



Escola Superior de Tecnologia e Gestão
Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Marketing

João Pedro Martins da Rocha
janeiro | 2013



Escola Superior de Tecnologia e Gestão

Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Marketing

JOÃO PEDRO MARTINS DA ROCHA

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO EM MARKETING

JANEIRO 2013

Ficha de Identificação do Estágio

Estagiário: João Pedro Martins da Rocha

Curso: Marketing

Número de Aluno: 1010032

Morada: Rua da Torre nº6 Figueiredo de Alva

Código Postal: 3660-114 São Pedro do Sul

Telemóvel: 911513738

Email: jrocha.91@hotmail.com

Instituição Acolhedora: Termalístur E.E.M.

Morada: Praça Dr. António José de Almeida, Termas de S. Pedro do Sul

Código Postal: 3660-692 Várzea

Telefone: 232720300

Email: geral@termas-spsul.com

Site: www.termas-spsul.com

Supervisor do Estágio: D^{ra}. Cristiana Vila Maior

Instituição de Ensino: Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda

Orientadora de Estágio: Professora Teresa Vieira

Período de Estágio: 3 de setembro de 2012 até 23 de novembro de 2012

Duração do Estágio: 400 horas

Agradecimentos

Chegar a este ponto é o culminar de uma caminhada que só foi possível com o apoio de algumas pessoas que são importantes desde sempre ou que se foram tornando importantes ao longo do tempo.

Em primeiro lugar quero agradecer aos meus pais por todo o apoio e força que me foram dando ao longo da minha vida, sem eles nada seria possível, não só pelo suporte económico mas acima de tudo pelo emocional, é bom quando estamos parados sem saber para que lado nos virar e temos um empurrão de alguém em quem confiamos as nossas vidas, durante estes três anos felizmente pude contar sempre com eles.

Agradeço posteriormente aos meus três irmãos, somos tão diferentes e tão iguais e felizmente tivemos uma criação e uma educação onde aprendemos a dar valor às pessoas que nos querem bem e sem qualquer dúvida que eles se encaixam nesse perfil. Como sou o mais novo de quatro irmãos sempre olhei para eles como exemplos a seguir e sem dúvida que são os meus modelos e os meus super-heróis.

Sendo esta a parte de agradecimento, não podia deixar passar em claro a pessoa a quem mais valor dou na minha vida, o meu pequeno sobrinho Tomás que com apenas quatro anos me consegue arrancar sorrisos como mais ninguém consegue e que consegue ser a pessoa que involuntariamente faz com que lute pelos meus objetivos com vista a tentar ser um bom exemplo para ele e dar-lhe orgulho no tio que tem. Agradeço também ao Santiago e ao pequeno Salvador, os meus meninos que apesar de longe sei que não perdem o tio no esquecimento.

Diz-se que os amigos são irmãos que não são de sangue e felizmente no meu caso só tenho que concordar com quem disse isso, desde os Malinos (Tó, Bubas, Marquês e Ricardo) amigos desde o infantário até sempre, até aos Master's, amigos do Instituto Politécnico da Guarda e da vida. Sempre fui um sortudo pois tenho os melhores amigos do mundo. Milhares de momentos partilhados onde cada um deles tem um lugar bastante especial na minha vida e onde espero que no dia do meu casamento todos estejam presentes para bebermos um copo e rir-mos às gargalhadas de todos os momentos e peripécias que passamos. As saídas à noite, os jogos de futebol, as festas feitas na residência, os jantares no Azevedo, os “atrofios” que tantos nos caracterizavam, de uma coisa tenho a certeza, é disto que eu mais sinto falta dos meus três anos no Instituto Politécnico da Guarda.

Tenho um agradecimento especial a fazer, a pessoa que mais me ajudou e apesar de não ser minha família ou minha professora foi quase uma mãe e uma grande amiga,

agradeço tudo o que a Dona Paula, funcionária da residência masculina II fez por mim, acolheu-me como filho e tratou-me como rei, dela só tenho coisas boas a dizer, devia haver mais pessoas assim.

Não quero deixar de agradecer a Termalístur E.E.M por me acolher e me dar a oportunidade de realizar este estágio nas melhores termas do país, a Dr.^a Cristiana Vila Maior que foi quem me orientou nestes três meses e ao Dr. Sousa, presidente do conselho de administração que me colocou sempre à vontade para tudo o que fosse preciso.

Agradeço também à professora Teresa Vieira por ter aceite logo que lhe solicitei ser minha orientadora.

Deixei para ultimo não por ser menos importante, até pelo contrário, é aquela pessoa que tem sempre a palavra certa no momento certo, que me atura quando estou chateado e rabugento e quando estou com sorriso de orelha a orelha. Agradeço à minha namorada o facto de me ajudar no estudo e me chamar a atenção quando foi preciso, por partilhar comigo tantas alegrias e acima de tudo por preencher o espaço vazio que havia em mim, com ela comecei a abrir novos horizontes e a ter outros objetivos de vida e perceber que as coisas só valem a pena quando temos alguém ao nosso lado para as partilhar e que nos ajuda no sucesso e nos momentos de dificuldade. A ela devo mais do que simples palavras!

A todos o meu muito sincero bem haja.

Plano de Estágio

Inicialmente ficou acordado com a supervisora de estágio que as funções que iria desempenhar na empresa seriam:

- Apoio na organização de eventos
- Realização semanal de *benchmarking*
- Gestão da base de dados
- Apoio na tradução do *site* da empresa
- Realização de arquivo da empresa

Resumo do Estágio

A oportunidade de poder realizar um estágio após o término do curso é, sem dúvida, uma mais valia para colocar os conhecimentos em prática e é bastante gratificante para qualquer aluno que deseje ter a sua primeira experiência no mundo do trabalho

Quando decidi que queria realizar esta experiência nas termas de São Pedro do Sul e apesar de ser a minha terra natal nunca imaginei que a dimensão destas fosse tão grande, sabia que eram as maiores do país, mas não estava ciente de que tinham mais de metade da quota de mercado ou que recebiam mais de vinte e cinco mil utentes anualmente.

Ao chegar à instituição percebi logo que, apesar da dimensão, me iam integrar de uma forma fácil. Receberam-me de braços abertos e sempre se colocaram à disposição para qualquer tipo de ajuda quer no departamento de marketing, no de recursos humanos ou até na parte do atendimento.

Inicialmente comecei por conhecer todo o funcionamento da empresa, desde a parte administrativa até à parte de prestação de serviços e cuidados termais, consegui perceber como realmente funcionava a instituição e como lidavam com os utentes no dia a dia.

A minha atividade diária baseava-se entre o *benchmarking*¹ e o *telemarketing*². Comecei por me relacionar com os nossos utentes através do telefone, posteriormente já me envolvia na realização dos eventos e já lidava com os utentes de uma forma mais direta.

As atividades que fui desenvolvendo durante o estágio curricular foram as seguintes:

- Realização diária de chamadas para os utentes que não compareciam nas consultas do dia anterior, para os questionar se pretendiam remarcar a consulta
- Atendimento do número verde, onde geralmente se marcavam as viagens grátis aos utentes que se deslocavam de Lisboa até São Pedro do Sul

¹ *Benchmarking* é a comparação da produção entre a empresa e as suas concorrentes

² *Telemarketing* é o termo que designa a promoção de vendas ou serviços por telefone, atualmente abrange também outro tipo de serviços como o atendimento ao consumidor e o suporte técnico do serviço.

