



RELATÓRIO DE ACTIVIDADES 2014

TURIHAB – Associação do Turismo de Habitação
Praça da República – 4990-062 Ponte de Lima
Tel: (+351) 258 741 672 Fax: (+351) 258741 444
Email: info@turihab.pt URL: www.turihab.pt
www.solaresdeportugal.pt www.casasnocampo.net

INTRODUÇÃO

O Ano de 2014 ficou assinado pela presença da TURIHAB, como convidada de honra, na 1st Homestays of the World Summit, que decorreu nas Filipinas, para apresentar o modelo português de Turismo de Habitação e de Turismo no Espaço Rural. Este Congresso foi organizado pela International School of Sustainable Tourism (ISST) em parceria com o Department of Tourism (DOT), o Department of Interior e o Local Government (DILG) da Province of Negros Occidental, tendo contado com os representantes do Turismo de todas as províncias das Filipinas.

A TURIHAB, em 2014, fez uma grande aposta em reforçar a sua presença na imprensa internacional, destacando-se o posicionamento dos Solares de Portugal nos top 12 destinos culturais do Mundo: *USA /Solares de Portugal 12 top cultural world destination* <http://epicureandculture.com/homestay-guide/> e em Espanha na Revista e sites da Condé Nast com várias reportagens tendo o mote “*Portugal, en casa*”: http://www.center.pt/imprensactr/imprensa_620.pdf.

A TURIHAB em parceria com a TAP, promoveu a divulgação do Filme “Portugal, Campo e Mar” em todos os aviões da TAP.

A TURIHAB reforçou em 2014 a cooperação e as parcerias com organizações internacionais congéneres, a Europa das Tradições e as Fazendas do Brasil, com entidades públicas e privadas, nomeadamente com o Turismo de Portugal e as delegações no estrangeiro, a Aicep, as Regiões de Turismo e a TAP Air Portugal.

A TURIHAB integrou a Associação Nacional do Turismo conjuntamente com as Entidades Regionais de Turismo de Portugal.

A TURIHAB desenvolveu 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 com a divulgação do Guia de Boas Práticas do Turismo de Habitação e Turismo no Espaço Rural e a aplicação do Código Mundial de Ética do Turismo da Organização Mundial do Turismo.
- 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 promocionais;
- Internacionalização e Cooperação** - enfatizando a autenticidade e genuinidade dos produtos e a internacionalização das marcas **Solares de Portugal e Casas no Campo**.



2. INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

“30 anos a garantir qualidade”

A TURIHAB em 2014, lançou um repto aos seus Associados para a criação da colectânea **“Aromas e Sabores avoengos”**, com as receitas ancestrais e vinhos produzidos nos **Solares de Portugal** e **“A casa e a terra, um estilo de vida”**, promovendo os produtos agro-biológicos e alimentares, essências e aromas produzidos nas **Casas no Campo**, esperando concluir o seu levantamento e efectuar a sua publicação até ao final de 2016.

A TURIHAB promoveu a divulgação do **Guia de Boas Práticas de Turismo de Habitação e de Turismo no Espaço Rural**, editado pelo Turismo de Portugal, foi elaborado no âmbito da CT 144- Subcomissão 7 –TH/TER, da qual a TURIHAB é membro. Este Guia de Boas Práticas abrange um conjunto de recomendações, procedimentos e sugestões, que ajudam a valorizar a especificidade e as características diferenciadoras e únicas do Turismo de Habitação e do TER, com o objectivo de elevar a excelência da oferta e implementar os requisitos de serviços instituídos na Norma Portuguesa NP4494:2010.

O Guia pretende, também, sensibilizar os anfitriões das Casas para a necessidade de adoptarem as melhores práticas no serviço de acolhimento, aumentando assim, as estadas e a fidelização dos Hospedes.

Tendo a TURIHAB, lançado as bases para instituir um prémio, que atribuirá no final de cada ano, às 3 melhores Casas associadas.

A TURIHAB através do seu help –desk – Gabinete de Apoio, deu apoio aos Associados e os empreendimentos de TH /TER nos processos de requalificação e reconversão nas Câmaras Municipais, no registo no Turismo de Portugal e no SEF, assim como, nas informações sobre candidaturas ao Turismo de Habitação e Turismo no Espaço Rural, financiamentos e como se tornar membro da TURIHAB, potenciando novos associados e novos promotores TH/TER.

Foram apoiados 40 promotores TH e TER e das candidaturas apresentadas, foram admitidas **2 novas associadas** na TURIHAB.



Na rede **Solares de Portugal**, no grupo das *Quintas e Herdades*, a **Quinta de Malta**, em Durrães, Porto e Norte de Portugal.

Na rede **Casas no Campo**, a **Casa de Santa Cristina** em Marco de Canavezes – Porto e Norte de Portugal.

A TURIHAB dinamizou o inter-relacionamento entre Associados e os potenciais clientes através de um trabalho em rede, promovendo a sua oferta, 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**.

Reuniões dos Corpos Sociais da TURIHAB

A Direcção da TURIHAB reuniu mensalmente para planificação, apreciação, avaliação e discussão das políticas e estratégias para o bom funcionamento da Associação.

O Conselho Fiscal reuniu em Março para análise das contas do exercício da actividade da TURIHAB.

A Assembleia-Geral da TURIHAB reuniu a 01 de Abril para apreciação, discussão e aprovação do Relatório, Balanço e Contas referente ao ano 2013. Em 18 de Dezembro, a Assembleia-Geral reuniu para apresentação, apreciação e discussão do Plano de Actividades e Orçamento para o Ano de 2015.

Cooperação Institucional

A TURIHAB forneceu informações a instituições de ensino e associações culturais, para elaboração de trabalhos de investigação de mestrado e doutoramento, prospecção da oferta e programação de visitas sobre o tema TH e o TER, as redes Solares de Portugal e Casas no Campo, destacando-se: a Universidade Católica de Braga (master Administração e Gestão do Turismo); Universidade de Aveiro (Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo), Instituto de Geografia e Ordenamento do Território (IGOT), da Universidade de Lisboa; o IPVC - Instituto Politécnico de Viana do Castelo, pólos da ESTG - Escola Superior de Tecnologia e Gestão, a ESA - Escola Superior Agrária; IPDT - Instituto de Turismo; Instituto Politécnico do Porto; IPCA - Instituto Politécnico do Cavado e do Ave; e Universidade de Bournemouth – Inglaterra.



A TURIHAB apoiou e acompanhou os trabalhos de investigação, em visitas de estudo, mais de 130 alunos/ formandos e professores/ formadores das seguintes instituições de ensino: Escola Profissional de Desenvolvimento Rural de Grândola, Escola Secundária da Boa Nova, Leça da Palmeira, Escola Secundária de Ponte de Lima e da Universidade do Minho.



A TURIHAB reforçou as parcerias para promover a divulgação dos **Solares de Portugal** e **Casas no Campo** com o Banco CCAM – Crédito Agrícola, com a AMEX – American Express, com a DECO – Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor e com o ACP – Automóvel Clube de Portugal, que proporcionam vantagens aos associados das instituições.



A TURIHAB, em 2014, participou em todas as reuniões promovidas pelo Turismo de Portugal, em Lisboa, com o Conselho Directivo e no âmbito da CT 144 e da Subcomissão 7 – Turismo de Habitação e TER, para conclusão do Guia de Boas Práticas do Turismo de Habitação e TER.



A TURIHAB foi convidada para fazer parte do Grupo Técnico de Acompanhamento (GTA) do projecto SIAC32973 – Alojamento do Futuro, aprovado ao abrigo do Sistema de Apoio a Ações Coletivas do COMPETE/QREN, tendo estado presente em todas as reuniões.



3. Internacionalização e Cooperação

Em 2014, a TURIHAB intensificou 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.



A TURIHAB fomentou 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.



Participação em Seminários e Conferências

A TURIHAB foi convidada de honra, do **1st Homestays of the World Summit**, que decorreu nas Filipinas, no Nature's Village, cidade de Bacolod, de 03 a 05 de Dezembro, para apresentar o modelo português de Turismo de Habitação e de Turismo no Espaço Rural e a forma como está organizado e promovido. Fez-se



representar pelo Secretário da Direcção Arq.º Manuel Carvalho e Sousa, que na sua intervenção destacou o papel global destas modalidades de alojamento de cariz familiar, na valorização e dinamização do espaço rural, na preservação da herança cultural do património arquitectónico e paisagístico, da gastronomia, das tradições, da história, bem como dos acervos documentais e do património mobiliário.

A exportação deste conceito “habitar a história” despertou o interesse da Ministra do Turismo das Filipinas do Governo de Corazón Aquino, que pretende visitar Portugal para contactar com a TURIHAB e seus Associados.

Para além da experiência portuguesa, foram também apresentados os modelos de turismo de habitação da França, Indonésia, Japão e Malásia, estando este último país representado pelo Ministro do Turismo e Cultura que manifestou grande interesse em desenvolver parcerias para implementar o modelo TURIHAB nas casas coloniais do seu país

Dos diversos convites para seminários, destaca-se a participação da TURIHAB no **Congresso Internacional de Turismo Rural**, que se realizou nos dias 30 e 31 de Outubro, em Reguengos de Monsaraz, organizado pela Entidade Regional de Turismo do Alentejo/Ribatejo. O Presidente da Direcção fez parte do painel “Marca e Comunicação: Que Posicionamento Competitivo para o Turismo Rural?”. A participação da TURIHAB na Conferência **“Turismo 2020: Plano de Acção para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal”** organizada pelo Turismo de Portugal que decorreu no Porto, no Centro de Congressos da Alfândega do Porto; a presença do Presidente da Direcção na **“Mesa redonda: Perspectivas do sector Turismo”** enquadrada no **Seminário Luso Espanhol sobre Turismo**, organizado pela Câmara do Comércio e Indústria Luso Espanhola que decorreu no Porto e a presença da TURIHAB no **IV Congresso Internacional: “Casa Nobre: Um Património para o Futuro”**, organizado pela Casa das Artes de Arcos de Valdevez, tendo o Presidente da Direcção proferido uma palestra com o tema: **“Os Solares de Portugal, o restauro, a reabilitação, a auto sustentabilidade, o financiamento e a sua continuidade.”**

Feiras de Turismo e Workshops

- **BTL Rural 2014** – de 12 a 16 de Março, a TURIHAB e a CENTER estiveram presentes na BTL Rural. Para este evento foram convidados todos os Associados, Empresários



do Turismo de Habitação e do Turismo no Espaço Rural, Operadores turísticos, Imprensa, Entidades Públicas e Privadas. Estiveram presentes: o Presidente da Direcção, Francisco de Calheiros, a Directora de Marketing, Maria do Céu Sá Lima, o Técnico de promoção José Augusto Azevedo e a Técnica Maria Eduarda Alves.

