



# *Solares de Portugal*

## *Plano de Actividades*

*Ano de 2006*

O ano 2006 ficará assinalado pelo reforço do associativismo e pela reformulação dos sites dos *Solares de Portugal*, apostando ainda mais no desenvolvimento da marca e conseqüente aumento da ocupação. A Qualificação dos *Solares de Portugal* será o objectivo principal da TURIHAB que consolidará a arte de bem receber, que distingue os *Solares de Portugal* da oferta tradicional de turismo. Novas acções de promoção serão desenvolvidas junto dos mercados especialistas, bem como usando os vários sítios da Internet desenvolvidos para o efeito, para lançamento do programa “As vivências nos *Solares de Portugal*”.

### **I. QUALIFICAÇÃO DOS SOLARES DE PORTUGAL – CANDIDATURA AO PIQTUR – DGT**

A qualidade é uma das exigências fundamentais para a diferenciação do TER quer a nível nacional quer a nível internacional. 2006 será o ano de eleição para a Qualificação dos *Solares de Portugal* e para a concretização deste projecto que objectivámos terminar em Junho de 2006.

#### **1. QUALIFICAÇÃO DOS SOLARES DE PORTUGAL**

Serão efectuadas auditorias de concessão da qualificação dos *Solares de Portugal*, às casas associadas e à TURIHAB.

#### **2. FORMAÇÃO E SEMINÁRIOS**

Estão previstas algumas acções de formação bem como seminários de formação direccionados a funcionários e associados. Assim, a 10 de Janeiro está agendado um seminário sobre Manual de Boas Práticas e a ERS – Especificação dos Requisitos de Serviço; a 20 de Janeiro terá lugar um seminário sobre Oferta, Contratação e Agentes de Viagem; e para 24 de Janeiro está agendado um seminário sobre Como adaptar a Oferta a novos Clientes.

### **3. DIVULGAÇÃO DA QUALIFICAÇÃO DOS SOLARES DE PORTUGAL**

Será produzida uma brochura no âmbito do projecto. Efectuar-se-á, junto dos associados, a divulgação da qualificação dos *Solares de Portugal* e a sensibilização para o papel determinante desta qualificação para o sucesso desta actividade turística.

Serão realizados levantamentos informativos das casas associadas para publicação em revistas da especialidade para uma difusão alargada nos mercados nacionais e internacionais. Serão implementados questionários para ajustar permanentemente os serviços prestados pela TURIHAB e pelos *Solares de Portugal*.

Será organizado um registo para definição do perfil do cliente TURIHAB e hóspedes dos *Solares de Portugal*.

### **4. DIVULGAÇÃO DA QUALIFICAÇÃO DOS SOLARES DE PORTUGAL, JUNTO DOS MERCADOS**

Serão realizadas actividades de marketing e comunicação da TURIHAB, em concertação com a programação pré-definida das feiras, seminários, *workshops*. Organizar-se-á acções de divulgação junto dos parceiros europeus.

Pretende-se assegurar a credibilidade dos serviços, criar competências para consolidar o papel dinamizador da associação e, principalmente, reforçar a relação de parceria com os associados. Com esta qualificação a TURIHAB – *Solares de Portugal* garantirá aos clientes um serviço com distinção.

Estão lançadas as bases para a harmonização de um conjunto de normas que fazem parte do referencial de qualidade traduzido na produção de manuais técnicos e de boas práticas a implementar junto dos nossos parceiros.

## **II. COOPERAÇÃO NACIONAL**

### **1. COOPERAÇÃO INSTITUCIONAL**

Nunca esquecendo o mercado da competitividade e pensando em oferecer um tipo de Turismo alternativo, a TURIHAB tem visto o seu esforço recompensado e a imagem da instituição é agora sinónimo de sucesso. Por isso, a TURIHAB intensificará a cooperação com as Instituições Privadas e Públicas e formalizará novos protocolos de forma a promover os *Solares de Portugal*, desenvolvendo conjuntamente várias acções que dinamizem a divulgação dos *Solares de Portugal*, aumentando os segmentos de mercado e as taxas de ocupação das casas.