- Apoio na realização do rastreio “ Convida os Avós” em parceria com o Núcleo de estudantes de Medicina da Universidade de Coimbra
- Tradução do *web* site das termas de São Pedro do Sul de Português para Inglês
- Apoio na realização dos programas “Pacotes de Inverno” que estão em vigor de dezembro até 15 de março
- Realização do arquivo da empresa
- Realização de visitas aos balneários e exteriores das termas para grupos
- Realização das listas das pessoas que ainda não tinham feito tratamento no ano de 2012 através do Inatel

Índice

Ficha de Identificação do Estágio	i
Agradecimentos	ii
Plano de Estágio	iv
Resumo do Estágio	v
Índice de Esquemas.....	viii
Índice de Tabelas	viii
Índice de Anexos	viii
Introdução.....	1
1. Identificação da Empresa.....	2
1.1. Breve história da Empresa	3
1.2. Estrutura Organizacional.....	5
1.3. Investigação e Desenvolvimento, Missão, Inovação, Água Termal e Produtos	6
1.4. Descrição dos Balneários	8
1.5. Tratamentos Termais	9
2. Planeamento Estratégico.....	12
2.1. Meio Envolvente	13
2.2. Avaliação Competitiva Global – Análise Swot.....	17
2.3. Competências Distintivas.....	18
2.4. Fatores Críticos de Sucesso.....	18
2.5. Vantagens Competitivas	18
2.6. Posicionamento	19
2.7. Objetivos	19
3. Trabalho desenvolvido durante o estágio	20
3.1. Telemarketing.....	21
3.2. Comunicação e Design	22
3.3. Outras atividades	23
Conclusão.....	26

Bibliografia.....	27
-------------------	----

Índice de Esquemas

Esquema 1- Organigrama da Termalístur E.E.M.....	5
Esquema 2- Meio Envolvente Contextual	13
Esquema 3- Análise Swot da Termalístur E.E.M	17
Esquema 4- Fatores Críticos de Sucesso	18
Esquema 5- Vantagens Competitivas.....	18

Índice de Tabelas

Tabela 1- Utentes termais no ano de 2011.....	16
---	----

Índice de Anexos

Anexo 1- Balneário D. Afonso Henriques.....	B
Anexo 2- Balneário Rainha Dona Amélia.....	C
Anexo 3- Nascente Termal.....	D
Anexo 4- Compra dos tratamentos.....	E
Anexo 5- Piscina Termal.....	F
Anexo 6- Tratamento de Reumatologia (Hidromassagem termal).....	G
Anexo 7- Tratamento de ~Reumatologia (Vichy geral).....	H
Anexo 8- Tratamento das vias respiratórias (Nasal)	I
Anexo 9- Tratamento das vias respiratórias (bucofaringeo)	J
Anexo 10- Tratamentos de bem-estar.....	L
Anexo 11- Museu das Termas de São Pedro do Sul.....	M
Anexo 12- Página oficial das termas de São Pedro do Sul na internet.....	N
Anexo 13- Notícia das Termas de São Pedro do Sul no jornal “O Interior”.....	O
Anexo 14- <i>Flyer</i> do rastreio lançado para o público.....	P
Anexo 15- <i>Flyer</i> do rastreio realizado por mim.....	Q
Anexo 16- Brochura “Termas Para Todos” lançado para o público.....	R
Anexo 17- Brochura “Termas Para Todos” realizado por mim.....	S

Introdução

O principal objetivo do estágio curricular é o de colocar em prática os conhecimentos adquiridos durante os três anos de curso, tornando-se, assim, mesmo que de forma acadêmica, a nossa primeira experiência no mundo do trabalho.

Este relatório tem como objetivo a descrição do que foram estas 400 horas na empresa que me acolheu e retratar em papel todas as minhas funções dentro dela, desde o *backstage*³ até ao *frontstage*⁴, abordando também a instituição em si.

Foram cerca de três meses bastante enriquecedores onde trabalhei em diversas áreas sempre com a responsabilidade de estar a estagiar nas melhores termas de Portugal.

O relatório está dividido em três partes, na primeira irei falar da instituição, na segunda vou focar-me no plano estratégico para que possamos conhecer bem a empresa e a área de negócio e na terceira vou falar das atividades desenvolvidas durante o estágio curricular.

³ *Backstage* ou *back-office*, traduzido a letra significa “bastidores” ou seja é a parte não visível da empresa.

⁴ *Frontstage* ou *front-office*, é a parte visível da empresa, como por exemplo o balcão de atendimento.

1. Identificação da Empresa



Nome: Termalitur, Termas de São Pedro do Sul E.E.M.

Morada: Praça Dr António José de Almeida

Código Postal:3660-692 Várzea

Telefone:232 720 300

Email: geral@termas-spsul.com

Site: www.termas-spsul.com

1.1. Breve história da Empresa

A Termalitur, Termas de São Pedro do Sul E.E.M. foi criada por escritura pública no dia 8 de janeiro de 2004.

Apesar de ser a Termalitur E.E.M quem gere as maiores termas da Península Ibérica esta é uma empresa municipalizada sendo que o seu capital social é detido na totalidade pela câmara.

Além da gestão dos Balneários Termais e de todas as atividades ligadas ao termalismo, que constituem o *core*⁵ da empresa, a Termalitur E.E.M. pode exercer complementarmente atividades acessórias relacionadas com o seu objeto principal, designadamente estudos, planos de investimento e gestão de serviços correlacionados, em especial, entre outros, os de turismo, exploração e transformação das águas e de prestação de serviços de transporte bem como todas as ações conducentes à valorização do património histórico e natural de S. Pedro do Sul.

A Termalitur E.E.M. enquanto empresa municipal está sujeita à tutela da câmara municipal e os seus planos de atividades, orçamentos, relatórios e contas carecem de aprovação da câmara municipal.⁶

A empresa quer transmitir aos utentes que o objetivo das nossas termas não é maioritariamente o bem-estar mas sim a cura termal porque as nossas águas são um medicamento natural que alivia todas as dores reumatológicas e todos os problemas de vias respiratórias, lutando diariamente contra a ideia de relacionarem termas apenas a Spa.

As termas de São Pedro do Sul são as maiores termas de Portugal e aquelas que recebem mais utentes durante o ano e tudo isto devido à forma como são geridas, o

⁵ Core é a atividade central da empresa

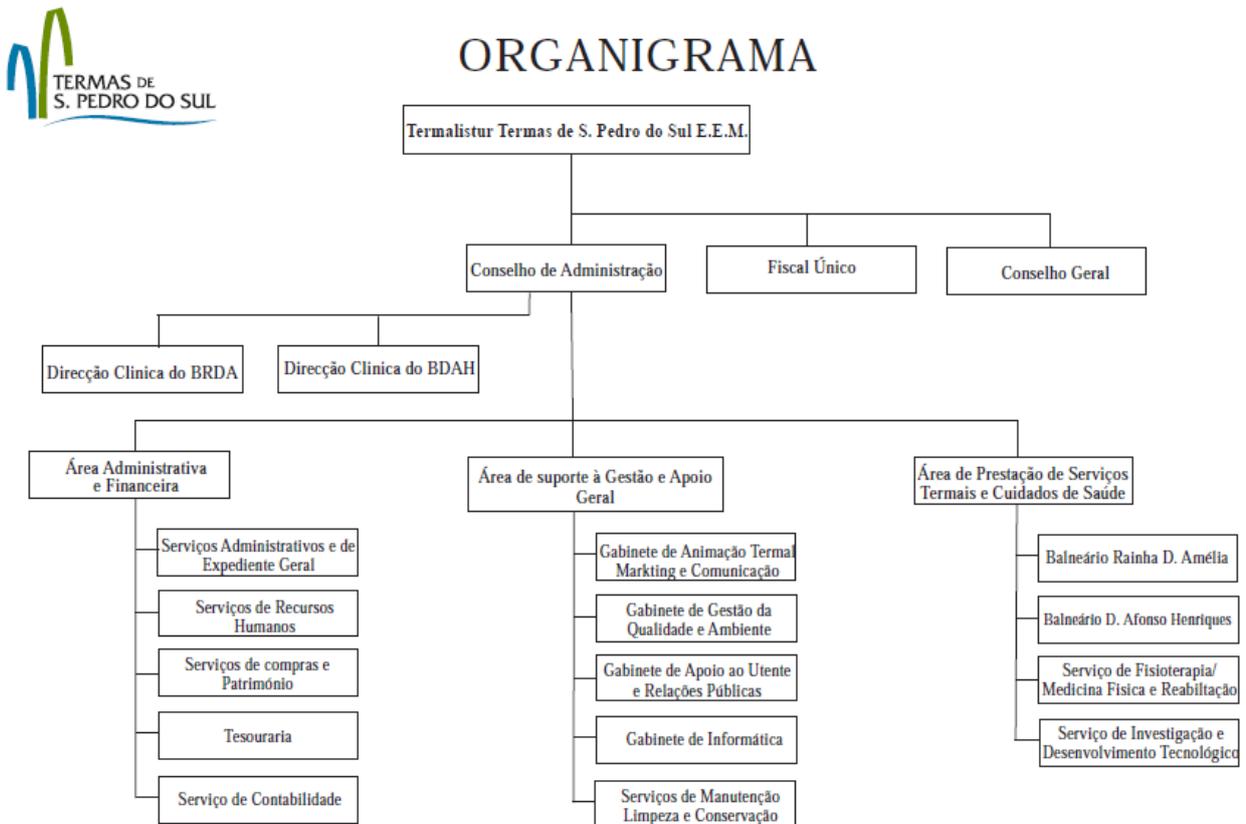
⁶ Retirado de <http://www.termas-spsul.com/termalitur.asp> no dia 28/11/2012

facto de sermos as únicas termas abertas durante todo o ano é bastante apreciado pelos nossos utentes, assim como o facto de termos o nosso próprio corpo clínico e a nossa consulta antes do início dos tratamentos.