Marcaram presença as Casas associadas: Casa dos Assentos, Paço de Calheiros, Casa do Foral, Casa do Terreiro do Poço, Quinta da Bemvisa, Quinta de S. Bento, Quinta da Ponte do Louro, Casa dos Matos, Casa do Rossio, Moinho do Alámo, Artvilla, Casa do Largo, Quinta do Covanco, Quinta de Monteverde, Casa do Redondo e Casa de Vilarinho de S. Romão.

A inauguração do stand contou, entre outras individualidades, com a presença do Secretario Geral da Organização Mundial de Turismo Mr. Taleb Rifai e de inúmeros convidados e representantes dos vários sectores do Turismo e da Economia, tendo sido servido chocolates “Pedras do Lima” acompanhado de vinho do Porto, oferecido pela associada Casa de Santo Antonio de Britiande.

Durante a feira, desenvolveram-se vários contactos com potenciais associados e entre outros promotores TH e TER e com a imprensa. Desenvolveram-se, também, parcerias com operadores e agentes nacionais e estrangeiros para promover os itinerários e as redes Solares de Portugal e Casas no Campo.

No último dia da BTL, o Rancho da Casa do Concelho de Ponte de Lima em Lisboa, associou-se à TURIHAB numa manifestação de tradição e de muita alegria. Esta iniciativa teve a colaboração do Município de Ponte de Lima e as presenças do Vereador Paulo Barreiro de Sousa e do Presidente da Casa do Concelho de Ponte de Lima em Lisboa.

- **FITUR** - Feira Internacional de Turismo, de 22 a 26 de Janeiro, Madrid - Espanha. A TURIHAB e a CENTER estiveram presentes no Stand oficial de Portugal representadas pelo Presidente da Direcção. Foram efectuados vários contactos com operadores e agentes turísticos, que demonstraram grande interesse pela oferta dos Solares de Portugal e das Casas no Campo

- **Portugal Travel Day** – Workshop organizado pela Transeurope, 14 de Dezembro, Bélgica. Este evento contou com a presença de 300 potenciais clientes para Portugal. A TURIHAB teve o apoio e empenho da delegação do Turismo de Portugal na Bélgica, que não poupou esforços para o sucesso desta iniciativa.



4. Informação e trabalho em rede

“A sua opinião conta!”

Com o incremento da internet, das redes sociais, do marketing digital e do marketing relacional, entramos 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.

A TURIHAB reforçou a diferenciação e autenticidade das marcas Solares de Portugal e Casas no Campo através do filme *“Portugal, Campo e mar”* e do levantamento de novos itinerários culturais, equestres, jardins, gastronomia e vinhos, saúde e lazer que permitiram promover os circuitos temáticos, com o mote **“Cada Casa uma vivência, cada visita uma experiência”** e **“A Magia do turismo no Campo”**.

Organizou pacotes de fim-de-semana e itinerários temáticos para dinamizar actividades, conquistar diferentes nichos de mercados, diminuir a sazonalidade e aumentar taxas de ocupação nos **Solares de Portugal** e nas **Casas no Campo**.

A TURIHAB conjuntamente com a CENTER - Central Nacional do Turismo no Espaço Rural, lançou este ano um conjunto de novos itinerários temáticos de 7 e 14 noites, percorrendo as diferentes regiões do País (Porto e Norte, Centro, Lisboa, Alentejo, Algarve, Madeira e Açores). A concepção destes circuitos, teve em conta a especificidade de cada casa e da região do País em que está inserida e as novas tendências da procura. Estes novos circuitos promovem o contacto com a natureza, os sabores, os cheiros, as emoções e a tradição, e as temáticas: *“Os vinhos - Néctares dos deuses”*, *“Os sabores e aromas dos Solares”*, *“Jardins históricos nos Solares”*, *“Casas com história e “estórias””*, *“Conheça as belezas naturais de Portugal”*, *“Quintas e herdades de Portugal”* e *“Descubra a autenticidade dos Solares”*.

Educacionais

Foram realizadas 28 visitas educacionais com jornalistas, repórteres e fotógrafos, que contactaram directamente a TURIHAB e CENTER, das quais se destacam: a jornalista Ronnie Hess, a autora do guia turístico de gastronomia *“Eat Smart in France”* (USA); o blogger *“Travel and Food”* Nelson Carvalho (Alemanha), o Jornalista Mr Marc Mahuzier do jornal - Ouest France (França); a jornalista e blogger inglesa Julie Dawn



Fox, para a elaboração de várias reportagens; a jornalista Yolanda Fernandez Alvarez da televisão RTVE (Espanha); os jornalistas e bloggers Anita e o Tom Fakler (Suíça); a Press Trip de jornalistas em cooperação com a APTECE dos diferentes órgãos da comunicação social da Rússia: Polina Kosheleva, Svetlana Malykhina, Olga Saveleva e Ekaterina Lyakisheva; Maribel Outeirinho do Jornal “La Region” (Espanha), as jornalistas da TV Donnaventura (Itália); a editora Barbara Zrimšek e a equipa de filmagens da TV SLOVENIA (Eslovénia) para a recolha de imagens dos Solares de Portugal; o Coordenador Yoshio Chimoto, o realizador Sr. Keisuke Fujiwara e a Câmara Sr. Kobayashi da TV do Japão, a equipa da TV Suíça e o jornalista Thomas Fischer correspondente da Suíça e Alemanha em Portugal.

No mercado nacional: os jornalistas Vanessa Rodrigues e jornalista Pedro Barros do Jornal Expresso - Guia Boa Cama Boa Mesa; o Jornalista Vasco Gonçalves, Director da Revista “Passear” e a jornalista Maria Luisa Gonçalves Directora da Revista “Tudo sobre jardins” para a elaboração de artigos sobre as casas da rede Solares de Portugal e Casas no Campo.

Foram realizadas várias educacionais para operadores turísticos, para as visitas e programação nos mercados: Austrália (Ibertours Travel), Alemanha (Olimar), Bélgica (Transeurope), UK (Vintage Travel), França (Voyageurs du Monde e Brittany Ferries) e Dinamarca (Granada Kulturrejser).

Para a concretização do sucesso destas educacionais foi fundamental o apoio das casas associadas, das delegações de Turismo de Portugal nos respectivos mercados, da TAP Portugal, tendo-se oferecido 110 dormidas a jornalistas, Operadores e agentes de viagem.

Canais de Distribuição e de Difusão - Imprensa, Brochuras, Publicações e Sítios

Durante 2014, a TURIHAB foi contactada por mais de 45 jornalistas e órgãos de comunicação nacionais e internacionais para fornecer informações sobre o Turismo de Habitação, o TER, sobre os **Solares de Portugal** e **Casas no Campo**. Foi noticiada mais de uma centena vezes, sendo publicados artigos e reportagens em vários órgãos de Comunicação, dos quais destacamos:

- Imprensa nacional – o artigo “Porto Formoso, Açores - Nem tanto ao mar nem tanto á Terra” na Revista UP da TAP, o artigo “TURIHAB lança campanha “Portugal, Campo e Mar” e “TURIHAB institui prémio de excelência” no portal Opção Turismo; o artigo



“TURIHAB inova em 2014” na revista Passear; o artigo “TURIHAB vai premiar este ano os melhores Solares de Portugal e Casas no Campo” na revista Presstur; reportagens na Revistas Tudo sobre Jardins, Passear, Turisver; e as entrevistas no canal Localvisão TV, no Porto Canal, na SIC e nas Rádios Ondas do Lima, Altominho, Renascença e TSF. - Imprensa internacional – destacamos a reportagem que posiciona os Solares de Portugal nos top 12 destinos culturais do Mundo: “The World’s 12 Best Homestay Experiences For Culturally-Curious Travelers”: <http://epicureandculture.com/homestay-guide>

Os vários artigos publicados na Condé Nast Traveller que promovem os Solares de Portugal, as Casas no Campo e a oferta diferenciadora de cada Região de Portugal e o artigo “Portugal, en casa”. “Comienza el viaje”: <http://blogs.traveler.es/cita-en-portugal/comienza-el-viaje/>; “La ruta verde del Minho”: <http://blogs.traveler.es/cita-en-portugal/la-ruta-verde-del-minho/>; “Aventura en el Parque Nacional da Peneda Gerês” <http://blogs.traveler.es/cita-en-portugal/aventura-en-el-parque-nacional-da-peneda-geres/>; “Vendimia en el valle del Douro”: <http://blogs.traveler.es/cita-en-portugal/vendimia-en-el-valle-del-douro/> ; “Coimbra, de vuelta a clase”: <http://blogs.traveler.es/cita-en-portugal/coimbra-de-vuelta-a-clase/> ; “El Mar del Alentejo ”: <http://blogs.traveler.es/cita-en-portugal/el-mar-del-alentejo/>; “El espíritu del Alentejo”: <http://blogs.traveler.es/cita-en-portugal/el-espíritu-del-alentejo/>; “La Ruta jurásica portuguesa”: <http://blogs.traveler.es/cita-en-portugal/la-ruta-jurasica-portuguesa/> ; “El crómlech de Almendres, el Stonehenge portugués”: <http://blogs.traveler.es/cita-en-portugal/el-cromlech-de-almendres-el-stonehenge-portugues/>; “El centro de Portugal, o centro do mundo”: <http://blogs.traveler.es/cita-en-portugal/el-centro-de-portugal-o-centro-do-mundo/>; “El Algarve en otoño, el auténtico paraíso”: <http://blogs.traveler.es/cita-en-portugal/el-algarve-en-otono-el-autentico-paraíso/> ; “Lord Byron, supongo: Sintra en estado puro”: <http://blogs.traveler.es/cita-en-portugal/lord-byron-supongo-sintra-en-estado-puro/>.

Destacamos, também, o artigo “Im Zeichen des Fasans” na revista “Reise - Schleswig-Holstein am Sonntag” – Alemanha; o artigo “Die Wiege des Weins steht am Douro” no jornal Dienstag – Alemanha; o artigo “LANDGUT-ROMANTIK FÜR PORTUGAL-KENNER” na revista “Reise Exclusiv das Magazine für Reisen & Lifestyle” – Alemanha; o artigo “Grønn vin – bli kjent med vinho verde” – Noruega e na Revista “STYLE



Quinta das Lavandas
Espaço Único 100% biológico em pleno Parque Natural da Serra de São Mamede

100% SEM QUANTIDADE DE AGROFÁRMACOS. MEDO DE MÚLTIPLAS DESEMPENHAS. O QUE LEVA UM CASAL DE ECONOMISTAS, JÁ AVÓS, A DEDICAR-SE DE CORPO E ALMA A UM PROJETO DESTA NATUREZA, FOI O QUE A TUDO SOBRE JARDINS FOI AVERBA-LO NO PASSADO MÊS DE JULHO, DA VISITA À QUINTA DAS LAVANDAS, NA ALTURA DA PENA FLORENÇA E STUANDO SE A ESCASSOS QUATRO QUILOMETROS DE CASTELO DE VIDE.