Incrementar-se-á a cooperação, promovendo os acordos e protocolos tendo em consideração o reforço dos serviços prestados através da TURIHAB, com: Ministério do Turismo, ITP - Instituto de Turismo de Portugal, DGT - Direcção Geral de Turismo; ICEP – Investimento e Comércio Externo de Portugal; IFAT - Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo; CCDR-N - Comissão de Coordenação de Desenvolvimento Regional do Norte; Câmara Municipal de Ponte de Lima; VALIMAR – ComUrb; Arealima – Agência Regional de Energia e Ambiente do Vale do Lima; Regiões de Turismo; ATA – Associação do Turismo de Aldeia; Associações LEADER: ADRIL – Associação do Desenvolvimento Integrado do Lima; ADRIMINHO – Associação do Desenvolvimento Integrado do Minho; Agências de Promoção Turística; ADETURN; APAVT – Associação Portuguesa das Agências de Viagens e Turismo; Associação Nacional de Municípios Portugueses; Porto Convention Bureau; Vinitur – Empresa Especializada em Turismo Cultural, Gastronomia e Vinhos, EPRALIMA; Universidade de Bournemouth de Inglaterra; Instituto Politécnico de Viana do Castelo; Escola Superior Agrária de Ponte de Lima; Escola Profissional Agrícola de Ponte de Lima; UTAD – Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro; ISAI – Instituto Superior de Assistentes e Interpretes, IPCB – Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Desenvolver-se-ão novos protocolos com a Imprensa, Empresas, Associações e Entidades Públicas e Privadas desenvolvendo acções de promoção. Renovaremos os protocolos existentes com: Presidência do Conselho de Ministros; AEP – Associação Empresarial de Portugal; AIP – Associação Industrial de Portugal; ACL – Automóvel Clube do Luxemburgo; AESE – Escola de Direcção e Negócios; Universidade Fernando Pessoa; Instituto Camões; American Express; ANJE – Associação Nacional de Jovens Empresários; APCCPSC - Associação Portuguesa de Criadores do Cavalo Puro Sangue Lusitano; APTCA – Associação Portuguesa de Tripulantes de Cabine; ARAC - Associação Comercial do Porto, Associação Sindical de Professores, ACP – Automóvel Clube de Portugal; BCP – Banco Comercial de Lisboa, Clube EDP, Federação Portuguesa de Golfe, Globalrent, Grupo Desportivo Parlamentar, Grupo Impala, Homem Magazine, Instituto for International Researche, Notinova, Ordem dos Médicos, PT – Portugal Telecom, Sindicato dos Jornalistas, Sindicato de Professores da Região Centro, TAP, PGA; Turismo e Negócios, Vodafone; Club Portuense, Grémio Literário de Lisboa, BES – Crediflash, Rede Unicre, Unibanco, INATEL – Instituto Nacional para Aproveitamento dos Tempos Livres dos Trabalhadores, Golfe de Ponte de Lima, Clube BCP, Caixa de Crédito Agrícola, AMEX – American Express e APPM – Associação Portuguesa de Profissionais de Marketing.

## 2. PROJECTO VALIMAR DIGITAL

Em 2006 pretende-se dar início a este projecto promovido pela VALIMAR e pelo Instituto Politécnico de Viana do Castelo. A TURIHAB propõe-se desenvolver um sistema piloto de novas TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação), para fomentar a cooperação entre Associados. Pretende-se dinamizar as comunicações com as casas, recorrendo às novas tecnologias e a um *software*, que permitirá maximizar todas as comunicações, diminuindo, significativamente, os custos. Este novo meio será articulado com todos os sites dos *Solares de Portugal*. Todas as casas associadas da TURIHAB interessadas em implementar o sistema *online* de comunicações podem candidatar-se durante o mês de Janeiro. A TURIHAB para a execução deste projecto recorrerá a serviços especializados.