1.2. Estrutura Organizacional

O organigrama é a representação gráfica da estrutura de uma empresa ou qualquer outra organização. Representa as estruturas departamentais e em alguns casos as pessoas que as dirigem.

Seguidamente apresento o organigrama da Termalístur E.E.M onde podemos perceber a estrutura da empresa, detalhada por áreas.



Esquema 1 - Organigrama da Termalístur E.E.M

Fonte: Site da empresa

1.3. Investigação e Desenvolvimento, Missão, Inovação, Água Termal e Produtos⁷

Investigação e Desenvolvimento

Desenvolvimento galénico de produtos dermocosméticos com água termal de São Pedro do Sul.

Missão

A missão deste projeto consiste na criação de uma linha de produtos incorporados com água termal das Termas de S. Pedro do Sul. Para a sua concretização a Termalitur E.E.M., que gere as Termas de S. Pedro do Sul, criou um Núcleo de I&DT e assinou um protocolo de colaboração com a Faculdade de Farmácia da Universidade do Porto.

Inovação

O carácter de inovação deste projeto prende-se sobretudo por constituir uma novidade em Portugal.

Apesar de no nosso país existirem várias estâncias termais ativas, o conceito de utilização das águas termais para outros fins senão os de ato médico encontra-se ainda pouco explorado.

Dada a forte e crescente procura de produtos concebidos através de águas termais, a Termalitur E.E.M. pretende criar produtos nacionais de elevada e comprovada qualidade que, aliados a uma adequada imagem de marca, sejam competitivos e Concorrenciais no mercado atual.

A água termal

A Água Termal das Termas de S. Pedro do Sul revelou já possuir excelentes propriedades dermatológicas, nomeadamente hidratantes e anti-irritantes, além de ser refrescante e suavizante.

⁷ Retirado de <http://www.termas-spsul.com/investigacao.asp> no dia 29/11/12

OS PRODUTOS

Optou-se por desenvolver um vaporizador de água termal de S. Pedro do Sul, um creme de rosto hidratante, um creme de corpo emoliente e hidratante, um gel de banho hidratante e um óleo de corpo emoliente e hidratante. Todos estes produtos foram formulados para todos os tipos de pele, sendo inclusivamente adaptados para peles sensíveis. Os produtos desenvolvidos encontram-se submetidos e estudos de comprovação de qualidade, eficácia e segurança.

1.4. Descrição dos Balneários

As termas de São Pedro do Sul contam com dois balneários com uma capacidade anual de 50000 utentes e apesar dos tratamentos realizados serem os mesmos em ambos os balneários, existem algumas diferenças entre eles.

Balneário D. Afonso Henriques (Anexo 1) - A designação deste balneário advém do facto do nosso primeiro rei de Portugal ter sido curado nas termas de São Pedro do Sul após um ferimento na perna na batalha de Badajoz, no ano de 1169. É o maior balneário, com traços mais recentes e onde os preços são também mais baixos. É neste balneário que são realizadas as consultas antes do início do tratamento e é este que acolhe o maior número dos nossos utentes, sendo menos requintado e luxuoso, mas estando equipado com tecnologia de ponta. É mais colorido e conta também com a nossa lojinha de *merchandising*⁸ onde os nossos utentes podem adquirir lembranças da região e também equipamento que necessitem para a realização dos tratamentos termais, desde toucas, fatos de banho, chinelos e até robes.

Balneário Rainha Dona Amélia (Anexo 2) - Este balneário é bastante mais requintado, tendo traços mais de charme, neste balneário além dos tratamentos de cura termal realizam-se também os tratamentos de bem-estar onde se pode adquirir packs de um a três dias ou simplesmente uma massagem de relaxamento. É mais dispendioso que o outro balneário devido ao facto de albergar menos utentes e de estes terem mais privacidade na realização das curas, isto porque as piscinas de hidromassagem geral estão capacitadas para receber um número mais restrito de utentes e os outros tratamentos são realizados em salas únicas e privadas.

Neste Balneário existe um auditório onde se podem realizar palestras e uma biblioteca onde os nossos utentes podem usar a internet, via wireless, ou nos computadores fixos cedidos pela empresa.

O nome deste é em homenagem Rainha Dona Amélia, última rainha de Portugal, que realizou tratamentos nas nossas termas e inaugurou também este balneário.

⁸ *Merchandising* é qualquer técnica, acção ou material promocional usado no ponto de venda que proporcione informação ou melhor visibilidade de produtos, marcas ou serviços.

1.5. Tratamentos e bem-estar termal

Os nossos médicos aconselham a todos os utentes que queiram ver as nossas águas a fazer efeito total, o tratamento de 14 dias seguidos. Quem não tiver disponibilidade para a realização do tratamento durante um período tão alargado de tempo, pode optar por realizá-lo por menos tempo, pois mesmo sabendo que não vai ter o efeito total, existe sempre melhorias significativas. Considera-se cura termal tratamentos com mais de três dias e, para isso, é necessário uma consulta com um dos nossos médicos. Menos de três dias já são considerados tratamentos de bem-estar.

Nas termas de São Pedro do Sul existe também um serviço de fisioterapia. As águas termais, com propriedades únicas na Europa, as técnicas e equipamentos de última geração são a chave do sucesso para quem precisa de cuidados na área da medicina física e de reabilitação.⁹

Os tratamentos de Balneoterapia realizados nas Termas de São Pedro do Sul são os seguintes:

- Banheira com hidromassagem automática (Anexo 6)
- Banheira com bolha de ar
- Banho de imersão
- Banheira com hidromassagem manual
- Banheira com bolha de ar e hidromassagem automática
- Piscina de recuperação
- Piscina com hidromassagem fixa
- Piscina com hidromassagem manual
- Duche jato / cachão
- Duche circular
- Duche vichy (Anexo 7)
- Vapor parcial
- Bertholaix/ Pedidaix
- Hidropressoterapia
- Emanatório
- Irrigação nasal
- Nebulização
- Aerosol

⁹ Retirado de: <http://www.termas-spsul.com/fisiotext.asp> no dia 21//12/2012

- Inalação-nasal (Anexo 8)
- Bucofaríngeo (Anexo 9)
- Inalação/ Fomentação

Programas de Bem-Estar

Nos Programas de bem-estar (Anexo 10) existem os seguintes tratamentos:

- Programa aqua vitae
- Programa vida e energia
- Programa bem-estar revitalizante
- Programa saúde em forma
- Pack´s de bem-estar

Fisioterapia

Na parte de fisioterapia existem os seguintes tratamentos:

- Ultrasons
- Ultrassons + Eletroestimulação
- Estimulação elétrica
- Pressões alternativas
- Ionização
- Micro-Onda
- Onda curta
- Magnetoterapia
- Laser
- Crioterapia
- Banho contraste
- Calor húmido
- Parafina
- Parafango
- Massagem manual
- Massagem global de relaxamento
- Cinésioterapia respiratória
- Drenagem brônquica postural
- Fortalecimento muscular

- Redução motora individual
- Técnicas específicas de cinésioterapia
- Mobilização articular passiva
- Reeducação mecânica
- Treino em atividade
- Manipulação
- Tapete
- Plano inclinado
- Hidrocinesioterapia
- Piscina + Reeducação motora individual
- Hidromassagem
- Programa intensivo de reabilitação

2. Planeamento Estratégico

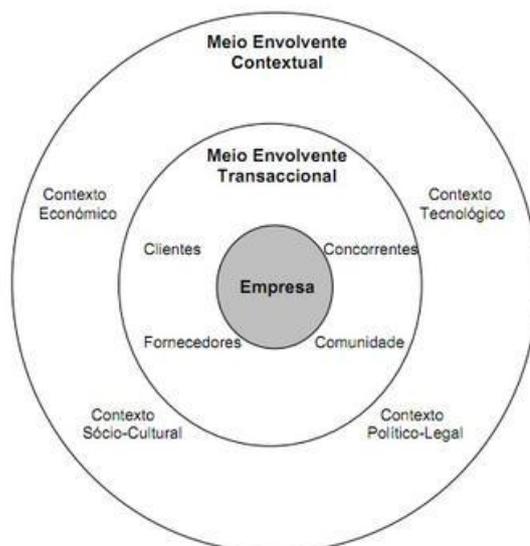


Fonte: Imagem fornecida pela empresa

É no planeamento estratégico que a empresa define todos os passos a dar para atingir os objetivos.

