

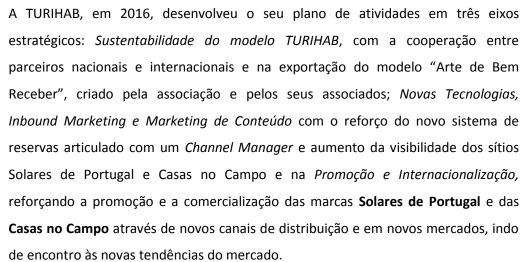
RELATÓRIO DE ATIVIDADES 2016

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.pt

INTRODUÇÃO

A TURIHAB – Associação do Turismo de Habitação, institui o ano de 2016 como o Ano da Sustentabilidade do Turismo de Habitação e do Turismo no Espaço Rural em Portugal e do Entendimento com a criação de pontes e o desenvolvimento de parcerias quer a nível nacional como a nível internacional. Ancorou a sua estratégia na experiencia da TURIHAB na partilha de conhecimentos; na excelência e qualidade da sua oferta e na exclusividade e diferenciação das marcas *Solares de Portugal* e *Casas no Campo*.



A TURIHAB, em 2016, organizou um fórum sobre a evolução e o posicionamento do Turismo de Habitação e Turismo no Espaço Rural em Portugal.

Reforçou também a cooperação e as parcerias com organizações internacionais congéneres, a Europa das Tradições e as Fazendas do Brasil.

A TURIHAB candidatou-se a um projeto SIAAC com um programa abrangente de promoção internacional do Turismo de Habitação e TER, ancorado na marca Solares de Portugal.

A TURIHAB reforçou as parcerias para promover a divulgação dos **Solares de Portugal** e **Casas no Campo** com os bancos Caixa de Crédito Agrícola Mútuo e com o Millennium BCP, com a *American Express*, com a DECO — Associação de Defesa do Consumidor, com a Atlas Seguros e com o ACP — Automóvel Clube de Portugal.

Em cooperação com a Camara Municipal de Ponte de Lima, a TURIHAB organizou a visita de uma *Megafam Trip* com o operador Brasileiro SCHULTZ para 70 agentes de viagens e 3 jornalistas oriundos do Brasil.













1. SUSTENTABILIDADE DO MODELO TURIHAB

A TURIHAB elegeu 2016, o Ano da Sustentabilidade e do Entendimento com a criação de pontes e o desenvolvimento de parcerias quer a nível nacional como a nível internacional, na partilha de conhecimentos; na excelência e qualidade da sua oferta e na exclusividade e diferenciação das marcas Solares de Portugal e Casas no Campo. A TURIHAB, em 2016, deu especial prioridade à cooperação entre parceiros nacionais e internacionais e na exportação do modelo "arte de bem receber", criado pela associação e os seus associados.

A TURIHAB, atenta às novas tendências desenvolveu um conjunto de rotas assentes em três princípios de turismo sustentável "da natureza nada se tira a não ser fotos"; "nada se leva a não ser pegadas e apego" e "recordações e motivações para regressar", e nas vertentes emergentes do turismo equestre, do enoturismo e da gastronomia para complementar a oferta do TH e do TER.

Em 2016 criamos circuitos e rotas temáticas que ligam a identidade e especificidade de cada casa e da região onde a casa se insere, como âncoras diferenciadoras das marcas e fomentamos novas atividades criativas e ligadas à "terra e ao campo", turismo de natureza, enoturismo, turismo equestre, entre outras que tinham como mote: "Solares de Portugal – Tanto ao Mar, Tanto à Terra"; "Solares de Portugal – Viajar pela Gastronomia e Vinhos"; "Portugal dos Descobrimentos" e "Portugal D'ouro". São rotas ligadas à história, a casas com capelas, adegas e museus, entre outros elementos patrimoniais.

1.1. Fórum de Turismo de Habitação e Turismo no Espaço Rural

A TURIHAB organizou a Conferência "Agir ou Reagir? O Turismo de Habitação face aos Desafios do Futuro", proferida pelo Doutor José Luís Braga, realizou-se no dia 7 de abril, em Ponte de Lima. Este fórum contou com a presença de 200 convidados, proprietários de casas associadas da TURIHAB e empresários TH e TER.

Este fórum constituiu uma reflexão sobre o contributo dos Solares de Portugal e das Casas no Campo para a diferenciação e imagem de excelência da oferta de alojamento em Portugal; a sustentabilidade e preservação das casas de TH e TER; a viabilização e continuidade do património familiar, a transmissão e "refuncionalização" de cada casa; o papel do anfitrião *versus* novos desafios/novas oportunidades; os meios de financiamento, redução de custos de contexto do TH e











TER e o enquadramento legislativo adequado à nova procura e a mercados de "nicho". Neste fórum foi dado a conhecer os resultados de uma investigação duma Tese de Doutoramento na Universidade de Santiago de Compostela sobre Turismo de Habitação. Tratou-se de um estudo conceptual que se centrou na principal preocupação dos proprietários: a conservação deste património em posse da família. Explicou-se as estratégias de refuncionalização que os donos levam a efeito e que se concretizam numa reconversão total - ou parcial - de casas que outrora tiveram uma função social relacionada com a agricultura e que, com a crescente terciarização da economia, têm vindo a converter-se em unidades de alojamento de Turismo de Habitação e TER. Este processo divide-se em duas etapas: a primeira marcada pela "improvisação" e a segunda pela "profissionalização" da atividade turística. Desenvolveu, de igual modo, uma tipologia de anfitriões com oito diferenciações básicas que representam variações no respetivo comportamento. Contou, igualmente. Com a participação do Professor Doutor António Barros Cardoso, da Universidade do Porto e APHVIN - Associação Portuguesa de História da Vinha e do Vinho. No final da Conferência, realizou-se uma visita guiada ao Centro Interpretativo dos Vinhos Verdes onde foi servida uma prova de vinho verde oferecidos pelos Associados Quinta do Ameal – Enoturismo, Casa de Sezim e Casa da Tojeira.



