



sociedade de turismo **santa maria da feira**

(Handwritten signature)

PLANO DE ATIVIDADES 2025

A. Nota introdutória

A Sociedade de Turismo de Santa Maria da Feira EM, S.A. (doravante designada por Sociedade) é uma sociedade anónima com sede em Santa Maria da Feira, constituída em 25 de novembro de 1997 e que tem como atividade principal o desenvolvimento da atividade termal, pela exploração comercial e turística de estabelecimentos termais e utilização da água mineral natural.

Com o intuito de fomentar o turismo, esta sociedade anónima resultou do desafio lançado pela Câmara Municipal às entidades e empresas privadas do concelho, direta ou indiretamente ligadas ao desenvolvimento turístico do município e da região.

Constituída inicialmente com o objeto social: definição e promoção de estratégias de desenvolvimento turístico no concelho de Santa Maria da Feira, bem como gerir os recursos e equipamentos do âmbito turístico, a empresa tem no seu currículum a participação ativa na promoção e dinamização da oferta turística concelhia, para além da gestão termal que exerce desde 1998, onde se destaca a parceria na Viagem Medieval, a criação dos projetos de animação turística: ceias medievais/ jornadas medievais, banhos públicos S. Jorge e o (En)canto das Águas em Perlim.

Por força das alterações supervenientes, o Município detém, hoje, 99,52% do capital social, encontrando-se a Sociedade Turismo enquadrada no Setor Empresarial Local, nos termos do artigo 19º, da Lei n.º 50/2012, de 31 de agosto (Regime Jurídico da Atividade Empresarial Local e das Participações Locais) na sua versão atualmente em vigor, processo de transformação empresarial concluído em 8 de fevereiro de 2021.

A Sociedade de Turismo tem gerido e explorado comercial e turisticamente o Estabelecimento das Termas de S. Jorge, propriedade do Município, também concessionário da exploração do recurso hidromineral. Face à nova realidade empresarial da Sociedade, a continuidade da gestão da atividade termal é agora suportada num contrato-programa, celebrado entre o Município e a Sociedade de Turismo.





sociedade de turismo **santa maria da feira**

(Handwritten signatures)

O presente Plano de Atividades 2025 reflete as duas dimensões de trabalho que desenvolvemos:

- a) a garantia da continuidade das atividades correntes que são diariamente executadas de forma discreta, mas indispensável para o bom funcionamento da sociedade e das termas;
- b) as medidas inovadoras que garantem as mudanças necessárias para melhorar o que fazemos.

B. Objetivos e Orientações Estratégicas

A Sociedade de Turismo assume o desenvolvimento da atividade termal pela exploração comercial e turística e utilização da água mineral natural das Termas de S. Jorge, podendo desenvolver outras atividades para além daquelas que constituem o seu objeto social, que se revelem úteis para os seus objetivos, designadamente:

1. Elaborar estudos e outros trabalhos conducentes à definição e concretização das ações de promoção do Estabelecimento e da Estância Termal, obrigando-se em simultâneo e em articulação com o Município e outras entidades, a divulgar o património histórico, cultural e natural do concelho;
2. Colaborar em ações de literacia para a saúde, nas diversas componentes de terapêutica, reabilitação, promoção da saúde e prevenção da doença, através dos meios que entender adequados.
3. Desenvolver atividades de apoio no âmbito da dinamização comunitária, entre a população fixa e flutuante com a organização de eventos culturais, recreativos e desportivos na Estância Termal;
4. Reforçar a articulação com entidades públicas e privadas, no sentido da dinamização do termalismo no contexto das políticas corporativas de saúde e bem-estar dos colaboradores, em particular da medicina preventiva e curativa laboral.
5. Reforçar a divulgação do termalismo e da hidrologia médica junto do público prescritor, através da participação em reuniões científicas, congressos médicos e outros meios que se revelem adequados.



termas s.jorge



sociedade de turismo **santa maria da feira**

(Handwritten signatures)

6. Proceder em estreita articulação com o Município no levantamento das necessidades do território, nomeadamente através de estudos técnicos e/ou médico-hidrológicos, programas de termalismo social.
7. Promover a frequência termal, facilitando o acesso a todos os municípios, e majorando positivamente todos aqueles que, pela sua condição financeira e de saúde, o necessitem;

C. Atividades e Recursos

C.1. Consolidação da atividade Termal

Privilegiando sempre a atividade assistencial e de cuidados regulares de saúde em contexto termal, estimamos o crescimento efetivo da procura terapêutica em 2025, e reforçar o crescimento progressivo dos programas de promoção da saúde e prevenção da doença ou simplesmente de bem-estar.

