



RELATÓRIO DE ATIVIDADES

EXERCÍCIO 2017

TURIHAB – Associação do Turismo de Habitação

Praça da República
4990-062 Ponte de Lima

N.º de tel. (+351) 258 741 672
Fax (+351) 258 741 444

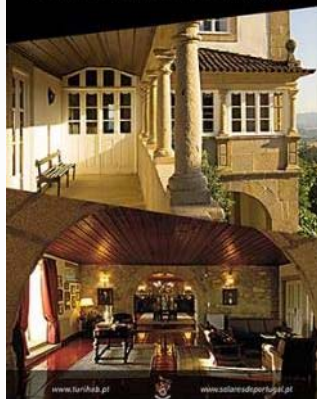
URL: www.turihab.pt
Email: info@turihab.pt

www.solaresdeportugal.pt

www.casasnocampo.pt



Cada casa uma vivência, cada visita uma experiência...
Get in touch with Portugal's soul at historic family homes...



A magia do turismo no campo...
The treasures of the countryside...



A TURIHAB – Associação do Turismo de Habitação, instituiu o ano de 2017 como o ano do *Turismo Inteligente* e autossustentabilidade do Turismo de Habitação e do Turismo no Espaço Rural. Apostou no desenvolvimento de parcerias, no reforço do associativismo e da cooperação com as redes internacionais e na internacionalização das marcas ***Solares de Portugal*** e ***Casas no Campo***.

A TURIHAB, no âmbito do ano internacional do Turismo Sustentável promoveu um projeto de refuncionalização e revitalização do Turismo de Habitação e do TER, com o tema “Portugal de Raiz” tendo como universo de implementação as redes dos Solares de Portugal e das Casas no Campo.

A TURIHAB associou-se à DGPC – Direção-Geral do Património Cultural para comemoração do Dia Internacional dos Monumentos e Sítios de 2017 com o tema “**Solares de Portugal, Símbolos de Cultura e Identidade**”, pretendendo dar a conhecer o valor patrimonial e a envolvente ambiental, bem como a natureza que envolve o Turismo de Habitação em Portugal. A TURIHAB desenvolveu duas iniciativas: nos Solares de Portugal com o lema “Cada estadia uma vivência, cada visita uma experiência”, e nas Casas no Campo, “A casa e a terra, um estilo de vida” para dar a conhecer o património local, as tradições e a envolvente ambiental e natural que também define o Turismo no Espaço Rural.

A TURIHAB viu aprovado o projeto SIAAC – “Solares de Portugal - Internacionalização”, para promoção internacional do Turismo de Habitação e do TER, ancorado na marca **Solares de Portugal**, tendo já publicado o Mapa de Estradas Solares de Portugal e concretizado ações de promoção internacional destacando-se a presença no workshop “Discovery Day” em Inglaterra.

Em cooperação com o Turismo de Portugal, organizou visitas educacionais de jornalistas e operadores provenientes dos mercados do Brasil, EUA e Espanha. A TURIHAB organizou, também, várias visitas de grupos culturais destacando-se a visita “*The University of Hong Kong Museum Society*” aos “*Palaces and manors of Portugal*”.

1. Turismo Inteligente e Autossustentabilidade – Modelo TURIHAB

A Organização das Nações Unidas (ONU) declarou 2017 como o Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento, reconhecendo a importância do Turismo para *“estimular a melhor compreensão entre os povos em todos os lugares, e conduz a uma maior consciência da herança de várias civilizações e a uma melhor apreciação dos valores inerentes de diferentes culturas, contribuindo assim para o fortalecimento da paz no mundo”*.

A TURIHAB atenta aos novos desafios do turismo sustentável e aos princípios pilares do desenvolvimento do Turismo de Habitação e do TER, em 2017, implementou o turismo inteligente com uma estratégia abrangente da autossustentabilidade, inovação e inclusão.

A TURIHAB deu continuidade à criação de pontes e ao desenvolvimento de parcerias centradas no uso das novas tecnologias e das redes sociais, que contribuíram para o aumento da notoriedade das marcas **Solares de Portugal** e **Casas no Campo**, para a valorização da oferta e a ocupação das casas associadas. Pretendeu-se, de uma forma inteligente e inclusiva valorizar os recursos locais, dinamizar o território e criar bem-estar aos nossos hóspedes, através do prazer de viajar, do prazer da descoberta, da identidade e essência de cada lugar e da cada casa.

A TURIHAB lançou o projeto “Portugal de Raiz” que se desenvolveu à volta da ideia do regresso às origens, à descoberta das raízes, ao Portugal real e profundo em que os hóspedes são convidados pelos Anfitriões das Casas a vivenciar experiências únicas que se afirmam pela arte de bem receber, pela originalidade e genuinidade desta oferta distinta e diferenciadora.



2. Associativismo e Valorização da Oferta – Modelo TURIHAB

Para reforçar o associativismo e a valorização da oferta, a TURIHAB conjuntamente com os Associados fez uma inventariação e levantamento de novos itinerários culturais, equestres, jardins, gastronomia e vinhos, saúde e lazer com o mote “Cada Casa uma vivência, cada estadia uma experiência”.

Desenvolvemos novas atividades criativas ligadas à “terra e ao campo”, turismo de natureza, enoturismo, entre outras, nomeadamente as rotas: “Portugal Roots”, “Pelas Quintas de Portugal”; “Solares de Portugal - Viajar pela Gastronomia e Vinhos”; “*Birdwatch* – do Douro ao Alentejo”.

Organizamos 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**.

2.1 Gabinete de Apoio aos Associados e Empreendimentos TH e TER

O *Help Desk* foi fundamental para apoiar os associados e os empreendimentos do Turismo de Habitação e Turismo em Espaço Rural, tendo respondido a 150 pedidos de esclarecimento.