2.1. Meio Envoltente

Para conhecer melhor a empresa decidi fazer uma pesquisa aprofundada do seu meio envolvente.



Esquema 2- Meio Envoltente Contextual

Fonte: Dossiê Estratégia Empresarial

O meio envolvente contextual é relacionado por quatro contextos, são eles: o contexto económico, contexto tecnológico, contexto sociocultural e o contexto político-legal.

Contexto Económico

É notória a crise que tanto Portugal como a Europa atravessam atualmente e apesar de sermos indiscutivelmente líderes de mercado também sentimos o abalo e a redução de utentes nas nossas termas. Mas mesmo assim a Termalistur decidiu apostar forte e combater a crise e, em 2011, conseguiu resultados que, apesar de mais baixos comparativamente ao ano de 2010, foram superiores aos previstos.

A tabela seguinte demonstra o número de inscrições de utentes em termalismo clássico, aqui podemos ver e relacionar a diferença de adesão às termas de São Pedro do Sul em comparação às do resto país.

Termas em Portugal

A oferta e a procura - 2011



Inscrições e proveitos Estabelecimentos termais	Número de inscrições em termalismo clássico		Proveitos [10^3 C]		Proveito médio de inscrição/terma [C]	
	2011	Δ 11/10 %	2011	Δ 11/10 %	2011	Δ 11/10 %
S. Pedro do Sul	16.351	-14,8	4.235	-20,4	259,0	-6,6
Caldas de Chaves	4.121	-32,7	922	-16,1	223,7	24,7
Caldas de S. Jorge	2.804	-12,9	568	-21,0	202,6	-9,3
Termas do Gerês	2.756	-10,5	444	-13,3	161,1	-3,1
Termas da Felgueira	2.723	-17,0	1.088	-13,4	399,6	4,3
Termas de Caldelas	2.584	-4,9	694	-14,8	268,6	-10,5
Termas do Carvalhal	2.267	-39,9	384	-26,3	169,4	22,6
Banho de Alcafache	2.249	-18,4	527	-15,8	234,3	3,2
Termas da Sulfúrea	1.871	-16,9	37	-93,2	19,8	-91,8
Termas de Monte Real	1.710	-23,6	398	1,0	232,7	32,2
Termas da Curia	1.579	-12,6	424	-27,0	268,5	-16,5
Caldas da Rainha	1.488	-8,8	363	-16,2	244,0	-8,1
Termas de S. Vicente	1.414	-3,8	464	-54,0	328,1	-52,2
Termas de Monfortinho	1.365	-71,0	370	-44,2	271,1	92,8
Caldas da Saúde	1.148	-23,4	362	-18,1	315,3	6,9
Caldas do Cró	1.101	73,1	272	216,3	247,0	82,7
Fadagosa de Nisa	1.032	12,5	153	-79,1	148,3	-81,5
Termas da Longroiva	988	5,6	172	21,1	174,1	14,8

Tabela 1- Utentes termais no ano de 2011

Fonte: Turismo de Portugal

É visível a grande diferença entre a procura nas Termas de São Pedro do Sul e a dos nossos concorrentes, apesar da queda de 2010 para 2011 tanto nas inscrições como nos proveitos conseguimos manter um distanciamento considerável em relação às outras termas. Apesar de ainda não existirem resultados oficiais, o ano de 2012 foi semelhante ao ano passado, tendo mais inscrições mas um pouco menos de proveitos, isto tudo porque os utentes começam a vir menos dias que nos anos anteriores.

Contexto Tecnológico

A tecnologia é sem dúvida uma mais valia para qualquer empresa e a Termalitur leva isso à letra, acompanhando sempre a inovação e usando toda a tecnologia de ponta.

Tanto para os serviços administrativos como para os balneários a Termalitur pretende sempre ter o melhor em cada setor para assim poder satisfazer todas as necessidades dos utentes e garantir-lhes o melhor tratamento possível.

Contexto Politico-Legal

A Termalitur é uma empresa municipalizada tendo a tutela a cargo da Câmara Municipal sendo que todas as decisões passam pelo conselho de administração composto por três elementos que desempenham a função de vereadores na Câmara.

Neste contexto, o governo influencia muito o papel da empresa pois é de lá que provêm as decisões de orçamentos para este tipo de organizações.

Apesar da crise sentida e de nos últimos anos a empresa ter tido prejuízo, o ano de 2011 foi bom e com alguns cortes e novas medidas, conseguiu-se obter um resultado positivo.

Contexto Sociocultural

A Termalitur é a fonte de rendimento de muitas famílias da região e se não fosse a magia das nossas águas São Pedro do Sul era mais um de muitos concelhos envelhecidos onde os jovens não conseguiriam emprego e teriam que emigrar ou migrar para os grandes centros.

Aqui todo o trabalho é desenvolvido a pensar no bem-estar e na saúde dos nossos utentes sendo que os nossos profissionais têm toda formação na área do termalismo para que assim possam proporcionar um serviço de ótima qualidade e com garantia de satisfação.

Num futuro próximo pretendemos recrutar utentes do estrangeiro, começando pela Alemanha e pela Holanda, países onde o conceito de férias com saúde tem registado uma procura crescente.

No meio envolvente transaccional existem os clientes, fornecedores, a comunidade e os concorrentes, passando agora a sua análise.

Clientes

O facto de as termas de São Pedro do Sul fornecerem o serviço de turismo de saúde faz com que as pessoas que usufruem dos nossos serviços sejam conhecidas como utentes e não como clientes, por isso foi-me pedido inicialmente que usasse esse termo sempre que me dirigisse a eles.

Nós não temos um utente tipo até porque quem recorre às nossas termas é acima de tudo por uma questão de saúde. As termas são frequentadas por pessoas de todas as classes sociais, com idade a partir dos 5 anos, que vêm de todo o país, das ilhas e até de

Espanha. Estamos num futuro próximo a tentar internacionalizar-nos na Alemanha e Holanda pois são países que se enquadram nas férias de saúde e lazer.

Fornecedores

As termas de São Pedro do Sul não têm qualquer fornecedor de matéria-prima, a água brota do solo e todos os serviços são prestados pelos nossos técnicos.

Os únicos fornecedores da empresa são as empresas que tratam do fornecimento de produtos para o bar dos funcionários e para o bar que está aberto ao público.

Comunidade

A empresa situa-se em São Pedro do Sul e os funcionários que emprega são do concelho ou da região. São as termas mais conhecidas, prestigiadas e frequentadas do país, o que requer muitos cuidados com a forma como os utentes são tratados.

A empresa tem funcionários com todos os graus académicos, desde pessoas com o 4º ano até licenciados ou mesmo mestres.

Existem bastantes protocolos entre outras empresas e as termas, com o intuito de criar mais vantagens no preço para os nossos utentes.

Concorrentes

É difícil de definir um concorrente direto das Termas de São Pedro do Sul, todas as outras termas têm uma quota de mercado bastante inferior à que detemos.

Nesta área os utentes procuram um tipo de água que contenha propriedades benéficas para a sua doença, isto significa que dificilmente conseguimos deter uma quota de mercado superior à atual para a tipologia de termalistas existentes. Na área das doenças reumáticas e das vias respiratórias destaco as caldas de Chaves como as maiores concorrentes, mas mesmo assim ainda existe uma certa distância em relação às termas de São Pedro do Sul.

2.2. Avaliação Competitiva Global – Análise SWOT

A análise SWOT serve para analisar a envolvente externa da empresa (oportunidades e ameaças) e a envolvente interna da empresa (pontos fracos e pontos fortes).

Através da análise SWOT o gestor pode tomar decisões mais acertadas e de mais valia para a empresa, optando por estratégias que possam vir a ser fundamentais para o sucesso.

Vamos passar à análise SWOT da Termalístur:

<p>Pontos Fortes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Águas curativas -Notoriedade -Recursos Naturais -Inovação -Únicas termas abertas o ano todo -Grande capacidade acolhimento 	<p>Pontos Fracos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Não ter nenhuma unidade hoteleira que pertença a Termalístur -Fraco prestígio internacional 	
<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fraca concorrência no sector -Mercados internacionais -Aproveitar o encerramento de outras termas e captar os seus utentes 	<p>Sugestões:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apostar no mercado externo - Recrutamento de utentes de termas que estejam a encerrar 	<p>Sugestões:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Apostar na comunicação internacional -Estabelecer parceria /Construir uma unidade hoteleira
<p>Ameaças:</p> <ul style="list-style-type: none"> - A mentalidade de: <ul style="list-style-type: none"> • Termas são para idosos • Férias é na praia - Cortes do estado no sector público - Recessão económica dos consumidores 	<p>Sugestões:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Continua aposta na inovação 	<p>Sugestões:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Maior esclarecimento dos benefícios termais para todas as idades através de feiras, palestras e até programas televisivos

Esquema 3-Análise Swot da Termalístur E.E.M

Fonte: Elaboração própria

2.3. Competências Distintivas

As competências distintivas são vantagens que levam a empresa a ser melhor que as concorrentes, resumidamente, é algo que a empresa faz melhor que as outras.

