



# Plano de Actividades

Ano de 2010

A TURIHAB – Associação do Turismo de Habitação, em 2010, desenvolverá as suas acções em quatro vertentes fundamentais: Organização do Turismo de Habitação e do Turismo no Espaço Rural alicerçando o conceito de diferenciação dos produtos e a qualidade da oferta TH / TER; Qualificação e Certificação dos Solares de Portugal através da nova Norma Portuguesa para o TH e TER; Dinamização do turismo de Touring cultural e paisagístico com a criação de itinerários; Reforço do E-commerce e do E-marketing com o desenvolvimento de novos conteúdos e o lançamento de novas campanhas.

## 1. Turismo de Habitação e TER – A Caminho da Excelência...

A TURIHAB pretende este ano desenvolver o Projecto “**TH e TER – A Caminho da Excelência**” fomentando o conceito de diferenciação dos produtos e da qualidade da oferta. Este projecto perspectiva a gestão integrada da qualidade dos serviços no sector do Turismo de Habitação e do Turismo no Espaço Rural, da conceptualização, seu desenvolvimento enquanto Produtos de Excelência. Tem como objectivos principais: assegurar um processo de melhoria contínua da oferta de serviços no sector do Turismo de Habitação e do Turismo no Espaço Rural em todo o território de Portugal, e a dinamização de um processo de normalização e certificação dos agentes económicos deste sector. Objectiva, também, a conceptualização e desenvolvimento dos produtos TH E TER (tendo referência a marca Solares de Portugal) e a sua promoção a nível nacional e internacional.

Para persecução deste projecto, “**TH e TER – A Caminho da Excelência**” e tendo em consideração a nova legislação, a TURIHAB e a CENTER estão a organizar a oferta existente do TH e TER da seguinte forma:

- Todas as casas classificadas em Turismo de Habitação são incluídas nos **Solares de Portugal**;
- As casas classificadas em TER (Agroturismo, Casas no Campo), integram as **Casas no Campo**.

## 1.1. Qualificação do Turismo de Habitação e do TER

A TURIHAB integra a CT 144 - Comissão Técnica de Normalização para o Turismo, do Turismo de Portugal, que é responsável pela normalização do Turismo Português e a Subcomissão 7 que está a concluir a norma para o TH e TER. A norma Portuguesa desenvolvida para o Turismo de Habitação e Turismo no Espaço Rural vai contribuir grandemente para a melhoria contínua ao nível dos serviços prestados pelos empreendimentos e criar condições para que a certificação se processe de uma forma natural para melhorar a gestão dos empreendimentos e transmitir uma boa experiência ao hóspede.

A TURIHAB continuará a desenvolver esforços para que a Norma Portuguesa do TH/TER seja uma realidade Nacional e venha a ser transcrita para Norma Europeia.

A internacionalização de uma Norma Portuguesa aplicável ao Turismo de habitação e ao Turismo no Espaço Rural é um projecto de grande alcance, quer no plano da visibilidade deste produto, quer como contributo para as actuais dinâmicas internacionais da normalização turística, que muito prestigiará Portugal.

A TURIHAB integra também a Subcomissão 10 da CT 144 que objectiva elaborar requisitos normativos de qualidade para os empreendimentos turísticos, contribuindo assim para a qualificação do Turismo Português.

Ficamos, assim com a garantia de podermos promover a qualidade e diferenciação da Turismo de Habitação e do Turismo no Espaço Rural e internacionalizar o modelo de normalização e qualificação implementado em conjunto com o Turismo de Portugal.

No âmbito de uma próxima reestruturação do PENT e no sentido de classificar o Turismo de Habitação e o TER como um produto turístico que consideramos da maior importância para o desenvolvimento do país e da sustentabilidade do turismo, e uma vez que está a ser concluída a Norma de Certificação (TH e TER) conjuntamente com o Turismo de Portugal, vamos propor que se desenvolva um trabalho fundamentado nas “vivências” de forma a evidenciar esta realidade na oferta turística portuguesa e a potenciar este produto de excelência.

## 2. Turismo de *Touring* cultural e paisagístico - Criação de itinerários

Vamos dinamizar o segmento do Turismo de *Touring*, Cultural e de Natureza com a **criação de itinerários** por todo o País sob o mote “**Cada Casa uma vivência, cada visita uma experiência**” (a exemplo de “*Deus criou a água, o homem criou o vinho*”, “*Passear simplesmente em Portugal*”, “*Símbolos de Cultura e Identidade*”, “*Conheça o Portugal profundo*”).