Este serviço de apoio foi responsável pela divulgação da legislação vigente, candidaturas, investimentos, informações gerais das medidas de autoproteção e outros esclarecimentos sobre a “**Qualificação dos Solares de Portugal e das Casas no Campo**” para a valorização da qualidade e garantia da autenticidade da oferta.

Em 2017 foi efetuada uma alteração à legislação do Registo Nacional de Turismo (RNT), obrigando todas plataformas digitais que disponibilizem, divulguem ou comercializem alojamentos turísticos a referenciar nos *sites* o respetivo número dos empreendimentos TH e TER, tendo a





TURIHAB realizou o levantamento de todos os registos das suas Casas Associadas assim como deu apoio aos associados para procederem ao registo ou à sua renovação e outras pedidos de informação.

Durante 2017, várias Casas associadas fizeram obras de restauro e beneficiação, contribuindo para a melhoria da oferta TURIHAB:

Casa do Rossio – Alentejo, Conversas de Alpendre – Algarve, Solar da bica – Madeira, Palácio de Rio Frio – Lisboa, Casa das Tílias e Casa dos Matos – Centro, Quinta da Mata – Trás-Os-Montes, Quinta do Ventuzelo – Douro, Casa da Alfena, Casa do Ribeiro, Casa da Tojeira e Quinta de Ponte do Louro – Minho, Norte de Portugal.

2.2 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 março para análise das contas do exercício da atividade da TURIHAB.

A Assembleia-Geral da TURIHAB reuniu a 30 de março para apreciação, discussão e aprovação do Relatório, Balanço e Contas referente ao ano 2016 e a 20 de dezembro, para eleição dos Corpos Sociais da TURIHAB para o biénio de 2018 a 2020 e para apresentação, apreciação e discussão do Plano de Atividades e Orçamento para o ano de 2018. Seguiu-se um almoço de confraternização com todos os Associados.

2.3 Monitorização da Qualidade

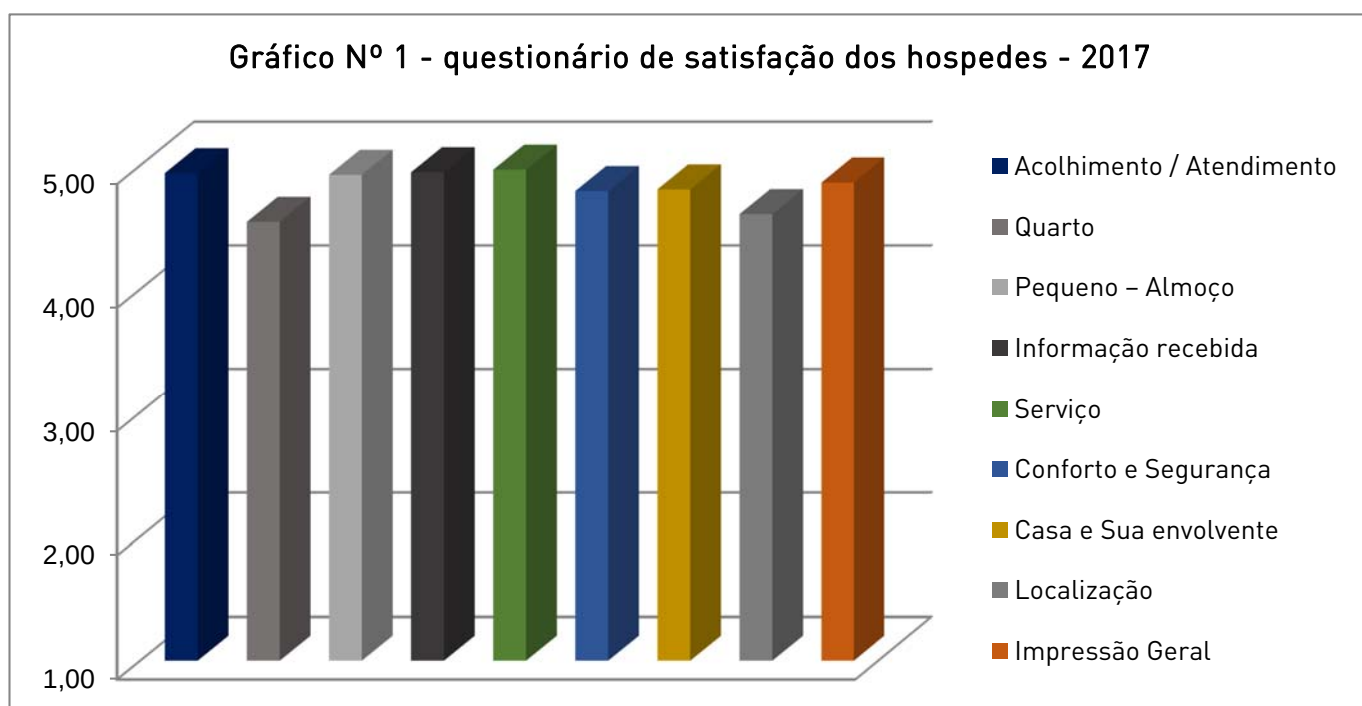
2.3.1 Questionários de Avaliação do Grau de Satisfação

No âmbito da qualificação dos serviços prestados pela TURIHAB e Casas associadas, foram implementados questionários aos hóspedes, de avaliação e monitorização do sistema de Qualidade de Serviço tendo em

consideração os requisitos da Norma Portuguesa NP4494:2010 para o Turismo de Habitação e Turismo no Espaço Rural.