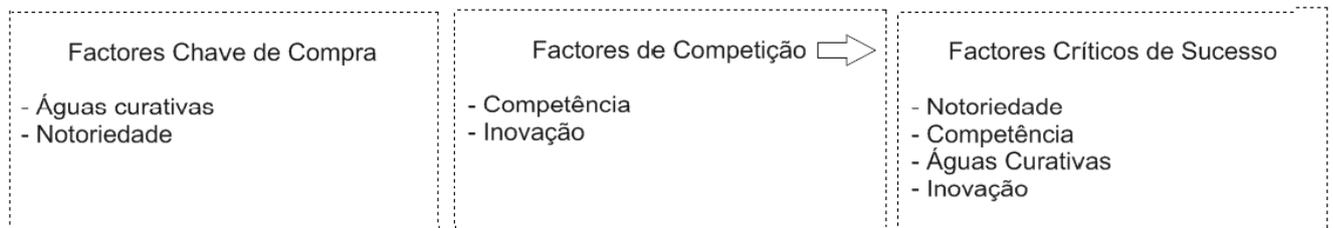
Na Termalitur as competências distintivas são:

- Notoriedade
- Fortes recursos
- Inovação
- Águas curativas

2.4. Fatores Críticos de Sucesso

Os fatores críticos de sucesso são fatores que definem as principais orientações que a gestão deve seguir tendo que ser muito bem executadas para garantir um bom desempenho da empresa. Estes fatores levam os clientes a atribuir mais valor a empresa, são eles:

- Fatores Chave de Compra
- Fatores de Competição
- Fatores Críticos de Sucesso



Esquema 4- Fatores Críticos de Sucesso

Fonte: Elaboração própria

2.5. Vantagens Competitivas

As vantagens competitivas são competências distintivas e igualmente Fatores Críticos de Sucesso.

Competências Distintivas	Factores Críticos de Sucesso	Vantagens Competitivas
-Notoriedade -Fortes Recursos -Inovação -Águas Curativas	-Notoriedade -Inovação -Águas Curativas -Competência	-Notoriedade -Inovação -Águas Curativas

Esquema 5- Vantagens Competitivas

Fonte: elaboração própria

2.6. Posicionamento

Posicionamento é um conjunto de traços salientes e distintivos da imagem, que permite ao público situar o produto no mercado e distingui-lo da concorrência, é uma percepção que compara, simplifica e distingue o produto ou serviço.

Geralmente uma empresa para assumir um posicionamento de líder de mercado precisa de muitos anos, notoriedade e confiança dos consumidores.

As Termas de São Pedro do Sul têm um milénio de história e construíram uma base de confiança para os consumidores, acima de tudo porque têm águas que curam e porque aposta na saúde dos nossos utentes.

A Termalístur E.E.M. pretende que os seus utentes a distingam pelas seguintes características:

- Competência
- Notoriedade
- Qualidade

2.7. Objetivos¹⁰

Uma empresa que esteja no mercado tem que ter certos objetivos a que se propõe realizar, os da Termalístur são geralmente anuais e são os seguintes:

- Afirmação do destino turístico de saúde das termas de São Pedro do Sul nos diversos meios promocionais;
- Contínua melhoria do serviço prestado, nomeadamente através da introdução de técnicas, planos e ações de controlo e acompanhamento;
- Continuar a apostar em programas complementares de bem estar termal;
- Procurar junto da câmara municipal de São Pedro do Sul desenvolver projetos inovadores na área da investigação e desenvolvimento;
- Aumentar as qualificações escolares e profissionais dos seus colaboradores;
- Desenvolver parcerias com todos os operadores turísticos do concelho tendo em vista a promoção e comercialização do produto termal;
- Procurar a sustentabilidade económica da empresa e a sua máxima rendibilidade;

¹⁰ Retirado de : <http://www.termas-spsul.com/downloads/orcamentoeplano2011.pdf> no dia 29/12/2012

3. Trabalho desenvolvido durante o estágio



Fonte: Imagem fornecida pela empresa

Chegar ao estágio é a última etapa da vida académica de cada estudante e é um enorme orgulho quando uma empresa aceita a nossa candidatura. Eu não fui exceção e quis contribuir com os conhecimentos que adquiri podendo também retirar o máximo proveito e aprendizagem desta experiência.

No primeiro dia que cheguei à empresa sentia-me com os habituais nervos, mas a minha orientadora colocou-me logo à vontade com toda a gente, conduziu uma visita por todo o escritório apresentando-me aos meus novos colegas. Posteriormente, mostrou-me os balneários com o intuito de me familiarizar com o que ia trabalhar e lidar, dizendo-me que “ para poderes trabalhar e fazer bem, tens que perceber primeiro em quê que vais trabalhar”, e ela tinha razão, pois nunca poderia trabalhar numa empresa sem saber como esta funcionava desde o *backstage* até ao *frontstage*. Levou-me a uma das piscinas termais (Anexo 5) onde se realizam grande parte dos tratamentos, ao departamento médico e ao local onde os nossos utentes podem comprar os tratamentos (Anexo 4) para proceder ao início da cura termal.

3.1. Telemarketing

Inicialmente comecei por pesquisar a nossa área de negócio na internet e conhecer o meio onde nós atuávamos. Por incrível que pareça, apesar de São Pedro do Sul ser onde sempre vivi, nunca imaginei que as termas tivessem uma dimensão tão grande, a realidade é que somos as maiores termas do país mantendo aqueles que querem concorrer connosco a uma distância muito significativa. Após alguns dias de recolha de informação, e de me ambientar ao serviço prestado, comecei a interagir com o nosso público, em reunião com o presidente do conselho de administração, foi-me pedido para contatar, através do telefone, os utentes que não compareciam às consultas no dia anterior para saber se estavam bem de saúde e se pretendiam uma remarcação da consulta perdida.

Posteriormente comecei também a atender o número verde, que foi criado para facilitar o transporte (Lisboa e São Pedro do Sul e vice-versa) de utentes com consulta previamente marcada. As viagens foram realizadas quinzenalmente de maio a outubro e eram gratuitas. O número que também era gratuito, acabou por permanecer e era usado para o esclarecimento dos utentes e para a marcação de consultas. Através desta atividade fui-me familiarizando com a empresa e com as políticas praticadas pela mesma, foi uma das melhores formas de conhecer o funcionamento e de interagir com os nossos utentes.

3.2. Comunicação e Design

- **ConVida os Avós**

Como cheguei à empresa no início de setembro, encontrei o evento “ConVida os Avós” já em fase de produção. Foi-me pedido que começasse a realizar uma lista de IPSS¹¹ e de instituições que pudessem ser potenciais presenças neste evento. O “ConVida os Avós” (Anexo 14) era um rastreio que ia ser realizado em parceria com o NEM (Núcleo de Estudantes de Medicina) e o NECD (Núcleo de Estudantes de Ciências do Desporto) ambos os cursos provenientes da Universidade de Coimbra, no dia 1 de outubro, dia nacional do idoso e pretendia abordar áreas como a nutrição, glicémia, hipertensão arterial, obesidade, ginástica mental, higiene oral e exercício físico, sendo destinado para além das instituições seniores, também aos nossos utentes, estes poderiam ter uma espécie de consulta com um dos alunos de medicina de forma gratuita.

Quando me foi pedida a elaboração desta lista comecei por procurar apenas na zona de Viseu mas rapidamente pensei em estender o evento ao distrito de Aveiro.

Com o target definido começámos então por realizar o cartaz de divulgação. Pediram-me para trabalhar com o programa Corel Draw x5, como nunca tinha trabalhado com este programa senti algumas dificuldades mas fui superando etapa por etapa e consegui realizar uma brochura para o evento (Anexo 15) apesar desta não ter sido lançada para o exterior. Durante o dia do evento, tivemos que assegurar o seu bom funcionamento fazendo tudo o que fosse preciso, desde a reposição de material necessário para a medição da glicémia até à reposição de fruta para as consultas de nutrição. O evento teve uma adesão maior do que a esperada levando-nos a prolongar o encerramento por mais uma hora devido à constante chegada de novos “pacientes”.

