



# Plano de Actividades

Ano de 2013

**O ano de 2013 ficará assinalado pela comemoração dos 30 anos da TURIHAB – Associação do Turismo de Habitação, ao serviço dos seus Associados e do Turismo.**

A TURIHAB desenvolverá várias acções e iniciativas no âmbito das comemorações do seu trigésimo aniversário, reforçando o associativismo, as parcerias nacionais e internacionais, a internacionalização e o marketing relacional, **promovendo a identidade e autenticidade das marcas *Solares de Portugal* e *Casas no Campo*.**

## 1. Comemoração do Trigésimo aniversário da TURIHAB

TURIHAB “Quem contam são as pessoas”

No âmbito da comemoração do trigésimo aniversário, são várias as datas de referência para comemorar, cronologicamente, destacamos algumas datas importantes: em 1983 durante as primeiras jornadas de Turismo de Habitação, um conjunto de proprietários de casas inscritas na Direcção Geral de Turismo formam um grupo de trabalho constituindo o núcleo de sócios fundadores da TURIHAB. Durante esse ano, promoveram-se várias reuniões para adequar a legislação à oferta do Turismo de Habitação existente, com a matriz de recuperação de património de cariz familiar. Um ano depois, é formalizada a constituição da Cooperativa de Turismo de Habitação denominada TURIHAB, com sede em Ponte de Lima.

Cinco anos depois, em 1988, a TURIHAB aprova novos estatutos e funda a Associação do Turismo de Habitação com a mesma designação – TURIHAB, integrando casas a nível nacional. Na mesma altura operacionaliza uma central de reservas para todos os seus associados.

Dez anos após a sua criação, em 1993, durante o I Encontro Nacional do Turismo de Habitação, a TURIHAB lança a marca ***Solares de Portugal***, que integra Casas Antigas, Quintas e Herdades e Casas Rusticas.

Para dinamizar a internacionalização, em 1996, a TURIHAB foi promotora do Consórcio Europeu ETC – *Europa Traditionae Consortium*, constituído por associações congéneres europeias alargando a sua actuação de desenvolvimento do Turismo de Habitação e do TER também ao Mercosul com a criação da rede Fazendas do Brasil, da qual é presidente da Assembleia Geral.

Para operacionalizar a comercialização do Turismo de Habitação e do TER, em 2000, a TURIHAB autonomizou a central de reservas tendo criado em parceria com a ATA, a CENTER – Central Nacional de Turismo no Espaço Rural e criado um sistema de reservas, a *Centernet*, disponibilizando online a todas as casas associadas.

Para defender a autenticidade da oferta e a qualidade dos serviços, a partir de 2003 a TURIHAB desenvolveu um projecto de qualificação e de certificação da Associação, da CENTER e das Casas Associadas, que culminou a criação das Especificação de Serviços – ERS 3001 TH/TER, transcrita para norma portuguesa NP4494:2010 e com a certificação Marca Portugal.

Também, na área da organização da oferta do Turismo no Espaço Rural e para promover uma nova imagem do turismo no espaço rural ligado ao turismo activo e de natureza e indo de encontro às novas tendências de mercado, a TURIHAB lançou a rede **Casas no Campo**.

Para comemorar o trigésimo aniversário, a TURIHAB promoverá um “*Encontro Nacional do Turismo de Habitação e TER*” no dia 15 de Junho de 2013, reunindo todos os Associados e Parceiros nacionais e internacionais e serão convidados Entidades Publicas e Privadas ligadas ao sector do Turismo, para uma reflexão da situação actual no âmbito do funcionamento, da qualidade de oferta e da aplicação de novas tecnologias na promoção e comercialização das marcas Solares de Portugal e Casas no Campo.

A TURIHAB desenvolverá o seu plano de actividades, em 2013, nas seguintes vertentes: **Associativismo e Cooperação** Institucional fomentando a excelência e a qualidade da oferta e o trabalho em rede; **Promoção e Marketing Relacional** com a criação e implementação de novos produtos; **Comercialização e Internacionalização** das marcas **Solares de Portugal** e **Casas no Campo**.

## 2. Associativismo e Cooperação Institucional

Com o mote “*30 anos a garantir qualidade*”, a TURIHAB tem em 2013 como principal desafio o apoio aos seus Associados, reforçando as parcerias, o associativismo e a competitividade do Turismo de Habitação e do TER.

A TURIHAB dinamizará o inter-relacionamento entre Associados e os potenciais clientes através de um trabalho em rede, promovendo a sua oferta e os produtos produzidos em cada casa, criando um canal de distribuição e de comercialização através da CENTER e valorizando a diferenciação da oferta dos ***Solares de Portugal*** e das ***Casas no Campo***.

No âmbito da qualificação do Turismo de Habitação e do turismo no campo, a TURIHAB promoverá sessões de esclarecimento para a sensibilização e informação das Casas para a implementação do Manual de Boas Práticas para o TH /TER baseado na Norma Portuguesa para o Turismo de Habitação e Turismo no Espaço Rural, NP 4494:2010. A TURIHAB, como primeira responsável pela imagem e qualidade das redes ***Solares de Portugal*** e ***Casas no Campo***, tem o dever de coordenar e de promover uma gestão integrada que envolva todos os Associados no processo de monitorização do sistema da qualidade implementado nas casas, objectivando atingir a excelência da oferta TH e TER.

A TURIHAB, através do seu Help Desk – Gabinete de Apoio, apoiará os Associados e os empreendimentos TH/TER nos processos de qualificação potenciando novos associados e a valorização da certificação.

Também desenvolverá acções de informação para a implementação das boas práticas amigas do ambiente. As energias renováveis são hoje em dia uma preocupação, não só pela necessidade premente de diminuirmos as nossas emissões de CO<sub>2</sub>, mas também porque com o aumento do preço dos combustíveis fósseis, torna-se cada vez mais rentável recorrer a energias alternativas. Atendendo que os clientes têm cada vez mais uma consciência ecológica e amiga do ambiente, a TURIHAB fará todos os esforços para apoiar os Associados no processo de informação e decisão para a adopção de energias amigas do ambiente e economicamente mais vantajosas. A TURIHAB retomará contactos com empresas da especialidade, de forma a conseguir condições especiais para os Associados.

A TURIHAB conjuntamente com todos os seus principais parceiros, os Associados, desenvolverá parcerias com o Turismo de Portugal, as Entidades Regionais de Turismo, as Câmaras Municipais e outras entidades, publicas e privadas, que contribuam para o apoio ao Turismo de Habitação e do TER e para a promoção da imagem de qualidade, a nível nacional e internacional.

### 3. Promoção e Marketing Relacional

Com o incremento da internet, das redes sociais, do marketing digital e do marketing relacional, estamos numa nova era das comunicações em que os clientes fazem parte integrante do processo de concepção e escolha dos produtos e das marcas.

O cliente tem na web, em tempo real, toda a informação sobre os destinos, preços sendo muito fácil a comparação dos preços e a valorização dos produtos.

Os clientes formam comunidades participantes e activas na evolução dos produtos e dos destinos e tem oportunidade de verificar facilmente a relação, preço e qualidade dos serviços, Hoje o cliente co-cria o produto e a experiência do serviço e transmite esse conhecimento à sua comunidade obrigando os “players” a moldar a sua oferta em funções desta nova procura.

A TURIHAB atenta a esta realidade quer reafirmar a autenticidade e a distribuição da oferta Solares de Portugal e Casas no Campo e reforçar o marketing relacional com os associados e o publico alvo, respondendo as novas necessidades e tendências da procura.

Nesta senda, a TURIHAB dará continuidade à criação e ao levantamento de novos itinerários culturais, equestres, jardins, gastronomia e vinhos, saúde e lazer que permitam promover os circuitos temáticos, com o mote “**Cada Casa uma vivência, cada visita uma experiência**”,

Estes circuitos pretendem abranger todas as casas associadas na TURIHAB tendo em conta a especificidade de cada casa e da região do País para fomentar o novo conceito de Turismo no Campo. O “Campo” que representa um produto singular em que o imaginário nos transporta para as raízes mais profundas do Homem e nos dá a conhecer a simplicidade da vida, dos usos e costumes, das tradições e da cultura das diferentes regiões de Portugal.

Organizará pacotes de fim-de-semana com estes itinerários temáticos para conquistar nichos de mercados emergentes, diminuir a sazonalidade e revitalizar actividades nos **Solares de Portugal** e nas **Casas no Campo**.

A TURIHAB fomentará a integração dos **Solares de Portugal** e das **Casas no Campo** em iniciativas e campanhas promovidas pelas Entidades Regionais, pelo Turismo de Portugal, pelo AICEP. Continuaremos a participar em eventos que manifestem interesse para a promoção das casas associadas, tais como reuniões, seminários e workshops. Desenvolveremos acções de promoção com Entidades públicas e privadas com quem temos protocolos.

## 4. Comercialização e Internacionalização

Em 2013, a TURIHAB objectiva intensificar a internacionalização das marcas **Solares de Portugal** e das **Casas no Campo** através de novos canais de distribuição e em novos mercados, indo de encontro às novas tendências do mercado: “*estar sempre presente onde está o cliente*”.

A TURIHAB estará presente nas feiras nacionais e internacionais, workshops, eventos e estudará novas formas de apresentação que valorizem e promovam a oferta integrada dos **Solares de Portugal** e das **Casas no Campo**, aumentando o número de operadores e agentes especialistas e a ocupação das casas associadas

A TURIHAB, estará presente na BTL – Bolsa de Turismo de Lisboa, que este ano se realiza no final do mês de Fevereiro, concentrando a sua acção na BTL RURAL.

A nível internacional, e conjuntamente com a CENTER, estaremos presentes nas feiras mais importantes para a promoção dos **Solares de Portugal** e das **Casas no Campo** e em que o Turismo de Portugal, o AICEP e as Agências Promocionais de Turismo estejam presentes, com especial atenção para as feiras e certames a realizar na Europa e nos países de maior proximidade (Espanha e França).