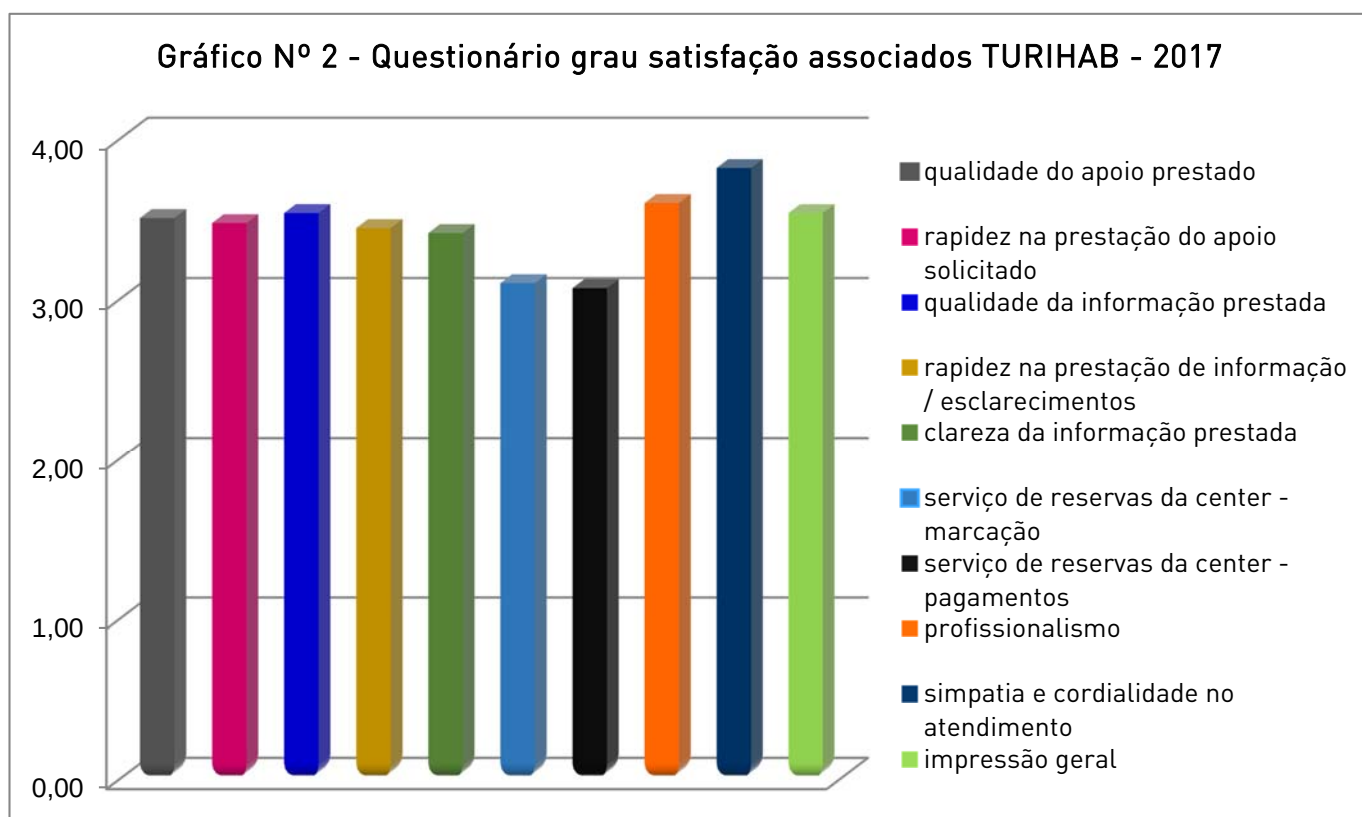
Até final do ano foram recebidos, na TURIHAB, 420 questionários. Os resultados foram os melhores de sempre, numa escala de 1 a 5, a média verificada foi de 4,82, conforme se pode analisar no gráfico nº 1.

No relatório de avaliação, dos nove parâmetros, todos obtiveram, em média, um grau de satisfação superior a 4,62 (Gráfico nº 1):



Foram realizados também questionários de avaliação, para aferir o grau de satisfação das casas associadas em relação aos serviços prestados pela TURIHAB e pela CENTER.

Os questionários realizados às casas associadas abrangem, de uma forma geral, todos os serviços prestados pela TURIHAB: Apoio ao associativismo, serviço de reservas e pagamentos (CENTER), questões genéricas de atendimento e 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 3,53 (Gráfico n.º 2).



A realização destes questionários, de avaliação dos serviços prestados pelas casas aos hóspedes e pela TURIHAB, aos associados, revelaram-se de extrema importância para a consciencialização dos aspetos da melhoria contínua 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 hóspedes 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.



3. Promoção e Internacionalização

Em 2017, 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 fomentou a integração dos Solares de Portugal e das Casas no Campo em iniciativas e campanhas promovidas pelo Turismo de Portugal, pela AICEP, Entidades Regionais de Turismo e outras Entidades públicas e privadas com quem a TURIHAB tem mantido parcerias.

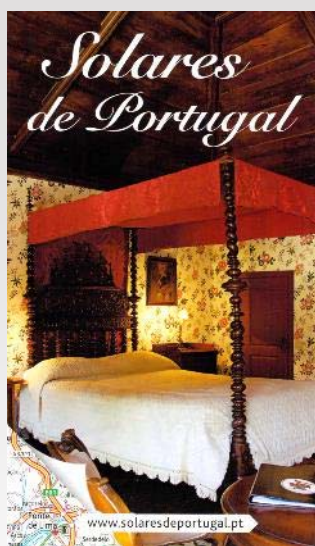
A TURIHAB participou em feiras, *workshops*, conferências, organizou educacionais, fundamentais para aumentar a visibilidade internacional e a promoção dos Solares de Portugal e das Casas no Campo.