Atingir um crescimento de 10% no número de clientes e de 4% no volume de vendas 2024, o que pressupõe o funcionamento pleno no período da época termal previsto, uma melhor distribuição da frequência ao longo dos meses, num esforço de otimização dos recursos e na garantia de mais e melhor capacidade de resposta.

Plano de ação para época termal 2025

A época termal 2025 está prevista para o período de 24 de fevereiro a 6 de dezembro.

No cumprimento do normativo legal que regula a atividade, a gestão do estabelecimento termal deverá sempre obedecer à priorização dos serviços fundamentais, isto é, da oferta de serviços termais tendo por base a vocação terapêutica e de reabilitação da utilização da água mineral natural, que no caso em apreço se prende com o tratamento de patologias das vias respiratórias, pele e do foro musculo esquelético.

a. Oferta de Serviços

Dentro dos condicionalismos impostos pela lei e pela tutela, continuaremos a reforçar o leque de oferta de serviços nas vertentes de promoção da saúde e prevenção da doença, bem como na componente pura de bem-estar, lazer, numa gestão integrada com a vocação principal.



termas **s.jorge**



sociedade de turismo **santa maria da feira**

S
B

Terapêutica e reabilitação

Estimamos que a portaria que regulamentará a Lei nº 59/2023, de 31 de outubro, que estabelece o regime de comparticipação do Estado no preço dos tratamentos termais prescritos no Serviço Nacional de Saúde, venha a ser publicada no primeiro trimestre de 2025.

A sua publicação permitirá desde logo uniformizar o prazo de validade das requisições para tratamento termal com o prazo das requisições para os restantes MCDTS e permitir a possibilidade de comparticipação de mais do que uma cura termal por ano.

Esta regulamentação facilitará a prescrição e a utilização da respetiva prescrição, até ao momento muito penalizada pela dificuldade de agilização da consulta médica para prescrição e a sua utilização pelos utentes dentro dos prazos da validade (até ao momento de 30 dias).

O crescimento da procura termal terapêutica é também sustentado pela continuidade dos programas termais decorrentes do contrato-programa, a saber:

- Programa Termas para Todos – que consiste na isenção do pagamento da taxa de inscrição termal e de 15% de desconto sobre o valor dos tratamentos a todos os termalistas residentes no concelho de Santa Maria da Feira e referenciados por médico de família, nos programas terapêuticos de 15 dias;

- Programa TermalSenior – já alargado a todo território feirense, e que continuaremos a apostar no seu alargamento a novos municípios da área metropolitana do Porto, com especial enfoque nos municípios de Vale de Cambra, Arouca e Gaia;

- Programa Termas para quem mais precisa – que consiste na majoração positiva dos municípios que, pela sua condição financeira e de saúde o necessitem:

- a) complemento adicional de 5% para detentores do cartão Feira Séniior - escalão A, referenciados por médico de família, nos programas terapêuticos de 15 dias;

- b) Complemento adicional de 5% para crianças e jovens até aos 18 anos, referenciados por médico de família, nos programas terapêuticos de 15 dias;

- c) Complemento adicional de 5% para municípios com pelo menos 60% de incapacidade, referenciados por médico de família, nos programas terapêuticos de 15 dias;





sociedade de turismo **santa maria da feira**

(Handwritten signatures)

Paralelamente, projetamos:

- A implementação do Programa Bem-estar mental: Projeto piloto de 25 programas terapêuticos de 15 dias, dirigido a residentes no concelho de Santa Maria da feira, com problemas de saúde mental, referenciados clinicamente pelo CHEDV
- O crescimento das parcerias e protocolos com associações de doentes, associações profissionais e empresariais;
- A continuidade da (difícil) negociação do copagamento dos cuidados de saúde em termas, com os seguros de saúde (em parceria com a ATP);

Por último, mas não menos importante, continuar a apostar no Termalismo pediátrico e nas famílias, onde destacamos dois projetos:

Programa TermalKids

Reforçar a comunicação dos benefícios dos programas termais para a saúde respiratória infantil e juvenil e a sua prescrição;

Implementação do Projeto piloto de 100 programas terapêuticos de 15 dias, dirigido a crianças residentes no concelho de Santa Maria da feira, com problemas respiratórios, referenciadas pelo médico de família

Programa Cuidar

Dirigido às crianças com doenças crónicas e às famílias, este programa tem como embaixatriz a nova mascote Maria e visa desenvolver programas termais e projetos dirigidos à comunidade tendo em vista a saúde e bem-estar deste público-alvo.

