

Resumo Estratégico PROVERE Termas Centro

O PROVERE Termas Centro, é um Programa de Valorização do recurso endógeno Água Mineral e o reconhecimento formal da Estratégia de Eficiência Colectiva (EEC) Termas Centro está ancorado nesse recurso tendencialmente inimitável perfeitamente identificado: a água mineral natural. Este recurso específico, que traduz a focalização temática, constitui a base da estratégia definida para a sua valorização económica.

A estratégia consubstancia-se em 6 Projectos Âncora, que corporizam as principais linhas de intervenção do programa de acção a desenvolver ao longo dos três anos desta fase do projecto.

Existem ainda um conjunto de projectos complementares e de iniciativa empresarial que contribuem para dar corpo à iniciativa PROVERE Termas Centro.

Na edição anterior, o Provere Termas Centro alcançou com mérito os objectivos e prioridades visadas em ambos os Avisos. Ou seja, apoiou na criação de 80 postos, de trabalho, foi um dos maiores influenciadores para a vinda de mais investimento associado às águas minerais naturais da Região Centro, criou o ciclo de animação territorial Viva Termas Centro, cativando mais pessoas para visitar estes territórios, apostou num novo canal de distribuição, agregando numa plataforma todos os produtos e serviços termais dos seus Consorciados, participou e organizou diversos seminários, investiu em investigação e disseminou, divulgou e propagou, nacional e internacionalmente, a marca Termas Centro, entre outros méritos que a Estrutura Técnica de Gestão foi identificando semestralmente através dos Relatórios de Actividades. Pretendemos ir mais além na eficiência do nosso desempenho e, com esse propósito, foram integradas não só as CIMs do território, mas também a DRCC, a TCP, e outras instituições do território, num conselho estratégico consultivo a definir em Assembleia de Consorciados.

Os resultados animaram-nos a apresentar uma nova candidatura que, depois do período anterior, permitisse projectar as Estâncias Termais da região noutros mercados e noutros públicos, reforçando a marca Termas Centro, aglutinadora da oferta e garante de um nível de qualidade de serviço mais homogéneo. O termalismo é um sector de actividade transversal a todos os outros recursos turísticos, convivendo em simbiose com a generalidade dos produtos turísticos disponíveis no território.

Neste âmbito, centramos a nossa estratégia, em cinco vetores:



Figura 1 – Cinco vetores estratégicos para 2019/2021

Cofinanciado por:

All Ages

Pretende-se formatar, compilar, organizar e dinamizar toda a oferta de Saúde e Bem-Estar Termal da região, que neste momento não se encontra nem uniformizada nem consegue alcançar os *targets* de comercialização. Só assim será possível tornar a oferta mais abrangente, equilibrada, apelativa e com maior retorno económico financeiro. O aparecimento de novas tecnologias no sector da saúde e o aprofundamento do conhecimento científico nos cuidados de saúde, permitem comunicar melhor e para todos os segmentos de público, desde pequenos a graúdos. As Estâncias Termais da Região Centro pretendem posicionar-se como um destino eclético e rejuvenescido, com capacidade para acolher famílias com as mais diferentes necessidades. Sendo primordial apostar na prevenção e promoção da saúde, é importante que as Estâncias Termais consigam colmatar as necessidades especiais de todos os segmentos. Pretendemos dar resposta a este público-alvo, realizando parcerias com Instituições Particulares de Segurança Social e Associações locais para cativar este público para as Estâncias Termais da nossa região.

All Around - Experiência Termal

Agregando todos os operadores turísticos na envolvência da Estância Termal, juntando uma paleta de ofertas dinâmicas que proporcionam experiências, vivências e mais tarde memórias agradáveis, vamos arrastar todos os produtos turísticos do destino, transformando as Estâncias Termais em destinos mais completos e apelativos. Representando as Estâncias Termais nos futuros acordos a celebrar junto dos operadores, as Termas Centro pretendem tirar partido de representarem um conjunto grande de Consorciados para colocar o seu produto no mercado nas melhores condições possíveis. Este vector estará essencialmente centrado nos *Millennials*¹, que cresceram num ambiente de mudança tecnológica contínua e forte globalização. São a geração com mais elevado nível de educação, e o seu comportamento de compra e consumo está directamente associado à experiência que tal compra ou consumo lhe pode vir a trazer. Os produtos turísticos termais serão divulgados em acções próprias para o efeito, tal como na Acção 3 – Feiras e Eventos.

