



Plano de Actividades

Ano de 2014

A TURIHAB – Associação do Turismo de Habitação, em 2014, desenvolverá o seu plano de actividades em três vertentes fundamentais:

- **Inovação e Desenvolvimento** - fomentando o associativismo, a diferenciação, reforçando a qualidade da oferta e a fidelização de cliente;
- **Informação e trabalho em rede** - entre público e privado, aumentando a promoção da imagem do destino Portugal e das marcas com a implementação de itinerários, circuitos temáticos e campanhas;
- **Internacionalização e Cooperação** - enfatizando a autenticidade e genuinidade dos produtos e a internacionalização das marcas **Solares de Portugal** e **Casas no Campo**.

1. Inovação e Desenvolvimento

Tendo em consideração que 2014 é o ano internacional da agricultura familiar, que 2015 é o ano da cultura como recurso do desenvolvimento sustentável e das zonas rurais e tendo, também, em consideração, que Portugal acaba de receber, da UNESCO, a classificação da Dieta Mediterrânica como património da Humanidade, a TURIHAB, consciente da importância deste momento histórico e único, irá efectivar, em 2014, conjuntamente com os seus Associados, acções nos **Solares de Portugal** e **Casas no Campo** que promovam o turismo, a cultura, a agricultura, motores da economia e do desenvolvimento sustentável.

Assiste-se a uma importante mudança no modelo de negócio, com novas ofertas criativas de enoturismo, gastronomia e vinhos, ecoturismo e turismo cultural, incrementado com a comercialização de produtos locais para autoconsumo, pretendendo – se, assim, recriar sabores avoengos e permitir a sustentabilidade desta forma de “estar e fazer” turismo em Portugal.

Tendo presente este novo desafio, a TURIHAB em 2014, lançará uma colectânea “**Aromas e Sabores avoengos**”, em formato digital, com as receitas ancestrais e vinhos produzidos nos **Solares de Portugal**. A colectânea “**A casa e a terra, um estilo de vida**”, promoverá os hortelãos, os produtos agro-biológicos e alimentares, produtos criativos, essências e aromas produzidos nas **Casas no Campo**.

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 os motes “*Cada Casa uma vivência, cada visita uma experiência*”, “*A magia do turismo no campo*” e “*Portugal, Campo e Mar*”.

Estes circuitos pretendem abranger todas as casas associadas da TURIHAB tendo em conta a especificidade de cada uma delas 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.

Em consonância e conjuntamente com as casas, irão ser organizados pacotes de fim-de-semana com estes itinerários temáticos para conquistar nichos de mercados emergentes, fidelizar clientes, diminuir a sazonalidade e revitalizar actividades nos **Solares de Portugal** e nas **Casas no Campo**.

No âmbito do associativismo e qualificação, a TURIHAB, a partir de 2014, propõe-se instituir um prémio, que atribuirá no final de cada ano, às 3 melhores Casas associadas.

A atribuição deste prémio terá como base de análise, o grau de satisfação dos hóspedes nas casas, nos itens seguintes: acolhimento e atendimento na casa, o quarto, o pequeno – almoço, a informação recebida, o serviço, o conforto e segurança, a casa e sua envolvente, a localização e a impressão geral durante a estadia. A TURIHAB implementará um questionário, que deverá ser preenchido pelos hóspedes de cada casa, e enviados à TURIHAB. No início do ano, a TURIHAB distribuirá por todas as casas associadas, os questionários, que deverão ser remetidos para avaliação e publicação da avaliação final.

A qualificação do TH e TER é fundamental para a valorização da oferta existente e para atingir novos segmentos e novos mercados. Hoje, o que é privilegiado pelo consumidor deste tipo de turismo, são as vivências, as características únicas e a genuinidade do alojamento. Em conformidade, a TURIHAB, com as casas associadas, implementou um sistema de gestão de qualidade que resultou na qualificação das redes **Solares de Portugal** e **Casas no Campo**. É premente a necessidade de aproximar e uniformizar a qualidade de serviço, garantindo a autenticidade, a diferenciação da oferta TH/TER e a fidelização dos clientes.

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 valorizando a qualidade da oferta.

2. Informação e trabalho em rede

“A sua opinião conta!”

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 e preços, sendo muito fácil a comparação dos preços e a valorização ou depreciação da oferta disponibilizada.

As redes sociais servem para dar visibilidade a produtos e a eventos, criar opinião sobre os destinos e produtos mas, enquanto meio de angariação de clientes e programação de férias, a sua importância é, ainda, muito reduzida. Nesta senda, a TURIHAB, estará atenta à evolução do papel das redes (Facebook, LinkedIn, Twitter, You Tube, Hi5 e Google) e fará uma forte aposta no desenvolvimento do e-marketing, inserção de novos conteúdos através dos sítios www.solaresdeportugal.pt, www.casasnocampo.net e www.center.pt.

Os clientes formam comunidades participativas e activas na evolução dos produtos e dos destinos e na forma de comunicação, influenciando a procura e verificando, com facilidade, a relação, preço e qualidade dos serviços. Hoje o cliente co-cria o produto e a experiência do serviço e transmite esse conhecimento, em tempo real, á sua comunidade. Uma das prioridades, para 2014, é o reforço junto dos associados na disponibilização aos hóspedes de *wi-fi*, a terem acesso aquando da sua estadia, potenciando um novo canal de promoção.