## III. COOPERAÇÃO TRANSNACIONAL

A opção estratégica da TURIHAB é “*cooperar para promover*”. Neste âmbito, a organização de redes e a cooperação tornaram-se num factor primordial de promoção da associação. A cooperação tem assentado em três pilares: a cooperação local, através das instituições locais (ADRIL e ATA), que promovem a marca *Aldeias de Portugal*; a cooperação nacional exprime-se pela articulação das cem casas associadas, que evitando a competitividade entre os parceiros promovem os *Solares de Portugal*, e a cooperação internacional, através da criação das redes *Europa das Tradições* e *Europa das Tradições – Uma Visão Transatlântica*, aumentando a promoção em novos mercados.

### 1. EUROPA DAS TRADIÇÕES E FAZENDAS DO BRASIL

Com o êxito alcançado pelo *branding* dos *Solares de Portugal* e tendo conquistado um segmento de mercado fundamentalmente europeu, a associação decide-se pela internacionalização, criando, em 1996, uma nova marca, a *Europa da Tradições*, que objectiva essencialmente atingir os mercados da América, Japão e Austrália organizando na Europa itinerários turísticos/culturais e potenciando uma nova oferta turística europeia.

A TURIHAB, na qualidade de *manager* do consórcio ETC, desenvolverá várias actividades que promovam as parcerias e dinamizem os mercados da Europa e os mercados transatlânticos objectivando a melhoria da ocupação das casas que constituem o consórcio.

O principal meio de divulgação tem sido os sites [www.euopetraditions.com](http://www.euopetraditions.com), que apresenta as associações e todas as casas associadas, devidamente actualizado e reinstalado no “server” da

CENTER, objectiva-se em 2006 angariar novos segmentos de mercado, mais vocacionado para as tradições e os itinerários culturais.

Também o site [www.europe-traditions.net](http://www.europe-traditions.net), apresenta as parcerias que permitiram o alargamento do conceito da *Europa das Tradições* aos Países de Leste. Este site disponibiliza a oferta dos *Solares de Portugal* em novos mercados emergentes e a entrada no mercado brasileiro, com a implementação do projecto *Europa das Tradições – Uma Visão Transatlântica* e a criação da rede **Fazendas do Brasil**, tem-se revelado de enorme importância para a abertura de horizontes aos mercados do MERCOSUL e permitirá uma divulgação/difusão dos *Solares de Portugal* nesta rede transatlântica.

Os *Solares de Portugal* integrarão novas brochuras promocionais conjuntas e o site [www.europe-traditions.org](http://www.europe-traditions.org) ou [www.fazendasdobrasil.com](http://www.fazendasdobrasil.com) que são canais de difusão extremamente importante quer para os *Solares de Portugal* quer para a rede **Europa das Tradições** quer, ainda, para a divulgação dos novos projectos no âmbito da cooperação.

## 2. INTERREG III – C – SUD – EUROTRAD

### “EUROPA DAS TRADIÇÕES – UMA PONTE PARA AS EUROREGIÕES”

Neste projecto, a TURIHAB é parceira da ADRIL – Associação de Desenvolvimento Integrado do Lima - Região Norte de Portugal, conjuntamente com a Xunta da Galiza - Espanha; a Provincia de Belluno e Provincia de Venezia – Região de Veneto – Itália, da Provincia de Udine – Região de Friuli Venezia Giulia - Itália, a Niederosterreich e Eco-Plus - Áustria, o Turismo de Ljubljana - Eslovénia, o Vas County –Hungria.

Este projecto tem como objectivos principais o alargamento e a consolidação da rede e a criação de novas parcerias. Neste âmbito, será produzido um guia geral com todas as casas, será criado um “site” de promoção do projecto, realizadas visitas de estudo e seminários. O guia geral **Europa das Tradições** terá uma distribuição alargada para todos os parceiros e pelos seus clientes, aumentando significativamente a projecção dos *Solares de Portugal*.

## IV. PROMOÇÃO E MARKETING

A TURIHAB pretende que o ano de 2006 fique marcado pelo programa “AS VIVÊNCIAS NOS **SOLARES DE PORTUGAL**” (ver 5.1) e pelo reforço das novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC).