84 - 85 Sécuro e Paredes

Também a escolha da espécie foi pensada, tendo em conta que existem 140 espécies de lavanda em todo o continente, a escolha da Antártida é de facto uma planta americana e muito adaptável. O conceito Quinta das Lavandas tem três vertentes, designadamente as Culturas de Lavanda, a transformação da lavanda em produtos para venda e a criação de uma habitação em espaço rural (gestão urbana e funcional) tal como, considerando de que a terra é momentaneamente inativa, no jardim das antárcticas, no vídeo, no pórtico, na lavanda, e de forma moderna e mais precisamente das colónias.

A escolha foi pela Lavanda angustifolia num espaço mais recente e numa primeira fase, que é designada a "nova" lavandaria, cada vez mais rara devido à extinção de espécies, especialmente as de origem americana, devido, sobretudo, à sua adaptação à seca, tornando a angustifolia nativa. Os

REISE

100 - 101 - 102 - 103 - 104 - 105 - 106 - 107 - 108 - 109 - 110 - 111 - 112 - 113 - 114 - 115 - 116 - 117 - 118 - 119 - 120 - 121 - 122 - 123 - 124 - 125 - 126 - 127 - 128 - 129 - 130 - 131 - 132 - 133 - 134 - 135 - 136 - 137 - 138 - 139 - 140 - 141 - 142 - 143 - 144 - 145 - 146 - 147 - 148 - 149 - 150 - 151 - 152 - 153 - 154 - 155 - 156 - 157 - 158 - 159 - 160 - 161 - 162 - 163 - 164 - 165 - 166 - 167 - 168 - 169 - 170 - 171 - 172 - 173 - 174 - 175 - 176 - 177 - 178 - 179 - 180 - 181 - 182 - 183 - 184 - 185 - 186 - 187 - 188 - 189 - 190 - 191 - 192 - 193 - 194 - 195 - 196 - 197 - 198 - 199 - 200 - 201 - 202 - 203 - 204 - 205 - 206 - 207 - 208 - 209 - 210 - 211 - 212 - 213 - 214 - 215 - 216 - 217 - 218 - 219 - 220 - 221 - 222 - 223 - 224 - 225 - 226 - 227 - 228 - 229 - 230 - 231 - 232 - 233 - 234 - 235 - 236 - 237 - 238 - 239 - 240 - 241 - 242 - 243 - 244 - 245 - 246 - 247 - 248 - 249 - 250 - 251 - 252 - 253 - 254 - 255 - 256 - 257 - 258 - 259 - 260 - 261 - 262 - 263 - 264 - 265 - 266 - 267 - 268 - 269 - 270 - 271 - 272 - 273 - 274 - 275 - 276 - 277 - 278 - 279 - 280 - 281 - 282 - 283 - 284 - 285 - 286 - 287 - 288 - 289 - 290 - 291 - 292 - 293 - 294 - 295 - 296 - 297 - 298 - 299 - 300 - 301 - 302 - 303 - 304 - 305 - 306 - 307 - 308 - 309 - 310 - 311 - 312 - 313 - 314 - 315 - 316 - 317 - 318 - 319 - 320 - 321 - 322 - 323 - 324 - 325 - 326 - 327 - 328 - 329 - 330 - 331 - 332 - 333 - 334 - 335 - 336 - 337 - 338 - 339 - 340 - 341 - 342 - 343 - 344 - 345 - 346 - 347 - 348 - 349 - 350 - 351 - 352 - 353 - 354 - 355 - 356 - 357 - 358 - 359 - 360 - 361 - 362 - 363 - 364 - 365 - 366 - 367 - 368 - 369 - 370 - 371 - 372 - 373 - 374 - 375 - 376 - 377 - 378 - 379 - 380 - 381 - 382 - 383 - 384 - 385 - 386 - 387 - 388 - 389 - 390 - 391 - 392 - 393 - 394 - 395 - 396 - 397 - 398 - 399 - 400 - 401 - 402 - 403 - 404 - 405 - 406 - 407 - 408 - 409 - 410 - 411 - 412 - 413 - 414 - 415 - 416 - 417 - 418 - 419 - 420 - 421 - 422 - 423 - 424 - 425 - 426 - 427 - 428 - 429 - 430 - 431 - 432 - 433 - 434 - 435 - 436 - 437 - 438 - 439 - 440 - 441 - 442 - 443 - 444 - 445 - 446 - 447 - 448 - 449 - 450 - 451 - 452 - 453 - 454 - 455 - 456 - 457 - 458 - 459 - 460 - 461 - 462 - 463 - 464 - 465 - 466 - 467 - 468 - 469 - 470 - 471 - 472 - 473 - 474 - 475 - 476 - 477 - 478 - 479 - 480 - 481 - 482 - 483 - 484 - 485 - 486 - 487 - 488 - 489 - 490 - 491 - 492 - 493 - 494 - 495 - 496 - 497 - 498 - 499 - 500 - 501 - 502 - 503 - 504 - 505 - 506 - 507 - 508 - 509 - 510 - 511 - 512 - 513 - 514 - 515 - 516 - 517 - 518 - 519 - 520 - 521 - 522 - 523 - 524 - 525 - 526 - 527 - 528 - 529 - 530 - 531 - 532 - 533 - 534 - 535 - 536 - 537 - 538 - 539 - 540 - 541 - 542 - 543 - 544 - 545 - 546 - 547 - 548 - 549 - 550 - 551 - 552 - 553 - 554 - 555 - 556 - 557 - 558 - 559 - 560 - 561 - 562 - 563 - 564 - 565 - 566 - 567 - 568 - 569 - 570 - 571 - 572 - 573 - 574 - 575 - 576 - 577 - 578 - 579 - 580 - 581 - 582 - 583 - 584 - 585 - 586 - 587 - 588 - 589 - 590 - 591 - 592 - 593 - 594 - 595 - 596 - 597 - 598 - 599 - 600 - 601 - 602 - 603 - 604 - 605 - 606 - 607 - 608 - 609 - 610 - 611 - 612 - 613 - 614 - 615 - 616 - 617 - 618 - 619 - 620 - 621 - 622 - 623 - 624 - 625 - 626 - 627 - 628 - 629 - 630 - 631 - 632 - 633 - 634 - 635 - 636 - 637 - 638 - 639 - 640 - 641 - 642 - 643 - 644 - 645 - 646 - 647 - 648 - 649 - 650 - 651 - 652 - 653 - 654 - 655 - 656 - 657 - 658 - 659 - 660 - 661 - 662 - 663 - 664 - 665 - 666 - 667 - 668 - 669 - 670 - 671 - 672 - 673 - 674 - 675 - 676 - 677 - 678 - 679 - 680 - 681 - 682 - 683 - 684 - 685 - 686 - 687 - 688 - 689 - 690 - 691 - 692 - 693 - 694 - 695 - 696 - 697 - 698 - 699 - 700 - 701 - 702 - 703 - 704 - 705 - 706 - 707 - 708 - 709 - 710 - 711 - 712 - 713 - 714 - 715 - 716 - 717 - 718 - 719 - 720 - 721 - 722 - 723 - 724 - 725 - 726 - 727 - 728 - 729 - 730 - 731 - 732 - 733 - 734 - 735 - 736 - 737 - 738 - 739 - 740 - 741 - 742 - 743 - 744 - 745 - 746 - 747 - 748 - 749 - 750 - 751 - 752 - 753 - 754 - 755 - 756 - 757 - 758 - 759 - 760 - 761 - 762 - 763 - 764 - 765 - 766 - 767 - 768 - 769 - 770 - 771 - 772 - 773 - 774 - 775 - 776 - 777 - 778 - 779 - 780 - 781 - 782 - 783 - 784 - 785 - 786 - 787 - 788 - 789 - 790 - 791 - 792 - 793 - 794 - 795 - 796 - 797 - 798 - 799 - 800 - 801 - 802 - 803 - 804 - 805 - 806 - 807 - 808 - 809 - 810 - 811 - 812 - 813 - 814 - 815 - 816 - 817 - 818 - 819 - 820 - 821 - 822 - 823 - 824 - 825 - 826 - 827 - 828 - 829 - 830 - 831 - 832 - 833 - 834 - 835 - 836 - 837 - 838 - 839 - 840 - 841 - 842 - 843 - 844 - 845 - 846 - 847 - 848 - 849 - 850 - 851 - 852 - 853 - 854 - 855 - 856 - 857 - 858 - 859 - 860 - 861 - 862 - 863 - 864 - 865 - 866 - 867 - 868 - 869 - 870 - 871 - 872 - 873 - 874 - 875 - 876 - 877 - 878 - 879 - 880 - 881 - 882 - 883 - 884 - 885 - 886 - 887 - 888 - 889 - 890 - 891 - 892 - 893 - 894 - 895 - 896 - 897 - 898 - 899 - 900 - 901 - 902 - 903 - 904 - 905 - 906 - 907 - 908 - 909 - 910 - 911 - 912 - 913 - 914 - 915 - 916 - 917 - 918 - 919 - 920 - 921 - 922 - 923 - 924 - 925 - 926 - 927 - 928 - 929 - 930 - 931 - 932 - 933 - 934 - 935 - 936 - 937 - 938 - 939 - 940 - 941 - 942 - 943 - 944 - 945 - 946 - 947 - 948 - 949 - 950 - 951 - 952 - 953 - 954 - 955 - 956 - 957 - 958 - 959 - 960 - 961 - 962 - 963 - 964 - 965 - 966 - 967 - 968 - 969 - 970 - 971 - 972 - 973 - 974 - 975 - 976 - 977 - 978 - 979 - 980 - 981 - 982 - 983 - 984 - 985 - 986 - 987 - 988 - 989 - 990 - 991 - 992 - 993 - 994 - 995 - 996 - 997 - 998 - 999 - 1000