Implementação do Projeto "Termas para quem cuida": Programas de curta duração dirigido aos cuidadores, atenção para os cuidadores pediátricos;

Promoção de Saúde

"Promoção da saúde é o nome dado ao processo de capacitação da comunidade para atuar na melhoria de sua qualidade de vida e saúde, incluindo uma maior participação no controle deste processo. Para atingir um estado de completo bem-estar físico, mental e social os indivíduos e grupos devem saber identificar aspirações, satisfazer necessidades e modificar





sociedade de turismo **santa maria da feira**

6
S
MDF

favoravelmente o meio ambiente. A saúde deve ser vista como um recurso para a vida, e não como objetivo de viver. Nesse sentido, a saúde é um conceito positivo, que enfatiza os recursos sociais e pessoais, bem como as capacidades físicas. Assim, a promoção da saúde não é responsabilidade exclusiva do setor saúde, e vai para além de um estilo de vida saudável, na direção de um bem-estar global” Carta de OTOWA, 1986

Existem 3 elementos-chave da promoção da saúde

i. Boa governação para a saúde

Participação das Termas S. Jorge na construção/discussão do Plano Local de Saúde e da Estratégia Municipal para a Saúde, integrando a prática termal nas políticas de promoção de saúde.

ii. Literacia em saúde

Mantendo a missão pedagógica das Termas S. Jorge, enquanto parte integrante da rede de cuidados de saúde, continuaremos a apostar nas ações de literacia para a saúde, nas diversas componentes de terapêutica, reabilitação, promoção da saúde e prevenção da doença, nomeadamente a realização de 3 palestras de literacia para a saúde dirigidas à comunidade sob o lema “Claro como água”;

iii. Cidades saudáveis

O compromisso municipal com a melhoria da qualidade de vida e promoção de saúde, quer ao nível do planeamento urbano, bem visível na requalificação da envolvente termal e sua integração nos passadiços do Uíma, quer ao nível dos programas termais consagrados no contrato-programa, reforça e consolida o papel das Termas de S. Jorge numa política local de promoção de saúde e bem-estar da comunidade.

As Termas são locais por excelência para o desenvolvimento dos mais variados programas de promoção de saúde e de prevenção de doença, aliando o equipamento de saúde, ao recurso natural medicinal água mineral natural e à envolvente ambiental que convida à vida saudável e ao relaxamento.

Considerando o forte tecido empresarial do município e da região, a aposta no projeto Termal & Co, com enfoque para a promoção da saúde laboral – enquadra-se neste desiderato e nesta responsabilidade coletiva e continuará a estar no foco do nosso plano de ação para 2025.





sociedade de turismo santa maria da feira

(Handwritten signature)

Programas de Bem-Estar Termal

Neste segmento, estimamos um crescimento da frequência de 20% face a 2024, ano recorde neste segmento, suportado nas seguintes acções:

- O reforço da venda de vouchers pela loja online;
- reforço da oferta dirigida de programas dirigidos ao segmento corporativo;
- dinamização da venda/utilização imediata ao balcão a visitantes e residentes

Para o efeito estão previstas ações de comunicação específicas principalmente nos meses de menor frequência do termalista terapêutico, permitindo uma maior capacidade de resposta.

O crescimento deste segmento garante a atração de novos públicos e novos mercados, nomeadamente o mercado internacional. A qualidade da oferta e da experiência termal, são também fatores de promoção e potencial crescimento da frequência terapêutica, como temos verificado nos últimos dois anos com os clientes locais.

b. Formação, Investigação e Desenvolvimento

Formação externa

Reforçar as parcerias existentes entre a Sociedade de Turismo e as diversas instituições de ensino, no âmbito da formação profissional, pré-graduada e pós-graduada, nomeadamente:

- Curso de Operador de Termalismo – Escola Secundária Coelho Castro – Fiães – componente prática + estágios – esperamos que retome a oferta formativa no ano letivo 2025/2026.

Curso de Auxiliar e Ação Médica – Centro Integral de Ensino – estágios

- Cursos de Massagem e Técnicas de Bem Estar – Escola Profissional de Paços de Brandão e Escola Profissional de Riomeão - componente prática + estágios
- Curso Técnico Superior Profissional de Termalismo e Bem-estar – CESPU - componente prática + estágios





sociedade de turismo **santa maria da feira**

(Handwritten signature)

- Cadeira de Hidrologia Médica - Mestrado Integrado do Curso de Medicina – ICBAS; componente prática

- Curso de Verão de Hidrologia Médica – ICBAS; componente prática

- Internato Medicina Física e Reabilitação – CHEDV, CHVNG, CHP entre outras unidades hospitalares – internato especialidade hidrologia médica;

As Termas de S. Jorge continuarão preparadas para o acolhimento de estágios curriculares presenciais, aulas práticas e visitas técnicas sempre que solicitado, contribuindo para a qualificação de Recursos Humanos de proximidade nas áreas da saúde e do bem-estar.

