

Projeto piloto

Grupo Visabeira / Termalístur

Produto core

Termalismo clássico

Relatório

Mercado e Análise da Concorrência

DRAFT

Conteúdo

Identificação e Análise da Concorrência	3
Seleção da amostra	5
Identificação dos concorrentes:	6
Motivação - Zona Termal:.....	8
Pacotes Sénior	8
Preços	9
Posicionamento	12

Identificação e Análise da Concorrência

Enquadramento metodológico

Identificar os concorrentes poderá ser uma tarefa mais complicada daquilo que possa, eventualmente, parecer no início. São possíveis duas abordagens que, na metodologia implementada, convivem em simultâneo:

- Pelo lado da procura - assumem-se aquele grupo de organizações que satisfazem o mesmo conjunto de necessidades dos clientes. O grupo de consumidores a ser atingido é a dimensão chave nesta abordagem;
- Pelo lado da oferta - identificando as empresas cujas base de recursos, de tecnologia e de operações são semelhantes à rede nacional que se pretende estabelecer.

A análise das conclusões consagradas nos Atlas de Oportunidades, em particular no que respeita às tendências e dinâmicas do mercado, identifica os países emissores de turistas de saúde e bem estar, os produtos desejados e procurados, os fluxos, e a dimensão e características dos vários segmentos.

A partir destas conclusões, importa identificar os critérios de referência para a classificação das organizações enquanto concorrentes e para a sua identificação e caracterização.

Esta classificação obedece a 2 critérios fundamentais.

- 1) A definição dos segmentos alvo a servir no âmbito de cada projeto piloto, procurando identificar e relacionar os multicritérios utilizados na sua identificação, tanto ao nível geográfico como sociográfico e comportamental.
- 2) Com a seleção dos segmentos alvo, a identificação dos produtos core para cada projeto piloto, que pressupõe uma análise aprofundada da oferta atual, enquanto ponto de partida. Nesta análise é elaborada a TECCE, enquanto documento de sistematização do produto atual, e descrita a forma como os produtos são vendidos, as redes que estão constituídas, os canais que são utilizados, os preços praticados e as políticas e ferramentas de promoção e comunicação em uso. O produto atual é visto numa perspetiva alargada,

procurando identificar, a partir do “core”, as componentes que lhe estão associadas (viagens, serviços complementares, estadia, produtos turísticos, entre outros).

Critério Segmentos alvo:

- a. Geográficos:
 - i. Alemanha
 - ii. Reino Unido
 - iii. Diáspora: França e Luxemburgo
- b. Sociográficos:
 - i. Mais de 55 anos
 - i. Classes B e C
- c. Comportamentais
 - i. Mais de 6 dias
 - ii. Alemães: viajam sozinhos

Critério Produto Core

- d. Termalismo
 - Músculo-esquelético; respiratórias; reabilitação

São consideradas concorrentes as organizações que oferecem o mesmo produto core aos mesmos segmentos alvo. Estas entidades podem ser os países que recebem os turistas de saúde que Portugal procura captar, numa perspetiva aglutinadora, e os prestadores instalados nesses países, que oferecem um produto - mais ou menos - composto, segundo a ótica de produto alargado.

Esta pesquisa tem o enfoque exclusivo nos prestadores pelo que será desenvolvido em torno daquelas organizações que, para além de servirem o mesmo segmento alvo, oferecem um serviço ou benefício similar, acrescentando a componente de alojamento. Significa que, para o projeto-piloto em causa, consideram-se as organizações que integram o produto composto (termas mais alojamento, estando

este alojamento dentro das infra-estruturas físicas das termas ou em unidades hoteleiras autónomas).

Seleção da amostra

Foi utilizado o conhecimento adquirido do Atlas de Oportunidades como ponto de partida, assim, é sabido que os principais destinos de saúde e bem-estar são a Espanha, Itália e Áustria, e também que os países de leste são os eleitos quando se trata de destinos com objetivo de tratamentos médicos mais específicos.








O segundo passo foi a realização de uma pesquisa online e apontamento de todos os prestadores que se enquadram como possíveis concorrentes.

Depois, passou-se para a redução desta lista, e assim foram excluídos aquele que:

- não tinham website em alemão;
- não possuíam pacotes para um público sénior;
- apenas tinham uma das componentes do serviço, ou termas ou alojamento;
- não iam de encontro ao propósito da visita termal

Por fim encontramos uma lista de dezanove concorrentes e procedemos à sua análise.