## 1. COMUNICAÇÃO/ PORTAIS / INTERNET

Com a grande vontade de superar os obstáculos económicos e financeiros que têm influenciado o nosso país e que se reflectem na nossa economia, a TURIHAB, conjuntamente com a CENTER, fará da comunicação o seu maior aliado, de forma a inverter esta tendência. Pretende-se, em 2006, reforçar a procura, oferecendo qualidade. Por isso, será dada uma atenção permanente à difusão e comunicação absoluta do mercado interno, utilizando os meios de comunicação social, TV, rádio e telefones.

A nível internacional, e aproveitando a realização do Mundial de Futebol 2006, na Alemanha, a TURIHAB, através do Consórcio Europa das Tradições, fará uma promoção localizada nos sites, de forma a dinamizar o mercado europeu e extra-europeu, dando a conhecer os *Solares de Portugal*.

Serão, novamente, focalizados os mercados emergentes e em franca expansão como os países de Leste, EUA, Japão, Brasil e ainda outros países do Mercosul, assim como os mercados de proximidade Espanha, França, provocando uma dinamização da procura e uma recuperação dos índices de ocupação de 20%.

O portal da CENTER contém informações detalhadas sobre todas as casas associadas, que, durante este ano, serão permanentemente actualizadas. Este sítio, assim como os sites da TURIHAB e *Solares de Portugal*, têm aumentado continuamente as visitas e prevê-se que, em 2006, ultrapassem 1 milhão. Para concretização destes objectivos, serão indexados aos motores de busca todos os domínios registados e palavras-chave que se considerem importantes para aumentar a notoriedade do portal e aumentar a procura. Ampliaremos a informação relativa às Casas, vilas, aldeias, cidades, concelhos ou distritos onde se inserem, porque pretendemos desenvolver o *e-commerce*.

Com os parceiros da **Europa das Tradições** e das **Fazendas do Brasil** serão também desenvolvidas indexações e *links* a novos portais e *sites* para aumentar a notoriedade dos sites [www.euopetraditions.com](http://www.euopetraditions.com); [www.europe-traditions.org](http://www.europe-traditions.org) e [www.fazendasdobrasil.com](http://www.fazendasdobrasil.com).

Para maximização de custos e de operacionalidade, e uma vez que as comunicações electrónicas têm gerado uma clientela própria que representa, neste momento, cerca de 56% da procura, serão efectuados “links” dos “sites” *Solares de Portugal*, Casas no Campo e CENTER aos “sites” das instituições quer nacionais quer internacionais que promovam alojamento TER; com o ITP – Instituto de Turismo de Portugal manter-se-á o “link” com o “site” [www.visitportugal.pt](http://www.visitportugal.pt); trabalharemos no sentido de “linkar” o site *Solares de Portugal* às regiões de Turismo, Câmaras Municipais, Agências promocionais e outras Entidades Públicas e privadas que se considere

adequado; criar no site um espaço para os Donos das Casas e os clientes deixarem a sua opinião; implementar um questionário para aferir a satisfação dos clientes e o seu perfil.

A TURIHAB continuará a reforçar as comunicações por correio electrónico, uma vez que é o meio menos dispendioso. No caso em que não seja possível o envio por correio electrónico, a TURIHAB privilegiará as comunicações por fax, diminuindo assim os custos de envios por correio e aumentando, assim, as comunicações permanentes com as casas suas associadas.

Serão feitos *mailings* da nova brochura para toda a base de dados existente na TURIHAB; DVD *Solares de Portugal* - serão enviados para os operadores e imprensa e “opinion leaders” que promovam a imagem global dos *Solares de Portugal*; serão, também, enviados para todos os interessados, por e-mail, fax ou carta, mapas com preçários.