3.1 Projeto SIAAC - Solares de Portugal Internacionalização

A TURIHAB viu aprovado pela CCDR-N o projeto "NORTE-02-0752-FEDER-000072 - Solares de Portugal, Internacionalização". Neste âmbito, a TURIHAB realizou um conjunto de ações integradas e orientadas para mercados internacionais, participou em feiras e *workshops* internacionais e produziu material de suporte à promoção e *marketing*.

No âmbito deste projeto, esteve presente na feira de turismo **WTM**, em Londres, no Reino Unido. A TURIHAB esteve representada pelo Presidente da Direção. 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**.

A TURIHAB participou no *Workshop "Discovery day"*, que decorreu em Cheltenham (UK), no dia 2 de dezembro de 2017. Este *workshop*, promovido pela Intravel, contou com a presença do Presidente da Direção, Eng.º Francisco de Calheiros, que apresentou os Solares de Portugal e os novos itinerários a mais de 300 pessoas.



No final 2017, foi editado o **novo mapa de estradas Solares de Portugal e Casas no Campo**, com uma tiragem de 20.000 exemplares, em 5 idiomas: português, inglês, francês, castelhano e alemão, incluindo uma apresentação pormenorizada das redes, dos serviços disponíveis e as condições de reserva. Com formato de brochura pretende dar a conhecer todas as casas associadas, as informações de cada uma, e também, a forma mais fácil de lá chegar através das coordenadas GPS. É um mapa descritivo que apresenta os Solares de Portugal e as Casas no Campo, ilustrado com imagens características e representativas do interior, exterior e das vivências das casas.

3.2 Feiras de Turismo, Workshops, Conferências

Chegaram à TURIHAB mais de 59 convites para participar em Feiras, reuniões, seminários a nível nacional e internacional.

Dos diversos convites, destacam-se a participação da TURIHAB na conferência do projeto WISE – “*Widening Interdisciplinary Sustainability Education*”, projeto Erasmus Plus, realizado no dia 11 de dezembro na Faculdade de Ciências da Universidade do Porto tendo o Presidente da Direção feito uma apresentação com o tema “O Desenvolvimento Sustentável na Ótica do Turismo de Habitação: Um caso WISE: “*Remodelling an antique farm*”; presença na Conferência “A Salvaguarda dos jardins históricos” organizada pela Associação Portuguesa dos Jardins Históricos realizada no dia 27 de outubro de 2017, com a palestra “Os Jardins e o Turismo de Habitação”; a participação da TURIHAB no *workshop* designado “*Tourism and development in wine-growing regions*”, realizada no dia 5 de dezembro, na Faculdade de Ciências da Universidade do Porto.

A TURIHAB participou na **BTL 2017**, que decorreu de 15 a 19 de março, em que estiveram presentes o Presidente da Direção, a Diretora de Marketing e a Técnica da CENTER Eduarda Alves, bem como as Casas associadas Quinta de São Bento, Casa da Eira, Casa do Redondo, Solar



Sampaio e Melo, Casa de Fontão, Quinta da Ponte de Louro, Quinta da Praia das Fontes, Casa dos Castelejos e Casa do Terreiro do Poço. Foram realizadas reuniões com operadores e agentes turísticos estrangeiros com destaque para os mercados dos EUA, Canadá, e os mercados europeus. Mantivemos reuniões com os nossos parceiros digitais, GDS e jornalistas, destacando-se o jornalista italiano Terracini.

FITUR - Feira Internacional de Turismo, que decorreu em Espanha, em Madrid, de 18 a 22 de janeiro, em que a TURIHAB esteve presente no *stand* oficial de Portugal, representada pelo Presidente da Direção e a Diretora de Marketing. Foram efetuados vários contactos com jornalistas, operadores e agentes turísticos, e GDS com quem já temos parcerias e com novos parceiros que demonstraram grande interesse pela oferta dos *Solares de Portugal* e das *Casas no Campo*.

3.3 Educacionais

No mercado nacional foram realizadas visitas educacionais com jornalistas das Revista “*Passear*”, Revista *Portugal Sabores e Tradições*, *Descla*, revista *Evasões*, entre outras, para a elaboração de artigos sobre as casas das redes Solares de Portugal e Casas no Campo. A nível internacional, recebemos jornalistas oriundos do Brasil, EUA, Bélgica, Suíça, Áustria, Alemanha, França, Canadá e Austrália.

Foram realizadas várias visitas educacionais para operadores turísticos nos mercados: UK (*Vintage Travel* e *Inntravel*), Holanda (*Flex Travel* e *Style in Travel*), França (*Voyageurs du Monde* e *COMPTOIR*), EUA (*Letango Tours*), Canada (*JM Vacations*, *Victours*), Bélgica (*Transeurope*), Austrália (*Ibertours*). Do mercado nacional, recebemos os operadores *Portimar/Olimar*, a *CITUR*, *Domitur* e *Viagens Abreu*.

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

Durante 2017, a TURIHAB foi contactada por mais de 30 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 regista melhor ano de sempre*” no Jornal *Vida Económica*; a reportagem “*história contada na primeira pessoa*” publicada na Revista “*Desclá*”; as reportagens na Revista *Portugal Sabores e Tradições*; Tudo Sobre Jardins, na Revista *Passear*. Foram elaboradas várias reportagens sobre os Solares de Portugal na Revista *Evasões*.