Im Zeichen des Fasans

100 - 101 - 102 - 103 - 104 - 105 - 106 - 107 - 108 - 109 - 110 - 111 - 112 - 113 - 114 - 115 - 116 - 117 - 118 - 119 - 120 - 121 - 122 - 123 - 124 - 125 - 126 - 127 - 128 - 129 - 130 - 131 - 132 - 133 - 134 - 135 - 136 - 137 - 138 - 139 - 140 - 141 - 142 - 143 - 144 - 145 - 146 - 147 - 148 - 149 - 150 - 151 - 152 - 153 - 154 - 155 - 156 - 157 - 158 - 159 - 160 - 161 - 162 - 163 - 164 - 165 - 166 - 167 - 168 - 169 - 170 - 171 - 172 - 173 - 174 - 175 - 176 - 177 - 178 - 179 - 180 - 181 - 182 - 183 - 184 - 185 - 186 - 187 - 188 - 189 - 190 - 191 - 192 - 193 - 194 - 195 - 196 - 197 - 198 - 199 - 200 - 201 - 202 - 203 - 204 - 205 - 206 - 207 - 208 - 209 - 210 - 211 - 212 - 213 - 214 - 215 - 216 - 217 - 218 - 219 - 220 - 221 - 222 - 223 - 224 - 225 - 226 - 227 - 228 - 229 - 230 - 231 - 232 - 233 - 234 - 235 - 236 - 237 - 238 - 239 - 240 - 241 - 242 - 243 - 244 - 245 - 246 - 247 - 248 - 249 - 250 - 251 - 252 - 253 - 254 - 255 - 256 - 257 - 258 - 259 - 260 - 261 - 262 - 263 - 264 - 265 - 266 - 267 - 268 - 269 - 270 - 271 - 272 - 273 - 274 - 275 - 276 - 277 - 278 - 279 - 280 - 281 - 282 - 283 - 284 - 285 - 286 - 287 - 288 - 289 - 290 - 291 - 292 - 293 - 294 - 295 - 296 - 297 - 298 - 299 - 300 - 301 - 302 - 303 - 304 - 305 - 306 - 307 - 308 - 309 - 310 - 311 - 312 - 313 - 314 - 315 - 316 - 317 - 318 - 319 - 320 - 321 - 322 - 323 - 324 - 325 - 326 - 327 - 328 - 329 - 330 - 331 - 332 - 333 - 334 - 335 - 336 - 337 - 338 - 339 - 340 - 341 - 342 - 343 - 344 - 345 - 346 - 347 - 348 - 349 - 350 - 351 - 352 - 353 - 354 - 355 - 356 - 357 - 358 - 359 - 360 - 361 - 362 - 363 - 364 - 365 - 366 - 367 - 368 - 369 - 370 - 371 - 372 - 373 - 374 - 375 - 376 - 377 - 378 - 379 - 380 - 381 - 382 - 383 - 384 - 385 - 386 - 387 - 388 - 389 - 390 - 391 - 392 - 393 - 394 - 395 - 396 - 397 - 398 - 399 - 400 - 401 - 402 - 403 - 404 - 405 - 406 - 407 - 408 - 409 - 410 - 411 - 412 - 413 - 414 - 415 - 416 - 417 - 418 - 419 - 420 - 421 - 422 - 423 - 424 - 425 - 426 - 427 - 428 - 429 - 430 - 431 - 432 - 433 - 434 - 435 - 436 - 437 - 438 - 439 - 440 - 441 - 442 - 443 - 444 - 445 - 446 - 447 - 448 - 449 - 450 - 451 - 452 - 453 - 454 - 455 - 456 - 457 - 458 - 459 - 460 - 461 - 462 - 463 - 464 - 465 - 466 - 467 - 468 - 469 - 470 - 471 - 472 - 473 - 474 - 475 - 476 - 477 - 478 - 479 - 480 - 481 - 482 - 483 - 484 - 485 - 486 - 487 - 488 - 489 - 490 - 491 - 492 - 493 - 494 - 495 - 496 - 497 - 498 - 499 - 500 - 501 - 502 - 503 - 504 - 505 - 506 - 507 - 508 - 509 - 510 - 511 - 512 - 513 - 514 - 515 - 516 - 517 - 518 - 519 - 520 - 521 - 522 - 523 - 524 - 525 - 526 - 527 - 528 - 529 - 530 - 531 - 532 - 533 - 534 - 535 - 536 - 537 - 538 - 539 - 540 - 541 - 542 - 543 - 544 - 545 - 546 - 547 - 548 - 549 - 550 - 551 - 552 - 553 - 554 - 555 - 556 - 557 - 558 - 559 - 560 - 561 - 562 - 563 - 564 - 565 - 566 - 567 - 568 - 569 - 570 - 571 - 572 - 573 - 574 - 575 - 576 - 577 - 578 - 579 - 580 - 581 - 582 - 583 - 584 - 585 - 586 - 587 - 588 - 589 - 590 - 591 - 592 - 593 - 594 - 595 - 596 - 597 - 598 - 599 - 600 - 601 - 602 - 603 - 604 - 605 - 606 - 607 - 608 - 609 - 610 - 611 - 612 - 613 - 614 - 615 - 616 - 617 - 618 - 619 - 620 - 621 - 622 - 623 - 624 - 625 - 626 - 627 - 628 - 629 - 630 - 631 - 632 - 633 - 634 - 635 - 636 - 637 - 638 - 639 - 640 - 641 - 642 - 643 - 644 - 645 - 646 - 647 - 648 - 649 - 650 - 651 - 652 - 653 - 654 - 655 - 656 - 657 - 658 - 659 - 660 - 661 - 662 - 663 - 664 - 665 - 666 - 667 - 668 - 669 - 670 - 671 - 672 - 673 - 674 - 675 - 676 - 677 - 678 - 679 - 680 - 681 - 682 - 683 - 684 - 685 - 686 - 687 - 688 - 689 - 690 - 691 - 692 - 693 - 694 - 695 - 696 - 697 - 698 - 699 - 700 - 701 - 702 - 703 - 704 - 705 - 706 - 707 - 708 - 709 - 710 - 711 - 712 - 713 - 714 - 715 - 716 - 717 - 718 - 719 - 720 - 721 - 722 - 723 - 724 - 725 - 726 - 727 - 728 - 729 - 730 - 731 - 732 - 733 - 734 - 735 - 736 - 737 - 738 - 739 - 740 - 741 - 742 - 743 - 744 - 745 - 746 - 747 - 748 - 749 - 750 - 751 - 752 - 753 - 754 - 755 - 756 - 757 - 758 - 759 - 760 - 761 - 762 - 763 - 764 - 765 - 766 - 767 - 768 - 769 - 770 - 771 - 772 - 773 - 774 - 775 - 776 - 777 - 778 - 779 - 780 - 781 - 782 - 783 - 784 - 785 - 786 - 787 - 788 - 789 - 790 - 791 - 792 - 793 - 794 - 795 - 796 - 797 - 798 - 799 - 800 - 801 - 802 - 803 - 804 - 805 - 806 - 807 - 808 - 809 - 810 - 811 - 812 - 813 - 814 - 815 - 816 - 817 - 818 - 819 - 820 - 821 - 822 - 823 - 824 - 825 - 826 - 827 - 828 - 829 - 830 - 831 - 832 - 833 - 834 - 835 - 836 - 837 - 838 - 839 - 840 - 841 - 842 - 843 - 844 - 845 - 846 - 847 - 848 - 849 - 850 - 851 - 852 - 853 - 854 - 855 - 856 - 857 - 858 - 859 - 860 - 861 - 862 - 863 - 864 - 865 - 866 - 867 - 868 - 869 - 870 - 871 - 872 - 873 - 874 - 875 - 876 - 877 - 878 - 879 - 880 - 881 - 882 - 883 - 884 - 885 - 886 - 887 - 888 - 889 - 890 - 891 - 892 - 893 - 894 - 895 - 896 - 897 - 898 - 899 - 900 - 901 - 902 - 903 - 904 - 905 - 906 - 907 - 908 - 909 - 910 - 911 - 912 - 913 - 914 - 915 - 916 - 917 - 918 - 919 - 920 - 921 - 922 - 923 - 924 - 925 - 926 - 927 - 928 - 929 - 930 - 931 - 932 - 933 - 934 - 935 - 936 - 937 - 938 - 939 - 940 - 941 - 942 - 943 - 944 - 945 - 946 - 947 - 948 - 949 - 950 - 951 - 952 - 953 - 954 - 955 - 956 - 957 - 958 - 959 - 960 - 961 - 962 - 963 - 964 - 965 - 966 - 967 - 968 - 969 - 970 - 971 - 972 - 973 - 974 - 975 - 976 - 977 - 978 - 979 - 980 - 981 - 982 - 983 - 984 - 985 - 986 - 987 - 988 - 989 - 990 - 991 - 992 - 993 - 994 - 995 - 996 - 997 - 998 - 999 - 1000

MAGAZINE Corriere della Sera” com o artigo “vacanze da pescatore- PORTOGALLO” - Itália

Brochuras, Publicações e Campanhas - A TURIHAB e a CENTER foram contactadas, por mais de 50 operadores e agências de viagens nacionais e internacionais para fornecer informações sobre os Solares de Portugal e Casas no Campo, de forma a promoverem as redes e os novos circuitos temáticos.

Os Solares de Portugal e as Casas no Campo foram publicados em cerca de 100 brochuras e sites de operadores turísticos nacionais e internacionais. Destacam-se as inclusões nas brochuras de operadores turísticos dos mercados Português, Holandês, Alemão, Francês, Belga, Dinamarquês, Norueguês, Inglês, Espanhol, Italiano, Americano, Australiano, Canadiano e Brasileiro.

Durante 2014, verificou-se um reforço da imagem dos Solares de Portugal e o lançamento das Casas no Campo em quinze publicações, guias turísticos e manuais de férias.

A TURIHAB realizou campanhas de divulgação nas Casas de Portugal “Descubra um país solarengo”, Impresa no guia “Boa Cama, Boa Mesa”, Pescanova “Pesque Amigos” e “A dupla perfeita lá em casa”, ATLAS “Dormidas com História”, Unilever/Compal “Ganhe Fins de Semana” e na Revista Equitação “Vá para fora cá dentro”

Sítios na internet - Durante 2014, a TURIHAB conjuntamente com a CENTER fez uma grande aposta nas redes sociais e nos sítios da Associação e da central de reservas.

Foi efectuada a actualização e recolha de novos conteúdos para os sítios www.solaresdeportugal.pt, www.casasnocampo.net e www.center.pt

Num mundo cada vez mais digital, a presença na internet é uma indispensável ferramenta de comunicação e promoção. Em 2014, a TURIHAB organizou várias campanhas publicitárias e acções promocionais on-line. Promoveu conjuntamente com a CENTER, melhorias significativas nos sítios para divulgar as marcas Solares de Portugal e Casas no Campo. Os websites www.turihab.pt, www.solaresdeportugal.pt, www.casasnocampo.net, www.center.pt, www.europetraditions.com e www.fazendasdobrasil.com, totalizaram em 2014,

Gunnhilds vinfavoritter



Grøn vin – bli kjent med vinho verde
Lys, lett vin passer perfekt når solen skinner på terrassen og i hagen. Et glass vinho verde smaker luttidsende og forfriskende.

Ungdomsminner
Lider du brokket av å minne tilbake til ungdomstid? Her er det en fantastisk mulighet til å gjenopplive disse minnene.



Casa Casa
uma residência, com um ambiente acolhedor e um espaço para relaxar.