Em parceria com a Sociedade Portuguesa de Hidrologia Médica, as Termas S. Jorge continuarão a dinamizar *Workshops de Hidrologia Médica* dirigidos a Médicos de Medicina Geral e Familiar e especialidades diretamente relacionadas com as suas indicações terapêuticas, promovendo o melhor conhecimento da oferta termal e do seu potencial terapêutico

Formação interna

A valorização e capacitação dos recursos humanos é fundamental para a melhoria contínua da qualidade do serviço prestado, particularmente numa atividade de cuidados de saúde.

Formação Contínua

Dando seguimento ao plano de necessidades formativas, estão previstas ações de formação técnica de reciclagem de consolidação de conhecimento pelos novos técnicos termais.

Programa Formação + Próxima - Turismo de Portugal.

Em parceria com a Associação das Termas de Portugal, a Escola de Hotelaria e Turismo do Porto e em conjunto com 3 balneários termais da região norte, estão previstas mais ações de formação conjunta. A formação conjunta permitirá a troca de experiências entre técnicos de diferentes balneários termais, promovendo a discussão e a uniformização de protocolos de tratamento e serão realizadas nos diferentes balneários termais.





sociedade de turismo santa maria da feira

(Handwritten signature)

I&D

HIDROGENOMA

Apesar da etapa transcriptómica não estar concluída, estão já em vista novos estudos tendo por base as conclusões obtidas nas duas primeiras etapas da 2ª fase do Projeto Hidrogenoma. Estes estudos serão realizados em parceria e sob a coordenação da Direção Geral de Geologia e Energia.

Recordamos que o Hidrogenoma é estudo inovador sobre o microbismo natural destes recursos hidrogeológicos, liderado pela DGEG, do qual as Termas de S. Jorge fazem parte, deverá ver concluída a caracterização do metaboloma da AMN e identificadas as biomoléculas com potencial bioativo, relacionadas com os microrganismos identificados na 1ª fase do projeto Hidrogenoma.

Paralelamente prevemos iniciar o estudo do potencial dermocosmético da água mineral natural, tendo em vista a produção e comercialização de produtos dermocosméticos, numa candidatura conjunta com um parceiro da área académica e um parceiro da área da farmacologia para a produção

Termalismo Pediátrico

O projeto piloto Termalkids para todos, tem subjacente a realização de estudo clínico, em parceria com a ULS de Entre o Douro e Vouga EPE. Estimamos ser possível avançar com o mesmo em 2025.

Dada a importância da I&D para a diversificação da oferta de produtos e serviços das termas e para consolidação clínica da oferta existente, continuaremos a reforçar os protocolos com a comunidade académica e as parcerias para projetos de investigação nas diversas áreas de conhecimento técnico-científico, não só das potencialidades terapêuticas do recurso hidromineral, mas também nas áreas da sustentabilidade e da inovação.

c) Intervenções no Balneário Termal

Considerando a natureza da atividade termal e as características da água mineral natural, estão salvaguardados investimentos em equipamento básico (substituição ou reforço), que se revelem necessários, assegurando o cumprimento do plano de manutenção preventivo





sociedade de turismo **santa maria da feira**

*L
S*

dos equipamentos e das instalações, e garantindo a qualidade e segurança da infraestrutura e a atratividade do estabelecimento termal.

As intervenções mais estruturantes no Balneário Termal, pretendem responder às prioridades definidas: a otimização dos espaços e recursos, a maximização do potencial terapêutico, a diversificação da oferta de serviços e a melhoria da qualidade do serviço prestado.

A sua complexidade e a necessidade de garantia higienosanitária de toda a instalação pós obra, aconselha ao faseamento das mesmas, evitando um encerramento superior ao habitual e assim garantindo sempre que possível o normal funcionamento do balneário termal.

Neste sentido está prevista uma intervenção estruturante na Piscina Termal, a 1ª fase de remodelação do sistema de climatização e ainda uma grande intervenção no elevador, essencial para garantir a normal mobilidade dos termalistas dentro do balneário termal.

No mesmo sentido, a restante remodelação será igualmente planeada de forma faseada, salvaguardando ao máximo o normal funcionamento da época termal e o ciclo de crescimento da atividade

d) Visibilidade e notoriedade das Termas de S. Jorge

Seguindo o Plano de Marketing Estratégico desenvolvido, as Termas de S. Jorge pretendem posicionar-se no mercado enquanto equipamento de saúde e bem-estar de referência, com valências diferenciadas, pelos seus benefícios terapêuticos únicos, diversidade de produtos termais e competência dos seus profissionais.