Imprensa internacional – destacamos:

- O artigo publicado “*Portugal tradição no bem receber*” na revista Panorama – Brasil;
- O artigo “*Solares de Portugal: tra le case storiche debuttano le “Casas no campo”*”, no jornal Travel Quotidiano em Itália;
- O artigo “*VACANCES DANS LES: Circuit de domaine viticole en domaine viticole*” publicado no Jornal de *L’évasion*, na Bélgica;
- A reportagem na Rádio Radio VIVACITE - Grande Evasion – Bélgica;
- O programa televisivo no canal RTBF – Bélgica;
- E a reportagem “*These Historic Portuguese Palaces Can Be Rented for a Regal Vacation*” publicada na revista *Bloomberg* nos EUA.



3.5 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, canadiano, brasileiro e australiano.

A TURIHAB reforçou a promoção e a comercialização dos itinerários temáticos de 7 e 14 noites, que percorrem as diferentes regiões do país. 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*”
- “*Descubra a Autenticidade dos Solares*”.

A TURIHAB realizou campanhas de divulgação o guia “Boa Cama, Boa Mesa”, e na ATLAS “Dormidas com História”. Foi realizada uma campanha de promoção no 33º 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, com o tema “*Relaxe o corpo e a mente nos lugares onde o tempo parou. Os Solares de Portugal dão-lhe a oportunidade desfrutar das suas férias em espaços carregados de história e de histórias. Acumule milhas com os Solares de Portugal.*”

4. Central de Reservas

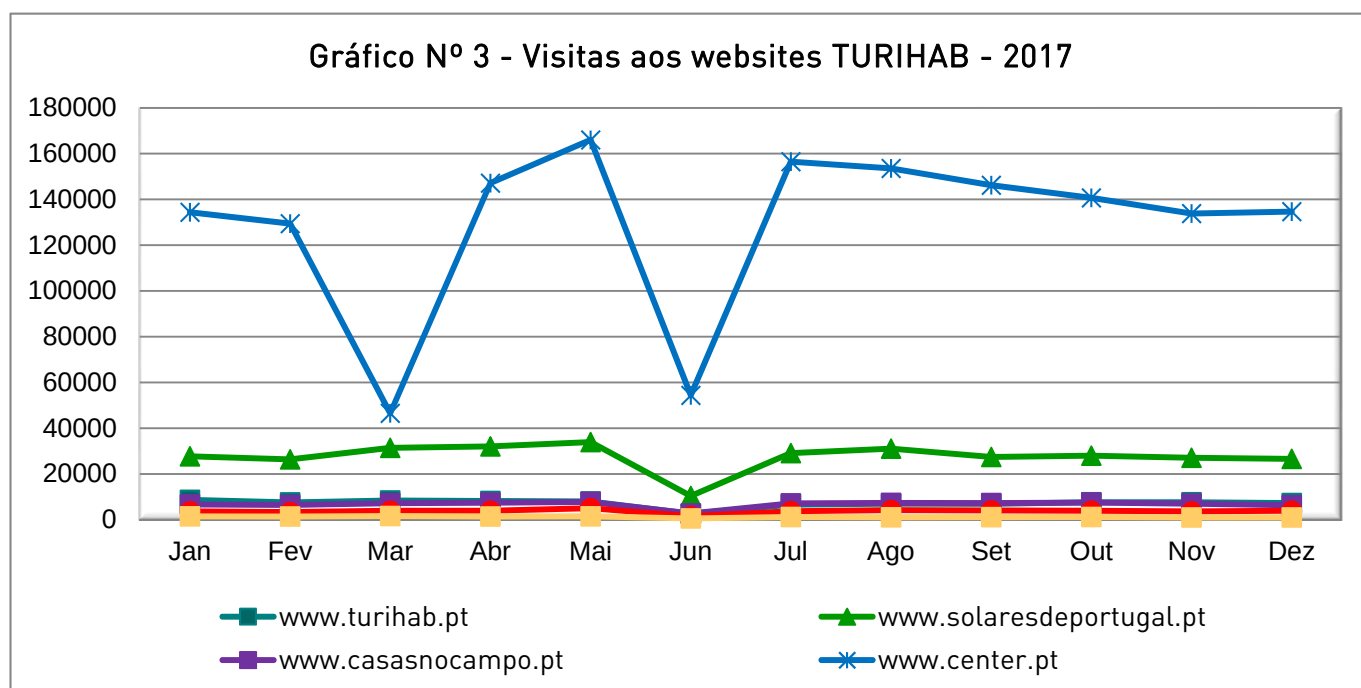
Na área das novas tecnologias a TURIHAB, conjuntamente com a CENTER, têm vindo, ao longo dos anos, a ancorar as casas associadas através da criação de vários canais de comunicação e distribuição, tendo estado sempre na vanguarda da informatização do TH - Turismo de Habitação e TER – Turismo no Espaço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

4.1 Sites 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 2017, a TURIHAB prosseguiu a política de organização de campanhas publicitárias, ações promocionais *online* e reservas *online*.

O aproveitamento de todas as oportunidades para aumentar a visibilidade das casas associadas e dinamizar as vendas e as reservas *online* nos mercados em que estamos implementados foi uma das apostas, abrindo as portas a novos mercados internacionais.

Os *websites*, www.center.pt, www.solaresdeportugal.pt, e www.casasnocampo.pt juntamente com o *site* institucional da Associação, o *site* www.turihab.pt, conjuntamente os *sites* de cooperação internacional totalizaram, em 2017, **mais de 2 milhões de visitas**, mantendo o número de visitas aos *websites* face ao ano anterior.