## 2. CAMPANHAS PROMOCIONAIS

O Turismo é hoje uma das principais indústrias do Mundo e a aposta deve ser cada vez mais forte neste sector. Por isso, a TURIHAB, conjuntamente com a CENTER, desenvolverá várias campanhas para a promoção dos *Solares de Portugal*. Assim, serão desenvolvidas acções conjuntas com o Banco Espírito Santo, com a TAP através do Programa Victoria; com a UCI – União de Créditos Imobiliários; com a PGA – Portugal Airlines e desenvolvidas novas campanhas com a APPM – Associação Portuguesa de Profissionais de Marketing, com o ACP – Automóvel Clube de Portugal, com o INATEL e com o Guia de Portugal; que permitirão a promoção e aquisição de fins-de-semana e a concessão de descontos nos *Solares de Portugal*.

Com a qualificação dos *Solares de Portugal* e as novas fórmulas de promoção, os acordos, as novas comunicações, o ano de 2006 apresenta-se com uma grande oportunidade de aumentar as taxas de ocupação das casas associadas.

Os *Solares de Portugal* serão promovidos através dos Operadores e Agências de Viagens Nacionais e Estrangeiras com acções de promoção da marca *Solares de Portugal* em brochuras e na Internet. Será implementado um sistema para reservas *online* que permitirá a agilização das reservas e das comunicações com as Casas Associadas e os potenciais clientes.

## 3. EDUCACIONAIS

A Qualificação dos *Solares de Portugal* permitirá uma comunicação mais alargada e que dinamizará o interesse dos agentes e operadores de Turismo. A TURIHAB, durante 2006, dará especial atenção à organização e recepção de visitas educacionais para promoção dos *Solares de*

**Portugal** apoiando e organizando visitas com operadores turísticos e jornalistas que, não sendo muito dispendiosas, permitem uma comunicação alargada aos diferentes segmentos e nichos de mercado. Acompanhará todas as visitas de jornalistas e operadores turísticos solicitadas pelo ITP – Instituto de Turismo de Portugal e delegações no estrangeiro, proporcionando alojamentos nos **Solares de Portugal** sempre que se justifique. Aumentando desta forma a difusão do produto, a promoção da marca **Solares de Portugal** e a consolidação das parcerias apoiará visitas de jornalistas e operadores turísticos quer nacionais quer estrangeiros para divulgar a capacidade de oferta dos **Solares de Portugal** e promover a imagem de um turismo de qualidade; apoiará as visitas de Escolas, Universidades e Instituições de Ensino, nacionais e internacionais, motivando os alunos para a conservação e preservação do património e para o Turismo de qualidade.

A TURIHAB, durante 2006, fomentará a criação de programas organizados de visitas aos **Solares de Portugal** (ver 5.1), assim como, pretende motivar a troca de experiências entre associados, promovendo visitas educacionais de proprietários a outras casas associadas.

#### **4. FEIRAS, REUNIÕES, SEMINÁRIOS E WORKSHOPS**

Da análise dos mercados emissores para os **Solares de Portugal** dos primeiros 10 mercados, 7 são europeus – Reino Unido, Portugal, Holanda, Espanha, França, Bélgica, Suécia, seguindo-se o Canadá, EUA, Alemanha, Itália, Austrália, Dinamarca, Brasil, Republica Checa, Irlanda, Japão, Áustria, Suíça, Polónia, Hungria, México, Luxemburgo e Finlândia.

A estes mercados será dada especial atenção, aderindo às promoções que venham a ser desenvolvidas pelo IPT e por outras entidades. A TURIHAB participará, conjuntamente com a CENTER, com stand próprio na BTL, em Lisboa, de 18 a 22 de Janeiro.

Durante este ano, a TURIHAB alargará horizontes até Africa, tentando entrar num mercado em vias de expansão. A Irlanda e a Holanda serão considerados mercados prioritários. A Irlanda porque tem neste momento um dos maiores poderes de compra da Europa e 60% da população viaja; a Holanda porque 80% da população faz férias fora do País e Portugal é um dos destinos preferenciais.