All EEC² - Faça turismo, pela sua Saúde!

O território é cruzado por várias EEC. Prevê-se potenciar ao máximo as sinergias possíveis, fazendo ofertas integradas e integradoras, a partir destes produtos diferenciadores (Aldeias Históricas de Portugal, Aldeias do Xisto, i-Nature, Beira Baixa e Montanhas Mágicas. Aqui também, há que agregar para criar valor. Os produtos turísticos não são consumidos isoladamente, mas sim em forma de destinos e sentidos como experiências ou emoções que pretendemos potenciar com esta atitude estratégica. Haverá assim uma concertação na implementação dos programas de animação em territórios comuns, como também em iniciativas de promoção do turismo da nossa região fora de Portugal. Todo o Projecto Âncora de Animação vai percorrer a Região Centro, e as Ações a realizar serão concertadas com os diversos actores de cada território.

All Digital – from the Center of Portugal to the World

Com a democratização do acesso à internet, as Estâncias Termais podem chegar mais rapidamente e a um custo reduzido ao outro lado do Mundo. Do lado da procura, são cada vez mais as pessoas que finalizam compras na Internet, de pois de procurar informações. Deste modo, procurar-se-á integrar toda a oferta digital dos destinos, corrigindo eventuais assimetrias de desenvolvimento dos diferentes parceiros e as mais valias de colaboradores e do público. Neste vector integrámos todas as forças vivas dos territórios termais, de forma a capacitarmos as Estâncias Termais nesta área do conhecimento. A

¹ Grupo constituído por indivíduos nascidos entre o início dos anos 80 e o final do séc. XX. Têm idades compreendidas entre os 18 e os 34 anos.

² Estratégias de Eficiência Colectiva.
Cofinanciado por:

Acção 2 – Marketing Digital, e a Acção 6 - Produção de conteúdos audiovisuais e digitais, ambos do Projecto-Âncora de Comunicação e Marketing, são exemplos da importância que o Provere Termas Centro dá ao mundo digital.

All for All – Accessible Thermal Villages

Para um destino que se quer único a inclusão deve, obrigatoriamente, ser promovida. Iremos proceder ao levantamento de necessidades para tornar as Estâncias Termais da região destinos acessíveis, capitalizando a notoriedade deste vector. A Acção 2 – Diagnóstico de necessidades das “Aldeias Termais” do Projecto Âncora Aldeias do Conhecimento confirma a preocupação existente neste Provere para que as Estâncias Termais da região possam acolher públicos com necessidades especiais. Após a realização do diagnóstico de necessidades, e da correcção das não conformidades, pretende-se que as Estâncias Termais da região sejam membros da *Accessible Portugal*, entidade promotora do Turismo Acessível para Todos, em Portugal. É no acreditar que todas as pessoas devem ter a oportunidade de “ser turista”, sem preocupações em relação à sua condição ou aos cuidados de que necessita que este vector é imprescindível para as Estâncias Termais da região.

Estes 5 vectores resumem a nossa estratégia, plasmada nas principais áreas de intervenção, nos Projectos Âncora Comunicação e Marketing, Animação, Inovação, Aldeias do Conhecimento e Estruturas de Animação Permanente, e definimos o Projecto de Dinamização, Coordenação e Acompanhamento, que possibilite o desenvolvimento dos objectivos traçados para esta nova fase do programa, onde se pretende trazer às Termas, numa perspectiva de Turismo de Saúde e Bem Estar, novos públicos, nacionais e internacionais e reforçar a coesão entre consorciados, estreitando a malha da rede.

A implementação desta estratégia, alicerçada nos 5 vectores anteriormente descritos, irá garantir um crescimento harmonioso do sector termal, isto é, sustentado em termos ambientais e financeiros, e apoiará para o reequilíbrio do território em aspectos demográficos, sociais, económicos, modernização e de riqueza.