Identificação dos concorrentes:

 Alpentherme	 Baerenhof	 Continental Terme Hotel	 Danubius Health Spa Resort Hvezda
 Grand Hotel Terme	 Hotel Arka Medical SPA	 Hotel Europa Terme	 Hotel Garden Terme
 Hotel Harrys' Garden	 Hotel Imperial	 Hotel President Terme	 Hotel San Giorgio Terme
 Hotel Terme Milano	 Hotel Terme Tritone resort & spa	 Kur -Thermenhotel Warmbaderhof	 Kurhotel Royal Marienbad
 Park Hotel Kur	 Radium Palace	 Spa Resort Sanssouci	

Mais aprofundadamente podemos referir algumas particularidades:

Alpentherme

País: Áustria

Zona Termal: Gasteiner Tal

Mês Abertura: Janeiro

Mês Fecho: Dezembro

Baerenhof

País: Áustria

Zona Termal: Gasteiner Tal

Mês Abertura: Janeiro

Mês Fecho: Dezembro

Continental Terme Hotel

País: Itália

Zona Termal: Abano Montegrotto

Mês Abertura: Fevereiro

Mês Fecho: Dezembro

Danubius Health Spa Resort Hvezda

País: República Checa

Zona Termal: Marienbad

Mês Abertura: Janeiro

Mês Fecho: Dezembro

Grand Hotel Terme

País: Itália

Zona Termal: Abano Montegrotto

Mês Abertura: Janeiro

Mês Fecho: Dezembro

Hotel Arka Medical SPA

País: Polónia

Zona Termal: Kolobrzeg

Mês Abertura: Janeiro

Mês Fecho: Dezembro

Hotel Europa Terme

País: Itália

Zona Termal: Abano Montegrotto

Mês Abertura: Fevereiro

Mês Fecho: Dezembro

Hotel Garden Terme

País: Itália

Zona Termal: Abano Montegrotto

Mês Abertura: Fevereiro

Mês Fecho: Novembro

Hotel Harrys' Garden

País: Itália

Zona Termal: Abano Montegrotto

Mês Abertura: Março

Mês Fecho: Novembro

Hotel Imperial

País: República Checa

Zona Termal: Karlsbad

Mês Abertura: Janeiro

Mês Fecho: Dezembro

Hotel President Terme

País: Itália

Zona Termal: Abano Montegrotto

Mês Abertura: Janeiro

Mês Fecho: Novembro

Hotel San Giorgio Terme

País: Itália

Zona Termal: Ischia

Mês Abertura: Abril

Mês Fecho: Outubro

Hotel Terme Milano

País: Itália

Zona Termal: Abano Montegrotto

Mês Abertura: Março

Mês Fecho: Novembro

Hotel Terme Tritone Resort & Spa

País: República Checa

Zona Termal: Karlsbad

Mês Abertura: Janeiro

Mês Fecho: Dezembro

Kur-Golf-Thermenhotel Warmbaderhof

País: Áustria

Zona Termal: Karnten

Mês Abertura: Janeiro

Mês Fecho: Dezembro

Kurhotel Royal Marienbad

País: República Checa

Zona Termal: Marienbad

Mês Abertura: Janeiro

Mês Fecho: Dezembro

Park Hotel Kur

País: Polónia

Zona Termal: Bad Flinsberg

Mês Abertura: Janeiro

Mês Fecho: Dezembro

Radium Palace

País: República Checa

Zona Termal: St. Joachimsthal

Mês Abertura: Janeiro

Mês Fecho: Dezembro

Spa Resort Sanssouci

País: República Checa

Zona Termal: Karlsbad

Mês Abertura: Janeiro

Mês Fecho: Dezembro

Motivação - Zona Termal:

Os consumidores que procuram as termas para tratamento preventivo apresentam

Tratamento / Zona Termal	Abano Montegratto (IT)	Bad Flinsberg (PL)	Gasteiner Tal (AT)	Ischia (IT)	Karlsbad (CZ)	Karnten (AT)	Kolobrzeg (PL)	Marienbad (CZ)	St. Joachimsthal (CZ)
Respiratório				X			X	X	
Cardiovascular		X							
Ortopédico / Reumático	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Espondilite Anquilosante			X						X
Transtorno Digestivo					X				
Doenças Metabólicas					X				
Cancro					X				

uma certa preocupação na escolha dos países e zonas para o realizar a falar de propriedades naturais que as termas possuem por se localizarem naquela região específica do globo. Desta forma, apresentamos abaixo um quadro elucidativo entre as diferentes zonas em estudo e as suas capacidades curativas ou preventivas.