A nível internacional daremos a maior atenção às feiras e certames a realizar em Espanha e nos países de proximidade. Estaremos como observadores em algumas feiras em que o IPT se faz representar com stand: na Vakantiebeurs – Holanda de 10 a 15 de Janeiro; Férian – Viena- Áustria de 12 a 15 de Janeiro; FITUR – Madrid, Espanha de 25 a 29 de Janeiro; Holiday World Dublin – Irlanda de 26 a 29 de Janeiro; BIT – Milão, Itália de 18 a 21 de Fevereiro; Salon de Vacances – Bruxelas, Bélgica de 09 a 13 de Fevereiro; ITB – Berlim, Alemanha de 08 a 12 de Março; TUR – Gotemburgo, Suécia de 23 a 26 Março; WTM – Londres, Inglaterra de 06 a 09 de Novembro.

A presença da TURIHAB em vários eventos, reuniões, seminários e *workshops* tem sido o principal responsável pela angariação de notoriedade que hoje os *Solares de Portugal* representam. Continuaremos a participar nestes eventos que manifestem interesse para a promoção dos *Solares de Portugal*, como é o caso da ABAV de 25 a 29 de Outubro, do Fórum Mundial do Turismo e do Luxury Travel Expo em Nova Iorque.

## 5. CONCEPÇÃO E DESENVOLVIMENTO

Objectivando aumentar os segmentos de mercado e a satisfação dos clientes, em articulação com as Casas, a TURIHAB e a CENTER organizarão dossiers informativos. Estes dossiers terão toda a informação útil relativamente à oferta dos *Solares de Portugal*, de cada casa e da região onde está inserida. Estes dossiers serão colocados em cada quarto dos *Solares de Portugal* para consulta dos hóspedes.

Para além das habituais *newsletters*, nas quais dá conta das suas actividades assim como as da CENTER, a TURIHAB editará um boletim de apresentação dos *Solares de Portugal* para enviar a todos os Operadores turísticos, agências de viagem, Embaixadas de Portugal no estrangeiro e Embaixadas Estrangeiras em Portugal, Delegações do IPT no estrangeiro e outros *mailings* que constituem a base de dados da TURIHAB, promovendo a oferta de alojamento e as actividades de animação e de interpretação turística, fazendo um levantamento individual da envolvimento das casas com atractividades específicas, como por exemplo, O Museu do Ouro, Exposição de Trajes Regionais, Cozinhas Tradicionais. Serão incluídos também os habituais circuitos dos campos de golfe, dos jardins, das vinhas, que atraem nichos de mercados que se adequam à oferta dos *Solares de Portugal*, criar-se-ão outros circuitos com empresas de animação e de produção artesanais que estejam próximas dos *Solares de Portugal*.

### 5.1. “AS VIVÊNCIAS NOS SOLARES DE PORTUGAL”

Com o lema “Cada Casa uma Vivência, Cada Visita uma Experiência”, a TURIHAB propõe para o ano de 2006 o lançamento do programa “AS VIVÊNCIAS NOS *SOLARES DE PORTUGAL*”. Trata-se de um programa destinado a todas as casas que tenham interesse em aderir objectivando a organização de um programa de visitas. A história, a cultura, a arte, a etnografia da casa e da região será apresentada por quem melhor as conhece: o dono. Desta forma, serão organizados programas de visitas de Outubro a Junho de cada ano. Em 2006 a TURIHAB propõe-se a apoiar as casas na programação destas visitas a partir do mês de Fevereiro até 30 de Junho e a partir de 1 de Outubro

até 23 de Dezembro. Serão visitas de 1 hora (ou mais) acompanhadas pelo dono da casa ou alguém que conheça bem a história e estórias da casa e do local onde esta está inserida. Será organizado um levantamento com todas as casas associadas da TURIHAB com condições e que tenham interesse em aderir a este projecto “As Vivências nos *Solares de Portugal*”. As marcações dos grupos serão feitas através da CENTER ou directamente com a casa escolhida. Estas visitas objectivam criar uma complementariedade da actividade TER e aumentar o conhecimento da oferta dos Solares de Portugal e serão divulgados nos sites da TURIHAB e da CENTER.

Porque o futuro é garantir a qualidade, salvaguardando a genuinidade, a TURIHAB acredita que 2006 será um ano de excelência.

Ponte de Lima, 29 de Novembro de 2005

*A Direcção*