> Famílias jovens com filhos: <i>Spa</i> Adultos: prevenção e descontração Seniores: tratamentos tradicionais ou <i>Spa</i>

Fonte: Adaptado de RAMOS (2005); European Travel Monitor – 2004, IPK in TP (2006); FRASQUILHO (2007); CAVACO (2008); ATP (2006, 2009)

A informação referente ao perfil do cliente do termalismo clássico tem mantido as suas características gerais ao longo dos anos. Desta forma, o cliente deste segmento é idoso, com idade acima dos 45 anos, predominando as faixas etárias dos 65-74 e 55-64

<sup>5</sup> Este perfil diz respeito aos consumidores europeus, cuja caracterização é o resultado de inquéritos e entrevistas realizadas em dezembro de 2005, a peritos e operadores turísticos dos principais mercados europeus (TP, *op. cit.*) embora, pela informação também disponibilizada por outros autores, seja extensível à realidade portuguesa.

anos, é maioritariamente feminino, reformado, proveniente de um estrato sócio-económico baixo, com rendimentos modestos, cujos tratamentos são, em larga escala, comparticipados pela Segurança Social, sendo fiéis ao termalismo e a cada destino.

A motivação central é a obtenção de cura o que obriga a um acompanhamento médico, por padecimento prévio de doença, sobretudo do foro reumatológico e músculo-esquelético. A época alta (meses de verão) é a privilegiada pelos aquistas para a realização da cura termal, que provêm principalmente dos grandes centros urbanos de Lisboa e Porto e Interior Norte do País. Os hábitos de consumo resumem-se quase em exclusivo ao tratamento termal e alojamento de baixo custo, podendo desta forma ser identificados também como turistas, contudo, o aumento da mobilidade trouxe uma nova realidade, os movimentos pendulares que reduzem estes clientes a meros aquistas, não turistas.

A clientela clássica está associada a uma imagem negativa, decadente, envelhecida, doente, à monotonia e melancolia.

O cliente do segmento de saúde e bem-estar demonstra um carácter francamente antagónico ao anterior na maioria dos vetores de caracterização.

No cômputo geral trata-se de um mercado mais jovem que o anterior (dos 25-45 anos), embora se verifique também a faixa mais idosa, mas trata-se de uma franja de clientes com maior poder económico, provenientes de grandes centros urbanos.

A escolha deste produto é feita por iniciativa própria, mais livre e de acordo com as vontades de cada um, sem que seja condição *sine quanon* padecer-se de qualquer enfermidade, aliás é mais frequente tratar-se de um cliente saudável, tendo como motivação a procura de bem-estar geral, a reabilitação, a prevenção primária, a manutenção, o relaxe físico e psíquico.

Ao contrário do cliente clássico este é mais volúvel nas suas escolhas, procurando novas experiências e destinos, prefere estadas curtas de um dia, fim de semana ou alguns dias, e distribuídas por vários períodos do ano, evidenciando uma baixa sazonalidade. Verifica-se também que a percentagem de clientes estrangeiros é substancialmente superior à verificada no termalismo clássico, sendo clientes mais requintados, específicos e exigentes quando se trata de alojamento, cujas escolhas, que recaem em hotéis de gama média/alta, refletem a sua maior capacidade económica.

Esta clientela está associada a uma imagem positiva, de saúde e bem-estar, de jovialidade e beleza, de divertimento, descanso e relaxamento.



## **PARTE II**

### **Diagnóstico Estratégico**

## 5. O turismo de saúde e bem-estar na Europa

A Europa é rica em recursos minero-medicinais, conhecidos e reconhecidos desde a Antiguidade, usados nas áreas da medicina preventiva, da reabilitação e do bem-estar na vertente *Spa resort*, e vem traçando um caminho de sucesso no âmbito do segmento da saúde e bem-estar, cujas estâncias termais são também estâncias turísticas onde ambas as valências estão integradas e perfeitamente complementares (ATP, 2000).

Segundo dados da *ESPA*<sup>6</sup>, todos os anos *resorts* e *Spas* de saúde europeus geram volumes de negócios de cerca de 20 biliões de euros, empregando mais de 500 mil pessoas diretamente e 1,2 milhões indiretamente, constituindo um dos grandes empregadores da União Europeia<sup>7</sup>.

### 5.1. Relevância do setor

A nível europeu, a procura primária de viagens internacionais de saúde e bem-estar ascende aos 3 milhões, de 1 ou mais noites de duração, o que representa aproximadamente 1,2% do total de viagens de lazer realizadas pelos europeus, número que se estima ser de 7 milhões de viagens no que à motivação secundária diz respeito. Os gastos médios por pessoa que, neste setor são em geral maiores que nos restantes segmentos de turismo por incluírem tratamentos terapêuticos e/ou outros serviços de bem-estar especializados de variados preços, situam-se entre os 100 e 400 euros.

Apesar deste setor ser relativamente recente, cresceu cerca de 50% entre 2000 e 2004 e, o facto das suas potencialidades e valências ainda não estarem esgotadas beneficiando de uma margem de evolução e progressão bastante grande, prevê-se que a procura continue a crescer nos próximos anos a um ritmo anual que oscilará entre os 5% e os 10%, estimando-se que, dentro de uma década, o mercado duplique, atingindo um volume próximo dos 6 milhões de viagens anuais<sup>8</sup>.

### 5.2. Os principais mercados recetores e emissores

A Alemanha é atualmente quem domina, na Europa, o mercado emissor de turistas de saúde e bem-estar, registando 3,7% de consumidores em relação ao total de

---

<sup>6</sup> *European Spas Association* (Associação Europeia de *Spas*).

<sup>7</sup> Informação disponibilizada no endereço eletrónico da *ESPA* ([www.espaehv.com](http://www.espaehv.com), a 07/08/10).

<sup>8</sup> De acordo com o estudo realizado para o Turismo de Portugal (European Travel Monitor-2004, IPK; análise THR) na sequência da realização do PENT (TP, *op. cit.*).

turistas do país e concentrando 63% do total de viagens de saúde e bem-estar realizadas no conjunto dos consumidores europeus (quadro 3). Contudo, é a Itália que figura como o principal destino de saúde e bem-estar com 14,8 % de clientes, seguida de Espanha e Áustria. Portugal figura em 18º lugar nas escolhas da procura de saúde e bem-estar (quadro 4).

Quadro 3: Viagens de saúde e bem-estar ao estrangeiro por mercado emissor, em 2004

Mercado emissor	Total de viagens (em milhares)	% viagens de Saúde e Bem-Estar sobre o total	Viagens de Saúde e Bem-Estar (em milhares)	% sobre o total de viagens de Saúde e Bem-Estar
Europa	245.000	1,20%	3.000	100
Alemanha	51.685	3,70%	1.907	63,4
Escandinávia	18.571	1,10%	207	6,9
Espanha	9.103	1,00%	89	3,0
Reino Unido	39.349	0,20%	80	2,7
Itália	16.880	0,40%	62	2,1
França	18.493	0,10%	19	0,6

Fonte: European Travel Monitor-2004, IPK; análise THR in TP (2006)

Quadro 4: Principais destinos de saúde e bem-estar, em 2004

Nº	Principais destinos de S&B	%
1	Itália	14,77%
2	Espanha	10,72%
3	Áustria	7,80%
4	Hungria	7,08
5	Turquia	5,46%
6	Países Bálticos	4,92%
7	Holanda	4,36%
8	Alemanha	3,81%
9	Dinamarca	3,67%
10	Eslovénia	3,41%
11	França	3,33%
...		
18	Portugal	1,36%

Fonte: Dados IPK, 2004 in TP (2006)

Uma pesquisa realizada junto dos consumidores europeus revela que o melhor destino de saúde e bem-estar, para a grande maioria, é o seu próprio país, a boa posição que Portugal ocupa nestas escolhas, sobretudo no mercado espanhol, assim como os seus principais concorrentes na oferta deste produto, nomeadamente Espanha, França, Alemanha, Itália e Suíça.

### **5.3. Os exemplos paradigmáticos**

Países como Espanha, França, Alemanha, Itália, Áustria e Suíça aparecem no topo das preferências do mercado da procura assim como são os principais mercados concorrentes de Portugal, sobretudo por atraírem a mesma procura e a oferta ser similar.

No entanto, neste conjunto de países encontramos casos paradigmáticos no que à associação e desenvolvimento do produto de saúde e bem-estar nas estâncias termais diz respeito. Há países cujas estâncias souberam adaptar-se às novas exigências dos mercados e da sociedade moderna, sem no entanto descredibilizar a vertente terapêutica, enquanto outros há que não têm conseguido adaptar-se ou que dão os primeiros passos nesse sentido, como é o caso de Portugal.

#### **5.3.1. O caso francês**

O termalismo francês é um exemplo paradigmático de resistência à adaptação. A dependência relativamente à Segurança Social a partir de meados da década de 40 e que ainda hoje prevalece (cerca de 95% dos termalistas são subsidiados), cujas oscilações fizeram com que as termas atravessassem profundas crises (massificação na sua frequência e consequente perda de qualidade em períodos de democratização da cura e redução de frequência em períodos em que eram limitadas as subvenções sociais) determinou que o termalismo francês se reduzisse à vertente terapêutica durante anos, construindo mesmo uma imagem de referência no âmbito da terapêutica.

As principais dificuldades prendem-se com a decadência das estâncias centradas no termalismo curativo, a ambiência triste e melancólica, uma clientela envelhecida e doente, uma forte sazonalidade, a incipiente oferta da vertente de saúde e bem-estar, é refém de uma legislação desadequada, para além da ausência de investigação científica e consequente descridibilização médica da terapia termal. Todavia, têm sido encetados esforços no sentido da sua revitalização através da modernização das instalações ou dos meios onde se inserem, apesar de se revelarem pouco produtivos pela ausência de uma planificação de investimentos, de definição de políticas de revitalização e perspetivas concretas e, por receio do desenvolvimento da vertente turística e de bem-estar, encarada como uma ameaça à credibilidade da vertente curativa. Apesar destes constrangimentos, tem sido crescente o interesse na diversificação da oferta termal com vista à complementaridade (tão importante que foi no início do século XX e tão necessária no alvor do século XXI) (RAMOS, *op. cit.*; CAVACO, *op. cit.*).

### 5.3.2. O caso alemão

O setor termal alemão é considerado um exemplo de boas práticas no que toca à adaptação necessária e coerente à sociedade e suas exigências atuais.

No início do século XX a cura termal era encarada como forma de restabelecimento dirigida especialmente à sociedade elitista. Após a 2ª Guerra Mundial há uma democratização do turismo de cura e, não obstante as crises pelas quais também passou (crise do estado de providência), atualmente procura demarcar-se da imagem atrofiadora de doença e tornar-se cada vez mais abrangente na oferta de saúde e bem-estar desenvolvendo uma verdadeira cultura da saúde, pela água, enaltecendo e valorizando um produto e destino turístico de forma coordenada e projetada no futuro.

O produto de saúde e bem-estar na Alemanha, há muito institucionalizado, constitui um modelo de desenvolvimento termal em que a antecipação e a preocupação com as necessidades e motivações dos mercados constituíram o leme de uma política bem-sucedida, bem como a importância conferida à saúde e à preservação do bem-estar físico e psíquico e a ação alargada da Segurança Social.

A Alemanha soube reforçar a atração das estâncias termais, mantendo e articulando a ambiência humana, o contexto societal e paisagístico preenchido com parques, casinos, hotéis, comércio de luxo, integrando eventos sociais, culturais, espirituais e desportivos que sustentam o sentido global de saúde e, gerir aspetos ligados à mudança, à evolução tecnológica e tendências dos clientes, pelo que tem conciliado o classicismo da cura termal com a diversidade de programas de saúde e bem-estar, no sentido da implementação de oferta vocacionada para a vertente de férias, prevendo-se num futuro próximo uma “turistificação das estâncias termais”. Desta forma conseguiu posicionar-se como um mercado alargado, com pendores de desenvolvimento, de ordenamento e de organização espaciais muito bem definidos.

Uma evolução sustentada por uma legislação ajustada às necessidades de cada época e exigências de cada mercado, por uma redução dos apoios sociais (apenas cerca de 70% dos aquistas alemães são subsidiados contra os 90% no caso português) num incentivo à comparticipação privada, por políticas adequadas e estratégias bem definidas em termos da dimensão turística centradas nas especificidades locais e regionais, estratégias de marketing moderno e agressivo com vista a superar a concorrência estrangeira e à captação de mercados internacionais contribuindo para a redução da sazonalidade (RAMOS, *op. cit.*). Com mais de 300 estâncias, apresenta uma das maiores taxas de frequência termal doméstica e global.

### 5.3.3. Outros exemplos de sucesso

Nos últimos anos, e após importantes investimentos de renovação tecnológica e arquitetónica, assistiu-se, sem se ter perdido a valência do termalismo médico, ao aparecimento na Europa do termalismo *remise en forme* onde são cada vez mais e mais diversos os programas de saúde e bem-estar conjugados com outras ofertas como golfe, ténis, gastronomia e vinhos, entre outros, com vista à promoção da saúde e prevenção da doença, por forma a responder a ambos os mercados. A vertente da saúde e bem-estar ganha um estatuto crucial na (re) dinamização das estâncias enquanto centros de turismo e lazer. Neste processo destacam-se alguns exemplos (quadro 5) como:

- *Montbrió* (Tarragona/Espanha) - este complexo termal foi um dos primeiros a instituir o conceito de *resort* e *Spa*, em Espanha. Os vários edifícios que o compõem oferecem uma mescla harmoniosa de um estilo próprio do início do século XX e tendências de arquitetura mais recentes;
- *Royal Parc Evian* (Evian/França) – este complexo, com um parque de 17 ha totalmente dedicado à *remise en forme*, está situado nas margens do Lago Léman, nos Alpes franceses;
- *Terme di Saturnia* (Toscana/Itália) – as termas foram alvo de um extenso projeto de renovação e as novas instalações abriram as portas em 2001;
- *Therme Vals* (Vals/Suíça) – “Montanha, rocha, água”, este *Spa* termal abriu em 1996 e foi classificado como edifício de interesse público dois anos depois, substituindo as termas da década de 60 (PALMA, 2006).

Quadro 5: Características de exemplos de sucesso de turismo de saúde e bem-estar

	Alojamento	Centro de Congressos	Restaurante	Golfe	Termas	Clínica	Piscina	Jacuzzi	Sauna	Massagens	Beleza	Ginásio	Equitação	Praia	Act. Natureza	Observações
<b>Montbrió</b> Tarragona - Espanha	Hotel 4* (450 camas)		✓		✓			✓	✓	✓	✓	✓				
<b>Royal Parc Evian</b> Evian - França	Hotel 5* (9000 quartos)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	Casino Teatro
<b>Terme di Saturnia</b> Toscana - Itália	Hotel 4* (140 camas)	✓	✓	Drive Range	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				
<b>Therme Vals</b> Vals - Suíça	Hotel 3* (450 camas)		✓		✓			✓	✓	✓	✓	✓			✓	Ski Montanha

Fonte: AICEP in PALMA (2006)

Para além destes, referem-se ainda outros exemplos de produtos mistos onde é forte a componente turística associada aos espaços minero-medicinais. Na Alemanha, Hungria e República Checa existem os passeios de balão, na Áustria há um *Spa* especial para crianças e bebés, um Jurássico Parque assim como na França que dispõe de grutas de espeologia, rotas temáticas em torno da água e abrigos rurais, a Bélgica oferece noites temáticas, em Itália pode-se usufruir das grutas, do kartódromo e de passeios de charrete, já na Hungria pode-se desfrutar de uma praia artificial mediterrânea, de visitas a parques ou reservas de animais, de feiras de produtos biológicos e do festival da cerveja, e praticar *birdwatching* e o Reino Unido dispõe do festival de jazz, do museu de antiguidades e de alimentação vegetariana. Particularidades que em conjunto com os programas de bem-estar diversificados constroem uma oferta bastante sugestiva e apelativa pela diversidade de experiências que proporcionam (CAVACO, *op. cit.*).

Segundo PALMA (*op. cit.*) os *Spas* termais de referência detêm uma boa capacidade de promoção, boas estruturas de alojamento, um conjunto variado de estruturas e serviços e permitem um rol alargado de atividades de bem-estar e lazer, tal como acontece nos exemplos descritos que constituem exemplos de permanente reinvenção por forma a responderem às necessidades e exigências atuais dos mercados.

## **6. A dinâmica atual das estâncias termais portuguesas**

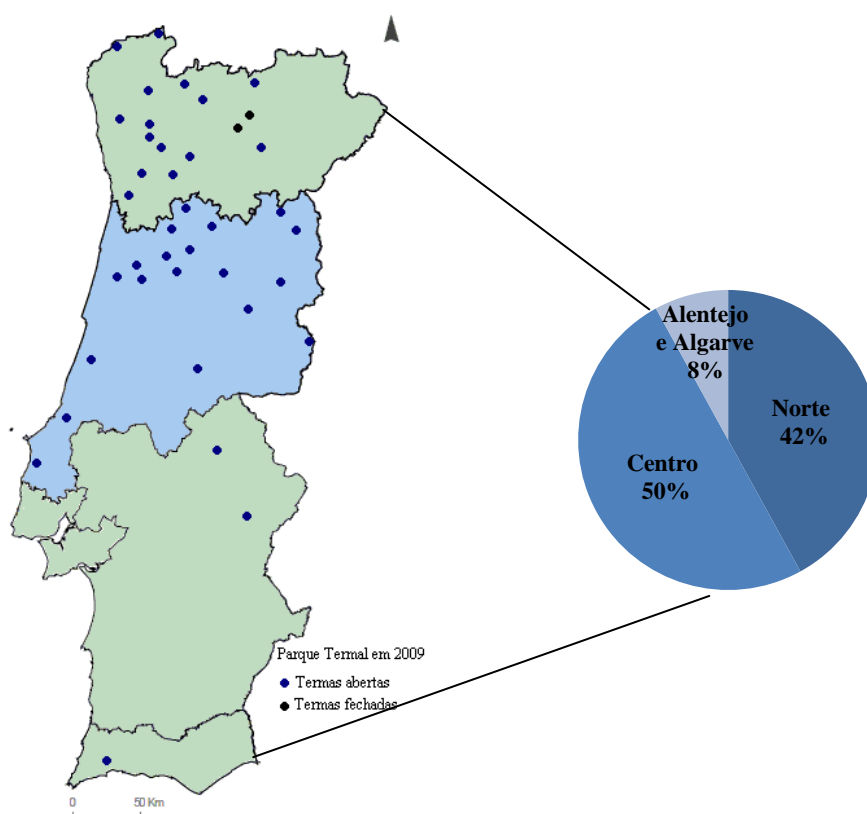
### **6.1. A oferta**

A oferta do produto de saúde e bem-estar em Portugal é maioritariamente representada pelas estâncias termais distribuídas um pouco por todo o país.

O parque termal português é composto por 48 estabelecimentos termais, dos quais apenas 38<sup>9</sup> estiveram em atividade em 2009, devido a encerramentos temporários ou permanentes por via da remodelação e reestruturação física de algumas termas mas, também, por perda de propriedades terapêuticas e falta de capacidade técnico-financeira de outras (FRASQUILHO, *op. cit.*). Neste momento, o Centro é a região que congrega mais estabelecimentos, e em funcionamento, 19, representando 50% do total, solidificando a importância deste setor turístico na região, seguida pelo Norte com 16 e o Alentejo e Algarve com 3 (figura 3).

---

<sup>9</sup> Monção, Melgaço, Chaves, Gerês, Carvalhelhos, Carlão, Caldelas, Eirogo, Taipas, Caldas da Saúde, Vizela, Moledo, Aregos, Entre-os-Rios, S. Jorge, Carvalhal, Longroiva, Almeida, Cavaca, Alcafache, S. Pedro do Sul, Sangemil, Felgueira, Vale da Mó, Curia, Luso, Manteigas, Cró, Unhais da Serra, Monfortinho, Envendos, Monte Real, Caldas da Rainha, Vimeiro, Fadagosa de Nisa, Sulfúrea, Monchique e S. Vicente (DGEG, citada em TP, 2010).



Fonte: Elaborado a partir de DGEG in TP (2010)

Figura 3: Estabelecimentos termais, por NUTS II, em 2009

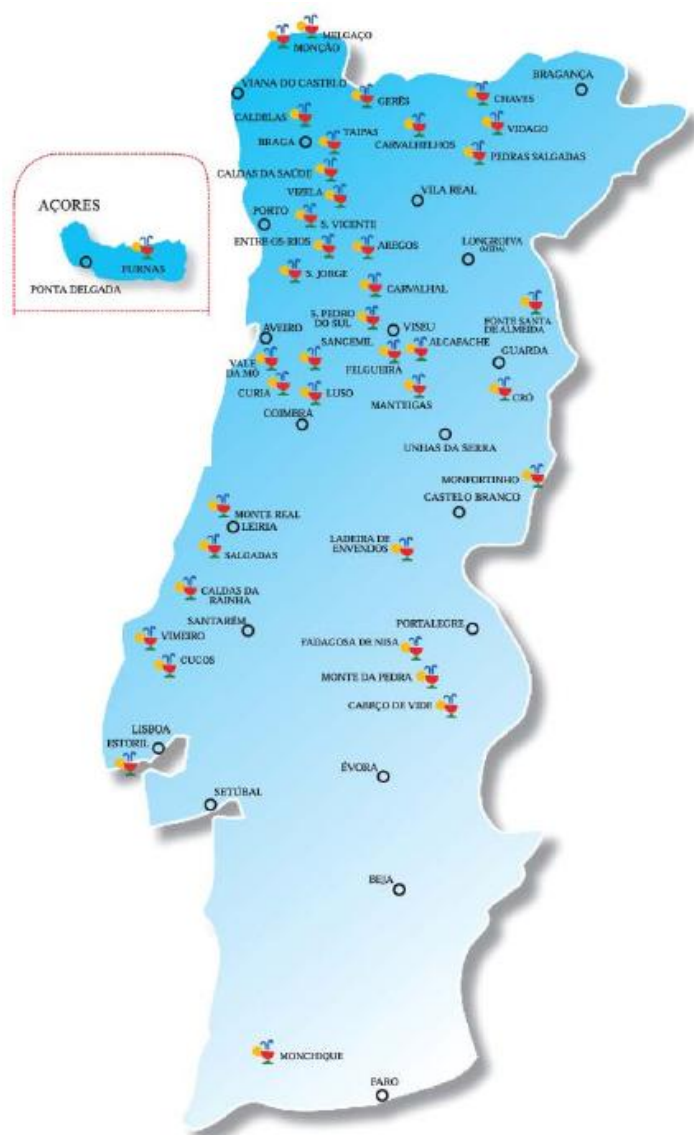
Em Portugal, a atividade termal é regulada pela Associação das Termas de Portugal<sup>10</sup>, da qual são associadas 44 estâncias termais (figura 4), de natureza pública, mista e privada, que visa fundamentalmente a promoção e o desenvolvimento técnico, económico e social do termalismo e das termas portuguesas.

A ATP desenvolve a sua ação assente em objetivos como a valorização e projeção sócio-económica dos setores integrados na atividade termal, a união entre todos os associados assim como a sua representação junto de entidades públicas ou privadas e organismos similares em Portugal e no estrangeiro, a realização de estudos económico-jurídicos, de mercado e técnicos com vista ao crescimento do setor, e o fomento de iniciativas de interesse para o setor assim como uma concorrência saudável entre membros<sup>11</sup>.

<sup>10</sup> A Associação das Termas de Portugal (ATP) foi constituída em 16 de dezembro de 1996 em resultado do processo de reestruturação da ANIAMM - Associação Nacional dos Industriais de Águas Minero-Medicinais e de Mesa (informação disponibilizada no endereço eletrónico da ATP: [www.atp.com](http://www.atp.com), a 03/08/10).

<sup>11</sup> Informação disponibilizada no endereço eletrónico da ATP: [www.atp.com](http://www.atp.com), a 03/08/10.





Fonte ATP (2009) in CCDRC – endereço eletrónico (2010)

Figura 4: Termas associadas da Associação das Termas de Portugal

As indicações terapêuticas das águas termais portuguesas são diversificadas (quadro 6), destacando-se, no âmbito do termalismo clássico, a oferta de estabelecimentos vocacionados para o tratamento de doenças músculo-esqueléticas e reumáticas (75%), que são de resto as que suscitam maior procura (mais de 50%), seguidas das do aparelho respiratório e de pele (67,5% e 45%), reservando-se a menor oferta para as doenças do sistema nervoso e do sangue (2,5% respetivamente), assim como a menor procura.

Quadro 6: Indicações terapêuticas e clientes por estabelecimento termal em 2010

<b>Indicações Terapêuticas</b>	<b>Estabelecimentos Termais (%)</b>	<b>Clientes por indicação terapêutica em 2006 (%)</b>
Reumáticas/Músculo-Esqueléticas	75	51,4
Aparelho Respiratório	67,5	23,1
Doenças de Pele	45	2,2
Aparelho Digestivo	42,5	12,3
Metabólico-Endócrinas	17,5	2,9
Aparelho Circulatório	15	2,8
Nefro-Urinárias	5	3,5
Sistema Nervoso	2,5	1,9
Doenças do Sangue	2,5	

Fonte: TEIXEIRA (1990), RAMOS (2005); ATP – endereço eletrônico (2009)

A administração e gerência do parque termal português (quadro 7) está maioritariamente votada à iniciativa privada que abarca 24 estâncias (63%), onde se destaca a Unicer, SA como o principal operador privado no setor. O setor público concessionaria 10 estabelecimentos, mantendo igualmente parcerias com o setor privado.

Quadro 7: Modelo de gestão das estâncias termais portuguesas

<b>Concessionários das estâncias termais</b>		<b>Nº</b>
<b>Setor Privado</b>	Sociedades Anónimas (SA)	14
	Unicer, SA	4
	Outras Empresas	6
<b>Setor Público</b>	Autarquias	3
	Freguesias	1
	Empresas Municipais	3
	Centros Hospitalares	1
	Juntas de Turismo	1
	Fundação Inatel	2
<b>Capitais Mistos</b>	Sociedades diversas	4

Fonte: ATP – endereço eletrônico (2009); Endereços eletrónicos das termas (2009/2010)


Em 2009, a época termal de 18% dos estabelecimentos termais foi anual, sendo que a média de funcionamento é de cerca de 8 meses com uma parte substancial das unidades com um período reduzido de funcionamento, algumas devido a obras de

remodelação que sofreram e que condicionaram a sua abertura e pleno funcionamento (quadro 8).

Quadro 8: Época termal das estâncias portuguesas em 2009

Estabelecimento Termal	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Caldas da Rainha												
Termas da Curia												
Termas de S. Pedro do Sul												
Termas de S. Vicente												
Caldas de Monchique												
Caldas de Monção												
Caldas da Saúde												15
Caldas de Chaves												15
Monfortinho												15
Caldas de S. Jorge		16										19
Caldas de Felgueira		16										08
Termas do Carvalhal		13										15
Termas de Caldela		21										08
Banho de Alcafache												
Termas da Sulfúrea			16								15	
Caldas de Manteigas												
Termas de Entre-os-Rios												
Caldas das Taipas												15
Termas de Vizela									24			
Caldas de Sangemil												
Caldas da Cavaca				15								
Fadagosa de Nisa					4							
Longroiva											15	
Caldas do Cró					4						1	
Termas do Gerês												
Ladeira de Evendos												
Termas de Melgaco												
Caldas do Carlão									15			
Termas de Vale da Mó												
Termas do Vimeiro									30			
Termas de Eirogo						24						
Caldas do Moledo												
Caldas de Aregos												
Caldas de Almeida												
Unhais da Serra												
Termas de Monte Real									14			06
Carvalhelhos												
Termas do Luso												

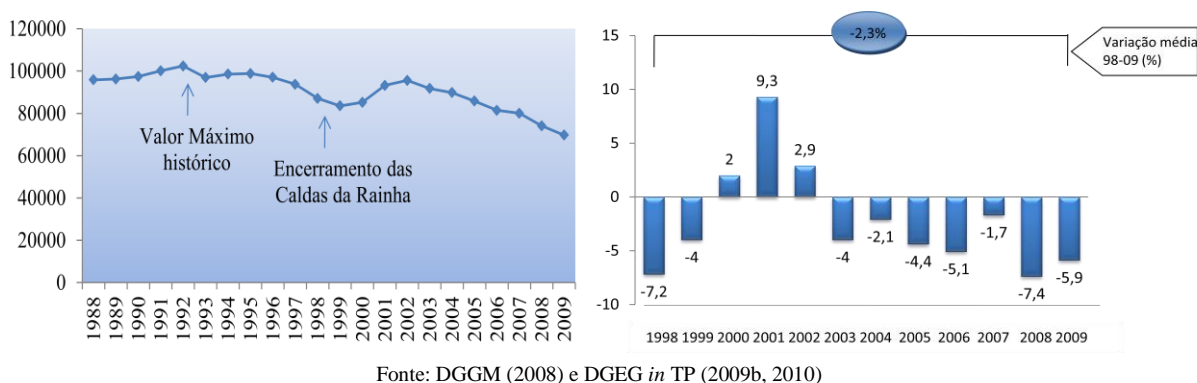
Fonte: Endereços eletrónicos das termas (2009/2010); TCP (2009a), Trabalho de campo

 Período de funcionamento

As estâncias termais têm nestes últimos anos procurado diversificar os serviços de oferta, sendo que, para além da vertente termal clássica e terapêutica, muitas vêm congregando e complementando esta vertente com programas de saúde e bem-estar que têm representação em mais de 50% das estâncias termais portuguesas, denotando a importância crescente deste segmento.

## 6.2. A procura

A frequência das estâncias termais tem vindo a diminuir de há uns anos a esta parte (figura 5), tendo perdido nas últimas duas décadas 27,2% de clientes, 16,5% só nos últimos 10 anos, a um ritmo médio anual de cerca de 2% sendo a performance de 2008 a que maior variação registou (-7,4%) traduzindo uma perda de 5944 clientes. Em 2009 o decréscimo foi de 5,9% (4339)<sup>12</sup>. Apesar de se ter registado um acréscimo animador no início do milénio, de cerca de 12,6%, a partir de 2002 regista-se um decréscimo cifrado nos 25851 clientes (-27%) com uma variação média anual negativa de 4,4% (figura 6).



Fonte: DGGM (2008) e DGEg in TP (2009b, 2010)

Figuras 5 e 6: Evolução (1988-2009) e variação da frequência termal (1998-2009)

Em 2009, as termas de S. Pedro do Sul continuam a liderar o ranking da frequência termal com 24% das inscrições totais perdendo, contudo, 2,2% dos clientes face a 2008, uma tendência negativa que se verificou em 64% dos estabelecimentos termais, com 11 a registar um crescimento médio positivo de 24,8% (note-se que a média de crescimento em 2007 era de 3,4%) consequência do crescimento exponencial de estâncias como Cavaca, Monfortinho e Monção (quadro 9).

A clientela estrangeira tem um peso relativamente pequeno no total da frequência termal (1,4% em 2009). No entanto, a procura externa tem, desde o início deste século, registado valores positivos, salvo exceção para os anos 2000, 2005 e mais recentemente 2009 (-7,8%). Contudo, na última década duplicou a frequência estrangeira nas termas portuguesas a um ritmo médio anual de 5%. Em 2008 atingiu o

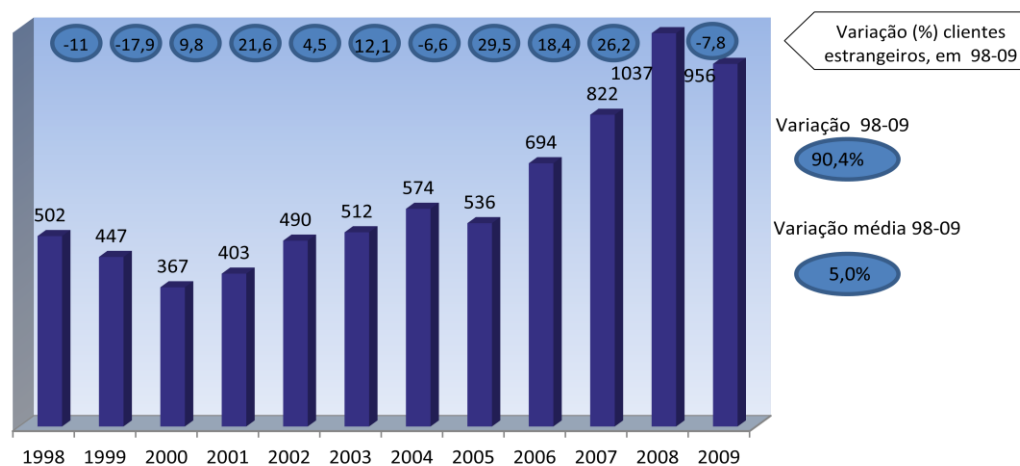
<sup>12</sup> O encerramento de Pedras Salgadas e Vidago em 2008 e 2009, assim como a indisponibilidade de valores para a Fadagosa de Nisa e Unhais da Serra em 2008, e Eirogo e Melgaço em 2009, refletem-se nos números finais.

máximo valor com 1037 indivíduos, registando um crescimento homólogo de 26,2% (figura 7).

Quadro 9: Top 15 das estâncias termais com maior frequência em 2009 e 2008

Estabelecimentos Termais	Inscrições				Variação % 08/07	Variação % 09/08	Posição 08
	2009 Nº	%	2008 Nº	%			
1 - S. Pedro do Sul	16650	23,9	17017	23,0	-6,2	-2,2	1º
2 - Caldas de Chaves	6389	9,2	6374	8,6	-1,8	0,2	2º
3 - Monfortinho	4061	5,8	2358	3,2	-13,9	72,2	10º
4 - Caldelas	3804	5,5	3811	5,1	-14,0	-0,2	5º
5 - Termas do Carvalhal	3625	5,2	3456	4,7	-15,5	4,9	7º
6 - Felgueira	3533	5,1	4511	6,1	3,1	-21,7	4º
7 - Caldas de S. Jorge	3283	4,7	3655	4,9	-1,7	-10,2	6º
8 - Termas do Gerês	3265	4,7	3443	4,6	-11,1	-5,2	8º
9 - Banho de Alcafache	2843	4,1	4723	6,4	-9,0	-39,8	3º
10 - Sulfúrea	2581	3,7	2731	3,7	-0,4	-5,5	9º
11 - Curia	2128	3,1	2057	2,8	-17,6	3,5	12º
12 - Termas de Vizela	1659	2,4	1990	2,7	-22,1	-16,6	13º
13- Caldas da Saúde	1317	1,9	1326	1,8	-23,9	-0,7	15º
14 - Longroiva	1151	1,7	1004	1,4	4,6	14,6	21º
15 – Fadagosa de Nisa	1147	1,6	-	-	-	-	-
Outras	12299	17,6	15618	21,0	3,6	27,0	
Total	69735	100	74074	100	-7,4	-5,9	

Fonte: DGEG in TP (2009b, 2010)

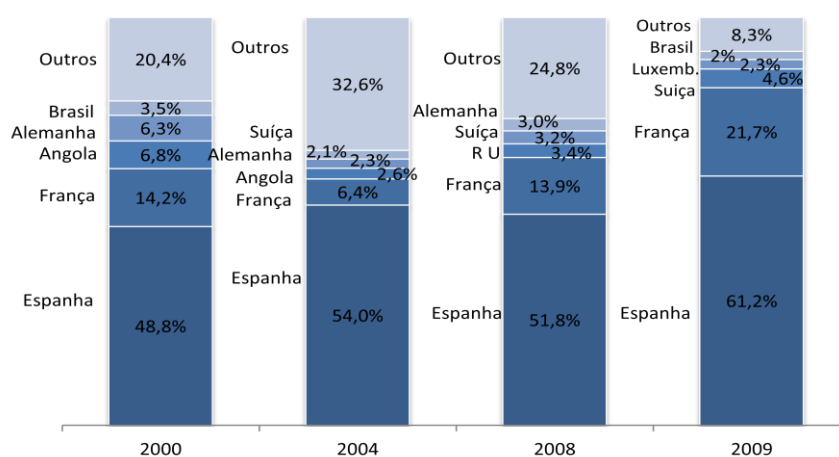


Fonte: DGGM (2008); TP (2009, 2010)

Figura 7: Frequência termal estrangeira (1998-2009)

Nos últimos anos, os principais mercados externos têm sido quase exclusivamente europeus (figura 8), com um domínio do mercado espanhol, confirmando a tendência geral da procura turística externa em Portugal, em muito

motivada pela proximidade geográfica, responsável em 2008 por mais de metade das inscrições estrangeiras (537), seguida da França (14%). Em 2009 estes países cimentam as suas posições com 585 e 207 inscrições (61 e 22% respetivamente). Referem-se ainda os mercados suíço, luxemburguês e brasileiro que veem adquirindo protagonismo.



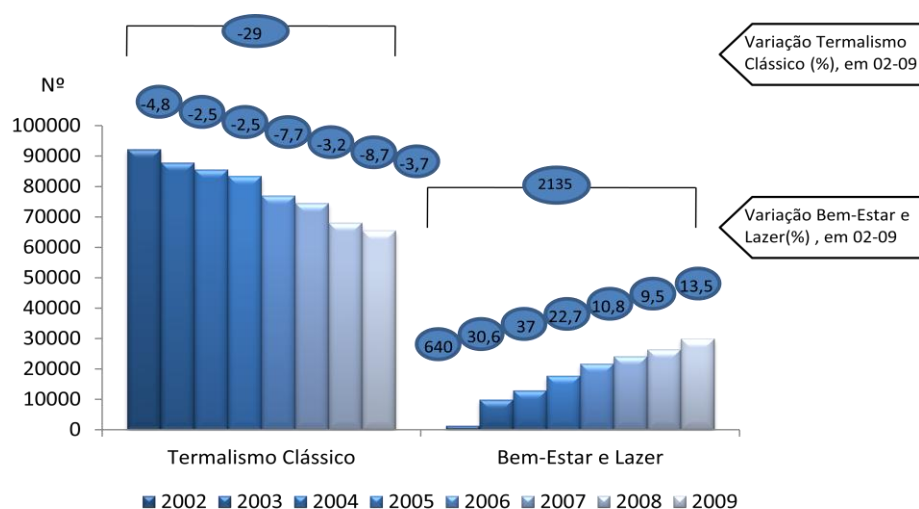
Fonte: DGGM (2008) e DGEG in TP (2009b, 2010)

Figura 8: Os principais mercados externos (2000/2004/2008/2009)

### 6.2.1. A procura do termalismo clássico e do termalismo de saúde e bem-estar

Nos últimos anos a procura dos estabelecimentos termais tem sofrido algumas alterações e oscilações, sobretudo no que diz respeito à génese motivacional, na sequência de terem deixado de estar conotadas exclusivamente com a cura de problemas de saúde para passarem a estar vocacionadas para questões de bem-estar (físico e psicológico), incluindo as questões de estética e de lazer. Apesar do termalismo clássico continuar a dominar, tem perdido clientes a favor do termalismo de saúde e bem-estar.

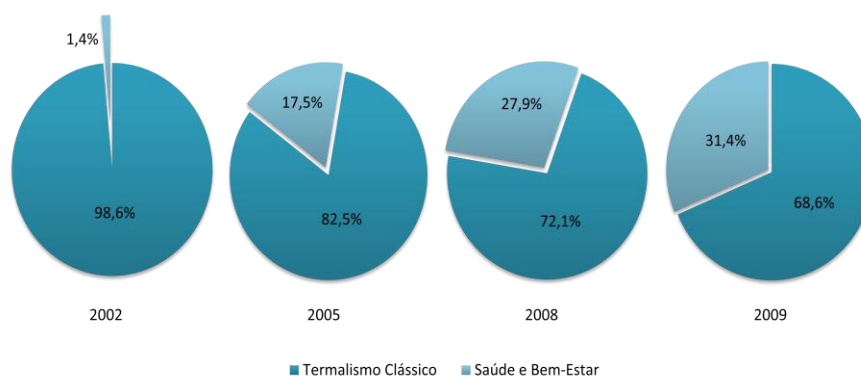
Entre 2002 e 2009 o termalismo clássico perdeu cerca de 29% de clientes a um ritmo médio anual de 5%, já o segmento de saúde e bem-estar tem revelado um crescimento exponencial, cerca de 20 vezes mais relativamente a 2002 (figura 9). O maior incremento registou-se entre 2002 e 2003 passando-se de 1340 para 9915 clientes (+640%) e desde então tem crescido a uma média anual de 21%.



Fonte: ATP in TP (2009b, 2010)

Figura 9: Variação da frequência do termalismo clássico e saúde e bem-estar (2002-2009)

Apesar de em termos gerais o peso, no total dos frequentadores das estâncias termais, do termalismo clássico ainda dominar (figura 10), representando em 2002 quase 100% e em 2009 cerca de 69% do total, a sua descida vem conferindo espaço de crescimento ao segmento de bem-estar que ganha expressão face ao anterior, representando já mais de 30% (uma subida significativa quando comparado com 2002, onde representava pouco mais de 1%).

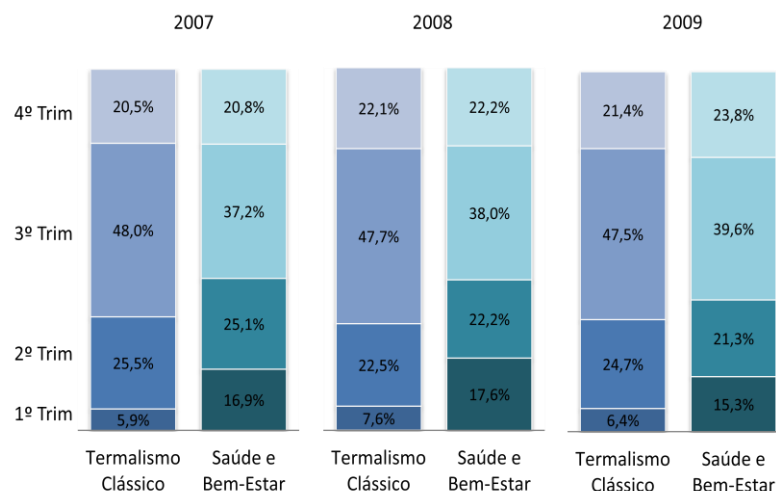


Fonte: ATP (2003), ATP in SILVA (2006) e ATP in TP (2009b, 2010)

Figura 10: Peso do termalismo clássico e bem-estar em 2002, 2005, 2008 e 2009

A sazonalidade desta atividade revela-se com o termalismo clássico, em 2009, a concentrar cerca de 48% nos meses de verão (3º trimestre) e o segmento da saúde e bem-estar 40% (figura 11). Apesar de nestas duas modalidades se verificar uma clara preferência pelo 3º trimestre, este último revela uma distribuição da

frequência mais equilibrada, variando entre os 15% no 1º e pouco mais de 20% no 2º e 4º trimestres.

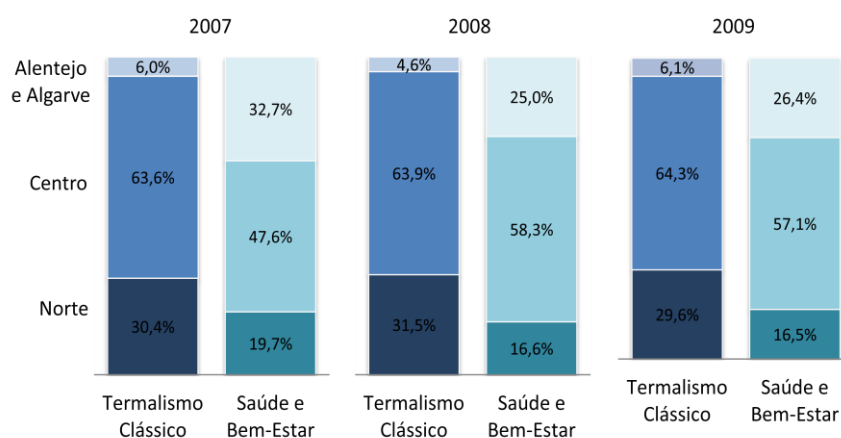


Fonte: ATP in TP (2009a, 2009b, 2010)

Figura 11: Frequência do termalismo clássico e de bem-estar, por trimestre (2007-2009)

Estes dados revelam a importância deste segmento no combate à sazonalidade vinculada a que sempre esteve votada a atividade termal clássica, constituindo uma oportunidade para as estâncias termais rentabilizarem não só no período alto mas durante todo o ano, promovendo um equilíbrio na sua frequência.

A região Centro evidencia-se em termos de frequência termal total, registando dinâmicas positivas e concentrando a maioria dos clientes das duas vertentes. Se em 2007 a distância entre termalismo clássico e de bem-estar, nesta região, ainda era significativa, em 2008 e 2009, observa-se esta última a ganhar expressão (figura 12).



Fonte: ATP in TP (2009a, 2009b, 2010)

Figura 12: Frequência do termalismo clássico e de bem-estar, por região (2007-2009)

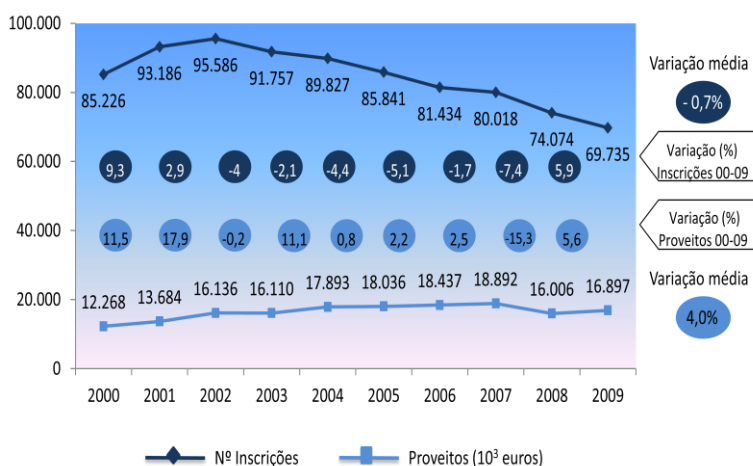


O Norte detém um quantitativo bastante inferior ao do Centro, registando mesmo um decréscimo na clientela de saúde e bem-estar. As regiões do Alentejo e Algarve detêm uma posição residual em termos de frequência clássica, no entanto adquirem visibilidade relativamente ao segmento da saúde e bem-estar.

### 6.3. Volume de negócios

O segmento do turismo termal ocupa uma posição bastante residual no total das receitas da atividade turística global, representando cerca de 0,2% do total em 2008.

Desde o ano 2000 a esta parte os proveitos do termalismo têm registado algumas oscilações, contudo, apresentam uma evolução média positiva (4%), embora mais moderada nos últimos anos mas situando-se nos 6% até 2007 e em terreno negativo em 2008 (-15,3%) (figura 13). Os proveitos médios por pessoa, após uma tendência francamente positiva até 2007, registaram um pico negativo em 2008 (-8,5%), já recuperado em 2009, cuja média anual se cifra nos 6,2%, uma tendência inversamente proporcional à trajetória, negativa, do número de inscrições (figura 14).

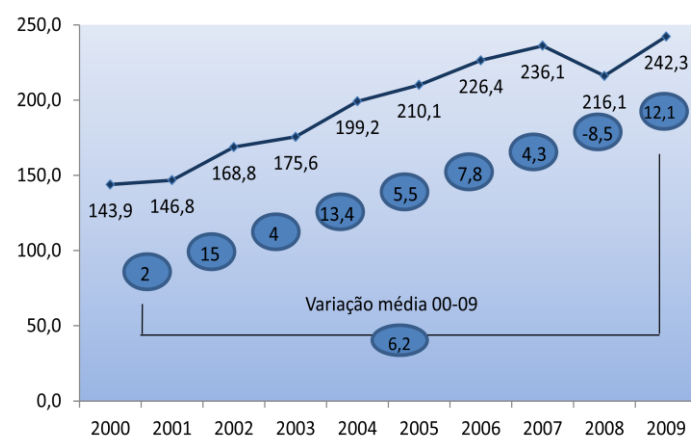


Fonte: DGEG in TP (2009b, 2010)

Figura 13: Evolução e variação dos proveitos totais por pessoa (2000-2009)

As termas de S. Pedro do Sul auferem os maiores proveitos em 2009 (5.240.000€) mantendo a posição cimeira ocupada há muitos anos mas, recuperando (+16,2%) do decréscimo registado em 2008 face a 2007 (-15,9%), por contraponto às termas de Carvalhelhos, que registam os proveitos totais mais baixos do conjunto, na ordem dos 1.000€ e médios de 43,4€ por pessoa. As Caldas da Felgueira registaram o maior proveito médio por pessoa (379,3€, com uma média de 363€ nos últimos 3 anos),

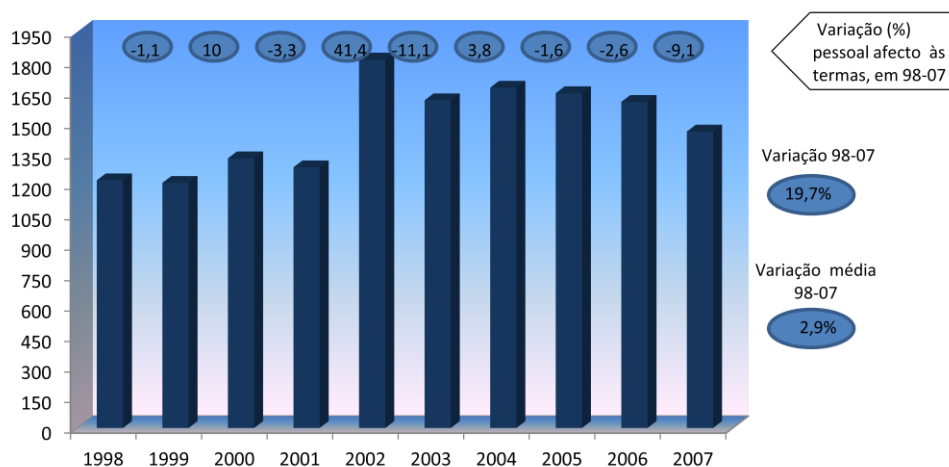
seguida das Termas da Curia (334,1€). Aspetos que revelam as diversas assimetrias que existem entre as estâncias portuguesas.



Fonte: DGEG in TP (2009b, 2010)

Figura 14: Evolução e variação dos proveitos médios por pessoa (2000-2009)

O emprego na área termal no total do emprego no setor do turismo é residual. Contudo, o emprego termal tem apresentado uma tendência crescente, 19,7% na última década. Em 2002 atingiu um máximo de 1815 indivíduos (figura 15), justificado em muito pelo aumento do seu período de funcionamento, das necessidades de resposta às novas valências que vêm incluindo nos seus serviços e sobretudo pelo aumento da qualidade dos mesmos. Já em 2007, com 1460 funcionários, registou-se um decréscimo de 9,1% (146) em relação a 2006.



Fonte: DGGM (2008)

Figura 15: Evolução do pessoal afeto às termas (1998-2007)

## 7. O turismo nos principais instrumentos de desenvolvimento territorial

### 7.1. Enquadramento da estratégia turística nos âmbitos nacional e regional

Pela posição estratégica que ocupa no seio das economias e pela fase bastante positiva que atravessa, a atividade turística tem sido alvo de atenções várias que, em Portugal, culminou na elaboração do Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT) onde, para além de apresentar a visão, linhas e eixos estratégicos para a atividade turística a nível nacional, delinea igualmente as diretrizes e orientações a nível regional.

A grande visão traçada pelo PENT (2006-2015) passa por Portugal constituir um dos destinos de maior crescimento na Europa baseado na qualificação e competitividade da oferta, transformando o setor num dos motores de crescimento da economia nacional, pelo que, a proposta de valor aposta na combinação dos elementos diferenciadores e dos elementos qualificadores do país que se traduzem em elementos distintivos do destino Portugal em relação a outros destinos (quadro 10).



Quadro 10: Elementos diferenciadores e qualificadores da proposta de valor de Portugal

Elementos Diferenciadores	Clima e luz	Elementos Qualificadores		
	História, Cultura e Tradição	Autenticidade moderna	Segurança	Qualidade competitiva (value for money em produto de qualidade)
	Hospitalidade			
	Diversidade concentrada			

Fonte: MEI (2007)

O enfoque a nível regional é conferido aos recursos diversificados, de variados âmbitos, recursos endógenos que concretizam no âmbito regional a estratégia nacional (quadro 11) aumentando a oferta turística, pretendendo-se que, acima de tudo, cada região desenvolva e concretize um conceito de desenvolvimento resultante dos fatores distintivos específicos e alinhada com a proposta de valor do destino Portugal.