Missão

Prestar um serviço de saúde de excelência, complementar à rede nacional da saúde, capaz de promover a efetiva qualidade de vida dos cidadãos, assente não só na terapêutica e reabilitação, mas também na prevenção e na promoção da saúde, oferecendo um equipamento e serviço de referência no turismo de saúde e bem-estar.

Valores

- Fomentar a prevenção e promoção da saúde, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida dos cidadãos, com enfoque no território local (área metropolitana do Porto);





sociedade de turismo santa maria da feira

- Criar oportunidades sociais, para a prática termal, tornando-a acessível a todos os públicos;
- Valorizar, preservar e promover o património termal (histórico, geológico, sociocultural, arquitetónico e ambiental);
- Integrar e valorizar o ambiente natural envolvente, numa relação sustentável de turismo de saúde.
- Gerar valor acrescentado à comunidade local, concelho e stakeholders;
- Contribuir para o Conhecimento e Formação da Atividade nas suas diversas áreas de intervenção;

Objetivos Estratégicos

Um dos objetivos estratégicos que norteia os grandes eixos de ação do plano de marketing das Termas S. Jorge visa o contínuo reforço da visibilidade e notoriedade da sua imagem de marca com o objetivo de dar a conhecer e credibilizar as suas valências terapêuticas e de bem-estar, com ofertas segmentadas para diferentes perfis de públicos.

A sua prossecução é concretizada paralelamente com a prossecução de um outro objetivo estratégico: criar continuamente uma relação profícua de proximidade com as instituições locais e comunidade em geral, numa perspetiva de envolvimento ativo com a sociedade. O foco continuará a ser trabalhar numa visão comum, promovendo o desenvolvimento de atividades e projetos enriquecedores de interesse coletivo, especialmente os dirigidos à área da promoção da saúde e do bem-estar.

Trabalhar em proximidade com todos os agentes da nossa comunidade: público em geral, académico e profissional e ao nível institucional e político, continuará a estar no centro da estratégia de comunicação das Termas S. Jorge.

Para 2025, salvaguardamos em orçamento verbas para o Plano de Ação definido, tendo em vista o desenvolvimento de ações que cumpram também alguns dos objetivos específicos definidos:

- Reforçar a credibilidade das Termas S. Jorge, junto do público prescritor, promovendo ações de divulgação dirigidas especificamente à comunidade médica local e regional, visando o conhecimento da oferta termal e das valias terapêuticas da água mineral natural das Termas de S. Jorge.





sociedade de turismo santa maria da feira

(Handwritten signature)

- Posicionar as Termas S. Jorge como um espaço de promoção da saúde, com a oferta de programas terapêuticos adequados ao tratamento de reabilitação, no enquadramento do papel terapêutico do termalismo, capaz de auxiliar na recuperação respiratória e músculo-esquelética
- Continuar a evidenciar a importância das termas associada a fins terapêuticos de equilíbrio psicofísico com programas de "Curas de repouso" que poderão ser uma mais-valia fomentando o reequilíbrio necessário, numa perspetiva de promoção de um estilo de vida saudável.
- Promover e divulgar as diferentes ofertas de serviços das Termas S. Jorge de forma apelativa e criativa, junto de novos segmentos de públicos com a eventual implementação de novos projetos e programas sempre que se justifique.
- Dar a conhecer os diversos benefícios terapêuticos e de bem-estar proporcionados pelas águas minerais naturais do balneário, especificamente em cada patologia clínica (como uma opção terapêutica para cada caso);
- Abordar o conceito lato do termalismo: que associa a placidez da natureza; às propriedades medicinais da água mineral natural e à ciência da hidrologia médica, que através das diversas técnicas termais, proporcionando a promoção e/ou reabilitação da saúde, num binómio: corpos são em mente sã.
- Desenvolver um plano de comunicação, baseado numa estratégia de storytelling, das lendas, tradições, da história e património termal.

Plano de Ação

AÇÕES DE MARKETING DIRECTO

As ações de Marketing direto são uma das ações de comunicação privilegiadas das Termas S. Jorge, considerando o seu público-alvo e a importância da relação emocional com os termalistas.

COMUNICAÇÃO DE IMPRENSA

A assessoria de imprensa pretende privilegiar a divulgação das Termas S. Jorge junto dos seus públicos, pelo que continuará a constar no nosso plano de marketing o envio regular





sociedade de turismo santa maria da feira

(Signature)

de comunicados de imprensa, dirigido aos media (imprensa local, nacional, generalista e especialista, rádios e Televisão).

AÇÕES DE MARKETING DIGITAL

Em termos de marketing digital, a aposta continuará a incidir numa comunicação permanente a nível das redes sociais, nos canais de facebook, instagram e youtube, reforçada com a interligação do site, para impulsionar uma atitude mais reativa por parte dos visitantes (como por exemplo, com a marcação de consulta médica, pedido de informações) e em especial com a loja online, potenciando o crescimento das vendas online, que tem apresentado uma taxa de crescimento interessante ao longo de 2024.

PUBLICIDADE INDOOR & OUTDOOR

Em termos de publicidade, estão previstas presenças publicitárias indoor, especialmente ao nível da comunicação de campanhas locais, e dos programas termais resultantes do contrato programa.

Ao nível da publicidade outdoor prevê-se o reforço da exposição na via pública, do nosso território, sempre que possível.

AÇÕES NA COMUNIDADE

Reforçar o envolvimento proativo com as diversas entidades da nossa região, numa relação estreita com os players profissionais e empresariais, especialmente da comunidade médica, de forma, a permitir a divulgação do conhecimento da oferta termal e das valias terapêuticas da água mineral natural das Termas S. Jorge.

Neste sentido, será assegurada a presença institucional das Termas S. Jorge nas iniciativas do calendário de eventos de 2025, de diversas áreas e organizações e que já contam com a presença e apoio das Termas S. Jorge, ano após ano. Não obstante, será reforçada a presença em novos eventos sempre que se demonstre relevante na credibilização e reforço da notoriedade Termas S. Jorge.

PARCERIAS

As Termas S. Jorge continuarão a estabelecer novas parcerias, especialmente a nível empresarial, quer ao nível de ações de literacia para a saúde, promoção da saúde, eventos dedicados ou protocolos de colaboração. Para estas acções, será garantida uma comunicação





sociedade de turismo **santa maria da feira**

(Handwritten signatures)

regular com as entidades parceiras, promovendo uma maior proximidade com estas entidades e a dinamização das ações.

DESIGN & IMAGEM

Continuar o investimento em termos de design e imagem das Termas S. Jorge, atualizando suportes de comunicação e desenvolvendo novos suportes considerando as ofertas de bem-estar, o reforço da presença online, as presenças em eventos, as ações promocionais e os novos eventos e projetos.

AÇÕES PROMOCIONAIS

Desenvolver campanhas promocionais tendo sempre como foco aumentar a frequência termal, incrementar as vendas e maximizar a utilização do balneário termal.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

A Sociedade de Turismo continuará disponível para colaborar em projetos ou iniciativas de carácter social

Em parceria com o Município e com os parceiros do Plano Local da Saúde, serão apresentados novos programas termais dirigidos a públicos específicos e que obrigarão a ações de comunicação dedicadas.

AVALIAÇÃO DE QUALIDADE

Considerando os parâmetros de qualidade estabelecidos no contrato programa com o município, pretende-se “atingir um elevado grau de satisfação dos nossos termalistas” medido pelo indicador de índice de avaliação de satisfação. Para o efeito, continuarão a ser aplicados, durante toda a época termal’25, o modelo de questionários de avaliação aprovado com a posterior realização de um tratamento estatístico, de forma, a puder avaliar o seu cumprimento de objetivo e idealmente puder superá-lo num grau superior a 85%.

COMUNICAÇÃO E MARKETING INSTITUCIONAL

Em 2025 serão continuadas e/ou desenvolvidas as ações a saber:

- conteúdos pedagógicos e divulgação junto da comunidade escolar (até 3º ciclo) e os conteúdos para o ensino – no âmbito do projeto de educação ambiental e de conhecimento na área da hidrogeologia - tendo como embaixador a mascote Gotinhas;





sociedade de turismo santa maria da feira

(Handwritten signature)

- desenvolvimento de conteúdos para o Programa Cuidar e para as suas atividades - tendo como embaixatriz a mascote Maria;
- participação nos fóruns de discussão e acompanhamento da Estratégia Municipal para a Saúde e Plano Local da Saúde, garantindo o alinhamento estratégico das Termas de S. Jorge com as prioridades definidas para a Saúde, mas também a inclusão dos serviços que oferece e do termalismo nos recursos para a sua concretização;
- participação em certames, feiras e ações de dinamização turística com o município, bem como a presença em congressos e outros eventos a decorrer no Europarque sempre que se revele estratégica;
- participação na dinamização de fam trips e educacionais à região Norte, direcionados ao segmento saúde e bem-estar, juntamente com a Entidade Regional de Turismo, Porto e Norte, AR e a Associação das Termas de Portugal;
- participação em eventos promovidos pelo município e/ou Feira Viva, com especial destaque para:

Banhos S. Jorge

Reforçar a oferta desta área temática, que ao longo dos anos tem contribuído para a diferenciação das experiências diferenciadoras da Viagem Medieval, e continuará certamente a revelar-se como o espaço ideal de promoção das Termas de S. Jorge e de relações públicas institucionais.

Perlim

Participação das Termas de S. Jorge em Perlim, com as suas mascotes – Gotinhas e Maria – pela dinamização de um espetáculo infantil, atendendo a missão e os projetos de responsabilidade social que cada uma das mascotes representa.





sociedade de turismo **santa maria da feira**

D. Conclusão

Apesar da evolução favorável registada nos dois últimos anos, o contexto político, económico e financeiro mundial continua a manter pressão já sentida sobre os mercados, com forte impacto no aumento do custo de vida.

Não obstante, assistimos a uma maior consciencialização para a importância da promoção da saúde e prevenção da doença, cuja aposta municipal esperamos ver espelhada noutras políticas municipais e nacionais.

A qualidade do capital patrimonial, natural e humano das Termas de S. Jorge é e será sempre preponderante no cumprimento do Plano apresentado.

7 de novembro de 2024

O Presidente do Conselho de Administração

(Vitor Carlos Latourrette Marques)

O Vogal do Conselho de Administração

(Rui Campos de Oliveira)





sociedade de turismo santa maria da feira

6
JF

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS PREVISIONAIS DO ANO DE 2025

1. REFERENCIAL CONTABILÍSTICO NA ELABORAÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS PREVISIONAIS DO ANO DE 2025

As demonstrações financeiras previsionais foram preparadas, a partir dos registos contabilísticos da Entidade e de acordo com as normas do Sistema de Normalização Contabilística (SNS/NCRF), sendo que a sua preparação, as políticas contabilísticas seguidas são consistentes com as que irão ser apresentadas nas contas de 2024, ainda em curso.

2. ORÇAMENTO

O orçamento 2025 prevê a manutenção do subsídio municipal de 2024;

As receitas próprias crescem 4%, relativamente às receitas estimadas para 2024 (que já correspondiam a valores pré-pandemia)

O peso do subsídio municipal decresce para 23.6%, sem prejuízo da execução dos programas Termas para Todos, "TermalSenior", "Termas para quem mais precisa" e de pelo menos um dos outros programas previstos no contrato programa;

As disponibilidades previstas garantem o pagamento a fornecedores no prazo máximo de 30 dias;

2.1. Receitas / Política de preços

A tabela de preços 2024 proposta foi alvo de uma atualização cirúrgica e ponderada, considerando a avaliação dos custos por técnica termal, tipo de frequência termal (terapêutica ou bem-estar) e o agravamento do custo de vida das famílias;

As receitas em vendas e prestação de serviços estimadas têm por base o pressuposto de um funcionamento em pleno de 24 de fevereiro a 6 de dezembro e um crescimento de 4% face a 2024.

2.2. Investimentos

Considerando a natureza da atividade termal e as características da água mineral natural, estão salvaguardados investimentos em equipamento básico (substituição ou reforço), que se revelem necessários, assegurando o cumprimento do plano de manutenção preventivo





sociedade de turismo **santa maria da feira**

dos equipamentos e das instalações, e garantindo a qualidade e segurança da infraestrutura e a atratividade do estabelecimento termal.

Paralelamente, estão previstas já intervenções estruturantes, faseando a remodelação do balneário termal.

Prevê-se um aumento dos ativos fixos tangíveis de 100.000,00 euros.

2.3. Recursos Humanos

No orçamento estão contemplados os ajustamentos salariais dos colaboradores necessários considerando o funcionamento em pleno toda a época termal 2025, o crescimento da frequência termal estimada e o arranque do processo de consolidação laboral, prevendo-se um crescimento na ordem dos 6%.

2.4. Custos de Exploração

Na estimativa dos custos em Fornecimentos e Serviços externos (FSE), foram reajustadas rubricas face aos custos suportados em 2024 até ao momento, prevendo-se a final uma descida pouco expressiva. Apesar da subida geral dos preços médios, a situação financeira da empresa permite a aquisição de bens em escala e pagamentos a curto prazo, beneficiando de preços mais competitivos. As rubricas de Trabalhos especializados, Energia e Conservação e Reparação continuam a ter o maior peso no total dos FSE.

O Presidente do Conselho de Administração


 (Vitor Carlos Latourrette Marques)

O Vogal do Conselho de Administração



(Rui Campos de Oliveira)





sociedade de turismo **santa maria da feira**

(Handwritten signatures)

Anexos





sociedade de turismo santa maria da feira

S & S

SOCIEDADE DE TURISMO DE SANTA MARIA DA FEIRA EM, S.A.