Pacotes Sénior

Com base na análise dos diferentes produtos oferecidos é possível criar um “produto médio” da concorrência, desta forma e, com foco num segmento médio/alto e de pessoas com mais de 55 anos, é possível verificar as seguintes condições:

Alojamento:

O número de estrelas dos hotéis estudados varia entre 3 e 5, sendo que os hotéis de 4 estrelas são aqueles que aparecem com maior frequência, doze vezes em dezanove (aproximadamente 63%).

Duração e Preços dos Pacotes oferecidos:

Estudar o número de dias que os utentes tendem a ficar para o tratamento termal é relevante de forma a construir o mais adequado. De entre os concorrentes podemos verificar que a média de dias é de sete (6.67) e que o seu preço correspondente é 792 euros. Contudo, alguns operadores apresentam pacotes mais alargados, de dez, doze, catorze e vinte e um dias.

Estadia (nº de dias)	Preço Médio (em euros)
10	1214
12	1317,33
14	1637,5
21	2172,5

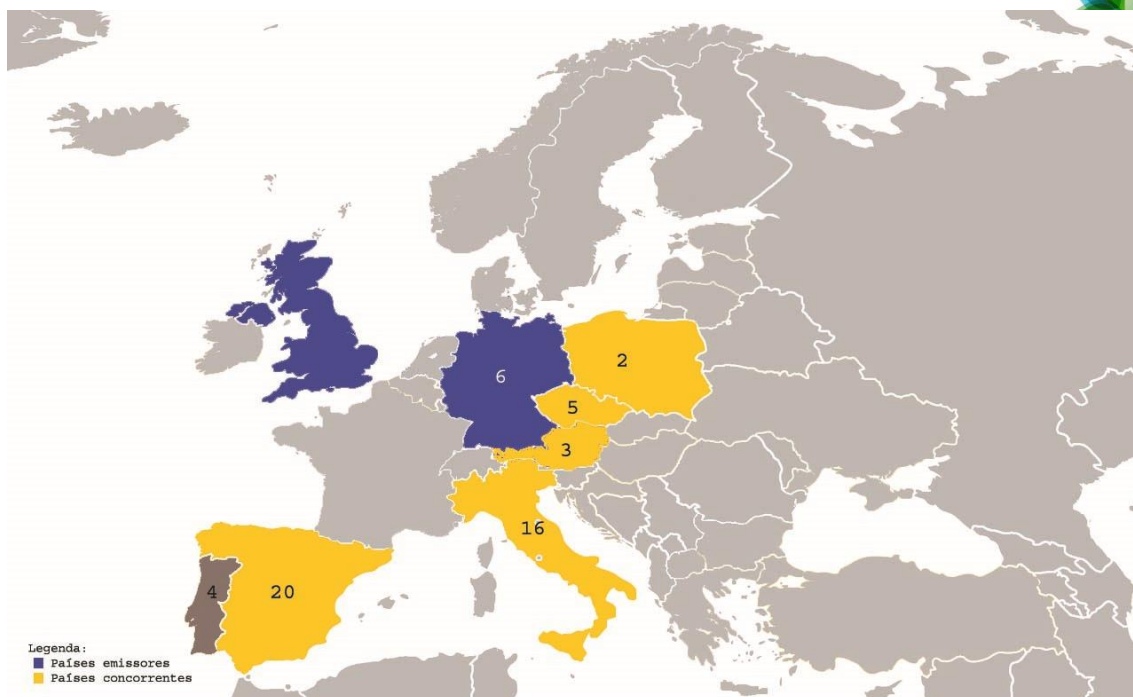
O que faz parte do pacote de serviços

Médico	%	Alojamento	%	Complementares	%
Sala de Fitness/ Ginásio	73,68	Telefone	100,00	Bicicletas	31,58
Exame médico (antes)	63,16	Tv Satellite	73,68	Jantar Degustação Local	26,32
Sauna / Banho Turco	57,89	Wi-fi	52,63	Solarium	26,32
Massagens (pacote)	47,37	Parque de Estacionamento	36,84	Salão/ Tratamento de Beleza	21,05
Piscina	42,11			Bowling	21,05
				Visitas Guiadas	10,53
				Cabeleireiro	10,53
				Ténis	10,53
				Ténis de Mesa	10,53
				Cinema	5,26
				Minigolfe	5,26