SOLARES DE PORTUGAL
Uma experiência única de férias em Portugal.

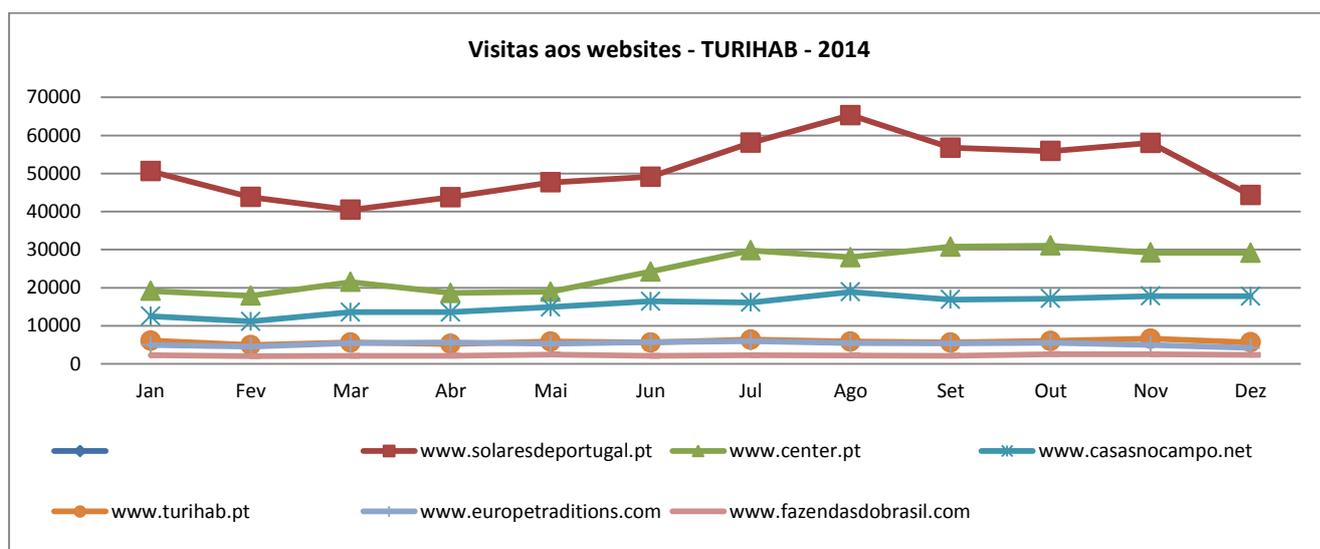


CASAS NO CAMPO
Uma experiência única de férias em Portugal.

1.258.827 visitas, o que representa um aumento de visitas aos websites superior a 20% face ao ano anterior.

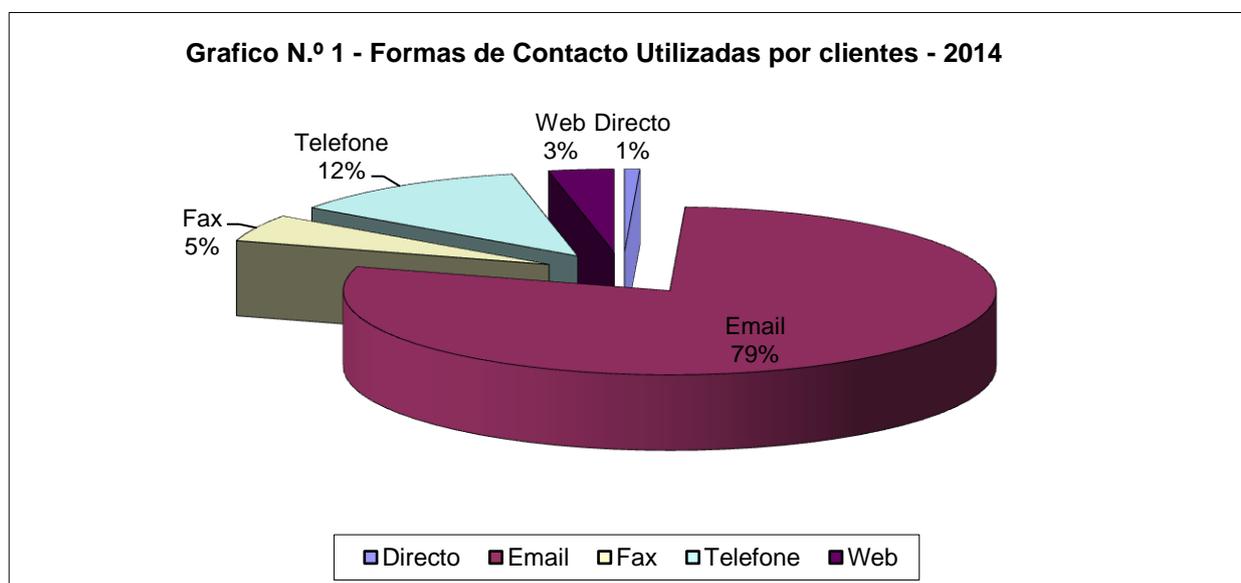
Como se pode visualizar no gráfico seguinte, os websites com mais visitas, foram o www.solaresdeportugal.pt com 613.800 visitas, seguindo-se o www.center.pt com 298.369 e o www.casasnocampo.net com 186.921.

O aumento de visitas aos websites traduziu-se numa maior visibilidade e promoção que se reflectiu numa maior dinamização da ocupação das Casas Associadas.



As comunicações são fundamentais no desenvolvimento das actividades da TURIHAB e CENTER.

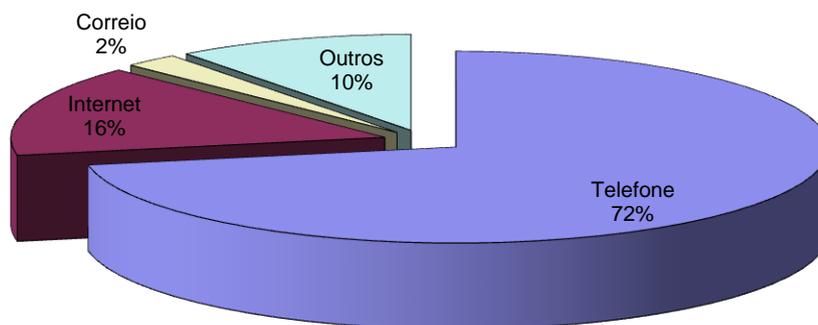
As comunicações, para marcação de reservas, por meios electrónicos (emails e websites) representaram em 2014, 82% (Ver Gráfico N.º 1) de todas as comunicações efectuadas, registando-se um aumento de quatro pontos percentuais face ao ano anterior.



Os custos das comunicações electrónicas, representam apenas 16% dos custos totais das comunicações realizadas (Ver Gráfico N.º 2), representando os telefones, 72% dos custos.

Em 2014 conseguiu-se uma redução de custos associados a comunicações de cerca de 15%.

Gráfico N.º 2 - Custos das Comunicações 2014



5. CENTRAL DE RESERVAS

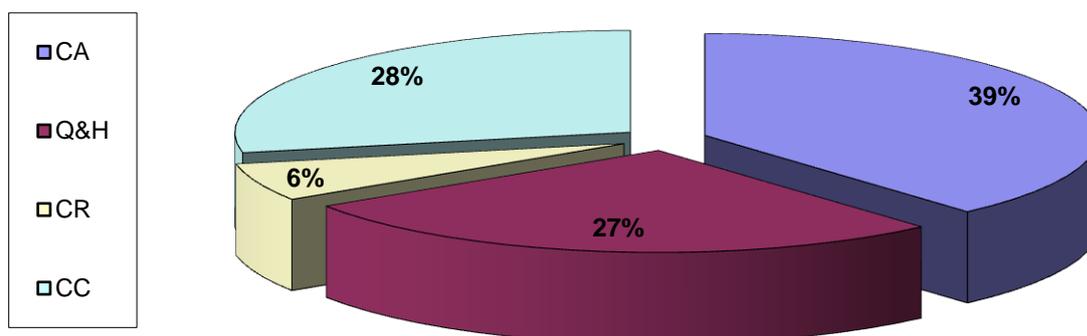
Neste capítulo apresenta-se a distribuição da oferta e as estatísticas de resultados de actividade da Central de Reservas em 2014.

5.1. A Oferta TURIHAB – Solares de Portugal e Casas no Campo

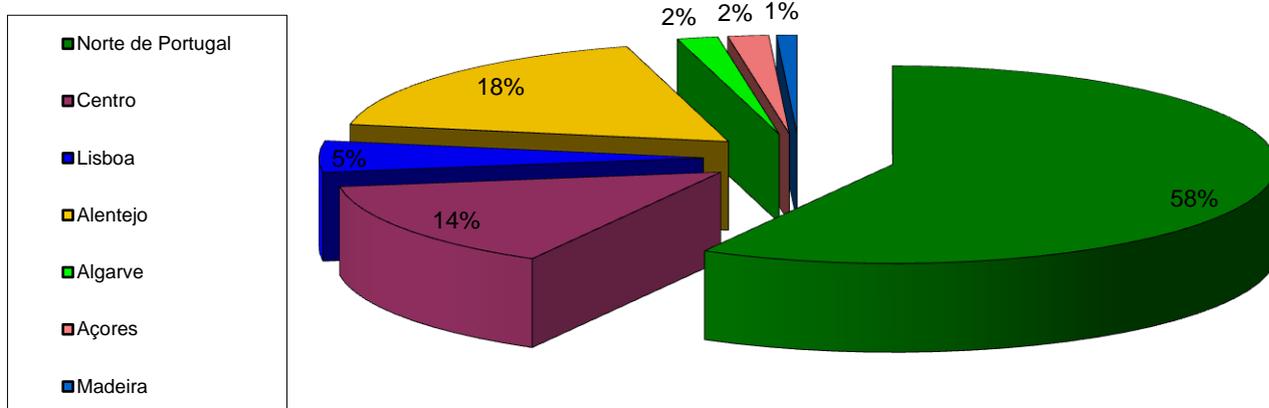
A TURIHAB, em Dezembro de 2014, representava 117 unidades de Turismo de Habitação e Turismo no Espaço Rural, com 823 quartos e 1641 camas.

A oferta dos Solares de Portugal, correspondia a 84 Casas, totalizando 580 Quartos e 1155 camas. A marca Casas no Campo, que representa uma oferta de 33 casas associadas com 243 quartos e 486 camas. A média de quartos por casa é de 7,03 Quartos/casa.

Nos gráficos que se seguem analisa-se a oferta dos Solares de Portugal e Casas no Campo, de acordo com a distribuição do produto por categoria e por distribuição geográfica.

Gráfico N.º 3 - Distribuição do produto por categoria - 2014

Na oferta Solares de Portugal, o grupo de Casas Antigas representa 39% da oferta total, as Quintas e Herdades 27% e as Casas Rústicas 6% (Gráfico N.º 3). As Casas no Campo são já o segundo grupo maior representando já 28% da oferta total, apresentando um crescimento muito acelerado. Não se registaram alterações face ao ano transacto, na distribuição do produto por categoria.

Gráfico N.º 4 - Distribuição do Produto por Entidades Regionais - 2014

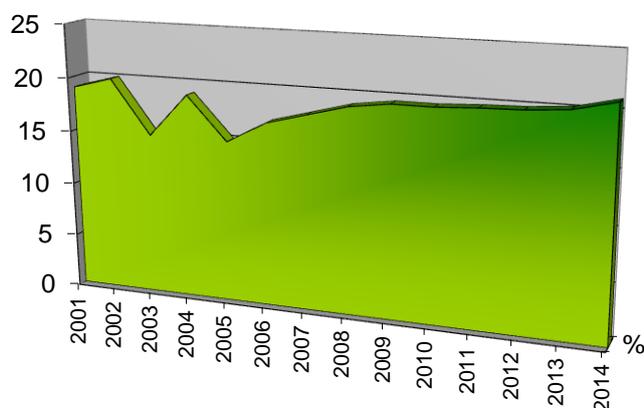
Analisando a oferta pela distribuição geográfica, verifica-se, que o Norte de Portugal, representa 58% da oferta, seguindo-se a região do Alentejo com 18%, o Centro com 14%, Lisboa com 5%, Algarve e Açores com 2% e Madeira com 1% (Gráfico N.º 4). Face ao ano anterior não se registaram alterações significativas.

5.2. Avaliação das Taxas de Ocupação

A avaliação da taxa de ocupação será apresentada para a rede Solares de Portugal e para a rede das Casas no Campo.

5.2.1. Evolução da Taxa de Ocupação

Gráfico N.º 5 - Evolução da Taxa de Ocupação



Pela análise do gráfico N.º 5 verificamos um aumento da taxa de ocupação em relação ao ano transacto, atingindo o valor de 21%.

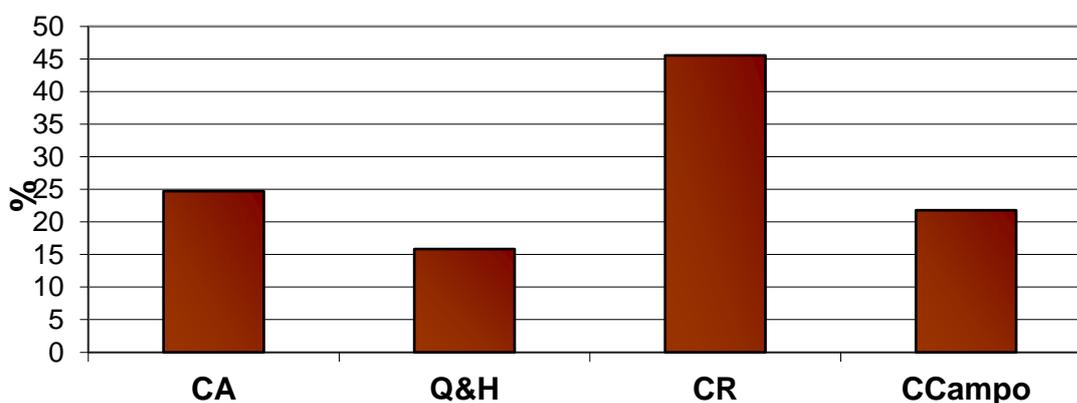
A CENTER conseguiu em 2014 um aumento do número de dormidas de cerca de 9%, face ao ano anterior, o que se traduziu no melhor ano de sempre para a CENTER.

Este aumento do número de dormidas, face ao ano anterior, foi particularmente significativo nas Casas no Campo (+80.9%). O aumento para os Solares de Portugal foi de 2%. Esta diferença é facilmente explicável com o facto dos Solares de Portugal serem já um produto consolidado e as Casas no Campo estarem ainda em fase de implantação e consolidação.

As acções encetadas pela TURIHAB e pela CENTER para captação de novos mercados e novos parceiros foi coroada com um aumento de dormidas e da taxa de ocupação registada, que superou largamente os objectivos delineados.

5.2.2. Taxa de Ocupação por Categoria

Gráfico N.º 6 - Ocupação Anual por Categoria - 2014

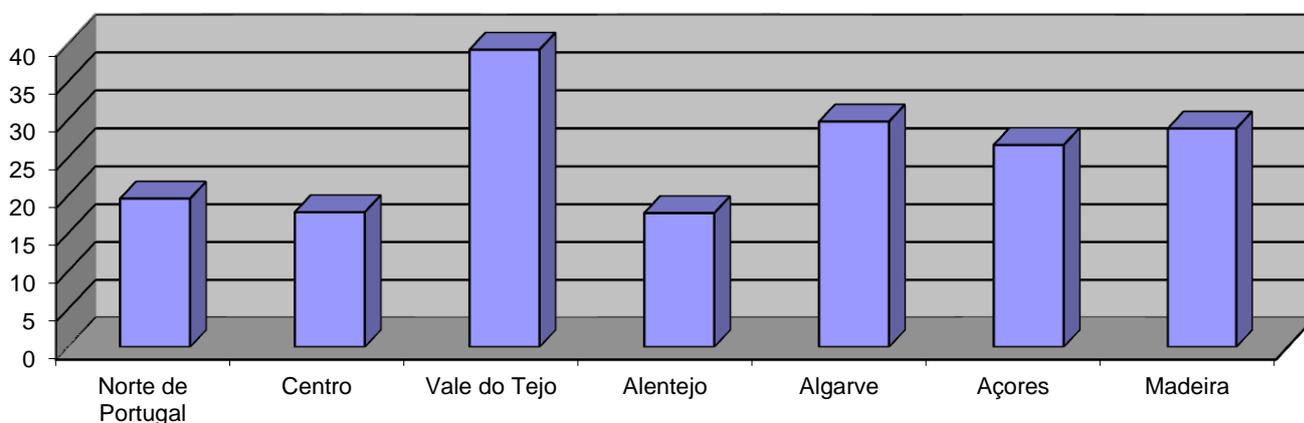


Analisando a taxa de ocupação por tipo de casa (Casas Antigas, Quintas e Herdades, Casas Rústicas e Casas no Campo) verifica-se que o grupo das Casas Rústicas tem a melhor taxa de ocupação com 45.5%, seguindo-se as Casas Antigas com 24,77%, as Casas no Campo com 21.8% e a Quinta e Herdades com 15,8% (gráfico N.º6).

A taxa de ocupação das Casas Rústicas está intimamente ligada, regra geral, a preços e a um grupo mais reduzido de unidades. O grupo das Casas no Campo teve um aumento significativo das taxas de ocupação a que acresceu ainda um reforço muito significativo da oferta. Estes dados revelam já uma consolidação e afirmação do produto Casas no Campo.

5.2.3. Taxa de Ocupação anual por Localização Geográfica

Gráfico N.º 7 - Taxa de Ocupação por Localização Geográfica - 2014



Analisando o gráfico N.º 7, relativo à taxa de ocupação por localização geográfica, verifica-se que as Casas da região de Lisboa e Vale do Tejo são as que obtiveram melhor taxa de ocupação (39,2%). Seguem-se as regiões do Algarve (29,7%), Madeira (28,8%), Açores (26,7%), Norte de Portugal (19,6%), Centro (17,8%) e Alentejo (17,7%).

5.2.4. Taxa de Ocupação Mensal

Gráfico N.º 8 - Ocupação Mensal 2014

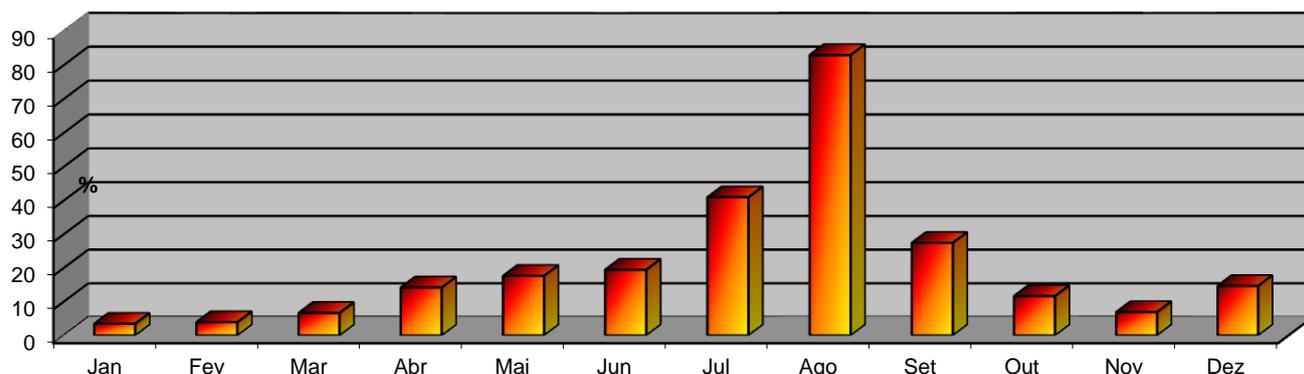
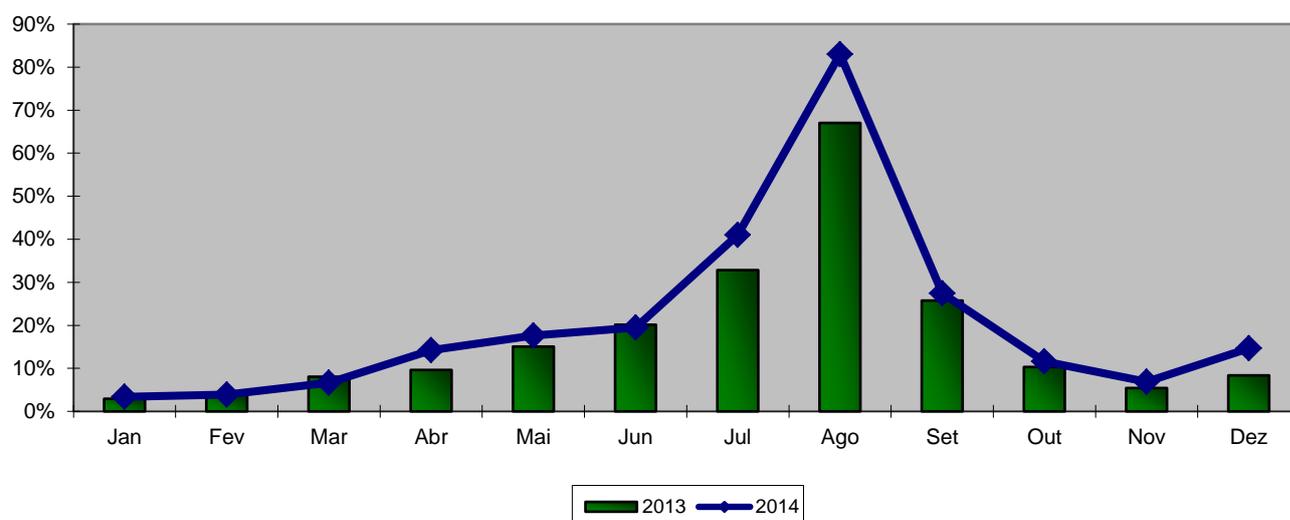


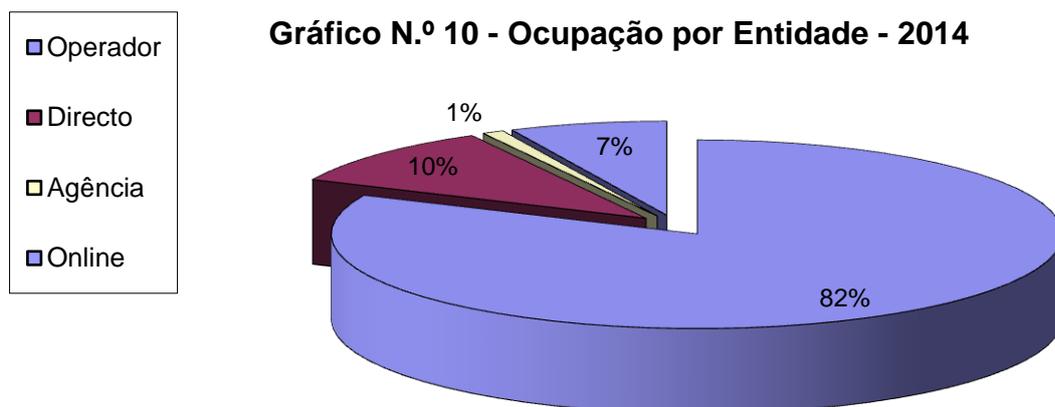
Gráfico N.º 9 - Taxa de Ocupação Mensal dos anos de 2013 e 2014



Mais que um constrangimento, a sazonalidade é cada vez mais uma realidade do sector turístico nacional e o Turismo de Habitação e o Turismo no Espaço Rural não fogem a essa realidade. Num sector tão dependente da procura externa, este fenómeno assume ainda mais destaque.

A ocupação foi muito concentrada no mês de Agosto (taxa de cerca de 83%). Comparando a taxa de ocupação mensal em 2014 com o período homólogo (gráfico N.º 9), verificou-se um aumento da ocupação em quase todos os meses do ano.

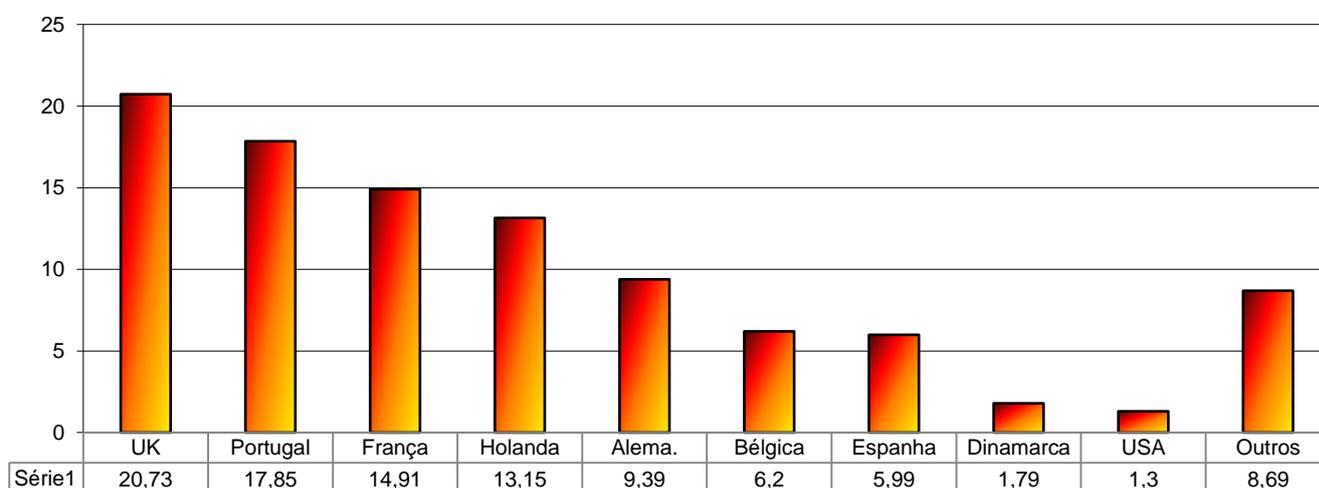
5.3. Ocupação por Entidade



No que respeita à ocupação por entidade, e analisando o gráfico N.º10, verifica-se que em 2014, como á semelhança dos anos anteriores, a maioria da ocupação é resultado de reservas de Operadores Turísticos (82%), cujo peso na ocupação aumentou 5 pontos percentuais face ao ano anterior. Os Clientes directos representaram 7% da ocupação e as Agências de Viagem, representam apenas cerca de 1% da ocupação. As reservas online representaram cerca de 7% da procura em 2014. Estes valores revelam um crescente e cada vez mais acentuado peso dos operadores turísticos na procura do TH e TER. Apesar deste facto se reflectir num aumento da procura, acarreta, também, uma redução do valor médio por reserva, fruto das comissões cobradas. Importa tentar diversificar a procura e fidelizar clientes de modo a não aumentar em demasia a dependência de um restrito numero de operadores.

5.4. Ocupação por mercados

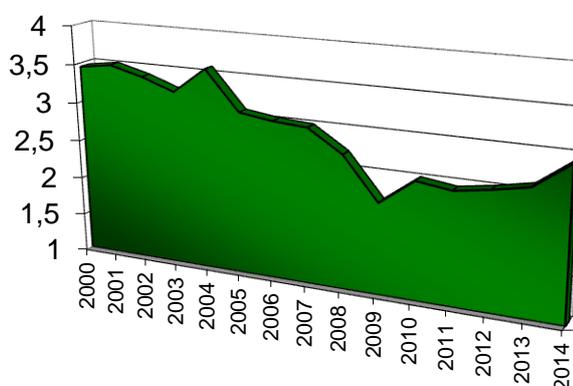
Gráfico N.º 11 - Ocupação por Mercados - 2014



No que diz respeito à procedência dos hóspedes, durante 2014, 82,15% foram de origem estrangeira (Gráfico N.º 11). O principal mercado foi o Inglês com 20,73%, seguindo-se o Português (17,85%), o Francês (14,91%), o Holandês (13,15%), o Alemão (9,39%). Estes 5 mercados são indiscutivelmente os mais importantes para a CENTER, seguindo-se a grande distancia o mercado Belga (6,2%) e o Espanhol (5,99%). Todos os outros mercados apresentam valores inferiores a 2%. De sublinhar em 2014 um forte crescimento do mercado Espanhol e uma quebra no mercado alemão e holandês.

5.5. Média de Noites por Reserva

Gráfico N.º 12 - Média de Noites por Reserva



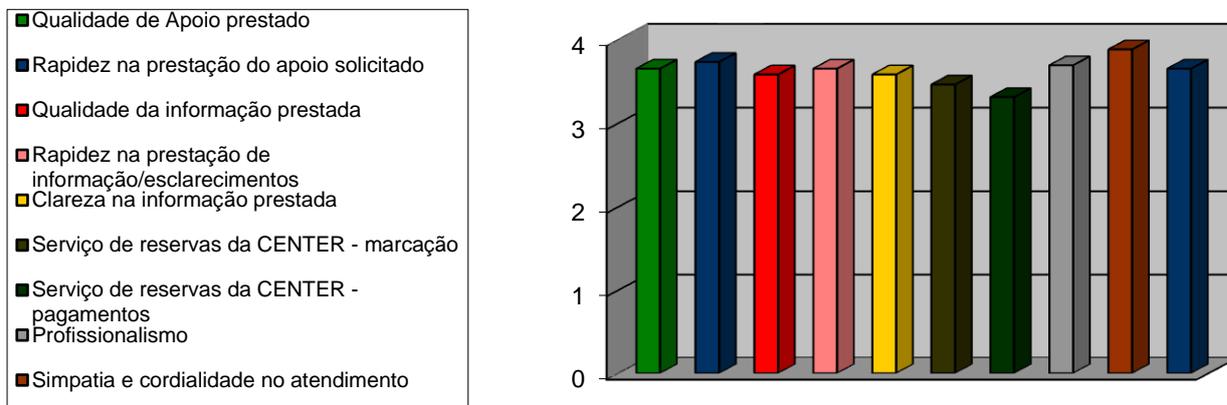
A média de noites por reserva registada em 2014 foi de 2,93 noites/reserva. Este valor representa um aumento face ao ano anterior, fruto de estadas mais longas, principalmente no grupo das Casas Rusticas e nas Casas no Campo.

5.6. Avaliação do Grau de satisfação Associados, Clientes e Hospedes dos Solares de Portugal e Casas no Campo

No âmbito da monitorização dos serviços prestados pela TURIHAB e pela CENTER, realizaram-se os questionários de satisfação a clientes.

Estes questionários tiveram como destinatários, as casas associadas e os clientes finais, mantendo-se os mesmos modelos IQ 41 e IQ 45, para uma eficaz analise, avaliação e comparação de resultados, dos anos anteriores, assim como uma adequada monitorização do grau de satisfação dos clientes e Associados.

Gráfico n.º 13 - Grau de Satisfação das Casas Associadas - 2014

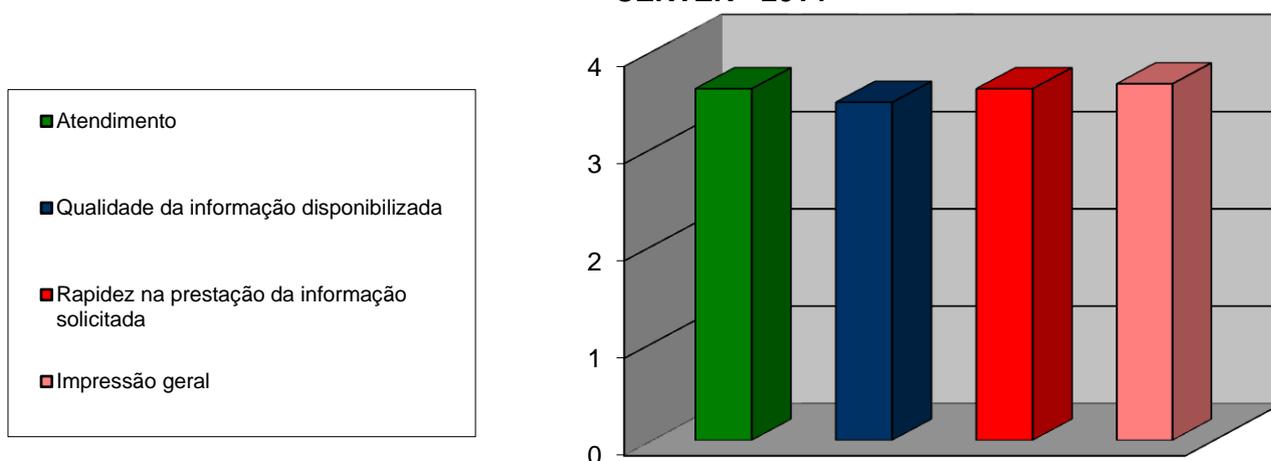


Analisando o gráfico n.º 13, onde se apresentam os resultados dos questionários efectuados aos Associados da TURIHAB (IQ41), verifica-se que, nas respostas obtidas, a média a cada questão apresenta valores elevados, sendo a média geral de 3,62 (escala de 1 a 4).

Os itens que melhor classificação obtém junto dos associados são a “Simpatia e cordialidade no atendimento” (3,88) e “Rapidez na prestação do apoio solicitado” com 3,73 (escala de 1 a 4). Os itens que obtêm classificação menos elevada são: pagamentos e marcação de reservas (3,31 e 3,46 respectivamente). Estes resultados mostram que deverá ser feito um maior esforço da TURIHAB e da CENTER para aumentar o grau de satisfação nestas áreas de actuação.

No que respeita aos questionários realizados aos clientes IQ 45, que em 2014 realizaram reservas para os Solares de Portugal e para as Casas no Campo, através da CENTER.

Gráfico N.º 14 - Grau de Satisfação dos Clientes em relação à TURIHAB e à CENTER - 2014



Os valores observados não são elevados, com uma média geral de 3,51 (de 1 a 4). Na análise dos resultados verifica-se uma redução do numero de respostas face ao ano anterior (38 em 2014 e 57 em

2013). Todos os itens analisados tiveram um resultado igual ou superior a 3,47 (escala de 1 a 4). O item com melhor média é “Impressão geral” (3,66).

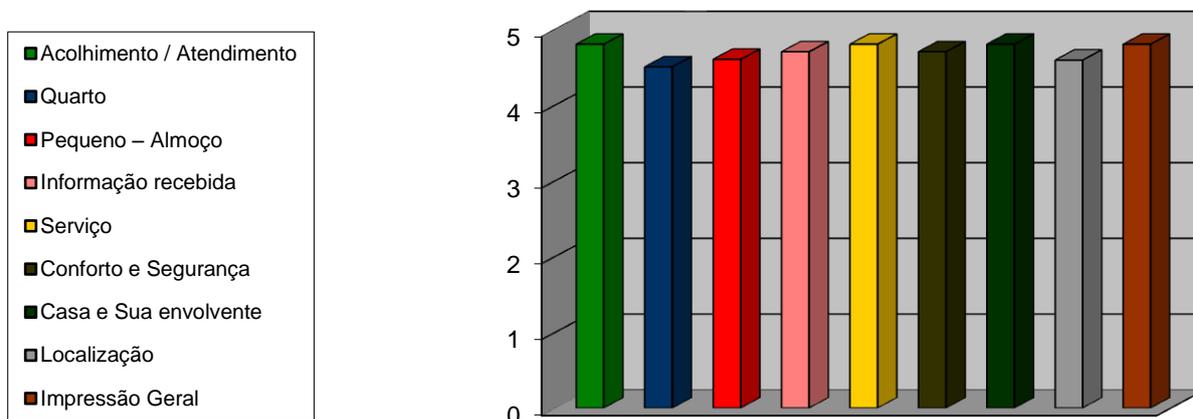
O número de respostas com classificação negativa é muito baixo, no entanto devem ser devidamente analisados de forma a melhorar os serviços prestados e a corresponder sempre às expectativas dos clientes, principalmente o item “Qualidade da informação disponibilizada” que obteve o resultado de 3,47.

A realização destes questionários revela-se de extrema importância para a consciencialização dos aspectos a melhorar no serviço prestado pela TURIHAB e pela CENTER. São uma enorme mais valia para a gestão, a organização e a monitorização do Sistema de Gestão de Qualidade dos serviços da TURIHAB e da CENTER.

Para monitorização de Qualidade dos serviços prestados e a avaliação do grau de satisfação dos Hospedes das casas pertencentes às redes dos Solares de Portugal e das Casas no Campo, a TURIHAB e a CENTER, em 2013 deram continuidade à distribuição e avaliação de questionários de satisfação de hóspedes (IQ39) cujos resultados se apresentam.

Desde Janeiro a Dezembro de 2014 foram recebidos para análise, na TURIHAB/CENTER, 256 questionários provenientes das casas Associadas.

Gráfico N.º 15 - Grau de Satisfação dos Hóspedes em relação às Casas - 2014



Os resultados registados mostram que numa escala de 1 a 5, o valor médio atingido é 4,7, verificando-se que o grau de satisfação dos hóspedes em relação às casas associadas da TURIHAB é muito elevado, e registando-se um aumento face aos valores registados em 2013. O resultado mais baixo é, à semelhança de anos anteriores, o item “Quarto” com 4,5, e o mais alto com 4,8 são os itens “Acolhimento/Atendimento”, “serviço”, “Casa” e “impressão Geral”. Médias muito próximas do valor

máximo da escala (1 a 5). Face aos valores registados no ano anterior verificou-se uma variação positiva em todos os itens.

Comparando com o ano anterior, 2014 registou uma menor adesão no preenchimento dos questionários (IQ 39) tendo sido recepcionadas, na TURIHAB/CENTER, 256 respostas provenientes de 17 casas Associadas.

Deve-se reforçar junto de todos os Associados, a importância do preenchimento destes questionários por parte dos hóspedes e seu posterior envio para a TURIHAB/CENTER, de forma a ser tratado estatisticamente e se implementar a monitorização mais adequada nos Solares de Portugal e das Casas no Campo.

Só conhecendo a opinião de quem nos visita podemos aferir do grau de satisfação dos clientes e Hospedes e promover políticas de qualidade conducentes à melhoria contínua do serviço prestado pelas casas, fazendo jus ao trabalho desenvolvido por todos os Associado na implementação da Certificação e do Sistema de Gestão de Qualidade dos Solares de Portugal e das Casas no Campo.

Este questionário revela-se de extrema importância para a consciencialização dos aspectos a melhorar no serviço prestado pelas casas associadas, a implementação das acções correcção e preventivas e a monitorização das redes Solares de Portugal e Casas no Campo.

6. CONCLUSÃO

A TURIHAB executou o Plano de Actividades na sua globalidade, tendo atingido os objectivos e as metas delineadas para 2014.

O ano ficou assinalado pela forte presença na imprensa internacional; fomentou o associativismo e dinamizou o apoio aos Associados e potenciais clientes; instituiu um prémio para as Casas com melhor classificação; foram lançadas as bases para o levantamento das receitas ancestrais e produtos das Casas Associadas; desenvolveu o marketing e o trabalho em rede; adequou o posicionamento das marcas à segmentação dos clientes, fomentando a fidelização dos clientes; reforçou os serviços de excelência da imagem da rede **Solares de Portugal** e dinamizou a marca **Casas no Campo**, para incrementar a ocupação e satisfação do cliente; ofereceu pacotes diferenciados que potenciem a oferta das regiões, em que estão localizados os **Solares de Portugal** e as **Casas no Campo** e desenvolveu um turismo alternativo sustentável; dinamizou as comunicações com os Associados e clientes através do Centernet e por meios electrónicos; fez o levantamento de novos conteúdos dos sítios TURIHAB e CENTER; alcançou novos mercados fomentando a internacionalização e a promoção em mercados estratégicos e emergentes.

Promoveu as marcas **Solares de Portugal** e **Casas no Campo** associadas ao destino Portugal e a oferta diferenciadora de cada região.

7.AGRADECIMENTOS

A Direcção da TURIHAB agradece a todas as Instituições públicas e privadas que contribuíram, durante 2014, para o engrandecimento da Associação, a dinamização do Turismo de Habitação e do Turismo no Campo e a internacionalização das marcas Solares de Portugal e Casas no Campo, designadamente: Ministério da Economia; Secretaria de Estado do Turismo; Secretaria de Estado do Desenvolvimento Rural, TP – Turismo de Portugal; CT144 - Comissão Técnica para o Turismo; TAP e delegações no estrangeiro; AICEP; ERT – Entidades Regionais do Turismo do Porto e Norte, Centro de Portugal, Lisboa, Alentejo, Algarve, Secretaria Regional de Turismo da Madeira e Turismo dos Açores; ANT – Associação nacional do Turismo; APCER; todas as delegações do TP no estrangeiro; CCDR-N; CCDR-C; CIM do Alto Minho; Município de Ponte de Lima; Câmaras Municipais; Crédito Agrícola – Alto-Minho, ADRIL; ADRIMINHO; ATA; CENTER, Instituto Politécnico de Viana do Castelo; ESA – Escola Superior Agrária de Ponte de Lima, EHTVC – Escola de Hotelaria e Turismo de Viana do Castelo; Universidade Fernando Pessoa, UTAD; Universidade do Minho; Universidade de Aveiro; Universidade de Bournemouth; IPCA - Instituto Politécnico do Cavado e Ave; IPDT - Instituto do Turismo; Associação Industrial do Minho; DECO; APAVT; Confederação do Turismo Português; INATEL; Federação Portuguesa de Golfe, APTECE; Clube Náutico de Ponte de Lima, Casa do Concelho de Ponte de Lima em Lisboa, os parceiros internacionais da Europa das Tradições e das Fazendas do Brasil; a comunicação social e todos os parceiros comerciais. A Direcção da TURIHAB agradece especialmente a todos os Associados e a todos os colaboradores pelo contributo, resiliência, empenho e capacidade em consolidar o associativismo e enaltecer a oferta de qualidade, reforçando a autenticidade e a identidade do Turismo de Habitação e o TER em Portugal.

Ponte de Lima, 28 de Março de 2015

O Presidente da Direcção – Francisco Silva de Calheiros e Menezes

O Vice-Presidente da Direcção – José Martins Pires da Silva

A Tesoureira da Direcção – Georgina Filomena Morais Fidalgo Borges de Macedo

O Secretário da Direcção – Manuel José Costa de Carvalho e Sousa

O Vogal da Direcção – Francisco Xavier Matos Meireles

A Directora de Marketing – Maria do Céu Gonçalves da Rocha Sá Lima