Demonstração dos resultados por naturezas previsional em 31 de dezembro de 2025

(Euros)

RENDIMENTOS E GASTOS	PERÍODOS	
		2025
Vendas e serviços prestados		820 000,00
Subsídios à exploração		255 000,00
Custo das mercadorias vendidas e matérias consumidas		-22 000,00
Fornecimentos e serviços externos		-347 550,00
Gastos com pessoal		-628 650,00
Outros rendimentos		5 000,00
Outros gastos		-5 000,00
Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos		76 800,00
Gastos/reversões de depreciação e de amortização		-72 000,00
Resultado operacional (antes de gastos de financiamento e impostos)		4 800,00
Juros e gastos similares suportados		-4 800,00
Resultado antes de impostos		0,00
Imposto sobre rendimento do período		-
Resultado líquido do período		0,00
Resultado por ação básica		

O Conselho de Administração

*José Carlos Esteves
Ricardo José da Cunha*

A Contabilista Certificada

Fátima da Cunha Soares da Silveira





sociedade de turismo santa maria da feira

(Handwritten signature)

SOCIEDADE DE TURISMO DE SANTA MARIA DA FEIRA EM, S.A.

Balanço previsional a 31 de dezembro de 2025

(Euros)

RUBRICAS	31.12.2025
ATIVO	
Ativo não corrente	
Ativos fixos tangíveis	179 664,55
Outros investimentos financeiros	1 000,00
Ativos por impostos diferidos	26 684,35
	207 348,90
Ativo corrente	
Inventários	5 000,00
Clientes	26 000,00
Estado e outros entes públicos	6 000,00
Outros créditos a receber	
Diferimentos	5 000,00
Caixa e depósitos bancários	177 847,82
	219 847,82
Total do Ativo	427 196,72
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO	
CAPITAL PRÓPRIO	
Capital subscrito	125 600,00
Outros instrumentos de capital próprio	667 000,00
Reservas legais	11 461,35
Resultados transitados	-609 024,33
Excedentes de revalorização	14 382,91
Resultado líquido do período	
Total do Capital Próprio	209 419,93
PASSIVO	
Passivo não corrente	
Financiamentos obtidos	103 914,25
Passivos por impostos diferidos	4 175,69
	108 089,94
Passivo corrente	
Fornecedores	12 500,00
Estado e outros entes públicos	18 000,00
Financiamentos obtidos	34 673,88
Outras dívidas a pagar	44 512,97
Diferimentos	
	109 686,85
Total do Passivo	217 776,79
Total do Capital Próprio e do Passivo	427 196,72

O Conselho de Administração

*Vitor Guedes Lopes
Ana Paula Jorge*

BANHOS S. JORGE



A Contabilista Certificada
Fátima do Céu Soares da Silveira

termas s.jorge



sociedade de turismo **santa maria da feira**

(Handwritten signatures)

Demonstração de Fluxos de Caixa previsional em 31 de dezembro de 2025

RUBRICAS	(Euros)	
	PERÍODOS	2025
Fluxos de caixa das actividades operacionais		
Recebimentos de clientes		836 376,00
Pagamentos a fornecedores		-345 643,46
Pagamentos ao pessoal		-600 549,90
	Caixa gerada pelas operações	-109 817,36
Pagamento/recebimento do imposto sobre o rendimento		
Outros recebimentos/pagamentos		
	Fluxos de caixa das actividades operacionais	-109 817,36
Fluxos de caixa das actividades de investimento		
Pagamentos respeitantes a:		
Activos fixos tangíveis		-100 000,00
Investimentos financeiros		
Recebimentos provenientes de:		
Activos fixos tangíveis		
Investimentos financeiros		
	Fluxos de caixa das actividades de investimento	-100 000,00
Fluxos de caixa das actividades de financiamento		
Recebimentos provenientes de:		
Realizações de capital e de outros instrumentos de capital próprio		
Cobertura de prejuízos		
Outras operações de Financiamento		255 000,00
Pagamentos respeitantes a:		
Financiamentos obtidos		-34 637,88
Juros e gastos similares		-4 800,00
	Fluxos de caixa das actividades de financiamento	215 562,12
Variação de caixa e seus equivalentes		
Efeito das diferenças de câmbio		
Caixa e seus equivalentes no inicio do período		172 103,06
Caixa e seus equivalentes no fim do período		177 847,82

O Conselho de Administração

*João Gomes Lobo
Luisa Alves*

A Contabilista Certificada

Fátima do Céu Soárez da Silveira