- **Pacotes de inverno Termas para Todos**

Outra ação que foi realizada e quanto a mim a mais importante enquanto estive na empresa foi os “Pacotes de inverno, Termas para Todos”. Estes consistem em pacotes que beneficiam os nossos utentes uma vez que temos os nossos preços completamente reduzidos e temos seis hotéis a trabalhar connosco. A iniciativa não é nova visto que estes pacotes entraram em vigor pela primeira vez no ano de 2011 mas este ano

¹¹ Instituição Pública de Solidariedade Social

sofreram alguns ajustes. Existem algumas regras para a participação dos utentes nestes pacotes que são dirigidos apenas para grupos com mais de dez pessoas e são realizados entre dezembro e 15 de março. Os utentes podem escolher o programa de 7 ou de 14 dias com alojamento (em regime de tudo incluído) ou sem alojamento.

Eu comecei por realizar a minha brochura (Anexo 17), foi o meu segundo trabalho no Corel Draw para a empresa e desta vez tive bastante mais facilidade e mesmo sabendo que não ia ser lançada para o público, quis dar também o meu contributo. Com as brochuras definidas (Anexo 16) começámos a realizar a divulgação dos pacotes usando inicialmente o e-marketing mas rapidamente chegamos à conclusão de que o *e-mail* não é das ferramentas mais credíveis. Optámos então por elaborar uma base de dados onde tínhamos a morada de IPSS, Universidades Sénior e Juntas de Freguesia de todo o país para começarmos a enviar cartas onde colocámos a brochura e um pequeno texto redigido pelo presidente do conselho de administração, devidamente assinado e carimbado transmitindo assim mais confiança aos leitores.

Enviámos um total de 5061 cartas e já recebemos alguns telefonemas com pedidos de informação e inscrições o que significa que esta iniciativa está a começar a produzir efeito.

3.3. Outras atividades

Apesar da Termalitur ter um *website* (Anexo 12) bastante bom e de fácil compreensão onde qualquer pessoa navega com bastante facilidade, este pecava num aspeto: estava apenas em português. E, como num futuro próximo pretendemos internacionalizar-nos para a Alemanha e Holanda necessitamos de no mínimo, de disponibilizar uma versão em inglês. Foi-me proposto a realização dessa tradução e, apesar do inglês não ser uma língua que domine fluentemente, aceitei o desafio. Senti algumas dificuldades devido ao facto de haver imensos termos técnicos mas com a ajuda da internet e da minha orientadora de estágio consegui realizar a tradução de todo o *site*. Ocorreram alguns problemas internos na empresa e para já ainda não existem modificações no *site*.

Todos os anos existem imensos grupos de utentes que frequentam as nossas termas através do programa “Valencia saúde e termalismo¹²” promovido pelo Inatel, mas este ano houve uma enorme queda neste programa e foi-me pedido para realizar uma

¹² <http://www.inatel.pt/content.aspx?menuid=519>

listagem de utentes que tenham frequentado as termas de São Pedro do Sul no ano de 2011 através do Inatel que ainda não o tenham feito em 2012. O objetivo era a criação em parceria com o Inatel, de um programa em que esses utentes pudessem ter algum benefício e virem ainda este ano ou no início do próximo. Após a realização da lista de pessoas esta ação ficou em *standby* devido à realização dos pacotes de inverno que estavam próximos.

Sempre me foi dito nesta empresa que aqui qualquer um faz qualquer tipo de trabalho nos mais diversos departamentos e então eu não quis fugir a esse ideal fazendo tudo o que fosse necessário. Foi pedido a todos os funcionários que fizessem uns pacotes, onde se falava das mais diversas atividades da empresa, da região e da história, para posteriormente ser levado para a BTL¹³, cada um deveria realizar cinquenta. Eu não quis faltar ao meu dever realizando a minha parte, mas não me fiquei pelos cinquenta, como estava um pouco mais disponível fiz cerca de cento e cinquenta pacotes. Fazia ainda parte das minhas funções a realização do arquivo do departamento de marketing, desde propostas que chegavam até orçamentos que eram pedidos, inclusive notícias que eram publicadas tanto *online* como em edições de alguns jornais. Semanalmente era realizada uma ação de *benchmarking* para assim poder acompanhar as atividades realizadas pelas outras termas do país.

Uma das funções que mais gosto me dava fazer era as visitas guiadas aos interiores e exteriores dos balneários. Os pedidos podiam ser feitos por quem pretendesse uma visita, desde grupos individuais até instituições, de segunda a domingo. A visita era iniciada à entrada do Balneário Rainha Dona Amélia passando depois pelo nosso núcleo museológico (Anexo 11), interior do balneário (só se realizava os interiores entre as 14h e as 16h pelo facto de nesse horário não haver tratamentos) onde explicávamos a forma como os tratamentos eram feitos e os procedimentos. Após sairmos do balneário Rainha Dona Amélia seguíamos até à nossa nascente (Anexo 3) onde eram explicadas as propriedades das nossas águas. Posteriormente dirigíamo-nos ao Balneário D. Afonso Henriques, neste ficávamos apenas na receção, local onde eram marcados os tratamentos. O facto de ser um balneário enorme, aliado à idade dos nossos visitantes impede que percorrêssemos todo o balneário, seria demasiado cansativo e iríamos mostrar os mesmos métodos de tratamento que são executados no outro balneário

¹³ Bolsa de Turismo de Lisboa

A visita era encerrada no auditório do balneário rainha D. Amélia com um vídeo sobre as termas, a região, a gastronomia, desportos que se podem praticar e até sobre a vida noturna.

Em suma realizei um estágio produtivo e onde apliquei grande parte dos conhecimentos que adquiri durante os três anos de curso, tendo ainda adquirido mais alguns durante o estágio.

Fui produtivo para a empresa e percebi que por mais pequeno que seja o papel que desempenhamos, somos sempre essenciais. Senti isso desde os meus primeiros dias.

Durante o estágio tenho apenas dois senãos a apontar. O primeiro é a minha inexperiência total no mundo do trabalho, onde pessoalmente me custou a adaptar, tendo sido posteriormente mais fácil devido ao apoio que o grupo de trabalho me deu. O segundo é o facto de, por vezes, não haver trabalho para dois técnicos de marketing, tendo que desempenhar outras funções tal como falei anteriormente. Mas sinto que tive um estágio bastante interessante tanto a nível pessoal como profissional.

.

Conclusão

Para tudo existe um tempo e se formos bem organizados temos tempo para tudo, desde o estudo à diversão ou até mesmo à religião. Sinto que o meu tempo académico terminou e que está na hora de “arregaçar as mangas e meter mãos a obra”.

Este estágio foi apenas o início de uma longa caminhada que vai ser a minha vida enquanto trabalhador, mesmo sendo curricular senti que tinha bastantes responsabilidades a meu cargo e tudo fiz para não desapontar ninguém, muito menos desapontar-me a mim mesmo. Seria frustrante sentir-me inútil na minha primeira experiência neste mundo, felizmente tive sempre a ajuda de todos os funcionários da Termalitur para me ajudar e ensinar em tudo o que fosse necessário.

Com este estágio consegui adquirir alguma experiência na área de marketing e acima de tudo na área da comunicação, que estava ainda muito mal explorada por mim, preparando-me assim para o meu futuro. Percebi que sem esforço e muita dedicação não irei conseguir atingir as metas que tenho delineado para mim, que só com trabalho árduo irei ter sucesso e que para isso as coisas têm que ser encaradas de uma forma séria. O que aprendi durante o estágio a nível técnico nem se compara ao que aprendi a nível pessoal, saio daqui com a certeza que estou mais preparado para o futuro.

Vivi uma nova realidade, tudo o que tinha aprendido nestes três anos de curso foi bastante teórico e estava com algum receio das minhas capacidades em aplicar na prática tudo o que aprendi. Confesso que inicialmente andei um pouco à deriva mas mais uma vez com a ajuda de todos os funcionários, principalmente da Dr.^a Cristiana minha orientadora na empresa tudo correu bem e fui dando o meu contributo ao longo do tempo.

Quando cheguei fui bastante bem recebido e tratado como se fosse um elemento antigo da empresa. Inicialmente foram definidos os planos para o estágio e agora que termino posso afirmar que estes foram cumpridos e ainda foram feitas mais coisas do que as planeadas, o que se revela bastante gratificante para mim.

Com o fim do estágio e olhando para estes três meses saio da empresa com a sensação de dever cumprido.

Termino este relatório com este versículo, pois revejo-me nele:

*“Confia os teus cuidados ao Senhor, e ele te susterá; jamais permitirá que o justo seja abalado”*¹⁴

¹⁴ Salmos 55:22

Bibliografia

- LINDON, Denis e outros, (2002),- “Mercator XXI- A Teoria do Marketing”; Publicações Dom Quixote, Lisboa.