A TURIHAB vem, ao longo dos anos, granjeando notoriedade internacional pela capacidade de organização, pela implementação e qualificação do Turismo de Habitação e Turismo no Espaço Rural.

1.2. 1 Gabinete de Apoio ao Investidor e Help Desk

O *Help Desk* foi fundamental para apoiar os associados a implementar a NP 4494:2010 e o Manual Interpretativo de Boas Práticas do Turismo de Habitação e Turismo em Espaço Rural.

Este serviço de apoio foi responsável pela divulgação da legislação vigente, candidaturas, investimentos, informações gerais da NP e do Manual de Boas Práticas e dos Manuais de Serviços; fornecimento de um serviço de informação destinado a prestar esclarecimentos sobre a "Qualificação dos Solares de Portugal e das Casas no Campo" e sobre a qualidade, em geral.

A TURIHAB proporcionou informação a 110 pedidos sobre candidaturas ao Turismo de Habitação (TH) e Turismo no Espaço Rural (TER), financiamentos para o TH e TER e como se tornar membro da TURIHAB.















1.2.2. Novos Associados

Das candidaturas apresentadas associaram-se três casas à TURIHAB:

Na rede Solares de Portugal, foi admitida 1 nova Associada, no grupo Casas Antigas.

• Solar Sampaio e Melo – Trancoso, Região Centro de Portugal;

Na rede Casas no Campo, foram admitidas 2 Associadas:

- Casas de Porto Bom Ponte da Barca, Região Norte de Portugal;
- Moinho Mó da Praia Ilha da Graciosa, Açores.

O **Solar Sampaio e Melo** é um edifício de meados do século XVII, situado no Centro Histórico da cidade de Trancoso. O interior é uma simbiose perfeita entre os mobiliários antigos da família, com uma decoração que reflete luxo e a atualidade. O bom gosto impera e está dignamente apto a criar um ambiente tranquilo, que aposta no bem-estar e privacidade dos hóspedes.

As **Casas de Porto Bom** são o resultado do cuidado restauro de duas casas rústicas, no coração do aglomerado rural de Porto Bom, no concelho de Ponte da Barca, no topo da serra da Boalhosa. As duas casas (Casa do Lagar e Casa do Padre) são totalmente independentes e foram recuperadas mantendo a traça típica da região mas dotando-as com as modernas condições de conforto.

Moinho Mó da Praia, é um cartão-de-visita da ilha da Graciosa nos Açores, resultantes de tempos idos em que a Ilha foi considerada o "Celeiro dos Açores", pela sua vasta produção de cereais. O corpo do moinho foi adaptado para instalar o alojamento composto por 2 quartos. O Moinho Mó da Praia propõe uma estadia inesquecível, com diversas atividades que ajudarão a conhecer a ilha e os seus simpáticos e comunicativos habitantes.

1.2.3 Reuniões dos Corpos Sociais da TURIHAB

A Direção 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 abril para análise das contas do exercício da atividade da TURIHAB.

A Assembleia-Geral da TURIHAB reuniu a 7 de abril para apreciação, discussão e aprovação do Relatório, Balanço e Contas referente ao ano 2015 e a 15 de dezembro, para apresentação, apreciação e discussão do Plano de Atividades e Orçamento para o ano de 2017.











1.3. MONITORIZAÇÃO DA QUALIDADE

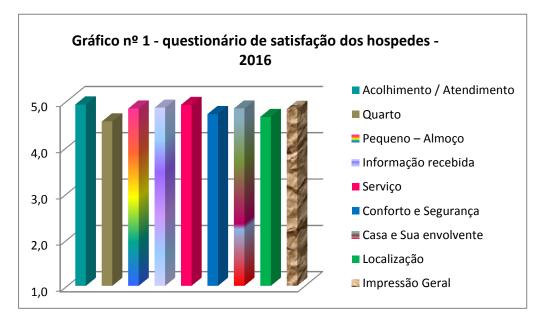
1.3.1 Questionários de Avaliação do Grau de Satisfação

Durante o ano foram implementados questionários aos hóspedes, de avaliação e monitorização do sistema de Qualidade de Serviço das Casas associadas tendo em consideração os requisitos da Norma Portuguesa NP4494:2010 para o Turismo de Habitação e Turismo em Espaço Rural.

Até final do ano foram recebidos, na TURIHAB, 390 questionários. Os resultados foram muito encorajadores, numa escala de 1 a 5, a média verificada foi de 4,79, conforme se pode analisar no gráfico nº 1.

No relatório de avaliação, dos nove parâmetros, todos obtiveram, em média, um grau de satisfação superior a 4,55 (Gráfico nº 1):

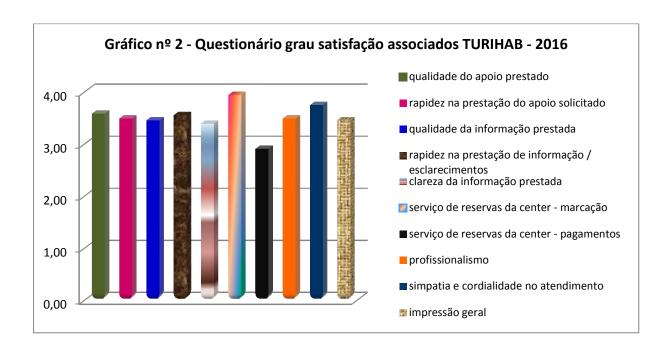




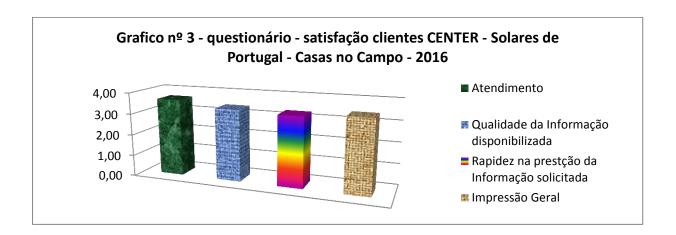
No âmbito da qualificação dos serviços prestados pela TURIHAB e pela CENTER, de acordo com a Norma Portuguesa NP4494:2010 para o Turismo de Habitação e Turismo em Espaço Rural, foram realizados questionários de avaliação, para aferir o grau de satisfação das casas associadas e dos clientes finais.

Os questionários realizados às casas associadas abrangem, de uma forma geral, todos os serviços prestados pela TURIHAB e pela CENTER: o apoio ao associativismo, o serviço de reservas e pagamentos, as questões genéricas de atendimento e a qualidade de informação. Analisadas as respostas verifica-se que o grau de satisfação dos Associados foi elevado. Numa escala de 1 a 4, o valor médio foi de 3,50 (Ver gráfico nº 2).





No que respeita, aos resultados obtidos, dos questionários realizados aos clientes finais, que em 2016 contactaram a TURIHAB e a CENTER, o grau de satisfação também é muito elevado. Numa escala de 1 a 4 verificou-se uma média de 3.44 (Ver gráfico nº 3).



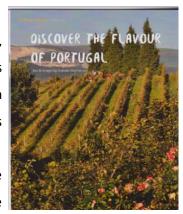
A realização destes três questionários, de avaliação dos serviços prestados pelas casas aos hóspedes e pela TURIHAB e CENTER, aos associados e clientes finais, revelaram-se de extrema importância para a consciencialização dos aspetos da melhoria continua dos serviços e capacitaram a TURIHAB de um instrumento fundamental para a gestão e monitorização do sistema de qualidade.

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 Associados na implementação do Sistema de Gestão de Qualidade dos Solares de Portugal e das Casas no Campo.

1.3.2. RECLAMAÇÕES E SUGESTÕES

No conjunto de 126 Casas Associadas, da TURIHAB, registaram-se 17 reclamações, que incidiram essencialmente na falta de sinalização das casas, com problemas relacionados com o aquecimento, com desencontro de horários na chegada, com ruídos externos não mitigados (som de relógios electrónicos de igrejas, festividades locais entre outros).

Foram registados no Quadro de Honra, 23 louvores às casas associadas, que enfatizam e enobrecem o acolhimento familiar, a simpatia dos anfitriões, a qualidade do pequeno-almoço, a excelência do serviço, a autenticidade do património, as vivências únicas e a beleza ímpar da envolvente.



1.3.3. AUDITORIAS E AUTO-AVALIAÇÃO

Durante o ano de 2016 a TURIHAB implementou o sistema de monitorização da qualidade do serviço das casas através de 3 tipos de auditorias: Auditorias Internas (TURIHAB), Auditorias Mistério (Cliente) e Auto-avaliação (Casas). O modelo de monitorização baseia-se na responsabilidade individual de cada casa, sendo esta responsável pela introdução das melhorias próprias identificadas como necessárias ou desejáveis, na respetiva autoavaliação, auditoria interna, auditoria mistério, inquéritos e reclamações, quando aplicável. A TURIHAB é responsável pela sensibilização e dinamização das melhorias globalmente identificadas como necessárias ou desejáveis no conjunto das redes *Solares de Portugal e Casas no Campo*.

Os resultados da avaliação final, para a monitorização da qualidade dos serviços, foram obtidos pelo cruzamento de dados: das avaliações dos questionários, das reclamações e das auditorias, fiabilizando o sistema de qualidade dos *Solares de Portugal e das Casas no Campo*.



2. PROMOÇÃO E INTERNACIONAL DAS MARCAS SOLARES DE PORTUGAL E CASAS NO CAMPO

Promover a Arte de Bem Receber em Portugal

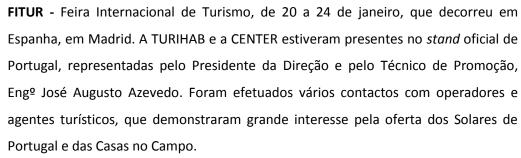
Em 2016, a TURIHAB reforçou a promoção e a comercialização das marcas *Solares de Portugal* e das *Casas no Campo* através de novos canais de distribuição e em novos mercados.



A TURIHAB esteve presente nas feiras nacionais e internacionais, workshops que valorizam e promovam a oferta integrada dos **Solares de Portugal** e das **Casas no Campo**.

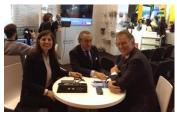
2.1. FEIRAS DE TURISMO

BTL 2016 – de 2 a 6 de março, a TURIHAB e a CENTER estiveram presentes na BTL. Estiveram presentes o Presidente da Direção, Engº Francisco de Calheiros, a Diretora de Marketing, Drª Maria do Céu Sá Lima e o Técnico de Promoção Engº José Augusto Azevedo. Foram realizadas reuniões com operadores e agentes turísticos, com detaque para o Otto-Mark Schaap da Style in Travel (Holanda). Foram recebidas inúmeras individualidades realçando a presença da Excelentíssima Senhora Secretára de Estado do Turismo Dra Ana Mendes Godinho, o Secretário de Estado das Comunidades Portuguesas, Dr. José Luís Carneiro e o Presidente do Turismo do Açores Dr. Francisco Coelho. Estiveram presente os Associados Quinta da Calçada, Casa de Canedo, Casa da Eira, Quinta de São bento, casa do Terreiro do Poço, Quinta da Ponte do Louro, Solar Sampaio e Melo, Casa do Redondo, Casa dos Matos e Herdade dos Castelejos.



WTM – Decorreu de 7 a 9 de novembro, no Reino Unido em Londres. A TURIHAB e a CENTER estiveram representadas pela Presidente da Direção e a Diretora de Marketing, Drª Maria do Céu Sá Lima. Neste mercado, o alojamento de Turismo de Habitação e TER e a qualidade da oferta são fatores de valorização do destino e determinantes para captação de novos segmentos de mercado. Foram promovidas reuniões com operadores turísticos oriundos de vários mercados internacionais e com jornalistas para apresentação da rede dos *Solares de Portugal* e das *Casas no Campo*.













2.2. EDUCACIONAIS

No mercado nacional foram realizadas visitas educacionais com o jornalista Augusto Freitas de Sousa da Revista UP – TAP, o jornalista Martin Cabral da SIC; o jornalista Sérgio Dinis da Revista Portugal Sabores e Tradições; o jornalista Vasco Gonçalves, Diretor da Revista "Passear" e a jornalista Maria Luisa Gonçalves Diretora da Revista "Tudo Sobre Jardins" para a elaboração de artigos sobre as casas da rede Solares de Portugal e Casas no Campo. A nível internacional, recebemos o paceiro holandês Dick Postma e o Prof Jonathan Edwards da Universidade de Bournemouth, UK.

Foram realizadas várias visitas educacionais para operadores turísticos, visitas e programação nos mercados: Brasil (Schultz + 73 agentes de viagens); Alemanha (Portugal Reise-profi), Bélgica (Transeurope), UK (Vintage Travel), Espanha e França (Brittany Ferries), Holanda (Flex Travel), França (Voyageurs du Monde e COMPTOIR), Austrália (Ibertours e Discover Portugal). Do mercado nacional, recebemos os operadores Portimar/Olimar, a CITUR e a actriz Cecília Guimarães.

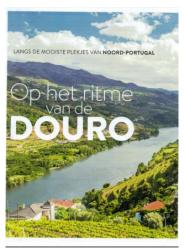


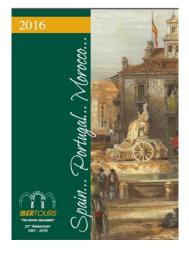
Durante 2016, a TURIHAB foi contactada por mais de 20 jornalistas e órgãos de comunicação nacionais e internacionais para fornecer informações sobre o Turismo de Habitação, o TER, sobre os **Solares de Portugal** e **Casas no Campo**, sendo publicados artigos e reportagens em vários órgãos de comunicação social, dos quais destacamos:

- Imprensa nacional a reportagem *"Turismo de Habitação Atrai Políticos Europeus, Príncipes e Atores"* na Jornal Eixo Atlântico"; as reportagens na Revista Portugal Sabores e Tradições; Tudo Sobre Jardins, na Revista Passear; Presstur.
- Imprensa internacional destacamos o artigo publicado na revista Dreamcatcher/ na Malásia, com o título "Discover the Flavour of Portugal within Solares de Portugal" do jornalista australiano Graham Stephenson; a reportagem que posiciona os Solares de Portugal no mercado belga "Langs de Mooiste Plekjes van Noord-Portugal" publicado na Revista LIBELLE; o artigo "Solares im Norden: Das wahre Portugal-Erlebnis" publicado na revista da Olimar; "Hospedagem em Portugal" na revista Panorama Brasil, "50 Best Villa Holidays in 2016' no Sunday Times e "The top 5 villa holidays in Portugal" no The Telegraph Reino Unido.









Relatório de Atividades 2016 www.turihab.pt

2.4. BROCHURAS, PUBLICAÇÕES E CAMPANHAS

Os *Solares de Portugal* e as *Casas no Campo* foram publicados em cerca de 80 brochuras e *sites* de operadores turísticos nacionais e internacionais. Destacam-se as inclusões nas brochuras de operadores turísticos do mercado português, holandês, alemão, francês, belga, dinamarquês, inglês, espanhol, italiano, americano, A TURIHAB criou um conjunto de novos itinerários culturais, equestres, jardins e enogastronomicos, para 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 novos circuitos abrangem todas as casas associadas da TURIHAB tendo em conta a especificidade de cada uma delas e da região do País, fomentando o novo conceito de Turismo no Campo.

Organizou pacotes de fim-de-semana e itinerários temáticos para dinamizar atividades, 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 reforçou a promoção e a comercialização dos itinerários temáticos de 7 e 14 noites, que percorrem as diferentes regiões do País (Porto e Norte, Centro, Lisboa, Alentejo, Algarve, Madeira e Açores). Estes circuitos promovem o contacto com a natureza, os sabores, os cheiros, as emoções e a tradição, e as temáticas: " Descubra o Portugal Real", " Descubra a Gastronomia e os Vinhos Através dos Solares de Portugal", "Os Sabores e Aromas dos Solares", "Jardins Históricos nos Solares", "Casas com História e "Estórias"", "Quintas e Herdades de Portugal" e "Descubra a Autenticidade dos Solares".

A TURIHAB realizou campanhas de divulgação o guia "Boa Cama, Boa Mesa", da Impressa, na ATLAS "Dormidas com História" e DECO. Foi realizada uma campanha de promoção no 32º Bazar Internacional do Corpo Diplomático.

Destacamos, também, as campanhas com a TAP Portugal dirigidas aos clientes portadores do cartão Tap Vitoria, possibilitando ganhar milhas e estadias únicas nos Solares de Portugal. Os temas destas campanhas foram "Solares de Portugal: Tanto ao Mar, Tanto à Terra", "Solares de Portugal: Viaje pela Gastronomia de Portugal", " Solares de Portugal: Passeios com Muita(s) História(s)" e "Solares de Portugal: Noites com História(s)".









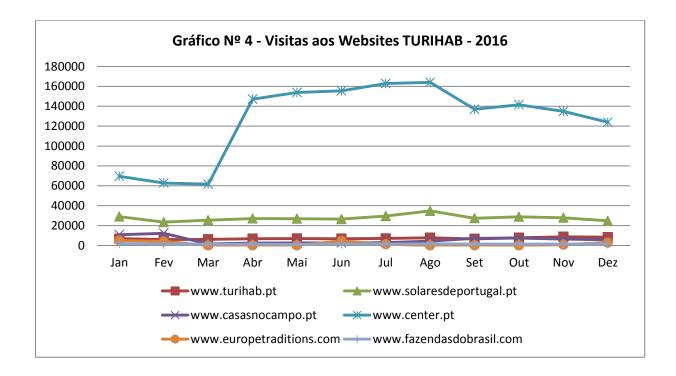
3. Novas Tecnologias, Inbound Marketing e Marketing de Conteúdo

Na área das novas tecnologias a TURIHAB, conjuntamente com a CENTER, têm vindo, ao longo dos anos, a ancorar as casas associadas através da criação de vários canais de comunicação e distribuição, tendo estado sempre na vanguarda da informatização do TH - Turismo de Habitação e TER – Turismo no Espaço Rural.





3.1. Sítios na internet TURIHAB/CENTER



Os *websites* são uma das principais ferramentas de comunicação e promoção das marcas Solares de Portugal e Casas no Campo. Em 2016, a TURIHAB prosseguiu a política de organização de campanhas publicitárias e ações promocionais on-line. Conjuntamente com a CENTER, lançou os novos *sites* www.casasnocampo.pt.

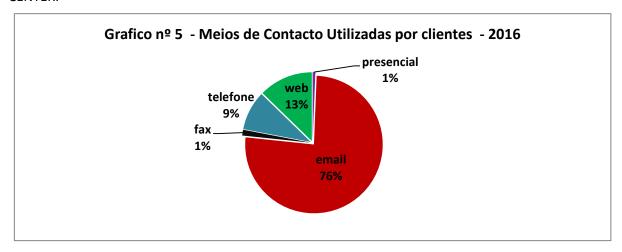
Estes *websites*, juntamente com o site institucional da Associação, o <u>www.turihab.pt</u>, da marca Solares de Portugal <u>www.solaresdeportugal.pt</u>, e os sites de cooperação <u>www.europetraditions.com</u> e <u>www.fazendasdobrasil.com</u> totalizaram, em 2016, **mais de 2 milhões de visitas**, o que representa um significativo aumento de visitas aos *websites* em 26% face ao ano anterior. Este aumento traduziu-se numa maior visibilidade e promoção tendo contribuído para o aumento da ocupação das casas associadas.

Como se pode visualizar no gráfico nº 4, os *websites* com mais visitas, foram: a Central de Reservas, www.center.pt com 1.514.327 visitas e a marca Solares de Portugal www.solaresdeportugal.pt com 331.510 visitas.

O novo *website* da marca Casas no Campo www.casasnocampo.pt, registou **66.244** visitas, requerendo um esforço de posicionamento (SEO – Search Engine Optimization).

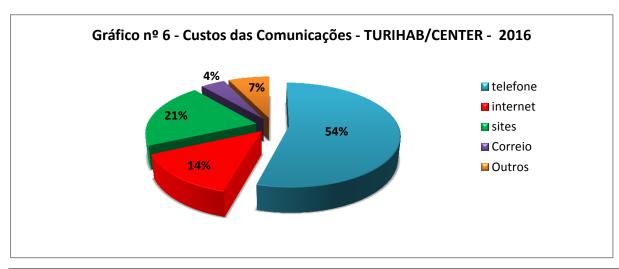
Os *websites* da cooperação Europa das Tradições e Fazendas do Brasil registaram 35.701 visitas, maioritariamente de mercados internacionais.

Os sistemas de comunicação são fundamentais no desenvolvimento das actividades da TURIHAB e CENTER.



Analisando o quadro nº 5 – Meios de Contacto Utilizadas pelos Clientes, verifica-se que as comunicações, para marcação de reservas, são essencialmente por meios electrónicos (*emails* e *websites*) e representaram, em 2016, 89% de todas as comunicações efetuadas, registando-se um aumento de quatro pontos percentuais face ao ano anterior.

Os pedidos de reservas por fax foram praticamente nulos e os pedidos por telefone têm vindo a baixar gradualmente, registando em 2016 somente 9% do total das comunicações.



Analisando o gráfico nº 6 - Custos de Comunicações em 2016, registamos que as comunicações electrónicas aumentaram significativamente em relação ao ano anterior, atingindo 35% dos custos totais. As comunicações telefónicas baixaram 6 % face a 2015, mas ainda representam 54% dos custos totais de comunicações.

Globalmente, os custos de comunicação aumentaram 11% face ao ano anterior.

4. CENTRAL DE RESERVAS

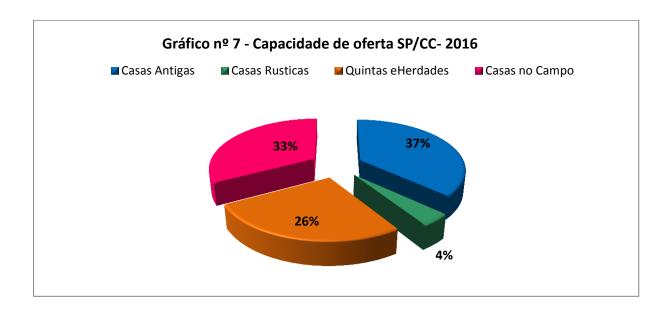
Neste capítulo apresenta-se a distribuição da oferta e as estatísticas de resultados de atividade da Central de Reservas em 2016.

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

A TURIHAB, em 2016, representava 126 empreendimentos de TH - Turismo de Habitação e TER - Turismo no Espaço Rural, totalizando a oferta de 854 unidades de alojamento e 1.706 camas.

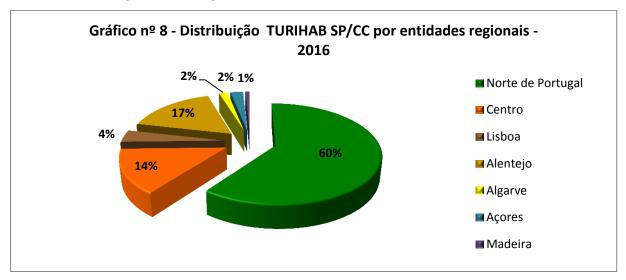
A oferta Solares de Portugal (SP) correspondia a 85 Casas TH, 593 unidades de alojamento e 1.194 camas; a marca Casas no Campo (CC) integra 41 Casas TER, com a oferta de 256 unidades de alojamento e 512 camas.

A média de unidades de alojamento por casa é de 7 quartos/casa nos Solares de Portugal e 6 quartos/casa nas Casas no Campo .



Analisando o gráfico nº 7- verificamos que os *Solares de Portugal*, representam 67% da capacidade total de oferta TURIHAB, sendo o maior grupo as **Casas Antigas** que representam 37%, seguindo-se as **Quintas e Herdades** 26% e as **Casas Rústicas** 4%.

Este grupo, tem vindo a diminuir nos últimos anos em benefício da nova marca TER/*Casas no Campo* que representa já 33% da oferta total da TURIHAB e continua a apresentar um crescimento acentuado nas 7 regiões de Portugal.



Analisando a oferta pela distribuição geográfica, gráfico nº 8, verifica-se que o Norte de Portugal, representa 60% da oferta, seguindo-se a região do Alentejo com 17 %, o Centro com 14%, Lisboa 4%, Algarve e Açores com 2% cada e a Madeira com 1%.

Face ao ano anterior registou-se um aumento ligeiro de camas nas regiões do Centro e do Norte de Portugal e nos Açores.

4.2. Procura/Avaliação das Taxas de Ocupação

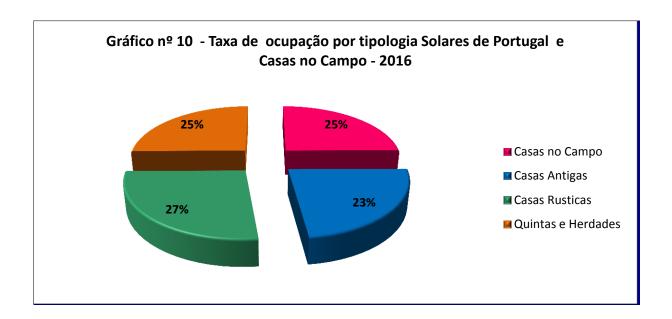
A avaliação da taxa de ocupação será apresentada para a rede Solares de Portugal (SP) (Grupo Casas Antigas, Quintas e Herdades e Casas Rusticas) e para a rede das Casas no Campo (CC).

4.2.1. Evolução da Taxa de Ocupação



Pela análise do gráfico nº 9 verificamos que em 2016 os Solares de Portugal e as Casas no Campo registaram a taxa de ocupação anual de 25%.

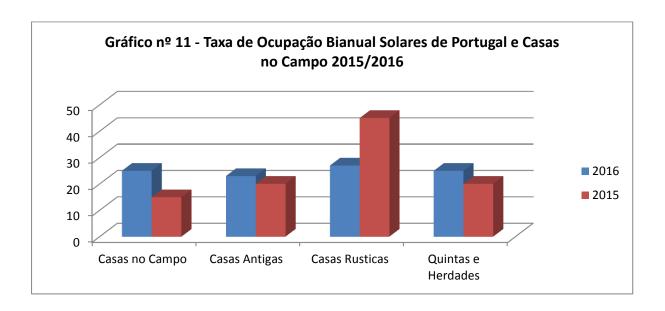
Registou-se um aumento de 22% do número de dormidas, face ao ano anterior, sendo o melhor ano desde 2001. Se tivermos em consideração que a oferta também aumentou, o aumento do número de dormidas é muito significativo, tendo-se registado uma subida de dois pontos percentuais da taxa de ocupação em relação a 2015, atingindo em 2016 os 25%.



Analisando o gráfico nº 10, sobre a taxa média de ocupação por tipologia de casa, verificamos que nos Solares de Portugal a taxa média de ocupação nas Casas Rústicas continua a registar a melhor taxa, 27% em 2016. No entanto deve-se ter em consideração que este grupo detém somente 4 % da capacidade total da oferta.

Seguem-se as Quintas e Herdades com 25% de taxa de ocupação e as Casas Antigas com 23%. De notar que as Casas Antigas, representam o maior grupo da oferta, verificando-se um notável aumento de dormidas, devido ao crescimento da procura de itinerários temáticos e vivências nos Solares de Portugal.

A nova marca Casas no Campo, apresenta uma taxa de ocupação anual de 25%, muito próxima do valor médio anual da taxa de ocupação geral atingida em 2016. (Ver gráfico nº 6)



Analisando o gráfico nº 11 que compara a taxa de ocupação anual por tipologia, em 2016, verificouse um aumento muito significativo nos Solares de Portugal especialmente nas Casas Antigas e Quintas e Herdades, há excepção das Casas Rusticas onde se verificou uma descida, no entanto continuam a ter a melhor taxa de ocupação.

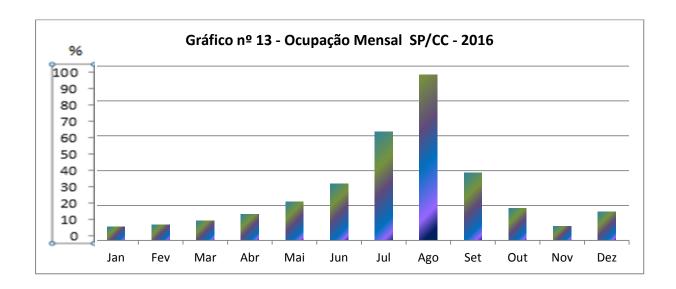
As Casas no Campo registaram o maior aumento tendo duplicado a taxa de ocupação em relação ao ano anterior.

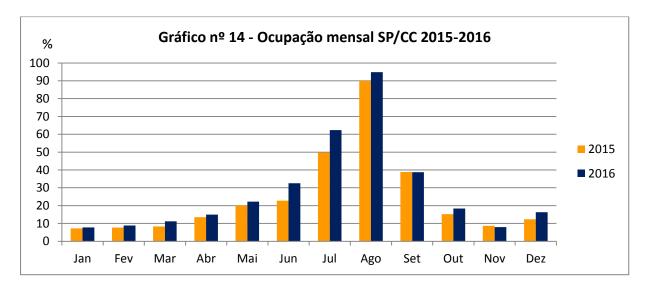


Analisando o gráfico nº 12, relativo à taxa de ocupação por localização geográfica, verifica-se que as casas da Região de Lisboa são as que tiveram melhor taxa de ocupação (40%) seguindo-se as casas do Algarve (33%) e Norte de Portugal (25%).

As casas do Centro, o Alentejo, Açores e Madeira estão abaixo da taxa de ocupação média geral, contudo registaram uma grande subida em 2016.

4.2.2. Taxa de Ocupação Mensal nos Solares de Portugal e Casas no Campo

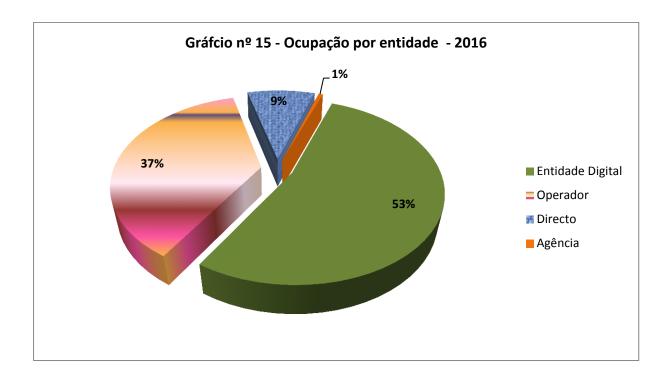




Analisando o gráfico nº 13 e nº 14 relativos à ocupação mensal dos Solares de Portugal e Casas no Campo, verifica-se que a sazonalidade é de facto um enorme problema do Turismo de Habitação e do Turismo no Espaço Rural. Continua a registar-se uma grande concentração na época de verão sendo o seu pico máximo no mês de agosto.

Comparando a taxa de ocupação mensal em 2016 com o ano de 2015, verifica-se um aumento da ocupação em quase todos os meses do ano com exceção de novembro.

4.3. Ocupação por Entidade

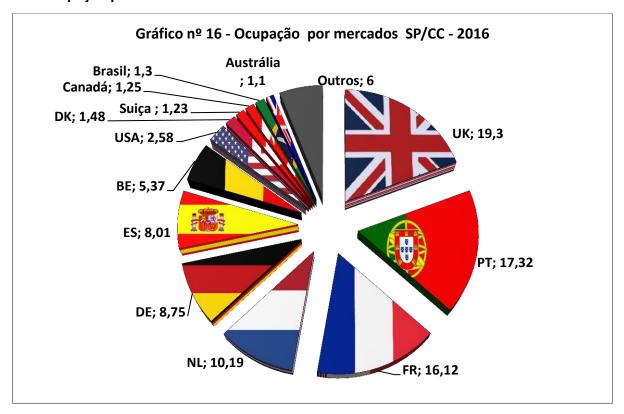


Analisando o gráfico nº 15 do peso relativo de cada entidade na ocupação dos Solares de Portugal e das Casas no Campo, verifica-se que em 2016 a maioria da ocupação é resultado de reservas via operadores digitais (53%) e os operadores tradicionais representam 37%. A soma dos operadores tradicionais e digitais representa 90%, tendo aumentado em relação ao ano anterior 5 pontos percentuais.

Os clientes diretos representaram 9% da ocupação e as agências de viagem, mantêm 1% da ocupação. Estes valores revelam um crescente e cada vez mais acentuado do peso dos operadores digitais na procura do Turismo de Habitação e do TER.

Apesar deste facto se refletir num aumento da procura acarreta também uma redução do valor médio por estadia. Para diminuir as comissões dos intermediários continuaremos a diversificar a procura promovendo os Solares de Portugal e as Casas no Campo, em canais de distribuição direta e nas plataformas CENTER NET e *sites* das respectivas marcas TURIHAB.

4.4. Ocupação por mercados



No que diz respeito à procedência dos hóspedes dos Solares de Portugal e das Casas no Campo, durante 2016, 82,68 % foram de origem estrangeira (Gráfico n.º 16) provenientes de 42 mercados. Sendo liderada pelo mercado do Reino Unido (19,3%), França (16.12%), Holanda (10,19%), Alemanha (8,75%) e Espanha (8.01%). Estes são os 5 mercados Europeus que se distinguiram em 2016, seguindo-se o mercado Belga (5,37%). Todos os outros mercados apresentam valores inferiores a 2%. O mercado Português representou (17,32%) da ocupação total.

4.5. Média de Noites por Reserva

5.0 4,0 3,0 2,0 1,0 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016

Gráfico nº 17 - Média de Noites por reserva 2006-2016

Analisando o gráfico nº 17 sobre a evolução da média de noites por reserva da última década, verifica-se uma tendência de diminuição do número de noites por reserva, fruto de estadas mais curtas em cada casa, principalmente no grupo das Casas Antigas e Quintas e Herdades, motivado pela itinerância dos hóspedes em circuitos e itinerários (2 noites em cada casa).

Em 2016, a permanência dos hóspedes foi de 2.99 noites/reserva. Este valor representa um aumento ligeiro face ao ano anterior, contribuindo para isso as estadias mais longas nas Casas no Campo.

5. CONCLUSÃO

A TURIHAB executou o Plano de Atividades na sua globalidade, tendo atingido os objetivos e as metas delineadas para 2016. O ano ficou assinalado pela candidatura do projeto de internacional do Turismo de Habitação e do TER, pela adesão de novos associados e incrementar o trabalho em rede através dos *sites* e a central de reservas para aumentar a sustentabilidade financeira do Turismo de Habitação e do Turismo no Espaço Rural.

A TURIHAB fomentou o associativismo e a cooperação com as associações congéneres da Europa das Tradições e das Fazendas do Brasil; fomentou mecanismos de avaliação da qualificação para aumentar a capacidade de gestão e a competências de uso de novas tecnologias pelos Associados e a valorização de ícones de diferenciação e distinção da oferta TURIHAB: conceito "familiar", atendimento pelo anfitrião, tradição, preservação do património, arquitetura e o recheio de cada casa. Dinamizou o apoio aos associados e potenciais clientes; desenvolveu o novo portal de reservas *online* da CENTER; desenvolveu o *e-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 eletrónicos; fez o levantamento de novos conteúdos dos *sites* TURIHAB e CENTER; alcançou novos mercados fomentando a internacionalização e a promoção em mercados estratégicos e emergentes.

6. AGRADECIMENTOS

A Direção da TURIHAB agradece a todas as instituições públicas e privadas que contribuíram, durante 2016, para o engrandecimento da Associação, valorização 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; TP - Turismo de Portugal; CT144 -Comissão Técnica para o Turismo; TAP e delegações no estrangeiro; AICEP; APHVIN - Associação Portuguesa de História da Vinha e do Vinho 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; APAVT; Confederação do Turismo Português; CCDR-N; CCDR-C; CIM do Alto Minho; Município de Ponte de Lima; Câmaras Municipais; Crédito Agrícola – Alto-Minho, ADRIL; ADRIMINHO; ATA; Rede Rural; 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; Escola Profissional Agrícola de Ponte de Lima; IPDT - Instituto do Turismo; Associação Industrial do Minho; DECO; INATEL; Federação Portuguesa de Golfe, APTECE; Clube Náutico de Ponte de Lima, Casa da Terra- Minhofumeiro, 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 Direção da TURIHAB agradece, também, 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, 23 de março de 2017

O Presidente da Direção – Francisco Silva de Calheiros e Menezes

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

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

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

O Vogal da Direção – Francisco Xavier Matos Meireles

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