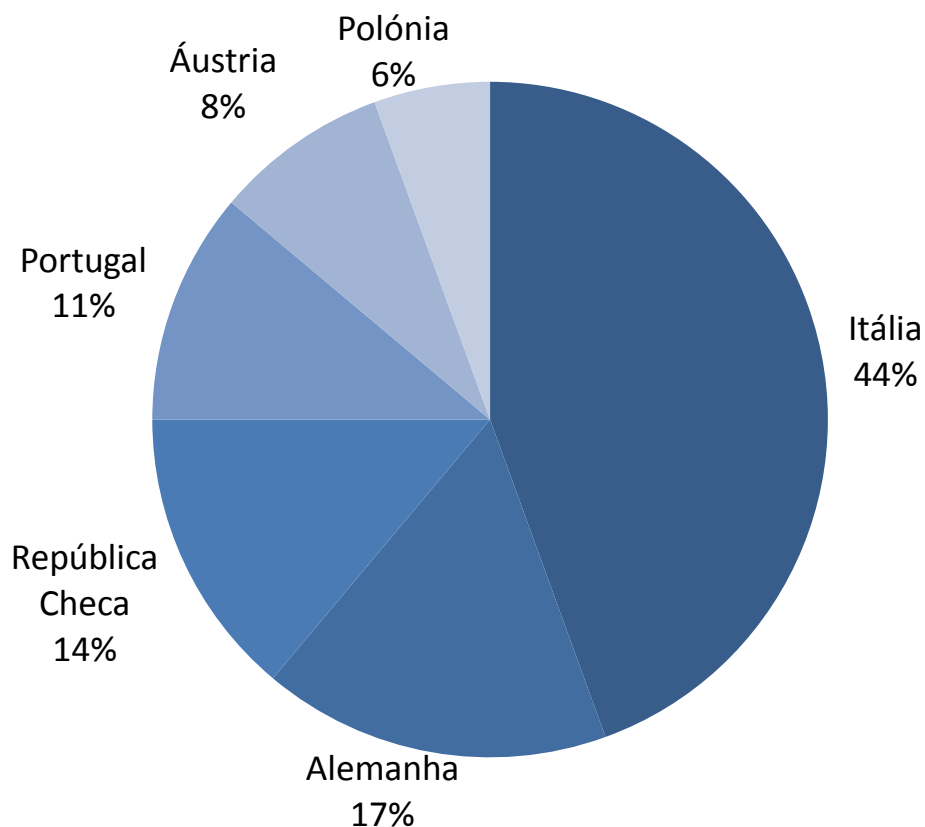
Preços

Amostra

O total da amostra para efeitos de pesquisa de preços para Termalismo foi de 56 entidades e que se distribuem geograficamente da forma como a figura seguinte demonstra.