Quadro 11: Enquadramento da Estratégia Turística Nacional e Regional no PENT

	Portugal	Região Centro
<b>Visão para o Turismo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proposta de valor assente nas características distintivas e inovadoras do país;</li> <li>Turismo baseado na qualificação e competitividade da oferta, excelência ambiental/urbanística, formação dos recursos humanos e na dinâmica/modernização empresarial e entidades públicas;</li> <li>Importância crescente na economia, constituindo-se como um dos motores do desenvolvimento social, económico e ambiental, a nível regional e nacional.</li> </ul>	A proposta de valor para a Região Centro está alinhada com as orientações nacionais, que deverá capitalizar a sua vocação natural e desenvolver fatores de qualificação com base no conjunto de fatores diversificados de que dispõe.
<b>Metas e Objetivos 2015</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contribuir mais para o PIB nacional</li> <li>Contribuir para o emprego qualificado</li> <li>Acelerar o crescimento do turismo interno</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Crescimento em número de turistas e em valor - mais nacional;</li> <li>Região <i>cross-selling</i> com Lisboa (pólo Oeste) e o Porto/Norte;</li> <li>Aposta nos produtos <i>Touring</i> e Turismo de Natureza na atração de turistas estrangeiros;</li> <li>Destino prioritário para o <i>Touring</i> e Turismo de Natureza e 4 produtos complementares - <i>Resorts</i> Integrados e Turismo Residencial, Golfe, <b>Saúde e Bem-Estar</b> e Gastronomia e Vinhos.</li> </ul>
<b>Eixos Estratégicos</b>  <b>Linhas estratégicas</b>	<div> <ul style="list-style-type: none"> <li>Território, Destinos e Produtos</li> <li>Marcas e Mercados</li> <li>Qualificação de Recursos</li> </ul> </div> <div> <ul style="list-style-type: none"> <li>Distribuição e Comercialização</li> <li>Inovação e Conhecimento</li> </ul> </div> <div>  <ul style="list-style-type: none"> <li>Mercados emissores</li> <li>Estratégias de produtos</li> <li>Linhas orientadoras para regiões</li> <li>Linhas de orientação para pólos</li> <li>Acessibilidades aéreas</li> <li>Eventos</li> </ul> </div> <div> <ul style="list-style-type: none"> <li>Enriquecimento da oferta</li> <li>Qualidade urbana, ambiental e paisagística</li> <li>Qualidade de serviços e recursos humanos</li> <li>Promoção e distribuição</li> <li>Eficácia e modernização da atuação dos agentes públicos e privados</li> </ul> </div>	<b>Principais ações a desenvolver</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Desenvolver rotas temáticas (ex. Monges de Cister, Pastorinhos de Fátima);</li> <li>Recuperar e requalificar edifícios, núcleos históricos e paisagens naturais;</li> <li>Recuperação e adaptação de edifícios classificados para alojamento;</li> <li>Potenciar o desenvolvimento de <i>Resorts</i> Integrados no pólo Oeste;</li> <li>Desenvolver o pólo da Serra da Estrela;</li> <li>Potenciar uma oferta termal moderna;</li> <li>Realizar <i>cross-selling</i> com Lisboa e Porto;</li> <li>Qualificar a oferta hoteleira;</li> <li>Reforçar a qualidade de serviço, ord. do território e proteção do ambiente;</li> <li>Melhorar as acessibilidades rodoviárias (estradas secundárias).</li> </ul>
<b>Produtos Estratégicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sol e Mar</li> <li><i>Touring</i> Cultural e Paisagístico P1</li> <li><i>City Break</i></li> <li>Turismo de Negócios</li> <li>Turismo de Natureza P2</li> <li>Turismo Náutico</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Saúde e Bem-Estar</b></li> <li>Golfe P3</li> <li><i>Resorts</i> Integrados e Turismo Residencial P3</li> <li>Gastronomia e Vinhos Compl.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Touring</i> Cultural e Paisagístico (nível 1)</li> <li>Turismo de Natureza (nível 2)</li> <li>Golfe – Oeste (nível 3)</li> <li><i>Resorts</i> Integrados e Turismo Residencial - Oeste (nível 3)</li> <li><b>Saúde e Bem-estar (nível 4)</b></li> <li>Gastronomia e Vinhos (nível 4)</li> </ul>

Fonte: MEI (2007)

A estratégia regional, assumida pela Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal, segue a matriz delineada pela estratégia nacional apresentando como missão a:

“Valorização turística do território, visando o aproveitamento sustentado dos recursos turísticos, no quadro das orientações e directrizes da política de turismo definida pelo Governo e nos planos plurianuais das administrações central e local” (TCP, 2009a: 3).

Esta missão é suportada por vetores estratégicos de intervenção – Modernizar, Agilizar, Racionalizar; Inovar e Desenvolver (sustentável); Intervir e Promover – e, pautada pelo princípio da sustentabilidade e abordagem integrada dos produtos (e suas marcas), do território e do ambiente que lhe dá suporte:

Tendo em conta este referencial estratégico e as orientações do PENT foram identificados 8 produtos turísticos, com diferentes prioridades (quadro 12), com representação nos 4 pólos territoriais, sobre os quais incidem as intervenções patentes nos programas e projetos que o TCP definiu no seu Plano de Atividades<sup>13</sup>.

Quadro12: Produtos estratégicos e complementares e respetivas prioridades no Plano de Atividades 2009 da região TCP

Prioridades	Produtos Turísticos
<b>Produtos estratégicos</b>	<i>Touring</i> Cultural e Paisagístico P1
	Turismo de Natureza P1
	Saúde e Bem-Estar P2
	Turismo Náutico P3
	Sol e Mar P1
	Gastronomia e Vinhos P2
<b>Produtos estratégicos complementares</b>	Turismo de Incentivos e Congressos C
	Golfe C

Fonte: Adaptado de TCP (2009a)

Esta matriz estratégica pretende de forma eficaz e sustentada contribuir para a dinamização dos produtos identificados e através deles contribuir para aumentar a capacidade de alojamento e o número de dormidas; reforçar e qualificar a oferta de equipamentos e serviços turísticos; aumentar as receitas turísticas; reduzir a sazonalidade; promover a sustentabilidade e a qualificação ambiental e paisagística;

<sup>13</sup> O Plano de Atividades do TCP é composto por seis programas (Modernização Administrativa e Tecnológica, Rede Regional de Postos de Turismo, Eventos do Centro 2009, Promover e Divulgar o Centro, Diferenciar o Futuro, Apoio e Observação do Investimento no Turismo) que se desdobram em 30 projetos (TCP, *op. cit.*).

qualificar a oferta Turística e os recursos humanos; promover o conhecimento e partilha de informação, envolvendo todo o setor turístico em torno do seu desenvolvimento e reforçar o posicionamento da marca e notoriedade do Centro de Portugal (TCP, *op. cit.*).

## **7.2. Enquadramento da estratégia do produto de saúde e bem-estar nos principais programas, a nível nacional e regional**

### **7.2.1. A visão e estratégia assumida no PENT**

A estratégia definida no PENT para o produto saúde e bem-estar está centrada especialmente nos centros de *Spa & Wellness* e na ambição de Portugal se tornar um *wellness destination*, votando para um segundo plano as estâncias termais.

O produto de saúde e bem-estar caracteriza-se pela pouca oferta de *Spas* (qualificados) e pela existência de termas pouco atrativas para a atividade turística. A situação de referência apresentada no PENT é pautada por alguns constrangimentos:

- 1,9% das motivações dos turistas estrangeiros;
- Instalações termais abundantes mas antigas (aspeto hospitalar) e com reduzidos serviços e atividades dirigidas aos turistas;
- Apenas 18% das termas operam durante todo o ano;
- Reduzido número de *Spas* e concentrados principalmente nas regiões de Lisboa, Algarve e Madeira;
- Pouca experiência das empresas de *Spa & Wellness*;
- Perspetiva turística limitada na gestão das termas;
- Pouca articulação da cadeia de valor;
- Predomínio de clientes nacionais.

Esta situação reflete-se na competitividade do segmento a nível nacional e internacional, onde Portugal representa apenas 1,4% da quota europeia do produto.

Segundo o PENT, o mercado de saúde e bem-estar genérico é o que melhores perspetivas de crescimento apresenta e melhor se adequa à oferta de Portugal. Neste sentido, a “Estratégia para Portugal - *Wellness Destination*” prevê o aumento da competitividade, o desenvolvimento de uma oferta suficientemente variada e inovadora que seja capaz de penetrar no mercado internacional através da criação de condições para que as empresas que operam no setor sejam estimuladas a investir nas regiões, o desenvolvimento de *clusters* turísticos em regiões onde existam recursos naturais

adequados à realização das atividades relacionadas com o bem-estar físico e psíquico (ex. Madeira e Açores) e a criação de massa crítica de centro lúdico-termais, estéticos, técnicas orientais, talassoterapia, entre outros, concentrada numa determinada região com características locais adequadas. O objetivo é a conquista de “notoriedade no mercado internacional de *wellness*, fazendo chegar ao conhecimento dos consumidores finais e intermediários turísticos uma imagem de marca turística forte neste mercado” (TP, 2006: 31).

Ao setor das estâncias termais coube-lhe a “Estratégia Secundária para Portugal” onde é necessário a formulação de um plano de competitividade e a adaptação às exigências do mercado, através do investimento na modernização das instalações, melhorias nas técnicas de gestão e criação de produtos de lazer. Quando a oferta termal conseguir alcançar um grau de modernização elevado e homogéneo poderá competir no mercado internacional a partir do conceito de Rede de Estâncias Termais com uma oferta de qualidade de elevado potencial turístico.

Em relação ao turismo de saúde e bem-estar, o PENT traçou um conjunto de objetivos a atingir num horizonte temporal de 10 anos:

- Porto/Norte e Centro como destinos de referência no mercado ibérico;
- Madeira e Açores reconhecidos como destinos de bem-estar de referência;
- Mais de 50% dos hotéis de 5\* com *Spas*;
- Presença das principais marcas de *Spa* de nível mundial;
- Crescimento acima de 10% ao ano.

Na sequência, as principais ações a desenvolver passam pela requalificação das estâncias termais com vista ao seu posicionamento internacional (alteração do modelo de negócio por associação progressiva ao bem-estar), desenvolvimento de *Spas* numa lógica de qualificação da oferta, desenvolvimento da talassoterapia, definição de *standards* de qualidade/certificação, implementação de estratégias de promoção e distribuição orientadas para os diferentes segmentos de mercado, desenvolvimento de parcerias entre alojamento e oferta termal numa ótica de produto global, formação de recursos humanos, qualificação da envolvente das unidades, valorização da oferta complementar e da rede de informação (*clienting* do modelo de negócio) (MEI, *op.cit.*).

### **7.2.2. O Programa Operacional Regional do Centro (2007-2013)**

A análise *SWOT* conduzida no âmbito do diagnóstico que precedeu a elaboração do PO Centro (2007-2013) aponta os recursos termais como uma das “forças” do Centro, cujos vestígios patrimoniais constituem hoje uma herança arquitetónica de grande relevância (hotéis, balneários), reconhecendo, contudo, o abandono e degradação de grande parte destas estruturas. Contudo, antevê na procura crescente do produto de saúde e bem-estar a nível mundial, uma “oportunidade” para a sua valorização económica assim como alavanca para a diversificação e dinamização do tecido económico local pelo que, no PO Centro, o termalismo é encarado como um recurso específico da região que deve ser valorizado, no seio da prioridade estratégica “Valorização do Território”.

Da matriz estratégica regional destaca-se o Eixo Prioritário 3 – Consolidação e Qualificação dos Espaços Sub-Regionais, cujas orientações são dirigidas aos territórios de baixa densidade assente em preceitos de coesão que passa invariavelmente pela competitividade dos mesmos. Neste eixo destacam-se as ações dirigidas à valorização económica dos recursos endógenos com vista à promoção do investimento privado assegurando condições para a criação local de emprego e rendimento, onde se enquadram os recursos termais (CCDRC, 2007, 2008).

#### **7.2.2.1. Os Programas Territoriais de Desenvolvimento**

Nos vários planos e programas de desenvolvimento territorial das sub-regiões do Centro é evidente a importância do produto saúde e bem-estar e da sua revitalização enquanto fator de atratividade turística e desenvolvimento territorial<sup>14</sup>.

- **Programa Territorial de Desenvolvimento da Região de Dão Lafões**

O turismo ocupa posição de destaque na estratégia de desenvolvimento desta região sobretudo no que diz respeito ao turismo de saúde e bem-estar através do recurso “estância termal”, ao reconhecer a riqueza da região em termos de recursos hidrominerais bem como a existência de estruturas de apoio à sua utilização que

---

<sup>14</sup> De referir que o Programa Territorial de Desenvolvimento para a Sub-Região do Baixo Vouga e Programa Territorial de Desenvolvimento do Médio Tejo e Pinhal Interior Sul não fazem qualquer alusão aos recursos termais presentes nestes territórios e a quaisquer ações no sentido da sua revitalização e valorização.



configuram um posicionamento privilegiado deste subsetor turístico no contexto nacional e ibérico.

Do programa destaca-se a Linha Estratégica 4 – Valorização de Recursos Territoriais Específicos, cuja ação incide na valorização dos recursos endógenos privilegiando territórios de baixa densidade associados a espaços específicos, tais como aldeias, áreas de serra, linhas de água, estâncias termais, entre outros.

Esta região possui um elevado número de complexos termais associados a propriedades terapêuticas diversas embora, muitos destes se encontrem abandonados, com unidades hoteleiras degradadas e insuficientes e alguns integrados em aglomerados urbanos degradados, contribuindo para a desvalorização do recurso, no contexto local e regional. Apesar de a maioria ter diversificado a sua oferta combinando várias possibilidades de fruição, alargando o período de funcionamento, coexistindo as valências saúde e lazer/bem-estar, a promoção dos serviços revela-se insuficiente.

Tendo em conta as potencialidades proporcionadas pelos recursos termais, as estâncias termais são enquadradas no Projeto Estruturante (PE) – Criação, reabilitação e requalificação de complexos termais, onde a reabilitação e requalificação daqueles complexos e dos aglomerados onde se inserem, bem como a divulgação e promoção integrada, são tomados como fatores impulsionadores do seu desenvolvimento e adequada valorização e promoção numa lógica regional.

As principais ações gerais definidas no âmbito deste projeto são:

- Reabilitação dos diversos complexos termais, tendo em vista a complementaridade dos seus serviços e equipamentos;
- Criação de novos complexos termais, aproveitando recursos termais subexplorados e reforçando a oferta regional;
- Reabilitação dos aglomerados urbanos adjacentes aos complexos, dotando-os de comércio, unidades hoteleiras e outros serviços e infraestruturas de apoio;
- Promoção e divulgação conjunta dos complexos termais por intermédio dos meios de informação turística e das unidades de alojamento da região.

Como intervenções complementares definiram-se a:

- Criação de um Centro Tecnológico e de Investigação Termal para o desenvolvimento e novas aplicabilidades das fontes termais;
- Formação de recursos humanos.

O quadro 13 revela as ações específicas que compõem este programa estruturante assim como o investimento estimado para cada uma.

Quadro 13: Ações integrantes do Programa Estruturante 15 (PTDRDL)

<b>PE. 15 - Criação, reabilitação e requalificação de complexos termais</b>		
<b>Designação da operação</b>	<b>Investimento estimado</b>	<b>Promotor/Parceiro</b>
Reabilitação do complexo das Caldas da Cavaca	19.211.600€	C.M. Aguiar da Beira
Requalificação do parque termal e sua envolvente (Carvalhal)	8.540.000€	C.M. Castro Daire
Construção do novo balneário		
Aproveitamento geotérmico para aquecimento dos balneários		
Centro tecnológico e de investigação termal	1.550.000€	C.M. S. Pedro do Sul
Desenvolvimento da zona envolvente das Termas de Alcafache	1.000.000€	C.M. Viseu e C.M. Mangualde
Requalificação do balneário das Termas de Sangemil	1.000.000€	C.M. Tondela

Fonte: AMRDL (2008)

A concretização destas ações tem como margem temporal 2008-2012 e estima-se um investimento de 31.301.600 €.

- **Programa Territorial de Desenvolvimento do Baixo Mondego**

O Baixo Mondego tem uma atividade turística bastante consolidada, contudo, reconhece-se um cenário de relativa dispersão e desconexão da oferta e da ausência de um fator de atratividade que por si só justifique um aumento exponencial de turistas. Neste sentido, segundo as orientações deste programa, o almejado desenvolvimento do setor terá que passar pela exploração da tendência de crescimento de novas procuras e públicos onde se insere o turismo de saúde e bem-estar, numa linha de valorização competitiva dos recursos endógenos.

A estratégia está materializada em 5 eixos estratégicos dos quais se destaca o Eixo III - Transformar o Baixo Mondego numa jazida sustentável de emprego e crescimento, assumindo o rio como mais uma forma de ligação entre os diferentes territórios, cuja ação é sustentada pelo património natural, histórico e cultural expresso na paisagem, nos produtos regionais e nas tradições, recursos encarados como potenciadores de novas formas de turismo.

Os recursos termais são enquadrados particularmente no objetivo específico 6, “Promover a integração do turismo e do lazer na valorização territorial - cultura, património e mundo rural” e por duas ações integradas (quadro 14).

Quadro 14: Enquadramento dos recursos termais no Eixo Estratégico III do PTDBN

<b>EIXO III - Transformar o Baixo Mondego numa jazida sustentável de emprego e crescimento, assumindo o rio como mais uma forma de ligação entre os diferentes territórios</b>			
<b>Objetivo específico - 6. Promover a integração do turismo e do lazer na valorização territorial - cultura, património e mundo rural</b>			
<b>Ação Integrada</b>	<b>Operações englobadas</b>	<b>Prioridade</b>	<b>Custo Estimado</b>
<b>a) Desenvolvimento articulado dos produtos turísticos da região</b>	A.06.02 - articulação da oferta turística centrada no termalismo, saúde e bem-estar	Alta (2008-2013)	500.000 €
<b>b) Ação Integrada de Base Territorial Luso/Buçaco</b>	B. 06.02 - dinamização de um pólo de desenvolvimento centrado na saúde e no bem-estar na Mealhada - LusoInova	Alta (2008-2010)	150.000.000 € (75.000.000€ de investimento privado)
<b>c) Ação Integrada de Base Territorial: Mondego</b>	B.06.08 - reativação e reabilitação e da corda termal da Amieira em Soure	Média Alta (2008-2013)	23.200.000 € (20.000.000 € de investimento privado)

Fonte: AMBM (2008)

Merece destaque a “Ação Integrada de Base Territorial Luso/Buçaco” que pretende o desenvolvimento de um destino complexo, um pólo de atividades ligadas ao turismo, saúde, beleza e bem-estar, aproveitando a marca Luso, a paisagem local (mata e palácio do Buçaco), as competências da Universidade, Hospitais e unidades de investigação de Coimbra, da hotelaria, comércio, equipamentos desportivos, I&D entre outros, e promovendo a cooperação com as outras unidades termais da região.

A AIBT Luso/Buçaco materializa-se em três eixos que contemplam essencialmente a componente da investigação e desenvolvimento associadas à beleza, a longevidade e vida saudável (destino inovador), a atração de empresas, indústrias e técnicos especializados da cosmética e dos produtos de beleza, e a oferta hoteleira na valorização de estadias de diferentes períodos com base nos produtos e serviços de bem-estar inerentes. É concretizada através de um conjunto de intervenções:

- Ampliação e Qualificação da Áreas de Acolhimento Empresarial do Barrô: localizada na EN 234, entre a Mealhada e o Luso, espaço onde se pretende a instalação de pequenas atividades empresariais ligadas essencialmente às novas tecnologias e saúde e cosmética (projeto LusoInova);

- Requalificação da zona central do Luso e da envolvente ao Parque do Lago;
- Ampliação e qualificação da oferta de alojamento, nomeadamente através da Construção da Pousada da Juventude no Luso;
- Remodelação do Ginásio do Centro de Estágios do Luso e construção do Centro de Acolhimento de Atletas.

Esta ação, para o horizonte temporal 2008-2010, dispõe de um elevado investimento, 150.000.000 € dos quais 75.000.000 € provêm da iniciativa privada.

- **Programa Territorial de Desenvolvimento da Beira Interior Sul**

A Beira Interior Sul assume ser incipiente a atividade turística na região assente numa carência de recursos capazes de atrair um turismo de massas, pelo que, tem apostado na valorização dos recursos existentes e no desenvolvimento de alguns nichos de mercado criando alternativas económicas principalmente nas áreas rurais.

Neste contexto, enquadra os recursos termais no eixo “Consolidação e qualificação dos espaços sub-regionais” e encara-os, principalmente as termas de Monfortinho, como uma das “forças” do território enaltecendo a sua forte atratividade turística e reforçando-o como um destino de saúde e bem-estar. O investimento na reabilitação das termas, com um orçamento de dois milhões de euros, é tido como uma das grandes “oportunidades”, contudo, as ações delineadas no âmbito da requalificação urbana, estão classificadas, neste plano, como “intenções” (quadro 15).

Quadro 15: Enquadramento dos recursos termais no Eixo Estratégico III do PTDBIS

<b>EIXO III - Consolidação e qualificação dos espaços sub-regionais</b>				
<b>Prioridade III – valorização do património cultural, mormente daquele que é relevante para o robustecimento de identidade sub-regional e concelhia e que tem potencial de dinamização das atividades de lazer e de turismo</b>				
<b>Ação</b>	<b>Caracterização</b>	<b>Tipologia</b>	<b>Invest.</b>	<b>Situação</b>
<b>Requalificação urbana das termas de Monfortinho</b>	Pretende-se melhorar os acessos às termas, requalificar urbana e paisagisticamente o lugar e aumentar os níveis de conforto de residentes e visitantes	Construção, remodelação/conservação, adaptação, equipamento/material, ações imateriais/estudos	2.000.000 € (60 meses)	Intenção
<b>Balneário Termal de Águas (Penamacor)</b>	Pretende-se proceder à requalificação das instalações no sentido de as dotar de condições de funcionamento adequadas	Construção, remodelação/conservação, ações imateriais/estudos	450.000 € (60 meses)	Estudos preliminares

Fonte: CEDRU (2008)

#### 7.2.2.2. O Programa PROVERE

No âmbito do QREN, desenvolveu-se o PROVERE<sup>15</sup>, uma das Estratégias de Eficiência Coletiva (EEC) nas quais se insere a “Valorização das Estâncias Termais da Região Centro<sup>16</sup>” que, numa lógica de rede, pretende desenvolver um conjunto de intervenções que visam potenciar a valorização económica e social dos recursos hídricos (estâncias termais), posicionando a região Centro em segmentos de mercado de elevado valor acrescentado e com procuras internacionais dinâmicas, no contexto de uma gestão sustentável e respeitadora dos valores ambientais, capaz de promover a fixação da população e criação de emprego e riqueza, contribuindo para uma imagem do turismo de saúde e bem-estar capaz de se promover a nível nacional e internacional. Os objetivos estratégicos preconizados pelo programa passam por:

- Reforço da competitividade através da requalificação e sofisticação da oferta;
- Estruturação de produtos compósitos através da integração dos elementos de atratividade (balneários termais, alojamento, gastronomia, animação, património, cultura, natureza), procurando reforçar a competitividade dos destinos termais como destinos de saúde e bem-estar de excelência na região Centro;
- Introdução de uma Rede de Estâncias Termais para dinamização sócio-económica do território-alvo, como fator de atração da procura nacional e internacional;
- Implementação de um Plano de Marketing estratégico com enfoque na melhoria da eficácia e rentabilidade das ações de distribuição, comunicação e comercialização e em estratégias de distribuição e comunicação assentes em proposta de valor, visão estratégica por segmento de mercado, focalização no canal Internet e gestão pró-ativa com o “*trade*” e com os “prescritores”;
- Requalificação da envolvente natural e edificada das estâncias termais que valorizem turisticamente o destino;

---

<sup>15</sup> O PROVERE – Programa de Valorização Económica dos Recursos Endógenos, é um instrumento desenvolvido pelo Ministério do Ambiente, Ordenamento do Território e do Desenvolvimento Regional que procura estimular iniciativas dos agentes económicos orientadas para a melhoria da competitividade territorial de áreas de baixa densidade que visem dar valor económico a recursos endógenos do território como os recursos naturais, património histórico, saberes tradicionais, entre outros (informação disponibilizada no endereço eletrónico [www.maiscentro.qren.pt](http://www.maiscentro.qren.pt), a 06/02/2010).

<sup>16</sup> A Associação das Termas de Portugal é a promotora. Para além deste, na Região Centro foram aprovados os seguintes PROVERES: Villa Sicó – Valorização económica dos espaços da Romanização, *Buy Nature* – Turismo sustentável em áreas classificadas, Aldeias Históricas – Valorização do património judaico, Turismo e património do Vale do Coa, Beira Baixa – terras de excelência, Rede de Aldeias do Xisto, Mercados do Tejo (informação disponibilizada no endereço eletrónico [www.maiscentro.qren.pt](http://www.maiscentro.qren.pt), a 06/02/2010).

- Aposta na certificação da qualidade como fator de competitividade para a valorização da oferta e como indutor de crescimento da procura;
- Aposta na inovação, investigação aplicada e formação especializada como fator de competitividade para a diferenciação, valorização e qualificação da oferta (CCDRC, 2009).

Esta EEC abrange dezasseis das vinte estâncias termais do Centro: Curia, Vale da Mó, Luso, Monfortinho, Sangemil, Alcafache, Fonte Santa, Caldas da Rainha, Cró, São Pedro do Sul, Carvalhal, Salgadas, Manteigas, Felgueira, Longroiva e Vimeiro. É composta por projetos âncora e complementares todavia, no quadro 16, estão dispostos apenas os projetos referentes às estâncias termais em estudo que, incidem sobretudo em ações do foro estrutural e ao nível imaterial, tanto no que concerne à valorização e promoção de uma imagem do produto de saúde e bem-estar turisticamente atrativa, como à formação e animação termal. Não obstante os projetos transversais a todas, não se registam quaisquer projetos específicos para as termas da Cavaca (Viseu/Dão-Lafões) e Ladeira de Envendos (Castelo Branco/NaturTejo).

Quadro 16: Projetos PROVERE – Valorização das Estâncias Termais da região Centro

Estância termal	Projeto	Promotor
<b>Carvalhal</b>	<i>Construção do Parque de Lazer das Termas do Carvalhal</i>	Município de Castro Daire
	<i>Requalificação da envolvente das Termas do Carvalhal</i>	
<b>Luso</b>	<i>Criação de um Museu Termal no Antigo Balneário das Termas</i>	Município da Mealhada
	<i>Construção do Novo Balneário das Termas do Carvalhal</i>	
	<i>Requalificação da Envolvente à praça Central da Vila de Luso</i>	Sociedade das Águas do Luso
	<i>Requalificação do Vale dos Castanheiros</i>	
<b>Felgueira</b>	<i>Hotel Resort SPA ***** e Bloco Residencial de Luxo</i>	Fundação Inatel
	<i>Revitalização das Termas do Luso</i>	
	<i>Requalificação da Unidade Hoteleira do Centro de Férias do Luso</i>	Companhia das Águas Medicinais da Felgueira, S.A
	<i>Campanha de Promoção das Termas do Luso</i>	
<b>Alcafache</b>	<i>Formação de Especialidade Termas do Luso</i>	Termas Sulfurosas de Alcafache, SA
	<i>Captação em Grande Profundidade de Água Mineral Natural</i>	
	<i>Piscinas de Água Mineral Natural de Filosofia Oriental</i>	Município de Viseu
<b>Sangemil</b>	<i>Requalificação Ambiental das Margens do Rio Dão e sua Valorização</i>	
	<i>Criação, Dinamização e Divulgação de Biomercado Local</i>	Município de Tondela
	<i>Criação do Complexo Desportivo e de Lazer das Piscinas Termais Naturais</i>	
	<i>Estudo e Unidade-Piloto de Aproveitamento Geotérmico em Sangemil</i>	
	<i>Valorização e Qualificação Ambiental da "Aldeia Termal"</i>	
	<i>Remodelação Arquitetónica do Balneário Termal</i>	
	<i>Requalificação do Património Edificado na "Aldeia Termal"</i>	
	<i>Promoção e Sinalização do Destino Termal Sangemil e Animação do Balneário Termal (As Termas Vivas)</i>	
	<i>Adaptação do Piso Superior do Balneário a Clínica de Fisioterapia</i>	

	<i>Construção de Hotel**** em Sangemil</i> <i>Requalificação do Balneário e Equipamentos Termais</i>	TondelViva – Invest. Urb., SA
<b>S. Pedro do Sul</b>	Pólo do Váu Acessibilidades - Ligação à Vila Termal Recuperação e Valorização das Margens do Rio Vouga	Município de São Pedro do Sul
	<i>Espaço Lúdico Termal - Termas de São Pedro do Sul</i>	Termalistur - Termas de São Pedro do Sul, EEM
<b>Monfortinho</b>	<i>Remodelação e Ampliação Hotel Astoria / Construção Centro Multi- Usos - Monfortinho</i>	Companhia das Águas da Fonte Santa de Monfortinho, S.A.
	Modernização e Requalificação de Pensão / Criação de Hotel **	Maria da Piedade Jesus Paredes / Pensão das Termas
	Modernização e Requalificação de Pensão / Criação de Hotel	Ribeiro & Companhia Lda / Pensão Boavista
	<i>Requalificação Ambiental da Envolvente das Termas de Monfortinho e sua Valorização</i> Programa de Animação e Divulgação das Termas de Monfortinho	Município de Idanha-a-Nova
	Remodelação e Ampliação do Balneário Antigo / Criação de Centro “Wellness” Valorização e Requalificação Ambiental do Parque das Termas	Sociedade das Águas da Curia, S.A.
<b>Curia</b>	<i>Requalificação Urbana e Acessibilidades Integrada da Curia</i>	Município de Anadia
<b>Vale da Mó</b>	Melhoria de conectividade interna e externa da "aldeia termal" de Vale da Mó <i>Qualificação e valorização do Balneário, Parque Termal de Vale da Mó e Espaços Envolventes</i> <i>Infraestruturas básicas para a "aldeia termal" de Vale da Mó no âmbito do Ciclo Urbano da Água</i> <i>Medidas Demonstrativas de Ecoeficiência Energética e de Gestão Sustentável da Água</i>	Município de Anadia
	<i>Criação de Parque Hoteleiro na "aldeia termal" de Vale da Mó</i>	WRC - Web para a Região Centro

Fonte: ATP (2009)

Legenda: Projeto Âncora

Já foi encetado o processo de candidatura de alguns projetos aos programas de financiamento, dos quais se destacam os projetos para Felgueiras e Luso que já foram entretanto aprovados.

Para a concretização deste programa de ação está previsto um investimento total de 240.420.201€ repartidos pelos projetos âncora (44) com 133.122.647€ e projetos complementares (38) com 107.297.554€. A maior fatia do investimento total provém da iniciativa privada com 199.027.863€.

A grande maioria dos projetos insere-se no âmbito do POR Centro sendo em menor número aqueles que são abrangidos pelos PO Fatores de Competitividade, PO Valorização do Território e PO Potencial Humano (ATP, 2008; CCDRC, *op. cit.*).

## 8. A capacidade competitiva da região Centro de Portugal – TCP

### 8.1. A disponibilidade de recursos

A região Centro congrega neste momento 50% (19) dos estabelecimentos termais em funcionamento, 11 dos quais situam-se na área de influência do TCP (29% do total) e distribuem-se pelos quatro grandes pólos de marca turística: Castelo Branco/NaturTejo, Coimbra, Ria de Aveiro e Viseu/Dão Lafões, destacando-se este último em quantidade (figura 16). Este conjunto de 11 estâncias termais constituem a base da elaboração deste plano de ação.

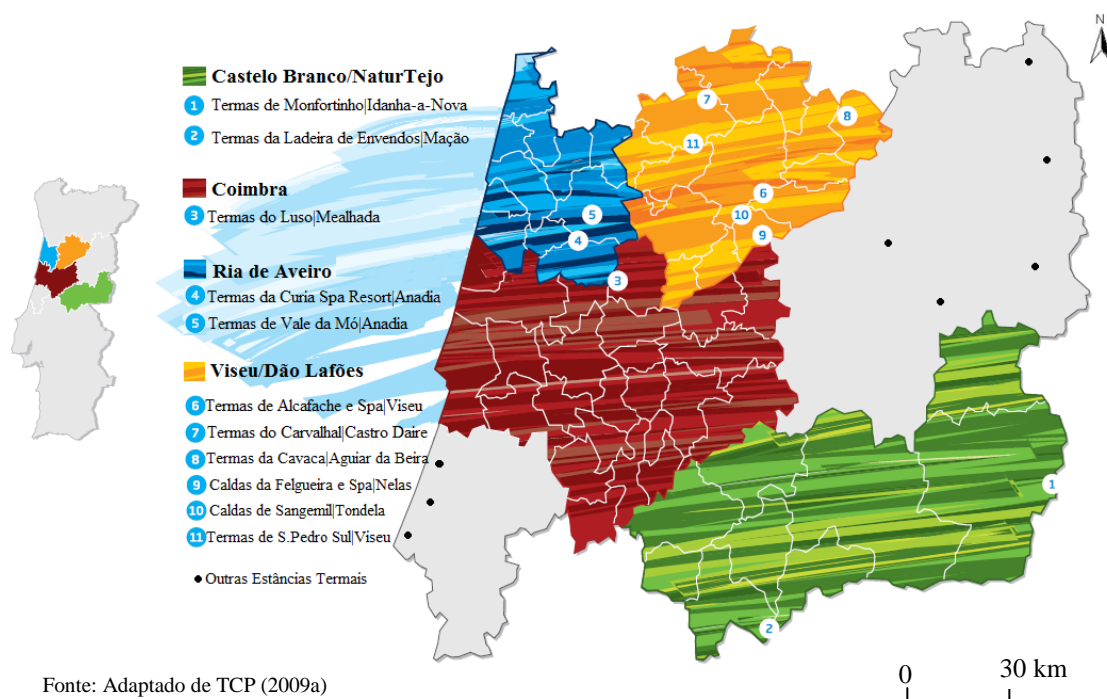


Figura 16: Localização das estâncias termais por pólos de marca turística da região Centro

A quase totalidade das estâncias termais do centro são enquadradas por serras e vales, sobranceiras aos rios que as serpenteiam e localizam-se em pequenas aldeias marcadas pelo bucolismo mas também marasmo da ruralidade profunda apenas agitada pelos frequentadores das estâncias que, por períodos de tempo mais ou menos longos, as escolhem como destinos de cura mas cada vez mais como destinos de saúde e bem-estar e lúdicos.



## 8.2. Caracterização da oferta e análise da procura na região TCP

Em termos sintéticos, tendo em conta a informação analisada, a oferta termal da região caracteriza-se por um modelo de gestão equilibrado entre o setor privado e o público; uma vocação terapêutica dirigida especialmente para doenças reumatológicas/musculo-esqueléticas (91%) e respiratórias (72,7%); um período de funcionamento anual em duas das principais estâncias do parque termal português (termas da Curia e de S. Pedro do Sul); uma média de funcionamento de 9 meses e pela localização de 5 das 10 principais estâncias portuguesas, ao nível da frequência e receitas.

### 8.2.1. Tipo de gestão

O modelo de gestão deste conjunto de estâncias termais (quadro 17) está em mais de 50% votado ao setor privado, representado maioritariamente por Sociedades Anónimas. O setor público é representado pelas autarquias, especialmente por Empresas Municipais.

Quadro 17: Tipo de concessionários das termas na região TCP

Estâncias Termais	Concessionário	Categoria
<b>Termas de Monfortinho</b>	Companhia das Águas da Fonte Santa de Monfortinho, SA	Privado
<b>Ladeira de Envendos</b>	UNICER – ÁGUAS, SA	Privado
<b>Termas do Luso</b>	Sociedade das Águas do Luso/Malo Clinic	Privado
<b>Termas da Curia</b>	Sociedade das Águas da Curia, SA	Privado
<b>Termas de Vale da Mó</b>	Câmara Municipal de Anadia	Público
<b>Termas de Alcafache</b>	Termas Sulfurosas de Alcafache, SA	Privado
<b>Termas do Carvalhal</b>	Câmara Municipal de Castro Daire	Público
<b>Caldas da Cavaca</b>	Aguar da Beira TERMAS e TURISMO, EEM	Público
<b>Caldas da Felgueira</b>	Companhia das Águas Medicinais da Felgueira, SA	Privado
<b>Caldas de Sangemil</b>	TONDELVIVA – Investimentos Urbanos, SA	Público/Privado
<b>Termas de S. Pedro do Sul</b>	C.M. S. Pedro do Sul - TERMALISTUR, EEM	Público

Fonte: Endereços eletrónicos das termas (2009/2010); TCP (2009a); trabalho de campo; questionários

### 8.2.2. Indicações terapêuticas

Tendo em conta as principais características hidrológicas deste conjunto de estâncias<sup>17</sup>, a grande maioria está vocacionada para doenças do foro reumatológico e musculo-esquelético seguidas das doenças do aparelho respiratório, constituindo estas, a


<sup>17</sup> Bicarbonatada sódica, cloretada sódica, sulfatada cálcica, silicatada, sulfidratada, hipossalina, hipersalina, magnesianas, ferruginosa, sulfúrea, fluoretada e francamente mineralizada (TCP, *op. cit.*).

principal motivação da procura termal. Em termos médios cada estância está vocacionada para o tratamento de 3 a 4 patologias (quadro 18).

Quadro 18: Indicações terapêuticas das estâncias termais da região TCP

Estâncias Termais	Indicações Terapêuticas								
	Reumáticas e Musculo-Esqueléticas	Aparelho Respiratório e Otorrino	Aparelho Digestivo	Pele	Metabólico-Endócrinas	Aparelho Circulatório	Nefro-Urinárias	Sistema Nervoso	Sangue
Termas de Monfortinho									
Termas da Ladeira de Envendos									
Termas do Luso									
Termas da Curia									
Termas de Vale da Mó									
Termas de Alcafache									
Termas do Carvalhal									
Caldas da Cavaca									
Caldas da Felgueira									
Caldas de Sangemil									
Termas de S. Pedro do Sul									

Fonte: Endereços eletrónicos das termas (2009/2010); TCP (2009a); trabalho de campo

 Indicação terapêutica

### 8.2.3. Frequência termal e proveitos

A frequência termal é liderada pelas termas de S. Pedro do Sul com cerca de 47% do total da frequência e 54% do total dos proveitos da região TCP, já Vale da Mó detém uma frequência e proveitos algo residuais quando comparados com os restantes valores (quadro 19). Em termos de proveitos médios destaca-se as termas da Felgueira com um custo superior aos restantes estabelecimentos, auferindo 379,3 euros por pessoa.

Regista-se ainda uma quebra bastante significativa, nos dois itens, neste conjunto, demarcando-se o Luso com -86,7% de inscrições e -85,1% dos proveitos, justificado pelas obras de remodelação que sofreu estando aberta apenas por 2 meses.

De referir que o conjunto das termas da região TCP detém 51% do total da frequência nacional assim como 55% dos proveitos totais registando uma média por

peessoa (243,4 euros) superior à média nacional, sublinhando a grande capacidade competitiva que esta região demonstra face às restantes.

Quadro 19: Frequência e proveitos termais por estância termal da região TCP

Estabelecimentos Termais	Inscrições			Proveitos (10 <sup>3</sup> )			Média (10 <sup>3</sup> )	
	2009	%	09/08 %	2009	%	09/08%	2009	09/08%
<b>1 - S. Pedro do Sul</b>	16650	23,9	-2,2	5.240	31,0	-16,2	314,7	18,8
<b>2 - Monfortinho</b>	4061	5,8	72,2	638	3,8	12,3	157,1	-34,8
<b>3 - Carvalhal</b>	3625	5,2	4,9	502	3,0	0,8	138,5	-3,9
<b>4 - Felgueira</b>	3533	5,1	-21,7	1.340	7,9	-9,9	379,3	15,1
<b>5 - Alcafache</b>	2843	4,1	-39,8	655	3,9	-17,7	230,4	36,7
<b>6 - Curia</b>	2128	3,1	3,5	711	4,2	61,2	334,1	55,8
<b>7 - Sangemil</b>	1020	1,5	-16,0	299	1,8	2,4	293,1	21,9
<b>8 - Cavaca</b>	817	1,2	94,1	125	0,7	127,3	153,0	17,1
<b>9 - L. de Envendos</b>	486	0,7	-12,1	142	0,8	-17,4	292,2	-6,1
<b>10 - Luso</b>	156	0,2	-86,7	50	0,3	-85,1	320,5	12,2
<b>11 - Vale da Mó</b>	125	0,2	0,8	8	0,05	100	64,0	98,4
<b>Total Termas TCP</b>	35444	51,0	-5,8	9.710	54,5	-16,2	243,4	13,4
<b>Total Geral</b>	69735	100,0	-5,9	16.897	100,0	5,6	242,3	12,1

Fonte: DGEG in TP (2009b, 2010)

#### 8.2.4. Vertente de saúde e bem-estar

Face à complexificação da atividade turística em geral e termal em particular, tendo em conta o caráter oscilatório e sazonal e a urgência em dar resposta às necessidades da sociedade atual, as estâncias termais congregam não só serviços terapêuticos de cura clássica, mas alargam-se aos programas de saúde e bem-estar.


No conjunto das 11 termas, atualmente, apenas 2 (Ladeira de Envendos e Vale da Mó) não desenvolvem programas de saúde e bem-estar em muito motivado pelas próprias características infraestruturais e equipamentos diretos e indiretos que possuem. As restantes apresentam uma gama mais ou menos diversificada de serviços de saúde e bem-estar que oscilam entre tratamentos pontuais ou programas mais alargados (fim de semana, 1-3 dias, 5 dias, 7 dias) e específicos ao nível do corpo e mente com especial incidência nos programas antisstress e beleza e estética (quadro 20).

Em algumas estâncias, este serviço de saúde e bem-estar é ainda enriquecido com a oferta da dimensão de recreio e lazer, contribuindo para o desenvolvimento da vertente turística das mesmas, e que passa fundamentalmente por passeios turísticos pela região, passeios e percursos pela natureza envolvente (parques, áreas de montanha, margens dos rios), circuitos, atividades desportivas (ténis, natação, circuitos de manutenção, golfe), entre outros.

Quadro 20: Programas de saúde e bem-estar nas estâncias termais da região TCP

Estâncias Termais	Programas de Saúde e Bem-Estar/Spa Termal									
	Antistress/Relax	Boa Forma física	Beleza e Estética	Emagrecimento	Pós-Parto	Infantil/Júnior	Dieta Termal	Aromaterapia	Vinoterapia	Algoterapia
Termas de Monfortinho										
Termas da Ladeira de Envendos										
Termas do Luso										
Termas da Curia										
Termas de Vale da Mó										
Termas de Alcafache										
Termas do Carvalhal										
Caldas da Cavaca										
Caldas da Felgueira										
Caldas de Sangemil										
Termas de S. Pedro do Sul										

Fonte: Endereços eletrônicos das termas (2009/2010); TCP (2009a); trabalho de campo

 Indicação dos programas de saúde e bem-estar existentes

Relativamente à frequência verifica-se, em termos gerais, uma tendência crescente nos últimos anos que decorre da crescente importância deste segmento sendo evidente uma aposta neste sentido, até porque pode constituir um caminho privilegiado para o combate da sazonalidade que impera neste conjunto de estâncias.

Quadro 21: Frequência de clientes de saúde e bem-estar, nas estâncias termais da região TCP<sup>18</sup>

Estabelecimentos Termais	Inscrições			
	2006	2007	2008	2009
1 - S. Pedro do Sul	0	0	-	-
2 - Banho de Alcafache	1246	1640	1590	1469
3 - Felgueira	685	1109	-	-
4 - Termas do Carvalhal	763	867	879	972
5 - Monfortinho	5288	5074	-	-
6 - Curia	1235	1215	-	-
7 - Sangemil	0	0	-	-
8 - Luso	406	610	-	-
9 - Ladeira de Envendos	...	...	...	...
10 - Caldas da Cavaca	...	...	...	...
11 - Vale da Mó	0	0	0	0
Total Termas TCP	9623	10515	-	-

Fonte: ATP (2008); Termas do Carvalhal (relatórios clínicos 2010); Banho de Alcafache (relatórios clínicos anuais)

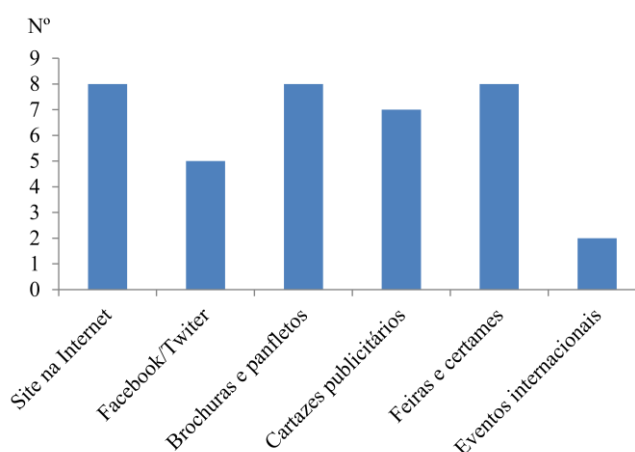
<sup>18</sup>

A informação relativamente à frequência de clientes de saúde e bem-estar foi solicitada nas diversas abordagens aos estabelecimentos termais, tendo só Alcafache e Carvalhal disponibilizado os referidos dados.

### 8.3. A imagem turística das estâncias e territórios termais - a informação disponível ao turista

O marketing e publicidade são componentes indispensáveis na promoção de uma imagem turística atrativa de qualquer produto.

No caso das estâncias termais em estudo, as estratégias de *clienting* que usam para promover a sua imagem, a nível nacional, recaem principalmente sobre a promoção nomeadamente através das páginas de internet, brochuras, postos de turismo e relações com outros elementos do *cluster* termal, no qual se salientam os hotéis. Refere-se ainda a importância da participação em feiras e certames muito embora se resumam a participações quase exclusivamente nacionais, sendo residual a participação em eventos termais a nível internacional (figura 17).



Fonte: Questionários e endereços eletrónicos das estâncias termais (2010)

Figura 17: Principais meios de promoção das estâncias termais da região TCP

Enquanto fonte de informação sobre destinos e produtos turísticos, o canal online é um veículo privilegiado<sup>19</sup>. Por isso, achou-se pertinente analisar a informação que as estâncias termais têm disponibilizado ao turista através da internet, nomeadamente através da sua página oficial (quando existente).

Na área de influência do TCP, 9 das 11 estâncias termais, têm uma página oficial na internet, mas nem todas fazem um uso otimizado desta ferramenta como meio privilegiado de divulgação e promoção dos seus produtos para cultivarem uma imagem turisticamente atrativa, e como meio de acesso a potenciais mercados (quadro 22).

<sup>19</sup> Segunda posição no inquérito sobre a fonte de informação sobre férias (verão de 2006) com 24% (MEI, *op. cit.*).

Quadro 22: Análise da informação disponível nos sites das termas da região TCP, em 2009/2010

CARACTERÍSTICAS GERAIS	CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS	ESTÂNCIAS TERMAIS											Associação Termas Portugal
		Monfortinho	Ladeira de Enwendos	Termas do Luso	Termas da Curia	Vale da Mó	Alcafache	Carvalhal	Caldas da Cavaca	Caldas da Felgueira	Caldas de Sangemil	S. Pedro do Sul	
Presença online	Site próprio	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Outros sites	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-
	Facebook/Twitter	✗	-	✗	✓	-	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✓
Tipo de informação disponível	História	✓	-	✓	✗	-	✗	✗	✓	✓	✓	✗	✗
	Descrição	✓	-	✓	✗	-	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Localização/Enquadr.	✓	-	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓
	Serviços, programas e tratamentos	✓	-	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
	Programação de animação turística	✗	-	✗	✗	-	✓	✗	✗	✓	✓	✓	✗
	Características águas	✓	-	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Indicações terapêuticas	✓	-	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Corpo Clínico	✗	-	✓	✗	-	✓	✗	✓	✓	✓	✓	-
	Tabela de preços	✓	-	✗	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
	Época Termal	✓	-	✗	✗	-	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓
	Outros produtos turísticos da região	✓	-	✓	✓	-	✓	✗	✗	✓	✓	✓	✗
	Alojamento	✗	-	✗	✗	-	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗
	Restauração	✗	-	✗	✗	-	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗
	Contactos	✓	-	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Modo de chegar	✓	-	✗	✓	-	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓
Qualidade da informação disponível	Fácil navegação	✓	-	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Organizada	✓	-	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Compreensível	✓	-	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Dinâmica/Interativa	✓	-	✗	✗	-	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✗
	Apelativa	✓	-	✗	✗	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
	Atualizada	✓	-	✓	✗	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
	Detalhada/Completa	✗	-	✗	✗	-	✗	✗	✗	✗	✓	✓	✗
	Outras Línguas	✓	-	✗	✗	-	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✗

Fonte: Endereços eletrónicos das termas (2009/2010)

Legenda: ✓ Presente ✗ Ausente  
✗ Presente mas incompleto

Esta análise mostra que, em alguns casos, a informação disponibilizada pelos endereços eletrónicos das termas é deficiente em determinados parâmetros e pouco elucidativa. Também a informação disponibilizada pelo site da Associação das Termas de Portugal, onde é congregada diversa informação das suas associadas (a maior parte das termas portuguesas), não prima pela qualidade estando bastante desatualizada e incompleta, o que afeta de forma negativa a imagem do destino.

## 9. Questionários aos gestores/administradores das estâncias termais – análise dos principais resultados

Na elaboração deste plano de ação achou-se importante saber qual a percepção dos gestores/administradores quanto à atividade termal em geral e em particular das estâncias que gerem/administram assim como as suas perspetivas face à mudança.

A prossecução deste objetivo teve como suporte um inquérito por questionário<sup>20</sup> (Anexo III) enviado aos mesmos. Um instrumento de avaliação que pretendeu não só reconhecer o seu papel como atores centrais no processo de revitalização dos espaços termais como constituir uma via para melhor e de forma mais sustentada enquadrar esta estratégia.

Este questionário foi estruturado em duas grandes partes, sendo precedidas pela justificação e âmbito desta investigação e por uma análise inicial introdutória referente ao enquadramento da estância termal e perfil do inquirido.

Na primeira parte<sup>21</sup>, pretendeu-se avaliar a percepção dos gestores/administradores sobre a realidade atual do termalismo e estâncias termais em Portugal, as causas do seu atual estado de funcionamento, perceber qual o caráter de urgência na reestruturação das estâncias termais e os principais motivos e ações para tal, assim como destrinçar as principais dificuldades/obstáculos e oportunidades à sua reestruturação, sendo constituída por sete questões chave:

- 1) Como perspetiva a realidade atual do termalismo e estâncias termais em Portugal?
- 2) Quais as motivações do atual estado de funcionamento das estâncias termais?
- 3) Se acha que a reestruturação da atividade termal tem algum caráter de urgência, quais os motivos que revelam essa urgência?
- 4) A reestruturação da atividade termal e dos espaços termais passaria por que ações?

4.1) Mais especificamente, que outros serviços e atividades se deveriam oferecer para uma otimização dos equipamentos, património e espaço e, dinamização das estâncias termais?

- 5) Quais são as principais dificuldades e obstáculos à sua reestruturação?
- 6) Quais são os principais pontos fortes e oportunidades à sua reestruturação?

---

<sup>20</sup> O questionário realizado foi baseado no questionário aplicado por RAMOS (*op.cit.*), por se achar um modelo eficaz em termos de conceção e obtenção de respostas que, para esta investigação, foi atualizado, aprofundado e alargado a outros âmbitos.

<sup>21</sup> Nesta primeira parte, foi solicitado aos gestores/administradores que manifestassem a sua opinião em relação à realidade portuguesa e a que se ajustava à realidade que geriam/administravam. Contudo, os inquiridos apenas deram a sua opinião relativamente à primeira opção.

Cada uma das questões apresenta um conjunto de possibilidades de respostas através de escolha múltipla simples, sendo que algumas apresentam a possibilidade de resposta aberta (questão 2, 4.1, 5 e 6). Os resultados apresentados, para cada questão, têm como base uma escala de respostas definida através de categorias com um intervalo de 1 a 5<sup>22</sup> em que o nível 1 corresponde a *discordo totalmente*, o nível 2 a *discordo*, o nível 3 a *não concordo nem discordo*, o nível 4 a *concordo* e o nível 5 a *concordo totalmente*, sujeitos a uma apreciação em termos de média (Méd.), moda (MO), nível máximo (Máx.) e mínimo (Mín.) registado para cada opção e desvio padrão (DP), sendo que são apresentadas as que apresentaram os valores mais altos de média e portanto as que mais vezes foram objeto de escolha, por parte dos inquiridos, para dar resposta às questões expostas *a priori*, apontando-se igualmente as opções menos pertinentes à concretização de cada questão. De referir que, em função da escala de respostas (1 a 5), e para os itens formulados na positiva, quanto mais elevada for a pontuação de cada participante em cada item (mais próxima de 5), mais favorável se considera a resposta dos inquiridos face à questão em análise, sendo que o sentido da escala de respostas é invertido quando o item é de cariz negativo.