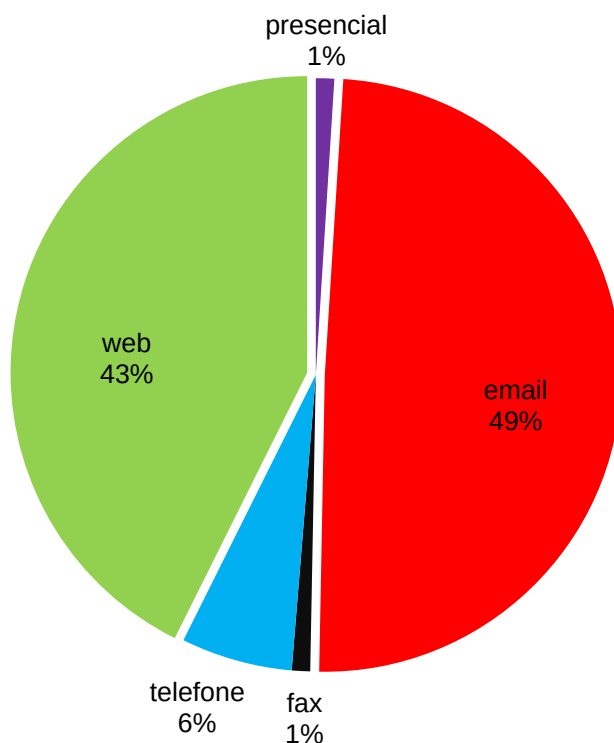
Como se pode visualizar no gráfico nº 3, os *websites* com mais visitas, foram: a Central de Reservas, www.center.pt com **1.543.181** visitas e a marca Solares de Portugal www.solaresdeportugal.pt com **331.048** visitas.

4.2 Meios de contacto para efetuação de reservas

Analisando o quadro nº 4 – Meios de Contacto Utilizadas pelos Clientes, verifica-se que as comunicações, para marcação de reservas, são essencialmente por meios eletrónicos (*emails* e *websites*) e representaram, em 2017, 92% de todas as comunicações efetuadas, registando-se um aumento de três pontos percentuais face ao ano anterior.

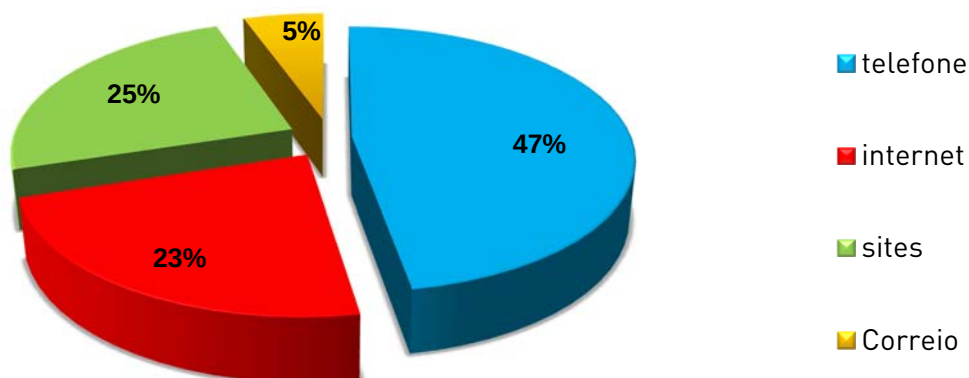
Os pedidos de reservas por fax foram praticamente nulos e os pedidos por telefone têm vindo a baixar gradualmente, registando em 2017 somente 6 % do total das comunicações.

Grafico Nº 4 - Meios de Contacto para Reservas - 2017



4.3 Custos das Comunicações

Gráfico Nº 5 - Custos das Comunicações 2017



Analisando o gráfico nº 5 - Custos de Comunicações em 2017, registamos que as comunicações eletrónicas aumentaram significativamente em relação ao ano anterior, atingindo 48% dos custos totais. As comunicações telefónicas baixaram mais de 12 % face a 2016, representando 47% dos custos totais de comunicações.

4.4 A Oferta TURIHAB – *Solares de Portugal e Casas no Campo*

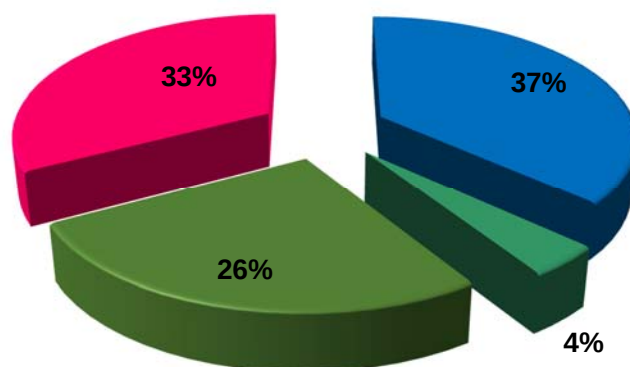
A TURIHAB, em 2017, representava 126 empreendimentos de TH - Turismo de Habitação e TER - Turismo no Espaço Rural, totalizando a oferta de 854 unidades de alojamento e 1.706 camas.

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.