A actual candidatura destina-se ao financiamento dos seis projectos âncora do Provere Termas Centro, a ser promovido pelo líder do consórcio - Associação das Termas de Portugal - Delegação Centro – e o co-promotor, a Universidade da Beira Interior na Acção 4.1. Eficácia terapêutica termal na Rino Sinusite do Projecto Âncora de Inovação).

Todas as acções previstas se inserem especificamente nas tipologias de acção da PI 8.9/8b do Programa Operacional relacionadas com o apoio a estratégias de marketing e de animação territorial associadas a recursos com valor económico de âmbito regional.

As 2 Iniciativas elencadas no Projecto Âncora de Inovação enquadram-se na Estratégia RIS3 da Região Centro, nomeadamente nas 4 plataformas de inovação:

- **Soluções Industriais Sustentáveis**, na medida em que se vai procurar explorar e potenciar o recurso endógeno – a água mineral natural - construindo produtos e serviços diferenciadores, competitivos e inovadores, quer ao nível regional, quer nacional. Estes produtos são *bundles* de serviços que integram os operadores, termais e as empresas e instituições relacionadas, como sejam a hotelaria, restauração e outras instituições. As iniciativas/acções elencadas no Projecto Âncora de Inovação sustentam do ponto de vista científico e tecnológico, esse enquadramento;
- **Valorização e uso eficiente dos recursos endógenos**: A aposta nas 2 iniciativas do Projecto Âncora de Inovação valorizarão ainda mais os recursos, na medida em que se irão obter melhores mais valias. Estas mais valias estão em sintonia com a sinergia que a nível mundial que começa a dar os seus frutos entre o sector da Saúde e das Novas Tecnologias e vem demonstrar com firmeza científica dos benefícios das águas minerais naturais.
- **Tecnologias ao serviço da qualidade de vida**: criadas as *apps* de *gamming* e a plataforma interactiva de comercialização e comunicação no período anterior, perspectivamos a criação de uma ferramenta que possa fornecer *feedback* do estado clínico dos aquistas que fizeram tratamentos nas termas, num horizonte temporal de seis a doze meses. De acordo com as novas

Cofinanciado por:

tendências de *Patient Reported Outcomes*, esta iniciativa, na linha das mais recentes metodologias de investigação clínica, possibilita a avaliação do resultado das curas termais, num horizonte temporal alargado. Trata-se também do desenvolvimento de uma interface que permita a comunicação interactiva com os clientes, assegurando a troca de informações sobre a evolução do estado de saúde com o médico assistente, à distância. No que se refere à plataforma de comercialização e comunicação prevemos a sua actualização, integrando-a com os principais *channel managers*.

- **Inovação territorial:** Projectos Âncora irão permitir alcançar uma inovação territorial através da dinamização do território com a introdução de novas tecnologias no dia-a-dia do aquista e na investigação levada a cabo na iniciativa desenvolvida em co-promoção com a Universidade da Beira Interior.

De salientar que a *Estratégia Turismo 2027* identifica o Bem Estar associado às Termas como um Activo Emergente, que começa a a ser reconhecido internacionalmente e que pode no futuro gerar movimentos de elevado valor acrescentado e potenciar o efeito multiplicador do turismo na economia. A combinação entre uma vida saudável, saúde, bem estar e atividades desportivas, são factores que atualmente têm uma enorme procura por parte da população mundial, pelo que o sector do Termalismo vê à sua frente um futuro promissor.

Apresentamos de seguida os objectivos para os quais os projectos âncora irão convergir, e alguns indicadores de resultado e de realização.