A segunda parte pretendeu recolher opiniões mais concretas e conclusivas sobre as vertentes das estâncias e o seu papel na sua revitalização, a qualificação e especialização de mercados, os modelos de gestão, a importância do ordenamento e planeamento do território, a promoção e as relações de complementaridade como fatores intervenientes na dinamização e atratividade das estâncias, assim como os principais constrangimentos e oportunidades do setor termal e das estâncias termais que gerem culminando na opinião quanto ao futuro que perspectivam para as estâncias e a atividade termal. A maioria das questões são de seleção dicotómica entre duas afirmações – Sim/Não e de resposta aberta na sua justificação.

### **9.1. Caracterização da amostra**

Das 11 estâncias contactadas através dos questionários obteve-se resposta de 8 estabelecimentos, correspondendo a 72,7% da amostra total, equivalendo as não-respostas a 27,3%. Não sendo esta uma situação ótima, uma vez que não se obteve uma taxa de respostas de 100%, o facto de apenas três entidades não terem respondido demonstra a importância deste estudo.

---

<sup>22</sup>

Escala de tipo Likert (RAMOS, *op. cit.*).



Uma análise ao perfil dos inquiridos (quadro 23) revela um equilíbrio entre ambos os sexos, uma idade média próxima dos 40 anos e com grau académico superior (Licenciatura) nas mais diversas áreas de formação. Estes ocupam cargos como diretor operacional e termal, administrador, gestor, coordenador e presidência, e permanecem nas atuais funções, em média, há 6 anos.

Quadro 23: Perfil dos inquiridos

	Sexo	Idade	Habilitações Literárias	Área de Formação	Função desempenhada	Duração da função
<b>Monfortinho</b>	Masculino	37	Licenciatura	Gestão/Adm. de empresas	Diretor termal	2 anos
<b>Lad. Envendos</b>	-	-	-	-	-	-
<b>Luso</b>	-	-	-	-	-	-
<b>Curia</b>	Feminino	38	Bacharelato	Turismo	Assistente de Direção	9 anos
<b>Vale da Mó</b>	Masculino	68	Licenciatura	Ensino Básico	Gestor de Concessão	7 anos
<b>Alcafache</b>	Masculino	55	Licenciatura	Engenharia Mecânica	Presidente Conselho Administração	11 anos
<b>Carvalhal</b>	Feminino	31	Licenciatura	Relações Públicas	Diretora Operacional	6 anos
<b>Cavaca</b>	Masculino	30	Mestrado	Turismo e Gestão	Gestor Financeiro/Diretor de Unidade	1,5 anos
<b>Felgueira</b>	-	-	-	-	-	-
<b>Sangemil</b>	Feminino	36	Mestrado	Marketing	Coordenadora de Marketing	1 ano
<b>S. Pedro do Sul</b>	Masculino	38	Licenciatura	Direito	Administrador Delegado	6 anos

Fonte: Questionários

## 9.2. Visão atual do termalismo e sua reestruturação

A parte I do inquérito por questionário está estruturada em sete grandes questões em torno da visão atual do termalismo, das estâncias termais e sua reestruturação, das quais se retiraram as principais conclusões.

Do conjunto de 62 itens apresentados para a questão “Como perspetiva a realidade atual do termalismo e estâncias termais em Portugal?” os responsáveis por este conjunto de estâncias, numa ótica positiva, reconhecem que as estâncias que têm apostado na diversificação e qualificação de serviços têm beneficiado em termos de atratividade, alcançando um valor médio de 4,3, que a vertente se saúde e bem-estar já

ocupa um lugar de destaque nas termas, e na sua opinião, o termalismo em Portugal presta um serviço de qualidade, mas cuja progressão está bastante condicionada pelo carácter sazonal, intrinsecamente relacionado com a atividade termal (quadro 24).

Quadro 24: A realidade atual do termalismo e estâncias termais em Portugal

<b>Opções mais pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos</b>					
<b>Item</b>	<b>Méd.</b>	<b>Mo</b>	<b>Mín.</b>	<b>Máx.</b>	<b>DP</b>
<b>13.</b> As estâncias que têm apostado na diversificação e qualificação de serviços têm sido casos de sucesso em termos de atratividade	4,3	4	4	5	0,46
<b>17.</b> A vertente de saúde e bem-estar está a ganhar expressão nas termas portuguesas	4,1	4	4	5	0,35
<b>12.</b> O termalismo em Portugal presta um serviço de qualidade	4,1	4	3	5	0,64
<b>19.</b> O carácter sazonal da atividade tem prejudicado o progresso das estâncias	4,1	4	3	5	0,64
<b>50.</b> As estâncias termais portuguesas têm contribuído para o desenvolvimento dos territórios locais	4,1	4/5	3	5	0,83
<b>24.</b> Há falta de investigação científica completa e moderna sobre as águas e sua aplicação	4,1	4	2	5	0,99
<b>43.</b> A maior parte do alojamento nas imediações das termas sofre com as oscilações sazonais da atividade termal	4,1	4	2	5	0,99
<b>42.</b> As unidades hoteleiras de suporte às estâncias termais carecem de uma reestruturação em atrativos	4,0	4	3	5	0,53
<b>45.</b> São poucos os casos de estâncias que oferecem um produto turístico completo integrando os vários recursos disponíveis	4,0	4	4	4	0,00
<b>2.</b> O produto termal atual responde às motivações e necessidades do público tradicional	4,0	4	2	5	0,93
<b>62.</b> É necessária e urgente uma reestruturação das estâncias termais portuguesas	4,0	4	4	4	0,00
<b>Opções menos pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos</b>					
<b>32.</b> Todas as estâncias termais portuguesas têm condições para se tornarem destinos turísticos de massa	2,0	2	1	3	0,76
<b>25.</b> O serviço termal reflete o facilitismo dos concessionários na aquisição de recursos não qualificados	2,1	2	1	3	0,83
<b>55.</b> Todas as estâncias portuguesas têm condições para se manterem em atividade todo o ano	2,3	2	1	4	1,04
<b>60.</b> As estâncias de gestão pública estão associadas aos apoios sociais, à terapêutica e por consequência a uma maior especialização da clientela	2,4	3	1	4	1,06
<b>29.</b> As estâncias termais portuguesas ocupam lugar de destaque nos circuitos turísticos globais	2,4	3	1	3	0,74
<b>Resultados globais da questão 1</b>	<b>3,3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>0,87</b>

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários

Neste sentido, embora num sentido negativo, apontam ainda a falta de investigação científica completa e moderna sobre as águas mineromedicinais e sua aplicação, como elemento justificativo da atual situação.

Em sentido oposto, para os inquiridos, o que menos se coaduna com a realidade é a opção “todas as estâncias termais portuguesas têm condições para se tornarem destinos turísticos de massa” e a opção “o serviço termal reflete o facilitismo dos concessionários na aquisição de recursos não qualificados”, que reuniu consenso nas respostas ao fixarem-se no nível 2, *discordo*, pelo que constituem elementos, que na voz dos responsáveis termais, não refletem de todo a realidade termal atual.

A um nível global, as opções apresentadas para esta questão obtiveram um valor médio de 3,3 que se situa entre os níveis de resposta *não concordo nem discordo* e *concordo*, constatando-se que em termos gerais, os inquiridos posicionam a situação atual do termalismo português num nível intermédio, em direção a uma perspetiva positiva, indiciadora de esperança no futuro e de vontade de mudança, tendo em conta que o conjunto de elementos caracterizadores da realidade atual apresentados abarca mais opções de cariz positivo do que negativo, embora estas sejam reveladoras das preocupações estruturantes que afetam a atividade termal.

Em relação ao “Estado atual de funcionamento das estâncias termais” os inquiridos, perante os 39 itens apresentados<sup>23</sup>, centraram as suas atenções num conjunto de considerações que, segundo os mesmos, traduzem as principais razões do atual estado de funcionamento do setor termal (quadro 25), onde se destaca a falta de investigação científica na área que obteve uma média de 4,5 (situando-se entre os níveis *concordo* e *concordo totalmente*). A legislação obsoleta que vigorou durante décadas, a falta de planos estratégicos e de cooperação com outros agentes territoriais votando as termas ao individualismo, tal como a falta de investimento na recuperação da imagem turística são outros dos aspetos apontados como estando na base do estado de funcionamento atual que, em termos médios, se situam numa posição próxima do nível *concordo* (4), pendendo para um funcionamento menos desejável e favorável, tendo em conta que se trata de uma questão composta por itens de cariz negativo, cujas respostas nos níveis mais altos (4 e 5) da escala revelam uma tendência mais negativa.

Na opinião dos inquiridos, o funcionamento atual da atividade termal não se deve, de todo, nem à imagem repulsiva nem à informação termal desatualizada, opções

---

<sup>23</sup> Esta questão dispunha de mais uma opção de resposta livre referente a outros motivos pertinentes do estado atual do termalismo, mas para a qual se obtiveram apenas duas respostas, das termas de Monfortinho, que não foi considerada por não responder ao solicitado e de Alcafache que referiu “custos elevados, controlo de qualidade e falta de dinheiro dos termalistas”.

que são rejeitadas em uníssono pelos inquiridos com uma média de respostas situada entre os níveis 1, *discordo totalmente* e 2, *discordo*.

Quadro 25: Estado atual de funcionamento das estâncias termais

<b>Opções mais pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos</b>					
<b>Item</b>	<b>Méd.</b>	<b>Mo</b>	<b>Mín.</b>	<b>Máx.</b>	<b>DP</b>
<b>39.</b> Falta de investigação científica na área	4,5	4/5	4	5	0,53
<b>27.</b> Legislação obsoleta e descontextualizada que vigorou durante décadas	4,0	4	2	5	0,93
<b>29.</b> Ausência de planos estratégicos	3,9	4	3	4	0,53
<b>30.</b> Individualismo	3,9	4	3	4	0,35
<b>31.</b> Ausência ou deficiente animação termal	3,9	4	2	5	0,83
<b>9.</b> Falta de investimento na recuperação da imagem turística	3,8	4	3	5	0,89
<b>21.</b> Falta de integração com os produtos turísticos locais e regionais	3,8	4	2	4	0,71
<b>Opções menos pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos</b>					
<b>11.</b> Imagem repulsiva	1,6	1	1	3	0,74
<b>18.</b> Informação termal desatualizada	1,9	1	1	4	1,13
<b>17.</b> Pouca ou nenhuma informação termal	2,1	1	1	4	1,13
<b>12.</b> Fraca atratividade	2,4	3	1	3	0,74
<b>13.</b> Perda de prestígio	2,4	3	1	4	1,06
<b>Resultados globais da questão 2</b>	<b>3,2</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>0,94</b>

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários

No que diz respeito à questão “Acha que a reestruturação da atividade tem algum caráter de urgência e, na sua opinião, quais os motivos que revelam essa urgência?”, os inquiridos partilham a opinião da necessidade premente de revitalização do setor termal em Portugal apontando os principais motivos para tal (quadro 26).

Num universo de 21 itens elegeram como principal motivo a necessidade das estâncias se acentuarem e consolidarem enquanto pólos de desenvolvimento local e regional, em reativar o seu papel no imaginário turístico do público e em captar um público mais jovem, no sentido de revitalização da frequência (média de 4,3), evocando a imagem turística e o papel de outrora de que as mesmas eram detentoras. Fazem parte também das suas escolhas motivos como a rentabilização dos investimentos que têm sido realizados em algumas estâncias, como uma oportunidade fundamental à sua reestruturação, assim como, a necessidade em otimizar os patrimónios termais, enquanto fatores de diferenciação, em prol de um aumento de atratividade termal. A média de respostas apurada, acima da posição 4 (*concordo*) da escala de respostas,

revela a importância destes motivos, para os inquiridos, na reestruturação tanto da atividade termal como das estâncias termais.

Paralelamente, os inquiridos não consideram que as técnicas e equipamentos termais obsoletos e desajustados à realidade atual e o esgotamento do modelo atual de oferta termal constituam argumentos plausíveis que justifiquem a reestruturação do setor, cuja média de respostas se situa entre os níveis *discordo totalmente* e *discordo*.

Quadro 26: O caráter urgente e motivos da reestruturação do setor termal

Opções mais pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos						
Item	Méd.	Mo	Mín.	Máx.	DP	
14. A necessidade de acentuar e consolidar o seu papel enquanto pólos de desenvolvimento local e regional	4,3	4	4	5	0,49	
16. A necessidade em reativar o seu papel no imaginário turístico do público	4,3	4	4	5	0,49	
17. A necessidade de captar o interesse do público mais jovem	4,3	4	4	5	0,49	
1. A complexidade da atividade turística global e dos interesses e motivações da procura atual	4,1	4	3	5	0,69	
12. A necessidade de rentabilizar o diverso património termal	4,1	4	4	5	0,38	
11. A necessidade de rentabilizar muitos investimentos já realizados em algumas estâncias termais (quer em termos de alargamento de mercados quer em termos temporais)	4,1	4	4	5	0,38	
19. A necessidade de criar um produto atrativo, completo e integrado que responda às necessidades atuais, de médio e longo prazo	4,1	4	3	5	0,69	
Opções menos pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos						
9. As técnicas e equipamentos termais obsoletos e desajustados à realidade atual	1,9	2	1	3	0,69	
6. O atual modelo de oferta termal está esgotado e deixou de ser apelativo	2,0	2	1	3	0,58	
Resultados globais da questão 3	3,6	4	1	5	0,68	

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários

A um nível global, os motivos à reestruturação obtiveram um valor médio de 3,6 que se situa entre os níveis de resposta *não concordo nem discordo* e *concordo* mas aproximando-se do nível *concordo*, constatando-se que, em termos médios gerais, os inquiridos, responderam positivamente aos motivos elencados, ao reconhecerem um vasto conjunto como essenciais à reestruturação do setor termal, o que indicia uma perspetiva positiva no sentido da mudança.

Em relação à “Reestruturação da atividade e espaços termais” traduzidas em ações e intervenções necessárias, dos 51 itens apresentados, mais uma vez os inquiridos

apontam a realização e manutenção de pesquisas científicas atualizadas das propriedades terapêuticas das águas mineromedicinais como uma ação primordial, obtendo uma média de 4,5 (quadro 27). No entanto, salientam ainda a necessidade de captar públicos diversos, nomeadamente o mais jovem, assim como uma melhor e mais eficaz ligação aos territórios, produtos e ofertas envolventes, o planeamento do espaço termal e intervenções ao nível urbanístico e patrimonial como essenciais à reestruturação.

Em sentido inverso consideram que, na reestruturação termal, não é fulcral reduzir os preços do tratamento clássico, privatizar estabelecimentos termais e evitar a dependência face ao Serviço Nacional de Saúde/Segurança Social, cujas respostas se situaram ao nível do *discordo* e *não concordo nem discordo*.

Quadro 27: Reestruturação da atividade termal e espaços termais

Opções mais pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos					
Item	Méd.	Mo	Mín.	Máx.	DP
51. Realizar e manter pesquisas científicas atualizadas das propriedades e dos efeitos terapêuticos das águas mineromedicinais	4,5	4/5	4	5	0,53
11. Captar o público mais jovem	4,4	4	4	5	0,52
14. Qualificar o alojamento na área de influência termal	4,4	4	4	5	0,52
22. Mais e melhor complementaridade entre as estâncias termais e as unidades de alojamento	4,4	4	4	5	0,52
26. Embelezar os espaços exteriores	4,4	4	4	5	0,52
28. Aumentar e/ou melhorar as acessibilidades	4,4	4	4	5	0,52
43. Criação e afirmação da marca termas	4,4	4	4	5	0,52
45. Otimizar o espaço envolvente para a realização de várias atividades de animação turísticas e culturais	4,4	4	4	5	0,52
Opções menos pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos					
31. Reduzir os preços do tratamento clássico	2,3	1	1	4	1,39
29. Privatizar algumas estâncias termais	2,9	3	1	5	1,36
46. Evitar dependência face ao Serviço Nacional de Saúde/Segurança Social no que diz respeito ao termalismo terapêutico especializado	3,0	3	2	4	0,76
33. Apostar num mercado-alvo de classe média-alta e alta	3,4	4	2	4	0,74
32. Preços acessíveis nos programas de saúde e bem-estar	3,5	3/4	3	4	0,53
35. Alargamento a mercados indiferenciados	3,5	4	2	4	0,76
<b>Resultados globais da questão 4</b>	<b>4,0</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>0,55</b>

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários

A média de respostas apurada, situada na posição 4 (*concordo*) da escala de respostas, revela a concordância e importância deste conjunto de ações, para os inquiridos, assim como a necessidade concreta na reestruturação da atividade termal e das estâncias termais.

Em termos de “Outros serviços e atividades que se deveriam oferecer para uma otimização dos equipamentos, património e espaço, e dinamização das estâncias termais”, na opinião dos inquiridos, face às 30 opções apresentadas<sup>24</sup>, dever-se-á apostar em programas terapêuticos para crianças com necessidades especiais, em percursos turístico-educativos, em rotas que incluam uma oferta diversificada, em programas de *remise en forme* e contra a obesidade infantil. Um conjunto que reuniu consenso nas respostas que se situaram no nível *concordo*, com uma média de 4,1. Já os *Wine Bar* com provas de vinho e os casinos foram os serviços menos contemplados com níveis de respostas positivos elevados, situando-se num nível intermédio, *não concordo nem discordo e concordo* (quadro 28).

Quadro 28: Outros serviços e atividades que se deveriam oferecer para uma otimização dos equipamentos, património e espaço, e dinamização das estâncias termais

Opções mais pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos					
Item	Méd.	Mo	Mín.	Máx.	DP
8. Programas terapêuticos para crianças com necessidades especiais	4,1	4	4	5	0,35
12. Percursos turístico-educativos – visitas guiadas temáticas dentro e no espaço termal adjacente	4,1	4	4	5	0,35
13. Rotas turísticas locais e/ou regionais que integrem outros produtos turísticos da região	4,1	4	4	5	0,35
2. Programas de “ <i>remise en forme</i> ”	4,1	4	3	5	0,64
7. Programas contra a obesidade infantil	4,1	4	3	5	0,64
Opções menos pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos					
15. <i>Wine Bar</i> com provas de vinhos	3,3	3	2	5	0,89
19. Casinos	3,3	3	2	5	1,04
<b>Resultados globais da questão 4.1</b>	<b>3,8</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>0,66</b>

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários

Os resultados apurados, superando a posição intermédia da escala de respostas (3 – *não concordo nem discordo*) e aproximando-se do nível positivo 4 (*concordo*), revelam que, em termos gerais, os inquiridos concordam com as opções expostas e a importância de uma oferta diferenciada e diversificada em termos de programas, serviços e atividades disponibilizadas pelas estâncias termais como essencial à sua reestruturação (refira-se que todas as opções registaram médias acima do nível 3).

<sup>24</sup> Esta questão dispunha ainda de quatro opções de resposta livre referentes a outros programas e atividades lúdicas, culturais e desportivos que considerassem pertinentes, mas para a qual apenas se obteve uma resposta (Caldas da Cavaca) que referiu como outras atividades desportivas “piscina ao ar livre”.

No que concerne às “Principais dificuldades e obstáculos à reestruturação das estâncias termais”, os inquiridos, face a um conjunto de 38 itens<sup>25</sup>, reconheceram a dificuldade em captar investimento, em estabelecer ligações com os territórios em termos de parcerias com os atores territoriais locais e regionais e operadores turísticos e o *handicap* em termos de investigação científica como os principais constrangimentos (quadro 29). A média de respostas apurada, acima da posição 4 (*concordo*) da escala de respostas, revela uma concordância dos inquiridos relativamente às opções apresentadas.

Quadro 29: Principais dificuldades e obstáculos à reestruturação das estâncias termais

<b>Opções mais pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos</b>					
<b>Item</b>	<b>Méd.</b>	<b>Mo</b>	<b>Mín.</b>	<b>Máx.</b>	<b>DP</b>
<b>12.</b> Dificuldades em captar investimento	4,3	4	4	5	0,46
<b>17.</b> Dificuldades em estabelecer parcerias com os atores territoriais locais e regionais e operadores turísticos	4,3	4	3	5	0,71
<b>38.</b> <i>Handicap</i> em informação e investigação científica para novas aplicações das águas minero-medicinais	4,1	4	4	5	0,35
<b>5.</b> O mercado frequentador ser maioritariamente português	3,9	4	3	5	0,64
<b>16.</b> Dificuldades em interagirem com o território onde se inserem	3,9	4	3	5	0,83
<b>21.</b> Dificuldades em afirmar a marca "termas" como produto turístico de qualidade em Portugal	3,9	4	3	5	0,83
<b>Opções menos pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos</b>					
<b>1.</b> A vertente de doença e cura bastante enraizada no modelo de exploração das estâncias termais difícil de ultrapassar	2,1	2	1	3	0,64
<b>10.</b> Perda de propriedades terapêuticas de algumas termas	2,4	3	1	3	0,74
<b>14.</b> Inércia e apatia dos gestores/administradores	2,4	2	2	3	0,52
<b>Resultados globais da questão 5</b>	<b>3,7</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>0,93</b>

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários

Já a vertente de doença e cura bastante enraizada no modelo de exploração das estâncias termais difícil de ultrapassar, a perda de propriedades terapêuticas e a inércia e apatia em termos de gestão são encarados como o menor dos obstáculos, por parte dos responsáveis pela atual oferta termal na região do TCP.

Em termos globais, as respostas situaram-se no nível intermédio 3 (*nem concordo nem discordo*) mas a aproximar-se do nível 4 (*concordo*) o que indicia o quão cientes os inquiridos estão dos principais problemas afetos à atividade termal e da sua

<sup>25</sup> Esta questão dispunha de mais uma opção de resposta livre referente a outras dificuldades pertinentes, mas para a qual apenas se obteve uma resposta (termas de Alcafache) que referiu como outro obstáculo à reestruturação “as condições financeiras dos portugueses”.



importância enquanto entraves estruturantes à reestruturação da atividade termal e das estâncias termais.

Por último, pretendeu-se saber quais os “Principais pontos fortes e oportunidades à reestruturação das estâncias termais”. Do leque de 22 itens apresentados<sup>26</sup>, os inquiridos salientaram o papel das estâncias enquanto potencializadoras de desenvolvimento local através das atividades diretas, indiretas e induzidas que lhe estão associadas, tendo obtido a média mais elevada do conjunto (4,4), a importância das tendências atuais no que concerne à saúde e bem-estar, o aumento de recursos qualificados, a margem de progressão ainda grande no campo da investigação e os investimentos já realizados como as principais oportunidades (quadro 30).

Quadro 30: Principais pontos fortes e oportunidades à reestruturação das estâncias termais

Opções mais pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos					
Item	Méd.	Mo	Mín.	Máx.	DP
18. Oportunidades enquanto potencializadores de desenvolvimento local através da criação de postos de trabalho e indução de outras atividades	4,4	4	4	5	0,52
4. A importância atual da saúde e bem-estar	4,3	4	4	5	0,46
19. O aumento de recursos qualificados tanto na área da saúde e bem-estar como na turística, de recreio e lazer	4,1	4	4	5	0,35
22. Campo aberto a novas investigações para potenciais aplicações preventivas e terapêuticas	4,1	4	4	5	0,35
3. A diversificação de gostos e interesses da sociedade atual	4,1	4	3	5	0,64
12. Os investimentos já realizados em algumas estâncias termais	4,1	4	3	5	0,64
Opções menos pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos					
9. A massificação e perda de interesse por outros produtos turísticos	3,1	3	2	4	0,64
21. Possibilidade de integração com o produto TER	3,5	3/4	3	4	0,53
<b>Resultados globais da questão 6</b>	<b>3,9</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>0,47</b>

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários

Em sentido oposto, a massificação de alguns produtos turísticos e consequente perda de clientes é o aspeto, que na sua opinião menos constitui uma vantagem para o setor termal, muito embora se situe no nível intermédio da escala de respostas - 3 (*nem concordo nem discordo*).

<sup>26</sup> Esta questão dispunha de mais uma opção de resposta livre referente a outras oportunidades/pontos fortes pertinentes mas, para a qual apenas se obteve uma resposta (Termas de Alcafache) que referiu os “produtos ecológicos” como outra oportunidade à reestruturação termal.

A um nível global, obteve-se resultados próximos do nível de resposta 4 (*concordo*), situando-se em terreno positivo quanto à concordância dos inquiridos com o conjunto de pontos fortes e potencialidades à reestruturação termal apresentados e quanto à importância atribuída ao mesmo.

Em termos gerais, os resultados das respostas às questões apresentadas situaram-se acima do valor médio do nível 3 de resposta, *não concordo nem discordo* e *concordo*, refletindo desta forma uma tendência positiva sobretudo em termos de concordância e importância do que foi apresentado.

No que diz respeito ao conjunto de opções mais pertinentes à resposta à questão colocada, refere-se que em todas se verificou uma média superior ao nível 4 (*concordo*) da escala de respostas. A questão 4, que englobava um conjunto de ações e intervenções no âmbito da reestruturação da atividade e espaços termais, obteve o valor médio mais alto no conjunto das grandes questões apresentadas, situando-se as respostas no nível positivo *concordo* (4,0), traduzindo-se na questão que mais consenso reuniu entre os inquiridos e destes para com as opções apresentadas.

De referir ainda a importância da dimensão da investigação científica na área termal, uma vez que, nas questões que apresentavam esta opção de resposta, foi uma escolha em todas e com média no nível de resposta 4 (*concordo*), constituindo a que mais consenso reuniu.

Na segunda parte do questionário, os inquiridos manifestaram a sua opinião em relação a questões particulares quanto ao termalismo em Portugal, e mais especificamente em relação às próprias estâncias de que são responsáveis.

No cômputo geral, todos os gestores/administradores concordam com o desenvolvimento da vertente turística, lúdica e de recreio nas estâncias termais através de uma necessária complementaridade entre esta e a vertente curativa clássica, inclusive nas próprias estâncias que gerem justificando esta posição pela crescente necessidade de dinamizar as estâncias, de captar novos mercados e de dar resposta a clientes cada vez mais diversificados e exigentes nas experiências que procuram que não se esgotam no mero tratamento termal, o que os faz rejeitar em uníssono a especialização num só mercado assim como a seleção de mercados, especialmente um mercado de elite (classe média-alta). Contudo, a maioria (75% das respostas obtidas) admite que nem todas as estâncias portuguesas têm condições de base para desenvolver a dimensão turística justificado pelo facto de algumas constituírem unidades pequenas e não possuírem

condições de alojamento e restauração na zona envolvente, muito embora, haja quem avance que muitas possuem boas condições infraestruturais e em termos de equipamentos, localizadas em envolventes naturais e territoriais históricas e ricas bastando que trabalhem no sentido da complementação da oferta.

Na opinião dos inquiridos a abertura das estâncias termais a um público plural (em termos de motivações) deverá ser pautada por algumas exigências essenciais como a complementaridade da oferta, a existência de recursos humanos qualificados e de uma estrutura física do estabelecimento termal confortável, atrativa e adaptada aos diversos tipos de cliente, exigências pautadas por um parâmetro transversal, a qualidade. Neste âmbito, a maior parte (75%) é favorável à categorização qualitativa das estâncias termais (5, 4, 3 estrelas), como forma de diferenciar serviços, promovendo altos patamares de qualidade e uma melhor base de informação à decisão do cliente, já que para 62,5% dos inquiridos, existem estâncias termais de má qualidade a operar em Portugal sendo necessário, na sua opinião, que haja um controlo mais rigoroso no que concerne à qualidade das mesmas e dos seus serviços.

Neste sentido, metade dos inquiridos (50%) defende um modelo de gestão de natureza privada para que a concorrência seja uma realidade em igualdade de circunstâncias.

Em termos da influência da falta ou incipiente ordenamento e planeamento dos territórios termais na atratividade e dinâmica das estâncias, este parece ser um tema de pouco interesse para os inquiridos a avaliar pelas não-respostas (50%), no entanto, as quatro respostas obtidas avançam que constitui um fator negativo, tendo em conta que há uma afetação ao nível da imagem, da acessibilidade, dos estilos de vida, da própria sociabilização assim como uma diminuição da qualidade de vida. A outra escala, 75% dos inquiridos concorda que é necessária a elaboração de um plano de ação para as estâncias termais nomeadamente ao nível da coordenação dos investimentos, da aplicação de objetivos e alvos a cumprir, constituindo um meio para a criação de linhas orientadoras que sirvam de base para a atividade termal e serviços relacionados.

Todos os inquiridos revelam quatro ou mais meios de promoção das estâncias termais dos quais se destaca as páginas na internet, panfletos, feiras e certames que são transversais a todas mas, apenas dois inquiridos afirmaram participar em eventos internacionais (Carvalhal e S. Pedro do Sul).

Segundo a maior parte dos inquiridos as estâncias que gerem/administram não fazem parte de nenhum circuito ou rota turística regional, e apenas duas referem a

respetiva região turística em que se inserem, no caso Região de Turismo do Dão-Lafões, revelando um desconhecimento e alheamento no que à pertença a um grupo diz respeito. Contudo, grande parte da amostra, 6 inquiridos, admitiu manter algum tipo de relação de complementaridade e troca mútua de sinergias com outros elementos do *cluster* termal indicando como principais parceiros o setor da hotelaria e restauração.

Os vários constrangimentos apontados tanto ao setor como à estância que gerem/administram, ao nível da falta de divulgação e promoção, de investimento, de mão de obra qualificada, de alojamento qualificado, de atividades e serviços complementares, da envolvente desqualificada e estruturas físicas dos balneários desatualizadas, levam os inquiridos a encararem o futuro do termalismo português com algumas reservas apesar das capacidades que lhe reconhecem, mostrando-se bem mais otimistas em relação à respetiva estância da qual são responsáveis.

No término do questionário, os inquiridos enumeram um conjunto de fatores necessários às estâncias termais portuguesas para alcançarem o estatuto e dinâmica de muitas estâncias europeias, do qual se destaca a regulamentação, a organização, a fiscalização, a requalificação das infraestruturas e a aposta na mão de obra qualificada, a construção de uma proposta com valor, a promoção associada a fortes campanhas de marketing e publicidade e a captação de investimento, como os principais.

Esta fase da investigação, suportada pelos questionários realizados aos atuais responsáveis pela oferta termal na região TCP, corrobora o modelo de desenvolvimento para as estâncias termais que se tem vindo defender nesta investigação, um modelo que não é de toda uma novidade, pois outros estudos já o demonstraram, muito embora tarde a sua aplicação em moldes sustentáveis e sustentados. Trata-se de um modelo assente na complementaridade e articulação entre duas vertentes, a terapêutica clássica e a de saúde e bem-estar aliada à componente de turismo e lazer.

Esta conclusão geral retirada dos questionários é consolidada por um conjunto de outras linhas que sobressaem da sua análise, das quais se destacam:

- o reconhecimento dos principais constrangimentos ao pleno desenvolvimento da atividade termal em Portugal e na região TCP;
- o reconhecimento da necessidade urgente na reestruturação e revitalização do setor termal através da complementaridade e articulação entre vertentes (terapêutica, saúde e bem-estar e turística) como um caminho fundamental à revitalização e viabilização, tanto económica como social, das estâncias termais;

- o reconhecimento do valor acrescentado conferido às estâncias termais e consequentemente aos territórios, assente na diversificação dos novos programas de saúde e bem-estar, atividades e serviços de cariz turístico que atraem um público cada vez mais plural e na otimização dos diversos recursos territoriais base desde a água medicinal aos “patrimónios” das estâncias termais, transformando-as em espaços multifuncionais onde é possível a coexistência entre segmentos diferentes, mas complementares;
- a perceção com algumas reservas quanto ao futuro das estâncias termais portuguesas mas bastante mais otimista quando se trata do grupo de estâncias em estudo, não obstante as capacidades que detêm e as oportunidades que se lhes reservam.

No sentido de melhor sustentar esta investigação e os seus principais objetivos, estava contemplada ainda uma auscultação a outro conjunto de atores territoriais, os diversos serviços turísticos no âmbito do alojamento, da cultura, através de museus e núcleos museológicos e da restauração, relacionados direta ou indiretamente com as estâncias termais, numa tentativa de perceber o papel de cada um no seio do *cluster* termal e as relações de complementaridade que estabeleciam, ou não, entre si, e as suas perspetivas quanto ao produto e seu desenvolvimento nos territórios onde se inserem.

Numa primeira abordagem, procedeu-se ao envio dos questionários (anexo III) por via correio eletrónico e à sua entrega de forma presencial, tendo sido devolvidos apenas 6. Numa segunda fase foram enviados 100 questionários, distribuídos pelos quatro pólos de marca turística da região TCP, tendo sido devolvidos 14, onde os resultados finais perfaziam menos de 20% do total da amostra, logo não representativos.

Neste sentido, e como não foi atingida, pelo menos, metade da amostra, optou-se por não apresentar qualquer consideração a seu respeito.

## 10. Análise *SWOT* (*strengths, weaknesses, opportunities and threats*) do turismo de saúde e bem-estar/turismo termal na região TCP

Neste ponto realiza-se uma síntese integradora das análises efetuadas sobre a avaliação da situação de referência (Anexo I) e dos questionários, procurando identificar-se os principais fatores positivos e obstruentes suscetíveis de influenciar a revitalização e o desenvolvimento do produto de saúde e bem-estar, na vertente das estâncias termais, na região Centro.

A necessária análise mais global do produto de saúde e bem-estar é o mote para a análise realizada ao nível de cada estância, uma abordagem mais específica que permite descortinar as realidades singulares de cada unidade. O diagnóstico estratégico apresentado sob a forma de modelo *SWOT* (quadro 31) compreende uma matriz relacional de pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças, segundo uma vertente interna e externa, cuja leitura integrada permite evidenciar as vantagens competitivas, as potencialidades mas também as fragilidades e vulnerabilidades, constituindo-se como base da construção de um conjunto de objetivos e medidas adequados a cada realidade.

Quadro 31: Matriz *SWOT* do turismo de saúde e bem-estar na região TCP

Matriz <i>SWOT</i>	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
OPORTUNIDADES	<p>Vantagens competitivas Vantagens comparativas Grau de competitividade Potencialidades</p> <p>↓</p> <p>Tirar o máximo partido dos pontos fortes para aproveitar ao máximo as oportunidades detetadas.</p>	<p>Estratégias com resultados menos bem conseguidos Vulnerabilidades e fragilidades Necessidade de introduzir mudanças</p> <p>↓</p> <p>Desenvolver estratégias que minimizem os efeitos negativos dos pontos fracos e que em simultâneo aproveitem as oportunidades emergentes.</p>
AMEAÇAS	<p>Capacidade de defesa Medidas de sustentabilidade</p> <p>↓</p> <p>Tirar o máximo partido dos pontos fortes para minimizar os efeitos das ameaças detetadas.</p>	<p>Situações vulneráveis de todos os sistemas</p> <p>↓</p> <p>As estratégias a desenvolver devem minimizar ou ultrapassar os pontos fracos e, tanto quanto possível, fazer face às ameaças.</p>

Fonte: Adaptado de SANTOS (1990) e CMM (2007)

Esta matriz sugere a delineação de estratégias, de forma mais sustentada, que conduzam à maximização das oportunidades do ambiente, e construídas sobre os pontos

fortes de cada unidade termal e à minimização das ameaças, bem como à redução dos efeitos dos pontos fracos das mesmas.

Não obstante um conjunto de elementos que são transversais à maioria das estâncias termais portuguesas, foram identificados um conjunto de elementos chave em cada um dos vetores da matriz *SWOT* que caracterizam de forma geral o produto de saúde e bem-estar na região TCP (quadro 32).

Esta região detém uma posição privilegiada no que diz respeito às propriedades medicinais das águas minerais, ricas e diversificadas, e à quantidade e dimensão das estâncias termais que aqui se localizam. O desenvolvimento do segmento de saúde e bem-estar que se tem vindo a consolidar nos últimos anos, a inserção em territórios historicamente e patrimonialmente ricos a vários níveis, assim como as ótimas acessibilidades, nomeadamente rodoviárias, constituem os principais pontos fortes.

Este conjunto constitui o ponto de partida para o aproveitamento das oportunidades que a realidade externa oferece sobretudo quando a região Centro se posiciona como prioritária para o desenvolvimento do turismo de saúde e bem-estar.

Assiste-se a uma preocupação crescente com a saúde e com o bem-estar, o que se traduz num aumento de clientes efetivos e potenciais com esta motivação. Note-se que a região Centro tem tido um crescimento médio anual de cerca de 23%, e tendo em conta que é um segmento que se encontra em fase embrionária nesta região, goza de uma margem de progressão muito grande. O facto de o Centro deter um conjunto de outros recursos e produtos que lhe conferem notoriedade turística e capacidade suficiente por si só para atrair clientes, constitui uma oportunidade para a construção de um produto completo e competitivo.

A Estratégia de Eficiência Coletiva - PROVERE, especificamente direccionada para a revitalização das estâncias do Centro constitui, neste momento, uma das principais e mais cruciais oportunidades das estâncias nomeadamente em termos de intervenções de requalificação das estruturas físicas, da organização e promoção assim como, a aposta na promoção cada vez mais eficaz por parte do TCP e o facto de se inserirem em ambiências paisagísticas naturais cuja exploração turística não está esgotada, muito pelo contrário, em alguns casos está mais do que subaproveitada, perfilam-se igualmente como grandes oportunidades do setor.

Contudo, é necessário apontar um conjunto alargado de constrangimentos internos. Pese embora as ações em curso e previstas ao nível da requalificação, alargamento e modernização dos estabelecimentos termais, subsistem exemplos de

degradação e desadequação de infraestruturas e equipamentos às novas realidades e mercados podendo motivar a perda de clientes, de deficiência e até mesmo carência em termos de estruturas de apoio à atividade turística, nomeadamente do alojamento, do comércio, da restauração e animação turística, de promoção e divulgação do produto a nível nacional e internacional, de organização e integração num modelo compósito, de ser ainda incipiente a oferta do segmento de saúde e bem-estar, de predominar uma clientela doméstica, envelhecida, motivada pela cura e com fraca capacidade económica, e de haver dificuldades de captação de investimento para este segmento do produto, nomeadamente estrangeiro.

Este conjunto de fragilidades tende a agudizar e empolar os efeitos das ameaças que se verificam. A associação cada vez mais estreita do produto de saúde e bem-estar ao conceito de *Spa* e a urgência em dotar as estâncias termais de *Spas* por forma a manterem-se competitivas com outras ofertas, nomeadamente a dos hotéis, poderá motivar as estâncias termais a incorrer numa atitude de relegar progressivamente para segundo plano a vertente terapêutica, assim como a proliferação de *Spas*, como já foi referido, associados a outro tipo de oferta, poderá anular os argumentos das estâncias ao captar essa clientela.

A proximidade geográfica entre estâncias (pólo de Dão-Lafões) pode constituir uma ameaça à competitividade sustentável e sustentada se não houver cooperação e integração.

Em suma, são vários os pontos fortes que poderão elevar os níveis de competitividade das estâncias termais se forem aproveitadas todas as oportunidades que vêm surgindo a este setor e suprimidos os muitos constrangimentos que ainda se verificam.



Quadro 32: Análise *SWOT* ao panorama termal na região TCP

Análise Interna	Pontos fortes	Pontos Fracos
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Região Centro reúne, no momento, o maior número de instalações termais em funcionamento, com presença nos 4 pólos territoriais, com elevado potencial;</li> <li>• Estâncias termais com história e tradição;</li> <li>• Recursos naturais/hidrológicos diversificados e qualificados, únicos no país;</li> <li>• Riqueza e diversidade do património termal com elevado valor cultural e arquitetónico, suscetíveis ao aproveitamento turístico;</li> <li>• Localização das termas em territórios ricos em termos ambientais e patrimoniais e com potencial paisagístico;</li> <li>• Maior número de frequentadores (clássicos e de bem-estar);</li> <li>• Localização da principal estância portuguesa - S. Pedro do Sul;</li> <li>• Programas de saúde e bem-estar em 9 das 11 estâncias termais do centro;</li> <li>• Localização de uma tipologia diversificada de estâncias em termos de qualidades terapêuticas;</li> <li>• Localização de 2 estâncias com período de funcionamento anual;</li> <li>• Ótimas acessibilidades rodoviárias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalações antigas, decadentes, pouco sofisticadas e modernas com equipamentos obsoletos e desajustados à realidade da procura atual;</li> <li>• Degradação dos “patrimónios termais”;</li> <li>• Incipiente qualidade arquitetónica e urbanística de alguns edifícios, principalmente balneários termais;</li> <li>• Subaproveitamento dos recursos patrimoniais, do espaço e territórios termais;</li> <li>• Ausência e/ou desqualificação da oferta hoteleira em alguns territórios termais;</li> <li>• Falta de alojamento “<i>low cost</i>”, qualificado, dirigido a estratos sociais mais baixos e jovens;</li> <li>• Comércio local de dimensão reduzida, pouco variado e pouco modernizado;</li> <li>• Baixos fluxos de turistas e termalistas em algumas estâncias;</li> <li>• Clientela termal é maioritariamente da classe média e baixa, envelhecida (reformados), do sexo feminino e com poucos recursos económicos;</li> <li>• Envelhecimento da população e fraco dinamismo económico dos territórios termais;</li> <li>• Pouca diversificação do mercado estrangeiro (é maioritariamente portugueses);</li> <li>• Exclusiva dedicação à vertente terapêutica durante muitos anos;</li> <li>• Oferta do produto termal demasiado vocacionada para a vertente e cliente clássico refletindo-se tanto na sazonalidade da atividade como na baixa taxa de ocupação dos hotéis termais (época baixa);</li> <li>• Fraca dinamização de oferta complementares (desporto, organização de eventos,...);</li> <li>• Pouca especialização e diversificação do segmento de saúde e bem-estar;</li> <li>• Atraso no desenvolvimento do segmento de saúde e bem-estar em relação a outros países europeus;</li> <li>• Descrédito da terapia termal no seio da comunidade médica e das pessoas por falta de investigação científica das águas;</li> <li>• Ausência de uma política consistente e efetiva de marketing e comunicação;</li> <li>• Fraca ou inexistente promoção e divulgação turística das termas e da oferta hoteleira;</li> <li>• Fraca promoção nacional e internacional do produto/marca “Termas de Portugal” e ausência de uma estratégia integrada e concertada da oferta existente no país;</li> <li>• Informação incipiente e desatualizada, principalmente publicidade online;</li> <li>• Falta de uma marca, slogan e logótipo associado ao turismo de saúde bem-estar, na região Centro e sua promoção internacional;</li> <li>• Ausência de estruturação, integração e cooperação com outros produtos e serviços turísticos do <i>cluster</i> turístico/termal e territórios onde se inserem;</li> <li>• Deficiente ou até ausente animação termal;</li> <li>• Falta de capacidade técnico-finaceira e fraca capacidade de atração de investimento;</li> <li>• O modelo de gestão/administração de algumas termas.</li> </ul>

## Oportunidades

- Um dos 10 produtos estratégicos apresentados pelo PENT e Produto de prioridade 2 no TCP;
- Região Centro prioritária para o desenvolvimento do turismo de saúde e bem-estar;
- Centro com grande capacidade competitiva pois reúne o maior número de estâncias em atividade e durante todo ano e, cada vez mais qualificadas;
- Matriz antiga da existência de instalações com história e tradição;
- Produto com uma margem ainda muito grande de progressão na região Centro;
- Notoriedade do destino turístico da região Centro (praias com qualidade, diversidade paisagística, ruralidade, cidades históricas, golfe, modernidade, história e tradição,...)
- Construção e remodelação de estabelecimentos termais e balneários e equipamentos, com maiores capacidades e certificados;
- Ligação da Região Centro à Região de Castela e Leão (Mercado Ibérico);
- Motivação primária e secundária de 3 e 7 milhões de viagens na Europa (2004);
- Setor com um crescimento potencial de 5 a 10% ao ano no território europeu;
- Elevado poder de compra dos principais mercados emissores estrangeiros;
- Os projetos de revitalização em curso ou programados como o PROVERE;
- Novas motivações dos mercados pós-modernos onde cresce a preocupação com a saúde e bem-estar, a motivação saúde e bem-estar assim como das despesas inerentes;
- Crescimento médio anual de 23% da vertente de saúde e bem-estar em Portugal e de 11,3% entre 2008 e 2009 na região Centro;
- Crescimento da propensão para viajar e melhoria das acessibilidades e transportes;
- Fragmentação dos períodos de férias por vários períodos do ano (redução da sazonalidade);
- Estâncias termais como os principais pólos de desenvolvimento e dinamização das economias locais rurais, fatores de fixação de população e aproximação do litoral e interior, importantes no atenuar de assimetrias regionais nas áreas interiores;
- Crescente procura de espaços originais para realização de eventos lúdico-turísticos;
- Planos de marketing associados a outros produtos turísticos regionais importantes;
- Existência de produtos regionais (gastronomia, vinhos, golfe, caça, etc.) capazes de atrair clientes para o produto termas;
- Maior parte das termas servidas por excelentes vias de comunicação (terrestres);
- Aumento da publicidade/promoção ao produto saúde e bem-estar por parte do TCP;
- Existência de edifícios suscetíveis de reconversão para alojamento turístico;
- Qualidade e diversidade do património/enquadramento territorial;
- O excelente clima/desempenho posição da atividade turística da região Centro;
- A potencialidade de exploração de 3 segmentos de negócio complementares ao termalismo: engarrafamento de águas, geotermia e cosmética;
- Aproveitamento do potencial da vertente terapêutica oferecendo uma gama de serviços com grande poder de prolongamento de estadia;
- Saturação de alguns destinos turísticos tradicionais.

## Ameaças

- O retorno económico da exploração não é suficiente o que se reflete na pouca modernização e nas diferenças da oferta disponibilizada;
- Massificação turística de alguns espaços termais que não estejam preparados, em termos de infraestruturas e equipamentos;
- Estrangulamento/asfixia da importância das estâncias pela proliferação de *Spas* e *Spas* nos hotéis, de elevada qualidade, na área de influência das mesmas;
- Proliferação de *Spas* não qualificados pondo em causa a imagem e objetivos do turismo de saúde e bem-estar;
- Progressiva transformação das estâncias termais em *Spas* relegando ou até mesmo aniquilando o termalismo clássico;
- Progressiva associação do produto de saúde e bem-estar aos *Spas* e esquecimento das estâncias termais;
- Descaracterização dos territórios termais devido à inexistência de planos de ordenamento do território e construção desenfreada (pressão urbanística);
- Desaparecimento de património termal por degradação e abandono;
- Progressiva perda de clientela tradicional, de bem-estar e turística por falta de condições de acolhimento várias;
- Concorrência externa, nomeadamente de Espanha e França, países que já detêm uma oferta de elevada qualidade, com uma vasta e diversificada oferta complementar de produtos e serviços, tanto a nível de saúde e bem-estar como turísticos e lúdicos, com reconhecimento internacional;
- A redução crescente das participações de tratamentos termais pode contribuir para o afastamento de clientela, nomeadamente a mais envelhecida;
- Falta de investigação científica permanente na descoberta de novas características, aplicações e finalidades para as águas termais leva à falta de confirmação e potencialização das características medicinais das águas, principalmente junto da comunidade médica;
- Proximidade geográfica das estâncias da região Centro, nomeadamente no pólo Viseu/Dão Lafões;
- O caráter demasiado repulsivo de determinadas áreas (espaços rurais) e o despovoamento onde se inserem as termas, prejudicando a sua dinâmica e atratividade;
- O perigo de incêndios florestais nas áreas de inserção das termas, maioritariamente em vales, rodeadas de material inflamável como os eucaliptos.

### 10.1. Análise SWOT de cada estância termal

A análise individual pormenorizada realizada a cada uma das 11 estâncias localizadas no território do TCP permitiu descortinar e especificar um conjunto de fatores tangíveis e intangíveis traduzidos nos principais pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças, com impacto ao nível da competitividade entre as próprias e no seio da atividade turística, e ao nível da rentabilidade destes estabelecimentos termais, que justificam e pesam cada vez mais nas opções dos mercados da procura.

Esta análise, para além de permitir verificar alguns fatores restritos a cada realidade (quadros 33 a 43), possibilitou igualmente descortinar padrões e associações entre as mesmas através da transversalidade em relação a determinados fatores.

As águas minerais com características medicinais constituem o ponto forte nuclear destacando-se como o fator tangível mais importante. Neste âmbito, refere-se as características térmicas das águas, em 9 das 11 termas, onde S. Pedro do Sul constitui o exemplo do melhor aproveitamento em seu benefício e da própria comunidade.

No entanto, existem outros fatores que conferem a determinadas estâncias uma maior competitividade relativamente a outras. Falamos de infraestruturas e equipamentos modernos, no caso de S. Pedro do Sul (figura 18) e Monfortinho, fruto de intervenções operadas num passado recente mas que se transformam rapidamente no principal constrangimento quando se trata de estâncias como Vale da Mó (figura 19) ou Ladeira de Envendos, que são as que apresentam uma estrutura tanto termal como turística mais débil, resumindo-se quase em exclusivo ao próprio balneário ou à fonte termal.



Fonte: Da autora (2009)



Fonte: Da autora (2009)

Figura 18: Balneário D. Afonso Henriques, na estância termal de S. Pedro do Sul

Figura 19: Fonte termal, na estância termal de Vale da Mó

A localização e envolvência natural e paisagística, comum à maioria das estâncias deste conjunto, assumem particular relevância na senda dos fatores intangíveis mais importantes à atividade turística, nomeadamente do segmento de saúde e bem-estar, por partilharem valores como o bem-estar, a harmonia, o sossego, a calma, a paz. Assim, o facto de se localizarem em ambiências naturais, nomeadamente nas margens de rios como Alcafache, Sangemil (figura 20) ou S. Pedro do Sul, inseridas em parques como a Curia (figura 21) ou nas encostas de elevações montanhosas como o Luso, Vale da Mó ou Felgueira, constitui um elemento fundamental na diferenciação e atratividade destes destinos termais.



Fonte: Da autora (2010)



Fonte: Da autora (2010)

Figura 20: Vista sobre as termas de Sangemil, situadas nas margens do rio Dão

Figura 21: Vista sobre o lago das termas da Curia, inseridas num parque

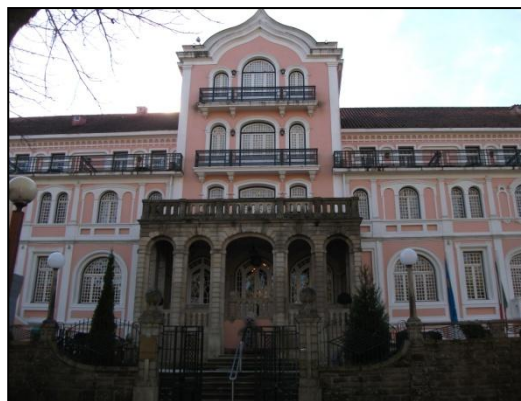
Intrinsecamente relacionado com a paisagem e património natural está o património construído que, por via da harmonia que é estabelecida entre os traços da paisagem e traça arquitetónica, bela e elegante, dos edifícios, a maior parte remanescentes da *belle époque* dos finais do século XIX, inícios do século XX, constitui um dos elementos intangíveis fortes que as estâncias termais dispõem.

Dos exemplos de arte nova na Curia ou S. Pedro do Sul (figuras 22 e 23) a outros que, mesmo sem estilo arquitetónico definido, constituem exemplos elegantes dos edifícios de outrora (figuras 24 e 25), cujas linhas nos aguçam e despertam o imaginário assim como nos conseguem transportar para os tempos áureos, dinâmicos e cintilantes das estâncias termais.





Fonte: Da autora (2010)



Fonte: Da autora (2010)

Figura 22: Palace Hotel, na estância termal da Curia

Figura 23: Antigo Palace Hotel, na estância termal de S. Pedro do Sul



Fonte: Da autora (2010)



Fonte: Da autora (2010)

Figura 24: Restaurante Villa Rosa (antiga Pensão Rosa), na estância termal da Curia

Figura 25: Moradia particular, na estância termal do Luso

As oportunidades identificadas neste território são cruciais na transformação deste conjunto de pontos fortes em efetivos elementos de competitividade, a partir dos quais, se deverá tirar o máximo partido. Demonstrou-se, embora de forma sucinta, que os territórios onde se localizam as estâncias termais são patrimonialmente ricos e diversificados (natural, cultural e historicamente), constituindo ferramentas essenciais à construção de um produto composto capaz de despertar no turista a motivação necessária para o eleger como o seu destino turístico. Neste sentido, os grandes centros urbanos desta região, Aveiro, Coimbra, Viseu e Castelo Branco, constituem referências âncora importantíssimas.

Ainda ao nível das oportunidades, salientam-se como preponderantes o conjunto das várias intervenções que estão programadas e que têm sido levadas a cabo, embora ainda que de forma residual e pouco visível, através de diversos planos e programas de desenvolvimento territoriais, onde se destaca o PROVERE – Valorização das Estâncias Termais do Centro, como uma oportunidade de mudança, de requalificação e revitalização não só das estruturas físicas como da atividade, e de suprimir muitas das vulnerabilidades e fragilidades que ao longo dos anos se têm vindo a acumular e agudizar.

Os principais problemas que estas estâncias apresentam são partilhados entre elas especificamente ao nível estrutural, organizacional e de integração com os diversos segmentos do *cluster*, e também ao nível promocional. O problema estrutural mais evidente na maioria das estâncias é a desadequação da estrutura física dos balneários e dos equipamentos às novas valências, ou seja, a falta de uma separação física entre a prática de termalismo clássico e o de saúde e bem-estar.

Salienta-se igualmente os constrangimentos verificados ao nível das estruturas e equipamentos de apoio à atividade turística como o setor da hotelaria, onde em algumas prolifera o alojamento informal e desqualificado assim como a degradação dos edifícios (figuras 26 e 27), da restauração e do comércio, na maioria desqualificados e desadequados, na estrutura e produtos comercializados (figuras 28 e 29), e da animação turística, principalmente nas estâncias mais isoladas territorialmente e menos dinâmicas em termos de frequência, o que acaba por ser um fator justificativo desta mesma carência.



Fonte: Da autora (2010)

Figura 26: Pensão Carvalho, na estância termal de Sangemil



Fonte: Da autora (2010)

Figura 27: Cartaz de anúncio ao aluguer de quartos, na estância termal do Luso



Fonte: Da autora (2010)



Fonte: Da autora (2010)

Figura 28: Comércio de artesanato e outros produtos, no parque termal da Curia

Figura 29: Comércio de produtos agrícolas, na rua de acesso às termas de Alcafache

Neste território verificam-se situações de efetiva inexistência destes elementos o que inviabiliza o desenvolvimento da atividade turística em estâncias como Vale da Mó, Ladeira de Envendos, Sangemil, Carvalhal, Cavaca e Alcafache.

A deficiente organização e integração dos elementos do *cluster* têm inviabilizado o desenvolvimento de um produto compósito que seja capaz de satisfazer as necessidades turísticas de um público cada vez mais exigente.

No campo das ameaças, regista-se o perigo de incêndios florestais, comum a praticamente todas as estâncias termais, tendo em conta que a maioria dos estabelecimentos está rodeado por uma componente florestal bastante forte onde predominam espécies exóticas, com destaque para o eucalipto e a acácia (figuras 30 e 31). Esta ameaça não raras as vezes já se tornou uma realidade.



Fonte: Da autora (2009)



Fonte: Da autora (2010)

Figuras 30 e 31: Enquadramento florestal da estância termal de S. Pedro do Sul e do Luso



Ainda neste âmbito, é essencial não se subestimar o facto de existir um leque de estâncias termais, o que se insere no pólo Dão-Lafões, cuja proximidade física pode não constituir uma oportunidade no campo da concorrência saudável e necessária à elevação dos padrões de qualidade, mas sim, uma ameaça real à sobrevivência das estâncias se a convivência entre as mesmas não for pautada por valores de complementaridade e de integração de oferta, e acima de tudo, de diferenciação para que não se corra o risco de sobreposições e anulações de umas face a outras.

Como já referimos, as estâncias de Vale da Mó e Ladeira de Envendos são as que apresentam uma estrutura mais frágil, sendo a primeira bastante rudimentar, podendo até incorrer num processo gradual de perda de afluência e consequente decadência. Noutra abordagem em termos de decadência encontram-se as estâncias termais da Curia, S. Pedro do Sul, Carvalhal, Sangemil, Felgueira e Alcafache (figuras 32 a 37), que em comum com as restantes têm o facto de serem detentoras de um vasto espólio de valores patrimoniais, nomeadamente no âmbito do património construído, o que constitui por si só um ponto forte, como já foi referido anteriormente.



Fonte: Da autora (2010)

Figura 32: Hotel Boavista, na estância termal da Curia



Fonte: Da autora (2010)

Figura 33: Antigos edifícios comerciais, no parque termal da Curia

Contudo, em quase todas, há exemplos da degradação e alienação deste mesmo património, votados à ruína há vários anos, constituindo por isso um ponto fraco ao nível da imagem da estância, que em alguns casos, é tão avançada que ameaça ruir e desaparecer. E, neste sentido, não desaparece só o elemento físico e material, mas tudo o que cada um deles representa em termos de valores intangíveis, a história, a cultura e a vivência, impossíveis de recuperar.





Fonte: Da autora (2009)

Figura 34: Antiga Pensão Astúrias, na estância termal do Carvalhal



Fonte: Da autora (2009)

Figura 35: Termas Romanas, na estância termal de S. Pedro do Sul



Fonte: Da autora (2010)

Figura 36: Antiga sala de jogos, na estância termal de Alcafache



Fonte: Da autora (2009)

Figura 37: Antiga Pensão Maia, na estância termal da Felgueira

Com base no que está previsto e nos discursos dos gestores/administradores das estâncias termais, a tendência é para que as vulnerabilidades, principalmente ao nível estrutural, que ainda se verificam e que em muitos casos comprometem a sustentabilidade e rentabilidade da atividade termal e turística, sejam contornadas e suprimidas e as oportunidades sejam encaradas como um meio privilegiado de maximização das vantagens transformando-os em fatores de diferenciação e concomitantemente de competitividade.

Quadro 33: Termas de Monfortinho

Pontos fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propriedades terapêuticas das águas</li> <li>• Infraestruturas e equipamentos modernos</li> <li>• Organização do balneário</li> <li>• Segmento de saúde e bem-estar muito desenvolvido</li> <li>• Localização, enquadramento territorial, ambiência</li> <li>• Qualificação urbana</li> <li>• Aproveitamento geotérmico das águas termais (28°) na balneoterapia</li> <li>• Formação e profissionalismo da equipa termal</li> <li>• As atividades de animação turística (turismo ativo e de natureza - campos de ténis, percursos pedestres, equestres e de BTT, passeios de burro, em veículos 4x4, passeios na barragem de caiaque e “gaivota”, escalada, caçadas, “safaris fotográficos” e “<i>bird watching</i>”)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sazonalidade vincada da atividade e frequência termal</li> <li>• Sazonalidade do emprego termal</li> <li>• Distância física ao centro urbano mais próximo, português – Castelo Branco (isolamento)</li> <li>• Falta do setor da restauração e comércio</li> <li>• A localidade termal não dispõe de um conjunto arquitetónico harmonioso</li> <li>• Pouca diversificação da oferta em termos de alojamento, algum alojamento não recenseado/qualificado</li> <li>• Animação termal incipiente</li> </ul>
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Os projetos de revitalização e requalificação previstos no âmbito do PROVERE</li> <li>• Os projetos previstos no âmbito do PTDBIS</li> <li>• Construção do IC 31 e proximidade a Espanha</li> <li>• Melhoria das acessibilidades rodoviárias (A23)</li> <li>• A qualidade e sofisticação do alojamento existente</li> <li>• Biodiversidade e diversidade de património natural e geológico (geosítios),</li> <li>• O rio Erges e rio Tejo, a Serra da Penha Garcia</li> <li>• Diversidade de património histórico e cultural (museus, Aldeias Históricas, artesanato, gastronomia, Castelos (roteiros temáticos))</li> <li>• Património construído</li> <li>• A natureza envolvente, considerado um destino de turismo de Natureza de nível internacional</li> <li>• Clube de Pesca e Tiro com um Percurso de Caça</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perigo de incêndios florestais</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria com base em trabalho de campo e questionários

Quadro 34: Termas da Ladeira de Envendos

Pontos fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propriedades terapêuticas das águas</li> <li>• Localização e envolvência bucólicas</li> <li>• Aproveitamento geotérmico das águas termais (22°) na balneoterapia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Época termal pequena, sazonalidade vincada</li> <li>• Falta de alojamento qualificado</li> <li>• Falta do setor da restauração e comércio</li> <li>• Falta de investimento</li> </ul>
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biodiversidade e diversidade de património natural e geológico (geosítios)</li> <li>• Diversidade de património histórico e cultural</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perigo de incêndios florestais</li> <li>• Perda de importância em termos de frequência</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria com base em trabalho de campo e questionários

Quadro 35: Termas do Luso

Pontos fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riqueza hidrológica das águas e propriedades terapêuticas</li> <li>• Aproveitamento geotérmico das águas termais (27°) na balneoterapia</li> <li>• Exploração das águas minero-medicinais para engarrafamento</li> <li>• Localização territorial e envolvimento</li> <li>• Biblioteca e núcleo museológico no antigo casino</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pouca especialização e diversificação do segmento de saúde e bem-estar (pacotes e programas)</li> <li>• Alguma desqualificação urbanística</li> <li>• Degradação de património (edificações)</li> <li>• Deficiente animação termal, concentrada na época alta (sazonalidade)</li> <li>• Alguma desqualificação do setor da restauração</li> </ul>
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Os projetos de revitalização e requalificação previstos no âmbito do PROVERE</li> <li>• Quantidade, qualidade, e diversidade do alojamento</li> <li>• Boas acessibilidades e sinalética</li> <li>• Serra e Mata Nacional do Buçaco: biodiversidade e diversidade de património natural/florístico/faunístico, diversidade de património histórico e cultural e construído</li> <li>• Proximidade a dois grandes centros urbanos como Coimbra e Aveiro e à diversidade de património histórico e cultural que detêm</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perigo de incêndios florestais (matéria inflamável como eucalipto e acácia)</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria com base em trabalho de campo e questionários

Quadro 36: Termas de Vale da Mó

Pontos fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propriedades terapêuticas únicas das águas</li> <li>• Enquadramento ambiental - faldas da Serra do Caramulo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de alojamento, nenhuma unidade de alojamento qualificada</li> <li>• Alojamento informal não qualificado</li> <li>• Falta do setor da restauração e comércio</li> <li>• Deficientes acessos</li> <li>• Degradação do espaço envolvente</li> <li>• Carência de promoção e divulgação</li> <li>• Ausência de animação termal</li> <li>• Falta de investimento</li> <li>• Rodeada de material inflamável (eucaliptos)</li> </ul>
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projetos de requalificação previstos (PROVERE)</li> <li>• Estância pouco explorada e com grande potencialidade de desenvolvimento</li> <li>• O enquadramento paisagístico - faldas da Serra do Caramulo</li> <li>• Proximidade à Serra do Buçaco</li> <li>• Localização entre dois grandes centros urbanos – Coimbra e Aveiro e à diversidade de património histórico e cultural que detêm</li> <li>• O rio/vale</li> <li>• Diversidade florística</li> <li>• Localização próxima da Barragem da Gralheira</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perda sucessiva de clientes</li> <li>• Encerramento definitivo das termas e consequente desaparecimento</li> <li>• Localização de 2 termas com mais e melhores serviços e por isso mais competitivas (Luso e Curia)</li> <li>• Perigo de incêndios florestais</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria com base em trabalho de campo e questionários

Quadro 37: Termas da Curia

Pontos fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propriedades terapêuticas das águas</li> <li>• Qualidade do serviço prestado e do ambiente global da estância</li> <li>• Higiene e limpeza do estabelecimento termal</li> <li>• Período de funcionamento anual</li> <li>• Diversidade de programas de saúde e bem-estar</li> <li>• O parque termal de grandes dimensões (envolvente)</li> <li>• Património edificado e florístico</li> <li>• Beleza e elegância arquitetónica</li> <li>• O lago artificial</li> <li>• Equipamentos desportivos (<i>courts</i> de ténis, campo de basquete, circuito de manutenção, ginásio)</li> <li>• História e tradição</li> <li>• Uma das principais estâncias termais e turísticas do país</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Degradação dos edifícios no parque termal (o Hotel Boavista, antiga Casa de Chá, antigo Casino, pequenos espaços comerciais) e na aldeia termal</li> <li>• Degradação do património florístico</li> <li>• Poluição do lago (lixo, matéria orgânica e odor)</li> <li>• Amontoamento de matéria orgânica (folhagem e ramagem das árvores) nos caminhos pedonais (parque), na restante área e nos passeios</li> <li>• Excesso de carros dentro do perímetro termal, sobretudo na parte da frente</li> <li>• Sazonalidade da atividade</li> <li>• Deficiente animação termal (sazonal)</li> <li>• Deficiente promoção</li> <li>• Informação desatualizada e desorganizada no endereço eletrónico</li> <li>• Fracos recursos humanos (pouca qualificação)</li> <li>• Falta de investimento</li> <li>• Encerramento e degradação de algumas unidades de alojamento</li> <li>• Falta de alojamento <i>low cost</i> qualificado</li> <li>• Setor do comércio e restauração pouco diversificado</li> <li>• Existência de edifícios que contrastam radicalmente com a harmonia arquitetónica global</li> <li>• Passeios e estradas degradadas</li> </ul>
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projetos e investimento previsto no âmbito do PROVERE</li> <li>• A diversidade de “patrimónios termais”</li> <li>• A inserção num grande parque arborizado (14 ha)</li> <li>• Localização estratégica entre a serra e o mar</li> <li>• Localização entre dois grandes centros urbanos – Coimbra e Aveiro e à diversidade de património histórico e cultural que detêm</li> <li>• Boas acessibilidades (rodoviária e ferroviária)</li> <li>• Qualidade do alojamento em funções</li> <li>• Localização do campo de golfe</li> <li>• Localização próxima do hipódromo e velódromo</li> <li>• Período de funcionamento anual</li> <li>• Proximidade ao rio Cértima</li> <li>• Presença em feiras nacionais regionais como a EXPOFACIC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ruína e consequente desaparecimento de algumas edificações no parque termal (ex.: Hotel Boavista, Casa de Chá)</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria com base em trabalho de campo e questionários

Quadro 38: Banho de Alcafache

Pontos fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propriedades terapêuticas das águas</li> <li>• Temperatura de 50°/51° na captação da água termal, aproveitamento geotérmico na balneoterapia e vertente de saúde e bem-estar e no aquecimento ambiente das instalações, durante o inverno, e do chão e camas de cerâmica</li> <li>• Qualidade do serviço termal</li> <li>• Estruturas e equipamentos modernos</li> <li>• Única no país com banheiras individuais</li> <li>• Linha de <i>merchandising</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desqualificação da envolvente termal, nomeadamente das margens do rio Dão</li> <li>• Localização numa localidade muito pequena administrada por duas autarquias e consequente despreocupação das mesmas</li> <li>• Envelhecimento da população residente</li> <li>• Infraestruturas de apoio como hotelaria em número pequeno e pouco qualificadas</li> <li>• Falta do setor da restauração e comércio</li> <li>• Carência de vários serviços públicos (ex.: correio)</li> <li>• Dificuldade em captar investimento (projeto do Hotel de 4 estrelas nas margens do Dão parado)</li> <li>• Deficiente animação termal</li> <li>• Deficiente sinalização termal no percurso e na cidade mais próxima (Viseu)</li> <li>• Poucas ligações (apenas 5 diárias) através de transportes públicos (autocarro), a partir da cidade mais perto, Viseu</li> <li>• Degradação de vários edifícios no território termal</li> </ul>
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biodiversidade de património natural</li> <li>• O rio Dão, a praia fluvial e as margens (granito)</li> <li>• O percurso pedestre existente ao longo das margens do rio Dão</li> <li>• Proximidade ao centro urbano de Viseu e à diversidade de património histórico e cultural que detém</li> <li>• Trilhos romanos</li> <li>• Património arqueológico (circuitos arqueológicos na região)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A concorrência de outros estabelecimentos termais localizados em territórios relativamente próximos</li> <li>• Perigo de incêndios florestais</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria com base em trabalho de campo e questionários

Quadro 39: Caldas da Cavaca

Pontos fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propriedades terapêuticas das águas</li> <li>• Aproveitamento geotérmico das águas termais (29°) na balneoterapia</li> <li>• Natureza e espaço envolvente</li> <li>• Equipamentos termais modernos e atualizados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reduzida dimensão do balneário</li> <li>• Poucas ligações (apenas 4 diárias) através de transportes públicos (autocarro), a partir da cidade de Viseu (só até Aguiar da Beira) e com 3 ligações apenas no período da manhã;</li> <li>• Falta de alojamento, restauração e comércio</li> <li>• Falta de investimento</li> </ul>
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• A ribeira de Coja (afluente do Dão)</li> <li>• Património arqueológico (circuitos arqueológicos na região)</li> <li>• Proximidade ao centro urbano de Viseu e à diversidade de património histórico e cultural que detém</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A concorrência de outros estabelecimentos termais localizados em territórios relativamente próximos</li> <li>• Perigo de incêndios florestais</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria com base em trabalho de campo e questionários

Quadro 40: Termas do Carvalhal

Pontos fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propriedades terapêuticas das águas</li> <li>• Aproveitamento geotérmico das águas termais (41°) na balneoterapia</li> <li>• Qualidade do serviço termal</li> <li>• Qualidade técnica do pessoal afeto ao serviço</li> <li>• Atendimento personalizado</li> <li>• Diversidade de programas de saúde e bem-estar</li> <li>• Os preços praticados</li> <li>• Localização territorial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalações e equipamentos obsoletos e desajustados às realidades atuais</li> <li>• Zona envolvente pouco qualificada</li> <li>• Degradação de alojamentos com qualidade arquitetónica</li> <li>• Fraca quantidade e diversidade do alojamento</li> <li>• Parque de merendas degradado e subaproveitado</li> <li>• Falta do setor da restauração e comércio</li> <li>• Deficiente animação termal</li> </ul>
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projetos de requalificação previstos (PROVERE) como a construção do novo balneário</li> <li>• As boas acessibilidades rodoviárias (EN2, IP3, A24)</li> <li>• Proximidade do rio Vouga e Paiva</li> <li>• Serras de Arada e Montemuro</li> <li>• Património histórico e cultural (museu)</li> <li>• Património arqueológico (circuitos arqueológicos na região)</li> <li>• Proximidade ao centro urbano de Viseu e à diversidade de património histórico e cultural que detém</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perda de frequência/clientes por má qualidade das infraestruturas e equipamentos</li> <li>• A concorrência de outros estabelecimentos termais localizados em territórios relativamente próximos</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria com base em trabalho de campo e questionários

Quadro 41: Termas da Felgueira

Pontos fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propriedades terapêuticas das águas</li> <li>• Aproveitamento geotérmico das águas termais (36°) na balneoterapia</li> <li>• Qualidade do serviço termal</li> <li>• Especialização no segmento infantil (vias respiratórias)</li> <li>• Linha de <i>merchandising</i></li> <li>• A animação termal diversificada (hotel das termas)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carência de transportes públicos regulares (interface ferroviário e rodoviário)</li> <li>• Falta do setor da restauração e comércio</li> </ul>
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• O rio Mondego (o vale e as margens)</li> <li>• Proximidade a importantes serras</li> <li>• Qualidade e diversidade do alojamento</li> <li>• Património histórico e cultural</li> <li>• Património Arqueológico através dos circuitos arqueológicos na região</li> <li>• Proximidade ao centro urbano de Viseu, a Seia e à diversidade de património histórico e cultural que detém</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A concorrência de outros estabelecimentos termais localizados em territórios relativamente próximos</li> <li>• Perigo de incêndios florestais</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria com base em trabalho de campo e questionários



Quadro 42: Caldas de Sangemil

Pontos fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propriedades terapêuticas das águas</li> <li>• Mão de obra qualificada</li> <li>• Boa sinalização das termas ao longo do trajeto</li> <li>• Aproveitamento geotérmico das águas termais (50°) na balneoterapia e climatização</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Balneário e equipamentos obsoletos (17 anos)</li> <li>• Falta de transportes públicos (3 ligações a partir de Viseu, nenhuma ligação a partir de Tondela)</li> <li>• Falta de alojamento diversificado e qualificado (apenas 1 hotel)</li> <li>• Proliferação de alojamento informal (quartos)</li> <li>• Falta de estabelecimentos de restauração e comércio (nenhum a não ser no hotel)</li> <li>• Subaproveitamento geotérmico das águas (área bastante fria no inverno)</li> <li>• Ausente participação dos funcionários em planos de formação</li> <li>• Parca participação da estância em feiras nacionais e internacionais (participa apenas na FIL Tondela)</li> <li>• Alguma desqualificação das margens do rio Dão mais afastadas das termas e da praia fluvial (proliferação de espécies invasoras)</li> <li>• Alguma desqualificação urbana e ambiental em redor do edifício termal</li> <li>• Carência de animação termal</li> <li>• Rodeada de material inflamável (eucalipto e acácia)</li> </ul>
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projetos de requalificação/remodelação dos balneários previstos (PROVERE)</li> <li>• Localização na margem do rio Dão</li> <li>• A praia fluvial</li> <li>• Vale do rio Dão</li> <li>• Património histórico e cultural com o Museu do Caramulo, os Trilhos romanos (Troços/Vias Romanas em Paranho de Besteiros)</li> <li>• Património arqueológico (circuitos arqueológicos na região)</li> <li>• Proximidade ao centro urbano de Viseu e à diversidade de património histórico e cultural que detém</li> <li>• Boas acessibilidades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A concorrência de outros estabelecimentos termais localizados em territórios relativamente próximos</li> <li>• Perigo de incêndios florestais</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria com base em trabalho de campo e questionários

Quadro 43: Termas de São Pedro do Sul

Pontos fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• A maior estância termal do país e Península Ibérica (capacidade para 45 mil termalistas)</li> <li>• Propriedades terapêuticas das águas</li> <li>• O maior e mais moderno balneário termal da Europa</li> <li>• Única no país com dois balneários certificados</li> <li>• Instalações, equipamentos e técnicas modernas</li> <li>• Aproveitamento geotérmico das águas termais (69°) na balneoterapia, climatização e estufas agrícolas, aquecimento de alguns edifícios da aldeia: “<i>Projeto Geotérmico</i>”</li> <li>• Período de funcionamento anual</li> <li>• Formação e qualidade do pessoal técnico de ambos os balneários, atendimento personalizado</li> <li>• Prática de termalismo júnior</li> <li>• Programas de animação termal</li> <li>• Enquadramento territorial e ambiental/localização</li> <li>• Património histórico/cultural - Termas Romanas, núcleo museológico</li> <li>• Linha de <i>merchandising</i></li> <li>• Linha piloto de dermocosmética</li> <li>• Circuitos turísticos e percursos pedestres</li> <li>• Grande organização e articulação com os demais serviços da localidade termal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de mão de obra qualificada durante todo o ano</li> <li>• Desinteresse por algum património e consequente degradação (ex.: Termas Romanas)</li> <li>• Pouco desenvolvimento da vertente de saúde e bem-estar</li> <li>• Predomínio de uma clientela idosa</li> </ul>
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distinção como o “melhor Complexo Termal Ibérico”</li> <li>• Projetos de requalificação em curso (PROVERE)</li> <li>• Possibilidade de aproveitamento geotérmico para produção de eletricidade</li> <li>• As doenças modernas que afetam cada vez mais jovens e crianças</li> <li>• Complexo do Clube de Recreio do Gerós</li> <li>• Excelentes acessibilidades e boa sinalização</li> <li>• Qualidade, quantidade e diversidade do alojamento</li> <li>• Proximidade ao centro urbano de Viseu e à diversidade de património histórico e cultural que detém</li> <li>• Rio Vouga e Paiva</li> <li>• Serras de Arada, Gralheira, S. Macário e Freita</li> <li>• Bioparque de S. Pedro do Sul (Serra de Arada)</li> <li>• Património cultural, aldeias típicas de granito e xisto, o património arqueológico</li> <li>• Desportos de aventura</li> <li>• Diversas festas e romarias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saturação das infraestruturas e equipamentos por massificação da frequência</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria com base em trabalho de campo e questionários



## **PARTE III**

### **Plano de Ação - Estratégias para o Turismo de Saúde e Bem-Estar na Região Centro**

## **11. A visão estratégica para o turismo de saúde e bem-estar/turismo termal**

### **11.1. A visão para o setor**

O desafio para o setor do turismo de saúde bem-estar é que tanto a atividade como os territórios termais despertem e desenvolvam a função turística no seu sentido mais amplo e, que para além da função tradicional e do segmento emergente de saúde e bem-estar, congreguem igualmente a vertente de recreio e lazer, numa conjugação de elementos, criando uma referência âncora configurada num elemento aglutinador do espectro das principais motivações, capaz de conquistar e diversificar mercados, necessários à construção de um produto turístico de qualidade, completo, integrado e atrativo, sustentado por fatores como modernidade e inovação, e a renovação permanente da imagem.

Neste sentido e subjacente a este Plano de Ação pretende-se que as estâncias termais constituam um dos principais meios de atração turística no território e que contribuam de forma efetiva e constante para o desenvolvimento local e regional, que tenham capacidade e argumentos para captar (e multiplicar) mais investimento, para proporcionar mais e sustentado dinamismo económico e empresarial numa lógica organizativa integrada e cooperativa onde se multiplicarão sinergias positivas várias.

Esta visão geral constitui a génese da construção da matriz de objetivos mais complexos apresentada e cuja concretização passa pela sua necessária integração, por forma a materializar-se a grande visão estratégica por nós delineada:

**Posicionar a região Centro de Portugal no contexto turístico nacional, no segmento de saúde e bem-estar, afirmando a sua posição como centro dinamizador e distribuidor do turismo de saúde e bem-estar, assente na valorização e promoção permanente dos seus produtos termais assim como numa procura constante de complementaridades entre produtos turísticos e territórios.**

Fonte: Elaboração própria

Em termos sumários, este estudo materializado no plano de ação tem como pretensão central mais turismo e lazer nas termas e nos territórios termais e mais turismo de base termal da região TCP.

## 11.2. Quadro geral de objetivos estratégicos

Após o enquadramento e diagnóstico realizado *a priori*, no âmbito da territorialização da estratégia, assim como definida a questão-chave deste estudo, delineou-se uma matriz de objetivos, para os quais se pretende que este trabalho/plano de ação contribua, e está estruturada em 2 grandes grupos: os objetivos gerais estruturantes/basilares e os objetivos específicos de operacionalidade, de qualificação e sustentabilidade.

À concretização desta matriz de objetivos está subjacente o desenvolvimento de um conjunto de linhas estratégicas materializadas num plano de ação, que terá os mesmos como metas a atingir.

### A) Objetivos gerais estruturantes/basilares:

1. Reafirmar e consolidar o destino termas e territórios termais nos circuitos turísticos regionais e nacionais, e principalmente a reinvenção daqueles enquanto espaços turísticos, de recreio e lazer, do mercado da procura da atualidade;
2. Consolidar a identidade da região TCP e dos territórios termais como destino turístico de saúde e bem-estar, criando condições para que esta região se estabeleça como centro de desenvolvimento e pólo dinamizador deste produto que passam essencialmente pela qualificação das infraestruturas e equipamentos de base, animação e promoção termal;
3. Potenciar o crescimento da atividade turística termal e a maximização de sinergias em torno das termas, de forma a atenuar a sazonalidade, promover a melhoria da qualidade de vida das populações locais, a fixação de população, a criação de emprego e o reforço da identidade local, perpetuando um desenvolvimento local sustentável e sustentado ao nível económico, social, cultural e territorial;
4. Fomentar e promover o desenvolvimento integrado do produto saúde e bem-estar/turismo termal criando complementaridades interterritoriais e entre os elementos do *cluster* termal, através da valorização dos "patrimónios termais" e de outras particularidades do território (património natural, ambiental e cultural), proximidades e relações;
5. Conferir visibilidade à componente turística, de recreio e lazer das estâncias termais, potencializador de várias sinergias no quadro das relações intersectoriais e no alargamento do mercado da procura.

Fonte: Elaboração própria

## **B) Objetivos específicos de operacionalidade, qualificação e sustentabilidade:**

1. Criar uma oferta do produto saúde e bem-estar diferenciada e diversificada, que prime pela originalidade e qualidade de excelência, ao nível dos estabelecimentos termais e dos serviços termais disponibilizados, com vista à diversificação de mercados, captando o maior número de potenciais interessados e transformando-os em clientes;
2. Diminuir a sazonalidade da procura turística termal (clássica), com uma maior distribuição temporal do turismo de saúde e bem-estar através do desenvolvimento do complemento turístico nas estâncias (diversas atividades turísticas e de animação termal);
3. Afirmar uma imagem turística atrativa das estâncias e dos territórios termais;
4. Melhorar a informação ao turista através de uma publicidade e marketing fortes e atrativos, mas acima de tudo atualizados e acessíveis por diversos meios, ao maior público possível;
5. Requalificar e/ou criar um parque hoteleiro diferenciado e diversificado, que prime pela qualidade, quer ao nível do próprio equipamento, quer ao nível dos serviços a ele associados;
6. Delimitar áreas de proteção não só no âmbito da salvaguarda dos aquíferos termais mas também de proteção da identidade cultural e histórica das “aldeias termais”, através do desenvolvimento, aplicação e supervisão de rigorosas medidas restritivas à construção ou a qualquer outro ato que entre em confronto com a harmonia da paisagem;
7. Requalificar, valorizar, conservar e manter a qualidade territorial dos aglomerados rurais termais, onde a modernidade não se sobreponha à historicidade dos traços, desenvolvendo uma cultura de responsabilização da população residente, dos operadores turísticos, dos próprios visitantes e turistas mas, acima de tudo, da entidade pública através da aplicação rigorosa e responsável do planeamento existente neste domínio, nos territórios termais;
8. Desenvolver e promover as relações de cooperação com as estruturas locais, regionais e nacionais, numa estratégia de conservação, manutenção e gestão dos diversos patrimónios associados à dinâmica termal;
9. Operacionalizar um crescimento sustentável e sustentado (para a atividade e território) dos fluxos de turistas visando não só o turismo de saúde e bem-estar mas outros produtos turísticos que a região/território oferece, numa lógica integrativa, que motivem férias de curta duração mais frequentes, o aumento da estada média dos turistas e que justifiquem o crescimento da receita média diária por turista (hotelaria, termas, restauração, comércio);
10. Melhorar e valorizar o profissionalismo na atividade turística através da formação profissional contínua e consolidar a cultura do bom acolhimento e hospitalidade;
11. Sensibilizar os diversos atores territoriais para as oportunidades de investimento em segmentos da atividade turística, complementares ao produto saúde e bem-estar/turismo termal que sejam deficitários nos territórios.

Fonte: Elaboração própria

### 11.3. Os eixos de desenvolvimento estratégico

A materialização da estratégia para as estâncias e territórios termais assenta num conjunto de medidas e ações organizadas em grandes eixos de desenvolvimento (quadro 44). A definição destes eixos, projetos âncora e medidas em que se desdobram resultam de um trabalho de campo intenso e da observação *in situ* de cada realidade, procurando-se adotar uma estratégia global que salientasse as características diferenciadoras e as potencialidades, que melhor servisse os interesses e necessidades dos mesmos e, principalmente, adaptada a cada realidade singular.

Quadro 44: Estrutura do Plano de Ação

<i><b>Eixos Estratégicos</b></i>	<i><b>Projetos Âncora</b></i>
<i><b>I -Vertente Turismo e Lazer</b></i>	<b>1.1.</b> Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
	<b>1.2.</b> Animação termal
	<b>1.3.</b> Promoção e distribuição termal
<i><b>II -Vertente Território e Produtos</b></i>	<b>2.1.</b> Organização da oferta
	<b>2.2.</b> Criação e divulgação de produtos compósitos
	<b>2.3.</b> Planeamento e ordenamento do território
<i><b>III -Vertente Marcas e Mercados</b></i>	<b>3.1.</b> Afirmar a marca Termas, Saúde e Bem-Estar Centro
	<b>3.2.</b> Captação e diversificação de mercados
	<b>3.3.</b> Captação de investimento

Fonte: Elaboração própria

Na delineação deste plano de ação definiram-se 3 vertentes estratégicas que se consideram basilares e estruturantes para a construção de um processo dinâmico de desenvolvimento turístico dos espaços termais. Estas são desdobradas em projetos âncora, essenciais à concretização concertada de cada eixo que, por sua vez, se desagregam num conjunto de medidas e ações complementares que contribuem para o desenho matricial da estratégia termal global, sem estar apartada da imperativa flexibilidade às necessidades particulares de cada realidade, de forma a ser garantida a operacionalização do plano.

O eixo I (quadro 45) pretende dar concretização aos objetivos estruturantes definidos neste plano, como tal contempla um conjunto de medidas com incidência na estância e território termal que visam sobretudo contribuir para qualificar a vertente curativa e desenvolver a sua componente turística e lúdica, com base na qualidade e diferenciação dos recursos base de que dispõe, e na valorização e promoção dessa

mesma imagem por forma tornar-se um produto competitivo na realidade turística global, ao nível da oferta e da procura.

O eixo II (quadro 46) contempla um conjunto de medidas com incidência no território/região de inserção da estância termal e que visam a afirmação dos territórios termais, a valorização e promoção dos recursos/produtos turísticos regionais endógenos e o desenvolvimento e articulação de relações de cooperação e complementaridade entre territórios e produtos turísticos locais e regionais, elementos integrantes do *cluster* termal, na delineação de uma estratégia territorial integrada, concebendo um produto turístico estruturado, sustentado, assim como uma oferta turística diversificada e de elevada competitividade na região TCP, dinamizando desta forma mercados de proximidade. Pretende-se, neste sentido, afirmar o território como um todo, a região Centro como um produto turístico completo e não reduzido a apenas um só elemento da oferta turística da região, as estâncias termais, que terão nesta associação e integração um reforço de competitividade e da sua imagem como destinos de turismo e lazer.

O eixo III (quadro 47) contempla um conjunto de medidas direcionadas para a afirmação e projeção (nacional e internacional) da marca do produto na região, assim como, medidas com incidência nos mercados de consumo que visam sobretudo criar condições para ampliar e diversificar os mercados da procura com base na adequação e ajuste das estâncias às características dos novos mercados, mais exigentes e para transformar em efetivos os atuais potenciais mercados, incidindo em estratégias de captação de público desde o jovem ao idoso e principalmente estrangeiro. Neste sentido, procura-se um aumento/reforço da competitividade das estâncias termais, enquanto pólos completos que incluem diversas valências (terapêutica, bem-estar e turística/lúdica), com outras modalidades de turismo e concomitantemente o aumento da produção de valor. Há ainda lugar, neste eixo, para as questões relativas ao investimento termal, delineando-se medidas estratégicas num necessário reforço das parcerias dos atores territoriais público e privados mas também nacionais e internacionais.

#### **11.4. As linhas de desenvolvimento estratégico**

Na sequência da visão estratégica traçada, da avaliação *in situ* das estâncias termais e da análise dos questionários aos gestores/administradores, delineou-se a seguinte matriz de medidas orientadoras para a revitalização e (re) dinamização das estâncias termais da região TCP:

Quadro 45: Eixo I – Vertente Turismo e Lazer

<b>PROJETOS ÂNCORA</b>	<b>MEDIDAS</b>
<b>1.1. Qualificação e Valorização dos Recursos, Produtos e Infraestruturas de base</b>	1.1.1. Remodelação, modernização e ampliação dos estabelecimentos termais
	1.1.2. Construção de novos balneários termais
	1.1.3. Substituição e modernização dos equipamentos termais
	1.1.4. Qualificação e formação dos recursos humanos
	1.1.5. Potencialização e dinamização de segmentos de negócio complementares
	1.1.6. Apoio e reforço à investigação científica
	1.1.7. Otimização/rentabilização do espaço termal para outras atividades
	1.1.8. Recuperação/requalificação do património termal edificado
	1.1.9. Recuperação/requalificação da envolvente termal natural/ambiental
	1.1.10. Requalificação urbanística e paisagística da envolvente das termas
	1.1.11. Qualificação/remodelação de espaços e equipamentos desportivos e lúdicos
	1.1.12. Construção/implantação de espaços e equipamentos desportivos e lúdicos
	1.1.13. Elaboração de uma carta dos “patrimónios termais” e sua divulgação
	1.1.14. Criação de um Museu Termal
	1.1.15. Reforço e atualização de estruturas de apoio à atividade turística
	1.1.16. Remodelação e modernização dos meios de alojamento existentes
	1.1.17. Aumento e diversificação da oferta de alojamento
	1.1.18. Remodelação e adaptação dos espaços de restauração existentes
	1.1.19. Instalação de espaços de restauração
	1.1.20. Instalação e/ou adaptação e diversificação dos espaços comerciais
	1.1.21. Melhoria e aumento da acessibilidade às estâncias termais
	1.1.22. Melhoria da sinalética/sinalização
<b>1.2. Animação Termal</b>	1.2.1. Criação de um programa/agenda de animação termal a curto e médio prazo
	1.2.2. Valorização e promoção das rotas e percursos turísticos existentes
	1.2.3. Realização de visitas guiadas às termas e espaço envolvente
	1.2.4. Realização de atividades ligadas ao turismo de aventura e natureza
<b>1.3. Promoção e Distribuição Termal</b>	1.3.1. Conceção de um Plano de Marketing do destino turístico termal
	1.3.2. Aperfeiçoamento/reforço dos sistemas de informação online ao turista
	1.3.3. Criação da página online da estância termal
	1.3.4. Revisão e conceção de material promocional e sua distribuição
	1.3.5. Criação de um <i>slogan</i> e logótipo
	1.3.6. Desenvolvimento e introdução de spots publicitários na comunicação social
	1.3.7. Participação e/ou reforço da mesma em feiras e eventos turísticos similares
	1.3.8. Desenvolvimento do <i>merchandising</i> termal

Fonte: Elaboração própria

Quadro 46: Eixo II – Vertente Territórios e Produtos

<b>PROJETOS ÂNCORA</b>	<b>MEDIDAS</b>
<b>2.1. Organização da oferta</b>	2.1.1. Avaliação/diagnóstico dos recursos e produtos turísticos regionais
	2.1.2. Organização da oferta dos concelhos/territórios em grupos de produtos
	2.1.3. Dinamização de <i>clusters</i> regionais
	2.1.4. Conceção de “Estudos de Opinião” periódicos de satisfação, mercados e produtos
	2.1.5. Estreitamento de relações de complementaridade entre as Termas do Centro
	2.1.6. Criação da Rede de Aldeias/Vilas Termais do Centro
<b>2.2. Criação e Divulgação de Produtos Compósitos</b>	2.2.1. Criação de pacotes turísticos
	2.2.2. Criação e desenvolvimento de rotas temáticas regionais
	2.2.3. Criação de percursos pedestres/circuitos integrados
	2.2.4. Cooperação transfronteiriça
<b>2.3. Planeamento e Ordenamento do Território</b>	2.3.1. Desenvolvimento de estratégias de ordenamento do território termal
	2.3.2. Desenvolvimento de instrumentos de gestão local - Planos de Pormenor
	2.3.3. Desenvolvimento da legislação termal
	2.3.4. Desenvolvimento de um plano estratégico para cada estância termal

Fonte: Elaboração própria

Quadro 47: Eixo III – Vertente Marcas e Mercados

<b>PROJETOS ÂNCORA</b>	<b>MEDIDAS</b>
<b>3.1. Afirmar a marca Termas, Saúde e Bem-Estar Centro</b>	3.1.1. Criação de uma marca turística termal do Centro e divulgação da mesma
	3.1.2. Internacionalização da marca
<b>3.2. Captação e Diversificação de Mercados</b>	3.2.1. Desenvolvimento e diversificação dos programas de saúde e bem-estar
	3.2.2. Revisão e atualização de preços
	3.2.3. Alargamento do período de funcionamento das estâncias termais
	3.2.4. Conceção de “Estudos de opinião” e sobre o “Perfil do turista de saúde e bem-estar”
	3.2.5. Melhoramento do nível global do serviço prestado ao cliente
	3.2.6. Lançamento de novas formas de organização e comercialização da oferta
	3.2.7. Desenvolvimento e/ou reforço das parcerias internacionais
<b>3.3. Captação de Investimento</b>	3.3.1. Elaboração de dossiers de candidatura a programas nacionais e comunitários
	3.3.2. Desenvolvimento de parcerias a nível regional, nacional e internacional
	3.3.3. Reforço das parcerias públicas - privadas

Fonte: Elaboração própria

As medidas propostas são destrinchadas detalhadamente em ações e subações no Anexo II – Plano de Ação, onde de forma mais precisa e discriminada se avançam com as intervenções concretas e essenciais à materialização de cada medida e concomitantemente de cada projeto âncora, contemplando ainda a explicitação dos seus objetivos específicos assim como o seu contributo para a concretização dos objetivos estratégicos.

### **11.5. Compatibilização do quadro geral dos objetivos estratégicos com o Plano de Ação**

As relações entre as medidas do plano de ação e o quadro de objetivos são diversas, por isso, a pertinência de cada medida para a concretização dos objetivos gerais e específicos propostos desenha-se numa matriz relacional (quadros 48 e 49) onde se pretende identificar qual a contribuição de cada ação para cada um dos objetivos propostos.

Esta compatibilização revela que a maior parte das ações do eixo I são estruturantes à concretização dos objetivos gerais e basilares, nomeadamente no que diz respeito à reafirmação e consolidação do destino termas e territórios termais nos circuitos turísticos regionais e à consolidação da identidade da região TCP e dos territórios termais como destino turístico de saúde e bem-estar, e de objetivos específicos, nomeadamente na criação de uma oferta diferenciada e diversificada, que prime pela originalidade e qualidade de excelência e de uma imagem turística atrativa.



Quadro 48: Matriz de pertinência entre ações e objetivos estratégicos (Eixo I)

Plano de Ação			Objetivos															
Eixos	Projeto Âncora	Medidas	Objetivos gerais estruturantes					Objetivos específicos de operacionalidade, qualificação e sustentabilidade										
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
I	1.1.	1.1.1	●	●				●		●						●		
		1.1.2	●	●				●		●						●		
		1.1.3		●				●		●								
		1.1.4		●				●										
		1.1.5	●	●	●		●	●	●							●		●
		1.1.6		●				●		●								●
		1.1.7	●	●	●	●	●	●	●							●		●
		1.1.8		●	●			●		●				●	●			
		1.1.9	●	●	●	●				●			●	●	●			
		1.1.10	●	●	●					●				●				
		1.1.11	●	●	●		●	●	●							●		●
		1.1.12	●	●	●		●	●	●							●		●
		1.1.13	●	●	●		●	●	●						●			
		1.1.14	●	●	●		●	●	●									
		1.1.15	●	●						●	●				●			
		1.1.16	●	●	●		●		●		●			●				
		1.1.17	●	●	●		●		●		●							●
		1.1.18	●	●	●					●						●		
		1.1.19	●	●	●	●				●						●		●
		1.1.20	●	●	●	●				●						●		●
		1.1.21		●														
		1.1.22		●														
	1.2.	1.2.1	●	●	●	●	●		●	●						●		
		1.2.2	●	●	●	●	●		●	●					●	●	●	●
		1.2.3	●		●	●	●		●	●								
		1.2.4	●		●	●	●		●	●					●	●		●
	1.3.	1.3.1	●	●						●	●							
		1.3.2	●	●						●	●							
1.3.3		●	●						●	●								
1.3.4		●	●						●	●								
1.3.5		●	●						●	●								
1.3.6		●	●						●	●								
1.3.7		●	●			●			●	●							●	
1.3.8									●								●	

Fonte: Elaboração própria, baseado no modelo apresentado por CMM (2007)

● Pertinência estruturante

● Pertinência complementar

Quadro 49: Matriz de pertinência entre ações e objetivos estratégicos (Eixo II e III)

Plano de Ação			Objetivos															
Eixos	Projeto Âncora	Medidas	Objetivos gerais estruturantes					Objetivos específicos de operacionalidade, qualificação e sustentabilidade										
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
II	2.1.	2.1.1			●	●										●		●
		2.1.2			●	●										●		●
		2.1.3	●		●	●	●		●						●	●		●
		2.1.4						●								●		
		2.1.5	●	●		●				●					●			
		2.1.6	●	●	●	●	●	●		●					●	●		●
	2.2.	2.2.1	●	●		●	●			●						●		●
		2.2.2	●	●	●	●	●			●						●		●
		2.2.3	●	●		●	●			●						●		●
		2.2.4	●	●		●				●						●		
	2.3.	2.3.1	●	●						●			●	●				
		2.3.2	●	●						●			●	●				
		2.3.3	●	●			●	●										
		2.3.4	●	●	●		●	●	●	●	●							
III	3.1.	3.1.1	●	●			●			●								
		3.1.2	●	●			●			●								●
	3.2.	3.2.1		●				●	●	●								
		3.2.2						●		●								
		3.2.3		●	●				●									
		3.2.4			●			●		●								
		3.2.5	●	●	●					●								
		3.2.6	●	●	●			●	●	●						●		
		3.2.7	●	●	●													
	3.3.	3.3.1																●
		3.3.2																●
		3.3.3																●

Fonte: Elaboração própria, baseado no modelo apresentado por CMM (2007)

● Pertinência estruturante

● Pertinência complementar

### 11.6. Compatibilização do Plano de Ação com cada estância termal

O plano de ação atrás apresentado trata-se da abordagem geral. Tendo em conta que se pretende que a estratégia seja territorializada, elaborou-se um mapa da aplicabilidade de cada medida e ação a cada realidade específica onde se pode verificar quais as linhas orientadoras mais pertinentes e urgentes para cada estância termal (quadros 50 e 51). As prioridades de cada medida e ação foram definidas tendo em conta a realidade de cada estância termal e as suas principais carências verificadas *in situ* e transmitidas pelos gestores/administradores tanto através dos questionários como das entrevistas realizadas.

Estes quadros permitem uma leitura ao nível das falhas e das linhas orientadoras já que a definição dos níveis de prioridade permite subentender quais os principais constrangimentos inerentes a cada estância termal e apontar caminhos a seguir no sentido de fazer face ou até mesmo suprimir as vulnerabilidades e maximizar as potencialidades de cada uma, tendo como base o plano elaborado *a priori*.

Note-se que apenas se apontam direções e não soluções para todos os problemas, assim como não se pretende a generalização e a delineação de um produto com características similares uma vez que há medidas e ações que são mais pertinentes e ajustadas a umas estâncias do que a outras. Cabe às estâncias termais, face aos caminhos apontados, encontrarem pontos que possam destacar e oportunidades a aproveitar, de modo a que construam uma oferta diferenciada e atrativa capaz de ser percebida pelo cliente como algo distinto e único, de ser competitiva e rentável em moldes sustentados e sustentáveis.

No seio dos três eixos deste plano de ação destacam-se um conjunto de medidas com um nível de prioridade elevada para as estâncias da região TCP:

- Remodelação, modernização e ampliação dos estabelecimentos termais;
- Qualificação e formação dos recursos humanos;
- Apoio e reforço à investigação científica;
- Otimização/rentabilização do espaço termal para outras atividades
- Recuperação/requalificação do património termal edificado;
- Requalificação/recuperação da envolvente termal natural/ambiental;
- Requalificação urbanística/paisagística da envolvente das termas;
- Reforço e atualização de estruturas de apoio à atividade turística;
- Instalação de espaços de restauração e comércio;
- Criação de um programa/agenda de animação termal a curto e médio prazo;
- Conceção de um plano de marketing do destino turístico;
- Revisão e conceção de material promocional e sua distribuição;
- Dinamização de *clusters* regionais;
- Desenvolvimento e/ou reforço das parcerias internacionais;
- Reforço das parcerias público privadas.

Estas medidas afiguram-se como estruturantes para dotar estas estâncias termais de argumentos competitivos no seio do turismo de saúde e bem-estar em particular e do turismo em geral.

Quadro 50: Plano de Ação para cada Estância Termal – Eixo I

Plano de Ação			Estâncias Termais										
Projetos Âncora	Medidas	Ações	Monfortinho	Ladeira de Envidos	Luso	Curia	Vale da Mó	Alcafache	Carvalhal	Cavaca	Felgueira	Sangemil	S. Pedro do Sul
1.1.	1.1.1.	a			©								
		b	○	○	©	●	○			○			
		c			©	●							
		d			©	●			●			P	
		e			©	P		●	●	●	P	P	
		f		●	©	P			●			P	
		g		●	©		P	○	●	●		P	
		h		●	©					●		P	
		i				●		P	●				
	1.1.2.						P		P				
	1.1.3.			●	©	○			●	●	○	●	
	1.1.4.	a	●	●	P	●	●	●	●	●	●	●	●
		b	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
		c	●	○	●	●	○	●	●	○	●	○	●
		d	○	○	○			○	○	○	○	○	○
	1.1.5.	a	●	○	●			●	●	●	●	●	
		b											
		c		○	●			○	○	●	○	●	●
		d	●	○	P	○		○	○	○	○		
	1.1.6.		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	1.1.7.	a	●	○	●	●	○	●	●	●	●	●	●
		b	●	○	●	●	○	●	●	●	●	●	●
		c	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●
		d	○	○	●	●	○	●		○	●	●	●
		e	●		●	●	●	○	○	●	●	○	●
		f	○		○	○					○		○
		g	○		○	●				●			
	1.1.8.		●		●	●	●	●	●	●	●	P	○
	1.1.9.	a	●		●	P	●	●		●		●	○
		b	○			P	●	●				○	○
		c	●	●	●	●	●	●		●		●	●
		d	P	●			●	●	●	●	●	●	
		e	P	●	●	P	●	●	P	●	●	●	●
		f	○		●	●	○	●		○		○	○
		g				●	P	P	P			●	P
		h											
	1.1.10.	a	●	●	P	P	P	●	P	●		●	
		b	○	●	●	●	●	●	P	●	●	●	
		c					●	●	●	●		●	
		d	●		P	●	●	○	P	●	●	●	○
		e	●	●	●	●	●	●	P	●	●	●	●
		f	●	●		●	●	●	○	●		●	
		g			●	●	●	●		●			
		h				●		○	○				○

Legenda - Níveis de Prioridades: Alta ● Média ● Baixa ○  
 Execução: Em curso © Previsto P

Nota: o não preenchimento da célula corresponde a uma situação de não pertinência/não se aplica

Plano de Ação			Estâncias Termas										
Projetos Âncora	Medidas	Ações	Monfortinho	Ladeira de Envendos	Luso	Curia	Vale da Mó	Alcafache	Carvalhal	Cavaca	Felgueira	Sangemil	S. Pedro do Sul
	1.1.11.	a			○			○					
		b	○		○	○	●	●					○
		c									○		
		d			○	●			●			●	
		e											
		f	●					●	P			●	
		g						●					
		h						●				●	●
	1.1.12.	a		○			●	○	○			○	○
		b		○			●			○	●	●	
		c						●	○		○	○	●
		d	●	●			●		●	●	○	○	○
		e	○			○			○	○	○	○	○
		f	○		○	○			○				
		g	●		●	●	●	○	●	○	●		●
		h		○			●		●	○	○		
		i	○	○	●		●	○		○	○		○
		j						○					
		l				○	○	○					○
	1.1.13.		●		●	●	○				○		●
	1.1.14.	a	○			○		○	P	○	○	○	
		b											
	1.1.15.	a					○	●	●		●	●	
		b	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		c					P	○					
		d				●	●	●			●		●
		e	○	○	●			○		○	○		○
	1.1.16.	a	P		●	●		●					
		b	P		○	○		○					
	1.1.17.	a	●	●			P	●	●	●	●	●	
		b	●	●	P		P	●	●	●	●	●	
	1.1.18.		○		○	●		●				●	○
	1.1.19.		●	●		○	●	●	●	●	○	●	○
	1.1.20.	a			○	●		○					○
		b	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●
	1.1.21.	a		●	●	P	P		●	●			
		b			●		●						P
		c											
		d	●	●			●	●		●	●	●	
	1.1.22.			●				●			●	P	

**Legenda** - Níveis de Prioridades: Alta ● Média ○ Baixa ○

Execução: Em curso © Previsto P

Nota: o não preenchimento da célula corresponde a uma situação de não pertinência/não se aplica

Plano de Ação			Estâncias Termais										
Projetos Âncora	Medidas	Ações	Monfortinho	Ladeira de Envidos	Luso	Curia	Vale da Mó	Alcafache	Carvalhal	Cavaca	Felgueira	Sangemil	S. Pedro do Sul
1.2.	1.2.1.		P	●	●	●	●	●	●	●	●	P	○
	1.2.2.					●		○					
	1.2.3.		○		○	○	○	○	○	○	○	○	○
	1.2.4.			○	●	●	●	●	●	○	●	○	●
1.3.	1.3.1.		●	●	●	●	●	●	●	●	●	©	●
	1.3.2.	a			○	●		○					
		b		○	●	○	●	○	○		○	○	○
		c	●	○	○	●	●	●	●	●	●	○	●
	1.3.3.			●			●						
	1.3.4.		P	●	●	○	●	○	●	●	○	©	○
	1.3.5.	a											
		b	○	●	●	○	●	○	○	○	○	©	○
	1.3.6.		○	○	○	○	○	○	○	○	○	©	○
	1.3.7.	a			○	○	○	○					
		b	○	○				○	○	○		○	
		c			○	○	○						
		d											
		e			○		○						○
		f	●		●		●	●	●	●	●	●	
		g	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		h	●	○	●		●	○	●	○	●	●	
		i	○		○	○		○	○	○	○	○	○
		j	○		○	○		○	○	○	○	○	○
		l	○		○	○		○	○	○	○	○	○
		m	○		○	○		○	○	○	○	○	○
	1.3.8.		○		○	○		○	○	○		©	

Fonte: Elaboração própria

Legenda - Níveis de Prioridades: Alta ● Média ○ Baixa ○

Execução: Em curso © Previsto P

Nota: o não preenchimento da célula corresponde a uma situação de não pertinência/não se aplica

Relativamente ao eixo II – Vertente Território e Produtos, a natureza dos projetos âncora, medidas e ações, mais especificamente direcionados para os territórios, para o todo e não para a parte, não justifica, deste modo, a elaboração de uma matriz ajustada a cada estância. Assim sendo, considerou-se que as medidas apresentadas têm um carácter prioritário elevado em todos os territórios termais em estudo.

Quadro 51: Plano de Ação para cada Estância Termal – Eixo III

Plano de Ação			Estâncias Termas										
Projetos Âncora	Medidas	Ações	Monfortinho	Ladeira de Envendos	Luso	Curia	Vale da Mó	Alcafache	Carvalhal	Cavaca	Felgueira	Sangemil	S. Pedro do Sul
3.2.	3.2.1.			○	●	○		○	●	●	○	●	●
	3.2.2.			○	○	○	○	○	○	○	○		
	3.2.3.			●	P		●	○	●	●	●	●	
	3.2.4.		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○
	3.2.5.	a	●	●	●	●	●	●	●	●	●	©	●
		b	●	○	○	○		○	○	○	○	©	○
		c		○	●	●		○	●	○	●	©	
		d		○			○	○	○	○			
		e		○				○	○	○		●	
		f	○	○	○	○		○	○	○	○	●	○
		g	○	○	○	○		○	○	○	○	●	P
		h	○	○	○	○		○	○	○	○	○	○
		i	○	○	○		●	○	○	○	○	●	○
		j		○	○	○	○						
		l	○	○	○	○	○	○	○	○	○	©	○
		m	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	3.2.6.	a	○	○	○	○	○	○	○	○	○	©	○
		b	○	○	○	○		○	○	○	○	○	
	3.2.7.		●	●	●	○	●	○	●	●	●	○	○
3.3.	3.3.1.		●	●	●	●	●	●	●	●	●	©	●
	3.3.2.		●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●
	3.3.3.		●	●	●	○	●	●	●	●	●	©	●

Fonte: Elaboração própria

Legenda - Níveis de Prioridades: Alta ● Média ○ Baixa ○

Execução: Em curso © Previsto P

Nota: o não preenchimento da célula corresponde a uma situação de não pertinência/não se aplica

Este conjunto de orientações, com diferentes aplicabilidades e prioridades conforme as estâncias termas, basearam-se nas principais carências e dificuldades das mesmas, observadas a diversos níveis. Pretendeu-se apontar situações que poderiam ser melhoradas e oportunidades a aproveitar e maximizar em prol do aumento da competitividade económica das termas, contribuindo com possíveis soluções.

Cabe às estâncias termas coordenarem-se por forma a disponibilizarem uma oferta diversificada, original e integrada entre todas as unidades termas.

## 12. Conclusões

Esta investigação incidiu sobre o produto turístico saúde e bem-estar, mais concretamente sobre o segmento das estâncias termais presentes no território de influência da Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal (TCP) e teve como objetivo central a delineação de uma estratégia de desenvolvimento para as mesmas.

Na primeira parte da investigação foi apresentada uma análise bibliográfica, ainda que sucinta, sobre a temática, onde se reteve e anotou as principais linhas que a caracterizam, as tendências de um produto ancestral, mas cujo trajeto se reinventa conforme as sociedades e os tempos imprimindo-lhe um carácter fascinante e surpreendente, tanto no que diz respeito ao passado como ao futuro, e ainda as principais questões que preenchem o debate atual sobre o turismo de saúde e bem-estar.

Um novo paradigma no âmbito da atividade e consumo turístico se instala e consolida, assim como aumenta a sua preponderância no seio da economia dos territórios locais, regionais e nacionais, e da sociedade atual. O novo turista há muito que vem preterindo o carácter superficial e frívolo da atividade turística. Hoje apresenta novas motivações assim como novos interesses, que se revelam cada vez mais impregnados de valores culturais, naturais, tradicionais, originais, particulares, no fundo, únicos. Emerge o primado pela diferença num contexto de concorrência assaz. Trata-se da “nova era do turismo” defendida por FONSECA (*op. cit.*) onde as novas necessidades e exigências do mercado da procura têm compelido o mercado da oferta a dar respostas pelo que surgem cada vez mais nichos de mercado consubstanciados em novos ou renovados produtos turísticos alicerçados de forma crescente nos recursos endógenos de cada território, quer sejam recursos culturais ou naturais.

Neste sentido surge o termalismo, considerado o tipo de atividade turística mais remota e mais consolidada, enquanto atividade criadora de lugares variados e dinâmicos (CAVACO, 2005a). Apesar da atividade termal e o termalismo se ter alicerçado durante muitos anos nas suas características distintivas conferidas pelas águas e atividades terapêuticas, o facto é que, a evolução do próprio conceito por via das novas exigências dos mercados e sociedades tem levado a uma reformulação de objetivos e da oferta que se posiciona agora na dimensão da saúde e bem-estar assente em conceitos como a prevenção e reabilitação, e associada a novos hábitos de lazer e turismo.



As estâncias termais, em particular, estão confortavelmente posicionadas para responder a esta procura pois trata-se de lugares, que pela sua história e percurso, conjugam de forma harmoniosa um conjunto único de elementos, cada vez mais apreciados, capazes de satisfazer argumentos de saúde, bem-estar, turismo e lazer, podendo constituir por isso, verdadeiros centros de destino turístico.

Em Portugal, depois de ciclos de ascensão e decadência, as estâncias termais começam a recuperar dinamismo, justamente por via da aposta numa oferta diversificada que contempla não só os pressupostos terapêuticos como os de saúde e bem-estar e lúdicos, oportunamente contemplados na atual legislação que regula o setor (Decreto-Lei 142/2004).

A análise de diversos documentos orientadores, políticas, planos e projetos demonstram este sentido de mudança, onde já se começam a verificar algumas ações neste território, muitas suportadas pelos diversos Programas Territoriais de Desenvolvimento, e em particular, pelo PROVERE – Valorização das Estâncias Termais do Centro, que se afigura, atualmente, como uma das mais importantes oportunidades à reestruturação do setor.

O questionário realizado aos gestores/administradores das estâncias termais permitiu revelar que os responsáveis pela oferta percecionam a realidade atual do termalismo em Portugal com algumas reservas, embora se mostrem favoráveis à sua reestruturação assente na complementaridade e articulação entre as vertentes terapêutica clássica e a de saúde e bem-estar, aliada à componente de turismo e lazer, e numa mais eficaz articulação das estâncias com o próprio território onde se inserem com vista à construção de um produto compósito, atrativo e competitivo.

O estudo elaborado sobre este conjunto termal reflete alguns constrangimentos, nomeadamente no que diz respeito à desadequação de infraestruturas e equipamentos, ao subaproveitamento dos recursos de que dispõem, à debilidade e até mesmo carência em termos das estruturas de apoio à atividade turística (alojamento, restauração, comércio), à falta de promoção e divulgação do produto a nível nacional e internacional, à organização e integração num modelo compósito, às dificuldades em captar investimento conjugadas com o predomínio de uma clientela envelhecida, doméstica e motivada para a cura.

Não obstante as fragilidades, algumas potencialidades se lhe reconhecem como as propriedades únicas das águas minero-medicinais, o seu enquadramento ambiental, os recursos patrimoniais que detêm e as boas acessibilidades.

A segunda parte da investigação centra-se na elaboração do Plano de Ação através da construção de uma matriz de orientações estratégicas para as onze estâncias termais localizadas na região TCP. Este plano está organizado em três eixos estratégicos que se desagregam em projetos âncora e num conjunto de medidas e ações complementares, flexíveis a cada realidade.

A delineação deste plano pretendeu contribuir para que sejam suprimidas as carências apontadas em cada estância termal e para fazer sobressair o papel de motor do desenvolvimento local com o “renascimento” do caráter lúdico e turístico aliado à vertente de saúde e bem-estar.

Será este sentido da mudança pelo qual se deverão pautar as novas estratégias de relançamento dos “territórios termais” como pólos de turismo mas também como espaços de atividades várias numa apologia pela saúde não só e apenas numa vertente curativa mas agora num enaltecimento da prevenção e bem-estar.

Neste sentido, a dotação das termas de vantagens competitivas e diferenciadas, num ambiente concorrencial cada vez mais estreito e dinâmico, exige uma constante reinvenção das mesmas através de caminhos diversos, que procurámos apontar neste estudo, mas sem alterar, no entanto, a força motriz central da dinâmica termal, as águas minero-medicinais.

Com este estudo pretendeu-se demonstrar que o caminho a seguir pelas estâncias termais vai muito para além da mera dimensão terapêutica.

Constituindo-se como territórios complexos em termos de dinâmicas e estruturas urge o aproveitamento das oportunidades concedidas pelos novos mercados emergentes, mercados que conferem um significado diferente ao conceito de saúde e o conjuga com o bem-estar numa lógica de prevenção e manutenção mas, que valoriza tanto ou mais a componente turística dos “sítios”, no caso, dos “sítios termais”. Desta forma, a revitalização das estâncias termais passa por uma reestruturação e diversificação de toda a estrutura termal e turística associada, numa apologia da diferenciação e para que as mesmas se possam (re) constituir como destinos turísticos de excelência.

Há que ousar ir para além do trivial instituído e surpreender. Uma estância termal pode ser não só um espaço de saúde e doença mas também de aprendizagem com um papel importante na transmissão e perpetuação de valores culturais, patrimoniais e ambientais. Os casos em estudo constituem excelentes exemplos disso.

A diferenciação é um aspeto essencial à própria sobrevivência dos estabelecimentos e assenta cada vez mais em aspetos intangíveis como a imagem, a

reputação, a capacidade de inovar, de diferenciar a oferta e de conhecer e se adaptar aos mercados da procura cada vez mais volúveis, de ter uma estrutura organizativa moderna e funcional, de promover altos padrões de qualidade aos mais diversos níveis.

Este estudo sobre a temática das estâncias termais, num cenário turístico emergente e em fase de expansão, no caso particular das termas da região TCP, não encerra todas as respostas ou possibilidades de abordagem à problemática em questão, mas antes trata-se de uma primeira página de um longo percurso daquilo que poderá ser abordado e explorado em relação aos espaços termais. Considera-se este pequeno ensaio como um campo aberto a novas linhas de investigação e reflexão.

## Bibliografia e Fontes:

### ➤ Obras publicadas:

- ACCIAIUOLI, Luiz (1944): “*Águas de Portugal, Minerais e de mesa*”, IV vol., Ministério da Economia, D.G.M.S.G., Lisboa, 353 pp.;
- ALMEIDA, Bernardo Mendes (1968): “Promoção e desenvolvimento das termas portuguesas – uma riqueza do património natural”, in *O Médico*, vol. 48, nº 887, 16 pp.;
- AMBM (2008): “*Programa Territorial de Desenvolvimento 2008-2013 do Baixo Mondego*”, MATEUS, A. e MADRUGA, P. (coord.), Associação de Municípios do Baixo Mondego, 228 pp.;
- AMRDL (2008): “*Programa Territorial de Desenvolvimento da Região de Dão-Lafões*”, Associação de Municípios da Região de Dão – Lafões, 363 pp.;
- ANTUNES, Joaquim (2009): “O turismo de saúde e bem-estar como factor de desenvolvimento: estudo da região Dão Lafões (NUTS III) ” in *15º Congresso da APDR*, 22 pp.;
- ATP (2000): “*Boletim Informativo da Associação das Termas de Portugal*”, nº 5, Associação das Termas de Portugal, Lisboa, 8 pp.;
- ATP (2001a): “*Boletim Informativo da Associação das Termas de Portugal*”, nº 2, Associação das Termas de Portugal, Lisboa, 8 pp.;
- ATP (2001b): “*Boletim Informativo da Associação das Termas de Portugal*”, nº 7, Associação das Termas de Portugal, Lisboa, 8 pp.;
- ATP (2008): “*Estratégia de Eficiência Colectiva: Programa de Valorização das Estâncias Termas da Região Centro*”, Candidatura a Programa de Ação, Associação das Termas de Portugal, 19 de dezembro, 120 pp.;
- ATP (2009): “*EEC PROVERE – Valorização Económica das Estâncias Termas da Região Centro*”, Trancoso, 19 pp.;
- AZEVEDO, Clara; VASCONCELOS, Lúcia (1995): “*Termas Portuguesas*”, Edições Inapa, Lisboa, 157 pp.;
- BARROS, José da Cunha (2004): “*A projecção do Quotidiano no Turismo e no Lazer*”, Lisboa, Instituto Superior da Ciências Sociais e Políticas, 152 pp.;
- BRANDIA (2009a): “*Atractividade dos destinos turísticos. Estudo de avaliação*”, Turismo de Portugal, TP, Brandia Central, Lisboa, 143 pp.;
- BRANDIA (2009b): “*Estudo de avaliação da atractividade dos destinos turísticos de Portugal Continental para o mercado interno*”, Turismo de Portugal, TP, Brandia Central, Lisboa 52 pp.;

- CARVALHO, Paulo (2006): “Turismo cultural, património e políticas públicas em contextos rurais de baixa densidade” in SANTOS, Graça *et. al.* (eds.): *Atas do Congresso de Turismo Cultural, Território e Identidades* (29 e 30 de novembro), Leiria, Projeto de Investigação Identidades & Diversidades do Instituto Politécnico de Leiria, pp. 1-9;
- CAVACO, Carminda (1979): “*O Turismo em Portugal: Aspectos Evolutivos e Espaciais*”, Estudos de Geografia Humana e Regional, Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa, INIC, Lisboa, 54 pp.;
- CAVACO, Carminda (2005a): “A diferenciação regional da função turística” in MEDEIROS, C. A. (coord.): *Geografia de Portugal. Actividades Económicas e Espaço Geográfico* (vol.3), Lisboa, Círculo de Leitores, pp. 385-394;
- CAVACO, Carminda (2005b): “Os espaços de turismo” in MEDEIROS, Carlos Alberto (coord.): *Geografia de Portugal. Actividades Económicas e Espaço Geográfico* (vol.3), Lisboa, Círculo de Leitores, pp. 408-422;
- CAVACO, Carminda (2006): “Práticas e lugares de turismo” in CAVACO, Carminda (Coordenação): *Desenvolvimento e Território: Espaços Rurais Pós-Agrícolas, Novos Lugares de Turismo e Lazer*, Universidade de Lisboa, pp. 299-361;
- CAVACO, Carminda *et al.* (2008): “*Turismo de Saúde e Bem-Estar: Termas, Spas, Termas e Talassoterapia*”, MEDEIROS, C. e CAVACO, C (coord.), Coleção Estudos e Documentos, nº 15; Universidade Católica Portuguesa, 294 pp.;
- CCDRC (s/d): “*Estudo integrado para a promoção do desenvolvimento turístico e da viabilidade económica e financeira dos pólos termas de Longroiva, Cró e Fonte Santa*”, CCDRC – PORC, Gestão, Projectos e Consultoria, Lda – GEST WELL;
- CCDRC (2007): “*Programa Operacional Regional do Centro 2007-2013*”, Comissão de Coordenação e Desenvolvimento da Região Centro, Coimbra; 183 pp.;
- CCDRC (2008): “*Programa Operacional Regional do Centro 2007-2013*”, Edição Observatório do QREN, 156 pp.;
- CCDRC (2009): “*Valorização das Estâncias Termas da Região Centro*” in Estratégias de Eficiência Coletiva (EEC) – PROVERE, QREN, 3 pp.;
- CEDRU (2008): “*Estratégia de Desenvolvimento e Plano de acção 2007-2013 da Beira Interior Sul*”, Relatório final, SIMÕES, J.M. (coord.), CEDRU, 117 pp.;
- CMM (2007): “*Plano Estratégico do Turismo para o Concelho de Mafra 2007-2016*”, Câmara Municipal de Mafra, Mafra, Turismo de Portugal, 197 pp.;
- CMSPS (2008): “*São Pedro do Sul, um concelho em movimento*”, Boletim Informativo de junho, nº9, Câmara Municipal de São Pedro do Sul, 48 pp.;
- CMSPS (2008): “*São Pedro do Sul, um concelho em movimento*”, Boletim Informativo de dezembro, nº10, Câmara Municipal de São Pedro do Sul, 48 pp.;

- CMSPS (2009): “*São Pedro do Sul, um concelho em movimento*”, Boletim Informativo de maio, nº11, Câmara Municipal de São Pedro do Sul, 48 pp.;
- CRAVIDÃO, Fernanda e CUNHA, Lúcio (1991): “Turismo, Investimento e impacto Ambiental” in *Cadernos de Geografia*, nº 10, Coimbra, IEG, pp.199-220;
- CUMT/AMPIS (2008): “*Programa Territorial de Desenvolvimento do Médio Tejo e Pinhal Interior Sul*”, MATEUS, A. e MADRUGA, P. (coord.); Comunidade Urbana do Médio Tejo/Associação de Municípios do Pinhal Interior Sul, 296 pp.;
- CUNHA, Licínio (1990): “Turismo e saúde” in *Congresso da Federação Internacional do Termalismo e Climatismo*, Luso - S. Pedro do Sul, FTTEC, pp. 95-104;
- CUNHA, Licínio (2003): “*Introdução ao Turismo*”, 2ª ed., Editorial Verbo, Lisboa, 447 pp.;
- DINIS, Pedro Alexandre H.D.M. (2004): “*Evolução Pliocénica e quaternária do Vale do Cértima*”, Tese de Doutoramento em Geologia (Geodinâmica Externa) apresentada à Faculdade de Ciências da Universidade de Coimbra, 351 pp.;
- DIREÇÃO GERAL DE ENERGIA E GEOLOGIA (2007): “*Catálogo de Recursos Geotérmicos em Portugal Continental*”, Versão online no site do E-GEO;
- DIREÇÃO GERAL DE GEOLOGIA E MINAS (2008): “*Boletim de Minas*”, nº43 (1), Ministério da Indústria e da Energia – Secretaria de Estado da Energia, Lisboa, pp.44-48;
- DGT (1992): “*Estâncias Termais: guia oficial*”, Direcção Geral do Turismo, 56 pp.;
- ESAGUY, Augusto D (1954): “*Portugal – País rico de fontes e águas mineromedicinais*”, Imprensa Médica, Lisboa, 6 pp.;
- ESCADA, Patrícia I. Gonçalves, (1999): “*Turismo Termal e Desenvolvimento em Monte Real*”, Mestrado em Geografia Humana, Universidade de Coimbra, 319 f.;
- FAZENDA, Nuno (2009): “*Programa de Acção de Enfoque Temático - Turismo de Saúde e Bem-Estar*”, CCDRN, 15 pp.;
- FERNANDES, João V. (2006): “*Thalassa, Thermae, Spa – Salute Per Aqua*”, Coleção Viver Melhor, Plátano Editora, 1ª edição, 131 pp.;
- FERNANDES, João; FERNANDES, Filomena (2008): “*Spas, Centros Talasso e Termas: turismo de saúde e bem-estar*”, Gestão Plus Edições, 1ª ed., 208 pp.;
- FERREIRA, Claudino (1996): “As Metamorfoses da Vida Termal - As Termas da Curia e o Termalismo Português do início do séc. XX à actualidade” in *Aqua Nativa*, nº 11, Associação Cultural de Anadia, Anadia, pp. 25-32 e 55-61;
- FERREIRA, Adérito Ferreira (2002): “*Termas do Carvalhal*”, Edição do Autor, Castro Daire, 113 pp.;

- FONSECA, Maria Aparecida (2005): “*Espaço, políticas de turismo e competitividade*”, Natal, EDUFRRN, pp. 46-49;
- FRASQUILHO, Miguel (2007): “*Spa Termal - Oportunidades de investimento e de negócio*”, Espírito Santo Research Sectorial, 34 pp.;
- FREITAS, Helena *et al.* (2010): “*Índex Seminum et Sporarum – Quae Hortus Botanicus Conimbrigensis*”, Departamento de Botânica, Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra, Portugal, 25pp.;
- GAMA/UA (2008): “*Plano Territorial de Desenvolvimento para a Sub-Região do Baixo Vouga*”, Grande Área Metropolitana de Aveiro/Universidade de Aveiro, 154 pp.;
- INÉDIA (2006): “*Revista Cultos*”, Distribuição afeta ao Jornal Público de 15/05/06, maio, Edições Inédia, Lisboa, 44 pp.;
- INÉDIA (2007): “*Revista Cultos*”, Distribuição afeta ao Jornal Público de 28/06/07, junho, Edições Inédia, Lisboa, 44 pp.;
- INÉDIA (2008): “*Revista Cultos*”, Distribuição afeta ao Jornal Público de 21/07/08, julho, Edições Inédia, Lisboa, 36 pp.;
- INÉDIA (2009): “*Revista Cultos*”, Distribuição afeta ao Jornal Público de 06/07/09, julho, Edições Inédia, Lisboa, 36 pp.;
- IGM (1998): “*Recursos Geotérmicos em Portugal – baixa entalpia*”, Ministério da Economia, Instituto Geológico e Mineiro, DSGRG, DRHG, Lisboa, 25 pp., Versão online no site da DGEG;
- IGM (2001): “*Água Subterrânea: Conhecer para Preservar o Futuro*”, Instituto Geológico e Mineiro, Versão Online no site do INETI;
- IGP (s/d): “*Atlas de Portugal – um país de área repartida*”, Versão Online no site do Instituto Geográfico Português (IGP);
- INE (2002): “*Censos 2001 – Centro: Resultados Definitivos*”, Instituto Nacional de Estatística, Lisboa;
- INE (2009): “*Anuário Estatístico da Região Centro 2008*”, Instituto Nacional de Estatística, Lisboa;
- MANGORRINHA, Jorge (2000): “*O lugar das termas – património e desenvolvimento regional e as estâncias termais da região do Oeste*”, Livros Horizontes, Lisboa, 302 pp.;
- MANGORRINHA, Jorge (2006): “Portugal e as suas Termas: uma aproximação estratégica”, *in* *Jornal de Arte Tinta Fresca*, Secção Cultura e Cidadania, 7 pp.;
- MEI (2007): “*Plano Estratégico Nacional do Turismo*”, versão revista, Ministério da Economia e da Inovação, Turismo de Portugal, IP, Lisboa, 137 pp.;

- MENDES, Maria Clara (1980): “*As Estâncias Termas Portuguesas*”, Projeto de Investigação apresentado à Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa para Doutoramento em Geografia Humana, Lisboa, 67 f.;
- NARCISO, Armando (1931): “Histoire des Thermes” in *Le Portugal hydrologique et climatique*, Indústrias Gráficas, Lisboa, pp. 11-30;
- ORTIGÃO, Ramalho (2000): “*Banhos de Caldas e águas minerais*”, introd. Júlio César Machado, Colares Editora, Sintra, 135 pp.;
- PALMA, Francisco Mendes (2006): “Spa Termal - Oportunidades de investimento e de negócio” in *11º Congresso da European Spas Association*, Espírito Santo Research Sectorial, 23 pp.;
- RAMOS, Adília Rita C.C.V. (2005): “*O Termalismo em Portugal: dos factores de obstrução à revitalização pela dimensão turística*”, Dissertação de Doutoramento apresentada à Universidade de Aveiro, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Aveiro, 658 pp.;
- RTAM (2007): “*Saúde e Bem-Estar – Wellness: Alto Minho*”, Região de Turismo do Alto Minho, Viana do Castelo, Turismo de Portugal, 16 pp.;
- SANTOS, F. Lopes (1990): “*Estratégia e Competitividade*”, pp.25-53;
- SANTOS, Norberto Pinto dos (2005): “Organização social e consumo. Práticas e lugares de consumo. O tempo livre e o lazer” in CAETANO, Lucília (Coordenação): *Território e Trajectórias de Desenvolvimento*, Coimbra, CEG, pp. 105-134;
- SILVA, Maria Leonor (2005): “*Movimento nas Estâncias Termas Portuguesas: ano de 2004*”, Direcção de Serviços de Estudos e Estratégia Turísticos – Divisão de Recolha e Análise Estatística, Ministério da Economia e Inovação, DGT, 15 pp.;
- SILVA, Maria Leonor (2006): “*Termas em Portugal 2005*”, Direcção de Serviços de Estudos e Estratégia Turísticos – Divisão de Recolha e Análise Estatística, Ministério da Economia e Inovação, DGT, 15 pp.;
- TCP (2009a): “*Plano de Actividades e Orçamento 2009*”, Entidade Regional de Turismo do Centro, Turismo do Centro de Portugal, Aveiro, 33 pp.;
- TCP (2009b): “*Termas, Saúde e Bem-Estar*”, Turismo do Centro de Portugal, Aveiro, Turismo de Portugal, 40 pp.;
- TCP (2009c): “*Turismo do Centro de Portugal – pólos de marca turística*”, brochura do Turismo do Centro de Portugal, Aveiro, Turismo de Portugal, 32 pp.;
- TCP (2009d): “*O PROVERE no contexto da estratégia regional de turismo*”, Turismo do Centro de Portugal, Trancoso, 28 de outubro, 17 pp.;
- TCP (2010): “*Agenda de Eventos 2010. Um destino – Centro*”, Turismo do Centro de Portugal, janeiro de 2010;



TEIXEIRA, Frederico (1990): “ Termas e Saúde” in Publicações *Instituto de Climatologia e Hidrologia da Universidade de Coimbra*, 30º vol., Coimbra, pp. 5-17;

TEIXEIRA, Frederico (1997): “A evolução do termalismo médico em Portugal” in Publicações *Instituto de Climatologia e Hidrologia da Universidade de Coimbra*, Vol. 35º, Coimbra, pp. 1-17;

TERMALISTUR EEM (2008): “*Termas de S. Pedro do Sul – 10 boas razões para vir às termas*”, Termalístur EEM, Termas S. Pedro do Sul, 15 pp.;

TP (2006): “*10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal – Saúde e Bem-Estar*”, Turismo de Portugal, IP, 60 pp.;

TP (2009a): “*Termas em Portugal – a oferta e a procura em 2007*”, Direcção de Estudos e Planeamento Estratégico/ Departamento de Informação Estatística, Turismo de Portugal, IP, 16 pp.;

TP (2009b): “*Termas em Portugal – a oferta e a procura em 2008*”, Direcção de Estudos e Planeamento Estratégico/ Departamento de Informação Estatística, Turismo de Portugal, IP, 18 pp.;

TP (2010): “*Termas em Portugal – a oferta e a procura em 2009*”, Direcção de Estudos e Planeamento Estratégico/ Departamento de Informação Estatística, Turismo de Portugal, IP, 19 pp.;

➤ **Legislação:**

- Decreto 15401/1928 de 20 de abril, INCM;
- Decreto-Lei 142/2004 de 11 de junho: regula o licenciamento, a organização, o funcionamento e a fiscalização dos estabelecimentos termais, INCM, 9 pp.;
- Portaria nº1037/2008 de 15 de setembro: estabelece os estatutos da Entidade Regional do Turismo do Centro de Portugal, INCM.

➤ **Endereços eletrónicos:**

- Associação das Termas de Portugal: [www.termasdeportugal.pt](http://www.termasdeportugal.pt) (última consulta a 01/10/10)
- Associação da Rota da Bairrada: [www.rotadabairrada.pt](http://www.rotadabairrada.pt) (09/06/10)
- Associação Europeia de Termalismo e Climatismo: [www.espaehv.com](http://www.espaehv.com) (13/07/10)
- Associação Internacional de Spas: [www.experienceispa.com](http://www.experienceispa.com) (13/07/10)
- Associação Internacional Spa Médico: [www.medicalspaassociation.org](http://www.medicalspaassociation.org) (13/07/10)
- Associação Latino Americana de Spas: [www.expospa.com](http://www.expospa.com) (20/07/10)
- Caldas da Cavaca: [www.caldasdacavaca.pt](http://www.caldasdacavaca.pt) (última consulta a 01/10/10)
- Caldas da Felgueira: [www.termasdafelgueira.pt](http://www.termasdafelgueira.pt) (última consulta a 01/10/10)
- Caldas de Sangemil: [www.termasdesangemil.tondelviva.pt](http://www.termasdesangemil.tondelviva.pt) (última consulta a 01/10/10)

- Câmara Municipal de Aguiar da Beira: [www.cm-aguiardabeira.pt](http://www.cm-aguiardabeira.pt) (21/07/10)
- Câmara Municipal de Albergaria-a-Velha: [www.cm-albergaria.pt](http://www.cm-albergaria.pt) (09/06/10)
- Câmara Municipal de Alvaiaçere: [www.cm-alvaiaçere.pt](http://www.cm-alvaiaçere.pt) (21/07/10)
- Câmara Municipal de Anadia: [www.cm-anadia.pt](http://www.cm-anadia.pt) (23/08/10)
- Câmara Municipal de Ansião: [www.cm-ansiao.pt](http://www.cm-ansiao.pt) (21/07/10)
- Câmara Municipal de Arganil: [www.cm-arganil.pt](http://www.cm-arganil.pt) (21/07/10)
- Câmara Municipal de Aveiro: [www.cm-aveiro.pt](http://www.cm-aveiro.pt) (09/06/10)
- Câmara Municipal de Cantanhede: [www.cm-cantanhede.pt](http://www.cm-cantanhede.pt) (21/07/10)
- Câmara Municipal de Carregal do Sal: [www.cm-csal.pt](http://www.cm-csal.pt) (21/07/10)
- Câmara Municipal de Castelo Branco: [www.cm-castelobranco.pt](http://www.cm-castelobranco.pt) (23/08/10)
- Câmara Municipal de Castro Daire: [www.cm-castrodaire.pt](http://www.cm-castrodaire.pt) (21/07/10)
- Câmara Municipal de Coimbra: [www.cm-coimbra.pt](http://www.cm-coimbra.pt) (21/07/10)
- Câmara Municipal de Condeixa-a-Nova: [www.cm-condeixa.pt](http://www.cm-condeixa.pt) (21/07/10)
- Câmara Municipal de Estarreja: [www.cm-estarreja.pt](http://www.cm-estarreja.pt) (09/06/10)
- Câmara Municipal de Figueira da Foz: [www.figueradigital.com](http://www.figueradigital.com) (21/07/10)
- Câmara Municipal de Figueiró dos Vinhos: [www.cm-figueirodosvinhos.pt](http://www.cm-figueirodosvinhos.pt) (21/07/10)
- Câmara Municipal de Góis: [www.cm-gois.pt](http://www.cm-gois.pt) (21/07/10)
- Câmara Municipal de Idanha-a-Nova: [www.cm-idanhaanova.pt](http://www.cm-idanhaanova.pt) (23/08/10)
- Câmara Municipal de Ílhavo: [www.cm-ilhavo.pt](http://www.cm-ilhavo.pt) (09/06/10)
- Câmara Municipal da Lousã: [www.cm-lousa.pt](http://www.cm-lousa.pt) (21/07/10)
- Câmara Municipal de Mação: [www.cm-macao.pt](http://www.cm-macao.pt) (23/08/10)
- Câmara Municipal da Mealhada: [www.cm-mealhada.pt](http://www.cm-mealhada.pt) (09/06/10)
- Câmara Municipal da Mira: [www.cm-mira.pt](http://www.cm-mira.pt) (21/07/10)
- Câmara Municipal de Miranda do Corvo: [www.cm-mirandadocorvo.pt](http://www.cm-mirandadocorvo.pt) (21/07/10)
- Câmara Municipal de Montemor-o-Velho: [www.cm-montemorovelho.pt](http://www.cm-montemorovelho.pt) (23/08/10)
- Câmara Municipal de Mortágua: [www.cm-mortagua.pt](http://www.cm-mortagua.pt) (23/08/10)
- Câmara Municipal da Murtosa: [www.cm-murtosa.pt](http://www.cm-murtosa.pt) (09/06/10)
- Câmara Municipal de Oliveira do Bairro: [www.cm-olb.pt](http://www.cm-olb.pt) (09/06/10)
- Câmara Municipal de Oleiros: [www.cm-oleiros.pt](http://www.cm-oleiros.pt) (23/08/10)
- Câmara Municipal de Oliveira do Hospital: [www.cm-oliveiradohospital.pt](http://www.cm-oliveiradohospital.pt) (23/08/10)
- Câmara Municipal de Ovar: [www.cm-ovar.pt](http://www.cm-ovar.pt) (09/06/10)
- Câmara Municipal da Pampilhosa da Serra: [www.cm-pampilhosadaserra.pt](http://www.cm-pampilhosadaserra.pt) (23/08/10)
- Câmara Municipal de Pedrógão Grande: [www.cm-pedrogaogrande.pt](http://www.cm-pedrogaogrande.pt) (23/08/10)
- Câmara Municipal de Penacova: [www.cm-penacova.pt](http://www.cm-penacova.pt) (23/08/10)
- Câmara Municipal de Penamacor: [www.cm-penamacor.pt](http://www.cm-penamacor.pt) (23/08/10)
- Câmara Municipal de Penela: [www.cm-penela.pt](http://www.cm-penela.pt) (23/08/10)
- Câmara Municipal de Proença-a-Nova: [www.cm-proencaanova.pt](http://www.cm-proencaanova.pt) (23/08/10)
- Câmara Municipal de São Pedro do Sul: [www.cm-sps.pt](http://www.cm-sps.pt) (23/08/10)

- Câmara Municipal da Sertã: [www.cm-serta.pt](http://www.cm-serta.pt) (23/08/10)
- Câmara Municipal de Sever do Vouga: [www.sever.pt](http://www.sever.pt) (14/07/10)
- Câmara Municipal de Soure: [www.cm-soure.pt](http://www.cm-soure.pt) (23/08/10)
- Câmara Municipal de Tábua: [www.cm-tabua.pt](http://www.cm-tabua.pt) (23/08/10)
- Câmara Municipal de Tondela: [www.cm-tondela.pt](http://www.cm-tondela.pt) (23/08/10)
- Câmara Municipal de Vagos: [www.cm-vagos.pt](http://www.cm-vagos.pt) (14/07/10)
- Câmara Municipal de Vila de Rei: [www.cm-viladerei.pt](http://www.cm-viladerei.pt) (23/08/10)
- Câmara Municipal de Vila Nova de Poiares: [www.cm-vilanovadepoiares.pt](http://www.cm-vilanovadepoiares.pt) (23/08/10)
- Câmara Municipal de Vila Velha de Ródão: [www.cm-vilavelhaderodao.pt](http://www.cm-vilavelhaderodao.pt) (23/08/10)
- Câmara Municipal de Viseu: [www.cm-viseu.pt](http://www.cm-viseu.pt) (23/08/10)
- Comissão de Coordenação e Desenvolvimento da Região Centro: [www.maiscentro.qren.pt](http://www.maiscentro.qren.pt) (06/02/2010)
- Direcção Geral de Energia e Geologia: [www.dgge.pt](http://www.dgge.pt) (23/08/10)
- Federação Mundial do Termalismo e Climatismo: [www.femtec.org](http://www.femtec.org) (13/07/10)
- Grupo Português de Saúde e Bem-Estar: [www.gpsaude.pt](http://www.gpsaude.pt) (26/07/10)
- Instituto de Turismo de Portugal: [www.iturismo.pt](http://www.iturismo.pt) (última consulta a 01/10/10)
- Instituto Geográfico Português: [www.igeo.pt](http://www.igeo.pt) (23/08/10)
- Junta de Turismo da Curia: [www.turismo-curia.pt](http://www.turismo-curia.pt) (13/07/10)
- Organização Mundial do Termalismo: [www.omth.com](http://www.omth.com) (20/07/10)
- Organização Mundial do Turismo: [www.wto.com](http://www.wto.com) (13/07/10)
- Revista Cultos - Termas e *Spas* Termais: [www.cultostermas.com](http://www.cultostermas.com) (02/08/10)
- Revista de Termalismo Tribuna Termal: [www.tribunaternal.com](http://www.tribunaternal.com) (20/07/10)
- Revista Eletrónica de Termalismo e Talassoterapia: [www.termasworld.com](http://www.termasworld.com) (13/07/10)
- Sistema Nacional de Informação Geocientífica: [www.e-geo.ineti.pt](http://www.e-geo.ineti.pt) (23/08/10)
- Termas de Alcafache: [www.termasdealcafache.pt](http://www.termasdealcafache.pt) (última consulta a 01/10/10)
- Termas do Carvalhal: [www.termasdocarvalhal.com](http://www.termasdocarvalhal.com) (última consulta a 01/10/10)
- Termas da Curia: [www.termasdacuria.com](http://www.termasdacuria.com) (última consulta a 01/10/10)
- Termas do Luso: [www.termasdoluso.com](http://www.termasdoluso.com) (última consulta a 01/10/10)
- Termas de Monfortinho: [www.monfortur.pt](http://www.monfortur.pt) (última consulta a 01/10/10)
- Termas de S. Pedro do Sul: [www.termas-spsul.com](http://www.termas-spsul.com) (última consulta a 01/10/10)
- Termatália - Feira Internacional de Turismo Termal: [www.termatalia.com](http://www.termatalia.com) (20/07/10)
- Turismo do Centro de Portugal: [www.turismodocentro.pt](http://www.turismodocentro.pt) (última consulta a 01/10/10)
- Viniportugal: [www.viniportugal.pt](http://www.viniportugal.pt) (21/07/10)

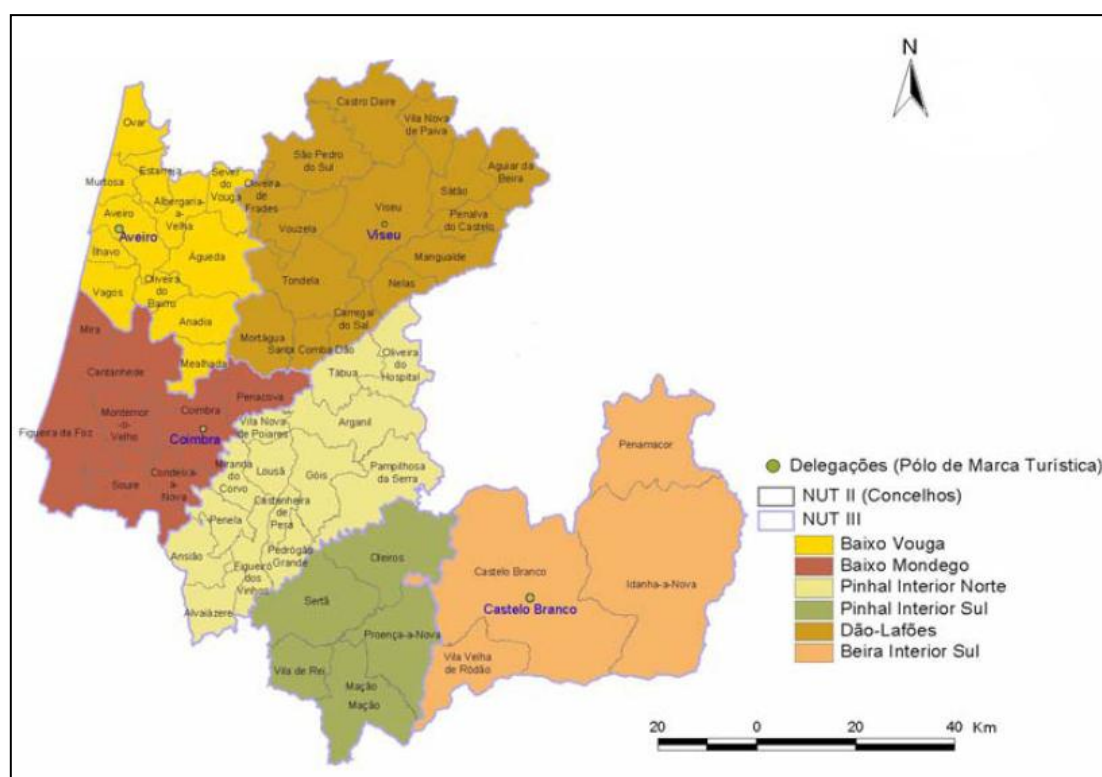
## **ANEXO I**

### **Caracterização e Diagnóstico do Território - Situação de Referência**

## I. Territorialização da estratégia do plano de ação

### 1. Inserção territorial – localização e enquadramento

Inserido na região Centro, o território de influência da Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal (TCP) inclui 4 pólos territoriais denominados Ria de Aveiro, Coimbra, Viseu/Dão-Lafões e Castelo Branco/Naturtejo, correspondentes às NUTs III Baixo Vouga, Baixo Mondego e Pinhal Interior Norte, Dão-Lafões, Pinhal Interior Sul e Beira Interior Sul respetivamente, os quais abarcam 58 municípios (figura I).



Fonte: TCP (2009a)

Figura I: Área de influência da Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal

Um território de “territórios” heterogéneos no que diz respeito às suas dinâmicas demográficas, económicas e sociais mas similares no que concerne às inúmeras potencialidades de que dispõem a nível turístico.

## 1.1. Dinâmicas estruturantes do território e dos territórios

### 1.1.1. Estrutura demográfica

Com uma área de 13720,6 km<sup>2</sup>, os 4 pólos territoriais de marca turística, que correspondem às NUTs III, abarcavam, em 2008, cerca de 52% da população total da região Centro e têm vindo a experimentar dinâmicas demográficas diversas (quadro I).

Na década de 91/01 a região Centro ganha população e, dentro do território em estudo, destaca-se a sub-região do Baixo Vouga (Ria de Aveiro) com um crescimento populacional na ordem dos 10%. As perdas mais significativas registaram-se no Pinhal Interior Sul (-11,8%) e na Beira Interior Sul (-3,6%) (Castelo Branco/NaturTejo).

Nos últimos anos, entre 2001 e 2008, o crescimento populacional nos 4 pólos territoriais tem sido bastante mais modesto, com o Baixo Vouga e Dão-Lafões (Ria de Aveiro e Viseu/Dão-Lafões) a registarem dinâmicas positivas. No entanto, domina uma perda generalizada com destaque para Castelo Branco/Naturejo (Pinhal Interior Sul e Beira Interior Sul) com um decréscimo superior a 8%, e Coimbra (Baixo Mondego e Pinhal Interior Norte) com cerca de menos 2% da população, neste período de tempo.

Quadro I: População residente, variação e densidade populacional, na região Centro, por NUT III

Unidade Territorial	Área km <sup>2</sup>	População Residente			Variação da População		Densidade Populacional	
		1991	2001	2008	91/01	01/08	2001	2008
<b>Portugal Continental</b>	<b>88971,3</b>	<b>9375926</b>	<b>9869343</b>	<b>10135309</b>	<b>5,3</b>	<b>2,7</b>	<b>110,9</b>	<b>113,9</b>
<b>Região Centro</b>	<b>28200,1</b>	<b>2258768</b>	<b>2348397</b>	<b>2383284</b>	<b>4,0</b>	<b>1,5</b>	<b>83,3</b>	<b>84,5</b>
<b>Baixo Vouga</b>	<b>1804,2</b>	<b>350424</b>	<b>385724</b>	<b>400423</b>	<b>10,1</b>	<b>3,8</b>	<b>213,8</b>	<b>221,9</b>
<b>Baixo Mondego</b>	<b>2062,8</b>	<b>328858</b>	<b>340309</b>	<b>330494</b>	<b>3,5</b>	<b>-2,9</b>	<b>165,0</b>	<b>160,2</b>
Pinhal Litoral	1743,6	224334	250990	268140	11,9	6,8	143,9	153,8
<b>Pinhal Interior Norte</b>	<b>2616,5</b>	<b>139413</b>	<b>138535</b>	<b>137341</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,9</b>	<b>52,9</b>	<b>52,5</b>
<b>Dão-Lafões</b>	<b>3488,9</b>	<b>282462</b>	<b>286313</b>	<b>291185</b>	<b>1,4</b>	<b>1,7</b>	<b>82,1</b>	<b>83,5</b>
<b>Pinhal Interior Sul</b>	<b>1904,8</b>	<b>50801</b>	<b>44803</b>	<b>40407</b>	<b>-11,8</b>	<b>-9,8</b>	<b>23,5</b>	<b>21,2</b>
Serra da Estrela	867,8	54042	49895	47415	-7,7	-5,0	57,5	54,6
Beira Interior Norte	4062,6	118513	115325	109051	-2,7	-5,4	28,4	26,8
<b>Beira Interior Sul</b>	<b>3748,2</b>	<b>81015</b>	<b>78123</b>	<b>73138</b>	<b>-3,6</b>	<b>-6,4</b>	<b>20,8</b>	<b>19,5</b>
Cova da Beira	1374,5	93097	93579	90701	0,5	-3,1	68,1	66,0
Oeste	2220,2	314390	338711	363930	7,7	7,4	152,6	163,9
Médio Tejo	2306,0	221419	226090	321059	2,1	42,0	98,0	100,2

Fonte: INE (2002, 2009)

À escala do concelho as disparidades territoriais a nível demográfico aumentam. No pólo territorial Ria de Aveiro, a grande maioria dos municípios tem registado valores positivos embora com quebras no último período considerado (2001/2008). As exceções são os concelhos de Anadia e Aveiro com perdas irrisórias e Sever do Vouga

que, com um grau de interioridade maior, perdeu cerca de 8,6% da população entre 1991 e 2008 (figura II).

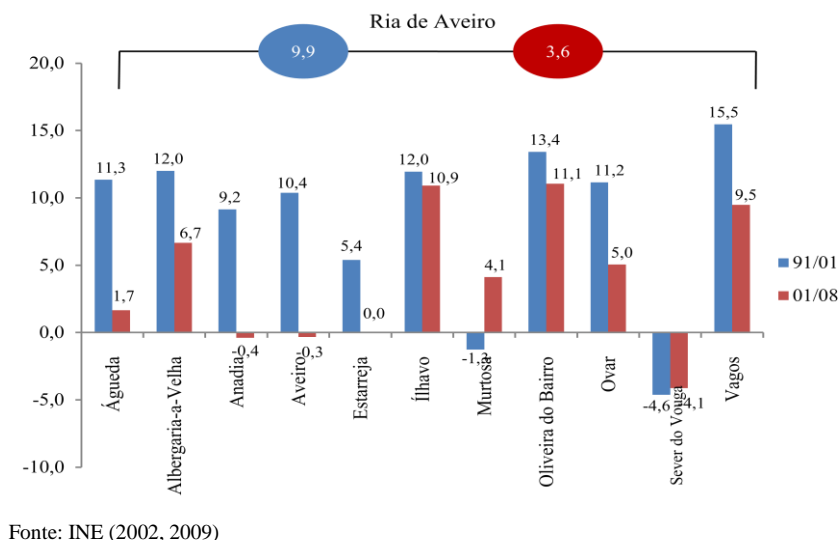


Figura II: Variação (%) da população residente (1991/2001 e 2001/2008) no pólo Ria de Aveiro, por concelho

O pólo territorial de Viseu/Dão-Lafões regista grandes perdas populacionais ao nível do concelho, muito embora se registem dinâmicas positivas entre 2001 e 2008 em concelhos que na década anterior tinham perdido grandes quantitativos populacionais, com destaque para Vila Nova de Paiva (4,2%), Nelas (3,2%), Sátão (2,9%) e Carregal do Sal (1,5%). O concelho de Viseu continua a ser o território com maior dinâmica demográfica positiva, embora menor nos últimos anos (figura III).

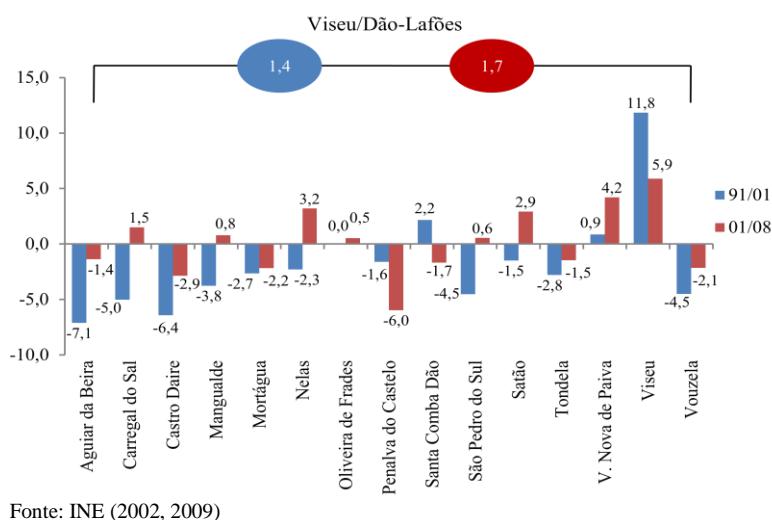
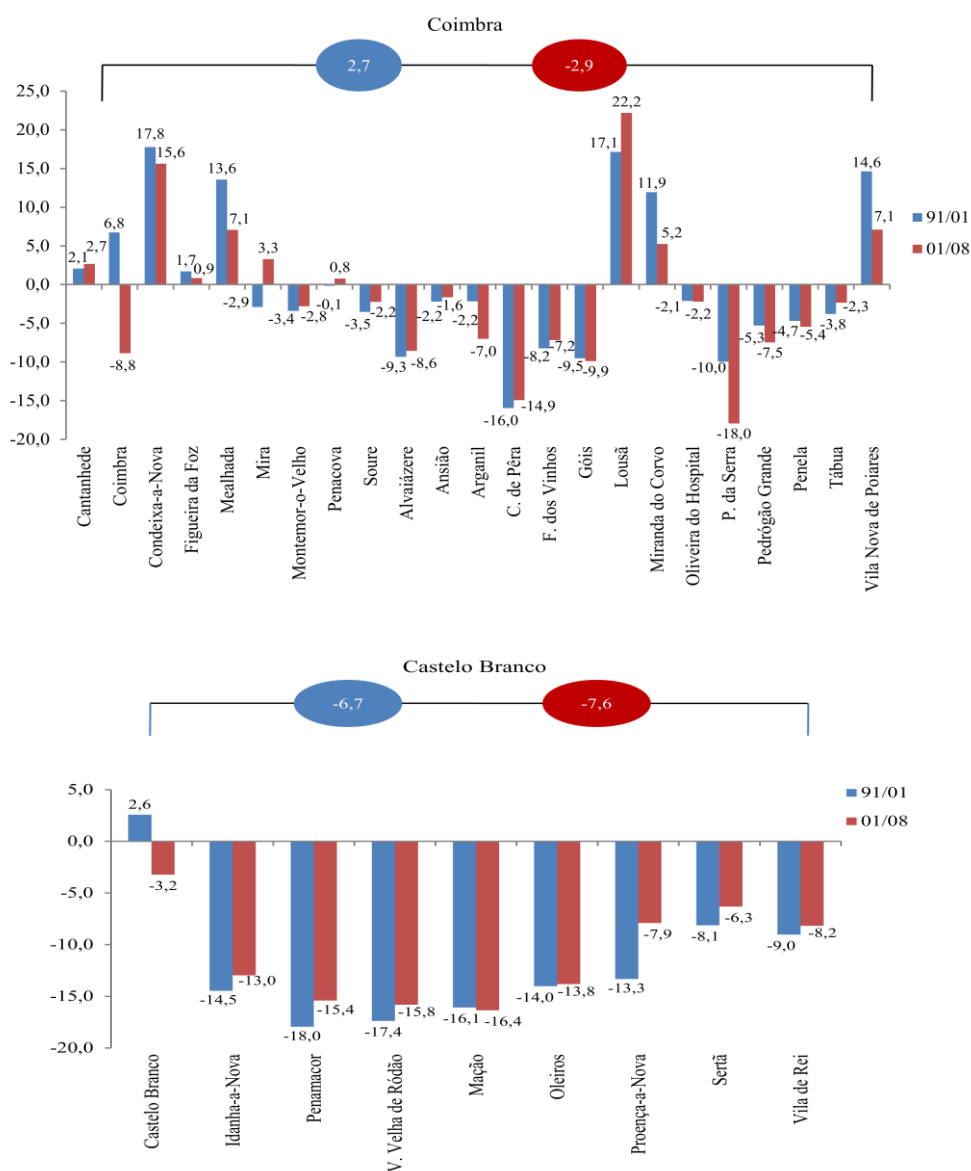


Figura III: Variação (%) da população residente (1991/2001 e 2001/2008) no pólo Viseu/Dão Lafões, por concelho

O pólo territorial de Coimbra, sobretudo os concelhos que fazem parte da sub-região do Pinhal Interior Norte, tem registado perdas significativas de população, nomeadamente Pampilhosa da Serra e Castanheira de Pera. Já a Lousã destaca-se como o concelho mais dinâmico, cujos ganhos populacionais entre 2001/2008 se fixaram nos 22,2%, seguido de Vila Nova de Poiares (7,1%) e Miranda do Corvo (5,2%) (figura IV).

No Baixo Mondego o concelho de Condeixa-a-Nova tem-se revelado bastante atrativo à fixação de população, cujos acréscimos atingiram os 15,6% nos últimos anos, ao contrário de Coimbra, que revela um decréscimo de 8,8% (figura V).