Desencadaremos 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 as Embaixadas de Portugal, os principais operadores turísticos e a imprensa especializada. Paralelamente, reforçaremos a internacionalização das marcas nos mercados onde a TURIHAB tem parcerias consolidadas, através das redes Europa das Tradições e Fazendas do Brasil.

A TURIHAB 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; Organizará visitas educacionais para operadores turísticos e jornalistas nacionais e estrangeiros; Através dos seus diferentes websites apresentará todos os **Solares de Portugal** e as **Casas no Campo**, com informação geral das Casas, características e envolvente; Difundirá permanentemente brochuras e material multimédia dos **Solares de Portugal** e das **Casas no Campo**, com informação da oferta, facilidades e respectivos preços; a TURIHAB desenvolverá conjuntamente com a CENTER acções de divulgação e promoção nos seus sítios para fidelização dos clientes e hóspedes; Editará as “Novas dos Solares” para informação dos Associados e efectuará inserções publicitárias em imprensa da especialidade.

## 5. Principais Objectivos do Plano 2013

- Fomentar o associativismo e dinamizar o inter-relacionamento entre os Associados e potenciais clientes;
- Implementar as Boas Práticas do TH e TER e as práticas amigas do ambiente;
- Desenvolver o marketing relacional e o networking;
- Adequar o posicionamento das marcas à segmentação dos clientes e tratar os clientes ao mesmo nível “dos amigos”;
- Fortalecer a excelência da imagem da rede **Solares de Portugal** e dinamizar a marca **Casas no Campo**, para fomentar a ocupação e satisfação do cliente e a sua fidelização.
- Oferecer pacotes diferenciados que potenciem a oferta das regiões, em que estão localizados os **Solares de Portugal** e as **Casas no Campo** e desenvolvam um turismo alternativo sustentável;
- Fomentar as comunicações dos Associados e clientes através do sistema on-line e por meios electrónicos;
- Alcançar novos mercados fomentando a internacionalização e a promoção em mercados estratégicos e emergentes.
- Promover as marcas **Solares de Portugal** e **Casas no Campo** associadas ao destino Portugal.

## 6. Indicadores e Metas a atingir em 2013

A TURIHAB conjuntamente com a CENTER objectivam atingir em 2013 as seguintes metas:

- Aumentar os associados da TURIHAB em 5%;
- Dinamizar o SGQ para fidelizar os hóspedes e manter 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 2%;
- Baixar em 5% os custos de comunicações, através duma gestão integrada dos sistemas internos da TURIHAB e da CENTER;
- Aumentar o número de Casas disponíveis para reservas on-line em 5%;
- Aumentar o número de reservas on-line em 5%;
- Aumentar o número de reservas através de operadores digitais em 10%;
- Aumentar as visitas aos websites, que promovem os **Solares de Portugal** e das **Casas no Campo** em 5%;
- Manter a presença dos **Solares de Portugal** e das **Casas no Campo** nas brochuras e nos sites dos Operadores turísticos;
- Manter a presença na imprensa dos **Solares de Portugal** e das **Casas no Campo**.

## 7. Plano de Acções Previstas para 2013

<b>Actividade 2013</b>	<b>Data Prevista</b>
Comemorações do Trigésimo Aniversário da TURIHAB	Jan – Dez
Encontro Nacional do Turismo de Habitação e TER	15 de Junho
Auditorias de Acompanhamento ISO 9001:2008 – TURIHAB /CENTER	Março
Implementação do Manual de Boas Praticas para o TH e TER baseada NP4494	Jan. – Dez
Auditorias Internas NP4494	Jan. – Dez
Auditorias Mistério NP4494	Jan. – Dez
Auto Avaliações NP4494	Jan. – Dez
Avaliação da Satisfação de Clientes TURIHAB/CENTER	Jan. – Dez
Avaliação da Satisfação de Hospedes	Jan. – Dez
Help Desk para Apoio a Associados e Investidores	Jan. – Dez.
Formação do Manual Boas Práticas e da NP4494:2010	Jan. – Jun.
Formação CENTERNET e comunicação digital	Abril – Dez.
Criação de Pacotes e circuitos temáticos	Jan. – Dez.
Campanhas de promoção Solares de Portugal e Casas no Campo	Jan. – Dez.
E-commerce, E-marketing e Marketing directo	Jan. – Dez.
Educacionais e Visitas de Estudo	Jan. – Dez.
Anúncios, Publicidades e Permutas	Jan. – Dez.
Reuniões de divulgação e sensibilização	Jan. – Dez.
Seminários, conferencias e palestras	Jan. – Dez.
Feiras, Workshops e Eventos	Jan. – Dez.
Feira BTL RURAL – Portugal	27 Fev a 03 Março
Feira FITUR – Espanha	30 Jan – 03 Fev
Feira ITB – Alemanha	6 a 10 Março
Feira WTM - UK	04 a 07 de Nov
Publicações Solares de Portugal e Casas no Campo	Fevereiro
Tabela de Preços 2014/2015	Junho

Ponte de Lima, 30 de Novembro de 2012

***A DIRECÇÃO***