Outra documentação

- Felgueira, Teresa, (2012) Conteúdos Programáticos da Disciplina de Gestão de Produtos e Marcas, IPG-ESTG, Curso de Marketing
- Oliveira, Ana Margarida (2011) Conteúdos Programáticos da Disciplina de Análise e Gestão Estratégica, IPG-ESTG, Curso de Marketing
- LINDON, Denis e outros, (2002),- “Mercator XXI- A Teoria do Marketing”; Publicações Dom Quixote, Lisboa.

Webgrafia

- www.termas-spsul.com (Consulta diária)
- www.cartasocial.pt (consulta nos dias 3/4/5 de setembro)
- www.termasdeportugal.pt (consulta semanal)
- www.turismodeportugal.pt (consulta no dia 10 de outubro)
- www.ointerior.pt (consulta no dia 7 de novembro)
- www.facebook.com/termas.spsul (Consulta semanal)

ANEXOS

Anexo 1- Balneário D. Afonso Henriques



Anexo 2- Balneário Rainha Dona Amélia



Anexo 3- Nascente Termal



Anexo 4 - Compra dos tratamentos



Anexo 5- Piscina Termal



Anexo 6- Tratamento reumatologia (Hidromassagem termal)



Anexo 7- Tratamento de reumatologia (Vichy Geral)



Anexo 8- Tratamento as vias respiratórias (Nasal)



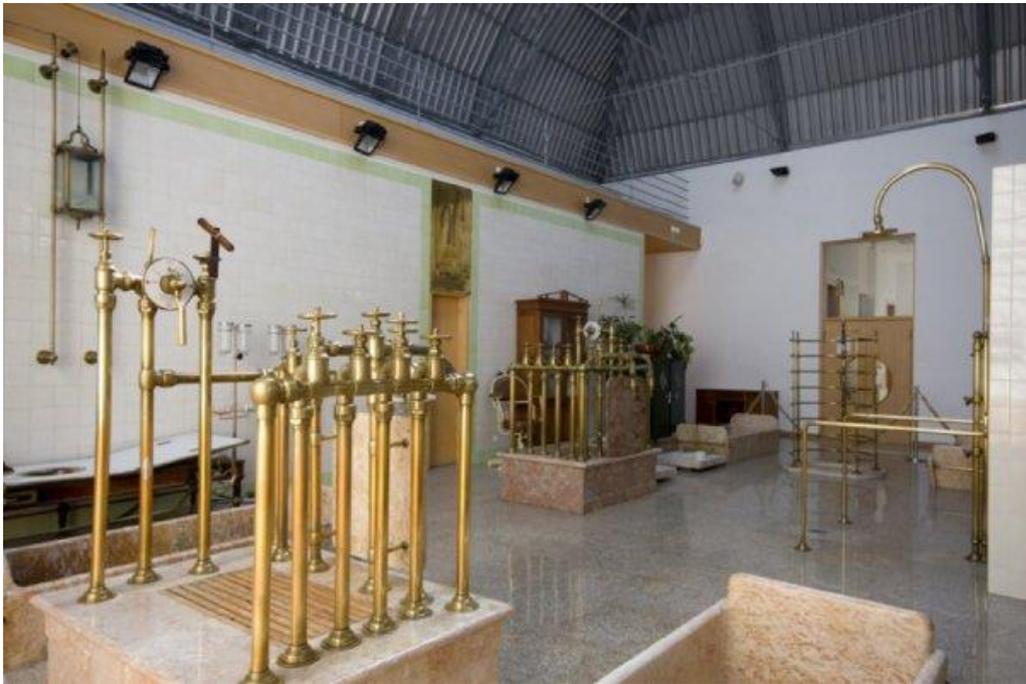
Anexo 9- Tratamento vias respiratórias (Bucofaringeo)



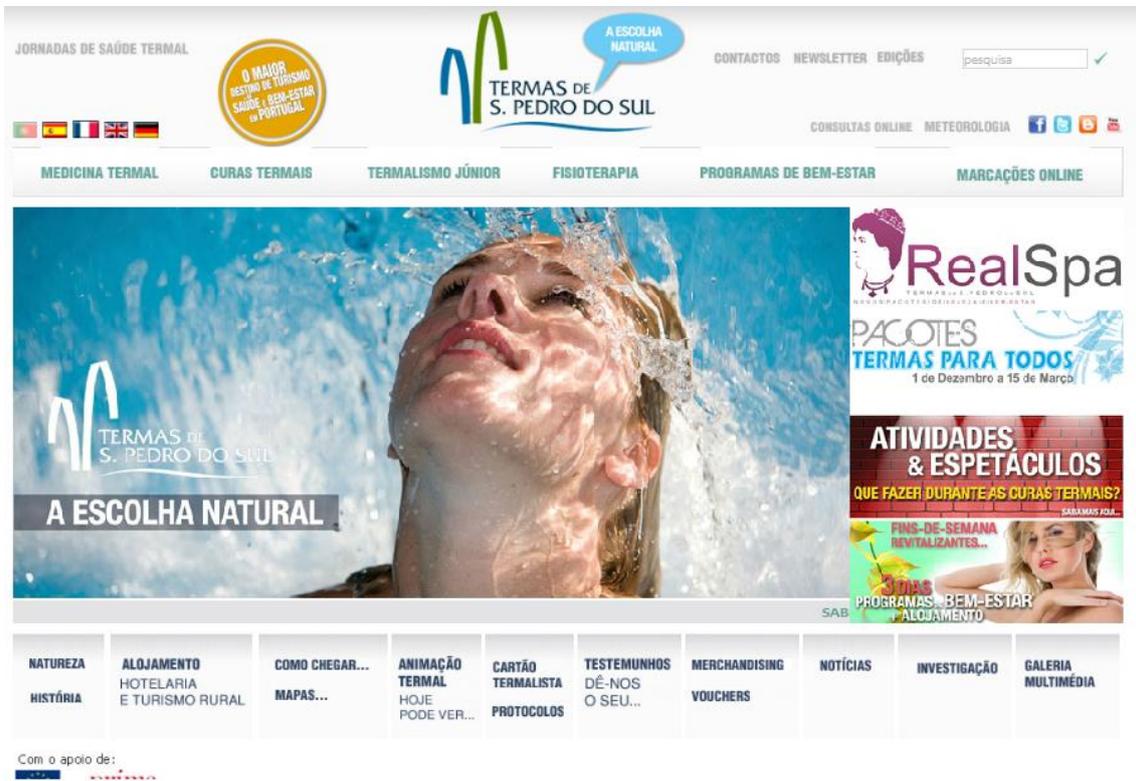
Anexo 10- Tratamentos de Bem-Estar



Anexo 11- Museu das Termas de São Pedro do Sul



Anexo 12- Pagina oficial da Termalitur na internet



The screenshot shows the homepage of the Termas de S. Pedro do Sul website. At the top left, there is a navigation menu with 'JORNADAS DE SAÚDE TERMAL' and a search bar. The main header features the logo 'TERMAS DE S. PEDRO DO SUL' with the tagline 'A ESCOLHA NATURAL'. Below the header is a horizontal menu with categories: 'MEDICINA TERMAL', 'CURAS TERMAIS', 'TERMALISMO JÚNIOR', 'FISIOTERAPIA', 'PROGRAMAS DE BEM-ESTAR', and 'MARCAÇÕES ONLINE'. The main content area is dominated by a large image of a woman's face splashing in water, with the text 'TERMAS DE S. PEDRO DO SUL' and 'A ESCOLHA NATURAL' overlaid. To the right of this image are several promotional banners: 'RealSpa PACOTES TERMAS PARA TODOS' (1 de Dezembro a 15 de Março), 'ATIVIDADES & ESPETÁCULOS QUE FAZER DURANTE AS CURAS TERMAIS?' (SABANAS FOLIA), and 'FINS-DE-SEMANA REVITALIZANTES... 3 DIAS PROGRAMAS BEM-ESTAR ALOJAMENTO' (SAB). Below the main content is a grid of 10 menu items: 'NATUREZA HISTÓRIA', 'ALOJAMENTO HOTELARIA E TURISMO RURAL', 'COMO CHEGAR... MAPAS...', 'ANIMAÇÃO TERMAL HOJE PODE VER...', 'CARTÃO TERMALISTA PROTOCOLOS', 'TESTEMUNHOS DÊ-NOS O SEU...', 'MERCHANDISING VOUCHERS', 'NOTÍCIAS', 'INVESTIGAÇÃO', and 'GALERIA MULTIMÉDIA'. At the bottom left, there is a small section 'Com o apoio de:' followed by logos for 'SANTARÉM' and 'SANTARÉM'.