A TURIHAB candidatou-se à execução do projecto “Criação de itinerários equestres”, para potenciar o turismo equestre e fomentar o binómio Turismo de Habitação e Turismo equestre, divulgando um património incontornável do nosso país.

O turismo equestre é uma atracção de significativos fluxos de turistas, tanto na vertente de: *Turismo a cavalo* (numa perspectiva activa de participação em provas equestres, aprendizagem ou passeios a cavalo); como em termos de *Turismo do cavalo* (em que a capacidade de gerar eventos associados a uma imagem de destino equestre sólido e a tradições equestres emergem como factores relevantes).

É um importante nicho de mercado das viagens na Grã-Bretanha, Irlanda, Roménia, França, Estados Unidos e Espanha.

Esta actividade possui características específicas que se enquadram na lógica de desenvolvimento turístico preconizado para Portugal, como tendência de crescimento; atrai turistas de praticamente todos os grupos etários; capta um tipo de turista que estabelece uma relação particular com a Natureza, pelo que está sensibilizado para desenvolver uma postura ambientalmente responsável; é um segmento de procura desperto para outro tipo de actividades não equestres, relacionadas com o património cultural e paisagístico dos destinos, o que permite articular o turismo equestre com outro tipo de produtos turísticos, no sentido de criar uma oferta compósita diferenciadora e susceptível de proporcionar efectivas «experiências» a quem nos visita e de complementaridade com as Vivências o Turismo de Habitação e o TER.

Podemos, pois dizer que a consolidação de uma oferta turística no domínio do turismo equestre — seja no contexto do turismo natureza (fruição dos espaços naturais e das zonas rurais), do touring cultural e paisagístico (descoberta dos “sítios”, do património, das tradições), do turismo de saúde e bem-estar ou numa óptica mais especializada dos eventos desportivos ou do desenvolvimento das raças — se deverá assumir como uma oportunidade nas estratégias de desenvolvimento turístico nacional e regionais no sentido em que se constitui como um efectivo qualificador da oferta capaz de potenciar a actividade dos destinos e dinamizar a procura do TH e TER consequentemente contribui para dinamizar novos segmentos de mercado e aumentar as taxas de ocupação dos **Solares de Portugal** e das **Casas no Campo**.

### 3.Plano de Promoção

Na área da promoção, desenvolveremos a nossa cooperação com entidades públicas e privadas para promoção dos Solares de Portugal e das Casas no Campo, nomeadamente com o Turismo de Portugal; as ERTs; as Agências Promocionais, Câmaras Municipais; o AICEP; a CENTER; a ATA; ADLs, entre outros, nomeadamente na presença em feira,

workshops internacionais, FAM trips, educacionais e todas as acções que se mostrem relevantes para a divulgação das marcas **Solares de Portugal** e **Casas no Campo**.

Apresentaremos um Plano de promoção ao Turismo de Portugal tendo como objectivo organizar acções de promoção no mercado nacional e internacional que promovam os Produtos e Marcas e que consolidem uma imagem de qualidade do Turismo do Habitação e do TER.

Neste âmbito a TURIHAB desenvolverá acções conjuntas com a **TAP Portugal** e as **Pousadas de Portugal**, para promoção das 3 Marcas portuguesas do Turismo **certificadas pelo AICEP como Marca Portugal**, promovendo a identidade de Portugal reflectida, no património renovado, na memória colectiva, na história e estórias, através da hospitalidade personalizada, do conhecimento, da cultura e da descoberta do autêntico.

Será também dinamizado o protocolo estabelecido com o Porto Convention Bureau, no âmbito das acções de promoção do Porto e do Norte de Portugal. O protocolo tem por finalidade a promoção do Porto e Norte de Portugal como destino integrado de “Turismo de Negócios”, em que a oferta de infra-estruturas e serviços para Congressos, Incentivos e Eventos em geral, é complementada pela oferta Solares de Portugal.

Tendo em consideração que 2010 é Ano Jacobeu e dada a crescente relevância dos Caminhos de Santiago, desenvolveremos com a Entidade Regional do Turismo do Porto e Norte de Portugal e a Associação dos Amigos do Caminho Português de Santiago para a dinamização do Turismo Cultural. Ao nível nacional, promoveremos com todas as Entidades Regionais de Turismo acções de promoção que dinamizem a ocupação e criem visibilidade para os **Solares de Portugal** e **Casas no Campo**.

### **3.1.Acções de Marketing – Branding Solares de Portugal**

A TURIHAB continuará a promover os circuitos temáticos, já publicados em brochura, e organizará pacotes de fim-de-semana e itinerários temáticos para conquistar nichos de mercados emergentes e revitalizar as actividades de animação de cada casa com o mote “Cada Casa uma Vivência, cada visita uma experiência”.

A TURIHAB, em 2010, fomentará o E-marketing e o E-commerce de modo a atrair e fidelizar clientes, agilizar as comunicações, através da Internet, entre associados e clientes, conquistar novos mercados e efectivar negócios, apostando no novo canal de relacionamento com o “público” dos **Solares de Portugal** e das **Casas no Campo**. A Internet é um canal de excelência de distribuição e de informação dos produtos, por isso, a TURIHAB fomentará o Marketing Interactivo, através de campanhas publicitárias e acções promocionais on-line. Pretende também promover a “Excelência da Imagem” da marca **Solares de Portugal** através dos seus diversos websites ([www.solaresdeportugal.pt](http://www.solaresdeportugal.pt); [www.center.pt](http://www.center.pt); [www.europetraditions.eu](http://www.europetraditions.eu); [www.fazendasdobrasil.com](http://www.fazendasdobrasil.com)). Desenvolver-se-á

ainda o Marketing Digital, oferecendo experiências on-line, com interacção em tempo real. O e-marketing e o e-commerce vão permitir fortalecer a marca a nível nacional e internacional e fidelizar os clientes dos **Solares de Portugal**.

A nível internacional daremos a maior atenção às feiras e certames a realizar em Espanha e nos países de proximidade (Bélgica, Alemanha, Reino Unido, França e Itália). Estaremos presentes nas feiras que se entenderem importantes para a promoção dos **Solares de Portugal** e das **Casas no Campo** e em que o Turismo de Portugal e as Agências Promocionais de Turismo estejam presentes.

Conjuntamente com a CENTER continuaremos a desenvolver acções de divulgação dos **Solares de Portugal** e das **Casas no Campo** nos mais importantes mercados emergentes (USA, Brasil, Canadá, Japão, Austrália e Rússia), envolvendo os principais operadores turísticos.

A nível nacional, fomentaremos a integração dos **Solares de Portugal** e das **Casas no Campo** em iniciativas e campanhas promovidas pelas Entidades Regionais e pelo Turismo de Portugal.

Continuaremos a participar em eventos que manifestem interesse para a promoção dos **Solares de Portugal** e das **Casas no Campo**, tais como reuniões, seminários e workshops. Desenvolveremos acções de promoção com Entidades públicas e privadas com quem temos protocolos.

A TURIHAB efectuará acções de comunicação através dos diferentes meios de promoção e canais de distribuição a nível Nacional e Internacional:

- Difundirá permanentemente brochuras e material multimédia dos **Solares de Portugal** e das **Casas no Campo**, com informação da oferta, facilidades e respectivos preçários;
- Realizará *mailings* para operadores e clientes com o Mapa de Estradas dos **Solares de Portugal**;
- Através dos seus diferentes websites apresentará todos os **Solares de Portugal** e as **Casas no Campo**, com informação geral das Casas, características e envolvente;
- A TURIHAB desenvolverá conjuntamente com a CENTER acções de divulgação e promoção nos seus sítios para fidelização dos clientes **Solares de Portugal**;
- Editará newsletters para fidelização dos clientes e as “Novas dos Solares” para informação dos Associados;
- Apresentará os **Solares de Portugal** e as **Casas no Campo** nas principais feiras, workshops e eventos do sector a nível nacional e internacional;
- Organizará visitas educacionais para operadores turísticos e jornalistas nacionais e estrangeiros;

- Efectuará inserções publicitárias em imprensa da especialidade;
- Promoverá a publicação dos **Solares de Portugal** e das **Casas no Campo** em brochuras de operadores turísticos e nos meios de comunicação social, a nível nacional e internacional.

Com estas acções de marketing, a TURIHAB objectiva; promover novas formas de vivências e actividades lúdicas e desportivas que dinamizem o potencial turístico das regiões, em que estão localizados os **Solares de Portugal** e as **Casas no Campo** e desenvolvam um turismo alternativo sustentável; Pretende, também, internacionalizar o Modelo de Qualificação dos **Solares de Portugal**; desenvolver o e-marketing e o e-commerce; fomentar as comunicações dos Associados e clientes através do sistema on-line e por meios electrónicos; reforçar a promoção em mercados estratégicos e emergentes; fortalecer a excelência da imagem da rede **Solares de Portugal**, fomentar a satisfação do cliente e a sua fidelização e criara visibilidade para nova marca, em lançamento "**Casas no Campo**".

#### 4.Principais Indicadores e Metas a atingir em 2010

A TURIHAB conjuntamente com a CENTER objectivam atingir em 2010 as seguintes metas:

- Fomentar o associativismo, aumentando o número dos Solares de Portugal em 5% e das Casas no Campo em 20%;
- Consolidar o sistema de gestão de qualidade, mantendo o elevado grau de satisfação dos hóspedes em relação às Casas e ao serviço prestado pela TURIHAB e pela CENTER;
- Aumentar a taxa de ocupação das Casas, através da Central de Reservas em 5%;
- Reduzir em 5% os custos de comunicações, através duma gestão integrada dos sistemas internos da TURIHAB e da CENTER;
- Aumentar o número de comunicações on-line com as Casas e operadores em 10%, reduzindo os custos de correio, telefones e faxes;
- Aumentar o número de reservas on-line em 10%;
- Aumentar as visitas aos websites, que promovem os **Solares de Portugal** em 10%;
- Aumentar em 10% a presença dos **Solares de Portugal** nas brochuras e nos sites dos Operadores turísticos;
- Aumentar em 10% a presença dos **Solares de Portugal** na imprensa.

## 5.Plano de Acções Previstas para 2010

Actividade 2010	Data Prevista
Auditorias ISO 9001:2008 - TURIHAB	Março
Transcrição da ERS3001 para Norma Portuguesa	Jan. – Jun.
Auditorias de acompanhamento ERS3001 - Certificação dos Solares de Portugal	Maio
Auditorias Internas ERS3001 - Certificação dos Solares de Portugal	Jan. – Dez
Auditorias Mistério ERS3001 - Certificação dos Solares de Portugal	Jan. – Dez
Auto Avaliações ERS3001 - Certificação dos Solares de Portugal	Jan. – Dez
Avaliação da Satisfação de Clientes TURIHAB/CENTER	Jan. – Dez
Avaliação da Satisfação de Hospedes Solares de Portugal	Jan. – Dez
Help Desk para Apoio a Associados e Investidores	Jan. – Dez.
Projecto “TH e TER a Caminho da Excelência”	Jan. – Dez.
Concepção e Desenvolvimento do Projecto “Itinerários de Turismo Equestre”	Jan. – Dez.
Plano de promoção externa dos Solares de Portugal”	Jan. – Dez.
E-marketing e e-commerce	Jan. – Dez.
Campanhas “Vivências nos Solares de Portugal”	Jan. – Dez.
Educacionais	Jan. – Dez.
Anúncios e Publicidades	Jan. – Dez.
Workshops de divulgação	Jan. – Dez.
Seminários, conferencias e palestras	Jan. – Dez.
Reformulação Website <a href="http://www.casasnocampo.net">www.casasnocampo.net</a>	Janeiro
Novo Mapa de Estradas dos Solares de Portugal	Janeiro
Face lift do Site TURIHAB	Janeiro
Ligação do Centernet aos Operadores Turísticos	Fevereiro
Formação CENTERNET	Jan. – Jun.
Feira VAKANTIEBEURS - Holanda	12 a 17 Janeiro
Feira BTL – Portugal	13 a 17 de Janeiro
Feira – FITUR – Espanha	20 a 24 de Janeiro
Salon de Vacances - Bruxelas	04 a 8 de Fevereiro
Feira BIT – Itália	18 a a21 de Fevereiro
Feira ITB - Alemanha	10 a 14 de Março
Tabela de Preços 2011/2012	Junho
Feira WTM - UK	8 a 11 de Novembro
Feira EBTM – Barcelona - Espanha	30 Nov. a 2 Dezembro

Ponte de Lima, 30 de Novembro de 2009

**A DIRECÇÃO**