Fonte: INE (2002, 2009)

Figuras IV e V: Variação (%) da população residente (1991/2001 e 2001/2008) no pólo Coimbra e Castelo Branco, por concelho



A significativa perda de população no pólo de Castelo Branco mostra de forma inquestionável o caráter repulsivo destes territórios do interior e de fronteira, nomeadamente na sub-região da Beira Interior Sul. Castelo Branco, depois de uma década de crescimento populacional, ainda que modesto (2,6%), reflete nestes últimos anos o peso da interioridade tornando-se pouco atrativo para a fixação de população.

No cômputo geral, as dinâmicas populacionais positivas verificam-se nos concelhos do litoral, já as dinâmicas negativas nos territórios fronteiriços e mais votados ao interior, muito embora nestes últimos se evidenciem “ilhas” com algum dinamismo e crescimento como é o caso do concelho de Viseu e Lousã.

Em relação aos concelhos termais, a grande maioria revela uma dinâmica populacional negativa destacando-se as termas da Ladeira de Envendos que se localizam no território mais repulsivo do conjunto, Mação, que regista nos últimos anos (2001 a 2008) um decréscimo de mais de 16% seguido de Idanha-a-Nova, concelho que acolhe as termas de Monfortinho, com uma diminuição da população na ordem dos 13%. Esta tendência de perda, no período de tempo enunciado, estende-se ainda aos concelhos de Castro Daire (-2,9%), Tondela (-1,5%), Aguiar da Beira (-1,4%) e Anadia (-0,4%). As dinâmicas positivas mais significativas registam-se na Mealhada (7,1%) onde se localizam as termas do Luso, Viseu (5,9%), Nelas (3,2%) e São Pedro do Sul (0,6%) (quadro II).

Quadro II: População residente, variação e densidade populacional, por concelho termal

Termas	Concelho	População Residente			Variação da População		Densidade Populacional	
		1991	2001	2008	91/01	01/08	2001	2008
Monfortinho	Idanha-a-Nova	13630	11659	10147	-14,5	-13,0	8,2	7,2
L. de Envendos	Mação	10060	8442	7061	-16,1	-16,4	21,1	17,7
Luso	Mealhada	18272	20751	22215	13,6	7,1	187,5	200,8
Curia/V. da Mó	Anadia	28899	31545	31422	9,2	-0,4	145,6	145,0
Alcafache	Viseu	83601	93501	99016	11,8	5,9	184,4	195,3
	Mangualde	21808	20990	21155	-3,8	0,8	95,7	96,5
Carvalhal	Castro Daire	18156	16990	16503	-6,4	-2,9	44,8	43,5
Cavaca	Aguiar da Beira	6725	6247	6161	-7,1	-1,4	30,2	29,8
Felgueira	Nelas	14618	14283	14740	-2,3	3,2	113,6	117,2
Sangemil	Tondela	32049	31152	30698	-2,8	-1,5	83,9	82,7
S. Pedro do Sul	S. Pedro do Sul	19985	19083	19188	-4,5	0,6	54,7	55,0

Fonte: INE (2002, 2009)

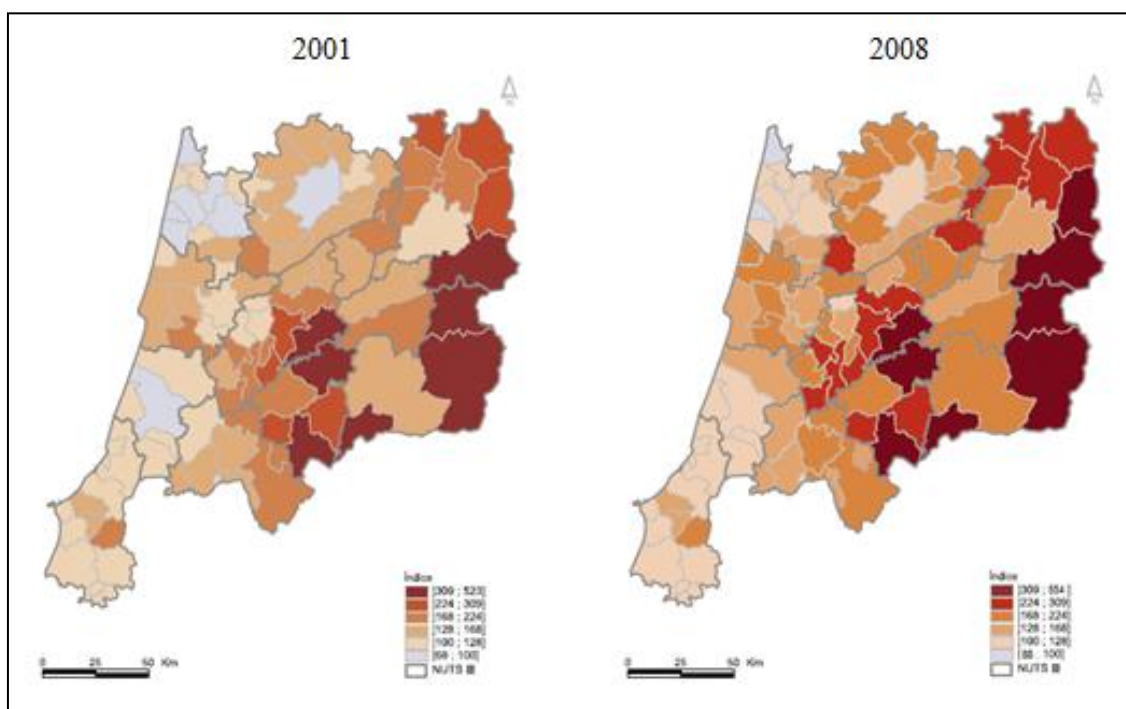
O desequilíbrio entre os grupos etários principais é uma realidade incontornável neste território, muito embora com diferentes expressões nas regiões mais interiores. Em 2001, o número de idosos é mais do dobro do quantitativo da população jovem em regiões como o Pinhal Interior Sul (31%), Beira Interior Norte (25,4%) e Sul (27,5%). O envelhecimento da população é um sinal evidente do carácter repulsivo da maioria destes territórios, onde em 2008, o Pinhal Interior Sul (292,8%) e a Beira Interior Sul (235,7%) apresentam um valor superior ao da região Centro e ao do próprio país (quadro III).

Quadro III: Índice de Envelhecimento (%), na região Centro, por NUT III

<b>Unidade Territorial</b>	<b>1991</b>	<b>2001</b>	<b>2008</b>
<b>Portugal Continental</b>	<b>68,0</b>	<b>102,0</b>	<b>118,1</b>
<b>Região Centro</b>	<b>87,0</b>	<b>129,6</b>	<b>147,2</b>
<b>Baixo Vouga</b>	<b>62,7</b>	<b>94,3</b>	<b>114,6</b>
<b>Baixo Mondego</b>	<b>84,7</b>	<b>135,6</b>	<b>154,4</b>
Pinhal Litoral	63,4	97,1	118,3
<b>Pinhal Interior Norte</b>	<b>121,8</b>	<b>163,0</b>	<b>181,5</b>
<b>Dão-Lafões</b>	<b>79,0</b>	<b>125,1</b>	<b>148,2</b>
<b>Pinhal Interior Sul</b>	<b>164,5</b>	<b>257,1</b>	<b>292,8</b>
Serra da Estrela	104,5	175,4	215,4
Beira Interior Norte	123,4	188,7	217
<b>Beira Interior Sul</b>	<b>160,1</b>	<b>229,0</b>	<b>235,7</b>
Cova da Beira	99,7	153,4	182,1
Oeste	79,0	115,0	124,1
Médio Tejo	96,9	142,8	160,8

Fonte: INE (2002, 2009)

Entre 2001 e 2008 o mapa territorial, no que ao envelhecimento da população diz respeito, sofreu algumas alterações (figura VI). Em 2008 houve um reforço e um acentuar dos concelhos que já mostravam sinais claros de envelhecimento em 2001, sobretudo os territórios de fronteira, e uma expansão aos concelhos do litoral que em 2001 tinham um índice menor. Estes resultados indicam que não só se tem vindo a assistir ao envelhecimento da população, como ao sobreenvelhecimento da mesma. Desde 2001 que a população com 65 e mais anos é bastante superior à população com menos de 15 anos na maioria dos concelhos da região Centro, excetuando-se grande parte dos concelhos da sub-região do Baixo Vouga.



Fonte: Elaborado a partir de INE (2002, 2009)

Figura VI: Índice de Envelhecimento em 2001 e 2008, na região Centro, por concelho

Quadro IV: Índice de Envelhecimento (%), por concelho termal

Termas	Concelho	1991	2001	2008
<b>Monfortinho</b>	Idanha-a-Nova	291,7	453,0	478,7
<b>L. de Envidos</b>	Mação	254,4	364,1	386,6
<b>Luso</b>	Mealhada	77,8	119,1	149,6
<b>Curia/V. da Mó</b>	Anadia	82,0	131,9	164,7
<b>Alcafache</b>	Viseu	58,2	89,5	105,1
<b>Carvalhal</b>	Mangualde	81,3	134,3	153,5
<b>Cavaca</b>	Castro Daire	95,5	144,9	186,2
<b>Felgueira</b>	Aguiar da Beira	97,8	162,9	199,4
<b>Sangemil</b>	Nelas	78,3	142,9	166,7
<b>S. Pedro do Sul</b>	Tondela	97,6	159,5	206,2
<b>S. Pedro do Sul</b>	S. Pedro do Sul	100,0	153,1	183,6

Fonte: INE (2002, 2009)

Os concelhos de Idanha-a-Nova e Mação sobressaem como os mais repulsivos onde a população idosa, em 2008, representava cerca de 40% da população total de cada concelho e era cerca de cinco vezes superior à população do grupo etário mais jovem (0-14 anos) no primeiro, e quatro vezes superior no segundo. Viseu é o território deste conjunto com o menor envelhecimento registado ao longo dos anos (quadro IV).

### 1.1.2. Estrutura económica

Numa população em que a taxa de atividade não ultrapassa os 50%, e à semelhança do que acontece um pouco por todo o país, na região Centro tem-se verificado a terciarização da população ativa, sendo o pólo de Coimbra, que em 2007, tinha maiores efetivos a desenvolver atividades no setor terciário. Já atividades como a agricultura/silvicultura têm vindo a perder progressivamente importância, obtendo maior expressão na Beira Interior Sul (quadro V).

Quadro V: Trabalhadores por conta de outrem, taxa de atividade e de desemprego, por NUT III

Unidade Territorial	Setores de Atividade 2007			Taxa de atividade	Taxa de desemprego
	Primário	Secundário	Terciário	2001	
<b>Portugal Continental</b>	<b>1,6</b>	<b>36,7</b>	<b>61,7</b>	<b>48,4</b>	<b>6,9</b>
<b>Região Centro</b>	<b>2,0</b>	<b>43,6</b>	<b>54,4</b>	<b>45,5</b>	<b>5,8</b>
<b>Baixo Vouga</b>	<b>1,0</b>	<b>52,9</b>	<b>46,1</b>	<b>49,1</b>	<b>5,3</b>
<b>Baixo Mondego</b>	<b>1,3</b>	<b>31,1</b>	<b>67,6</b>	<b>46,8</b>	<b>6,4</b>
Pinhal Litoral	1,3	51,0	47,8	48,5	3,7
<b>Pinhal Interior Norte</b>	<b>2,0</b>	<b>50,1</b>	<b>47,9</b>	<b>41,9</b>	<b>5,6</b>
<b>Dão-Lafões</b>	<b>2,5</b>	<b>43,2</b>	<b>54,3</b>	<b>42,1</b>	<b>7,0</b>
<b>Pinhal Interior Sul</b>	<b>3,0</b>	<b>44,8</b>	<b>52,3</b>	<b>37,4</b>	<b>5,9</b>
Serra da Estrela	1,0	44,5	54,5	39,9	7,9
Beira Interior Norte	1,9	36,3	61,8	40,5	5,4
<b>Beira Interior Sul</b>	<b>4,6</b>	<b>39,3</b>	<b>56,1</b>	<b>41,4</b>	<b>6,0</b>
Cova da Beira	2,0	43,1	54,8	44,4	6,4
Oeste	3,9	39,4	56,8	47,6	5,6
Médio Tejo	2,2	38,5	59,3	44,3	6,4

Fonte: INE (2002, 2009)

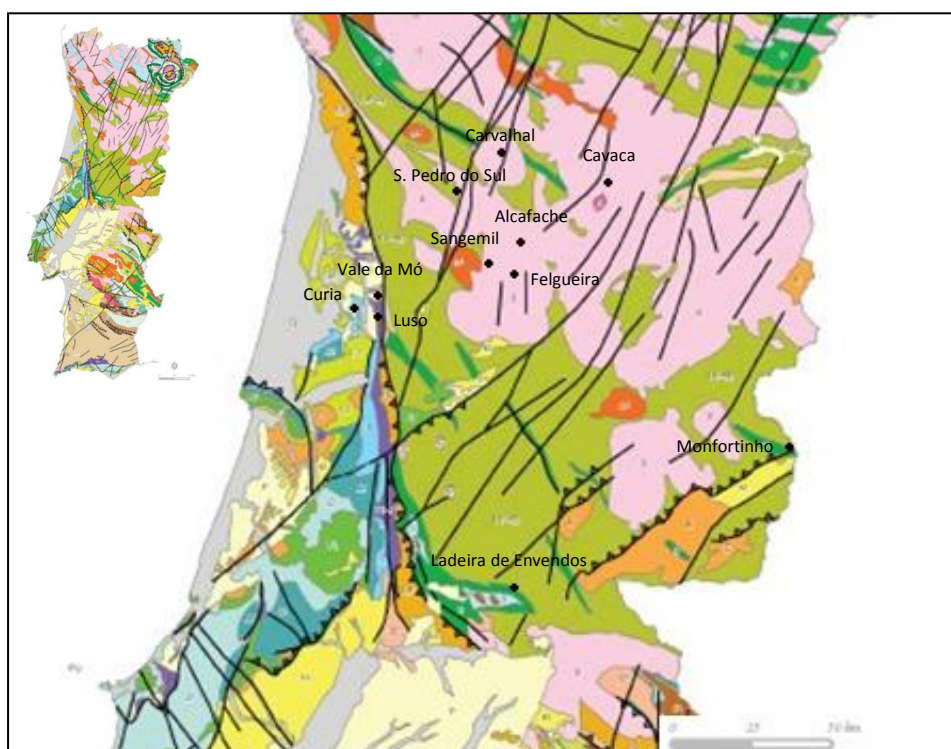
Em relação ao desemprego, destaca-se o pólo de Coimbra, seguido de Castelo Branco/NaturTejo e Dão-Lafões que ultrapassam a média da região Centro e nacional.

### 1.2. Enquadramento físico das estâncias termais na região Centro

Portugal é dos países da Europa mais ricos em nascentes mineromedicinais, possuindo dos tipos mais importantes e ricos de águas termais (ESAGUY, 1954) nas mais de 400 nascentes de água mineral natural (MANGORRINHA, 2000). NARCISO (1931) refere-se à situação geográfica, à constituição geológica do solo e ao clima temperado como fatores determinantes para a existência deste diversificado espólio.

MENDES (1980) afirma que as inúmeras nascentes termais que ocorrem no Maciço Hespérico, a norte do rio Tejo, estão intimamente relacionadas com acidentes tectónicos como falhas, diáclases e fraturas de grande dimensão ou de pequena amplitude que ocorrem nos granitos hercínicos, nas formações xistograuváquicas paleozoicas e ainda no contacto entre as duas. Acidentes esses que apresentam, de um modo geral, orientações de NNE-SSW a NE-SW.

As nascentes de água minero-medicinal que “alimentam” as estâncias termais em estudo surgem, na sua grande maioria, perto ou na sequência das diversas falhas (figura VII) associadas a importantes serras e elevações montanhosas, que moldam o território da região Centro e as enquadram (figura VIII).



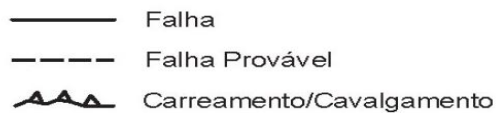
Fonte: Adaptado de IGP (endereço eletrónico, 2010)

Figura VII: Localização das estâncias termais da região TCP tendo em conta os acidentes tectónicos e a litologia da região Centro

Legenda:

## Rochas Magmáticas Intrusivas

PÓS- VARISCAS	<div>g1</div> Granito, sienito e gabro-diorito (Maciço de Sintra)
	<div>g3</div> Sienitos, sienito nefelínicos (Maciço de Monchique)
	<div>g2</div> Gabro (Maciço de Sines)
VARISCAS	<div>pl</div> Pórfiros, riolitos
	<div>g</div> Granitos
	<div>gd</div> Granodioritos e tonalitos
	<div>gl</div> Granitos gneissicos
	<div>dgp</div> Dioritos, gabros e raros peridotitos
PRÉ-OROGÉNICAS	<div>alfa</div> Rochas peralcalinas
	<div>gz</div> Ortogneisses e migmatitos



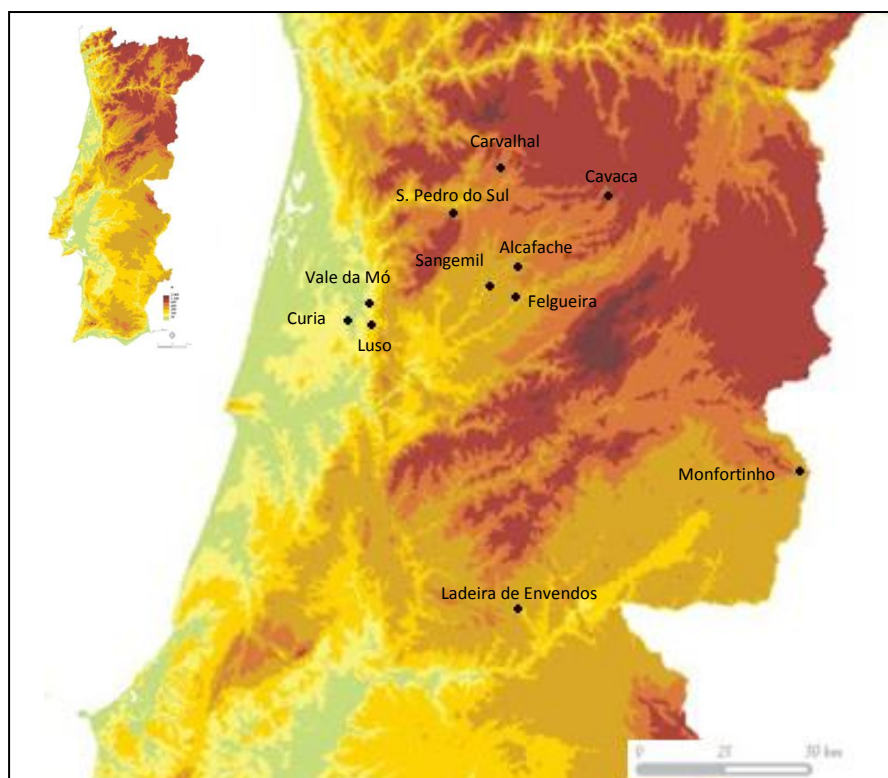
CENOZÓICO	Quaternário	Q	Depósitos de aluviões, praias, dunas e terraços		
	Neogénico	P	Areias, arenitos e argilitos		
		Pliocénico	M	Arenitos, argilitos e calcários arenosos	
	Paleogénico	E	Argilitos, arenitos e conglomerados		
MESOZÓICO	Cretácico	Superior	CVL	Complexo Vulcânico de Lisboa: rochas vulcano-sedimentares	
		Inferior	K2	Arenitos, argilitos e calcários	
	Jurássico	Superior	K1	Calcários, margas e arenitos	
		Médio	J3	Calcários, margas e arenitos	
		Inferior	J2	Calcários e margas	
	Triásico	J1	Calcários, dolomitos e margas		
		T3-J1	Arenitos, pelitos, evaporitos e rochas vulcano-sedimentares		
PALEOZÓICO	Carbonífero	Superior	C	Turbiditos (xistos e grauvaques), arenitos e conglomerados	
		Inferior	D3-C1	Complexo Vulcano-Sedimentar: arenitos, xistos e carbonatos	
	Devónico	Superior	D3	Quartzitos, xistos e turbiditos	
		Inferior	D1	Quartzitos, xistos, raros calcários e turbiditos	S-D1
	Silúrico	S	Xistos negros, líditos, quartzitos e grauvaques	Xistos, grauvaques, filitos, vulcanitos ácidos e básicos	S-D
	Ordovício	O	Quartzitos, xistos e vulcanitos		Complexo Ofolítico
	Cámbrico	ep	Calcários, arenitos, xistos e vulcanitos ácidos e básicos	NP-ep	Turbiditos (xistos, grauvaques e quartzitos)
PRE-CÁMBRICO	NP	Xistos, grauvaques, chertes negros, vulcanitos ácidos e básicos, gneisses, granulitos e migmatitos		Complexo Vulcano-Sedimentar Carbonatado	

As termas de Monfortinho localizam-se no extremo ESE das faldas de Penha Garcia e o seu aquífero hidromineral está instalado nas cristas de quartzito cuja emergência é facilitada pela falha de Monfortinho e a fracturação conjugada N15°W.

As termas do Luso têm como pano de fundo a Serra do Buçaco localizando-se na sua vertente Oeste, na transição do Maciço Hespérico para a Bordadura Ocidental, cuja emergência das águas provém dos aquíferos localizados ao longo da crista quartzítica na direção SE-NW, no sentido do Luso (DGEG, 2007).

Na Curia, as águas emergem das diáclases (“algares”) do calcário, na mancha Jurássica, no contacto destes terrenos com o pliocénico. A tectónica atua tenuemente através de uma falha inferida (N-S) localizada a oeste da estância termal (DINIS, 2004).

Contíguas às faldas da Serra do Caramulo, a 250 metros de altitude, num vale tortuoso, localizam-se as termas de Vale da Mó de onde brotam as águas férreas, uma representante quase única em Portugal, na interceção de uma diáclase que segue sensivelmente a linha de talvegue NE-SW com as camadas de conglomerados do permocarbónico que correm na direção N-S para poente. A linha de fratura distingue-se num sinclinal a Oeste desta nascente (ACCIAIUOLI, 1944).



Fonte: Adaptado de IGP (endereço eletrónico, 2010)

Figura VIII: Localização das estâncias termais do TCP e hipsometria da região Centro

As termas de Alcafache encontram-se em pleno terreno granítico, onde as águas termais que emergem de fendas graníticas do leito do rio Dão, segundo a direção N80°W, captadas a várias dezenas de metros de profundidade, resultam de chuvas caídas há mais de 14 mil anos (INÉDIA, 2007).

A 500 m de altitude, num relevo fortemente condicionado pela tectónica tardi-hercínica NNE-SSW<sup>27</sup>, no meio das bacias hidrográficas dos rios Vouga e Paiva e enquadrada pelas serras de Montemuro e de Arada surgem as termas do Carvalho (FERREIRA, 2002) cuja água brota de uma falha sismotectónica composta por rochas granitoides (ATP, 2008).

As Caldas da Cavaca localizam-se entre as bacias hidrográficas do rio Vouga e do rio Dão, numa área que se distribui entre os 500 m e os 800 m de altitude. As águas situam-se no fundo do vale do rio Coja, numa região quase exclusivamente constituída por rochas granitoides, submetidas a uma tectónica frágil de orientação NE-SW<sup>28</sup>.

As Caldas da Felgueira, alcandoradas na margem direita do vale do rio Mondego e enquadradas pelas Serras da Estrela, Buçaco e Caramulo, guardam um tesouro de mais de 13 mil anos a mais de 2500 metros de profundidade, que emerge das rochas granitoides (AMRDL, 2008).

As termas de Sangemil estão localizadas na margem direita do rio Dão, em cujo leito se revela a exurgência de água termal, uma área bastante afetada pela tectónica através da fracturação N50°E, N30°E e N-S. Esta água, sulfurosa sódica de temperatura relativamente elevada, brota de diaclases do granito porfiróide.

As águas das termas de São Pedro do Sul, localizadas nas margens do rio Vouga, emergem das rochas granitoides fortemente afetadas pelos sistemas de falhas que controlam as ocorrências termais, nomeadamente a falha de Ribamá e a falha das Termas sendo através desta que a maior parte da recarga hidrotermal é transportada ao longo de grandes distâncias e profundidades<sup>29</sup>.

---

<sup>27</sup> Informação disponibilizada pelo Sistema Nacional de Informação Geocientífica (E-GEO) através do endereço eletrónico [www.e-geo.ineti.pt](http://www.e-geo.ineti.pt), a 23/08/2010.

<sup>28</sup> *Idem.*

<sup>29</sup> *Ibidem.*



## II. A atividade turística na região Centro (TCP) e territórios termais

### 2. Indicadores turísticos e culturais – uma visão geral da oferta e da procura

#### 2.1. Nos pólos turísticos (subregiões)

A região Centro revela indicadores bastante positivos no que diz respeito à atividade turística, sobretudo no que concerne à capacidade hoteleira, uma vez que 24% do total do alojamento em território nacional localiza-se no Centro (quadro VI).

Quadro VI: Principais indicadores de oferta e procura de alojamento, por NUTT III, em 2008

	Estabelecimentos (31/07/08)			Cap. Aloj.	Dormidas	Hóspedes	Estada Média	Taxa de Ocupação- cama	Proporção Hósp. Estrang.
	Total	Hotéis	Pensões		2008		%	%	%
Portugal Cont.	1765	567	770	236813	31892281	11926456	2,7	39,0	50,6
Região Centro	423	162	208	38148	3880275	2103726	1,8	29,4	31,9
Baixo Vouga	69	23	34	4939	479632	266434	1,8	27,6	30,7
Baixo Mondego	56	22	30	4966	648549	383080	1,7	36,3	42,2
Pinhal Litoral	43	16	24	3474	304482	149090	2,0	28,9	31,4
Pinhal Int. Norte	11	4	5	633	67895	39779	1,7	29,5	18,9
Dão-Lafões	54	23	24	4691	481722	226730	2,1	29,3	13,9
Pinhal Int. Sul	6	1	3	381	21836	14102	1,5	20,1	8,3
Serra da Estrela	5	2	2	407	53704	29142	1,8	33,2	7,1
Beira Interior Norte	23	7	12	1661	138405	106464	1,3	23,7	16
Beira Int. Sul	15	6	6	1380	125030	68525	1,8	27,5	14,5
Cova da Beira	15	10	2	1992	249923	154438	1,6	34,6	7,1
Oeste	63	22	34	6571	647394	297545	2,2	28,9	36,4
Médio Tejo	63	26	32	7053	661703	368397	1,8	27,0	52,2

Fonte: INE (2009)

Os pólos territoriais Ria de Aveiro e Coimbra ocupam a posição cimeira no que diz respeito ao número de estabelecimentos de alojamento turístico com 16,3% e 15,8% respetivamente. No entanto, este último domina em termos de estabelecimentos hoteleiros, capacidade de alojamento, dormidas e hóspedes, já aquele domina nos estabelecimentos de nível inferior, as pensões, revelando inclusive, uma maior diversidade de alojamento.

A estada média na região Centro cifra-se em 1,8 noites, inferior à estada média verificada na sub-região Dão Lafões (Viseu/Dão-Lafões) que regista o maior valor, 2,1 noites, mas mesmo assim inferior ao valor verificado em Portugal Continental (2,7).

Apesar do turismo interno dominar onde os principais clientes são portugueses, no que à frequência estrangeira diz respeito nas sub-regiões do Centro, predomina a nacionalidade espanhola, seguida da francesa (quadro VII e quadro VIII).

Quadro VII: Dormidas estrangeiras (%), sobre o total de dormidas, por NUTT III, em 2008

	União Europeia						E.U.A.
	Portugal	Alemanha	Espanha	França	Itália	R.U.	
<b>Portugal Continental</b>	<b>36,8</b>	<b>7,1</b>	<b>8,9</b>	<b>3,7</b>	<b>2,6</b>	<b>17,2</b>	<b>1,6</b>
<b>Região Centro</b>	<b>63,9</b>	<b>2,6</b>	<b>11,4</b>	<b>4,5</b>	<b>3,8</b>	<b>1,7</b>	<b>1,2</b>
<b>Baixo Vouga</b>	<b>63,7</b>	<b>2,4</b>	<b>17,7</b>	<b>4,0</b>	<b>2,1</b>	<b>1,0</b>	<b>0,6</b>
<b>Baixo Mondego</b>	<b>53,9</b>	<b>2,8</b>	<b>13,5</b>	<b>7,7</b>	<b>4,5</b>	<b>1,4</b>	<b>1,1</b>
Pinhal Litoral	63,0	2,2	10,1	11,2	2,6	1,4	0,6
<b>Pinhal Interior Norte</b>	<b>79,8</b>	<b>1,8</b>	<b>4,4</b>	<b>1,9</b>	<b>1,3</b>	<b>2,1</b>	<b>0,5</b>
<b>Dão-Lafões</b>	<b>88,3</b>	<b>0,8</b>	<b>4,6</b>	<b>1,6</b>	<b>0,4</b>	<b>0,8</b>	<b>0,4</b>
<b>Pinhal Interior Sul</b>	<b>89,8</b>	<b>1,8</b>	<b>3,5</b>	<b>0,6</b>	<b>0,8</b>	<b>0,9</b>	<b>0,2</b>
Serra da Estrela	92,9	0,9	1,8	0,5	0,2	0,7	0,2
Beira Interior Norte	83,7	1,1	6,1	3,3	0,4	1,0	0,3
<b>Beira Interior Sul</b>	<b>86,4</b>	<b>0,7</b>	<b>6,5</b>	<b>1,2</b>	<b>0,6</b>	<b>0,6</b>	<b>0,2</b>
Cova da Beira	90,8	0,8	2,6	1,2	0,4	0,6	0,2
Oeste	56,7	4,4	11,5	5,0	1,8	4,6	1,4
Médio Tejo	40,1	3,5	17,5	3,1	12,4	1,6	3,4

Fonte: INE (2009)

Quadro VIII: Hóspedes estrangeiros (%), sobre o total de hóspedes, por NUTT III, em 2008

	União Europeia						E.U.A.
	Portugal	Alemanha	Espanha	França	Itália	R.U.	
<b>Portugal Continental</b>	<b>49,4</b>	<b>4,7</b>	<b>10,5</b>	<b>4,0</b>	<b>3,0</b>	<b>9,4</b>	<b>1,9</b>
<b>Região Centro</b>	<b>68,1</b>	<b>2,1</b>	<b>10,3</b>	<b>3,9</b>	<b>3,6</b>	<b>1,3</b>	<b>1,2</b>
<b>Baixo Vouga</b>	<b>69,3</b>	<b>1,9</b>	<b>15,4</b>	<b>3,5</b>	<b>1,4</b>	<b>1,0</b>	<b>0,6</b>
<b>Baixo Mondego</b>	<b>57,8</b>	<b>2,7</b>	<b>11,8</b>	<b>5,6</b>	<b>5,4</b>	<b>1,2</b>	<b>1,1</b>
Pinhal Litoral	68,6	1,9	8,8	8,9	2,3	1,0	0,4
<b>Pinhal Interior Norte</b>	<b>81,1</b>	<b>1,1</b>	<b>3,8</b>	<b>2,6</b>	<b>1,7</b>	<b>1,9</b>	<b>0,5</b>
<b>Dão-Lafões</b>	<b>86,1</b>	<b>0,8</b>	<b>5,7</b>	<b>1,9</b>	<b>0,4</b>	<b>0,7</b>	<b>0,5</b>
<b>Pinhal Interior Sul</b>	<b>91,7</b>	<b>1,3</b>	<b>3,2</b>	<b>0,6</b>	<b>0,7</b>	<b>0,6</b>	<b>0,1</b>
Serra da Estrela	92,9	1,0	1,8	0,4	0,2	0,5	0,2
<b>Beira Interior Norte</b>	<b>84,0</b>	<b>0,8</b>	<b>6,0</b>	<b>3,8</b>	<b>0,4</b>	<b>1,1</b>	<b>0,2</b>
<b>Beira Interior Sul</b>	<b>85,5</b>	<b>0,6</b>	<b>6,9</b>	<b>1,6</b>	<b>0,5</b>	<b>0,7</b>	<b>0,3</b>
Cova da Beira	92,9	0,5	2,1	1,0	0,2	0,6	0,2
Oeste	63,6	3,5	8,7	4,9	2,6	3,0	1,5
Médio Tejo	47,8	2,9	16,8	3,1	10,2	1,0	3,0

Fonte: INE (2009)

Em termos de oferta cultural, na região Centro localiza-se cerca de 27% da oferta museológica nacional e 24% das galerias de arte.

Ao nível da sub-região, o Baixo Mondego domina nas duas categorias consideradas, no entanto cede lugar a Dão-Lafões no que concerne ao total de visitas. Pelo contrário a Serra da Estrela e a Cova da Beira mostram-se bastante frágeis a nível cultural por comparação com os restantes territórios (quadro IX).

Quadro IX: Museus, galerias, respetivos visitantes totais e despesas em atividades culturais e desportivas, por NUTT III, em 2008

2008	Museus		Galerias de Arte		Despesas das CM em atividades culturais e desportivas
Unidade Territorial	Nº	Visitantes	Nº	Visitantes	Milhares de euros
<b>Portugal Continental</b>	<b>293</b>	<b>10835758</b>	<b>796</b>	<b>7848075</b>	<b>824743</b>
<b>Região Centro</b>	<b>79</b>	<b>1186871</b>	<b>187</b>	<b>1220966</b>	<b>190111</b>
Baixo Vouga	11	212463	24	91662	27001
Baixo Mondego	12	255422	40	238722	20033
Pinhal Litoral	8	66029	21	141122	17435
Pinhal Interior Norte	4	20326	21	81615	14729
Dão-Lafões	7	110882	19	112688	20538
Pinhal Interior Sul	3	13481	8	22869	6876
Serra da Estrela	5	12598	4	27701	3550
Beira Interior Norte	4	2088	11	118171	14396
Beira Interior Sul	3	7309	7	45735	7695
Cova da Beira	5	36551	2	8143 <sup>1)</sup>	9033
Oeste	11	25898	18	209230	26469
Médio Tejo	6	25596	12	94667	22355

1) Inclui só os dados do concelho de Castelo Branco por inexistência de dados dos restantes.

Fonte: INE (2009)

Considerando os pólos de marca turística, Coimbra (Baixo Mondego e Pinhal Interior Norte) posiciona-se no lugar cimeiro da oferta cultural com 16 museus e 61 galerias de arte assim como na atratividade espelhada no número de visitantes (23% e 26% respetivamente), uma aposta na cultura que justifica em muito os valores elevados de despesas concretizadas pelas Câmaras Municipais em atividades relacionadas com a cultura e desporto. No lado oposto, situa-se o pólo Castelo Branco/NaturTejo (Pinhal e Beira Interior Sul) com o menor quantitativo de equipamentos culturais, visitantes e despesa o que revela a debilidade destes territórios no que diz respeito a esta dimensão, repercutindo-se na imagem turística e por conseguinte na sua atratividade.

## 2.2. Nos territórios termais

Nos concelhos onde se situam as estâncias termais as disparidades agudizam-se. Em termos de estabelecimentos hoteleiros, capacidade de alojamento, dormidas e hóspedes a supremacia é de Viseu e S. Pedro do Sul, muito embora, tenhamos que destacar Anadia e Mealhada por serem os territórios onde mais alojamento há nas localidades termais. O oposto verifica-se em Mação que não regista qualquer tipo de alojamento, e Castro Daire e Aguiar da Beira que possuem apenas uma unidade. Uma carência importante quando aí se localizam estâncias termais que precisam de dar resposta às necessidades de alojamento dos seus frequentadores (quadro X).

Quadro X: Principais indicadores de oferta e procura de alojamento, por concelho termal, em 2008

2008		Estabelecimentos Hoteleiros				Capacidade Alojamento	Estada Média (nº de noites)	
Termas	Concelho	Hotéis	Pensões	Outro	Total		Total	Estrang.
Monfortinho	Idanha-a-Nova	4	3	1	8	648	2,6	1,8
L. de Envendos	Mação	0	0	0	0	0	//	//
Luso	Mealhada	3	7	2	12	945	1,5	1,7
Curia/V. da Mó	Anadia	4	5	2	11	866	2,1	2,4
Alcáçache	Viseu	9	5	0	14	1578	1,6	1,6
	Mangualde	2	2	2	6	421	1,8	1,5
Carvalhal	Castro Daire	1	0	0	1	179	...	...
Cavaca	Aguiar da Beira	0	1	0	1	20	...	...
Felgueira	Nelas	3	1	3	7	647	2,4	2,1
Sangemil	Tondela	2	3	1	6	406	2,2	3,0
S. Pedro do Sul	S. Pedro do Sul	5	7	1	13	1099	4,6	3,0

Fonte: INE (2009)

Em termos de estada média (nº de noites) nos estabelecimentos hoteleiros<sup>30</sup> destaca-se S. Pedro do Sul com 4,6 noites, bastante superior à média nacional (2,7) e da própria região Centro (1,8), denotando a influência dos aquistas neste número, seguido de Idanha-a-Nova e Nelas com 2,6 e 2,4 noites respetivamente. A Mealhada, pelo contrário detém a estada média mais curta com 1,5 noites.

O mercado interno, tanto em termos de dormidas como de hóspedes, é dominante, principalmente em S. Pedro do Sul (98,1% e 97,1% respetivamente). Já o mercado externo, à semelhança da realidade nacional, é dominado por clientes espanhóis muito embora com percentagens bastante inferiores, destacando-se a

<sup>30</sup>

De referir a ausência de dados para os concelhos de Aguiar da Beira e Castro Daire.

Mealhada e Mangualde como os territórios com maior diversidade de clientes estrangeiros (quadro XI e quadro XII).

Quadro XI: Dormidas estrangeiras (%), por concelho termal, em 2008

2008		Dormidas								
Termas	Concelhos	Total	Portugal	Alem.	Esp.	França	Itália	Holanda	RU	EUA
<b>Monfortinho</b>	Idanha-a-Nova	47926	88,2	0,2	7,9	0,7	0,7	0,1	0,3	0,2
<b>L. Envendos</b>	Mação	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Luso</b>	Mealhada	67548	67,6	1,7	9,1	6,4	3,1	0,7	1,3	1,5
<b>Curia/V. Mó</b>	Anadia	55113	76,3	0,9	8,4	6,8	1,2	0,7	0,8	0,9
	Mangualde	40407	76,0	0,8	15,7	3,7	0,2	0,1	0,7	0,4
<b>Alcafache</b>	Viseu	181885	84,2	1,1	5,3	1,7	0,4	1,3	0,9	0,8
<b>Carvalhal</b>	Castro Daire	...	...	...	...	...	...	...	...	...
<b>Cavaca</b>	Aguiar da Beira	...	...	...	...	...	...	...	...	...
<b>Felgueira</b>	Nelas	62334	85,5	0,3	5,0	3,5	0,6	0,8	1,4	0,1
<b>Sangemil</b>	Tondela	49790	92,1	1,8	2,1	0,9	0,7	0,3	0,6	0,0
<b>S. Pedro do Sul</b>	S. Pedro do Sul	112568	98,1	0,2	0,2	0,4	0,1	0,0	0,3	0,0

Fonte: INE (2009)

Quadro XII: Hóspedes estrangeiros (%), por concelho termal, em 2008

2008		Hóspedes								
Termas	Concelhos	Total	Portugal	Alem.	Esp.	França	Itália	Holanda	RU	EUA
<b>Monfortinho</b>	Idanha-a-Nova	18643	82,8	0,5	11,7	1,1	0,7	0,2	0,5	0,5
<b>L. Envendos</b>	Mação	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Luso</b>	Mealhada	44170	70,4	1,7	8,5	4,1	1,6	0,6	1,1	1,6
<b>Curia/V. Mó</b>	Anadia	25778	79,2	0,8	7,4	7,1	0,8	0,3	0,7	0,5
	Mangualde	22803	72,4	0,5	20,7	3,5	0,2	0,2	0,5	0,2
<b>Alcafache</b>	Viseu	116580	84,5	1,1	5,0	1,8	0,5	1,0	0,7	1,0
<b>Carvalhal</b>	Castro Daire	...	...	...	...	...	...	...	...	...
<b>Cavaca</b>	Aguiar da Beira	...	...	...	...	...	...	...	...	...
<b>Felgueira</b>	Nelas	26373	83,6	0,4	5,3	3,4	0,9	1,7	1,4	0,1
<b>Sangemil</b>	Tondela	22634	94,1	0,7	1,9	0,8	0,5	0,3	0,7	0,0
<b>S. Pedro do Sul</b>	S. Pedro do Sul	24707	97,1	0,2	0,6	1,1	0,1	0,0	0,3	0,0

Fonte: INE (2009)

A oferta cultural (museus e galerias de arte), nestes territórios, revela-se algo frágil apesar das significativas melhorias nos últimos anos atestadas pelos montantes gastos nos domínios da cultura e desporto onde Viseu e Anadia surgem nas posições cimeiras como os municípios que mais investiram nos mesmos (7110 e 6023 milhares de euros respetivamente).

### 3. A imagem turística da região Centro

Segundo um estudo de atratividade das Marcas Região<sup>31</sup>, o Centro dispõe de uma atratividade de 56,1%, uma posição média no contexto das regiões turísticas nacionais explicada, segundo o mesmo, por fatores como clima atmosférico (23%), oferta hoteleira (23%), oferta cultural (18%), património histórico (15%), paisagem urbana (12%) e população local – simpatia (12%) sendo percecionado, em termos gerais, através de fatores como o património histórico, a paisagem natural e a gastronomia. O Centro é ainda considerado como uma região de atratividade média pelos residentes da própria região e pelas restantes.

#### 3.1. A oferta dos Pólos de Marca Turística - recursos e atrações turísticas<sup>32</sup>

A região Centro é uma área turística bastante dinâmica. Pelas suas características naturais, históricas e culturais dispõe de uma matriz original e diversificada de recursos turísticos e potencialmente turísticos, constituindo muitos deles fatores de diferenciação, capazes de se associarem e criarem uma oferta turística diferenciada.

São estes fatores distintivos que levam a que cada pólo territorial de marca turística tenha uma proposta de valor, alinhada com a proposta de valor do destino região Centro (TCP) e do destino Portugal.

No entanto, possuir recursos não é condição *sine quanon* para uma atividade turística dinâmica, sustentável e rentável.

A região abarcada pela Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal é rica em recursos turísticos (figura IX), bastante diversos e com um grande potencial de atratividade. Desde o património cultural único alicerçado em valores históricos, ao património natural singular.

---

<sup>31</sup> Estudo realizado pela BRANDIA CENTRAL (2009a), para o Turismo de Portugal, à atratividade dos destinos turísticos nacionais, junto do mercado nacional, tendo definido 13 MARCAS REGIÃO (Norte, Porto, Douro, Centro, Serra da Estrela, Leiria-Fátima, Lisboa e Vale do Tejo, Lisboa, Oeste, Alentejo, Alentejo Litoral, Alqueva e Algarve).

<sup>32</sup> Análise não exaustiva.

Ria de Aveiro
<p><b>Património Cultural</b></p> <p>- Museus/núcleos museológicos, Igrejas e Capelas, tradições como a apanha do molicho, arte xávega, artesanato, barco moliceiro, barcos típicos, casa típica gandareza, festas e romarias, trajes, gastronomia (ovos moles, enguia, lampreia, chocos, pão de ló de Ovar, leitão assado à Bairrada)</p> <p><b>Património Arquitetónico</b> (Arte Nova)</p> <p><b>Trilhos Romanos</b> (Estação Arqueológica de Cabeço do Vouga, Troço da via romana de Ereira)</p> <p><b>Património Megalítico</b> (Dólmens)</p> <p><b>Património Natural</b></p> <p>- Reserva Natural das Dunas de S. Jacinto, Dunas de Mira, “Ria” de Aveiro, as salinas, Pateira de Fermentelos, Pateira de Frossos, Bioria, Cascata da Cabreia, Comunidade de Cegonhas-brancas do Vale do Cértima, diversos lagos e lagoas, os rios (Vouga e Cértima) e as diversas barragens</p>

Coimbra
<p><b>Património Cultural</b></p> <p>- Museus/núcleos museológicos, Igrejas, Capelas e Mosteiros, núcleo histórico da Cidade e Universidade de Coimbra, Castelos (Lousã, Montemor-o-Velho, Germanelo, Penela e Soure), no Buçaco o Obelisco, Via-Sacra, Cruz Alta, Igreja de Santa Cruz, Portas de Coimbra, Museu Militar, Palace Hotel do Buçaco, Estação Arqueológica da Devessa, a gastronomia (carnes (borrego, carne da marinhola, chanfana), queijo e requeijão, mel, maçã bravo de Esmolfe e maçã da Beira Alta, lampreia, leitão assado à Bairrada), moinhos de vento e azenhas, miradouros</p> <p><b>Património Natural</b></p> <p>- Paisagem Protegida da Serra do Açor, (RN) Reserva Natural do Paul de Arzila, Paul do Taipal e Paul da Madriz, albufeira da Aguieira, do Cabril e da Bouçã, Mata Nacional e Serra do Buçaco, Jardim Botânico da UC, Grutas de Algarinho e Talismã em Penela, Montes de Santa Olaia e Ferrestelo (área protegida), diversas praias fluviais e enquadramento ambiental, o azereiro (floresta terciária), Livraria do Mondego, vale do rio Zêzere, rio Mondego, rio Alva,</p> <p><b>Trilhos Romanos</b> (5 vestígios romanos)</p> <p><b>Aldeia Histórica</b> (Piódão) e <b>Aldeias do Xisto</b> (Benfeita, Casal de S. Simão, Aígra Nova e Velha, Comareira, Pena, Candal, Casal Novo, Cerdeira, Chiqueiro, Talasnal, Gondramaz, Fajão e Janeiro de Baixo)</p>



Viseu/Dão Lafões
<p><b>Património Cultural</b></p> <p>- Museus/ núcleos museológicos (ex. Museu do Pão e Museu do Brinquedo), Igrejas e Capelas, núcleo histórico da cidade de Viseu, artesanato (tamancos, cestaria, palhoceiros, olaria, ferraria, latoaria), Aldeias de granito e xisto (Aldeia da Pena), a gastronomia (carnes (cabrito, borrego, vitela), queijos e enchidos, requeijão castanhas, maçã bravo de Esmolfe e maçã da Beira Alta)</p> <p><b>Trilhos romanos</b> (7 vestígios romanos em Ranhados, Almargem e Póvoa Dão)</p> <p><b>Património Arqueológico</b> (Dólmens, antas, castros, sepulturas rupestres)</p> <p><b>Património Natural</b></p> <p>- Serras do Caramulo, Montemuro, Freita e Arada, Bioparque (moinhos de água, cascatas e lagoas naturais, fauna e flora, piscina natural, parque de campismo, <i>bungalows</i>), rios Vouga, Paiva e Dão</p>

Castelo Branco/NaturTejo
<p><b>Património Cultural</b></p> <p>- Museus/núcleos museológicos (Arte Pré-Histórica e do Sagrado no Vale do Tejo, Geodesia e Municipal de Vila de Rei), os Castelos templários (Sertã, Torre do Rei Wamba), núcleo histórico de Castelo Branco, artesanato (adufes, cestaria, colchas de Castelo Branco, marafonas, tecelagem), a gastronomia beirã e os produtos regionais tradicionais (azeite, carnes (borrego, cabrito, porco alentejano, presunto), queijo e requeijão),</p> <p><b>Arte Rupestre</b> (2 vestígios de arte rupestre no Vale do Ocreza e Tejo)</p> <p><b>Património Natural/ Biodiversidade e Geológico (geosítios)</b></p> <p>- Parque Natural do Tejo Internacional, Geopark Naturtejo, Serra da Gardunha (RN), Serra da Penha Garcia (Parque Incológico, fósseis), Portas de Ródão (RN), Rio Erges, Rio Tejo, Fraga da Água d'Alta, Portas de Vale Mourão, Conheiras</p> <p><b>Aldeias do Xisto</b> (Sarzedas, Álvaro, Figueira, Martim Branco, Pedrógão Pequeno, Água Formosa e Foz do Cibrão)</p> <p><b>Aldeias Históricas</b> (Idanha-a-Velha e Monsanto)</p>

Fonte: TCP (2009c); Endereços eletrónicos das CM (2010)

Figura IX: Os recursos turísticos da região TCP

### **3.2. As modalidades da oferta turística na região e nos territórios termais**

A região Centro, pelas suas características ímpares, reúne condições singulares para o desenvolvimento de segmentos da oferta turística que, pautadas pela qualidade, se vêm afirmando como escolhas diversificadas à fruição do património natural e cultural e consequentemente dos territórios.

Todo este território, em particular a região TCP, beneficia e conjuga de forma harmoniosa um conjunto de valores endógenos capazes de atrair quantitativos consideráveis de indivíduos. Neste sentido, têm-se desenvolvido várias modalidades<sup>33</sup> de oferta turística, umas mais visíveis que outras, mas que no seu conjunto reúnem o que de melhor este território tem para oferecer àquele que por ele tem curiosidade (quadro XIII).

O turismo cultural é a forma de turismo mais desenvolvida na região TCP, suportado por um conjunto de valores patrimoniais tanto materiais como imateriais que contribuem de forma indubitável para a valorização e promoção dos traços culturais mais característicos dos territórios assim como para a sua divulgação e perpetuação. Também um traço cultural é a gastronomia que se assume já, neste território, como modalidade própria tendo-se desenvolvido bastante, e que materializa a conceção de desenvolvimento territorialista assente na valorização e promoção dos recursos endógenos para um processo de desenvolvimento sustentável dos territórios.

Refira-se que todos estes territórios possuem bastantes recursos base para o desenvolvimento das várias modalidades turísticas enquanto produto organizado como tal, no entanto, um dos problemas recorrente neste território é o subaproveitamento ou até mesmo uma ausência de aproveitamento destes recursos o que dificulta o desenvolvimento da atividade turística em moldes organizados, assim como se torna débil a oferta turística aos mercados da procura.

De uma forma geral, os territórios têm identificado os seus recursos e vêm neles grandes potencialidades, contudo, em muitos não passam de meros recursos que ainda não foram transformados em produtos.

Algumas destas modalidades turísticas apresentam-se sob a forma de eventos, feiras e festivais turísticos, nomeadamente no âmbito da temática gastronómica e cultural (quadro XIV).

---

<sup>33</sup> Apenas foram consideradas as modalidades que estão organizadas como tal, ou seja, que efetivamente constituem um produto /oferta turística formal, em cada território.



Quadro XIII: As modalidades de oferta turística na região TCP, por concelhos

Pólos Territoriais		Tipos de Turismo									
		Termal	Cultural	Balnear/ Fluvial	TER	Natureza	Cinegético	Enoturismo	Gastronómico	Desportivo	Náutico
Concelhos											
Ria de Aveiro	Albergaria-a-Velha	-	✓	✓	✓	-	-	-	✓	-	-
	<b>Anadia</b>	✓	✓	-	✓	-	-	✓	✓	✓	-
	Aveiro	-	✓	✓	-	✓	-	-	✓	✓	✓
	Estarreja	-	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-	-
	Ílhavo	-	✓	✓	-	-	-	-	✓	✓	✓
	Murtosa	-	✓	✓	-	✓	-	-	✓	✓	✓
	Oliveira do Bairro	-	✓	-	-	-	-	✓	✓	-	-
	Ovar	-	✓	✓/✓	-	-	-	-	✓	✓	✓
	Sever do Vouga	-	✓	-/✓	✓	-	-	-	-	✓	-
	Vagos	-	✓	✓	-	-	-	✓	✓	✓	✓
Viseu/Dão-Lafões	<b>Aguiar da Beira</b>	✓	✓	-	✓	✓	-	-	✓	✓	-
	Carregal do Sal	-	✓	-	-	-	-	✓	-	-	-
	<b>Castro Daire</b>	✓	✓	-/✓	✓	✓	-	-	-	-	-
	<b>Mangualde</b>	✓	✓	-	✓	✓	-	✓	✓	✓	-
	<b>Nelas</b>	✓	✓	-	✓	-	-	✓	-	-	-
	Oliveira de Frades	-	✓	-	✓	-	-	-	-	✓	-
	Penalva do Castelo	-	✓	-	✓	-	-	✓	✓	-	-
	Santa Comba Dão	-	✓	-	✓	-	-	✓	-	-	-
	<b>São Pedro do Sul</b>	✓	✓	-	✓	✓	-	-	-	✓	-
	Satão	-	✓	-	✓	✓	-	✓	-	-	-
	<b>Tondela</b>	✓	✓	-/✓	✓	✓	-	✓	-	-	-
	Vila Nova de Paiva	-	✓	-/✓	-	✓	✓	-	-	✓	-
	<b>Viseu</b>	✓	✓	-	✓	✓	-	✓	✓	-	-
	Vouzela	-	✓	-	✓	-	-	-	✓	-	-
Coimbra	Alvaiázere	-	✓	-	✓	✓	-	-	✓	✓	-
	Ansião	-	✓	-	-	✓	-	-	-	-	-
	Arganil	-	✓	-/✓	✓	✓	-	-	✓	-	-
	Cantanhede	-	✓	✓	-	-	-	✓	✓	-	-
	Castanheira de Pera	-	✓	-/✓	✓	✓	-	-	✓	-	-
	Coimbra	-	✓	-/✓	✓	✓	-	-	-	✓	✓
	Condeixa-a-Nova	-	✓	-	✓	-	-	-	✓	-	-
	Figueira da Foz	-	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	✓	✓
	Figueiró dos Vinhos	-	✓	-/✓	✓	✓	-	-	✓	-	-
	Góis	-	✓	-/✓	✓	✓	-	-	✓	✓	-
	Lousã	-	✓	-	✓	✓	-	-	✓	-	-
	<b>Mealhada</b>	✓	✓	-	✓	✓	-	✓	✓	-	-
	Mira	-	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	-	✓
	Miranda do Corvo	-	✓	-/✓	✓	✓	-	✓	✓	-	-
	Montemor-o-Velho	-	✓	-/✓	-	✓	-	-	✓	-	✓
	Mortágua	-	✓	-/✓	-	✓	-	-	-	-	✓
	Oliveira do Hospital	-	✓	-	✓	✓	-	-	✓	-	-
	Pampilhosa da Serra	-	✓	-/✓	-	✓	✓	-	✓	✓	✓
	Pedrógão Grande	-	✓	-/✓	✓	✓	-	-	✓	-	-
	Penacova	-	✓	-/✓	✓	✓	-	-	✓	✓	✓
	Penela	-	✓	-	✓	✓	-	✓	✓	✓	-
	Soure	-	✓	-	✓	-	-	-	✓	-	-
	Tábua	-	✓	-/✓	✓	✓	-	✓	-	-	-
	Vila Nova de Poiares	-	✓	-/✓	-	-	-	-	✓	✓	-
Castelo Branco/NaturTejo	Castelo Branco	-	✓	-	✓	✓	-	-	✓	-	-
	<b>Idanha-a-Nova</b>	✓	✓	-	✓	✓	✓	-	-	✓	-
	<b>Mação</b>	✓	✓	-/✓	✓	-	-	-	✓	-	-
	Oleiros	-	✓	-	✓	✓	✓	-	✓	-	-
	Penamacor	-	✓	-/✓	-	✓	-	-	-	-	-
	Proença-a-Nova	-	✓	-	✓	✓	-	-	✓	✓	-
	Sertã	-	✓	-/✓	✓	-	-	-	-	✓	-
	Vila de Rei	-	✓	-	-	✓	-	-	✓	-	-
	Vila Velha de Ródão	-	✓	-	✓	✓	-	-	✓	✓	✓

Fonte: TCP (2009c); TCP (2010); Endereços eletrónicos das Câmaras Municipais (2010)

✓ Existe

Quadro XIV: As modalidades de turismo existentes nos territórios termais

<b>Pólos</b>	<b>Turismo Concelhos</b>	<b>Saúde e Bem-Estar (termal)</b>	<b>Cultural</b>	<b>Balnear/ Fluvial</b>	<b>TER</b>	<b>Natureza/ ecoturismo</b>	<b>Gastronomia e enoturismo</b>	<b>Desportivo</b>
<b>Castelo Branco/ NaturTejo</b>	Idanha-a-Nova	Monfortinho	Museus/Núcleos Museológicos		1 TR, 1 TH.	Rota dos Fósseis	Rota dos Vinhos da Beira Interior	
	Mação	Ladeira de Envendos	Museus/Núcleos Museológicos	Praia fluvial do Carvoeiro e de Ortiga			Rota dos Vinhos da Beira Interior	
<b>Coimbra</b>	Mealhada	Luso	Museus/Núcleos Museológicos; Comemorações da Batalha do Buçaco; Corso Carnavalesco; Romaria da Ascensão Buçaco – Portas de Coimbra.		2 TH	Passeios pedestres na Mata Nacional do Buçaco (visitas guiadas); Trilhos Luso – Buçaco (Inatel).	Feira de artesanato e gastronomia; 4 Maravilhas da mesa da Mealhada; Pampivita- Mostra de produtos naturais tradicionais e gastronómicos; Rota da Bairrada.	
<b>Ria de Aveiro</b>	Anadia	Curia Vale da M6	Museus/Núcleos Museológicos; Festa das vindimas.		1 TH, 1 AG.		Rota da Bairrada; Feira da Vinha e do Vinho; Museu do Vinho.	Golfe
<b>Viseu/Dão-Lafões</b>	Viseu	Alcafache	Museus/Núcleos Museológicos; Cavalhadas de Vildemoinhos; Feira de S. Mateus; Percurso Contemporâneo; Percurso histórico (4).	Praia fluvial de Alcafache	2 AG, 1 HR, 1 TA, 3 TH, 2 TR.	Percurso Natural	Viseu Gourmet; Rota do Vinho do Dão.	Golfe
	Mangualde	Alcafache	Museus/Núcleos Museológicos; Percurso pedestre: Trilho de Ludares, Rota das Águas Milenares, Trilhos de Gil Vicente, Rota da Senhora dos Verdes, Caminhos do Bom Sucesso;	Praia fluvial de Alcafache	1 CC, 1 AG, 1 HR, 1 TH, 1 TR.	Percurso pedestre: Trilho de Ludares, Rota das Águas Milenares, Trilhos de Gil Vicente, Rota da Senhora dos Verdes, Caminhos do Bom Sucesso; Percurso rodoviário:	Feira de produtos regionais; Região Demarcada do Dão; Rota do Vinho do Dão.	

			Percursos rodoviários: Romaria à Senhora de Cervães, do Neolítico ao Cisterciense, Caminho de Almeida rumo ao Bom Sucesso, Caminho da Senhora dos Verdes, ao Encontro de Mangualde; Festas e romarias religiosas.			Caminho da Senhora dos Verdes.		
	Castro Daire	Carvalhal	Museus/Núcleos Museológicos Cooperativas do artesanato; Percursos Pedestres – Trilho dos Moinhos; Feira Medieval, Feira tradicional da luta de bois, feiras e festas religiosas.	Praia fluvial de Folgosa; Praia Natural de Foz de Cabril, Parada, Cabaços, Pego e Portela.	1 AG, 1 CC.	Percursos Pedestres: Trilho dos moinhos, das minas, dos carvalhos, dos lameiros, do Paiva, da Varosa; Rota dos miradouros.		
	Aguiar da Beira	Cavaca	Museus/Núcleos Museológicos Feira Medieval; Festas religiosas; Roteiros Turísticos - Percorso de Almançor, das Caldas, do Dão, da Vila.		4 TR	Roteiros turísticos: Percorso das Caldas; da Serra, do Dão; Caminhadas na Natureza.	Festa do Pastor e do Queijo da Serra	Passeio BTT; Rota da Cabicanca; Open Ténis.
	Nelas	Felgueira	Museus/Núcleos Museológicos; Roteiro do Aquista.		1 AG, 1 TH, 2 TR.		Rota do Vinho do Dão; Feira do Vinho do Dão.	Campeonato de BTT (III)
	Tondela	Sangemil	Museus/Núcleos Museológicos; 4 itinerários turísticos; Rota dos Laranjais, do Linho, das Cruzes, dos Caleiros, de Santiago.	Praia Fluvial de Sangemil e do Paraíso		2 itinerários turísticos; Rota dos Laranjais, do Linho, das Cruzes, dos Caleiros, de Santiago.	Rota do Vinho do Dão	
	S. Pedro do Sul	S. Pedro do Sul	Museus/Núcleos Museológicos; As Andanças.		3 AG, 3 HR, 6 TR.	Bioparque	Festa da Castanha e do Mel, da Laranja, da Carqueija e urze.	

Fonte: TCP (2009c); TCP (2010); Endereços eletrónicos das Câmaras Municipais (2010)

#### 4. Avaliação global

O planeamento do território e das atividades que o moldam é cada vez mais uma ação territorializada onde o território e os seus recursos endógenos adquirem o papel principal enquanto agentes ativos do processo de desenvolvimento que privilegia, hoje mais do que nunca, a perspetiva *bottom-up*, que parte do singular, da particularidade, do diferente, do único de cada território para uma estratégia ajustada.

Nesta linha de raciocínio surge a importância de uma avaliação da situação de referência, ou seja, da caracterização e diagnóstico do território, numa necessária articulação de escalas, para que de forma mais assertiva e sustentada, pudéssemos dar corpo ao objetivo central desta investigação, a elaboração de um plano de ação para o produto turismo de saúde e bem-estar na vertente das estâncias termais que fazem parte do território de atuação da Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal.

A região Centro é detentora de uma riqueza cultural e natural únicas, capaz de a transformar num destino de excelência e figurar nas escolhas dos exigentes mercados da procura atuais. Contudo, algumas fragilidades a nível demográfico como a perda consecutiva de população, principalmente nas áreas votadas à ruralidade e interioridade profundas e de fronteira, o envelhecimento e sobreenvelhecimento da população, a nível económico e social como a deficiente malha económica destas regiões que se alcandoram nas “ilhas” que, não obstante as adversidades, registam dinâmicas positivas, têm repercussões na imagem da região e concomitantemente na sua atratividade. A nível turístico, a dispersão, a desorganização e a falta de integração têm dificultado o seu conhecimento e a perceção de uma identidade definidora e agregadora, ditando uma alienação da marca Centro, o que se tem refletido num baixo índice de atratividade e numa menor propensão ao consumo. Características que são transversais aos territórios termais em análise, onde na maioria, a presença das termas constitui o principal, senão e único, meio de desenvolvimento local.

Nesta sequência, e evocando o estudo realizado à atratividade da região Centro, é essencial a promoção da marca Centro em torno de elementos aglutinadores de forma a conferir-lhe identidade, vista como precária e até mesmo inexistente por parte dos potenciais mercados. O investimento nas cidades que a estruturam, em marcas já existentes e em produtos com uma base sólida, onde se inserem as estâncias termais aliadas ao produto de saúde e bem-estar, poderão constituir as alavancas à construção de uma identidade una, e não fragmentada e até algo abstrata que impera na atualidade.

# **ANEXO II**

## **Plano de Ação**

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.1.	Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
Medida	1.1.1.	Remodelação, modernização e ampliação dos estabelecimentos termais

#### Descrição da ação:

Ação de remodelação dos edifícios/balneários termais, modernizando-os em termos de linhas arquitetónicas, materiais e cores utilizadas, principalmente a nível interior, mas estendendo-se ao exterior, sem entrar em conflito com a realidade pré-existente, preservando a traça tradicional dos edifícios com valor arquitetónico e ampliando-os de forma a aumentar da sua capacidade, criando um espaço mais confortável, funcional e atrativo ao uso e permanência dos diversos frequentadores.

A ação prevê intervenções ao nível da:

- a) lavagem e pintura das paredes interiores;
- b) lavagem e pintura das paredes exteriores;
- c) anulação de barreiras arquitetónicas;
- d) colocação ou renovação da azulejaria do chão e paredes (quando existente);
- e) construção de *Spa* termal (separação física da vertente terapêutica e de bem-estar);
- f) demolição do interior e posterior remodelação e ampliação (pedras naturais, madeiras, vidros coloridos);
- g) remodelação e modernização do mobiliário (que deverá ser elegante e funcional) e decoração interior;
- h) requalificação e modernização das piscinas termais;
- i) construção de novas piscinas termais.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Curia, Sangemil, Carvalhal, Alcafache

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.1.	Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
Medida	1.1.2.	Construção de novos balneários termais

#### Descrição da ação:

Execução de obras de construção de novos balneários termais de forma a ampliar a capacidade de oferta, com uma arquitetura moderna, funcional mas harmónica, assegurando que não entre em conflito com as edificações termais existentes e a paisagem adjacente, privilegiando a amplitude de espaços interiores, a iluminação através de luz natural e ventilação natural e os materiais utilizados (não porosos, com primazia para pedras naturais, madeiras, azulejos e vidros coloridos). O design das estruturas deve estar em consonância com o conceito e filosofia que as estâncias preconizam e enquadradas com a natureza envolvente.

A ação consiste em construir, apetrechar e colocar em funcionamento o complexo orientado para tratamentos clássicos e programas de saúde e bem-estar (construção de *Spa* termal), vertentes que devem estar separadas fisicamente. Trata-se de uma ação estruturante no desenvolvimento de forma mais sustentada da atividade turística e termal de alguns territórios.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Carvalhal e Vale da Mó

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.1.	Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
Medida	1.1.3.	Substituição e modernização dos equipamentos termais

#### Descrição da ação:

Ação de substituição e modernização do equipamento termal, em alguns casos, bastante obsoleto, tanto da vertente clássica como da vertente de saúde e bem-estar, por material mais recente e tecnologia mais avançada, capaz de proporcionar tratamentos modernos e inovadores, e mais ajustado às exigências e necessidades do mercado da procura termal.

**Prioridade: Média**

**Estâncias a aplicar:** Curia, Carvalhal, Sangemil

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.1.	Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
Medida	1.1.4.	Qualificação e formação dos recursos humanos

#### Descrição da ação:

A qualificação dos recursos humanos afetos às termas, enquanto fator de competitividade, é condição essencial para a oferta de um serviço e experiência com qualidade. Esta ação, que deve abarcar desde a base ao topo da hierarquia dos funcionários das estâncias termais, deve privilegiar:

**a)** planos e ações de formação regulares para gestores e empresários, direta e indiretamente relacionados com o setor, e funcionários termais (ex.: técnicas de gestão, técnicas de balneoterapia, idiomas, informática, relações humanas, nível psicossocial, intercultural e holístico, entre outras). A formação deve contribuir para desenvolver conhecimentos, competências, atitudes e comportamentos;

**b)** participação em workshops, fóruns, colóquios e congressos ligados à temática termal e da saúde e bem-estar em particular e à temática turística e territorial no geral, constituindo uma oportunidade de aprendizagem e contactos com especialistas internacionais dos mais diversos quadrantes da atividade termal e dos setores a montante e jusante da prestação de serviços na estância termal:

- Congressos da *European Spas Association* (ESPA);
  - Congressos da *International Spa Association* (ISPA) (ex.: *ISPA Conference & Expo 2010*);
  - Congressos da *FEMTEC* (Federação Mundial do Termalismo e da Climatologia);
  - Congressos da *International Medical Spa Association* (ex.: *Day Spa Expo 2010*);
  - Congressos da *Asociación Latinoamericana de Spa, A.C.* (ex.: Congresso Nacional de Termalismo e Spa, Congresso Spa do Caribe, Expo Spa, Congresso Internacional de Spa Médico, Congresso Latinoamericano de Spa (2010/2011));
  - Encontros e congressos da Organização Mundial de Termalismo (OMTh);
  - Congressos da *Termatália* (ex.: II Encontro Internacional sobre Água e Termalismo 2010);
  - Congressos da Associação de Termas de Portugal (ATP);
  - Congressos promovidos pelo Turismo de Portugal (TP) (ex.: Congresso Internacional SPA, *Thalassa, Thermae, Saúde e Qualidade de Vida*);
  - Congressos da *Internacional Society of Medical Hidrology*;
  - Outros congressos e conferências onde a temática é apresentada e discutida (Congressos da Geografia Portuguesa, Congresso Português de Sociologia, Congresso Nacional de Psicologia da Saúde);
  - c)** reforço do intercâmbio com instituições termais (europeias) ao nível da partilha de experiências;
  - d)** reforço da ligação escola/empresa com vista a ampliar e estreitar relações no que diz respeito à integração de estudantes e recém licenciados na área, através da realização de estágios.
- Para além da formação a avaliação regular de competências é essencial na manutenção e aumento de níveis de qualidade e de competitividade.

**Prioridade: Média/Alta**

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.1.	Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
Medida	1.1.5.	Potencialização e dinamização de segmentos de negócio complementares

### Descrição da ação:

As águas termais apesar de terem uma finalidade principal – a balneoterapia clássica – possuem características passíveis de serem utilizadas e otimizadas para outros fins, que complementem em termos económicos a atividade principal e que cheguem a mais e diversos mercados:

#### a) aproveitamento geotérmico das águas minero-medicinais:

Nove das onze estâncias termais possuem temperaturas acima dos 20°C e constituem recursos geotérmicos de baixa entalpia que se prestam à utilização direta do calor por meio de permutadores ou de bombas de calor, pelo que, os concessionários têm aqui uma oportunidade de aproveitamento em cascata para aquecimentos domésticos, urbanos, industriais e agrícolas, nomeadamente em:

- 1) aquecimento dos balneários, instalações e piscinas termais;
- 2) aquecimento ambiental das unidades hoteleiras das áreas termais;
- 3) aquecimento das piscinas dos hotéis e piscinas municipais,
- 4) aquecimento de estufas de produção agrícola (nomeadamente culturas e frutos tropicais);
- 5) aquecimento de tanques de piscicultura.

A valorização do potencial geotérmico enquadra-se na preocupação de valorizar os recursos endógenos, na diminuição da fatura energética e na substituição de combustíveis fósseis, pelo que se justifica a promoção do aproveitamento destes recursos, desde que economicamente viabilizado, pois representam um recurso local e oportunidade de desenvolvimento de atividade económica, para além da própria atividade termal, ao proporcionar economia de energia e melhoria geral do grau de conforto dos estabelecimentos termais e turísticos adjacentes.

#### b) engarrafamento e distribuição de água mineral natural:

A potencialidade dos caudais das estâncias termais também pode ser direcionada para o engarrafamento da água mineral natural e sua distribuição como mais um complemento à atividade termal, se as suas características assim o permitirem.

#### c) desenvolvimento e diversificação dos programas de saúde e bem-estar e estéticos:

É essencial a otimização do recurso - água termal - em prol da diversificação da oferta termal, sobretudo com o desenvolvimento de programas/pacotes de saúde e bem-estar nas estâncias cuja implementação é ainda pouco diversificada e nas que apenas se dedicam à vertente termal clássica, vendo neste segmento uma oportunidade de alargar o negócio e serem mais rentáveis ao atraírem outro tipo de cliente, por princípio com mais posses económicas e mais gastador. Como exemplos:

- 1) Programas júnior;
- 2) Programas pré e pós-parto;
- 3) Programas antitabagismo;
- 4) Programas de prevenção e tratamento da obesidade infantil.

#### d) desenvolvimento da cosmética:

O setor da cosmética termal é ainda pouco explorado e divulgado em Portugal face às excelentes características das águas minero-medicinais e ao seu franco desenvolvimento e divulgação em outras congéneres europeias. No entanto, o desenvolvimento deste segmento de negócio deverá ser pautado por uma investigação científica prévia, minuciosa e constante, o que ainda é muito incipiente, com vista a uma precisa clarificação da composição físico-química, da capacidade de exploração das águas e da delimitação das suas propriedades terapêuticas. A criação, promoção, comercialização e distribuição de novos produtos ligados às características e qualidades das águas deverão assentar em I&D para efeitos de comprovação científica idónea, sendo determinante para o estabelecimento de uma relação com o cliente pautada pela confiança e para a venda dos mesmos.



Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.1.	Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
Medida	1.1.6.	Apoio e reforço à investigação científica

#### Descrição da ação:

A investigação científica contínua e permanente é essencial como fator de credibilização e promoção do termalismo, como meio de se comprovarem mais benefícios das águas termais e mais aplicações assim como no desenvolvimento de novas práticas e métodos de tratamento inovadoras e é fundamental para que a comunidade médica deixe de olhar as águas termais com descrédito, as prescreva mais vezes, e cuja ciência associada seja ensinada nas faculdades com efetivo fundamento científico.

Para tal é necessário dotar os balneários de meios laborais apropriados para a realização de investigação a um nível científico considerado idóneo, de acordo com objetivos precisos, pertinentes, através de metodologias bem delineadas e consistentes, tendo em atenção as dificuldades éticas e técnicas que envolve, assim como é fundamental a cooperação entre os estabelecimentos de saúde e bem-estar e as estratégias empresariais para a concretização de atividades de I&D.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.1.	Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
Medida	1.1.7.	Otimização/rentabilização do espaço termal para outras atividades

#### Descrição da ação:

O espaço termal é um espaço privilegiado nas condições que detém, tanto infraestruturais como naturais/paisagísticas, fruto da sua localização, muitas vezes, em vales, junto a rios ou em parques. Desta forma, e numa ótica de desenvolvimento de outro tipo de atividades no espaço termal que o rentabilize e o dinamize, sobretudo nas épocas de menor afluência termal, tornando-o acessível a vários públicos, as estâncias deverão “abrir os seus espaços” à realização de um leque variado de atividades e eventos, tais como:

**a)** espetáculos de dança e concertos musicais de géneros variados como pop/rock, clássica ou erudita, tradicional, jazz, festivais de folclore, noites de fado..., ao ar livre e no interior, que sejam capazes de agradar aos públicos tradicionais e de captar novos públicos, nomeadamente o mais jovem;

**b)** festas temáticas como bailes de máscaras, festa da primavera, festas dos santos populares, festa do verão, festas de aniversários de crianças aliadas a outras atividades como visitas à estância, aos jardins, às histórias, ou com a realização de *peddy-papers* e ateliers temáticos, jantares dançantes, recriação de jantares temáticos, no interior e exterior;

**c)** eventos culturais como exposições de diversos géneros aproveitando o espaço exterior natural de que muitas estâncias dispõem (ex.: peças expostas e em perfeita comunhão com a flora, exposições de pintura, escultura ou de carros antigos) e outras nos espaços interiores, realização de peças de teatro ao ar livre interativas ou não, cinema ao ar livre, eventos de moda, entre outros;

**d)** feiras e mostras de artesanato, gastronomia e vinhos com o objetivo de promover o artesanato e gastronomia locais de qualidade, enquanto valores culturais, identitários, artísticos e simbólicos da região e do seu povo, assim como promover a interação entre os diversos agentes turísticos;

**e)** eventos desportivos otimizando as estruturas desportivas de que as estâncias dispõem para a realização de provas desportivas (adultos e crianças) como corta-matos, atletismo, orientação, natação, ténis, entre outros;

**f)** outros eventos como encontros de curso, congressos e palestras nos espaços interiores (salas de congressos e de jantares) que as termas e hotéis associados dispõem;

**g)** festas de casamentos, batizados e outras, numa otimização dos espaços exteriores e interiores que algumas estâncias termais possuem e que poderão constituir uma possibilidade de rentabilização económica, sobretudo nas que a atividade termal tem um carácter sazonal bastante vincado.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.1.	Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
Medida	1.1.8.	Recuperação/ requalificação do património termal edificado

#### Descrição da ação:

Ação de recuperação do património termal edificado que se encontra em avançado estado de degradação ou que apresenta indícios de degradação e abandono e que por isso possa constituir algum tipo de perigo, conferindo, aos casos que se justificarem, uma nova função (requalificação).

Inclui-se nesta ação as fontes, *buvettes*, fachadas com valor arquitetónico, antigos hotéis e pensões, casinos, lojas, casas de chá, antigas termas/balneários de reconhecido valor histórico e simbólico e outros edifícios particulares com valor arquitetónico, que se localizem dentro do perímetro termal mais restrito ou no território da estância termal.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.1.	Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
Medida	1.1.9.	Recuperação/ requalificação da envolvente termal natural/ambiental

#### Descrição da ação:

Ação de recuperação do património natural/ambiental quer seja dos próprios parques onde se inserem ou florestas e bosques que as rodeiam, que se encontra em estado de degradação, deterioração ou abandono, e que em alguns casos, corre o risco de desaparecer.

Pretende-se qualificar os espaços verdes das termas criando uma imagem limpa e atrativa dos espaços termais, que articule volumes, formas, cores, texturas e cheiros, e dotar os mesmos de condições para a fruição equilibrada e aprazível dos recursos naturais, valorizando a sua diversidade.

A intervenção contempla ações de:

- a) limpeza da matéria orgânica (biomassa) dos caminhos pedonais e das próprias áreas arborizadas com a possibilidade de posterior aproveitamento (húmus);
- b) limpeza da matéria orgânica dos lagos, rios e outros “reservatórios” de água presentes nas estâncias;
- c) desbaste, identificação e eliminação de espécies exóticas invasoras (ex.: *Acacia longifolia*, *Acacia dealbata* Link, *Eucalyptus* sp., *Robinia pseudoacacia* L., entre as principais), espécies em fim de vida ou que representem uma ameaça à segurança, que se encontrem dentro do perímetro termal;
- d) (re) florestação do perímetro termal e áreas adjacentes, com a plantação de espécies, adequadas ao território, clima e solo, e com valor florístico, proporcionando às termas uma área florestal considerável;
- e) qualificação e renovação permanente dos jardins privilegiando espécies de plantas que expressem a policronia da natureza, através das suas cores básicas (verde, vermelho, amarelo, azul), de várias formas e dimensões devido aos efeitos positivos que desempenham a nível fisiológico e psicológico;
- f) identificação botânica de cada espécie, nomeadamente do estrato arbóreo (dentro dos parques ou áreas adjacentes), catalogação e posterior monitorização;
- g) recuperação e valorização das margens do rio que sejam local de implantação das termas ou constituam espaços adjacentes próximos, através da limpeza e desbaste de árvores (principalmente invasoras), limpeza de trilhos e caminhos e embelezamento das mesmas para usufruto turístico e manutenção das praias fluviais quando existentes.

**Prioridade:** Alta

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.1.	Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
Medida	1.1.10.	Requalificação urbanística e paisagística da envolvente das termas

### Descrição da ação:

Requalificação dos espaços urbanos adjacentes aos edifícios ou perímetros termais, reafirmando a nobreza, originalidade e identidade de cada “sítio termal”, criando uma nova ou renovada imagem urbanística alicerçada na construção de um espaço público condigno, de agradável fruição coletiva.

Inserem-se nesta ação:

- a) construção, reabilitação e requalificação ao nível dos passeios, arruamentos (pavimentação) e caminhos que se encontrem por calcetar, que estejam degradados ou desnivelados (por ação da água da chuva ou crescimento das raízes das árvores), tendo presente o conceito de mobilidade integrada, por forma a suprimir eventuais constrangimentos na circulação pedonal, ciclável e automóvel, melhorando as suas condições. As espécies subarbóreas ou arbóreas que deverão ser privilegiadas para o adorno dos passeios deverão ser as de médio porte como *Acer negundo* L., *Liquidamber styraciflua* L., *Aesculus hippocastanum* L., *Lagerstroemia indica* L., *Tilia* sp., entre as principais;
- b) execução e/ou recuperação de espaços ajardinados que se encontrem por embelezar ou degradados e respetiva manutenção periódica das plantações florísticas;
- c) arborização das alamedas (quando existentes) das estâncias termais embelezando o percurso através da criação de um corredor verde, e promovendo uma imagem turística das termas mais harmoniosa e idílica. A arborização deverá privilegiar espécies de médio a grande porte como a *Tilia* sp., *Aesculus hippocastanum* L., *Liquidamber styraciflua* L., *Prunus japonica* L., *Acer negundo* L., *Catalpa bignonioides* Walter, *Ligustrum japonicum* Thunb., *Casuarina equisetifolia* J. Forst., G. Forst., *Acer pseudoplatanus* L., *Grevillea robusta* A. Cunn. ex R. Br., *Fagus* sp., *Jacaranda mimosifolia* D. Don, *Tipuana tipu* (Benth.) Kuntze, em detrimento de choupos (*Populus nigra* L., *Populus alba* L.) e de plátanos (*Platanus* sp.);
- d) intervenções nos espaços públicos de lazer e fruição (parques termais, parques de merendas, recintos e passeios) através da limpeza (lixo e matéria-morta proveniente das árvores), arranjos do mobiliário que se encontre degradado (bancos, mesas, pontes sobre rios ou lagos,...), colocação de caixotes de lixo mais vastos, bebedouros, estruturas de água, bancos de repouso, mesas, ajustadas à identidade urbanística, ao espaço termal e às necessidades dos frequentadores termais e turistas;
- e) recuperação e/ou requalificação de áreas em pousio e degradadas que se insiram no território termal para instalação de estruturas e/ou equipamentos de apoio à atividade turística (parques de merendas, de convívio, alojamento, restauração, golfe ou mini-golfe, campos de jogos, entre outros);
- f) instalação de rede de iluminação pública adequada para que os passeios noturnos na estância termal se realizem em condições de perfeita segurança;
- g) instalação de rede de escoamento de águas pluviais para que, na estação chuvosa, a água não “empoce”, quer seja à entrada das termas, dos parques ou nos caminhos, evitando vários constrangimentos para quem se desloca, a pé, na estância;
- h) reordenamento do trânsito e adaptação do seu sentido, sendo essencial que dentro do perímetro termal (nomeadamente dos parques termais) seja reduzida ao máximo a circulação automóvel e consequente estacionamento, que deverá ser suprimido, que haja restrições aos mesmos nas imediações das estâncias, principalmente em frente aos estabelecimentos, encontrando-se alternativas para tal, já que são espaços com elevada frequência de cidadãos a pé, promovendo desta forma não só a sua segurança como a qualidade ambiental.

**Prioridade:** Alta

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.1.	Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
Medida	1.1.11.	Qualificação/remodelação de espaços e equipamentos desportivos e lúdicos

#### Descrição da ação:

Ação de qualificação e remodelação dos espaços e equipamentos desportivos e lúdicos (exteriores) existentes no perímetro termal, que estejam em estado de degradação e/ou abandono e que comprometam a imagem e a atratividade dos espaços termais a determinados públicos.

Nesta ação incluem-se intervenções de reparação de eventuais estragos no equipamento, adaptação, introdução e modernização dos mesmos, dotando os espaços de condições necessárias à realização de atividades desportivas várias e para usufruto do mesmo para convívio social e lazer, ao nível de:

- a) pistas de manutenção;
- b) circuitos pedonais e cicláveis;
- c) parques infantis;
- d) casas de chá;
- e) campos de desportos (ténis, futebol, basquetebol);
- f) parques de merendas, recintos de repouso e convívio;
- g) piscinas;
- h) praias fluviais.

**Prioridade:** Média

**Estâncias a aplicar:** Luso, Curia, Alcafache, Carvalhal, Sangemil

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.1.	Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
Medida	1.1.12.	Construção/implantação de espaços e equipamentos desportivos e lúdicos

#### Descrição da ação:

A existência de espaços e equipamentos desportivos e lúdicos são um elemento fundamental à dinamização das estâncias termais e cuja carência coloca em causa a atratividade dos espaços a uma franja maior e mais diversificada de público. Nesta ação inclui-se:

- a) pista de manutenção;
- b) circuito pedonal e ciclável;
- c) parque infantil/Kid Club;
- d) casa de chá;
- e) biblioteca;
- f) piano bar, *wine bar*;
- g) sala/salão de jogos (bilhar, *bowling*, cartas, *slot machines*);
- h) campos de desportos (ténis, futebol, basquetebol);
- i) parque de merendas, recintos de repouso e convívio;
- j) piscinas;
- l) praia fluvial.

**Prioridade:** Média/Alta

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.1.	Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
Medida	1.1.13.	Elaboração de uma carta dos “patrimónios termais” e sua divulgação

#### Descrição da ação:

A crescente necessidade de preservar, estudar e valorizar os “patrimónios termais” justifica a elaboração de um inventário que inclua todo o património termal, quer tangível quer intangível, que deverá constituir um documento essencial para se proceder à sua caracterização, avaliação e diagnóstico e classificação, constituindo um meio privilegiado de reunião de diversa informação (quantitativa e qualitativa) de suporte a futuras intervenções, para além de que induz a uma verificação periódica do seu estado de conservação. O património inventariado e materializado numa carta/mapa constituirá um meio de divulgação/promoção e de atração turística.

**Prioridade:** Média/Alta

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.1.	Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
Medida	1.1.14.	Criação de um Museu Termal

#### Descrição da ação:

As estâncias termais são ricas em “patrimónios”, quer materiais quer imateriais, que ou estão degradados ou dispersos, impossibilitando o público de os conhecer e apreciar.

A ação contempla a recolha de todo o material (objetos termais, máquinas e equipamentos, documentos, material gráfico, escrito, filmes/fonográfico, fotográfico, entre outros) que se encontra disperso e um tanto ou quanto marginalizado, constituindo-se um museu termal onde se possa colocar todo o acervo, com exposições temporárias ou permanentes (consoante se trate de um único museu que reúne o espólio das diversas termas ou de diversos espaços em cada estância dedicados ao tema), para que as gerações presentes e vindouras possam ter acesso à herança e história das termas.

Esta ação prevê duas possibilidades de valorização do património termal:

- a) a criação de um espaço museológico em cada estância destinado à exposição de peças termais e outros materiais, reunindo vários elementos que se encontram dispersos;
- b) a criação de um museu termal regional, que congregue todas as estâncias do centro, constituindo uma possibilidade de “encontro” de vários patrimónios e histórias termais.

**Prioridade:** Média

**Estâncias a aplicar:** Curia, Alcafache, Carvalhal, Felgueira e Sangemil

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.1.	Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
Medida	1.1.15.	Reforço e atualização de estruturas de apoio à atividade turística

#### Descrição da ação:

A ação contempla o reforço, atualização e manutenção das infraestruturas e equipamentos de apoio à atividade turística implantados em locais estratégicos do contexto de inserção territorial:

- a) instalação ou reinstalação de postos de turismo ou extensões (regional) nas estâncias termais;
- b) instalação de uma rede de quiosques/plataformas virtuais e interativos com informação turística permanente, diversa e atualizada, associados aos postos de turismo existentes;
- c) instalação de infraestruturas de saneamento básico;
- d) instalação ou requalificação de equipamento sanitário público;
- e) instalação de parques de merendas, de repouso e convívios, locais específicos que evitem o amontoamento de pessoas às refeições, em locais nada próprios para o fazer, comprometendo a imagem turística do espaço a quem chega.

**Prioridade:** Média

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.1.	Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
Medida	1.1.16.	Remodelação e modernização dos meios de alojamento existentes

#### Descrição da ação:

Ação de remodelação e modernização do alojamento existente através de intervenções no interior e exterior das unidades mantendo a traça original nas que evidenciarem valor arquitetónico, mas num contexto moderno. A ação engloba intervenções como:

- a) arranjos e pinturas interiores e exteriores;
- b) substituição de mobiliário interior e modernização/qualificação da decoração;

Para além da questão material, o parque hoteleiro deve modernizar a sua forma de promoção e divulgação assim como criar condições e atrativos para o funcionamento das unidades durante todo o ano (tendo em conta que muitas das unidades de alojamento só estão operacionais durante a época alta – meses de verão) e para a diminuição da sazonalidade inerente por causa da atividade termal.

**Prioridade:** Média

**Estâncias a aplicar:** Luso, Curia, Alcafache

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.1.	Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
Medida	1.1.17.	Aumento e diversificação da oferta de alojamento

#### Descrição da ação:

A ação contempla a construção de mais unidades de alojamento e de diversas categorias nos territórios que assim o justifiquem. Desta forma, a ação prevê:

- a) aumento da oferta de alojamento nos territórios termais onde a atual oferta é deficiente, inexistente e desqualificada e cujas carências, a este nível, constituem um entrave ao ótimo aproveitamento dos equipamentos termais e desenvolvimento dos territórios, devendo-se apoiar e criar para tal condições para a instalação de novas e diferentes tipologias de alojamento;
- b) diversificação do parque hoteleiro criando uma oferta diferenciada (hotéis, pensões, apartamentos turísticos, alojamento TER,...) que, de forma sustentada, se ajuste às diversas realidades territoriais e sócio-económicas dos habituais frequentadores termais assim como da clientela que pretende conquistar, criando-se alternativas à oferta existente tanto em termos de alojamento hoteleiro de categoria superior como em termos de alojamento *low cost*.

A concretização desta ação deverá ser sustentada por estudos periódicos de viabilidade e sustentabilidade económica à instalação de novas unidades de alojamento e sua diversificação, assim como de estudos de localização ótima/potencial para os mesmos, de forma a que, pelos territórios termais, sejam uniformemente e equilibradamente distribuídos, em termos de quantidade e categorias.

Esta ação contribuirá para afirmar os territórios termais como destinos de excelência, crendo-se, igualmente, para o fomento da criação de postos de trabalho diretos e indiretos, dinamizando desta forma a economia local.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Vale da Mó, Carvalhal, Alcafache, Felgueira, Sangemil, Ladeira de Envendos

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.1.	Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
Medida	1.1.18.	Remodelação e adaptação dos espaços de restauração existentes

#### Descrição da ação:

Ação de remodelação, qualificação e adequação dos espaços de restauração existentes nos territórios termais, tanto a nível arquitetónico (interior e exterior) como a nível gastronómico.

Os espaços de restauração deverão estar certificados, promover ações de boas práticas tanto a nível relacional como a nível gastronómico, estarem preparados para a receção de turistas estrangeiros (disponibilizar os *menus* noutros idiomas, por exemplo), assim como a confeção de gastronomia típica regional e gastronomia de autor, procurando adequar-se desta forma às franjas dos mercados termal e turístico altas, médias e mais baixas, e para as quais deverão ser alvo de apoios.

Deverão ser promovidas, num reforço da identidade local a nível gastronómico e por consequência cultural, semanas/dias com gastronomia temática, o que pressuporá o funcionamento em rede dos diversos estabelecimentos de restauração do território, e mostras gastronómicas aliadas ao produto enológico.

Desta forma contribui-se para a promoção da gastronomia local e regional tradicional, para melhorar a produtividade, a rentabilidade e a qualidade do serviço.

**Prioridade:** Alta

**Estâncias a aplicar:** Luso, Curia, Alcafache e Sangemil

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.1.	Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
Medida	1.1.19.	Instalação de espaços de restauração

#### Descrição da ação:

A ação prevê o aumento da oferta de estabelecimentos de restauração nos territórios termais, cuja carência constitua um entrave ao ótimo desenvolvimento sócio-económico dos mesmos, devendo-se criar, para tal, condições para a instalação de novos estabelecimentos.

A concretização desta ação deverá ser regulada e ter como base estudos periódicos de viabilidade e sustentabilidade económica à instalação de novos estabelecimentos de restauração, assim como de estudos de localização ótima/potencial para os mesmos, de forma a que, pelos territórios termais, sejam uniformemente e equilibradamente distribuídos, em termos de quantidade, respeitando as áreas de influências ótimas à viabilidade económica de cada estabelecimento.

O tipo de estabelecimento de restauração, regional típico e/ou de luxo (restaurantes, cafetarias, bares, casas de chá), também deverá ter em conta a realidade territorial e as características dos frequentadores termais, turistas e visitantes, por isso é de todo conveniente uma coordenação com a entidade termal e turística neste sentido, para a construção de uma oferta ajustada às diferentes realidades.

Esta ação contribuirá para afirmar os territórios termais como destinos de excelência, crendo-se, igualmente, para o fomento da criação de postos de trabalho diretos e indiretos, dinamizando desta forma a economia local.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Curia, Vale da Mó, Alcafache, Felgueira Sangemil e Carvalhal

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.1.	Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
Medida	1.1.20.	Instalação e/ou adaptação e diversificação dos espaços comerciais

#### Descrição da ação:

Esta ação prevê o aumento e diversificação de uma oferta comercial qualificada nos territórios termais, cuja carência e/ou deficiência deste elemento do *cluster* termal, constitua um entrave ao ótimo desenvolvimento sócio-económico dos mesmos. A ação contempla:

**a)** a remodelação e adaptação dos espaços comerciais existentes nos territórios termais, ou nas próprias estâncias, a novas realidades, mais modernas e exigentes, nomeadamente no que diz respeito ao comércio tradicional;

**b)** o aumento e diversificação da oferta de espaços comerciais, devendo-se criar para tal condições para a instalação de novos estabelecimentos. São exemplos: comércio alimentar, de vestuário, lojas de artesanato e *souvenirs*, entre outros.

O tipo de estabelecimento comercial, regional típico e/ou de luxo (*gourmet*), deverá ter em conta a realidade territorial, as características e necessidades dos frequentadores termais, turistas e visitantes, pelo que é essencial uma coordenação com a entidade termal neste sentido, sem no entanto deixar de inovar, até como forma de captar potenciais mercados.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Luso, Curia, V. M6, Alcafache, Carvalhal Felgueira e Sangemil

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.1.	Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
Medida	1.1.21.	Melhoria e aumento da acessibilidade às estâncias termais

#### Descrição da ação:

A ação pretende a melhoria da acessibilidade aos territórios/estâncias termais através da intervenção ao nível das infraestruturas e meios de transporte. Desta forma, a ação prevê a:

**a)** requalificação, melhoramento e renovação das vias rodoviárias de acesso às estâncias termais, já existentes (nomeadamente estradas municipais), que se encontrem em notório estado de degradação, condicionando e/ou inviabilizando a circulação, mobilidade e o próprio acesso às termas;

**b)** reestruturação das acessibilidades;

**c)** construção de novas vias rodoviárias;

**d)** reestruturação das redes de transportes públicos rodoviários aumentando em número e regularidade com que servem as estâncias em termos da disponibilização de mais horários que, atualmente, são poucos e bastante dispersos no tempo e articulados com o transporte ferroviário, a partir dos centros urbanos da região, assim como no estabelecimento de ligações com outros pólos territoriais.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Luso, Curia, Vale da M6, Cavaca, Alcafache, Carvalhal, Felgueira e Sangemil.



Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.1.	Qualificação e valorização dos recursos, produtos e infraestruturas de base
Medida	1.1.22.	Melhoria da sinalética/sinalização

#### Descrição da ação:

Ação de melhoramento da sinalização identificativa do estabelecimento termal e da sua localização territorial, de forma a melhor orientar quem tenha por objetivo dirigir-se às estâncias termais, e das formas de comunicação com os visitantes.

Há a necessidade de ser colocada sinalização com informação turística na qual se inclui a informação referente às termas (e outros pontos de interesse), nas entradas de cada concelho e localidade termal, assim como sinalização visível indicando a direção das mesmas. É uma forma de informar quem desconhece a existência de termas no trajeto que está a efetuar e de divulgação e atração de potenciais clientes. É essencial que, em grandes centros urbanos, próximos de territórios e unidades termais, seja disponibilizada informação e sinalização sobre as mesmas (ex.: Viseu, Aveiro, Coimbra, Castelo Branco).

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Alcafache, Felgueira e Sangemil

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.2.	Animação Termal
Medida	1.2.1.	Criação de um programa/agenda de animação termal a curto e médio prazo

#### Descrição da ação:

Ação de criação e organização de uma agenda de eventos de animação termal a curto e médio prazo (diária a anual), com vista à promoção da imagem turística e lúdica das estâncias termais, em diversos âmbitos (cultural, desportivo, recreativo e lúdico), com um programa variado, mas diferenciado e original, ajustado aos diferentes públicos, promovendo também ações que captem novos públicos (nomeadamente o jovem), num aproveitamento otimizado de todas as condições que oferecem, e que complementem não só a oferta turística das termas, mas também do próprio território onde se inserem. Esta agenda deverá assegurar uma distribuição de eventos equilibrada no tempo de forma a contribuir para combater a sazonalidade da procura termal, estar adequada às características meteorológicas das épocas do ano (atividades ao ar livre e no interior), incorporar os calendários festivos do território e criar eventos atrativos de grande repercussão regional e nacional. São exemplos:

- 1) espetáculos musicais variados (pop/rock, clássicos ou eruditos, tradicionais, jazz, festivais de folclore, noites de fado) e música ao vivo (piano bar, casa de chá ou outros);
- 2) festas temáticas como bailes de máscaras, festa da primavera, festas dos santos populares, festa do verão, entre outras;
- 3) eventos desportivos como atletismo, natação, ténis, corta-matos, entre outros;
- 4) realização de atividades ao ar livre como passeios e percursos pela natureza envolvente (serras, margens de rios, por exemplo), visitas ao património da região (museus, oficinas de artesanato, património religioso);
- 6) atividades culturais como a visita a exposições, a feiras e mostras de artesanato, gastronomia e enoturismo a decorrer na região ou na própria unidade termal;
- 7) realização de peças de teatro e cinema ao ar livre, de espetáculos de *stand up comedy* e de magia;
- 8) realização de atividades radicais/desportivas como tiro ao alvo, caça, passeios em btt, moto 4, canoagem, pesca, passeios a cavalo, *ski* aquático, descida do rio, montanhismo;
- 9) realização de atividades lúdicas como jogos tradicionais, *peddy-papers*, ateliers temáticos, provas de vinho (*wine bar* quando existente).

Grande parte das atividades desta agenda de animação termal deverá ser concretizada com recurso a guias e animadores termais com formação prévia para tal.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.2.	Animação Termal
Medida	1.2.2.	Valorização e promoção das rotas e percursos turísticos existentes

#### Descrição da ação:

A ação contempla a valorização das rotas e percursos existentes que se realizam nas estâncias e espaços termais ou que sejam o ponto de partida ou de passagem e paragem, com frequentadores das termas ou outros turistas, através da reabilitação, marcação e limpeza dos percursos e trilhos, conceção e produção de elementos interpretativos *in situ*, sinalética dos percursos visível e atualizada, disponibilização de material de interpretação e orientação, estratégias de animação e comunicação, formação dos acompanhantes (guias) e promoção das mesmas através de panfletos, brochuras, informação online, informação digital através de cd-rom e postos de turismo.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Curia, Alcafache

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.2.	Animação Termal
Medida	1.2.3.	Realização de visitas guiadas às termas e espaço envolvente

#### Descrição da ação:

Esta ação pretende o desenvolvimento de atividades lúdicas, educativas e interativas, direcionadas para públicos diversos, os tradicionais frequentadores (aquistas) tendo nesta ação uma forma de complementar o imenso tempo livre de que dispõem, como para outro público, o visitante, o turístico e escolar, que incluam passeios nos espaços naturais envolventes (parques e matas) onde se inserem as estâncias, potenciando e dinamizando a valência paisagística, dando a conhecer o espaço, a flora e a biodiversidade e promovendo a educação ambiental, e também visitas aos próprios edifícios e estabelecimentos termais dando a conhecer a história e histórias relacionadas com a origem das estâncias e o seu percurso, sensibilizando para a proteção, salvaguarda e valorização dos patrimónios enquanto herança cultural e histórica de todos e para todos.

A criação de percursos temáticos pelo espaço termal, direcionados para tipos de público específicos e outros mais gerais, seria uma mais valia em termos de oferta de atividades de animação turística e não só, que com certeza atrairiam vários adeptos de vários segmentos turísticos e estimulariam o aproveitamento integrado dos conjuntos histórico-culturais e territoriais das estâncias.

Alguns exemplos seriam:

➤ Direcionados para o património natural e ambiental:

- À descoberta do Mundo das Plantas
- À descoberta das Plantas Medicinais: “Boas águas... melhores plantas”
- O Circuito das Famílias Botânicas
- Os desafios da Biodiversidade e Sustentabilidade Ambiental

➤ Direcionados para o património construído, histórico-cultural:

- As “estórias” da história das termas.

**Prioridade:** Média

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.2.	Animação Termal
Medida	1.2.4.	Realização de atividades ligadas ao turismo de aventura e natureza

#### Descrição da ação:

A ação contempla a realização de atividades desportivas ligadas ao turismo de aventura numa otimização das envolventes termais naturais procurando promover o espírito aventureiro, a entreaajuda e acima de tudo estilos de vida saudáveis, direcionadas para os diferentes públicos termais, e tendo em vista o alargamento de mercados através da oferta diversificada e qualificada.

De entre as atividades destacam-se:

- |                                   |                                  |                      |
|-----------------------------------|----------------------------------|----------------------|
| 1) percursos pedestres/caminhadas | 6) btt                           | 11) equitação        |
| 2) orientação                     | 7) canoagem                      | 12) slide            |
| 3) escalada                       | 8) <i>peddy-papers</i> temáticos | 13) descida do rio   |
| 4) <i>rafting</i>                 | 9) montanhismo                   | 14) pesca desportiva |
| 5) <i>paint-ball</i>              | 10) <i>rapel</i>                 | 15) caça desportiva  |

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.3.	Promoção e Distribuição Termal
Medida	1.3.1.	Conceção de um Plano de Marketing do destino turístico termal

#### Descrição da ação:

Ação de conceção de um Plano de Marketing do destino turístico termas/estâncias termais, capaz de ser utilizado enquanto instrumento de plano-ação com objetivos delineados para um horizonte de longo prazo, mas suscetíveis a um permanente ajuste ao curto ou ao médio prazo.

O Plano de Marketing do destino termas/estâncias termais do Centro deverá englobar a conceção e divulgação de campanhas de marketing e comunicação para promoção do destino turístico através de *slogans* e logótipos fortes e apelativos, de campanhas publicitárias na comunicação social (televisão, rádio, revistas e jornais de referência), a conceção de estratégias de promoção a nível internacional através de participação em feiras e eventos da área, ou relacionados, avaliando o impacto das campanhas, a conceção de estudos e opiniões e de perfil do turista de saúde e bem-estar de forma a conhecerem-se os mercados e as suas alterações para se procederem a ajustamentos da estratégia.

A estratégia de marketing deverá ser elaborada no sentido do alargamento, esclarecimento e melhoramento da imagem percebida pelo cliente em relação ao destino turístico termas, não só dando a conhecer os elementos tangíveis do produto mas igualmente na transmissão dos valores intangíveis inerentes ao mesmo.

O Plano de Marketing deverá passar por um processo constante e contínuo de atualização, monitorização e avaliação de forma a que seja garantida a sua eficaz operacionalidade e exequibilidade, nomeadamente na avaliação, correlação e flexibilização entre a oferta e procura devendo contribuir para a criação e preservação de uma imagem e de uma reputação, elementos bastante apreciados pela nova procura.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.3.	Promoção e Distribuição Termal
Medida	1.3.2.	Aperfeiçoamento/reforço dos sistemas de informação online ao turista

#### Descrição da ação:

A internet, enquanto veículo privilegiado de circulação de informação, é uma ferramenta indispensável, no século XXI, à divulgação e promoção turística. Cabe às estâncias termais aproveitarem-na e otimizarem-na para promoverem o seu produto de forma dinâmica, completa e o mais atualizada possível, reforçando a sua presença online de modo a aumentar a acessibilidade ao produto a potenciais mercados, e nos mais diversos canais de distribuição eletrónica. A ação inclui:

**a)** a remodelação, modernização e atualização das páginas online das estâncias termais:

- a informação presente deverá incidir sobre itens fundamentais como a história, o espaço, a localização e enquadramento territorial, o património, as características das águas, as indicações terapêuticas, a época termal, as técnicas utilizadas, a direção clínica, o preçário, os programas de saúde e bem-estar (caso existam) com as respetivas finalidades, os produtos utilizados, a duração e preços; as atividades de animação termal disponíveis, os contactos, o modo de chegar, informação complementar referente ao alojamento, restauração, atrações e património da região assim como disponibilizar a informação noutros idiomas, estar perfeitamente organizada e atualizada;

**b)** o acesso e participação ativa em canais distribuidores como as redes sociais do *twitter*, *facebook*, fóruns, blogues e outros:

- tentar chegar ao mais diverso e maior público possível participando ativamente em fóruns, blogues relacionados com a atividade termal ou atividade turística no geral e criar páginas do *twitter* e *facebook*, proporcionando a troca de experiências e opiniões e otimizando a presença online para a divulgação de informação e promoção das estâncias termais enquanto destino turístico assim como esclarecer sobre eventuais dúvidas acerca da atividade e espaço termal;

**c)** o reforço da cooperação estratégica com grandes distribuidores online:

- aceder e manter/ou reforçar a presença do produto (atualizado e com informação completa) nos mais diversos diretórios e fontes de informação turística como: ViagensClix, Sapo, VisitPortugal, Lifecooler, entre outros.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.3.	Promoção e Distribuição Termal
Medida	1.3.3.	Criação da página online da estância termal

#### Descrição da ação:

A ação contempla a criação e manutenção da página online da estância termal cuja informação deverá incidir sobre itens fundamentais como a história, o espaço, a localização e enquadramento territorial, o património, as características das águas, as indicações terapêuticas, a época termal, as técnicas utilizadas, a direção clínica, o preçário, os programas de saúde e bem-estar (caso existam) com as respetivas finalidades, os produtos utilizados, a duração e preços, as atividades de animação termal disponíveis, os contactos, o modo de chegar, informação complementar referente ao alojamento, restauração, atrações e património da região.

Este deverá primar pela qualidade, estar organizado de forma a ser fácil a sua navegação, assim como a informação que o compõe deverá ser compreensível (se possível em dois ou mais idiomas), dinâmica, interativa, apelativa, atualizada, detalhada/completa o mais possível, cujo arranjo deverá ser moderno e portanto mais atrativo.