Gráfico nº 6 - Capacidade de oferta SP/CC- 2017

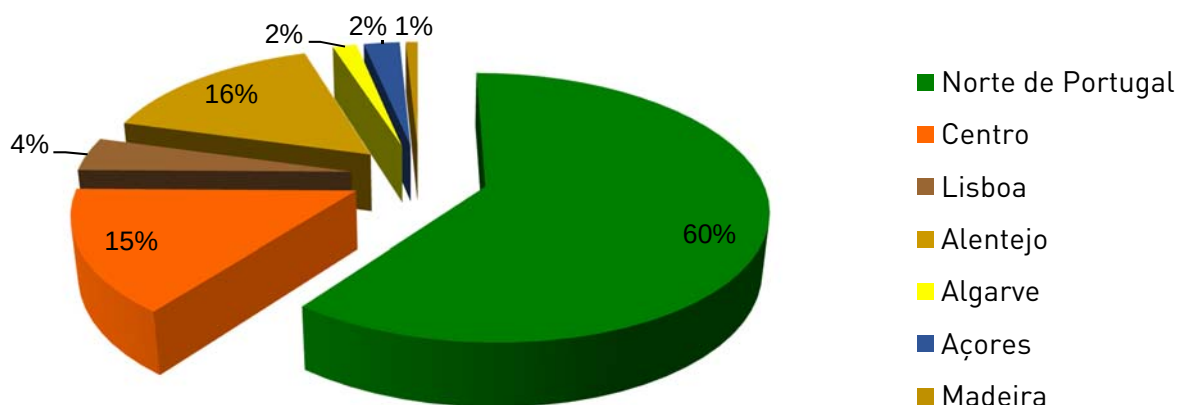
■ Casas Antigas ■ Casas Rústicas ■ Quintas e Herdades ■ Casas no Campo



Analisando o gráfico nº 6 - 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** com 26% e as **Casas Rústicas** com 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.

Gráfico nº 7 - Distribuição TURIHAB SP/CC por entidades regionais - 2017



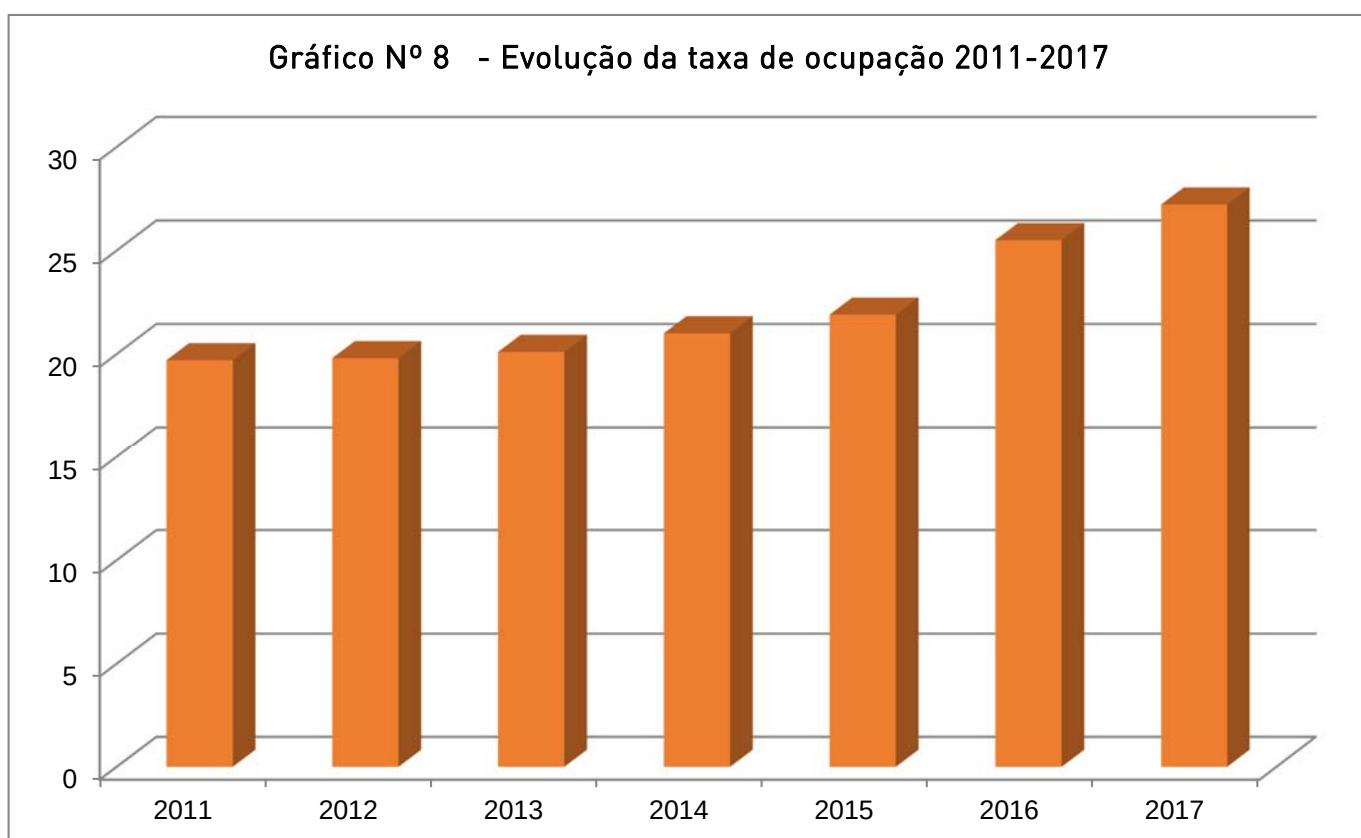
Analisando a oferta pela distribuição geográfica, gráfico nº 7, verifica-se que o Norte de Portugal representa 60 % da oferta, seguindo-se a região do Alentejo com 16 %, o Centro com 15 %, Lisboa 4 %, Algarve e Açores com 2% cada e a Madeira com 1%.

Face ao ano anterior manteve-se o mesmo número de camas.

4.5 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).