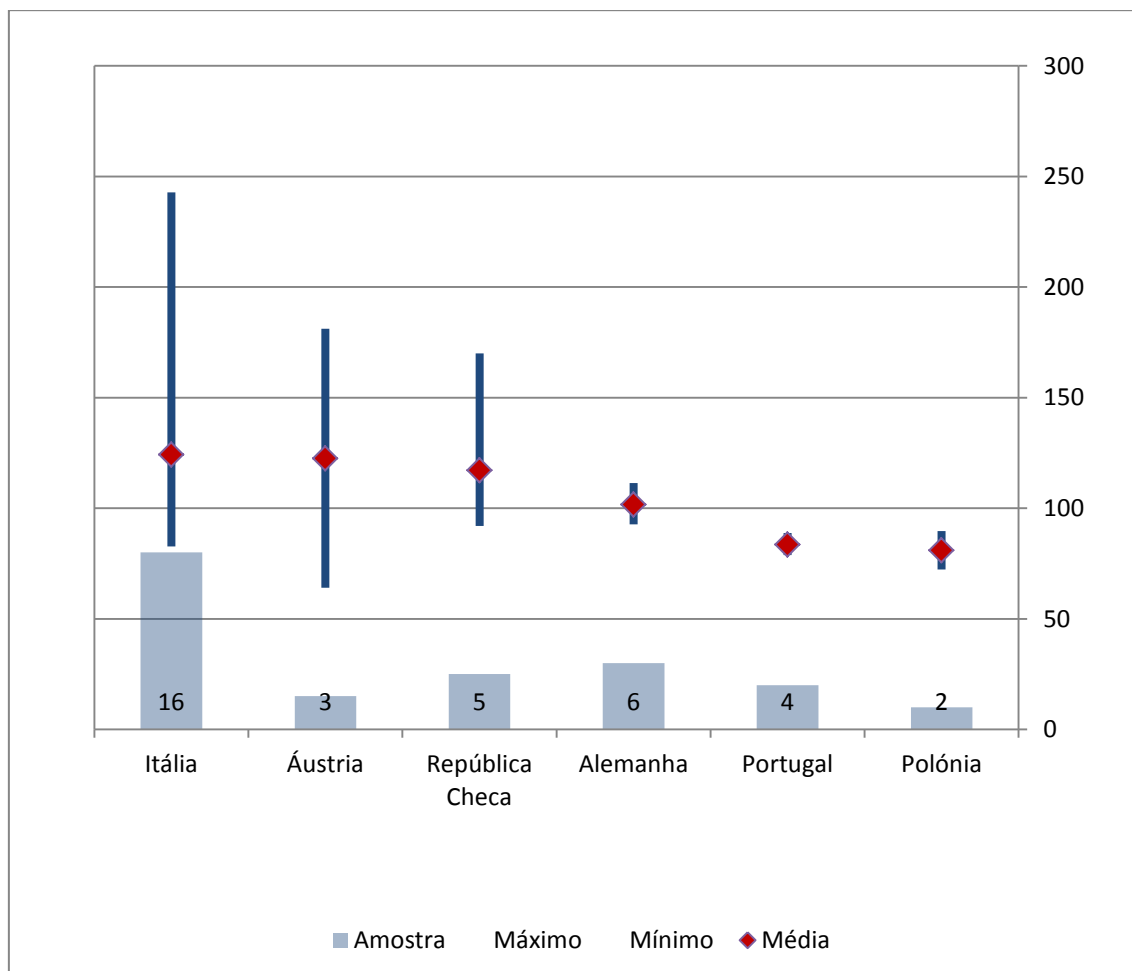
A figura seguinte mostra a distribuição da amostra por país. Destaca-se a Itália, com 44% da amostra, seguido da Alemanha com 17%, da República Checa com 14%. Portugal representa 11% da amostra e a Áustria e a Polónia, 8% e 6% respetivamente.



Preços por dia de tratamento termal, por país (euros)

A figura seguinte mostra o preço diário dos tratamentos termais. Como se v pode verificar, o Preço Médio de mercado (PMM) encontrado foi de 112 €.

Se salientar que não parece existir uma diferença significativa entre os preços encontrados.



Abaixo, apresenta-se uma tabela resumida com os valores mínimos, máximos, médios e o tamanho da amostra.

	Amostra	Máximo	Mínimo	Média	Desvio Padrão
Itália	16	243	83	124	36,36
Áustria	3	181	64	123	58,60
República Checa	5	170	92	117	31,66
Alemanha	6	111	93	102	7,39
Portugal	4	89	79	84	5,15
Polónia	2	90	72	81	12,29

Posicionamento

O posicionamento inicia-se pela verificação dos preços, e desta forma, será verificado o preço correspondente ao pacote de serviços, mas também a parte que incide apenas sobre a hotelaria, os preços médios diários e os respectivos tratamentos. Abaixo, a apresentação de alguns gráficos elucidativos:

O serviço como um todo:

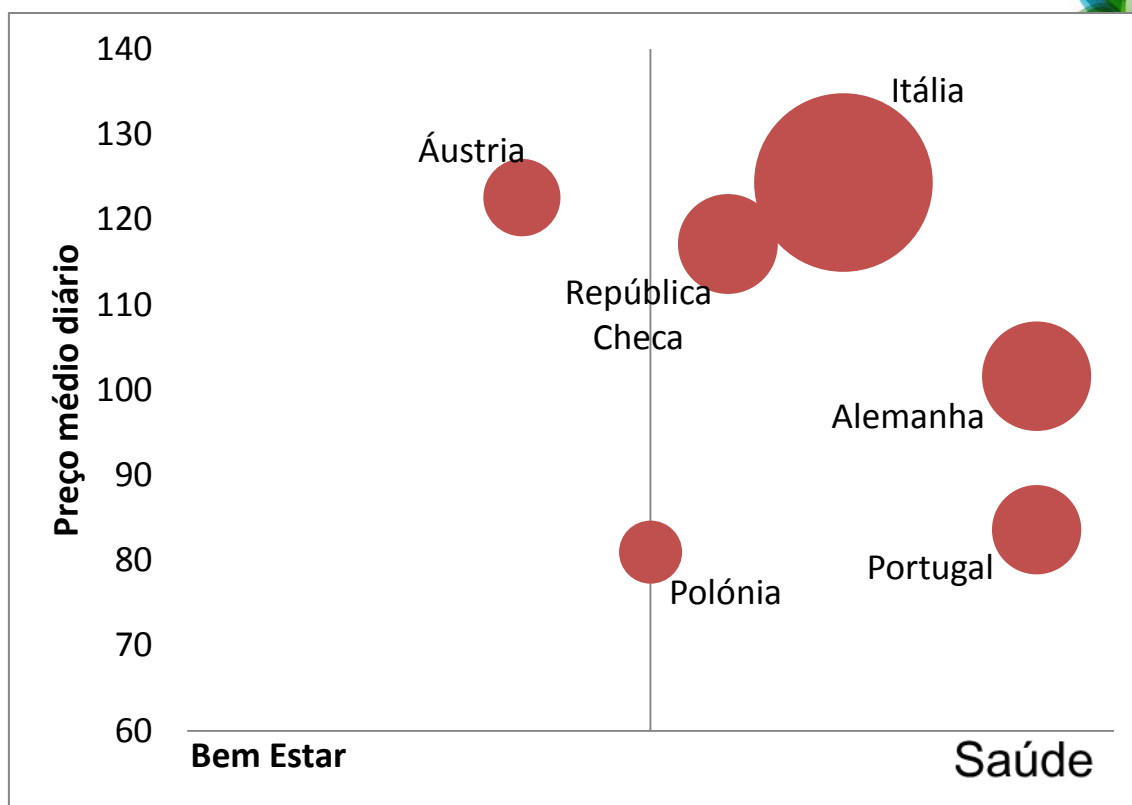
Preço (€)	Nº	%	Categoria Hoteleira (número *)	Nº de Tratamentos (média)
≤ 599	3	16,67	4	9,67
600 a 799	8	44,44	4	11,63
800 a 1099	5	27,78	4	10,00
≥1100	2	11,11	5	9,50

Hotelaria

Estadias	Dias da Estadia (média)	6,67
Preços (euros)	Total (média)	792,22
	Hotelaria (média)	471
	% Hotelaria (média)	66,61
Tratamentos	Nº Tratamentos (média)	10,61

A figura seguinte procura traduzir o binómio preço / dias médios de estadia, definindo o posicionamento de cada país da amostra.

Como se percebe, praticamente todos os países definem uma oferta relacionada com a “Saúde”, já que pressupõem um ciclo de tratamentos superior a 7 dias. Apenas a Áustria e a Polónia se apresentam dentro da oferta de wellness.



Tratamentos

- Peso da Ocorrência

Tratamento	Peso da Ocorrência
Exame médico	25%
<i>Ozone Baths</i>	17%
Tratamento Lama	15%
Massagens terapêuticas (40 ')	8%
Massagens terapêuticas (15/20')	7%
Inalação	5%
Roupão p/ tratamentos	5%
Oxigenoterapia	3%
Terapia com pedras quentes	3%
Massagens Tonificadoras (40')	2%
Massagem da coluna vertebral parcial (25')	2%
Massagem <i>Breuss Johanniskrautöl</i> quente	2%
Drenagem linfática corpo cheio (50')	2%
Inalação Oxigénio	2%

Documento de Trabalho da AEP – Divulgação Reservada

Fisioterapia (60')	2%
<i>Biofeedback</i>	2%

Frequência dos tratamentos:

Tratamento	Peso da Frequência
<i>Ozone Baths</i>	30%
Tratamento Lama	23%
Massagens terapêuticas (15/20')	11%
Exame médico	10%
Inalação	7%
Massagens terapêuticas (40')	5%
<i>Biofeedback</i>	2%
Oxigenoterapia	2%
Roupão p/ tratamentos	2%
Massagens Tonificadoras (40')	1%
Drenagem linfática corpo cheio (50')	1%
Inalação Oxigénio	1%
Terapia com pedras quentes	1%
Massagem da coluna vertebral parcial (25')	1%
Massagem <i>Breuss Johanniskrautöl</i> quente	1%
Fisioterapia (60')	1%