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; irão ser desenvolvidas, 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.

A TURIHAB, tem desenvolvido um trabalho em rede com as casas associadas, e pretende dinamizar, através das parcerias existentes com o Turismo de Portugal, as Entidades Regionais de Turismo, as Câmaras Municipais, as Empresas de Animação turísticas e entidades, públicas e privadas, a promoção da imagem de qualidade, a nível nacional e internacional, das marcas **Solares de Portugal** e **Casas no Campo**.

3. Internacionalização e Cooperação

Em 2014, 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.

Para potenciar novas iniciativas, angariar novos mercados, assegurar a qualificação e a diferenciação da oferta e incrementar a internacionalização, em 2014, irá ser afinadamente dinamizado o Protocolo assinado com o Turismo de Portugal, que visa a qualificação da oferta, o marketing internacional, o desenvolvimento do produto e a solidificação nacional e internacional das marcas **Solares de Portugal** e **Casas no Campo**.

A TURIHAB fomentará a integração dos **Solares de Portugal** e das **Casas no Campo** em iniciativas e campanhas promovidas pelo Turismo de Portugal, pela Aicep, a CTP – Confederação do Turismo Português e Entidades Regionais de Turismo. Continuará a participar em eventos que manifestem interessantes para a promoção das casas associadas, tais como reuniões, seminários e workshops. Serão desenvolvidas acções de promoção com Entidades públicas e privadas com quem a TURIHAB tem protocolos.

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.

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

A nível internacional, e conjuntamente com a CENTER, estará presente nas feiras mais importantes para a promoção dos **Solares de Portugal** e das **Casas no Campo** e em que o Turismo de Portugal, a 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, irá ser reforçada a internacionalização das marcas nos mercados onde a TURIHAB tem parcerias consolidadas, através das redes Europa das Tradições e Fazendas do Brasil.

4. Principais Objectivos do Plano 2014

- Fomentar o associativismo e dinamizar o apoio informativo aos Associados e potenciais clientes;
- Criar um prémio para as Casas com melhor classificação;
- Fazer um levantamento de todas as receitas ancestrais e produtos das Casas Associadas;
- Desenvolver o marketing e o trabalho em rede;
- Adequar o posicionamento das marcas à segmentação dos clientes e tratar os clientes ao mesmo nível “dos amigos”, fomentando a fidelização dos clientes;
- Reforçar os serviços de excelência da imagem da rede **Solares de Portugal** e dinamizar a marca **Casas no Campo**, para fomentar a ocupação e satisfação do cliente;
- 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 com os Associados e clientes através do Centernet e por meios electrónicos;
- Melhorar os conteúdos dos sítios TURIHAB e CENTER;
- 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 e a oferta diferenciadora de cada região.
- Implementar o protocolo de colaboração assinado com o Turismo de Portugal visando a promoção e internacionalização dos **Solares de Portugal** e as **Casas no Campo**

5. Indicadores e Metas a atingir em 2014

A TURIHAB, conjuntamente com a CENTER, objectiva atingir em 2014 as seguintes metas:

- Aumentar os associados da TURIHAB em 5%;
- Produzir uma publicação digital das casas Associadas;
- 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 5%;
- Aumentar as comunicações e a rede de distribuição dos Solares de Portugal e Casas no Campo, através das parcerias e protocolos;
- Baixar os custos de comunicações, através duma gestão integrada dos sistemas internos da TURIHAB e da CENTER;
- Disponibilizar os Solares de Portugal e as Casas no Campo, para reservas on-line em 5%;
- Aumentar o número de reservas, através dos sites, em 5%;

- 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;
- Fomentar a presença internacional na imprensa dos **Solares de Portugal** e das **Casas no Campo**.

6. Plano de Acções Previstas para 2014

Actividade 2014	Data Prevista
Protocolo de Colaboração com o Turismo de Portugal	Jan. – Dez
Criação de um Prémio para as 3 melhores Casas Associadas	Jan. – Dez
Levantamento e publicação de receitas ancestrais, gastronomia e vinhos dos Solares de Portugal e Casas no Campo	Jan. – Dez
Implementação do Manual de Boas Práticas para o TH e TER	Jan. – Dez
Auditorias Internas TURIHAB	Jan. – Dez
Auditorias Clientes Mistério	Jan. – Dez
Auto Avaliações das Casas	Jan. – Dez
Avaliação da Satisfação de Clientes TURIHAB/CENTER	Jan. – Dez
Avaliação da Satisfação de Hospedes nos Solares de Portugal e Casas no Campo	Jan. – Dez
Help Desk para Apoio a Associados e Investidores	Jan. – Dez.
Formação do Manual Boas Práticas	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, Marketing directo e relacional	Jan. – Dez.
Educacionais e Visitas de Estudo	Jan. – Dez.
Anúncios, Publicidades e Permutas	Jan. – Dez.
Seminários, conferencias e palestras	Jan. – Dez.
Feiras, Workshops e Eventos	Jan. – Dez.
Feira BTL RURAL – Portugal	12 a 16 Março
Feira FITUR – Espanha	22 a 26 de Janeiro
Feira ITB – Alemanha	5 a 09 de Março
Feira WTM - UK	03 a 06 de Nov
Tabela de Preços 2015/2016	Junho

Ponte de Lima, 29 de Novembro de 2013

A DIRECÇÃO