2. Objetivos

Os 6 Projectos Âncora irão constituir o programa de acção da estratégia de eficiência colectiva deste Provere, permitindo deste modo alcançar os seguintes objectivos:

- Qualificar a experiência turística como eixo central da oferta termal, potenciando o aumento da atractividade dos territórios abrangidos pela operação e conseqüente incremento da notoriedade deste produto turístico;
- Implementação de uma estratégia de comunicação e marketing que ajude a tornar o território-alvo mais atractivo e competitivo;
- Formação de produtos e serviços que tenham por base o recurso endógeno deste Provere – as águas minerais naturais, e que sejam sinónimo de mais-valias económicas para todos os intervenientes no desenvolvimento, crescimento e afirmação no contexto nacional e internacional da Região Centro;
- Criação de um calendário de animação articulado entre todas as Estâncias Termais participantes e os demais Provere presentes em territórios comuns de forma a atrair cada vez mais aquistas, nacionais e internacionais e que consiga criar uma identidade própria, mais capaz e profissional, num mundo cada vez mais globalizado;
- Posicionar as Estâncias Termais como destinos de Turismo de Saúde, Activos e Dinâmicos;
- Reforçar os elos de ligação entre todos os consorciados, permitindo maior interacção entre todos os operadores, reforçando a oferta termal da região;
- Reforçar a notoriedade da marca Termas Centro como marca de referência no mercado nacional e internacional de Turismo de Saúde e Bem-Estar;
- Continuar na senda da credibilização científica dos tratamentos termais oferecidos pelas Estâncias Termais da Região Centro;
- Divulgar nos diversos públicos (prescritores e potenciais clientes), os resultados dos estudos científicos realizados, adaptando a comunicação aos diversos interlocutores;
- Preparar a internacionalização das Termas, em colaboração com outras instituições e projectos, a partir de 2020;
- Aumento dos índices de empregabilidade na Região Centro, em especial nos territórios de baixa densidade;
- Actualizar a plataforma digital interactiva, que integra a oferta da Rede de Estâncias Termais da Região Centro, integrando-a com os principais *channel managers*, de forma a possibilitar

Cofinanciado por:

a comercialização de programas termais terapêuticos e de Bem-Estar junto de públicos internacionais.

➔ Indicadores: Nos quadros seguintes apresentamos os nossos objectivos quantificados

Termalismo Terapêutico: em termos quantitativos pretendemos ter um crescimento superior à média nacional no que respeita ao Termalismo Terapêutico e ao Termalismo de Bem-Estar. Nos quadros seguintes resumimos a evolução que pretendemos provocar no termalismo no Centro do país.

Termalismo Terapêutico				
Ano	2018	2019	2020	2021
Cientes TT	22 001	22 441	23 002	23 692
Evo		2%	2,50%	3%
Faturação TT	6 707 595,06 €	6 908 823 €	7 219 720 €	7 580 706 €
Evo		3%	4,50%	5%

Quadro 1 – Termalismo Terapêutico (TT)

Termalismo de Bem-Estar: serão implementados programas mais atrativos para que haja cada mais clientes a frequentar termas em programas até 7 dias, em detrimento dos programas de apenas 1 ou 3 dias. Não obstante, procurar-se-á aumentar também a faturação média por cliente deste segmento, de forma a aproveitar o potencial de crescimento do mesmo, comprovado pelo seu crescimento internacional. Deste modo, haverá mais efeitos sociais, económicos e também reduzida a pegada ambiental no território. O Termalismo de Bem-Estar tem um potencial de crescimento claramente superior e, daí, sermos mais ambiciosos, no que respeita à evolução, como se ilustra no quadro infra:

Termalismo de Bem-Estar				
Ano	2018	2019	2020	2021
Cientes BE	42 440	45 835	50 419	56 973
Evo		8%	10%	13%
Faturação BE	1 169 570 €	1 274 831 €	1 427 811 €	1 627 704 €
Evo		9%	12%	14%

Quadro 2 – Termalismo de Bem-Estar (BE)

Finalmente, no quadro seguinte sintetizamos e resumimos a evolução global do número de clientes e do Volume de Negócios diretos do Termalismo na Região Centro:

Evolução do Termalismo na Região Centro				
Ano	2018	2019	2020	2021
Total Clientes	64 441	68 276	73 421	80 665
Total Volume de Negócios	7 877 165 €	8 183 654 €	8 647 531 €	9 208 410 €
Evo Clientes		6,0%	7,5%	9,9%
Evo Volume de Negócios		3,9%	5,7%	6,5%

Quadro 3 – Evolução Global

Cofinanciado por: