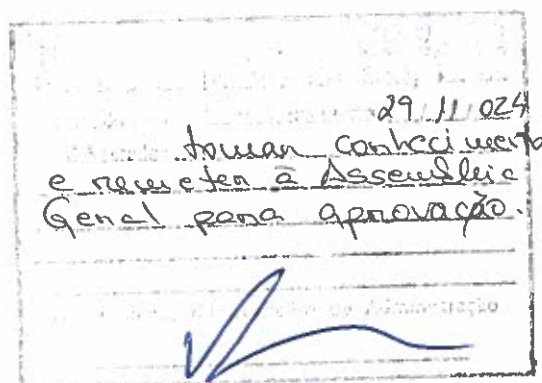


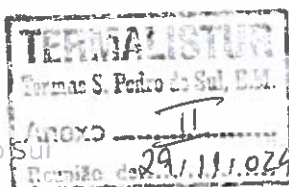
TERMAS
SÃO PEDRO
DO SUL

Plano Anual de Atividades e Orçamento



2025

Termalístur – Termas São Pedro do Sul





EDIÇÃO

Termalistur - Termas São Pedro do Sul, E.M., S.A.

Termalistur - Termas São Pedro do Sul, E.M., S.A.

Praça Dr. António José de Almeida
Termas de S. Pedro do Sul
3660-692

Contactos

Telefone: 00351 232 720 300
Email: geral@termas-spsul.com

Página Oficial

www.termas-spsul.com

Caraterização Jurídica

Sociedade Anónima com o nº de pessoa coletiva 506 817 997
Capital social 4.559.379€

Constituição do Conselho de Administração:

Presidente: Dr. Victor Jorge Paiva Leal
Vogal: Dr. Fernando Varanda Aido
Vogal: Dra. Teresa Cristina Castanheira de Almeida Sobrinho

Fiscal Único

Dra. Margarida Cecília Pais de Oliveira Carragoso
ROC nº1822

Controlo do Documento

EDIÇÃO	DESCRIÇÃO
01 (17/11/2023)	_01 Versão Inicial
02 (26/11/2024)	_02 Versão Final

Tabela de Conteúdos



Mensagem do CA

04

Nota Introdutória

06

Eixos de Intervenção

09

Objetivos Estratégicos Gerais

12

Considerações Finais

60

Demonstrações Financeiras/Previsionais 62



Mensagem do CA

À medida que nos aproximamos de 2025, a Termalistur **reafirma o seu compromisso de liderança** no termalismo e bem-estar em Portugal. Este novo ano traz-nos a oportunidade de **renovar a nossa visão e de alargar horizontes**, visando tanto a excelência na experiência dos utentes quanto o crescimento sustentável da nossa marca. Para 2025, **traçámos um caminho focado em metas concretas e alcançáveis**, onde a adaptação ao mercado e a inovação continuam a ser a base das nossas **decisões estratégicas**.

Apostamos numa abordagem que **coloca o bem-estar dos nossos utentes no centro de tudo o que fazemos**, com uma visão progressiva em termos de saúde, fisioterapia e dermocosmética.

A Termalistur é **movida pela vontade de atender e superar as expectativas** de quem nos procura, **valorizando a confiança** que os utentes depositam em nós.

Este plano não seria possível **sem o empenho e a dedicação inigualáveis dos nossos colaboradores**, que representam a **força e o compromisso** que nos permitem enfrentar os desafios e as oportunidades do futuro. **A equipa Termalistur é o coração da nossa missão**, e é através da sua competência e paixão que continuamos a **construir uma referência sólida no setor**.

Em 2025, projetamos uma Termalistur que **evolui, acolhe e cresce**, com o **objetivo de entregar um serviço ainda mais completo e cuidadoso**. Com confiança e determinação, seguimos a **nossa missão de fortalecer a saúde e o bem-estar de cada utente**, elevando os nossos padrões de excelência.

Continuaremos alinhados com os nossos parceiros e com as diversas redes institucionais criadas tendo em vista o desenvolvimento e afirmação contínua do nosso território termal.



Victor Leal

Presidente do Conselho de Administração



Fernando Aido

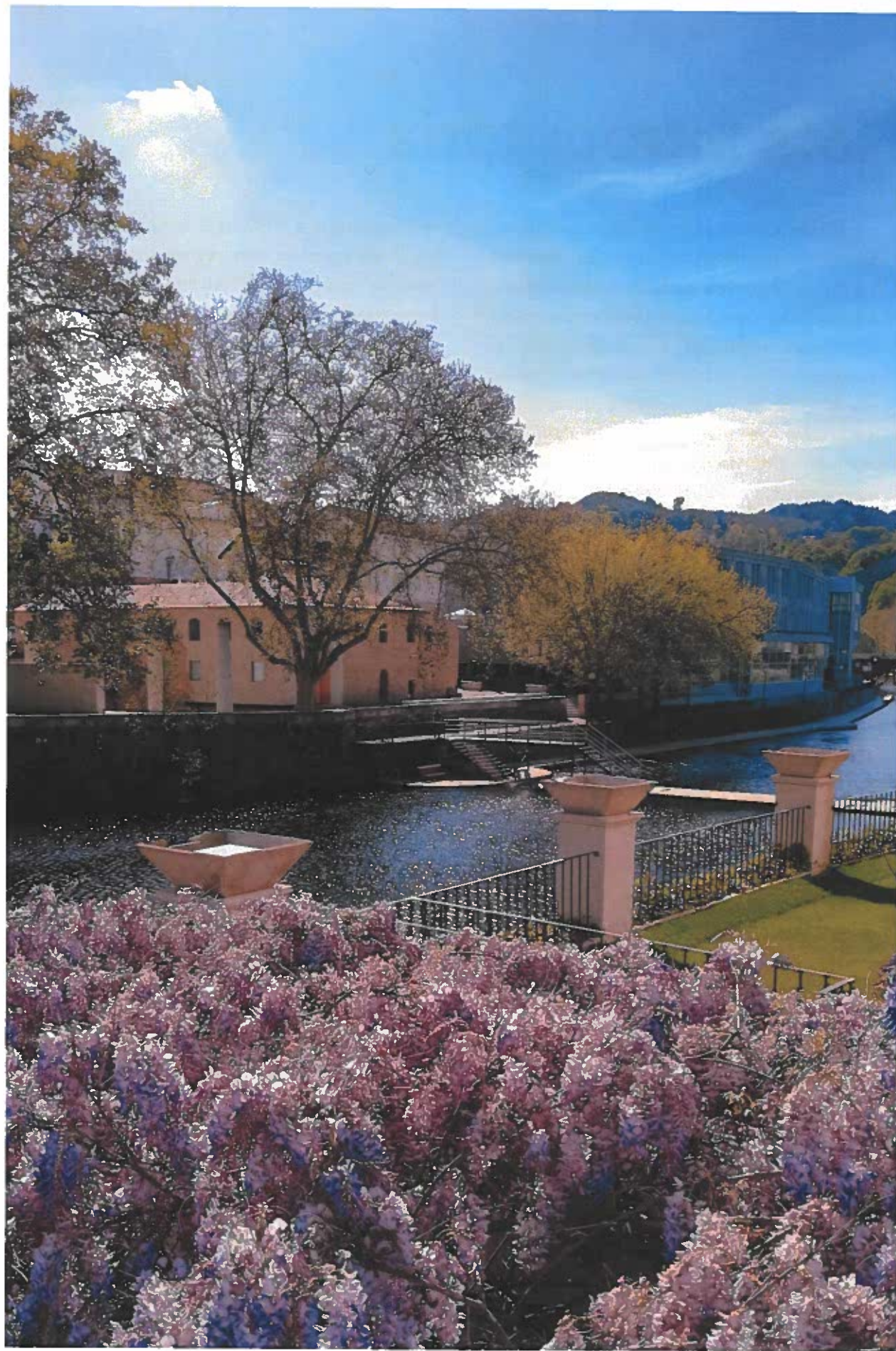
Vogal do Conselho de Administração



Teresa Sobrinho

Vogal do Conselho de Administração

VL
Q.4





Nota Introdutória

O ano de 2025 marca um novo capítulo na trajetória da Termalístur, **num cenário onde os desafios globais e ambientais se destacam e exigem abordagens cada vez mais robustas e adaptativas**. Os incêndios devastadores durante o verão de 2024 e as inundações subsequentes **reforçam a urgência** de práticas ambientalmente sustentáveis e de um **compromisso sólido** com a segurança dos nossos recursos e instalações. A nível geopolítico, as **contínuas tensões** entre a Rússia e a Ucrânia e o **recrudescimento do conflito** no Médio Oriente adicionam uma complexidade adicional ao ambiente económico global, exercendo uma **pressão direta nos custos operacionais e na estabilidade do setor**.

Este contexto obriga-nos a **olhar para o futuro** com uma visão estratégica e uma postura resiliente que garantam tanto a sustentabilidade financeira, quanto o cumprimento da nossa missão: **proporcionar bem-estar, saúde e qualidade de vida através do termalismo**. A Termalístur compromete-se a **intensificar o seu foco em áreas de inovação e investigação**, reforçando a posição de liderança no termalismo terapêutico, numa resposta cada vez mais abrangente e especializada **às exigências dos nossos utentes e do mercado**.

A colaboração intersectorial, **unindo saúde, turismo e desenvolvimento regional numa abordagem integrada é urgente**. O termalismo combina na perfeição a saúde e o bem-estar, sendo um importante elo de ligação. Nos últimos anos, têm sido realizados vários estudos

que refletem a mudança de paradigma, quer na gestão dos estabelecimentos termais, quer no perfil do seu utilizador. A necessidade de associar à vertente médica, **as dimensões de qualidade de vida e de bem-estar**, na linha do que é o **conceito global e contemporâneo de saúde é evidente**. Esta **perspetiva interdisciplinar é essencial** para abordar os diversos pilares do termalismo, desde o impacto na saúde pública e bem-estar psicológico das comunidades até à sustentabilidade ambiental.

O Plano de Atividades para 2025 estrutura-se em **seis Eixos Fundamentais: Termalismo Terapêutico, Fisioterapia, Bem-Estar Termal, Dermocosmética e Merchandising, Geotermia e Áreas Transversais**.

Estes pilares refletem o nosso compromisso em **diversificar e adaptar a nossa oferta** para responder às novas expectativas dos utentes, promovendo soluções completas que combinam saúde, bem-estar e sustentabilidade. Com o investimento contínuo na **geotermia e nas práticas energéticas mais eficientes**, queremos assegurar que a Termalístur se destaca não apenas pela qualidade dos serviços, mas também pelo **impacto positivo no ambiente**.

Sabemos que o nosso sucesso depende, em última análise, das pessoas que compõem a Termalístur. Cada colaborador desempenha um papel essencial, e é através do seu **empenho, competência e profissionalismo** que conseguiremos superar os desafios e fortalecer a nossa posição de referência no

setor.

Neste percurso, **estabelecemos objetivos claros de crescimento e consolidação, orientados por uma cultura organizacional de excelência e inovação.**

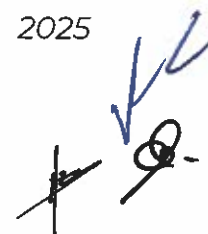
O Plano de Atividades de 2025 é, assim, o nosso compromisso em **transformar**

desafios em oportunidades, garantindo que a Termalístur se posiciona na **vanguarda do termalismo em Portugal e na Europa.**



OK
X





Eixos de Intervenção

O Plano de Atividades para 2025 surge num contexto de **crescente exigência e complexidade**, impulsionado tanto por **desafios globais como por necessidades locais de renovação e inovação no setor termal**. A Termalistur **mantém-se firme no compromisso de solidificar a sua posição como referência em termalismo e bem-estar**, adotando uma abordagem que combina prudência e ambição. Este plano visa **garantir o contínuo desenvolvimento da nossa marca, elevando a qualidade** dos nossos serviços e assegurando uma experiência excecional para cada cliente.

Conscientes dos **constrangimentos orçamentais** e da **crescente concorrência** no setor, reafirmamos a importância de **otimizar processos** e de **investir em estratégias** que **reforcem a nossa capacidade de atração e retenção de talento**. Este ano, a **modernização e atualização das infraestruturas e das tecnologias de informação** serão prioritárias, bem como o **reforço de iniciativas de comunicação e publicidade** que maximizem o impacto da marca Termalistur.

Com um **corpo clínico especializado** e uma **equipa de profissionais de referência**, estamos preparados para aplicar o nosso **conhecimento e competência** em tratamentos termais avançados, baseados nas **características singulares da nossa água termal**.

Para enfrentar as exigências de 2025, estabelecemos um conjunto de **Seis Eixos Estratégicos** que direcionam as nossas iniciativas e recursos, assegurando uma

atuação integrada e eficiente em cada área de atividade. Estes eixos **refletem o compromisso da Termalistur em inovar na oferta de serviços e em responder com precisão às expectativas dos nossos clientes**, através de práticas **modernas e sustentáveis**, representando as **áreas centrais de intervenção que orientarão a nossa atuação ao longo de 2025**.

Tradicionalmente estruturado consoante a natureza das operações, o presente documento propõe uma **abordagem inovadora ao incorporar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)**.



Plano de atividades e orçamento e os ODS

No **contexto dos ODS** a seguinte **matriz de alinhamento** permite identificar a sua **relação com os eixos de intervenção** da Termalístur, programas, atividades e projetos, identificando interligações e áreas prioritárias. Esta matriz **atua como um guia visual** que estrutura a informação, simplificando a identificação

de quais **ODS estão a ser considerados pelas iniciativas da Termalístur**. Trata-se de um **instrumento valioso para a decisão estratégica**, possibilitando uma **distribuição de recursos mais eficaz e em sintonia com os princípios de sustentabilidade**.

Objetivos Estratégicos

ODS's



Termalismo Terapêutico



Fisioterapia



Bem-Estar Termal



Dermocosmética & Merchandising



Geotermia



Áreas Transversais



✓
9.

6 Grandes Eixos



**Termalismo
Terapêutico**



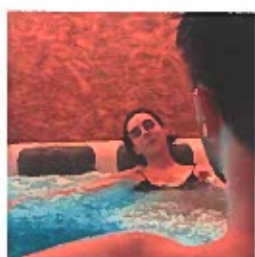
**Dermocosmética &
Merchandising**



Fisioterapia



Geotermia



**Bem-Estar
Termal**



**Áreas
Transversais**



Termalismo Terapêutico

Objetivos Estratégicos | Eixo 1

O **Termalismo Terapêutico** assume-se como **um dos eixos estratégicos basilares** da Termalistur para 2025, alavancando a posição das Termas São Pedro do Sul **como destino de referência na promoção de saúde e no tratamento e prevenção de diversas patologias**, através dos **efeitos sinérgicos das águas termais**, das **técnicas de aplicação e dos recursos humanos** disponíveis.

O **crescimento na procura por estes serviços** e os **resultados positivos dos anos anteriores**, justificam a nossa **aposta no fortalecimento da proposta terapêutica**, com **foco na inovação** dos tratamentos disponíveis e na **diversificação e adaptação** de experiências que **respondam às necessidades de diferentes perfis de clientes**. Estamos empenhados em **direcionar** grande parte desta valência à **prevenção, principalmente nas camadas mais jovens**, alertando as **gerações futuras** para os benefícios termais.

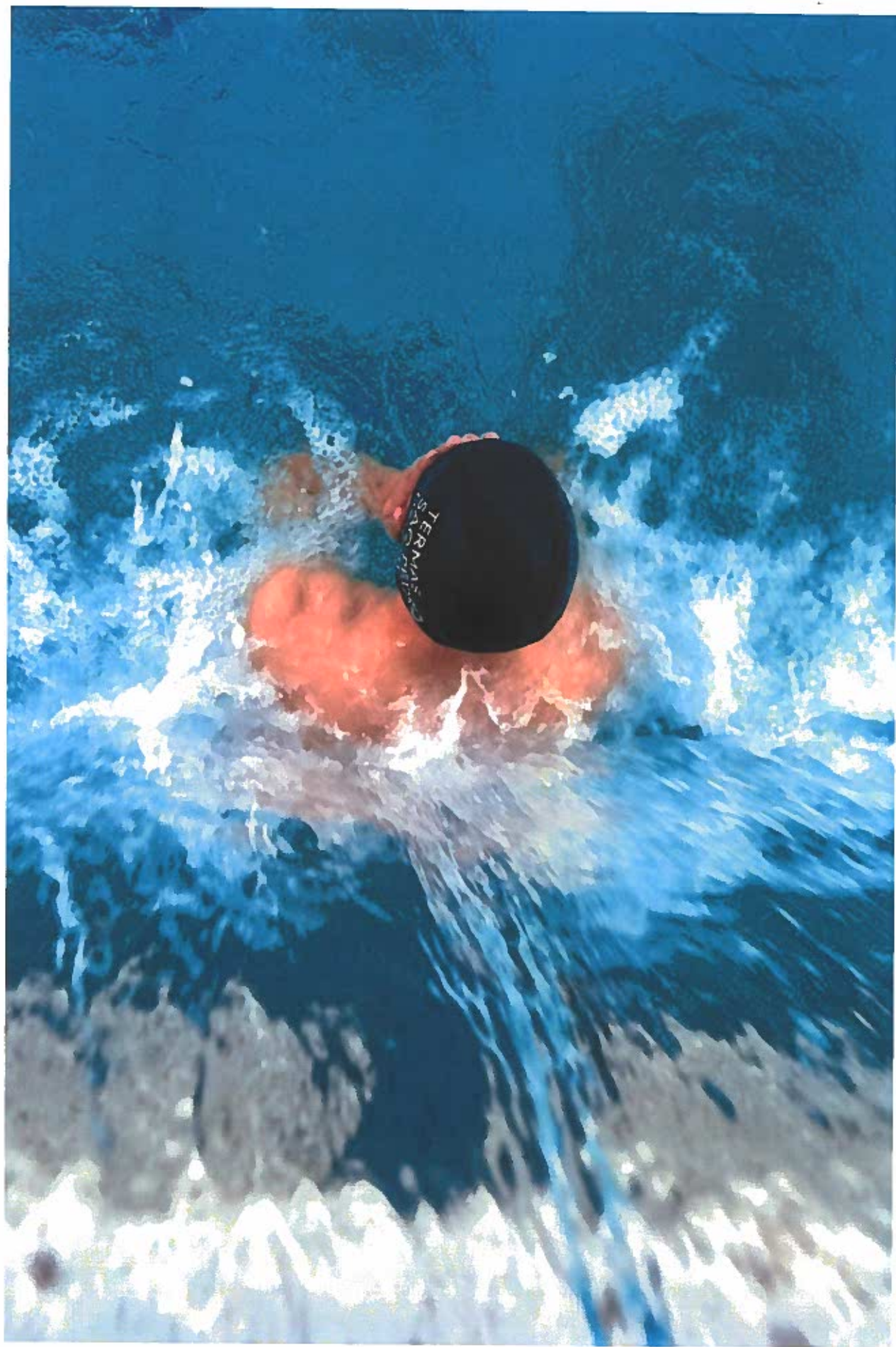
O termalismo encontra-se **alinhado com o Plano Nacional de Saúde** e na vertente **médica e de gestão da saúde**, pode contribuir para o **tratamento e prevenção de patologias crónicas**, bem como para uma eventual **redução da despesa** para o Serviço Nacional de Saúde (SNS) e para os

cidadãos, nomeadamente em **termos dos custos com a prescrição de meios complementares de diagnóstico e terapêutica e de medicamentos**.

Dada a **importância do rejuvenescimento da base de clientes**, pretendemos **implementar programas atrativos**, que **comuniquem de forma dinâmica e acessível os benefícios** dos tratamentos termais para o **público jovem**, apostando numa **crecente personalização dos serviços** para atender às preferências individuais.

A **excelência dos serviços** continuará a ser **reforçada pela otimização dos processos internos**, com uma **gestão orientada para resultados** e para a **melhoria contínua**, através da **introdução de novas tecnologias e da capacitação da equipa**.

Este eixo aposta ainda na **credibilização científica do termalismo**, com **ações de formação e parcerias estratégicas** para a **valorização do nosso produto**.



✓
②
✱



Atividades/medidas a desenvolver/implementar

- **Inovação nos serviços disponibilizados:** introdução de novos tratamentos nas áreas músculo-esquelética e respiratória, incluindo técnicas avançadas de aplicação médica, visando ampliar a oferta e aumentar a atratividade para outros públicos;
- **Programas terapêuticos para público diferenciado:** adaptação de programas de serviços para clientes com contraindicações à balneoterapia, assegurando que cada perfil de cliente encontra uma solução adequada às suas necessidades;
- **Otimização de recursos e ajuste de preço:** aproveitamento dos recursos existentes, com diversificação de experiências e ajustes de preços que garantam acessibilidade sem comprometer a rentabilidade;
- **Capacitação da equipa:** formação contínua dos recursos humanos em áreas técnicas específicas, ampliando as competências e capacidades da nossa equipa para proporcionar um serviço de excelência;
- **Modernização de processos com tecnologia:** implementação de *QR-codes* para leitura das prescrições médicas, simplificando e desmaterializando processos administrativos, com benefícios diretos para a experiência do cliente;
- **RCPD Digital:** disponibilizar *tablet* para recolha de assinatura digital referente ao Consentimento Informado, e posterior importação do mesmo no processo do cliente, contribuindo para a desmaterialização e melhoria de processos internos (redução custos, redução papel, facilidade no acesso e gestão da informação e segurança dos dados obtidos);
- **Feedback e melhoria contínua:** recolher e analisar *feedback* dos clientes por forma a permitir ajustes constantes nas práticas de atendimento, prestação do serviço;
- **Acessibilidade e inclusão:** melhorias no Balneário D. Afonso Henriques para garantir acessibilidade a clientes com mobilidade reduzida, com apoio de colaboradores com formação em atendimento inclusivo para acompanhamento e auxílio na circulação dentro das instalações;
- **Implementação de medidas de incentivo à prática do termalismo terapêutico** por pessoas com mobilidade condicionada/reduzida (PMR), através da melhoria das condições de acessibilidade do Balneário D. Afonso Henriques, nomeadamente através de um trajeto acessível entre o estacionamento PMR e a entrada lateral do edifício, melhoria da sinalética e aumento dos trajetos podotáteis dentro do edifício;
- **Promoção do conhecimento sobre termalismo:** realização de seminários técnicos e/ou ações de formação para públicos-alvo (profissionais de saúde), demonstrando a

[Handwritten signature]

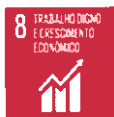
eficácia do termalismo como complemento aos métodos tradicionais de tratamento e cuidados de saúde;

- **Estratégias de fidelização:** criação de produtos compósitos atrativos para públicos-alvo (grupos, empresas, famílias com/sem crianças) com foco na promoção dos benefícios holísticos dos tratamentos termais, fundamental para uma abordagem preventiva de saúde e, sinergicamente, potenciar a prática do termalismo pelos mais novos (termalismo júnior).



Metas a Atingir

Com o cumprimento dos objetivos estratégicos definidos, prevemos atingir as seguintes metas no **EIXO 1- Termalismo Terapêutico**:

ODS	Objetivo	Meta
 	Faturação (€)	+10% em relação ao ano anterior
 	Número de Clientes (n.º) em relação ao ano anterior	+10% em relação ao ano anterior
 	Taxa de fidelização (%) cliente até 31 de outubro de 2024: 77%	+5% em relação ao ano anterior
 	Número de novos clientes (n.º) até 31 de outubro de 2024: 1683 clientes	+5% em relação ao ano anterior
 	Gasto médio por cliente	+5% em relação ao ano anterior
 	Índice satisfação cliente face a 31 de outubro de 2024: 80%	+5% em relação ao ano anterior
 	Organização vento técnico-científico inclusivo	1 Seminário

Handwritten signature and initials in blue ink.

A conjugação dos benefícios físicos e psicológicos da prática do termalismo terapêutico aliada à crescente evidência dos seus efeitos preventivos, destaca o potencial desta prática milenar. Com este plano de ação, pretendemos não só manter, mas elevar os padrões de excelência do Termalismo Terapêutico, consolidando a confiança dos clientes e reafirmando o papel da Termalistur como percursora da inovação e reinvenção do termalismo em Portugal.



Fisioterapia e Reabilitação

Objetivos Estratégicos | Eixo 2

Numa **abordagem e numa intervenção integrada em saúde, a dor, as limitações funcionais e de mobilidade assumem uma importância relevante na qualidade de vida** das pessoas e constituem o **principal motivo** da procura dos serviços de saúde. É neste contexto, e com as suas **competências próprias**, que são mobilizados os recursos de **Fisioterapia e Reabilitação**.

A atividade do Fisioterapeuta nos vários contextos de atuação - **na promoção e proteção da saúde, no tratamento da doença, das lesões ou disfunções e na recuperação do movimento e função**, é uma realidade cujos **benefícios sociais e económicos** para os utentes e os seus familiares, são cada vez mais reconhecidos.

O **serviço de Medicina Física e Reabilitação (MFR)** das Termas São Pedro do Sul disponibiliza **cuidados específicos e diferenciados para acelerar os processos de recuperação**, integrando **protocolos de intervenção multidisciplinar** e contribuindo para a **recuperação do movimento e função do cliente**. Estes motivos têm **conduzido a uma crescente afirmação do serviço na promoção e proteção da saúde**, pois os seus **benefícios sociais e económicos** são

cada vez mais reconhecidos por clientes e pelas suas famílias.

Após os **avanços em infraestruturas e equipamentos alcançados nos últimos anos**, o objetivo para 2025 é **robustecer a diferenciação da nossa oferta, ampliando o espaço disponível** para este serviço e **consolidando a sua excelência**, através de uma **abordagem personalizada e centrada no cliente**.

Continuaremos a **fomentar, respeitar e mobilizar as competências científicas e a autonomia técnica da nossa equipa de médicos fisiatras e fisioterapeutas**, apostando num **atendimento de proximidade, humanizado e extremamente profissional**, numa visão estratégica apostada na **eficiência dos serviços e nos ganhos em saúde**.

A **política de modernização** implementada juntamente com a **capacidade técnica e tecnológica instalada**, neste serviço, bem como a utilização de um **recurso único como é a água termal**, permite-nos **disponibilizar cuidados de excelência**, nesta área, e elevar ainda mais o seu **potencial de crescimento**.



✓✓
9.
1



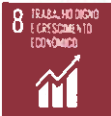
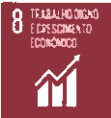
Atividades/medidas a desenvolver/implementar

- **Ampliação da oferta de tratamentos em meio aquático:** introdução de novas técnicas de hidroterapia, como o turbilhão, para combinar os efeitos terapêuticos das águas termais com equipamentos diferenciadores, que permitem uma maior mobilidade, respondendo a necessidades/cuidados mais específicos;
- **Programas de reabilitação para patologias específicas:** dinamização de programas específicos para patologias específicas como *Parkinson*, *Long-Covid* e AVC, com ações direcionadas de divulgação em eventos e parcerias com associações de doentes, visando ampliar o acesso e a visibilidade destes serviços;
- **Aprimoramento da gestão operacional:** implementação de um sistema de marcação informatizada dos tratamentos, aumentando a eficiência do agendamento e reduzindo o tempo de espera, facilitando a experiência do cliente;
- **Atendimento humanizado e personalizado:** abordagem centrada na priorização não só das necessidades físicas como também das emocionais e psicológicas inerentes a processos de reabilitação tendo em consideração as preferências e histórico dos clientes;
- **Combate à sazonalidade:** criação de *vouchers* personalizados que estimulem a continuidade dos tratamentos e reforcem a lealdade aos serviços, contribuindo para a redução dos impactos da sazonalidade na atividade;
- **Feedback e melhoria contínua:** recolher e analisar *feedback* dos clientes por forma a permitir ajustes constantes nas práticas de atendimento, prestação do serviço e satisfação;
- **Capacitação contínua da equipa:** fortalecimento das competências da equipa com formações técnicas específicas e parcerias com instituições de ensino em Fisioterapia, permitindo a introdução de novas técnicas de tratamento e a redução de custos de formação;
- **Parcerias estratégicas para divulgação:** promoção dos serviços junto a associações e profissionais de saúde, aumentando a recomendação de clientes e ampliando as Termas São Pedro do Sul como referência no **setor da Fisioterapia e Reabilitação**.



Metas a Atingir

Com o cumprimento dos objetivos estratégicos definidos, prevemos atingir as seguintes metas no **EIXO 2- Fisioterapia e MFR:**

ODS	Objetivo	Meta
 	Faturação (€)	+15% em relação ao ano anterior
 	Número de Clientes (n.º) até 31 de outubro de 2024: 662 clientes	+15% em relação ao ano anterior
 	Gasto médio por cliente	+5% em relação ao ano anterior
  	Parcerias estratégicas/ presença eventos	2

No cenário previsível de **envelhecimento da população**, a **despesa associada aos cuidados de saúde primários** poderá ser **reduzida**, se a **tendência do aumento da esperança de vida for acompanhada pelo mesmo valor de melhoria da capacidade funcional**. Daí a importância do contributo do serviço de Fisioterapia, não só na **sustentabilidade da empresa** como na **melhoria da funcionalidade dos cidadãos**.



Bem-Estar Termal

Objetivos Estratégicos | Eixo 3

O turismo de saúde e bem-estar está em **crescimento acelerado**, o que tem provocado **alterações na sua oferta**, especialmente pelas **novas necessidades, interesses e exigências dos clientes**. São estes que, **cada vez mais exigentes e seletivos**, influenciam as **novas tendências** para o setor, sendo que o interesse atual passa bastante pelo **conceito holístico** (corpo-mente-espírito) e pela **saúde preventiva**.

A **utilização de água de termal nos programas de bem-estar** das Termas São Pedro do Sul, confere **efeitos benéficos de relaxamento** que fazem deste tipo de oferta uma **mais-valia competitiva** interessante. No entanto, podem ser ainda **mais potenciados se complementados com outros elementos identitários** como a **dermocosmética**, a **prevenção**, a **autenticidade**, **as novas tecnologias**, o **acompanhamento personalizado**, as **infraestruturas** e a **envolvente natural única**, fatores que nos diferenciam da restante oferta disponível.

Em 2025, **pretendemos abraçar a tendência crescente do conceito "eco-resort"**, oferecendo um refúgio que responde ao desejo de quem procura, não apenas uma pausa do quotidiano, mas uma **imersão autêntica e sustentável** em

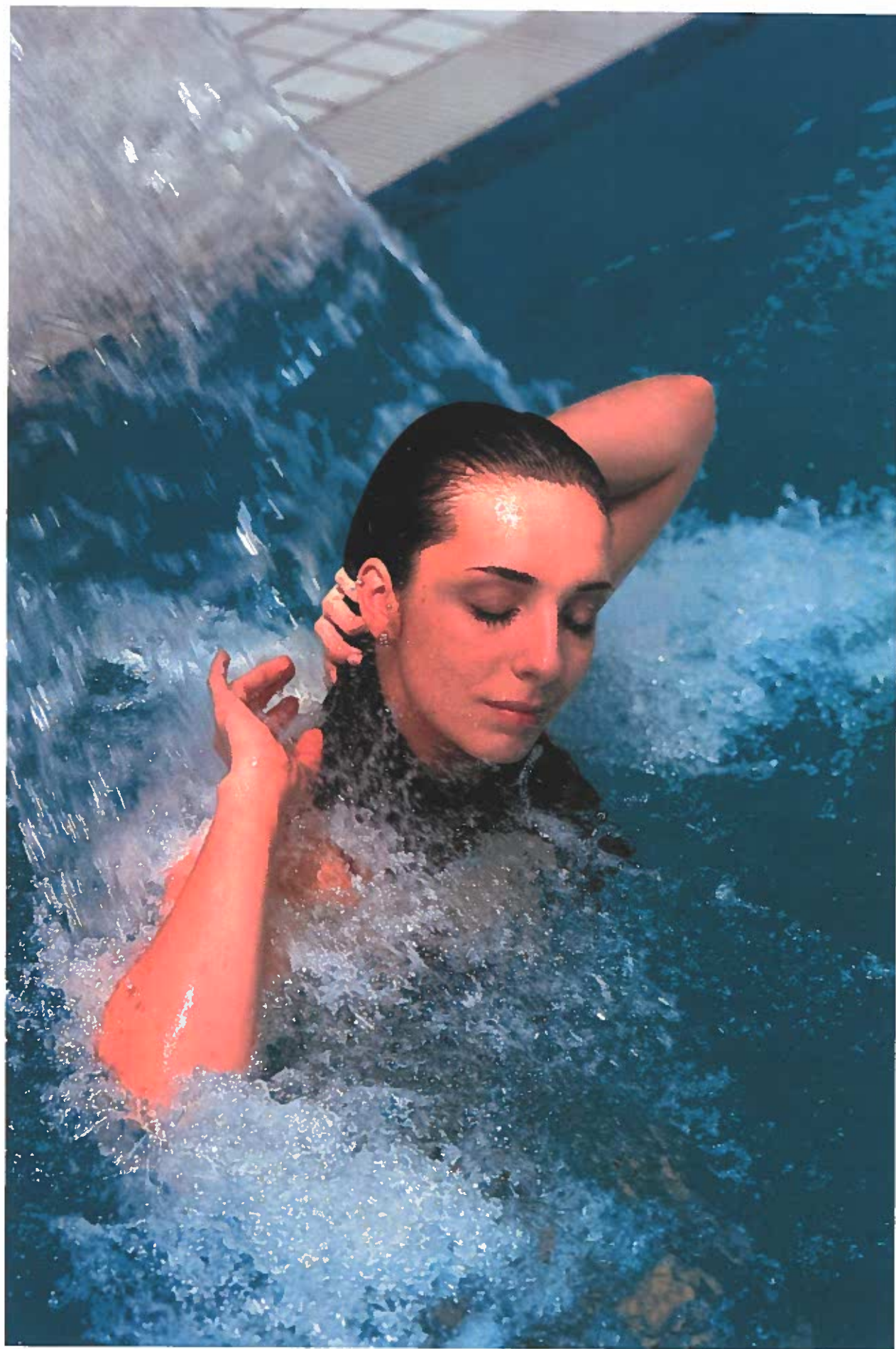
experiências transformadoras e regeneradoras.

Um **contributo decisivo** para este desígnio será a **abertura do concurso para requalificação do Balneário Rainha D. Amélia**, a **lançar no início de 2025**.

Simplicidade, funcionalidade e experiências multissensoriais imersivas serão os pilares para a **melhoria considerável da atratividade** que **procuramos**, oferecendo não apenas serviços, mas **experiências exclusivas numa harmonia marcada pelo elemento água termal**.

Este **caráter diferenciador**, não só cria **momentos memoráveis** para os nossos clientes, como também **os envolve em práticas ambientalmente responsáveis**, como o uso de **produtos naturais, locais e recicláveis**. Este **compromisso com a sustentabilidade**, aliado à **qualidade e autenticidade** das nossas ofertas responde à **procura crescente por turismo consciente** e de **impacto reduzido** e consolida o conceito de "eco-resort", reafirmando as Termas São Pedro do Sul, como um **destino de bem-estar que se adapta às novas tendências e excede as expetativas dos seus clientes**.





Handwritten signature or initials in the top right corner.

Atividades/medidas a desenvolver/implementar

- **Formação e especialização da equipa:** desenvolver programas de formação contínua em técnicas inovadoras e específicas para os profissionais de bem-estar, especialmente na área da dermocosmética, terapias holísticas e cuidados personalizados, reforçando a excelência dos serviços, promovendo a retenção de talento e uniformizando o atendimento ao cliente;
- **Exclusive Spa:** utilização dos produtos AQVA Thermal Skincare nos tratamentos em gabinete, tornando a oferta mais exclusiva e personalizada e simultaneamente divulgar a marca AQVA (*cross selling*);
- **Produtos únicos:** disponibilizar conjuntos exclusivos de produtos AQVA Thermal Skincare, como kits de cuidados pós-tratamento, e vouchers promocionais para a aquisição de produtos da linha de dermocosmética. Esta estratégia valoriza a marca e torna a experiência em gabinete ainda mais exclusiva;
- **Otimização de processos:** visualização, em tempo real, da marcação dos serviços permitindo um maior ajuste às expectativas do cliente, diminuindo tempos de espera;
- **Feedback e melhoria contínua:** recolher e analisar *feedback* dos clientes por forma a permitir ajustes constantes nas práticas de atendimento, prestação do serviço e satisfação;
- **Estratégias de fidelização:** desenvolver um sistema de fidelização que ofereça benefícios aos clientes regulares, como descontos e acesso a serviços exclusivos;
- **Parcerias Estratégicas:** estabelecer parcerias com empresas de turismo, hotéis e associações de bem-estar para atingir novos clientes e aumentar a visibilidade da marca Termas São Pedro do Sul;
- **Experiências imersivas e personalizadas:** manter o programa Aqua Night e expandi-lo para incluir eventos sazonais temáticos (inverno, primavera, verão, outono), oferecendo serviços em atmosferas distintas para celebrar a passagem das estações, agregando um toque de novidade e exclusividade ao serviço de bem-estar;
- **Comunicação responsável:** reduzir os materiais promocionais impressos, favorecendo o conteúdo digital e aumentando gradualmente a utilização de códigos QR.

Metas a Atingir

Com o cumprimento dos objetivos estratégicos definidos, prevemos atingir as seguintes metas no **EIXO 3- Bem-estar termal**:

ODS	Objetivo	Meta
 	Faturação (€)	+15% em relação ao ano anterior
 	Número de Clientes (n.º) até 31 de outubro de 2024: 6402 clientes	+15% em relação ao ano anterior
 	Gasto médio por cliente	+15% em relação ao ano anterior
 	Parcerias estratégicas/ presença eventos	3

Com o **projeto de renovação do Balneário Rainha D. Amélia**, aproveitando o seu **enorme valor arquitetónico**, explorando os **espaços envolventes**, requalificando o **jardim termal**, museu termal e percurso museológico e incentivando o **contato com a água termal**, irá permitir disponibilizar uma **oferta diferenciada** no panorama nacional, mas também à escala europeia, alinhada com as **tendências de consumo turístico**, e que reflete o **compromisso com a qualidade e a sustentabilidade**, conquistando mais clientes que **procuram uma experiência de bem-estar distinta e inesquecível**.





Dermocosmética & Merchandising

Objetivos Estratégicos | Eixo 4

O setor de **Dermocosmética e Merchandising** assume um **papel central** na definição da estratégia da Termalístur para 2025, refletindo os **progressos conquistados neste setor e os objetivos e metas atingidas**, nos últimos anos.

A **linha de produtos de dermocosmética AQVA** sofreu um *upgrade* significativo, através da **mudança de identidade da marca** e na **inclusão de novos valores, novos produtos e novos parâmetros de qualidade**. Esta transformação significativa da identidade visual permitiu encontrar **novos perfis de consumidores**, tornar a marca **mais atrativa**, e ao mesmo tempo, **sustentável**, e dessa forma, afirmar consistentemente, a **proposta de valor que estes produtos acarretam**. Tentámos que esta **revitalização da marca** transmitisse ao cliente a **utilização consciente e responsável do nosso recurso natural endógeno de referência, a água termal**.

Este, é de resto, o **elemento diferenciador** das Termas São Pedro do Sul e que constitui, também, o **principal ingrediente-chave** destes produtos que capturam a **essência da água termal**, aproveitando todas as suas potencialidades e efeitos, combinam-na com **ingredientes criteriosamente selecionados, fragâncias suaves e embalagens práticas, modernas e sustentáveis**, tornando-se num **produto local, de alto valor acrescentado**.

Com o **conhecimento científico**

dermatológico interno combinado com **parcerias estratégicas** com entidades ligadas à **investigação**, e priorizando **tecnologias responsáveis e sustentáveis**, acreditamos estar no rumo certo para criar uma **marca competitiva**, encontrando o **melhor equilíbrio** entre os requisitos ambientais, sociais, técnicos e económicos em termos de *design*, desenvolvimento e fabrico de produtos.

Com a **crescente importância atribuída aos cuidados pessoais e ao bem-estar** a nível mundial, a indústria dos cosméticos está a **ganhar ainda mais valor**. É pois, o momento certo, para dar continuidade ao crescimento da marca AQVA de forma **sólida e sustentada**. Importa, por isso, fazer um **planeamento rigoroso** das produções, de forma a garantir que não ocorram **rupturas de stock ou excedentes**, e simultaneamente, **expandir o número de produtos das linhas existentes** (Hidratação, Anti-idade, Pele Atópica) e **lançar produtos de outras linhas**. A Termalístur reforça ainda o **compromisso de acompanhar a satisfação e fidelização dos clientes AQVA**, não só para atender às suas expectativas, mas também para **estabelecer uma relação sólida com a identidade corporativa das Termas São Pedro do Sul**.

No que diz respeito ao *merchandising*, para o ano de 2025, a Termalístur pretende escoar os *stocks* existentes, através de **campanhas ativas e associadas a temáticas ou quadras festivas**, por forma

✓
Q. J.

a integrar **novos produtos alinhados** com **a visão da empresa, sustentáveis, com ligação à água termal e em harmonia com nova imagem** das Termas São Pedro do Sul. A realização de **ações temáticas em loja**, a **definição de estratégias** para escoar o *stock* existente dos artigos de *merchandising* com a imagem antiga, (por exemplo através de campanhas de descontos/promoções específicas em datas festivas, como o Natal e o Carnaval), a associação à compra de tratamentos termais (termalismo terapêutico) e a introdução de pacotes promocionais e descontos progressivos, que estimulam a compra em quantidade serão algumas das estratégias a adotar para impulsionar a procura pelos produtos de

merchandising e consequentemente **aumentar o volume de vendas.**

O ano de 2025 será, igualmente assinalado pela disponibilização de uma **loja online otimizada**, com **informações detalhadas e atualizadas** sobre os **produtos disponíveis**, permitindo uma **experiência de compra simples, fluida e mais intuitiva.**

Esta **abordagem criativa e inovadora**, utilizando o **marketing de conteúdo**, e estratégias para **corresponder às expetativas do público-alvo**, permitirá à Termalístur **prosseguir o caminho de crescimento que tem seguido neste setor.**





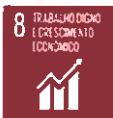
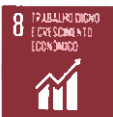
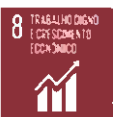
Atividades/medidas a desenvolver/implementar

- **Gestão eficiente de stocks:** planeamento eficaz de stocks, por forma a evitar ruturas e prever introdução de novos produtos/referências em tempo útil;
- **Layout e organização de loja:** posicionamento estratégico dos produtos, com segmentação por categorias, criação de zonas de destaque e utilização de técnicas de *merchandising* visual (iluminação, cores, materiais promocionais);
- **Planeamento de promoções sazonais:** selecionando os produtos certos para as promoções sazonais e estratégias de descontos percentuais adequadas;
- **Promoções e ofertas especiais:** promoções ao longo do ano que resultem da compra em quantidades ou do cumprimento de determinadas condições (por exemplo, "compre a 2ª Unidade com % de desconto") nos produtos de dermocosmética ou *merchandising*;
- **Ações de demonstração AQVA:** desenvolvimento de ações de demonstração e ações temáticas em loja, com vista a criar uma experiência mais envolvente e interativa com os clientes, aumentando o envolvimento com os produtos e, consequentemente, impulsionando as vendas;
- **Comunicação persuasiva:** utilização de uma comunicação clara e persuasiva na apresentação das ofertas aos clientes, destacando o valor acrescentado do produto e o desconto aplicado;
- **Marketing de conteúdo:** criar e divulgar conteúdo relevante, informativo e envolvente que permita criar um relacionamento de confiança com o cliente AQVA, promovendo uma conexão com o bem-estar, autoestima e inovação dos cuidados de **skincare**;
- **Expansão portfólio:** incorporar as alterações do rebranding global na introdução de novas referências que permitam diversificar o público-alvo e acrescentem interesse pelos produtos da marca (AQVA e Termas São Pedro do Sul);
- **Fidelização e Satisfação dos Clientes:** acompanhar de perto a satisfação e fidelização dos clientes AQVA, fortalecendo a relação entre a marca e a identidade das Termas São Pedro do Sul;
- **Pacotes/conjuntos promocionais:** criar pacotes com produtos de *merchandising*, que incluam um ou vários artigos relacionados/complementares, por forma a escoar stock mais rapidamente; aplicar descontos consoante a quantidade de artigos adquiridos (quanto maior quantidade o cliente adquirir, maior será o desconto);
- **Diversificação do público-alvo:** através da introdução de novas referências e de campanhas de *marketing* direcionadas aos novos targets.

- **E-mail marketing:** integrar de forma coesa as estratégias nas redes sociais e o e-mail de marketing, através de uma comunicação mais personalizada e direta, permitindo aumentar as conversões, enquanto, mantém os clientes informados sobre novidades e promoções;
- **Disponibilização de nova loja online:** nova loja online com design moderno e responsivo, métodos de pagamento seguros, esclarecimento dúvidas e conteúdo relevante e atualizado continuamente, por forma a tornar a compra mais simples e intuitiva.

Metas a Atingir

Com o cumprimento dos objetivos estratégicos definidos, prevemos atingir as seguintes metas no **EIXO 4 - Dermocosmética e Merchandising**:

ODS	Objetivo	Meta
 	Faturação (€) Dermocosmética (€)	+25% em relação ao ano anterior
 	Faturação (€) Dermocosmética - Loja online (€)	+15% em relação ao ano anterior
 	Faturação (€) Merchandising (€)	+15% em relação ao ano anterior
 	Parcerias estratégicas/ presença eventos	2
 	Ações temáticas / Ações demonstração	5

Com a **definição destas metas**, a Termalístur procura continuar o **caminho iniciado de crescimento sustentado**, reforçando a **presença dos produtos AQVA no mercado** e **demonstrando o posicionamento de uma marca de cuidados acessível, sustentável e inovadora**. Também na **área do merchandising** o **objetivo passará por escoar o stock existente e introduzir novas referências** que demonstrem a **nova visão da empresa**, mais **comprometida com a sustentabilidade e o bem-estar social** e alinhada com as **expetativas dos clientes e da sociedade**.



Handwritten signature and initials in blue ink.

Energia Geotérmica

Objetivos Estratégicos | Eixo 5

A **transição energética em curso**, assente na **valorização dos recursos endógenos** de que dispomos no nosso país, permite **reforçar a segurança energética**, reduzindo a nossa **dependência externa** e **limitando a exposição à volatilidade dos mercados de combustíveis fósseis**.

A utilização da **energia geotérmica nas Termas São Pedro do Sul** representa uma **iniciativa inovadora na gestão sustentável de recursos energéticos** e no **aproveitamento de fontes renováveis para aquecimento urbano**. Ao utilizar a água termal como **fonte de energia térmica para aquecimento de edifícios e unidades hoteleiras na área envolvente**, **reduz-se a dependência de combustíveis fósseis** e **mitigam-se as emissões de carbono** associadas, reduzindo a **pegada ecológica do nosso "eco-resort" termal**. Esta abordagem sustentável contribui, também, para a **eficiência energética dos utilizadores finais** e para a **redução dos custos energéticos**.

O **alargamento da rede de distribuição da geotermia**, projeto em fase de **conclusão**, contempla o **abastecimento de grande parte do setor de turismo termal na zona das Termas São Pedro do Sul** e representa, não só, um **compromisso com a preservação ambiental**, mas também uma oportunidade para **gerar receitas e fortalecer parcerias com as unidades hoteleiras locais**, tornando S. Pedro do

Sul, um **destino cada vez mais competitivo e mais atrativo para o investimento e, consequentemente, para a fixação de habitantes**.

Para o ano de 2025, o foco estará em **maximizar a implementação da geotermia, como fonte de energia limpa e economicamente vantajosa**, consolidando-a como um **modelo de sustentabilidade com impacto direto na valorização dos serviços oferecidos e da região**.

As **metas definidas** refletem o **compromisso** da Termalístur em explorar o **potencial desta fonte energética com eficiência e responsabilidade**, de forma a que **todos os intervenientes** possam aproximar-se de uma **independência energética e financeira** através da **utilização deste recurso endógeno**.



Atividades/medidas a desenvolver/implementar

- **Ações de sensibilização:** organizar ações de sensibilização, junto dos atuais/futuros utilizadores da rede geotérmica, a fim de dar destaque aos benefícios ambientais e económicos decorrentes desta opção; fomentar a incorporação nas suas operações da utilização de outras energias limpas;
- **Estudo tarifário geotérmico:** definição do regulamento de utilização da energia geotérmica, unidade de energia a adotar e respetivos custos associados, através de estudo detalhado, com objetivo final de estabelecer um tarifário atrativo e competitivo, em relação a outras fontes de energia;
- **Sistema de monitorização e gestão:** implementar um sistema robusto de monitorização e gestão da exploração do recurso geotérmico, garantindo a otimização do seu funcionamento, em tempo útil real, identificando áreas de melhoria;
- **Parcerias:** explorar oportunidades de parcerias com entidades locais, regionais, nacionais, organizações ambientais e/ou associações hoteleiras para fortalecer a aceitação e implementação da energia geotérmica



Metas a Atingir

Com o cumprimento dos objetivos estratégicos definidos, prevemos atingir as seguintes metas no **EIXO 5 – Energia Geotérmica**:

ODS	Objetivo	Meta
 4 EDUCAÇÃO DE QUALIDADE	Faturação (€) Geotermia (€)	+15.000€/mês em relação ao ano anterior
 7 ENERGIAS RENOVÁVEIS E ACESSÍVEIS		
 8 TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÓMICO		
 11 CIDADES E COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS	Parcerias estratégicas/ colaborações	2
 12 PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEIS		
 13 AÇÃO CLIMÁTICA		
 17 PARCERIAS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DOS OBJETIVOS	Ações sensibilização/sessões esclarecimento	3

Todas estas medidas visam **assegurar, não apenas o êxito da implementação do projeto** de expansão da rede geotérmica, mas também a **adesão das unidades hoteleiras envolvidas, além de destacar as vantagens económicas e ambientais desse projeto.**



Áreas Transversais

Objetivos Estratégicos | Eixo 6

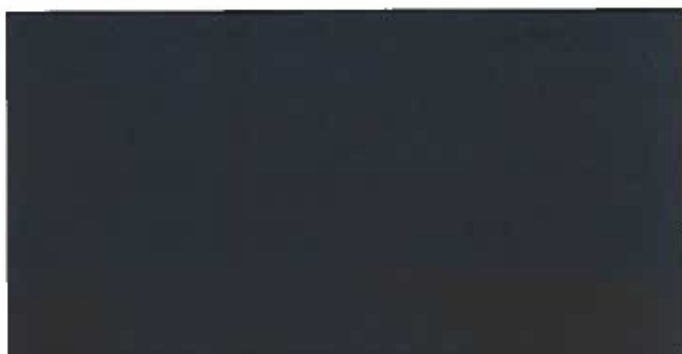
A **modernização administrativa**, aliada à **otimização dos processos**, é **fundamental para assegurar que os recursos humanos, financeiros e tecnológicos estejam alinhados e disponíveis para a execução das nossas estratégias**. Através de uma **gestão eficaz do capital humano**, iremos **fomentar um clima de motivação e comprometimento**, essencial para **alcançar a eficiência e a qualidade, não só no atendimento dos nossos clientes, como também no desempenho da Termalístur enquanto empresa**.

A **implementação de um plano de marketing robusto**, será **crucial para promover a nossa oferta de serviços e aumentar a nossa visibilidade no mercado do turismo de saúde e bem-estar**. Com uma **abordagem orientada para o cliente**, pretendemos **reforçar o nosso posicionamento como marca de referência em qualidade e inovação no setor**, estabelecendo **parcerias estratégicas que ampliem a nossa rede**

de influência e o alcance das nossas ações.

Assim, no que diz respeito ao **potencial humano**, os objetivos estratégicos para 2025, passam por **incrementar uma cultura organizacional para a motivação e captação de trabalhadores, desenvolver o capital humano adequando as competências às necessidades organizacionais e promover uma política estruturada de ambiente, segurança, saúde no trabalho e responsabilidade social**.

Por fim, será necessário **promover uma cultura de inovação e adaptação**, que nos permita **responder de forma ágil e eficaz às mudanças e desafios que surgem**. O objetivo não é apenas **acompanhar as tendências do mercado, mas sim, antecipá-las, garantindo que a nossa organização se mantenha na vanguarda do termalismo e bem-estar em Portugal**.



Atividades/medidas a desenvolver/implementar

Recursos Humanos (RH)

Formação, capacitação e desenvolvimento profissional:

- Assegurar o desenvolvimento de competências através de formação de carácter estratégico, buscando a capacitação, valorização e a adequação das competências dos/as colaboradores/as e, consequentemente para a prestação de um serviço eficaz, eficiente e de qualidade;
- Fomentar a partilha de conhecimentos: aumentar o número de ações de formação interna, valorizando o conhecimento e a experiência dos colaboradores, para criar uma cultura de aprendizagem contínua e partilha de competências;
- Criar um portfólio de competências-chave: competências requeridas pela empresa para a efetivação da sua estratégia e políticas;
- Estabelecer parcerias com entidades formadoras reconhecidas, que possuam experiência e o know-how adequados, para assegurar formações de qualidade que respondam às exigências do setor;
- Capitalizar a experiência dos recursos internos criando um programa de mentoria onde colaboradores mais experientes possam orientar e apoiar os mais novos, facilitando a transferência de conhecimento e a adaptação ao ambiente organizacional;
- Aperfeiçoar as metodologias de aferição das necessidades formativas, através da estruturação de um Plano de Formação e Desenvolvimento, tendo por base o levantamento de necessidades de formação, efetuado junto de todos os que, atualmente, exercem funções laborais na empresa bem como aperfeiçoar ferramentas de monitorização e avaliação da formação profissional;

Gestão de Recursos Humanos:

- Rever e readequar os perfis funcionais, garantindo que os colaboradores possuam as competências adequadas para os postos de trabalho e que estas estejam alinhadas com as metas da organização;
- Implementar um sistema de avaliação de desempenho que reconheça e valorize o trabalho dos colaboradores, alinhando as metas individuais às metas estratégicas da organização;

Desenvolver medidas no âmbito da responsabilidade social:

- Reforçar a Política Social para colaboradores da Termalistur através da implementação de medidas de conciliação da vida profissional, pessoal e do seu bem-estar;



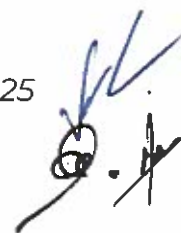
- Colaboração da empresa nas atividades sociais, culturais e de lazer organizadas pela comunidade local, estimulando a participação dos RH;
- Incentivo ao feedback dos colaboradores, criando um canal de comunicação aberto com a administração que permita a troca de ideias e sugestões, promovendo um espírito de colaboração e melhoria contínua;
- Organização periódica de ações ou campanhas para incentivar hábitos alinhados com a sustentabilidade (reciclagem, consumo de recursos, etc.);
- Promover atividades de team building para incentivar, unir e desenvolver o espírito de equipa, melhorando a produtividade e motivação dos colaboradores e sempre que possível incluindo atividades com impacto positivo na sociedade.

Promover satisfação de colaboradores:

- Melhorar o sistema de Gestão de Sugestões, Elogios e Reclamações e modelo de avaliação da satisfação de colaboradores;
- Monitorizar o índice anual de satisfação dos colaboradores na dimensão “condições de trabalho” e efetuar respetiva análise, implementando medidas sempre que necessário;
- Renovar equipar espaços/locais com vista à melhoria das condições de trabalho;
- Criar área(s) de convívio e estudar melhorias nas infraestruturas para proporcionar maior conforto no ambiente de trabalho;

Bem-estar organizacional:

- Introduzir programas/atividades de bem-estar no trabalho que promovam a saúde física e mental dos colaboradores e a adoção de estilos de vida saudáveis (por exemplo, atividades físicas, pausas regulares para exercícios de alongamento, suporte psicológico, etc.);
- Promoção de atividades de socialização entre os colaboradores (passeios/caminhadas, entre outros) e de eventos (magusto, festa de Natal, palestras sobre nutrição, estilos de vida saudável, entre outros), para promover a felicidade, a convivência e o sentido de pertença;
- Reforçar/implementar medidas preventivas e/ou corretivas no âmbito do ambiente, segurança e saúde no trabalho;
- Recolher e analisar dados relativos aos acidentes de trabalho através do preenchimento da ficha de investigação e análise acidentes trabalho e subsequentemente implementar medidas corretivas adequadas por forma a minimizar ou eliminar o risco.



Metas a Atingir

Com o cumprimento dos objetivos estratégicos definidos, prevemos atingir as seguintes metas no **EIXO 6 – Áreas transversais (RH)**:

ODS	Objetivo	Meta
	Grau satisfação colaborador 2023:88%	+3% em relação ao ano anterior
	Grau satisfação colaborador Dimensão "condições trabalho"	80%
	Plano Formação e Desenvolvimento	1
	Parcerias	3
	N.º formações Internas Até 31 outubro 2023: 10	15
	Atividades Wellness	2
	Manual de boas práticas saúde e ergonomia	1

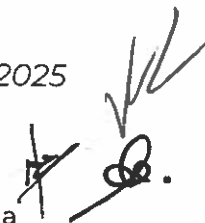
Atividades/medidas a desenvolver/implementar

Comunicação e Marketing

No âmbito do Plano Anual de Atividades de 2025, a **estratégia de promoção da marca Termas São Pedro do Sul reforça o compromisso com a inovação digital e a comunicação integrada**. Após os avanços alcançados em anos anteriores, o plano estratégico atual visa **consolidar a relação com os clientes fiéis e captar novos públicos, sempre com uma visão sustentável e inclusiva**.

As ações de *marketing* e comunicação digital assumem um papel central, priorizando a **personalização e a acessibilidade para aprimorar a experiência do utilizador** em todos os pontos de contato. A estratégia de 2025 foca-se em **campanhas impactantes** e numa **melhoria contínua das ferramentas**, de modo a fortalecer o **vínculo com o nosso público-alvo e promover a marca em diversas plataformas e mercados**. As ações propostas incluem:

- **Expandir e consolidar a marca:** fortalecer o posicionamento da marca Termas São Pedro do Sul como líder no setor de termalismo e bem-estar e a sub-marca AQVA, garantindo uma presença contínua e estrategicamente integrada no mercado digital e *offline*; desenvolver campanhas de *awareness* focadas em valores de sustentabilidade, inovação e excelência, com adaptações culturais que promovam a proximidade com o público local e internacional;
- **Otimização da comunicação:** implementar uma comunicação interna robusta, com canais unificados e regularidade na partilha de informações, promovendo a intercomunicação entre departamentos e fortalecendo a cultura organizacional; focar em ações de comunicação externa para garantir que a imagem institucional seja percebida de forma clara e consistente por clientes, parceiros e *stakeholders*, aumentando a confiança e lealdade à marca;
- **Gestão e inovação nas ferramentas digitais:** ampliar o uso de *marketing* por SMS e *e-mails* personalizados, explorando datas comemorativas, novos lançamentos de programas e produtos AQVA, descontos e benefícios exclusivos, incentivando a marcação de consultas/programas e tratamentos;
- **Modernização do website e da loja online:** reavaliar a interface do *website* e da loja *online*, especialmente para otimização em dispositivos móveis, com foco na experiência do utilizador e acessibilidade, garantindo que todos os públicos possam interagir facilmente com a marca; integrar soluções de inteligência artificial para personalizar a experiência do usuário, recomendando produtos ou serviços com base no histórico de navegação e preferências;
- **Estratégia editorial e segmentação de conteúdos:** consolidar a estratégia editorial



com conteúdos segmentados para nichos de mercado específicos, promovendo a criação de valor e informando o cliente sobre temas de saúde, bem-estar e sustentabilidade; adaptar o conteúdo das newsletters e redes sociais com "calls to action" específicas para diferentes segmentos, utilizando análise de dados para maximizar o engajement e a conversão;

- **Acessibilidade e inclusão:** aumentar a acessibilidade dos canais de atendimento, incorporando funcionalidades inclusivas nos meios digitais e físicos, como ferramentas de tradução e suporte multilíngue para visitantes e turistas; promover práticas de *marketing* relacional que reforcem a inclusão de todos os clientes, aumentando a reputação da marca como um espaço de bem-estar acessível a todos;
- **Eventos e parcerias:** desenvolver uma agenda anual de eventos alinhada às tendências do setor, com divulgação orientada e materiais promocionais segmentados para maximizar a atratividade dos eventos; estabelecer parcerias com influenciadores locais e internacionais que reforcem o posicionamento da marca, oferecendo pacotes promocionais e sessões exclusivas para ampliar a visibilidade e captar novos públicos; parcerias com hoteleiros e outras entidades de animação ou atividades lúdicas locais, por forma a criar *giveaways*, potenciando o alcance/visibilidade e crescimento digitais, bem como potenciar o word of mouth dos vencedores deste tipo de iniciativas, para que possam, eles mesmos, voltar às Termas São Pedro do Sul, trazer familiares e amigos e passar a mensagem da sua experiência;
- **Monitorização de desempenho e relatórios:** fornecer relatórios trimestrais detalhados com insights sobre a performance das campanhas, métricas de satisfação do cliente e dados analíticos que permitam decisões estratégicas informadas e ajustamentos ágeis;
- **Desenvolvimento sustentável e responsabilidade social:** integrar práticas de sustentabilidade nas ações de comunicação e marketing, promovendo campanhas que incentivem o uso responsável dos recursos naturais e a consciencialização ambiental; estimular a responsabilidade social por meio de ações concretas e relacionamento com a comunidade local, reforçando a imagem da marca como um agente positivo na sociedade;
- **Marketing relacional e fidelização de clientes:** aumentar os esforços de fidelização com programas de benefícios exclusivos para clientes frequentes e campanhas de fidelidade que reforcem o vínculo com a marca; criar conteúdos focados em fidelizar clientes existentes, com mensagens personalizadas e ofertas dedicadas aos utentes que retornam, aumentando o valor de longo prazo dos relacionamentos; criar cartão de fidelização, por forma a incentivar os utentes a usufruir dos nossos serviços, revertendo o valor de cada compra, em carimbos, no próprio cartão, sendo que após a finalização do preenchimento do mesmo, o utente terá um retorno seja a nível de percentagem de desconto ou em produtos de merchandising;
- **Angariação de testemunhos autênticos:** recolher e partilhar testemunhos de clientes

e colaboradores nas redes sociais, com destaque para as suas experiências positivas nos nossos serviços e o impacto na sua saúde e bem-estar;

- **Estratégia de marketing de conteúdo:** publicar mensalmente conteúdos informativos e educacionais sobre termalismo, saúde e bem-estar, desenvolvendo uma série de artigos e vídeos curtos que expliquem os benefícios dos tratamentos, com o objetivo de aumentar o tráfego orgânico no *website*;
- **Campanhas de Retargeting:** implementar campanhas de *retargeting* para clientes anteriores, fazendo uma recolha na base de dados, com o objetivo de aumentar a taxa de retorno em 20%, destacando as vantagens de tratamentos continuados e incentivando a marcação de novas consultas e tratamentos, percebendo o que levou esses clientes a desistirem dos tratamentos nas Termas São Pedro do Sul;
- **Alcançar maior participação e engagement nos workshops:** aumentar a regularidade dos *workshops*, como já temos vindo a desenvolver, em temas focados em novos lançamentos de produtos AQVA, benefícios do uso da água termal e demonstrações dos programas de bem-estar; expandir a comunicação pré-evento, através de anúncios nas redes sociais e *newsletters*, bem como nas próprias receções de ambos os balneários e Posto de Turismo, para atrair público específico e fidelizar clientes;
- **Colaboração nas ações de sensibilização e formação internas:** reforço da importância da proteção de dados pessoais, comunicação interna, relações interpessoais, entre outras, considerando a atividade da Termalístur.



Metas a Atingir

Com o cumprimento dos objetivos estratégicos definidos, prevemos atingir as seguintes metas no **EIXO 6 – Áreas transversais (Comunicação e Marketing)**:

ODS	Objetivo	Meta
	Plano de Comunicação e Marketing	1
	Índice satisfação utente Até 31 outubro 2024: 79%	+5% em relação ao ano anterior
	Seguidores nas redes sociais Facebook	+10% em relação ao ano anterior
	Seguidores nas redes sociais Instagram	+10% em relação ao ano anterior
	Seguidores nas redes sociais LinkedIn	+10% em relação ao ano anterior
	Usuários Website/Loja Termas SPS	+10% em relação ao ano anterior
	Avaliação desempenho (relatórios)	4
	Workshops temáticos	6
	Parcerias estratégicas/ coaborações/eventos	2
	Renovação de Website/loja online	2



Atividades/medidas a desenvolver/implementar

Relações Externas

- **Ampliar e diversificar parcerias:** estabelecer pelo menos 2 novas parcerias internacionais com entidades de relevância no setor do termalismo e bem-estar, incluindo associações de pesquisa, empresas de turismo de saúde, e redes de destinos termais, de forma a alargar a rede de parcerias já existente;
- **Fortalecer relações:** realizar trimestralmente eventos colaborativos abertos à comunidade local, como workshops de saúde, apresentações institucionais ou sessões informativas sobre o impacto do termalismo na saúde, por forma a aproximar a marca "Termas São Pedro do Sul" da população local;
- **Promover investigação:** criar um grupo de trabalho interno dedicado à investigação e análise de tendências no termalismo, com o propósito de desenvolver e publicar um estudo anual sobre a inovação e o desenvolvimento sustentável no termalismo;
- **Participação em eventos e redes internacionais:** participar em, pelo menos, três eventos ou conferências internacionais importantes no setor de turismo de saúde e termalismo para promover a marca e fortalecer a sua posição no mercado europeu e mundial;
- **Aumentar visibilidade/notoriedade:** organizar ou coorganizar 1 evento anual que destaque o termalismo português, interna e externamente, promovendo um intercâmbio com outros destinos termais europeus para atrair mais visitantes e investidores;
- **Reforçar cooperação:** desenvolver colaborações/sinergias com outras cidades termais da rede EHTTA (*European Historical Thermal Towns Association*) para desenvolver programas conjuntos de promoção, pesquisa e intercâmbio; reforçar a partilha de informação, de experiências e de conhecimento com entidades congéneres e outras instituições nacionais e internacionais de referência, promovendo ou participando em conferências, ações de formação, seminários ou visitas técnicas;
- **Explorar Sinergias:** estabelecer reuniões bimestrais com parceiros locais e/ou regionais, como municípios, instituições de ensino e associações culturais, para desenvolver ações conjuntas de promoção do termalismo.

Metas a Atingir

Com o cumprimento dos objetivos estratégicos definidos, prevemos atingir as seguintes metas no **EIXO 6 – Áreas transversais (Relações Externas)**:

ODS	Objetivo	Meta
	Parcerias/colaborações Instituições Internacionais	2
	Sessões temáticas abertas à comunidade	2
	Participação/colaboração eventos internacionais	3
	Evento anual dedicado termalismo	1
	Sinergias entidades locais/regionais (nº reuniões)	2
	Estudo desenvolvimento sustentável termalismo	1

g.



Atividades/medidas a desenvolver/implementar

Sustentabilidade e ESG

A **adoção de uma abordagem ESG** (*Environmental, Social and Governance*) é hoje incontornável para **definir e aferir o grau de sustentabilidade** de uma organização. Os **três elementos** encontram-se intrinsecamente ligados e marcam a forma como as **organizações sustentáveis desenvolvem a sua estratégia, o seu negócio e as suas operações**, sendo crescentes as evidências de que as empresas que têm genuínas preocupações ambientais, sociais e de boa governança são mais bem-sucedidas a longo prazo. As **ações de sustentabilidade** a empreender pela Termalitur em 2025 são as seguintes:

- Promover a melhoria contínua dos processos, produtos e serviços, através da identificação, monitorização e mitigação dos riscos ambientais associados à atividade, visando a redução dos impactes negativos no clima, ar, água, solos, biodiversidade, território e nas comunidades;
- Reduzir o consumo de recursos naturais e a produção de resíduos, maximizando a eficiência dos processos, a reutilização e a reciclagem;
- Implementar as medidas/ações sinalizadas nas auditorias energéticas e hídricas (projeto AQUA+), a fim de promover a eficiência na utilização dos recursos energéticos e hídricos na empresa;
- Prosseguir com o investimento em fontes de energia renováveis ou limpas (otimização do uso da energia geotérmica) e/ou em recursos energéticos flexíveis e de fontes 100% renováveis (energia solar para autoconsumo (UPAC));
- Implementar outras medidas de redução de consumo energético, como sejam os cortes setoriais em período noturno;
- Implementar em toda a empresa a iluminação LED e sistemas de monitorização de energia;
- Substituir, progressivamente, os equipamentos sanitários por equipamentos com características que cooperem para a poupança de água (caudal reduzido, independente de pressão; controlo por sensor e/ou eco-stop; autoclismos de dupla descarga, chuveiros eficientes, etc.);
- Adquirir equipamentos rotulados com o Rótulo Unificado Europeu de Eficiência Hídrica e Energética, a fim de adquirir produtos mais eficientes;
- Adquirir têxteis gramagem inferior (e consequentemente com menor consumo de água nas lavagens);



- Analisar a hipótese de realizar o aproveitamento de águas pluviais e estudar aplicações;
- Monitorizar consumos de água, a par com a monitorização energética bem como a promoção da eficiência hídrica e nexus água-energia, para atingir os objetivos de eficiência de recursos;
- Implementar medidas para redução de consumo de papel (rumo ao “sem papel”), através do controlo de cópias e impressões, envio de documentos em formato digital (faturas, declarações, etc); QR-codes, etc.;
- Aumentar a quantidade de resíduos enviados para reciclagem e diminuir a quantidade de resíduos urbanos indiferenciados, a fim de nos prepararmos para a implementação da tarifa de resíduos separada do consumo de água, através da adoção do sistema PAYT (pague de acordo com o que deita fora), numa lógica de que a água não é lixo;
- Reduzir os resíduos de equipamentos elétricos e eletrónicos, evitando casos de obsolescência prematura, optando sempre que possível pela sua reparação;
- Disponibilizar áreas dedicadas para reciclagem e incentivar a redução de desperdício. Estas áreas além de facilitarem a separação correta de resíduos servem como reminder constante da importância da sustentabilidade;
- Foco no *upcycling* ou no *downcycling* de resíduos, através da dinamização de redes de retoma, reuso, remanufactura ou reciclagem;
- Parcerias com entidades públicas e outras organizações, tirando partido da aprendizagem na área da eficiência energética e da aplicação bem-sucedida de novos modelos de gestão na energia, que podem constituir exemplos para a implementação de medidas na área da eficiência hídrica;
- Medir e calcular as emissões de gases com efeito de estufa (GEE), enquanto empresa aderente do “Programa Empresas Turismo 360º” reportando-as no Relatório ESG, de forma a monitorizar e melhorar o desempenho ambiental;
- Compensação das emissões de carbono por meio de ações que reduzam ou capturem CO₂, equilibrando o que é gerado com o que é retirado da atmosfera. São exemplos a utilização e promoção do uso de energias renováveis, participação ou promoção de ações de reflorestamento ou outras similares;
- Promover as melhores práticas ao nível do consumo sustentável, apostando no modelo de economia circular;
- Introduzir critérios ambientais/ecológicos nos procedimentos da contratação pública;
- Incentivar o envolvimento de toda a cadeia de valor e partes interessadas, para a adoção de sólidos compromissos com a sustentabilidade;
- Comunicar de forma regular e transparente o desempenho em sustentabilidade,

nomeadamente informação relevante sobre desempenho económico, ambiental, social, ético e de gestão;

- Participação em grupos de trabalho temáticos, iniciativas ou projetos, a fim de criar soluções, mecanismos e ferramentas inovadoras que permitam responder aos desafios empresariais na transição para a sustentabilidade;
- Sensibilizar os colaboradores para que estes realmente se envolvam com a sustentabilidade, através da realização de ações de formação, workshops ou sessões de esclarecimentos;
- Contemplar a divulgação das boas práticas adotadas na empresa, nas visitas guiadas efetuadas pelo posto de turismo (PT);
- Implementar equipa "Green Team" onde os RH sejam incentivados a propor ideias para reduzir o impacto ambiental da empresa;
- Simbioses industriais (urbanas, locais, regionais), através de estratégias de negócio que incluam a partilha de infraestruturas, equipamentos comuns, serviços comuns, mas também a utilização de recursos (como o caso da água termal);
- Sensibilização e envolvimento social da comunidade, através de ações de informação, *workshops* e outros materiais didáticos que suportem a consciencialização para o uso eficiente dos recursos, desde a desmaterialização, à extensão de ciclo de vida, consumo eficiente e "fecho do ciclo" dos recursos;
- Participar em recolhas solidárias de bens, campanhas de doação de sangue/medula óssea, ou outras similares;
- Solicitar colaboração de IPSS's locais para desenvolvimento de ações temáticas (decorações de natal, dia mundial da água, etc.);
- Disponibilizar espaço nos balneários, para exposição de obras de artistas/artesãos locais, por forma a aumentar a sua visibilidade e divulgar o trabalho efetuado, priorizando artistas que façam uso eficiente de recursos e/ou optem por matérias reciclados/recicláveis;
- Priorizar a contratação de artistas e prestadores de serviços locais (compras locais);
- Incentivar comportamentos que promovam o bem-estar físico e psicológico, e a segurança dos seus trabalhadores diretos e indiretos, através de ações conducentes à prática de atividade física (por exemplo, disponibilizando as instalações do ginásio de MFR);
- Organização de atividades desportivas, sociais e culturais, inseridas no programa de animação termal, abertas à comunidade local;
- Organização atividades educativas, direcionadas para público mais jovem, afim de dar

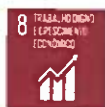
a conhecer a fauna e flora da região (caminhadas temáticas, sessões, workshops, etc.);

- Organizar/ apoiar ações de divulgação sobre hábitos de vida saudáveis, nutrição, etc., através de parcerias com entidades locais (por exemplo ULS);
- Criar vídeos temáticos com experts internos (p. exemplo diretor clínico, diretor técnico) para utilização em palestras e *workshops* e desta forma credibilizar e uniformizar a informação transmitida;
- Utilizar colaboradores da empresa nas campanhas de promoção de produtos/serviços, humanizando a comunicação;
- Colocar sinalética informativa sobre espécies vegetais existentes nas áreas circundantes à estância termal, apelando à sua conservação;
- Manter a certificação *Biosphere*, acompanhando a execução das respetivas ações em tempo real (site dedicado);
- Distribuir periodicamente boletim informativo (preferencialmente através de email) com informações relevantes sobre a empresa, entre outras, as práticas ESG;
- Celebração dia mundial da sustentabilidade, através da organização de atividades relacionadas com práticas sustentáveis;
- Criação do plano anual de sustentabilidade e respetiva monitorização (trimestral) com report à administração, para a definição de medidas/ações de adequação da estratégia, sempre que aplicável.



Metas a Atingir

Com o cumprimento dos objetivos estratégicos definidos, prevemos atingir as seguintes metas no **EIXO 6 – Áreas transversais (Sustentabilidade e ESG)**:

ODS	Objetivo	Meta
 	Rácio do Consumo energia elétrica (ativa kWh) /clientes	-5% em relação ao ano anterior
 	Rácio do Consumo água rede predial (m3) /clientes	-5% em relação ao ano anterior
 	Consumo combustíveis	-5% em relação ao ano anterior
 	Rácio do Produção resíduos/ clientes	-5% em relação ao ano anterior
 	Emissões GEE	-5% em relação ao ano anterior
 	Compras critérios ecológicos	5%
 	Sensibilização	4
 	Ações RH e comunidade	
 		

Atividades/medidas a desenvolver/implementar

Investigação & Desenvolvimento (I&D) e Laboratório

A Termalístur possui uma **reputação única no segmento do termalismo em Portugal**. Para preservar essa reputação, mas principalmente para assegurar a **qualidade dos serviços oferecidos, é imprescindível que ela esteja aliada a condições que possibilitem equiparar ou ultrapassar a concorrência**, que no mercado nacional quer internacionalmente. O crescente **conhecimento científico da eficácia da medicina termal é uma evidência incontornável**. O eventual desconhecimento desta realidade, por parte da comunidade médica e população em geral, deve-se à **deficiente divulgação dos resultados de estudos realizados/publicados**. Assim, tornam-se determinantes **alguns fatores estratégicos** para a **afirmação das termas e do termalismo**, à entrada da nova década e sobre os quais **é necessário intervir**. Importa, por isso, dar **continuidade às atividades em curso e já executadas**, seguindo a estratégia de consolidação de crescimento e notoriedade delineada, **alinhando as diferentes áreas de atividade da empresa, e envolvendo os recursos internos da empresa, parceiros e a comunidade**. Importa, também, **delinear novas medidas** que garantam as **mudanças necessárias para o reconhecimento do termalismo e para reafirmar o posicionamento** das Termas São Pedro do Sul como líderes neste setor. O investimento na inovação e desenvolvimento e na prossecução de estudos (científicos, de mercado, *Benchmarking*, ou outros similares) bem como **fortalecimento ou criação de novas parcerias** com empresas, entidades públicas, escolas, universidades e laboratórios, serão **fundamentais para garantir a continuidade do crescimento do setor do termalismo em Portugal**.

Redes e plataformas de cooperação:

- Participação e/ou colaboração no Congresso do Termalismo;
- Reforçar, no âmbito da cooperação, a partilha de informação, de experiências e de conhecimento com entidades congéneres, empresas e outras instituições nacionais e internacionais de referência, promovendo ou participando em conferências, ações de formação, seminários ou visitas técnicas;
- Reforço das parcerias existentes, nomeadamente da *European Historic Thermal Towns Association*;
- Reforçar e aumentar, através de candidaturas a projetos, redes, ou outros, parcerias que permitam diversificar/potenciar as utilizações da água mineral natural. Passa pela constituição de parcerias com o tecido empresarial, instituições congéneres, entre outras, privilegiando a realização de projetos internacionais concretos e participação ativa nos mesmos;
- Dar continuidade às ações resultantes da participação em projetos internacionais em

curso como o projeto *ThermEcoWat* (no âmbito do programa Interreg SUDOE);

- Delinear novas candidaturas a projetos no âmbito dos concursos abertos relativos aos programas Horizonte Europa, Interreg e PT2030, entre outros, nas áreas da sustentabilidade, carbono zero, alterações climáticas, aproveitamento recursos naturais endógenos, etc.;
- Efetivar o consórcio para o projeto de desenvolvimento de Lamas Termais para desenvolvimento de novos produtos com base na água termal e simultaneamente aumentar a diversidade de serviços;
- Reforçar parceria com grupo Bênamor, através da disponibilização de produtos com água mineral natural das Termas São Pedro do Sul e eventualmente na disponibilização de outro(s) produto(s);

Criação de Valor:

- Prossecução de estudos para potenciar e diversificar as utilizações da água mineral natural, além dos atuais usos (agente terapêutico, geotermia, ingrediente cosmético);
- Comemoração do dia mundial da água através da realização de atividades dedicadas à preservação do recurso;
- Comemoração do dia aberto das Termas, com atividades abertas à comunidade para evidenciar o uso terapêutico diferenciador da água termal;
- Organização eventos (seminários, palestras, *workshops*, mesas redondas ou outros semelhantes) para disseminação de conhecimento, partilha e discussão, nas áreas do termalismo e outras relacionadas, abertos à comunidade, para criação de valor;
- Reforçar e atualizar o acervo (espaço físico e plataforma digital) da biblioteca termal (primeiro espaço em Portugal constituído para reunir e preservar conhecimento técnico-científico na área do termalismo e áreas relacionadas);
- Apoiar o desenvolvimento de novos produtos de dermocosmética da marca AQVA *Thermal Skincare* (Laboratório);
- Apoio às produções dermocosméticos AQVA: entre outras atividades/responsabilidades o serviço de Laboratório deve servir como interlocutor no processo de desenvolvimento de novas formulações; servir como interlocutor no processo produtivo de formulações dermocosméticas; elaborar textos rotulagem (embalagens primárias e secundárias); elaborar dossiers de orçamentação de fabrico; efetuar os registos no Portal de Notificação de Produtos Cosméticos (CPNP); solicitar de códigos CNP_ANF; Elaborar o *Product Information File* – PIF (Dossiers de informação do produto); seleção de fornecedores; etc.;
- Criação de amostroteca de embalagens para acondicionamento dos produtos cosméticos.

Conhecimento I&D

- *Benchmarks* em várias áreas que envolvem o termalismo;
- Promover a investigação em áreas dedicadas e aplicáveis às termas, favorecendo novas práticas e soluções para o termalismo e fomentar a valorização do território e dos seus recursos turísticos distintivos;
- Publicação de artigos científicos e/ou revisão na área do termalismo e áreas conexas, em revistas científicas indexadas na *Scopus* e/ou publicação de livros ou capítulos de livros;
- Disponibilizar conhecimento, nas várias plataformas disponíveis, redigido de forma a ser compreendido pelo público em geral (escrita mais simples e intuitiva, recorrendo a gráficos, infográficos ou imagens), mas também pela comunidade médica (nomeadamente médicos, usando uma linguagem mais científica), que comprove a eficácia da terapêutica termal;
- Promover eventos e materiais educativos focados em colocar a água termal como um dos ativos mais relevantes na saúde e bem-estar, na sustentabilidade energética e no desenvolvimento regional;

Qualidade

- Garantir a qualidade do recurso, zelando pelo cumprimento dos planos de monitorização emanados pelas Direção-Geral da Saúde (DGS) e Direção Geral de Energia e Geologia (DGE);
- Efetuar a monitorização interna periódica da qualidade da água termal (Laboratório), a fim de detetar precocemente contaminação nos pontos de tratamento e atuar em conformidade;
- Definir plano de ação para manutenção/higienização das captações e sistemas associados, por forma a garantir a qualidade do recurso, prevendo cenários que ponham em perigo o recurso, e definindo medidas de mitigação/prevenção e eventualmente emergência, nos cenários que assim o justifiquem;
- Criar procedimentos, instruções de trabalho e manuais para a prevenção e controlo de *Legionella* nos estabelecimentos termais.

Metas a Atingir

Com o cumprimento dos objetivos estratégicos definidos, prevemos atingir as seguintes metas no **EIXO 6 – Áreas transversais (I&D e Laboratório)**:

ODS	Objetivo	Meta
     	Valorização do conhecimento publicação de artigos científicos, artigos de revisão, artigos em revistas, outros (nº artigos)	2
	Valorização do conhecimento disseminação de conhecimento dirigido comunidade e/ou setorial (nº eventos)	2
	Valorização do conhecimento disseminação Interna de conhecimento/ boas práticas/outros (nº eventos)	2
	Valorização do conhecimento produção conteúdo científico direcionado aos públicos-alvo (nº documentos)	2
	Reforço da literacia workshops/seminários/outros (nº eventos)	3
	Reforço da literacia conteúdos multimédia (nº conteúdos)	2
	Enriquecimento do acervo bibliográfico e documental Biblioteca Termal (nº inserções)	15
	(Inter)nacionalização participação em projetos/candidaturas (nº projetos/candidaturas)	2
	Novos produtos/serviços estudos de benchmarking/ outros (nº estudos)	2
	Novos produtos/serviços Produtos cosmética termal	2
	I&D domínios de intervenção da Termalístur (nº estudos)	1

Atividades/medidas a desenvolver/implementar

Turismo

Aliar os **tratamentos termais**, que beneficiam a saúde física e mental, a toda uma miríade de **atividades desportivas e culturais**, num **cenário com paisagens naturais únicas**, são um **selo distintivo** que as **Termas São Pedro do Sul** ostentam com orgulho. **Aumentar a panóplia de ofertas disponíveis** aos nossos clientes e de quem nos visita continua a ser uma prioridade para a empresa em 2025. O **turismo mantém-se um pilar essencial** para o desenvolvimento das Termas e do concelho de São Pedro do Sul, onde o **termalismo assume um papel central na economia local**, sendo uma atividade transversal à maioria dos outros recursos turísticos disponíveis no território de S. Pedro do Sul. A criação de uma **oferta diversificada e de um produto turístico de qualidade** atinge-se valorizando os **recursos endógenos únicos da região** e criando uma **rede de parcerias colaborativas** com **entidades públicas, privadas, associações e comunidade local**, mas também com o **Município de S. Pedro do Sul**, que se tem destacado pela **disponibilização de uma oferta diversificada e de produtos compósitos que beneficiam a prática do termalismo**. Importa sublinhar o **papel do município nas práticas sustentáveis e na gestão eficiente de recursos**. O concelho de S. Pedro do Sul é um **território onde agricultores, associações, operadores turísticos e de outros setores, cidadãos, em conjunto com o poder local**, assumem uma **estratégia conjunta para a gestão sustentável dos recursos**, com base em modelos de **produção agroecológicos/biológicos baseados no respeito e na valorização dos recursos locais**. Para 2025, importa colocar São Pedro do Sul como uma **referência nos destinos turísticos sustentáveis**, alinhado com os **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030**, e promover simultaneamente, o **crescimento económico, a proteção ambiental e o enriquecimento cultural da região**.

Desta forma, as propostas para o eixo do Turismo são as seguintes:

- Retomar a iniciativa **"14 freguesias, 14 experiências"**, em colaboração com as Juntas de Freguesia e coletividades locais;
- **Mapeamento de Artistas e Artesãos Locais**: identificar um mínimo de 10 novos artistas, artesãos e grupos culturais locais, com o objetivo de promover a produção artística e cultural do concelho nas diversas iniciativas turísticas;
- **Divulgação da Agenda Anual de Eventos**: estruturar uma agenda anual com pelo menos 10 eventos de vocação turística que integrem atividades culturais e desportivas, disponibilizando-a online e de forma interativa (mupies digitais) para fácil acesso por agentes e turistas;
- **Portal de Promoção "Visit São Pedro do Sul"**: expandir o portal, em parceria com o município, prestando conteúdo informativo e turístico e melhorar a sua acessibilidade e promoção, visando um aumento de 30% de acessos a esta plataforma em relação ao

[Handwritten signature and initials]

ano anterior;

- **Roteiros Turísticos em Formato Digital:** disponibilizar online guias turísticos detalhados em português e inglês, com pelo menos cinco novos roteiros temáticos abrangendo cidade e concelho, permitindo o *download* gratuito;
- **Estruturação da Informação em Sites de Agências e Portais de Turismo:** aumentar a presença de São Pedro do Sul em portais e agências de turismo online, prevendo uma cobertura de pelo menos três sites especializados em destinos de férias e turismo em Portugal;
- **Promoção de Atividades de Turismo nas Redes Sociais:** incrementar a presença digital com publicações regulares e conteúdos multimédia, estabelecendo uma meta de crescimento de 20% no número de visitantes do Posto de Turismo.

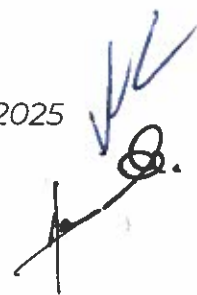


Metas a Atingir

Com o cumprimento dos objetivos estratégicos definidos, prevemos atingir as seguintes metas no **EIXO 6 – Áreas transversais (Relações Externas)**:

ODS	Objetivo	Meta
	Participantes atividades dinamizadas turismo (Visitas, passeios, etc.)	+10% em relação ao ano anterior
	Entradas PT (nº entradas)	+20% em relação ao ano anterior
	Disseminação conhecimento Práticas turismo sustentável	3
	Disseminação conhecimento Visitas grupos escolares	+10% em relação ao ano anterior





Atividades/medidas a desenvolver/implementar

Governança e Gestão Estratégica

- Assegurar o adequado planeamento, monitorização, controlo, auditoria e reporte dos recursos financeiros e patrimoniais, necessários ao cumprimento das obrigações legais e contratuais assumidas pela Termalístur;
- Assegurar a divulgação interna de KPI's operacionais, com dashboards executivos que forneçam uma visão clara e atualizada do desempenho em todas as áreas da organização;
- Assegurar o controlo do cumprimento das regras de realização de despesa, estratégia, planeamento e promoção da contratação pública e o apoio na implementação de processos numa lógica de melhoria contínua e simplificação;
- Projetar a marca "Termas São Pedro do Sul", ao nível nacional e internacional, nos domínios da sua missão, reforçando as redes de parceria com outras entidades relevantes para a atividade termal e desenvolvimento de conteúdos e estratégia digital;
- Integrar a transição digital na atividade, prosseguindo com a desmaterialização dos processos de *back-office*, uniformizando e simplificando os fluxos de trabalho para garantir maior agilidade e reduzir a burocracia;
- Melhorar as condições de trabalho na Termalístur por via de um aumento na qualidade das infraestruturas e equipamentos, por via da recuperação e modernização, recorrendo a financiamento e/ou outras soluções que viabilizem projetos de melhoria contínua;
- Reforçar o investimento em tecnologias emergentes e processos inovadores (inovação tecnológica) que promovam uma operação mais ágil e eficiente, com a alocação de orçamento adequado para assegurar a continuidade das melhorias;
- Desenvolver esforços acrescidos na procura de formas de financiamento para a realização de iniciativas relevantes para o desenvolvimento do território, das Termas São Pedro do Sul e do termalismo;
- Promover a gestão sustentável do território valorizando o(s) recurso(s) endógenos e fortalecendo laços de identidade local;
- Manter as certificações no âmbito da sustentabilidade, trabalhando na implementação de melhorias e redução da nossa pegada carbónica;
- Apoiar na divulgação de campanhas ou ações que nos cheguem no âmbito da responsabilidade social;

- Definir e operacionalizar a contribuição da Termalitur para o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), reforçando a estratégia da sustentabilidade e envolvendo toda a comunidade laboral.



8.



Considerações Finais

O presente Plano Anual de Atividades **reflete o empenho da Termalístur em fortalecer** a sua posição como uma **referência de excelência no termalismo, turismo e dermocosmética em Portugal.** Em 2024, a organização **implementou iniciativas de internacionalização,** estratégias de **promoção digital,** ações de **sustentabilidade** e **programas inovadores,** com o **objetivo de consolidar a sua oferta e expandir o impacto positivo junto das comunidades locais e dos públicos nacionais e internacionais.** No entanto, os **desafios identificados** ao longo deste ano, nomeadamente a necessidade de uma **comunicação mais integrada entre equipas e de uma articulação estratégica com parceiros,** reforçam a **importância de uma abordagem colaborativa e alinhada com os objetivos organizacionais.** A continuidade das ações realizadas e o **compromisso com a inovação,** serão cruciais para **enfrentar as mudanças e oportunidades futuras,** mantendo a

autenticidade e o valor dos nossos serviços e produtos.

Em 2025, a Termalístur tem como **missão consolidar os progressos alcançados, aprimorar processos e otimizar recursos, promovendo um ambiente de trabalho coeso e proativo.**

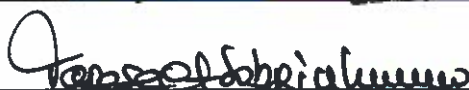
Esta dedicação visa não apenas **eleva a experiência de todos os que usufruem dos nossos serviços,** mas também **continuar a contribuir para o desenvolvimento sustentável e competitivo** da região e do país.

Desta forma, a realização deste Plano de Atividades está intrinsecamente ligada a uma **ação fundamentada em rigor, eficiência, efetividade e qualidade.**

No entanto, realçamos que o plano poderá ser sujeito a revisões, caso circunstâncias relevantes (sejam constrangimentos internos ou externos) se venham a apresentar como condicionantes para o alcance dos objetivos propostos.

Termas São Pedro do Sul, 29 de novembro de 2024

Q Conselho de Administração





✓
00.
H

Demonstrações Financeiras Previsionais

*Para efeitos comparativos, os montantes apresentados relativos ao ano de 2024, foram determinados com base extrapolação realizada com recurso ao balancete analítico de outubro de 2024. Adicionalmente, os montantes de 2024, não se encontram ainda aprovados pelo Conselho de Administração da Empresa nem foram ainda sujeitos a uma revisão final, para efeitos de Certificação Legal de Contas.

REFERENCIAL CONTABILÍSTICO NA ELABORAÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES

FINANCEIRAS PREVISIONAIS DO ANO DE 2025

Referencial Contabilístico

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.

Outras Informações

Nos termos do nº1, do art. 40º do regime jurídico da atividade empresarial local e das participações locais, as empresas locais devem apresentar resultados anuais equilibrados, acrescentando o nº2, do mesmo normativo legal que "sem prejuízo do disposto nº5, no caso de resultado líquido antes de imposto se apresentar negativo, é obrigatória a realização de uma transferência financeira a cargo dos sócios, na proporção da respetiva participação social, com vista a equilibrar os resultados do exercício em causa".

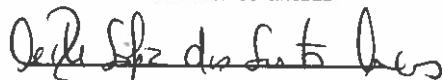
Relativamente ao exercício de 2024, prevê-se uma compensação financeira para equilíbrio de resultados nos termos do nº2 do artigo 40º da Lei 50/2012 de 31 de agosto, no valor de 330.454,94€.

Esta compensação, encontra-se registada nas contas estimadas finais de 2024 e no PAO 2025, nas rubricas "Outros créditos a receber - correntes" e "Outros rendimentos", no balanço previsional e na demonstração dos resultados por natureza previsional, respetivamente.

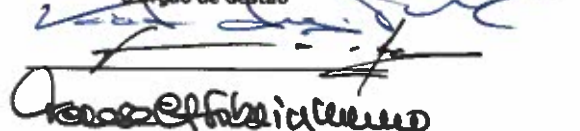
Balanço Previsional

31.Dezembro.2024	Unidade Monetária: Cêntimo de Euro	
RUBRICAS	PERÍODOS	
	2024	Orç 2025
ACTIVO		
Activo Não Corrente		
Activos Fixos Tangíveis	12 772 498,80	14 465 178,79
Activos Intangíveis	93 471,27	84 686,31
Outros Activos Financeiros	14 391,68	14 391,68
	12 884 907,97	14 564 256,78
Activo Corrente		
Inventários	209 822,90	190 469,81
Clientes	79 545,96	77 747,99
Estado e Outros Entes Públicos	18 669,80	18 669,80
Outros Creditos a Receber	3 870 235,91	1 262 613,92
Diferimentos	2 434,69	2 434,69
Caixa e Depósitos Bancários	30 000,00	30 000,00
	4 210 709,26	1 581 936,21
Total do Activo	17 095 617,23	16 146 192,99
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO		
Capital Próprio		
Capital Subscrito	4 559 379,00	4 559 379,00
Reservas Legais	28 602,45	28 602,45
Outras Reservas	4 248,48	4 248,48
Resultados Transitados	(1 468 811,68)	(1 468 811,68)
Ajustamentos/Outras Variações no Capital Próprio	3 623 006,58	3 583 231,65
	6 746 424,83	6 706 649,90
Resultado Líquido do Período		64 047,33
Total do Capital Próprio	6 746 424,83	6 770 697,23
Passivo		
Passivo Não Corrente		
Financiamentos Obtidos	5 649 734,56	4 398 238,11
Outras Dívidas a Pagar	1 051 810,48	1 040 262,92
	6 701 545,04	5 438 501,03
Passivo Corrente		
Fornecedores	345 309,89	125 479,89
Estado e Outros Entes Públicos	190 032,62	59 798,76
Financiamentos Obtidos	1 859 777,98	2 941 500,46
Diferimentos	583 110,37	505 559,68
Outros Passivos Financeiros	669 416,50	304 655,94
	3 647 647,36	3 936 994,73
Total do passivo	10 349 192,40	9 375 495,76
Total do Capital Próprio e do Passivo	17 095 617,23	16 146 192,99

A Contabilista Certificada



O Região de Gestão



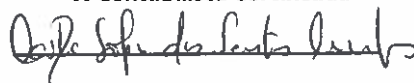
Demonstrações dos Resultados por Natureza

31.Dezembro.2024

Unidade Monetária: Cêntimo de Euro

RENDIMENTOS E GASTOS	PERÍODOS	
	2024	Orç 2025
Vendas e Serviços Prestados	4 235 758,62	4 729 669,09
Subsídios à Exploração	91 431,40	77 550,69
Custo das Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas	(172 401,31)	(193 531,02)
Fornecimentos e Serviços Externos	(1 103 676,72)	(1 245 944,57)
Gastos como Pessoal	(2 558 442,96)	(2 733 045,34)
Outros Rendimentos	394 651,78	278 718,32
Outros Gastos	(70 310,26)	(73 457,06)
Resultados antes Depreciações, Gastos Financiamento e Impostos	817 010,55	839 960,11
Gastos/Reversões de Depreciação e de Amortização	(365 820,36)	(420 670,92)
Resultado Operacional (Antes Gastos Financiamento e Impostos)	451 190,19	419 289,19
Juros e Gastos Similares Suportados	(451 190,19)	(355 241,86)
Resultado Antes de Impostos		64 047,33
Imposto sobre o Rendimento do Período		
Resultado Líquido do Período		64 047,33

A Contabilista Certificada



O Orgão de Gestão



(*) O Resultado líquido do Período em 2024, é nulo, em consequência do nº1, do artigoº 40 do Regime Jurídico da Atividade Empresarial Local e das Participações Locais.

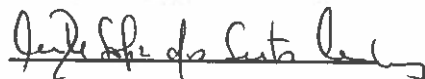
Demonstrações dos Fluxos de Caixa Previsional

31.Dezembro.2024

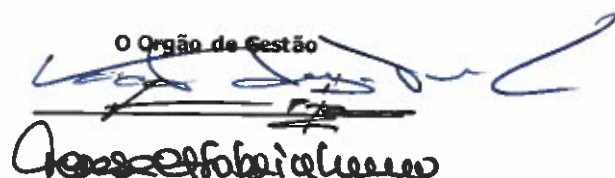
Unidade monetária: Cêntimo de euro

RUBRICAS		Períodos	
		2024	PAO 2025
<u>Fluxos de caixa das actividades operacionais - método directo</u>			
Recebimentos de clientes	+	4 358 240,03	5 146 664,09
Pagamentos a fornecedores	-	1 024 084,54	1 668 130,95
Pagamentos ao pessoal	-	2 439 369,28	2 730 958,71
Caixa gerada pelas operações	+/-	894 786,21	747 574,43
Pagamento/recebimento do imposto sobre o rendimento	-/+	0,00	
Outros recebimentos/pagamentos	+/-	102 552,76	(42 227,86)
Fluxos de caixa das actividades operacionais (1)	+/-	997 338,97	705 346,57
<u>Fluxos de caixa das actividades de investimento</u>			
Pagamentos respeitantes a:			
Activos fixos tangíveis	-	303 448,41	2 471 413,14
Activos intangíveis	-		
Investimentos financeiros	-		
Recebimentos provenientes de:			
Activos fixos tangíveis	+	405 000,00	
Investimentos financeiros	+		
Subsídios ao investimento	+		2 265 646,51
Fluxos de caixa das actividades de investimento (2)	+/-	101 551,59	(205 766,63)
<u>Fluxos de caixa das actividades de financiamento</u>			
Recebimentos provenientes de:			
Financiamentos obtidos	+	884 619,16	2 200 931,42
Pagamentos respeitantes a:			
Financiamentos obtidos	-	1 581 699,28	2 370 705,39
Juros e gastos similares	-	440 456,94	329 805,97
Fluxos de caixa das actividades de financiamento (3)		(1 137 537,06)	(499 579,94)
Variação de caixa e seus equivalentes (1)+(2)+(3)		(38 646,50)	(0,00)
Efeito das diferenças de câmbio	+/-		
Caixa e seus equivalentes no início do período	+/-	68 646,50	30 000,00
Caixa e seus equivalentes no fim do período	+/-	30 000,00	30 000,00

A Contabilista Certificada



O Orgão de Gestão



Handwritten signature and initials in the top right corner.

Orçamento de Rendimentos

31.Dezembro.2024														Unidade Monetária:Euro			
Descrição	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	TOTAL	Coef_1ºTr	Coef_2ºTr	Coef_3ºTr	Coef_4ºTr
Dermocosmetica	3 296,75	8 658,70	11 153,70	14 595,99	14 763,35	14 796,93	13 266,50	30 845,14	31 105,78	26 962,95	11 231,18	18 980,66	199 657,63	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%
Outros	1 534,87	1 951,13	3 050,22	3 636,71	3 678,58	3 675,46	3 198,18	6 231,63	7 675,88	5 972,38	3 977,97	1 172,05	45 755,06	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%
Vendas	4 831,62	10 609,83	14 203,92	18 232,70	18 441,93	18 472,39	16 464,68	37 076,77	38 781,66	32 935,33	15 209,15	20 152,71	245 412,69	21,9%			
Balneoterapia	46 198,72	88 863,46	166 833,55	241 986,91	238 522,48	252 468,28	293 538,71	419 588,65	506 842,86	428 497,87	235 854,42	32 160,44	2 951 356,35	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%
Fisioterapia	9 256,12	14 858,92	21 293,17	38 523,44	40 491,62	40 481,96	46 502,44	48 381,94	80 879,73	68 065,77	35 500,39	5 522,30	449 757,80	15,0%	15,0%	15,0%	15,0%
Bem Estar Termal	20 985,38	28 952,23	37 075,54	52 790,32	40 356,21	42 360,65	60 460,77	112 973,34	66 634,76	68 689,78	40 310,57	39 621,02	611 210,57	15,0%	15,0%	15,0%	15,0%
Consultas	10 379,69	17 185,17	30 413,47	42 346,85	41 956,59	39 396,51	43 962,53	63 214,93	77 153,08	60 894,80	33 999,42	5 369,93	466 272,97	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%
Outros	40,25	322,00	783,48	679,34	332,66	166,03	551,72	546,95	847,64	822,36	392,10	174,18	5 658,71	15,0%	15,0%	15,0%	15,0%
Prestações de Serviços	86 860,16	150 181,78	256 399,21	376 326,84	361 659,56	374 873,43	445 016,17	644 705,81	732 358,07	626 970,58	346 056,90	82 847,87	4 484 256,40	11,1%			
Volume de Negócios	91 691,78	160 791,61	270 603,13	394 559,56	380 101,49	393 345,82	461 480,85	681 782,58	771 139,73	659 905,91	361 266,05	103 000,58	4 729 669,09	11,7%			
IEFP	1 306,25	244,44	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 550,69				
ARPT	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 500,00	3 000,00				
PRR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	15 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	30 000,00	45 000,00				
SJDOE						14 000,00						14 000,00	28 000,00				
Subsídios à Exploração	1 306,25	244,44	0,00	0,00	0,00	30 500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	45 500,00	77 550,69	511,4%			
Rendimentos Suplementares	17 222,94	17 222,94	17 222,94	17 222,94	17 558,07	17 222,94	17 222,94	17 222,94	17 222,94	17 222,94	17 222,94	17 222,94	207 010,41				
Descontos Pronto Pagamento	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00				
Rendimentos e Ganhos Investimento	1 999,36	1 671,46	1 671,46	1 671,46	1 671,46	1 671,46	1 671,46	1 671,46	1 671,46	1 671,46	1 671,46	1 671,46	20 385,42	0,2%			
Outros Sub Investimento	4 276,87	4 276,87	4 276,87	4 276,87	4 276,87	4 276,87	4 276,87	4 276,87	4 276,87	4 276,87	4 276,87	4 276,87	51 322,49				
Outros Rendimentos e Ganhos	23 499,17	23 171,27	23 171,27	23 171,27	23 506,40	23 171,27	23 171,27	23 171,27	23 171,27	23 171,27	23 171,27	23 171,27	278 718,32	337,9%			
IVA Liquidado	5 594,15	8 724,57	11 272,93	15 655,18	12 754,01	13 184,43	17 084,17	33 204,03	22 675,28	22 189,27	11 944,79	13 518,45	187 801,20				
IVA a Pagar			4 751,37	7 357,32	9 652,51	13 540,93	10 548,70	10 778,01	14 613,38	30 058,44	18 091,23	19 249,03	138 640,92				

Orçamento do Custo das Mercadorias e Fornecimentos e Serviços Externos

Handwritten signature and initials in the top right corner.