**Prioridade:** Alta

**Estâncias a aplicar:** Vale da Mó e Ladeira de Envendos

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.3.	Promoção e Distribuição Termal
Medida	1.3.4.	Revisão e conceção de material promocional e sua distribuição

#### Descrição da ação:

A ação contempla a feitura de uma revisão profunda do material promocional nos vários formatos existentes (papel, multimédia, online ...) e a conceção de novo material com base nos resultados das várias ações anteriores (e posteriores relacionadas) deste Plano de Ação, tanto ao nível de cada estância, como também em relação às Entidades Regionais de Turismo e à própria Associação de Termas de Portugal que deve disponibilizar mais, melhor e atualizada informação através dos seus boletins periódicos (o último publicado data de 2001), e do seu endereço eletrónico.

Dever-se-á proceder à realização e distribuição ampla deste material promocional, modernizando mas seguindo uma necessária coerência da imagem turística e lúdica, não descurando da vertente terapêutica e bem-estar das estâncias termais, e especificamente dos seus produtos e atrativos.

O seu raio de distribuição deverá ser ampliado através de uma necessária cooperação e interação entre os diversos elementos do *cluster* termal no sentido de reforçar a promoção e divulgação do produto termas/saúde e bem-estar, diversificando os pontos de distribuição, privilegiando o alojamento, restauração, museus, câmara municipal, posto de turismo, unidades de enoturismo, comércio, golfe, outros produtos regionais, de forma a otimizarem-se e multiplicarem-se as sinergias positivas.

**Prioridade:** Média/Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.3.	Promoção e Distribuição Termal
Medida	1.3.5.	Criação de um <i>slogan</i> e logótipo

#### Descrição da ação:

A ação pressupõe a criação e promoção, a partir das Ações anteriores, de um *slogan* e um logótipo associados à marca termal criada e a serem utilizados de forma permanente por todos os agentes, operadores, serviços, empresas, instituições e demais entidades públicas e privadas relacionadas e sedeadas nos territórios termais, no país ou no estrangeiro. A ação inclui:

- a) a criação de um *slogan* e logótipo que englobe todas as estâncias termais do centro, constituindo um fator unificador e aglutinador das mesmas;
- b) a criação de um *slogan* e logótipo ao nível de cada estância termal como fator identificativo.

**Prioridade:** Média/Elevada

**Estâncias a aplicar:** Luso, Curia, V. Mó, Alcafache, Sangemil

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.3.	Promoção e Distribuição Termal
Medida	1.3.6.	Desenvolvimento/ introdução de <i>spots</i> publicitários na comunicação social

#### Descrição da ação:

A ação contempla uma intervenção mais ampla de divulgação e promoção, alargada aos diferentes meios de comunicação social. Desta forma, as estâncias deverão desenvolver *spots* publicitários e campanhas promocionais dinâmicas, que despertem o interesse e curiosidade dos diferentes públicos, vocacionadas para a televisão, rádio e imprensa escrita. Nesta última, deverão ser privilegiadas publicações relacionadas com a temática saúde e bem-estar e do turismo (Revista Saúde e Bem Estar, Teste Saúde, Cultos-Termas e *Spas* Termais, Rotas & Destinos), não descartando as restantes, com o objetivo de chegar ao maior e mais diverso público possível.

**Prioridade:** Média

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.3.	Promoção e Distribuição Termal
Medida	1.3.7.	Participação e/ou reforço da mesma em feiras e eventos turísticos similares

#### Descrição da ação:

A manutenção da imagem turística das estâncias termais na sociedade consumidora é essencial pelo que é necessário desenvolver, manter e até reforçar a presença das mesmas em feiras e eventos turísticos especializados ou generalistas tanto no âmbito interno (regional/nacional) como no contexto externo (ibérico/internacional). Nestes eventos concentram-se ao mesmo tempo a oferta e a procura do setor sendo que, a participação nos mesmos permitirá o estabelecimento e desenvolvimento de contactos com especialistas dos mais diversos quadrantes da atividade termal e a oportunidade de contactar diretamente com outras estâncias e outros fornecedores que aproveitam para expor os seus produtos e serviços.

A definição do tipo de eventos em que as estâncias termais devem estar presentes está dependente das restantes Ações preconizadas no âmbito deste Plano. No entanto destacam-se:

- Âmbito Regional/Nacional:

a) Feira de Março – Aveiro

b) Feira das Atividades Económicas – Vila Velha de Ródão, Aguiar da Beira, Castro Daire e Mação

c) Feira da Vinha e do Vinho – Anadia

d) 4 Maravilhas da Mesa da Mealhada – Mealhada

e) Expofacil – Cantanhede

f) BTL – Bolsa de Turismo de Lisboa – Lisboa

g) Aquameeting – Porto

- Âmbito Ibérico/Internacional:

h) Termatália – Feira Internacional de Turismo Termal – Espanha

i) Thermalies – Feira de Termalismo e Talassoterapia – França

j) ExpoSpa – América Latina

l) FITUR e INTUR – Espanha (Madrid e Valladolid)

m) ITB – Alemanha (Berlim)

**Prioridade:** Média/Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	I	Vertente Turismo e Lazer
Projeto Âncora	1.3.	Promoção e Distribuição Termal
Medida	1.3.8.	Desenvolvimento do <i>merchandising</i> termal

#### Descrição da ação:

As qualidades das águas termais não se esgotam nos tratamentos que utilizam a água como recurso, pelo que, a sua perpetuação passa pelo desenvolvimento de outro tipo de produtos que utilizem as águas minero-medicinais como recurso base, caso as suas características assim o permitam. Desta forma a criação, divulgação e comercialização de uma linha de produtos termais seria um fator de diferenciação e de identidade local e uma mais-valia na promoção de uma imagem termal ativa, moderna e diversificada, assim como um complemento económico da atividade termal.

De entre os produtos que poderiam ser desenvolvidos, destacam-se:

- Cremes variados, águas refrescantes, *sprays* termais, tónicos faciais, sabonetes, géis (cosmética);

- Água *gourmet*/água mineral (alimentação);

- Peças de roupa como t-shirts, aventais, panos, robes, chinelos, fatos de banho, calções (vestuário);

- Peças de artesanato como canecas, bibelôs, chávenas, loiça, pins, miniaturas, mascotes, postais, e outros *souvenirs*, relógios;

- Chás e infusões (alimentação);

- Outros produtos característicos da região em que se insere a unidade termal, promovendo e divulgando a oferta termal.

**Prioridade:** Média/Baixa

**Estâncias a aplicar:** Luso, Curia, Alcafache, Carvalhal, Sangemil

Eixo Estratégico	II	Vertente Territórios e Produtos
Projeto Âncora	2.1.	Organização da oferta
Medida	2.1.1.	Avaliação/diagnóstico dos recursos e produtos turísticos regionais

#### Descrição da ação:

A construção de uma oferta qualificada pressupõe uma avaliação prévia dos recursos presentes nos territórios termais, assim como da sua viabilidade económica e ambiental para a sua exploração e transformação em produto turístico já que, nem todos os recursos dispõem de condições para se tornarem produtos suscetíveis de constituírem uma oferta turística de qualidade.

Desta forma é imperativo proceder-se a uma identificação, localização e realização de estudos avaliativos e de diagnóstico dos recursos existentes assim como dos produtos turísticos já implementados, de modo a que se contemple a manutenção da sustentabilidade a diversos níveis e cuja visão do produto turístico territorial se perpetue numa visão de conjunto, do qual farão parte integrante as estâncias termais.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todos os territórios termais

Eixo Estratégico	II	Vertente Territórios e Produtos
Projeto Âncora	2.1.	Organização da oferta
Medida	2.1.2.	Organização da oferta dos concelhos/territórios em grupos de produtos

#### Descrição da ação:

Os recursos não passarão de recursos se não forem organizados e colocados ao dispor do público com uma estrutura e objetivos próprios.

Desta forma, a qualificação dos recursos turísticos passa pela sua organização, abarcando não só os recursos mas os produtos que se encontrem “dispersos”, em grupos, de forma a mais eficazmente poderem ser promovidos, chegarem ao público e constituírem-se como verdadeiros produtos turísticos. Ao estarem perfeitamente identificados e agrupados, mais facilmente se pode construir uma oferta compósita com vários segmentos proporcionando o trabalho em rede e a integração não só dos recursos mas dos atores territoriais e territórios. Com a oferta organizada, as rotas e percursos com diferentes produtos, nas quais se incluirá o produto de saúde bem-estar/estâncias termais, serão uma realidade na busca de vantagens comparativas e sinergias positivas, para os produtos e principalmente para o território.

Desta forma, a oferta turística dos concelhos (termais) dever-se-á organizar em:

- Grupos de produtos estruturantes/primários: Turismo de Saúde e Bem-Estar, Turismo Cultural, Turismo de Natureza, Turismo Gastronómico;
- Grupos de produtos complementares/secundários: Enoturismo, Sol e Mar, Golfe, Turismo Náutico, Turismo Religioso.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todos os territórios termais

Eixo Estratégico	II	Vertente Territórios e Produtos
Projeto Âncora	2.1.	Organização da oferta
Medida	2.1.3.	Dinamização de <i>clusters</i> regionais

#### Descrição da ação:

Avaliada e organizada a informação relativamente aos recursos e produtos turísticos base disponíveis é necessário dinamizar a oferta complementar ao termalismo através do desenvolvimento de *clusters* regionais. Neste sentido, há que identificar para cada território termal os produtos e recursos que poderiam constituir um *cluster* e dinamizá-lo através da integração, valorização e promoção dos produtos/recursos turísticos regionais que, no seu todo, constituirão um produto turístico estruturado, um *cluster* competitivo que contribuirá para conferir ao produto termal maior atratividade, valor acrescentado, maior rentabilidade económica e concomitantemente maior competitividade, constituindo uma forma de potenciar e dinamizar as valências paisagísticas, arquitetónicas e culturais das regiões onde as termas se localizam.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todos os territórios termais

Eixo Estratégico	II	Vertente Territórios e Produtos
Projeto Âncora	2.1.	Organização da oferta
Medida	2.1.4.	Conceção de “Estudos de Opinião” periódicos de satisfação, mercados e produtos

#### Descrição da ação:

A avaliação da oferta e posterior organização de forma a melhor servir e atrair o mercado passa pela avaliação feita por quem dela usufrui. Os estudos de opinião, alargados a um público vasto, deverão traduzir, periodicamente, as transformações da procura e suas necessidades, assim como recolher opiniões no sentido de haver um melhoramento da oferta e um ajustamento ao mercado de forma mais eficaz, assim como constituirão excelentes meios para que os territórios, operadores e atores territoriais se renovem e inovem permanentemente com produtos e serviços modernos. Estes estudos deverão ser promovidos pela Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal.

**Prioridade:** Média

**Estâncias a aplicar:** Todos os territórios termais

Eixo Estratégico	II	Vertente Territórios e Produtos
Projeto Âncora	2.1.	Organização da oferta
Medida	2.1.5.	Estreitamento de relações de complementaridade entre as Termas do Centro

#### Descrição da ação:

Fazendo parte de uma entidade (TCP) a oferta termal terá que se complementar e integrar para que possam “sobreviver” enquanto produto turístico. Desta forma, e tendo em conta que algumas estâncias termais de localizam muito perto umas das outras, estas têm que procurar valorizar as suas especificidades apostando em fatores diferenciadores e únicos, e tentar ultrapassar as suas dificuldades através de parcerias, nomeadamente na promoção conjunta, para que tenham viabilidade tanto económica, como turística e territorial, assegurando qualidade e obtendo sinergias. Nem todas podem oferecer o mesmo pois nem todas dispõem das mesmas características e condições. Como tal, terá que haver um entendimento quanto aos produtos e serviços a oferecer no sentido da complementaridade e não da competição, na recomendação entre elas ao público quando qualquer uma delas não puder satisfazer, de forma alguma ou nas melhores condições, as exigências da procura.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas



Eixo Estratégico	II	Vertente Territórios e Produtos
Projeto Âncora	2.1.	Organização da oferta
Medida	2.1.6.	Criação da Rede de Aldeias/Vilas Termais do Centro

#### Descrição da ação:

O desafio mais ambicioso no que ao espaço intertermal diz respeito é a criação de uma rede de aldeias/vilas termais cujo modo de organização favorecerá a complementaridade entre as mesmas.

A criação da rede de aldeias/vilas termais constituirá uma mais-valia não só para a região Centro no seu todo como destino de saúde e bem-estar, como para os territórios de inserção das termas e para os próprios estabelecimentos termais. Uma rede que é passível e desejável que abarque não só as estâncias do Centro como todas as estâncias nacionais.

A organização das estâncias do Centro numa rede de aldeias/vilas termais, com estrutura e objetivos próprios que definirá regras a cumprir e estratégias de desenvolvimento e promoção conjunta a seguir, de forma mais organizada e integrada, proporcionando uma complementaridade assim como a garantia da oferta de um produto com qualidade, propiciará mais e melhores possibilidade para se afirmar como produto e destino turístico em território nacional e internacional.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	II	Vertente Territórios e Produtos
Projeto Âncora	2.2.	Criação e Divulgação de Produtos Compósitos
Medida	2.2.1.	Criação de pacotes turísticos

#### Descrição da ação:

Esta ação contempla a criação de pacotes turísticos que abarquem vários produtos/recursos do território termal incluindo a (s) própria (s) estância (s), integrando-os numa só oferta, criando uma rede organizada em que é fulcral não só a cooperação interterritorial como entre os agentes territoriais, elementos do *cluster*.

Estes pacotes turísticos deverão ter como base os produtos ou recursos da região e estar organizados de modo a que integre vários segmentos da oferta desde o alojamento (hotel, pensão, TER), à restauração (gastronomia), à animação turística (golfe, termas, museus, ténis, enoturismo, passeios à montanha, vales e rios, às oficinas de artesanato, etc). Neste âmbito, são válidas também associações como, no uso de determinado (s) produto (s) turístico (s) ou alojamento a oferta de um *voucher* termal com um ou mais serviços na estância termal da região, numa promoção cruzada de produtos turísticos da região termal.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	II	Vertente Territórios e Produtos
Projeto Âncora	2.2.	Criação e Divulgação de Produtos Compósitos
Medida	2.2.2.	Criação e desenvolvimento de rotas temáticas regionais

#### Descrição da ação:

Ação de criação e desenvolvimento assim como a promoção de rotas temáticas que abarquem os recursos não só de um único território, mas da região Centro, cujos temas sejam compatíveis com a inclusão do segmento das estâncias. É exemplo a Rota da Água.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	II	Vertente Territórios e Produtos
Projeto Âncora	2.2.	Criação e Divulgação de Produtos Compósitos
Medida	2.2.3.	Criação de percursos pedestres/circuitos integrados

#### Descrição da ação:

A nível mais local, ação de criação de percursos pedestres/circuitos que incluam a estância e a sua área adjacente, os patrimónios termais de que dispõe, assim como outros patrimónios que o território ofereça e que sejam passíveis de serem integrados num percurso pedestre ou circuito que reflitam de forma fidedigna a região e as suas riquezas (naturais e construídas) bem como a sua cultura, costumes e tradições.

**Prioridade:** Média

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	II	Vertente Territórios e Produtos
Projeto Âncora	2.2.	Criação e Divulgação de Produtos Compósitos
Medida	2.2.4.	Cooperação transfronteiriça

#### Descrição da ação:

A cooperação a nível internacional com a região de Castela e Leão e com a Rede de Cidades Termais permitirá uma integração do produto nacional saúde e bem-estar com a oferta internacional.

A cooperação da região Centro pelas “mãos” da Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal com a região de Castela e Leão tem-se delineado nos últimos tempos e revelado uma parceria bastante vantajosa para o Centro de Portugal. Desta forma o desenvolvimento de *clusters* regionais com estas duas províncias espanholas constitui uma possibilidade de cooperação transfronteiriça bastante favorável e uma oportunidade de dar a conhecer esta região assim como os seus produtos turísticos e de captar mais e diversificados segmentos da procura.

A Rede de Cidades Termais, com uma estrutura e objetivos próprios, é já uma realidade na Europa. A integração das estâncias do centro nesta rede permitiria que estas se relacionassem com outros territórios e produtos e dar-lhes-ia a possibilidade de estarem na rota de potenciais clientes, nomeadamente estrangeiros.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	II	Vertente Territórios e Produtos
Projeto Âncora	2.3.	Planeamento e Ordenamento do Território
Medida	2.3.1.	Desenvolvimento de estratégias de ordenamento do território termal

#### Descrição da ação:

As estâncias termais são bastante importantes nos territórios onde se inserem assim como o deveriam ser quando o tema é planeamento e ordenamento do território. Deste modo é importante e urgente que estes sejam considerados, ou mais considerados, nas estratégias e nos diversos instrumentos de gestão e desenvolvimento territorial, desde o âmbito nacional com o Programa Nacional da Política de Ordenamento do Território, o âmbito regional com os Planos de Desenvolvimento Regional e o âmbito local com os Planos Diretores Municipais (Planos de Pormenor).

Tem sido recorrente, a pouca importância aquela, que nos diferentes âmbitos, se tem dado aos territórios termais, pois há que se ter em conta que não existem só os grandes pólos termais (assim denominados pela frequência de clientes) mas outras termas, com enorme potencial, localizadas fora dos grandes centros e que são motores de desenvolvimento turístico, muito importantes para o território e comunidade local.

Será desejável que no âmbito nacional se definam mais orientações e regras, assim como no âmbito local, onde existam termas, se considere as estâncias termais como parte integrante do território e o termalismo como setor estratégico, e que os instrumentos de gestão e planeamento territorial mantenham (ou criem) reservas estratégicas para as áreas de expansão, salvaguardem estes territórios e os patrimónios que nele habitam, com uma perspetiva de curto, médio mas sobretudo de longo prazo, para que não se criem situações de destruição da envolvente termal, quer seja por efetiva destruição quer seja por construção que não valorize a noção de conjunto e harmonia arquitetónica, e por consequência a atratividade das estâncias e dos próprios territórios.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	II	Vertente Territórios e Produtos
Projeto Âncora	2.3.	Planeamento e Ordenamento do Território
Medida	2.3.1.	Desenvolvimento de instrumentos de gestão local - Planos de Pormenor

#### Descrição da ação:

A regulamentação do uso do solo nos territórios termais, em particular nos espaços adjacentes ao estabelecimento termal, é fundamental para um correto e sustentável usufruto do mesmo.

Desta forma, é imperativo que se desenvolvam Planos de Pormenor para estas áreas com características particulares de forma a salvaguardar-se a harmonia e noção de conjunto assim como garantir a proteção da área adjacente, tendo em conta que se trata de um recurso (água minero-medicinal) facilmente poluível, se não convenientemente protegido.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	II	Vertente Territórios e Produtos
Projeto Âncora	2.3.	Planeamento e Ordenamento do Território
Medida	2.3.1.	Desenvolvimento da legislação termal

#### Descrição da ação:

Depois de décadas votados a uma legislação obsoleta e desajustada da realidade (Decreto nº 15401, de 20 de abril de 1928), aos estabelecimentos termais reconhece-se atualmente as valências turística e lúdica (Decreto-Lei 142/2004, de 11 de junho). No entanto, a atual legislação é muito pouco esclarecedora no que diz respeito a esta última, mas igualmente à vertente de saúde e bem-estar, pois não especifica o que pode ou não ser implementado, em termos turísticos, nas estâncias e quais as regras para que os serviços oferecidos sejam pautados pela qualidade, valência que poderá estar comprometida com a proliferação desregrada de *Spas* e centros estéticos que, na prática, oferecem o mesmo tipo de serviço que as estâncias termais, embora a qualidade seja bastante diferente. É necessário ainda que se estabeleçam as qualificações mínimas para o pessoal técnico para o qual não existe enquadramento legal (só existe para o diretor clínico e técnico).

**Prioridade:** Elevada

Eixo Estratégico	II	Vertente Territórios e Produtos
Projeto Âncora	2.3.	Planeamento e Ordenamento do Território
Medida	2.3.1.	Desenvolvimento de um plano estratégico para cada estância termal

#### Descrição da ação:

A mudança constante dos mercados da procura reflete-se nas atividades turísticas e consequentemente nos territórios, pelo que, é imperativo que cada estância termal se salguarde com o desenvolvimento de um plano estratégico com estrutura e objetivos próprios.

Desta forma, cada estância deverá desenvolver um plano estratégico definindo objetivos e metas a alcançar, como a frequência termal e as características dos aquistas e frequentadores globais, assim como o tipo e natureza das ações a realizar, nos âmbitos termais (terapêutica e saúde e bem-estar), turístico (animação termal, espaços lúdicos) e territoriais, aos horizontes temporais curtos, médios e longos e, que não seja direcionado apenas para o imediato.

Deverá ser realizado ainda um balanço periódico e anual do plano, dos objetivos alcançados e não alcançados durante o período de tempo definido.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	III	Vertente Marcas e Mercados
Projeto Âncora	3.1.	Afirmar a marca Termas, Saúde e Bem-Estar Centro
Medida	3.1.1.	Criação de uma marca turística termal do Centro e divulgação da mesma

#### Descrição da ação:

A ação contempla a criação e divulgação de uma marca turística termal que inclua o território, privilegiando os traços distintivos e identificativos que as estâncias e os próprios territórios termais evidenciam, nomeadamente no âmbito dos recursos naturais e culturais (patrimoniais).

A criação da marca turística termal denominada “Aldeias Termais do Centro” e materializada numa rede, constituirá um instrumento fundamental de promoção turística, tanto nacional como internacional, de qualificação de uma imagem e de aproveitamento do potencial turístico e lúdico, não só das próprias unidades termais e espaços adjacentes, como também dos próprios territórios onde estas se inserem e produtos turísticos regionais.

**Prioridade:** Elevada

Eixo Estratégico	III	Vertente Marcas e Mercados
Projeto Âncora	3.1.	Afirmar a marca Termas, Saúde e Bem-Estar Centro
Medida	3.1.2.	Internacionalização da marca

#### Descrição da ação:

É impreterível que se promova a marca “Aldeias Termais do Centro” além fronteiras. Essa promoção recai sobretudo na participação em eventos relacionados com termas e turismo mas também através de operadores turísticos internacionais e sua divulgação em sites internacionais da especialidade ou relacionados com o turismo.

**Prioridade:** Elevada

Eixo Estratégico	III	Vertente Marcas e Mercados
Projeto Âncora	3.2.	Captação e diversificação de mercados
Medida	3.2.1.	Desenvolvimento e diversificação dos programas de saúde e bem-estar

#### Descrição da ação:

Tendo em conta os recursos base de que as estâncias termais dispõem, nomeadamente o mais importante, a água minero-medicinal, é essencial que se otimize esse recurso em prol da diversificação da oferta termal, caso as suas características assim o permitam, sobretudo no desenvolvimento de programas/pacotes de saúde e bem-estar diversos, de curta ou longa duração com vista não só à consolidação do mercado já existente, mas também, à conquista de novos mercados.

As estâncias termais que têm já implementado a vertente de saúde e bem-estar deverão atualizar o tipo de programas e tratamentos que oferecem, no sentido da sua diversificação e ajustamento às necessidades do mercado, inovando e elevando desta forma a qualidade dos serviços prestados.

As estâncias termais que não têm implementado a vertente de saúde e bem-estar deverão ponderar a sua instalação perspetivando a captação de um público mais vasto.

Tendo em conta a realidade atual da realização de férias ou períodos de descanso por curtos períodos de tempo, estes programas/pacotes de saúde e bem-estar deverão seguir a tendência e serem de curta duração. São exemplos:

- |                                 |  |
|---------------------------------|--|
| 1) Aromaterapia;                | 15) Programas Júnior/Juvenil;                                  |
| 2) Algoterapia;                 | 16) Programas Sénior   |
| 3) Chocoterapia;                | 17) Programas antialcoolismo                                   |
| 4) Vinoterapia/Vinoterapia;     | 18) Programas de prevenção e tratamento da obesidade infantil; |
| 5) Terapia com pedras quentes   | 19) Programas Pré e Pós-parto;                                 |
| 6) Cronoterapia                 | 21) Tratamentos inovadores no setor da fisioterapia            |
| 8) Musicoterapia                | 22) Dieta Termal/Dietoterapia                                  |
| 9) Psammaterapia (areia)        | 23) Programas de apoio e desenvolvimento a pessoas com         |
| 10) Bambuterapia (Massoterapia) | deficiência  |
| 11) Cristaloterapia             | 24) Outros programas como: antienvelhecimento, antiacne,       |
| 12) Fitoterapia                 | reafirmante, relax, antistress, rejuvenescimento, beleza, etc. |
| 13) Geoterapia                  |  |
| 14) Lodoterapia                 |  |

**Prioridade:** Média

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	III	Vertente Mercados
Projeto Âncora	3.2.	Captação e Diversificação de Mercados
Medida	3.2.2.	Revisão e atualização de preços

#### Descrição da ação:

Tendo em conta o perfil dos atuais mercados da procura (uma clientela mais envelhecida e com poucos recursos económicos na vertente terapêutica e outra mais jovem com mais recursos na vertente saúde e bem-estar), as estâncias termais deverão rever e atualizar os preços praticados relativamente aos serviços que prestam de modo a que se ajustem à realidade económica global e à realidade de cada mercado assim como evitar a perda de clientes para clínicas, centros estéticos e *Spas* com os mesmos serviços mas com preços inferiores. E, tendo em conta os objetivos, em termos de clientela que as estâncias pretendem fidelizar, ajustar os preços de modo a torná-los atrativos e captar um segmento mais alargado de mercado.

**Prioridade:** Baixa

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	III	Vertente Mercados
Projeto Âncora	3.2.	Captação e Diversificação de Mercados
Medida	3.2.3.	Alargamento do período de funcionamento das estâncias termais

#### Descrição da ação:

Concretizadas as ações anteriores, onde se pressupõe que as estâncias termais já estejam dotadas de condições de base e atratividade que possam sustentar uma atividade turística mais organizada e densa, o alargamento do período de funcionamento de determinadas estâncias termais deverá ser um aspeto a considerar, devendo contudo, ser precedido de um estudo de viabilidade económica para o efeito e para determinação do período extra.

O alargamento do período de funcionamento permitirá às estâncias estarem acessíveis ao público durante um maior período de tempo, obtendo vantagens competitivas e constituindo uma fonte de rendimento para os locais e de desenvolvimento para os territórios e elementos do *cluster* termal.

**Prioridade:** Média

**Estâncias a aplicar:** Luso, Cavaca, Carvalhal e Sangemil

Eixo Estratégico	III	Vertente Mercados
Projeto Âncora	3.2.	Captação e Diversificação de Mercados
Medida	3.2.4.	Conceção de “Estudos de opinião” e sobre o “Perfil do turista de saúde e bem-estar”

#### Descrição da ação:

A conceção de um serviço ajustado à realidade turística e, face à volatilidade dos mercados da procura atuais, deverá ter como suporte a realização de estudos periódicos, tanto de opinião em que o público terá uma oportunidade de expressar as suas satisfações e/ou insatisfações (no que diz respeito a tratamentos, qualidade das terapias, higiene, segurança e funcionalidade dos equipamentos, acolhimento, informação prestada, competência e amabilidade do pessoal técnico), opiniões e sugestões de melhoramento e reclamações, face ao serviço, como relativamente ao perfil do consumidor do produto saúde e bem-estar. Neste sentido, é essencial realizarem-se estudos que revelem com fiabilidade o perfil do frequentador termal (vertente terapêutica e de saúde e bem-estar), cujos resultados deverão servir de base a uma permanente atualização e redefinição do produto no sentido de ir ao encontro das cada vez mais complexas necessidades e tendências da procura.

Os estudos de opinião e de perfil constituirão excelentes e fidedignas fontes de obtenção de informação base para que as estâncias se reinventem e inovem permanentemente.

**Prioridade:** Média/Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	III	Vertente Mercados
Projeto Âncora	3.2.	Captação e Diversificação de Mercados
Medida	3.2.5.	Melhoramento do nível global do serviço prestado ao cliente

#### Descrição da ação:

O turista atual é bastante complexo e mais exigente. A qualidade dos serviços prestados, o nível de conforto e o bom acolhimento do turista constituirá a principal imagem de marca. Como tal, é fulcral:

- a) a dinamização de ações de formação e campanhas de sensibilização ao nível das relações humanas, de como bem receber e informar, como se expressar num idioma diferente, informática, higiene e segurança no trabalho, polivalência profissional, direcionadas tanto ao pessoal afeto às termas como para outros atores territoriais (agentes turísticos, serviços e comércio e própria comunidade local) para que cada um deles seja reconhecido como um território acolhedor, traduzido em atributos como afabilidade, autenticidade, singularidade, competência e sobretudo qualidade;
- b) promover o atendimento personalizado ao cliente para que a experiência termal seja única e lhe suscite o desejo de repetir (o cliente deve ser recebido pelo rececionista que deve explicar os tratamentos, mostrar as instalações, encaminhar para as consultas e tratamentos);
- c) ter atenção aos detalhes como a qualidade e adequação dos atoalhados, roupões e chinelos, à utilização de uniforme confortável e aprazível por parte da equipa, à escolha das plantas interiores e exteriores tendo em conta as suas propriedades fitoterápicas, aromáticas e estéticas, à escolha de difusores de essências e aromas não prejudiciais à saúde e o mais naturais possível, contribuindo para a construção de uma atmosfera equilibrada e envolvente;
- d) promover as boas práticas de higiene e segurança no trabalho assim como a higiene e funcionalidade dos vestiários, sanitários, fontes (*buvettes*) e espaços de sociabilização;
- e) os gabinetes de tratamento terapêutico e de tratamentos relaxantes devem, sempre que possível, ser amplos, arejados através de ventilação e iluminação naturais, com equipamentos modernos e funcionais, com uma decoração harmoniosa, equilibrada e ajustada à filosofia do lugar e atividade, como seja, serem pintados e decorados com cores suaves evitando cores escuras, adequando as tonalidades de luz e cores às funções dos diferentes espaços (rejeição de velas);
- f) proporcionar outras atenções como serviço de chá, copos de água ou sumos enquanto esperam;
- g) a existência de um espaço de descanso e relaxamento agradável, onde se conjuguem de forma harmoniosa a luz, as cores, os aromas, os sabores e os sons;
- h) o embelezamento do ambiente interior através de “jardins interiores” onde se devem privilegiar espécies com capacidades fitoterápicas (medicinais), aromáticas e cromoterápicas como as roseiras (*Rosa sp.*), os hibiscos (*Hibiscus sp.*), as lavândulas e alfazemas (*Lavandula sp.*), o alecrim (*Rosmarinus officinalis*) e a murta (*Myrtus communis*);
- i) a melhoria do ambiente termal em termos globais, uma ambiência que seja idílica e bucólica convidativa à paz e sossego e à fluência do pensamento, acalorando-a com música ambiente, com fontes e cascatas, adequada e apelativa ao relaxamento e à comunhão com a natureza, e emoldurando-a com motivos iluminativos, principalmente à noite;
- j) a disponibilização dos horários e preços dos serviços termais através da sua afixação em local visível;
- l) a disponibilização dos resultados das análises realizadas às águas termais através da sua afixação em local visível nas termas, para que a relação entre a entidade termal e os clientes seja pautada pela transparência;
- m) o controlo e manutenção regular dos níveis de poluição atmosférica e sonora.

**Prioridade:** Média/Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	III	Vertente Mercados
Projeto Âncora	3.2.	Captação e Diversificação de Mercados
Medida	3.2.6.	Lançamento de novas formas de organização e comercialização da oferta

#### Descrição da ação:

As termas, atualmente, oferecem um grande conjunto de programas e serviços materializados em várias modalidades, principalmente a nível terapêutico.

O atual mercado da procura, em geral, é caracterizado pela falta de tempo, pelo stress, pelo sentido prático mas igualmente pela procura de bem-estar e prevenção, por isso, as estâncias devem adaptar-se a estas novas exigências disponibilizando uma oferta ao nível das necessidades de cada cliente, devendo estar organizada de forma a que num curto período de tempo possa satisfazer as necessidades do cliente, através da:

**a)** criação de *packs/vouchers* temáticos que incluam uma gama mais ou menos completa de programas terapêuticos ou de saúde e bem-estar, consoante o tempo e preço que o cliente queira despende, podendo ser usados a título individual ou coletivo ou ser oferecidos a familiares ou amigos como incentivo a cuidados da saúde física e mental e concomitantemente a qualidade de vida. Estes *packs/vouchers* podem incluir:

1) um pacote de serviços relativos apenas a programas termais e a usufruir nas estâncias;  
2) um pacote de serviços e programas não só relativos às estâncias mas que incluam outros programas e produtos que a região oferece, nomeadamente: almoço/jantar num restaurante, utilização livre de *courts* de ténis (bicicletas, se existirem), visita a museu, descontos no golfe, potenciando e dinamizando desta forma os mercados de proximidade;

**b)** criação de cartões de fidelização (cartão do termalista/turista) com acesso a descontos conforme os consumos e a duração da frequência termal, no sentido de privilegiar a permanência, através da duração dos tratamentos, na obtenção de descontos, o que contribuiria para o equilíbrio da afluência ao longo do ano acabando-se com o conceito de época alta e baixa.

**Prioridade:** Média

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	III	Vertente Mercados
Projeto Âncora	3.2.	Captação e Diversificação de Mercados
Medida	3.2.7.	Desenvolvimento e/ou reforço das parcerias internacionais

#### Descrição da ação:

A ação contempla o desenvolvimento e/ou reforço das parcerias a nível internacional no que diz respeito a estratégias de marketing e publicidade com vista ao aumento dos atuais mercados da procura estrangeiros, assim como o acesso a novos mercados com maior poder de compra (desde as camadas mais jovens aos mais velhos), que sejam ou não concorrentes diretos de Portugal em termos de oferta.

Para tal, é fulcral o reforço da presença do produto de saúde e bem-estar português (segmento estância termal) em eventos internacionais quer sejam feiras ou congressos (ver ponto 1.1.4. e 1.3.7.), assim como em sites nacionais e internacionais da especialidade (termal e/ou turística).

É essencial também que as estâncias pertençam a associações internacionais (europeias e outras) com vista a constarem num “painel” suscetível às escolhas dos mercados.

A associação com outras congéneres na Europa e no Mundo constituirá uma via privilegiada na troca de experiências assim como na partilha e orientação de clientes.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas



Eixo Estratégico	III	Vertente Mercados
Projeto Âncora	3.3.	Captação de Investimento
Medida	3.3.1.	Elaboração de dossiers de candidatura a programas nacionais e comunitários

#### Descrição da ação:

Muitas das medidas e ações propostas neste Plano poderão ser financiadas através dos diversos programas e instrumentos de apoio financeiro à atividade turística, alguns especificamente direcionados para as estâncias termais e atividade termal (ex.: PROVERE), que existem tanto a nível nacional como comunitário. Neste sentido, será necessário que as estâncias (entidades gestoras tanto públicas como privadas ou mistas) desenvolvam competências para a formulação, montagem e negociação de candidaturas a Programas Operacionais, Iniciativas Comunitárias, QREN, PIT, (Sistemas de Incentivos) entre outros que garantam o cofinanciamento de projetos de natureza turística e de valorização dos estabelecimentos e territórios termais.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	III	Vertente Mercados
Projeto Âncora	3.3.	Captação de Investimento
Medida	3.3.2.	Desenvolvimento de parcerias a nível regional, nacional e internacional

#### Descrição da ação:

Os atores territoriais não estão isolados no território, como tal, a captação de investimentos será o culminar de todas as ações propostas neste Plano de Ação. Neste sentido, as parcerias entre diversos atores e territórios, desde os regionais, aos nacionais e internacionais será fundamental para a qualificação, valorização e promoção das estâncias termais do Centro não só como pólos de saúde e bem-estar mas também como pólos turísticos e lúdicos. A troca de experiências com unidades internacionais será uma mais-valia pela troca de *know-how*, e a aposta de unidades e investidores internacionais nas estâncias do Centro conferirá importância ao setor do termalismo assim como colocará as estâncias nas rotas internacionais do turismo de saúde e bem-estar e do turismo lúdico.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas

Eixo Estratégico	III	Vertente Mercados
Projeto Âncora	3.3.	Captação de Investimento
Medida	3.3.3.	Reforço das parcerias públicas - privadas

#### Descrição da ação:

A concretização de muitas das ações propostas carece de elevados investimentos que grande parte dos concessionários não faz por falta de capital. Desta forma, é essencial uma maior cooperação entre os diversos atores territoriais, um maior envolvimento e interação entre os territórios, as entidades gestoras (públicas e privadas) com as Câmaras Municipais e com outros agentes privados para que, em conjunto, de forma integrada e sustentada, encontrem caminhos e orientações estratégicas para a captação de investimento necessário à prossecução dos objetivos estratégicos de cada unidade termal. É imperativo que a gestão das estâncias, principalmente as de cariz público, acolha de forma positiva o interesse da iniciativa privada, assim como, as estâncias com um modelo de gestão privada saibam cooperar com entidades públicas numa parceria e cooperação estratégica e necessária à revitalização das termas enquanto centros de fruição turística e lúdica e não somente de saúde.

**Prioridade:** Elevada

**Estâncias a aplicar:** Todas

# **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 perspetiva 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 perspetiva 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 carácter 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 <i>"remise en forme"</i>					
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	<i>Wine Bar</i> 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	Handicap 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"/> Atividades Desportivas
		<input type="checkbox"/> Pensões	<input type="checkbox"/> Outros produtos turísticos
		<input type="checkbox"/> Restauração	<input type="checkbox"/> Recursos Turísticos
		<input type="checkbox"/> Animação Turística	<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?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Existe uma forte relação       | <input type="checkbox"/> Não existe, são atividades independentes |
| <input type="checkbox"/> Existe uma relação muito ténue | <input type="checkbox"/> Está em construção                       |

**5.1. No caso da resposta ser afirmativa, como é e que tipo de relação estabelecem com a estância (a que nível)?**

---

---

**5.2. No caso da resposta ser negativa, como encara uma futura parceria com a estância termal a fim de maximizarem os efeitos multiplicadores e sinergias positivas que daí poderão advir?**

---

---

**6. Na sua opinião, a estância termal vive demasiadamente isolada no território e à margem de qualquer relação de complementaridade entre os atores de desenvolvimento turístico local?**

- ☐ Sim                      Porquê? \_\_\_\_\_
- ☐ Não                        \_\_\_\_\_

**7. Os gestores/administradores desta estância termal procuram algum tipo de integração com os operadores/serviços turísticos da região, em particular com esta atividade/negócio?**

- ☐ Sim                      Como? \_\_\_\_\_
- ☐ Não                      Porquê? \_\_\_\_\_

**8. Na sua opinião, esta estância termal está perfeitamente integrada no território e na comunidade local?**

- ☐ Sim                      Como? \_\_\_\_\_
- ☐ Não                      Porquê? \_\_\_\_\_

**9. Esta atividade/negócio vive em exclusivo ou está muito dependente da atividade da estância termal?**

- ☐ Sim                      Como? \_\_\_\_\_
- ☐ Não

**10. Este operador/agente turístico faz algum tipo de ação de promoção às termas, serviços e espaço termal?**

- ☐ Sim                      Qual (ais)?    ☐ Tem e distribui panfletos promocionais
- ☐ Não                      ☐ Vales de descontos para os clientes que usem este serviço e as termas e vice versa
- ☐ Aconselha/Indica a visita à estância aos seus clientes e o usufruto dos seus serviços
- ☐ Outro \_\_\_\_\_

**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 perspetiva?**

---

---

## Índices

### Índice de Figuras

	Página
Figura 1: Esquema do <i>cluster</i> do produto turismo de saúde e bem-estar.....	22
Figura 2: Representação esquemática do produto de saúde e bem-estar em Portugal.	25
Figura 3: Estabelecimentos termais, por NUTS II, em 2009.....	40
Figura 4: Termas associadas da Associação das Termas de Portugal.....	41
Figura 5 e 6: Evolução (1988-2009) e variação da frequência termal portuguesa (1998-2009).....	44
Figura 7: Frequência termal estrangeira (1998-2009).....	45
Figura 8: Os principais mercados externos (2000/2004/2008/2009).....	46
Figura 9: Variação da frequência do termalismo clássico e saúde e bem-estar (2002-2009).....	47
Figura 10: Peso do termalismo clássico e bem-estar em 2002, 2005, 2008 e 2009....	47
Figura 11: Frequência do termalismo clássico e de bem-estar, por trimestre (2007-2009).....	48
Figura 12: Frequência do termalismo clássico e de bem-estar, por região (2007-2009).....	48
Figura 13: Evolução e variação dos proveitos totais por pessoa (2000-2009).....	49
Figura 14: Evolução e variação dos proveitos médios por pessoa (2000-2009).....	50
Figura 15: Evolução do pessoal afeto às termas (1998-2007).....	50
Figura 16: Localização das estâncias termais por pólos de marca turística da região Centro.....	64
Figura 17: Principais meios de promoção das estâncias termais da região TCP.....	69
Figura 18: Balneário D. Afonso Henriques, na estância termal de S. Pedro do Sul....	91
Figura 19: Fonte termal, na estância termal de Vale da Mó.....	91
Figura 20: Vista sobre as termas de Sangemil, situadas nas margens do rio Dão.....	92
Figura 21: Vista sobre o lago das termas da Curia, inseridas num parque.....	92
Figura 22: Palace Hotel, na estância termal da Curia.....	93
Figura 23: Antigo Palace Hotel, na estância termal de S. Pedro do Sul.....	93
Figura 24: Restaurante Villa Rosa (antiga Pensão Rosa), na estância termal da Curia	93
Figura 25: Moradia particular, na estância termal do Luso.....	93
Figura 26: Pensão Carvalho, na estância termal de Sangemil.....	94

Figura 27: Cartaz de anúncio ao aluguer de quartos, na estância termal do Luso.....	94
Figura 28: Comércio de artesanato e outros produtos, no parque termal da Curia.....	95
Figura 29: Comércio de produtos agrícolas, na rua de acesso às termas de Alcafache	95
Figuras 30 e 31: Enquadramento florestal da estância termal de S. Pedro do Sul e do Luso.....	95
Figura 32: Hotel Boavista, na estância termal da Curia.....	96
Figura 33: Antigos edifícios comerciais, no parque termal da Curia.....	96
Figura 34: Antiga Pensão Astúrias, na estância termal do Carvalhal.....	97
Figura 35: Termas Romanas, na estância termal de S. Pedro do Sul.....	97
Figura 36: Antiga sala de jogos, na estância termal de Alcafache.....	97
Figura 37: Antiga Pensão Maial, na estância termal da Felgueira.....	97

## Índices

### Índice de Quadros

	Página
Quadro 1: Diferenças entre Estância Termal e <i>Spa</i> com base na realidade portuguesa.....	29
Quadro 2: Perfil e hábitos de consumo dos turistas clássicos e de saúde e bem-estar.....	31
Quadro 3: Viagens de saúde e bem-estar ao estrangeiro por mercado emissor, em 2004.....	35
Quadro 4: Principais destinos de saúde e bem-estar, em 2004.....	35
Quadro 5: Características de exemplos de sucesso de turismo de saúde e bem-estar..	38
Quadro 6: Indicações terapêuticas e clientes por estabelecimento termal em 2010....	42
Quadro 7: Modelo de gestão das estâncias termais portuguesas.....	42
Quadro 8: Época termal das estâncias portuguesas em 2009.....	43
Quadro 9: Top 15 das estâncias termais com maior frequência em 2009 e 2008.....	45
Quadro 10: Elementos diferenciadores e qualificadores da proposta de valor de Portugal.....	51
Quadro 11: Enquadramento da Estratégia Turística Nacional e Regional no PENT...	52
Quadro 12: Produtos estratégicos e complementares e respetivas prioridades no Plano de Atividades 2009 da região TCP.....	53
Quadro 13: Ações integrantes do Programa Estruturante 15 (PTDRDL).....	58
Quadro 14: Enquadramento dos recursos termais no Eixo Estratégico III do PTDBN.....	59
Quadro 15: Enquadramento dos recursos termais no Eixo Estratégico III do PTDBIS.....	60
Quadro 16: Projetos PROVERE - Valorização das Estâncias Termais da região Centro.....	62
Quadro 17: Tipo de concessionários das termas na região TCP.....	65
Quadro 18: Indicações terapêuticas das estâncias termais da região TCP.....	66
Quadro 19: Frequência e proveitos termais por estância termal da região TCP.....	67
Quadro 20: Programas de saúde e bem-estar nas estâncias termais da região TCP....	68
Quadro 21: Frequência de clientes de saúde e bem-estar, nas estâncias termais da região TCP.....	68

Quadro 22: Análise da informação disponível nos sites das termas da região TCP, em 2009/2010.....	70
Quadro 23: Perfil dos inquiridos.....	73
Quadro 24: A realidade atual do termalismo e estâncias termais em Portugal.....	74
Quadro 25: Estado atual de funcionamento das estâncias termais.....	76
Quadro 26: O caráter urgente e motivos da reestruturação do setor termal.....	77
Quadro 27: Reestruturação da atividade termal e espaços termais.....	78
Quadro 28: Outros serviços e atividades que se deveriam oferecer para uma otimização dos equipamentos, património e espaço, e dinamização das estâncias termais.....	79
Quadro 29: Principais dificuldades e obstáculos à reestruturação das estâncias termais.....	80
Quadro 30: Principais pontos fortes e oportunidades à reestruturação das estâncias termais.....	81
Quadro 31: Matriz <i>SWOT</i> do turismo de saúde e bem-estar na região TCP.....	86
Quadro 32: Análise <i>SWOT</i> ao panorama termal na região TCP.....	89
Quadro 33: Termas de Monfortinho.....	98
Quadro 34: Termas da Ladeira de Envendos.....	98
Quadro 35: Termas do Luso.....	99
Quadro 36: Termas de Vale da Mó.....	99
Quadro 37: Termas da Curia.....	100
Quadro 38: Banho de Alcafache.....	101
Quadro 39: Caldas da Cavaca.....	101
Quadro 40: Termas do Carvalhal.....	102
Quadro 41: Termas da Felgueira.....	102
Quadro 42: Caldas de Sangemil.....	103
Quadro 43: Termas de São Pedro do Sul.....	104
Quadro 44: Estrutura do Plano de Ação.....	109
Quadro 45: Eixo I – Vertente Turismo e Lazer.....	111
Quadro 46: Eixo II – Vertente Territórios e Produtos.....	111
Quadro 47: Eixo III – Vertente Marcas e Mercados.....	112
Quadro 48: Matriz de pertinência entre ações e objetivos estratégicos (Eixo I).....	113
Quadro 49: Matriz de pertinência entre ações e objetivos estratégicos	

(Eixo II e III).....	114
Quadro 50: Plano de Ação para cada Estância Termal – Eixo I.....	116
Quadro 51: Plano de Ação para cada Estância Termal – Eixo III.....	119

## Índices

### Índice de Figuras (Anexo I)

	Página
Figura I: Área de influência da Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal.....	133
Figura II: Variação da população residente (1991/2001 e 2001/2008) no pólo Ria de Aveiro, por concelho.....	135
Figura III: Variação da população residente (1991/2001 e 2001/2008) no pólo Viseu/Dão Lafões, por concelho.....	135
Figura IV e V: Variação da população residente (1991/2001 e 2001/2008) no pólo Coimbra e Castelo Branco, por concelho.....	136
Figura VI: Índice de Envelhecimento em 2001 e 2008, na região Centro, por concelho.....	139
Figura VII: Localização das estâncias termais da região TCP tendo em conta os acidentes tectónicos e a litologia da região Centro.....	141
Figura VIII: Localização das estâncias termais do TCP e hipsometria da região Centro.....	143
Figura IX: Os recursos turísticos da região TCP.....	151



## Índices

### Índice de Quadros (Anexo I)

	Página
Quadro I: População residente, variação e densidade populacional, na região Centro, por NUT III.....	134
Quadro II: População residente, variação e densidade populacional, por concelho termal.....	137
Quadro III: Índice de Envelhecimento (%), na região Centro, por NUT III.....	138
Quadro IV: Índice de Envelhecimento (%), por concelho termal.....	139
Quadro V: Trabalhadores por conta de outrem, taxa de atividade e de desemprego, por NUT III.....	140
Quadro VI: Principais indicadores de oferta e procura de alojamento, por NUTT III, em 2008.....	145
Quadro VII: Dormidas estrangeiras (%), sobre o total de dormidas, por NUTT III, em 2008.....	146
Quadro VIII: Hóspedes estrangeiros (%), sobre o total de hóspedes, por NUTT III, em 2008.....	146
Quadro IX: Museus, galerias, respetivos visitantes totais e despesas em atividades culturais e desportivas, por NUTT III, em 2008.....	147
Quadro X: Principais indicadores de oferta e procura de alojamento, por concelho termal, em 2008.....	148
Quadro XI: Dormidas estrangeiras (%), por concelho termal, em 2008.....	149
Quadro XII: Hóspedes estrangeiros (%), por concelho termal, em 2008.....	149
Quadro XIII: As modalidades de oferta turística na região TCP, por concelhos.....	153
Quadro XIV: As modalidades de turismo existentes nos territórios termais.....	154

# Índices

## Índice Geral

	Página
<b>Prefácio</b> .....	3
<b>Agradecimentos</b> .....	5
<b>Resumo</b> .....	6
<b>Abstract</b> .....	7
1. Introdução.....	8
1.1. Tema e área de investigação.....	8
1.2. Questão – Chave.....	9
1.3. Objetivos da investigação.....	9
1.3.1. Objetivo geral de concretização.....	9
1.3.2. Objetivos específicos de avaliação e concretização.....	10
1.4. Percurso metodológico.....	10
1.5. Estrutura do relatório.....	12
<b>Parte I – Enquadramento e conceptualização temática</b> .....	14
2. O termalismo na perspetiva do turismo moderno.....	15
2.1. O papel do turismo termal na nova conceção de turismo.....	15
2.2. A “Nova Era do Termalismo” - o turismo de saúde e bem-estar.....	17
3. O produto saúde e bem-estar em Portugal.....	23
3.1.O segmento “estância termal”.....	25
4. O perfil do consumidor de termalismo clássico e de saúde e bem-estar.....	30
<b>Parte II – Diagnóstico Estratégico</b> .....	33
5. O turismo de saúde e bem-estar na Europa.....	34
5.1. Relevância do setor.....	34
5.2. Os principais mercados recetores e emissores.....	34
5.3.Os exemplos paradigmáticos.....	36
5.3.1. O caso francês.....	36
5.3.2. O caso alemão.....	37
5.3.3. Outros exemplos de sucesso.....	38
6. A dinâmica atual das estâncias termais portuguesas.....	39
6.1. A oferta.....	39
6.2. A procura.....	44
6.2.1. A procura do termalismo clássico e do termalismo de saúde	

e bem-estar.....	46
6.3. Volume de negócios.....	49
7. O Turismo nos principais instrumentos de desenvolvimento territorial.....	51
7.1. Enquadramento da estratégia turística nos âmbitos nacional e regional.....	51
7.2. Enquadramento da estratégia do produto de saúde e bem-estar nos principais programas, a nível nacional e regional.....	54
7.2.1. A visão e estratégia assumida no PENT.....	54
7.2.2. O Programa Operacional Regional do Centro (2007-2013).....	56
7.2.2.1 Os Programas Territoriais de Desenvolvimento.....	56
7.2.2.2. O Programa PROVERE.....	61
8. A capacidade competitiva da região Centro de Portugal – TCP.....	64
8.1. A disponibilidade de recursos.....	64
8.2. Caracterização da oferta e análise da procura na região TCP.....	65
8.2.1. Tipo de gestão.....	65
8.2.2. Indicações terapêuticas.....	65
8.2.3. Frequência termal e proveitos.....	66
8.2.4. Vertente de saúde e bem-estar.....	67
8.3. A imagem turística das estâncias e territórios termais – a informação disponível ao turista.....	69
9. Questionários aos gestores/administradores das estâncias termais – análise dos principais resultados.....	71
9.1. Caracterização da amostra.....	72
9.2. Visão atual do termalismo e sua reestruturação.....	73
10. Análise SWOT ( <i>strengths, weaknesses, opportunities and threats</i> ) do turismo de saúde e bem-estar/turismo termal na região TCP.....	86
10.1. Análise SWOT de cada estância termal.....	91
<b>Parte III – Plano de Ação: Estratégias para o Turismo de Saúde e     Bem-Estar na Região Centro.....</b>	<b>105</b>
11. A visão estratégica para o turismo de saúde e bem-estar/turismo termal.....	106
11.1. A visão para o setor.....	106
11.2. Quadro geral de objetivos estratégicos.....	107
11.3. Os eixos desenvolvimento estratégico.....	109
11.4. As linhas de desenvolvimento estratégico.....	110
11.5. Compatibilização do quadro geral dos objetivos estratégicos com o Plano de Ação.....	112
11.6. Compatibilização do Plano de Ação com cada estância termal.....	114
12. Conclusões.....	120

<b>Bibliografia e Fontes</b> .....	124
<b>Anexos</b> .....	132
Anexo I – Caracterização e Diagnóstico do Território (Situação de Referência).....	132
Anexo II – Plano de Ação.....	157
Anexo III – Questionários.....	186
<b>Índices</b> .....	203
Índice de Figuras.....	203
Índice de Quadros.....	205
Índice de Figuras (Anexo I).....	208
Índice de Quadros (Anexo I).....	209
Índice Geral.....	210