Anexo 13- Notícia da Termas de São Pedro do Sul no jornal “O interior”



LIGUE-SE À INTERNET VIA WI-FI
MAIS DE 500.000 LOCAIS EM PORTUGAL. É GRÁTIS.



SAIBA MAIS

Edição de 15-11-2012

Pesquisa: OK

EDIÇÃO ACTUAL | 1ª PÁGINA | EM FOCO | EDITORIAL | OPINIÃO | SOCIEDADE | POLÍTICA | REGIÃO | ECONOMIA | CULTURA | DESPORTO | NO FIO DA NAVALHA | CARA A CARA | CARTOON | ESPAÇO PÚBLICO | ÚLTIMA | EDIÇÃO PDF | ATUALIDADE | EFEMÉRIDES | VÁ PA S SEAR | LAZER | E SPECIAL "U&ADO 8" | E SPECIAL TERMA 8 | GALERIA | NUM BÓ CLIQUE

Arquivo: Edição de 18-10-2012

Secção: Especial Termas

A magia termal de São Pedro do Sul

Tempo de leitura: 3 m

BOOKMARK



As Termas de S. Pedro do Sul, no distrito de Viseu, são o maior destino de turismo de saúde e bem-estar em Portugal.

Este lugar de destaque deve-se às suas águas únicas em Portugal e Península Ibérica para o tratamento de doenças reumáticas e respiratórias, mas também à existência de um corpo clínico qualificado, experiente e disponível para apoiar os utentes na orientação das curas termais mais indicadas para cada caso. Tanto assim, que uma estadia nas Termas de S. Pedro do Sul são capazes de restituir «uma renovada qualidade de vida, liberta de dores e do uso da maior parte dos medicamentos», refere a instituição. Esta autêntica vila termal situa-se perto da cidade de S. Pedro do Sul. Em volta dos dois balneários termais (o Rainha D^a Amélia e o D. Afonso Henriques) – que mantêm a estância aberta todo o ano, situação única no país – há diversos hotéis e residenciais, perfeitamente inseridos nas frondosas margens do rio Vouga, num espaço que combina bem-estar, saúde e lazer.



Uma das razões para vir a banhos às Termas de S. Pedro do Sul tem as suas raízes na História. Há vestígios da utilização das suas águas com fins curativos e de bem-estar na Pré-História e no período romano. Supõe-se igualmente que D. Afonso Henriques (séc. XII), o primeiro monarca português, tenha frequentado estas termas após uma fratura da perna sofrida na batalha de Badajoz. Posteriormente, já nos séculos XIX e XX, as Termas de S. Pedro do Sul conhecem um novo impulso e modernização. Em 1884, a Câmara decide construir um moderno balneário que substituirá o tricentenário Hospital Real das Caldas de Lafões. E passados dez anos, em 1894, a Rainha D. Amélia vai mesmo a banhos pela primeira vez no novo balneário, tratando de alguns problemas físicos que a apoquentavam. E com tais resultados que, um ano depois, é aprovado um Decreto Real determinando que as Caldas de Lafões se passem a denominar Caldas da Rainha D. Amélia. Designação que desapareceu com a implantação da República.

O escritor Ramalho Ortigão referiu-se-lhe assim: «Em S. Pedro do Sul, a natureza capricha em exuberância, num complexo de colorido e fertilidade, bordejando os meandros do rio e trepando

Notícias desta Secção

- [Especial: Termas](#)
- [Cró e Longroiva foram as termas mais procuradas em 2011](#)
- [Os benefícios da natureza nas Termas da Cavaca](#)
- [Qualidade é a imagem de marca das Termas do Cró](#)
- [Termas Fonte Santa apostam na saúde e bem-estar](#)
- [Afluência às Termas de Longroiva aumenta este ano para ano](#)

Anexo 14 – Flyer Rastreio lançado para o público



Anexo 15– Flyer Rastreio feito por mim

1 de Outubro
Dia Mundial do Coração e do Idoso

RASTREIO

- ✓ Nutrição
- ✓ Glicémia
- ✓ Hipertensão Arterial
- ✓ Obesidade
- ✓ Medicação
- ✓ Ginástica Mental
- ✓ Higiene Oral
- ✓ Exercício Físico

convida os avós

TERMAS DE S. PEDRO DO SUL

NEM/AAC

Núcleo de Estudantes de Medicina
Associação Académica de Coimbra

Anexo 16- Brochura “Termas para Todos” lançada para o público



PACOTES TERMAS PARA TODOS

1 de Dezembro a 15 de Março

www.termas-spsul.com | email: geral@termas-spsul.com
TERMALISTUR E.C.M.
 Termas São Pedro do Sul | 3690-912 | Alameda S. Pedro do Sul
 Tel. 232 720 300 | Fax: 232 712 152

Vias Respiratórias
 Asma | Bronquite Crónica | Faringite Crónica
 Rinite Alérgica | Sinusite

Reumatologia
 Osteoporose | Artrite Reumatóide | Fibromialgia
 Espondilite Anquilosante | Febre Reumática
 Artrite Gota

TERMAS PARA TODOS **TUDO INCLUIDO**

De 1 de Dezembro a 15 de Março

ALOJAMENTO	HOTEL LINHOS	HOTEL VILGA	HOTEL CARVALHO	HOTEL SPA SAUDE	HOTEL VILLA BANHO	POUSADA JUVENIL DE
Pacote de 8 Dias (7 Noites) preço p/ pax (Grupo mínimo 10 pessoas)						
Vias Respiratórias	325€	325€	325€	325€	430€	276€
Reumatologia	325€	325€	325€	325€	430€	276€
Vias Respirat. + Reumat.	400€	400€	400€	400€	505€	351€
Pacote de 15 Dias (14 Noites) preço p/ pax (Grupo mínimo 10 pessoas)						
Vias Respiratórias	550€	550€	550€	550€	760€	452€
Reumatologia	550€	550€	550€	550€	760€	452€
Vias Respirat. + Reumat.	650€	650€	650€	650€	880€	552€

Programa Hotéis
 Recepção e Boas Vindas + Palestra com Médico + 1 Noite de Animação + 2 Noites de Cinema + 1 Noite de Jogos

*** OBSERVAÇÕES:**
 - Os preços apresentados incluem consulta, tratamento e alojamento em quarto duplo em regime de pensão completa. Para outros modalidades contactar diretamente a unidade hoteleira pretendida.
 - Transporte de grupo não incluído.

Hotel Linhos - 232 723 380
 Hotel Vilga - 232 723 461
 Hotel Carvalho - 232 723 081
 Hotel SPA Saúde - 232 720 210
 Hotel V.ª Sa. Saúde - 232 720 180
 Pousada Juv. - 232 724 543

Anexo 17- Brochura realizada por mim

TERMAS PARA TODOS

De 1 de Dezembro a 15 de Março



Modalidades	PREÇO					
Pacote de 8dias Preço p/Pax (Grupos mínimos 10 Pessoas)	Hotel do Parque ****	Hotel Lisboa***	Hotel Vouga***	Hotel Lisboa***	Hotel Lisboa***	Hotel Lisboa***
Alojamento (quarto-duplo) + Pensão Completa + Tratamentos Vias Respiratórias (inclui mala com aparelhos)	500€	500€	500€	500€	500€	500€
Alojamento (quarto-duplo) + pensão completa + Tratamento Reumatologia	450€	450€	450€	450€	450€	450€
Alojamento (quarto-duplo) + Pensão completa + Tratamento Vias Respiratórias + Reumatologia	600€	600€	600€	600€	600€	600€

Modalidades	PREÇO					
Pacote de 15dias Preço p/Pax (Grupos mínimos 10 Pessoas)	Hotel do Parque ****	Hotel Lisboa***	Hotel Vouga***	Hotel Lisboa***	Hotel Lisboa***	Hotel Lisboa***
Alojamento (quarto-duplo) + Pensão Completa + Tratamentos Vias Respiratórias (inclui mala com aparelhos)	500€	500€	500€	500€	500€	500€
Alojamento (quarto-duplo) + pensão completa + Tratamento Reumatologia	450€	450€	450€	450€	450€	450€
Alojamento (quarto-duplo) + Pensão completa + Tratamento Vias Respiratórias + Reumatologia	600€	600€	600€	600€	600€	600€

Observação: Transporte de Grupos não incluído, a contratação do serviço implica um acréscimo aos valores acima mencionados