31.Dezembro.2024

Unidade Monetária: Euro

Descrição	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	TOTAL	Coef
Mercadorias	2 344,39	4 776,75	6 448,54	8 001,33	8 027,16	8 027,01	6 811,43	14 786,19	16 343,89	14 171,96	7 135,16	8 771,49	105 645,30	25,0%
Materiais diversos	581,14	5 586,20	5 580,16	7 393,53	6 470,96	9 440,81	6 515,00	7 738,58	12 109,23	16 427,79	6 300,42	3 741,90	87 885,72	
Custo das Mercadorias Vendidas	2 925,53	10 362,95	12 028,70	15 394,86	14 498,12	17 467,82	13 326,43	22 524,77	28 453,12	30 599,74	13 435,58	12 513,39	193 531,02	
Trabalhos Especializados	20 306,50	18 411,26	31 062,56	39 269,56	39 892,40	35 645,85	43 076,26	63 921,39	120 668,58	51 084,47	43 267,92	26 561,07	533 167,82	15,0%
Publicidade e Propaganda	156,61	5 110,42	2 404,49	791,06	2 369,17	557,52	3 927,21	148,90	1 047,54	988,50	1 418,76	1 797,57	20 717,75	5,0%
Vigilância e Segurança	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5,0%
Honorários	2 795,68	2 795,68	2 795,68	3 259,23	2 563,55	3 259,23	3 259,23	3 954,91	463,55	1 603,65	3 954,91	2 795,68	33 500,98	5,0%
Conservação e Reparação	2 450,65	951,04	2 910,02	1 541,68	4 759,83	214,28	1 972,95	1 761,39	609,44	517,61	532,80	305,99	18 527,68	5,0%
Serviços Bancários	367,79	606,66	1 119,57	1 510,37	1 103,08	1 163,84	1 307,72	1 972,61	2 111,46	1 859,13	1 027,86	481,23	14 631,32	5,0%
Outros	294,00	1 143,45	0,00	858,70	4 262,91	8 311,94	7 736,01	7 360,62	8 196,84	6 100,85	3 249,90	315,00	47 830,22	5,0%
Ferramentas e Utensílios	870,89	2 427,60	2 545,70	3 699,52	1 404,66	263,21	3 320,26	2 570,36	2 726,47	1 766,91	(4,65)	0,00	21 590,93	5,0%
Material Escritório	250,73	509,83	585,29	385,00	969,78	202,35	476,29	1 213,01	426,32	820,07	761,44	19,10	6 619,21	5,0%
Artigos Oferta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	52,50	0,00	0,00	0,00	16,80	69,30	5,0%
Material Tratamentos	0,00	0,00	0,00	0,00	400,11	0,00	135,20	59,36	400,62	0,00	0,00	0,00	995,29	5,0%
Material Conservação	1 228,06	4 358,33	797,07	189,25	1 565,97	99,83	525,58	147,15	2,24	4 259,18	3 540,44	450,66	17 163,76	5,0%
Material Bem-Estar	967,53	256,71	1 238,43	367,07	815,57	484,46	400,80	777,93	742,35	1 256,24	758,79	0,00	8 065,88	5,0%
Outros	0,00	0,00	256,17	112,05	96,39	88,87	53,79	231,99	52,75	53,79	72,83	0,00	1 018,63	5,0%
Electricidade	62,72	9 301,92	7 912,09	16 025,13	13 960,57	13 949,41	18 156,84	21 332,77	22 725,52	16 988,77	12 712,48	20 497,13	173 625,35	5,0%
Combustíveis	215,04	605,97	2 035,39	4 446,78	2 791,55	2 651,72	4 205,54	4 562,43	4 735,37	6 060,75	4 225,29	430,48	36 966,31	5,0%
Água	2 447,15	1 267,36	1 776,83	2 707,66	2 790,62	2 994,27	2 466,17	3 115,12	3 909,13	3 429,26	3 844,42	2 205,80	32 953,79	5,0%
Outros	0,00	0,00	0,00	21,90	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	65,70	0,00	0,00	87,60	5,0%
Deslocações e Estadas	25,20	124,37	286,87	399,00	97,55	15 968,87	2 098,92	54,29	1 720,69	125,63	180,55	31 582,53	52 664,47	5,0%
Transporte Mercadorias	0,00	0,00	161,02	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	161,02	5,0%
Rendas e Aluguéis	12 692,54	12 692,54	12 692,54	12 692,54	12 458,26	12 458,26	12 583,55	12 583,55	11 962,70	13 427,77	12 222,66	13 350,24	151 817,15	5,0%
Comunicação	491,12	563,56	497,56	381,02	552,11	508,11	530,95	553,64	585,82	333,86	430,48	977,97	6 406,20	5,0%
Seguros	12 135,41	61,43	61,43	5 934,47	61,43	61,43	7 293,26	288,31	274,02	6 216,54	166,43	5 047,67	37 601,83	5,0%
Contencioso e Notariado	0,00	0,00	35,88	0,00	0,00	0,00	79,04	0,00	0,00	0,00	0,00	67,52	182,44	5,0%
Despesas Representação	7 919,28	3 943,47	571,20	89,37	61,74	2 320,21	694,27	36,75	1 067,56	313,80	475,68	4 958,31	22 451,64	5,0%
Limpeza, Higiene e Conforto	0,00	735,12	112,46	24,47	706,85	946,37	45,83	661,02	64,21	0,00	667,91	0,00	3 984,24	5,0%
Outros Serviços	860,88	32,46	32,46	720,49	474,21	58,71	539,87	63,67	63,96	178,41	101,18	37,46	3 163,76	5,0%
Fornecimentos Serviços Externos	66 537,74	65 899,18	71 890,71	95 426,31	94 158,31	102 208,74	114 885,54	127 423,67	184 557,14	117 450,89	93 608,06	111 898,21	1 245 944,57	8,5%
IVA Dedutível	842,78	1 367,29	1 620,42	2 114,17	2 205,31	2 406,41	2 470,75	3 145,61	4 584,09	2 940,24	2 161,78	2 319,43	26 178,45	
COMPRAS	2 632,98	9 326,64	10 825,83	13 855,37	13 048,14	15 721,04	11 993,79	29 272,29	25 607,81	27 539,78	12 091,02	11 262,05	174 177,93	

Handwritten signature and initials.

Orçamento dos Gastos com o Pessoal

31.Dezembro.2024													Unidade Monetária: Euro	
Descrição	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maió	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	TOTAL	Coef
Orgãos Sociais	3 818,61	3 917,42	3 631,96	3 480,15	4 353,81	6 306,53	3 506,46	3 506,46	3 518,46	3 530,46	6 314,84	3 506,46	49 391,62	0,0%
Orgãos Sociais	3 818,61	3 917,42	3 631,96	3 480,15	4 353,81	6 306,53	3 506,46	3 506,46	3 518,46	3 530,46	6 314,84	3 506,46	49 391,62	0,0%
Pessoal do Município	3 569,28	3 653,28	3 641,28	3 647,28	3 659,28	6 802,25	3 451,22	3 575,28	3 659,28	3 695,28	6 922,56	3 623,28	49 899,55	0,0%
Pessoal Contratado	6 094,47	9 567,31	33 464,69	48 736,85	68 730,36	71 943,55	72 266,58	74 783,85	83 637,47	85 268,13	197 445,42	10 161,57	762 100,25	0,0%
Pessoal Quadro Empresa	95 347,11	97 131,06	96 631,74	96 801,45	96 374,75	182 440,28	95 608,44	94 599,08	95 193,72	96 840,84	182 278,52	97 020,67	1 326 267,66	0,0%
Pessoal Estágios	1 451,39	271,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 722,99	0,0%
Estimativas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0%
Pessoal CEI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0%
Pessoal	106 462,25	110 623,25	133 737,71	149 185,58	168 764,39	261 186,08	171 326,24	172 958,21	182 490,47	185 804,25	386 646,50	110 805,52	2 139 990,45	0,0%
Encargos Orgãos Sociais	809,85	805,71	805,71	805,71	805,71	1 471,28	805,71	805,71	805,71	805,71	1 471,28	805,71	11 003,80	0,0%
Encargos Pessoal	22 905,39	23 356,20	28 287,85	31 412,02	35 352,10	57 648,89	35 753,18	36 508,68	38 266,72	38 499,42	79 970,63	23 673,49	451 634,57	0,0%
Estimativas Férias + Sub Férias	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2 086,63	2 086,63	0,0%
Encargos FCT	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,0%
Encargos	23 715,24	24 161,91	29 093,56	32 217,73	36 157,81	59 120,17	36 558,89	37 314,39	39 072,43	39 305,13	81 441,91	26 565,83	464 725,00	0,0%
Seguro Acidentes Trabalho	2 752,27	2 350,22	2 350,22	2 511,12	2 631,66	2 350,22	2 350,22	2 350,22	2 350,22	4 861,34	2 350,22	2 350,22	31 558,15	0,0%
Vestuário	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	80,79	80,79	0,0%
Formação	0,00	1 252,74	0,00	0,00	4 800,00	539,55	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	6 592,29	0,0%
Higiene, Seg Medicina Trabalho	299,67	299,67	299,67	299,67	299,67	299,67	299,67	299,67	299,67	299,67	299,67	299,67	3 596,04	0,0%
Reembolso Despesas ADSE	0,00	293,92	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	293,92	0,0%
Outros	3 068,09	3 068,09	3 068,09	3 068,09	3 068,09	3 068,09	3 068,09	3 068,09	3 068,09	3 068,09	3 068,09	3 068,09	36 817,08	0,0%
Outros Gastos	6 120,03	7 264,64	5 717,98	5 878,88	10 799,42	6 257,53	5 717,98	5 717,98	5 717,98	8 229,10	5 717,98	5 798,77	78 938,27	0,0%
Gastos com o Pessoal	140 116,13	145 967,22	172 181,21	190 762,34	220 075,43	332 870,31	217 109,57	219 497,04	230 799,34	236 868,94	480 121,23	146 676,58	2 733 045,34	0,0%
Seg Social Pessoal	10 983,90	11 190,78	13 474,91	14 921,90	16 746,78	27 381,97	16 932,54	17 282,45	18 096,70	18 204,48	37 720,46	11 337,73	214 274,61	0,0%
Seg Social Total	34 699,14	35 352,69	42 568,47	47 139,63	52 904,59	86 502,14	53 491,43	54 596,84	57 169,13	57 509,61	119 162,37	35 816,93	676 912,98	0,0%
Desc IRS	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	36 000,00	0,0%

Orçamento de Depreciações, outros Gastos e Perdas de Financiamento

ORÇAMENTO DE DEPRECIAÇÕES, OUTROS GASTO E PERDAS E GASTOS E PERDAS DE FINANCIAMENTO

31.Dezembro.2024

Descrição	Unidade Monetária: Euro												TOTAL
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	
Depreciações Activos Fixos Tangíveis	34 323,83	34 323,83	34 323,83	34 323,83	34 323,83	34 323,83	34 323,83	34 323,83	34 323,83	34 323,83	34 323,83	34 323,83	411 885,96
Depreciações Activos Fixos Intangíveis	732,08	732,08	732,08	732,08	732,08	732,08	732,08	732,08	732,08	732,08	732,08	732,08	8 784,96
Depreciações do Exercício	35 055,91	35 055,91	35 055,91	35 055,91	35 055,91	35 055,91	35 055,91	35 055,91	35 055,91	35 055,91	35 055,91	35 055,91	420 670,92
Impostos	2 304,09	2 833,82	2 032,12	2 846,13	2 254,19	6 221,84	5 714,88	6 342,61	3 004,07	2 309,36	9 730,24	5 699,05	51 292,40
Perdas em Inventários	0,00	0,00	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	18,84	0,00	0,00	390,20	411,04
Outros Gastos	123,79	445,20	11 976,89	475,30	1 232,62	2 055,32	1 291,15	2 093,83	168,68	12,78	56,20	1 821,85	21 753,61
Outros Gastos e Perdas	2 427,89	3 279,02	14 011,01	3 321,43	3 486,81	8 277,16	7 006,03	8 436,44	3 191,59	2 322,14	9 786,44	7 911,10	73 457,06
Juros Suportados	33 052,76	31 629,87	30 873,04	28 868,24	27 398,32	26 629,56	26 208,77	25 861,10	25 417,43	24 999,51	24 699,45	24 167,92	329 805,97
Outros Gastos Perdas Financiamento	2 155,51	407,78	520,58	1 819,22	1 525,33	518,43	6 432,96	282,81	480,30	1 574,50	9 495,99	222,48	25 435,89
Gastos e Perdas Financiamento	35 208,27	32 037,65	31 393,62	30 687,46	28 923,65	27 147,99	32 641,73	26 143,91	25 897,73	26 574,01	34 195,44	24 390,40	355 241,86

Handwritten signature and initials in blue ink.

Orçamento dos Investimentos

31.Dezembro.2024													Unidade Monetária: Euro
Descrição	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maió	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	TOTAL
Activos Fixos Tangíveis													
Projecto Geotermia	0,00	106 901,95	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	106 901,95
Projecto PRR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	998 832,00	0,00	0,00	0,00	998 832,00	0,00	1 997 664,00
Total de Activos Fixos Tangíveis	0,00	106 901,95	0,00	0,00	0,00	0,00	998 832,00	0,00	0,00	0,00	998 832,00	0,00	2 104 565,95
Total Investimentos	0,00	106 901,95	0,00	0,00	0,00	0,00	998 832,00	0,00	0,00	0,00	998 832,00	0,00	2 104 565,95
DEPRECIAÇÕES													
Activos Fixos Tangíveis													
Projecto Geotermia	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	51 695,04
Projecto PRR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciações Act Fixos Tangíveis	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	51 695,04
Activos Fixos Intangíveis													
Total Depreciações	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	4 307,92	51 695,04

Orçamento de Tesouraria

31.Dezembro.2024

Unidade Monetária: Euros

RUBRICAS	Meses												TOTAL
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	
1. Recebimentos													0,00 €
1.1. Clientes	171 237,74	160 791,61	270 603,13	394 559,56	380 101,49	393 345,82	461 480,85	681 782,58	771 139,73	659 905,91	361 266,05	25 252,59	4 731 467,06
1.2. Estado e Outros Entes Públicos/TVA	5 594,15	8 724,57	11 272,93	15 655,10	12 754,01	13 184,43	17 084,17	33 204,05	22 675,28	22 189,27	11 944,79	13 518,45	187 801,20
1.3. Outros Recebimentos	19 222,30	18 894,40	18 894,40	18 894,40	19 229,53	18 894,40	18 894,40	18 894,40	18 894,40	18 894,40	18 894,40	18 894,40	227 395,83
1.4. Subsidios/Diferimentos								16 066,74					16 066,74
1.4. Equilíbrio Financeiro				330 454,94									330 454,94
Total	196 054,19	188 410,58	300 770,46	759 564,00	412 085,03	425 424,65	497 459,42	749 947,77	812 709,41	700 989,58	392 105,24	57 665,44	5 493 185,77
2. Pagamentos													
2.1. Fornecedores	34 530,89	70 013,54	76 593,09	84 336,96	111 395,86	109 411,93	120 336,20	129 350,12	150 841,57	214 749,00	147 930,91	107 861,88	1 668 130,95
2.2. Impostos	14 764,62	152 967,14	43 104,06	12 925,79	19 792,14	69 445,52	100 050,84	67 269,44	72 210,22	50 227,57	78 600,84	141 411,40	1 002 769,59
2.3. Despesas como Pessoal	99 664,72	105 264,31	124 262,52	138 111,59	161 539,18	241 017,95	158 267,92	159 549,98	168 279,99	171 497,99	355 608,64	103 422,80	1 986 487,58
2.4. Seguro de Acidentes de Trabalho	2 752,27	2 350,22	2 350,22	2 511,12	2 631,66	2 350,22	2 350,22	2 350,22	2 350,22	4 861,34	2 350,22	2 350,22	31 558,15
2.6. Desp. Financeiras de Funcionamento	33 052,76	31 629,87	30 873,04	28 868,24	27 398,32	26 629,56	26 208,77	25 861,10	25 417,43	24 999,51	24 699,45	24 167,92	329 805,97
2.7. Outros Custos Operacionais	4 583,40	3 686,80	14 531,59	5 140,65	5 012,14	8 795,59	13 438,99	8 719,25	3 671,89	3 896,64	19 282,43	8 133,58	98 892,95
Total	520 127,66	405 911,88	291 714,52	311 894,36	367 769,30	457 650,76	420 652,94	393 100,10	422 771,32	510 232,05	628 472,49	387 347,80	5 117 645,19
3. Saldo de Tesouraria	-324 073,47	-217 501,30	9 055,94	447 669,64	44 315,73	-31 226,11	76 806,48	356 847,67	389 938,09	190 757,53	-236 367,25	-329 682,35	375 540,59

TERMAS
SÃO PEDRO
DO SUL

✓
C.
✓

Termalístur – Termas São Pedro do Sul