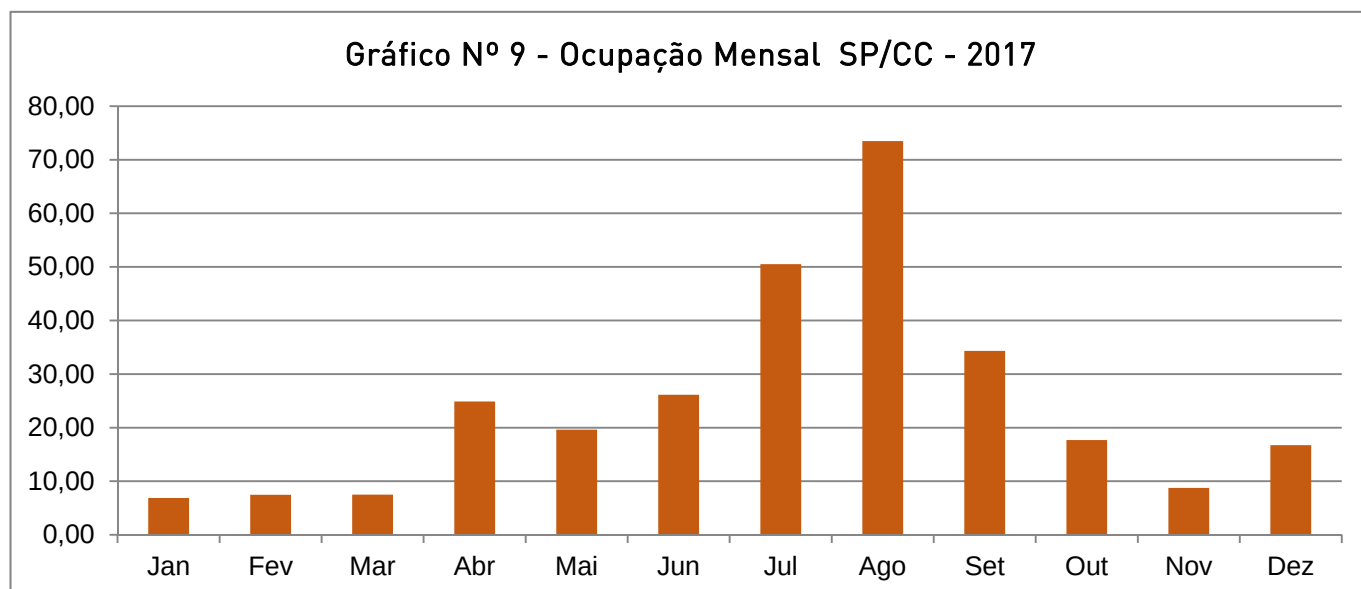
4.5.1. Evolução da Taxa de Ocupação



Pela análise do gráfico nº 8 verificamos que em 2017 os Solares de Portugal e as Casas no Campo registaram a taxa de ocupação anual de 26%.

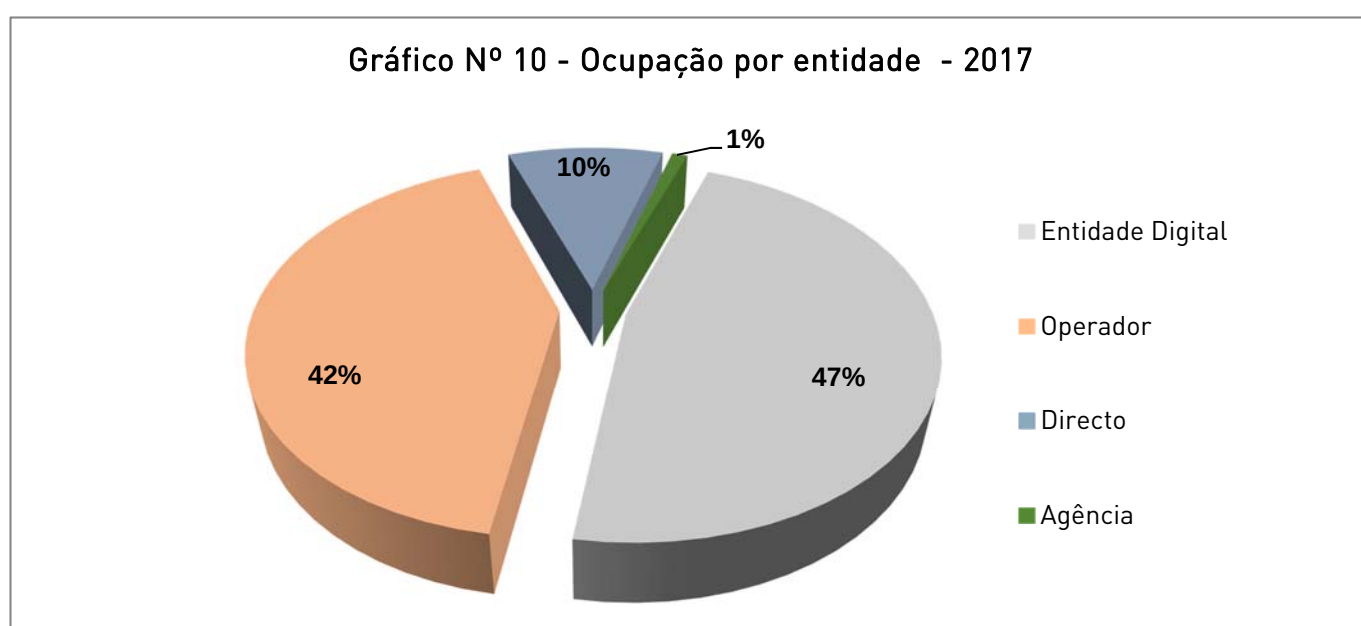
Registou-se um aumento global do número de dormidas de 8%, face ao ano anterior, sendo o melhor ano desde sempre.

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



Analisando o gráfico nº 9 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 ocupação na época de verão de junho a setembro.

4.6 Ocupação por Entidade

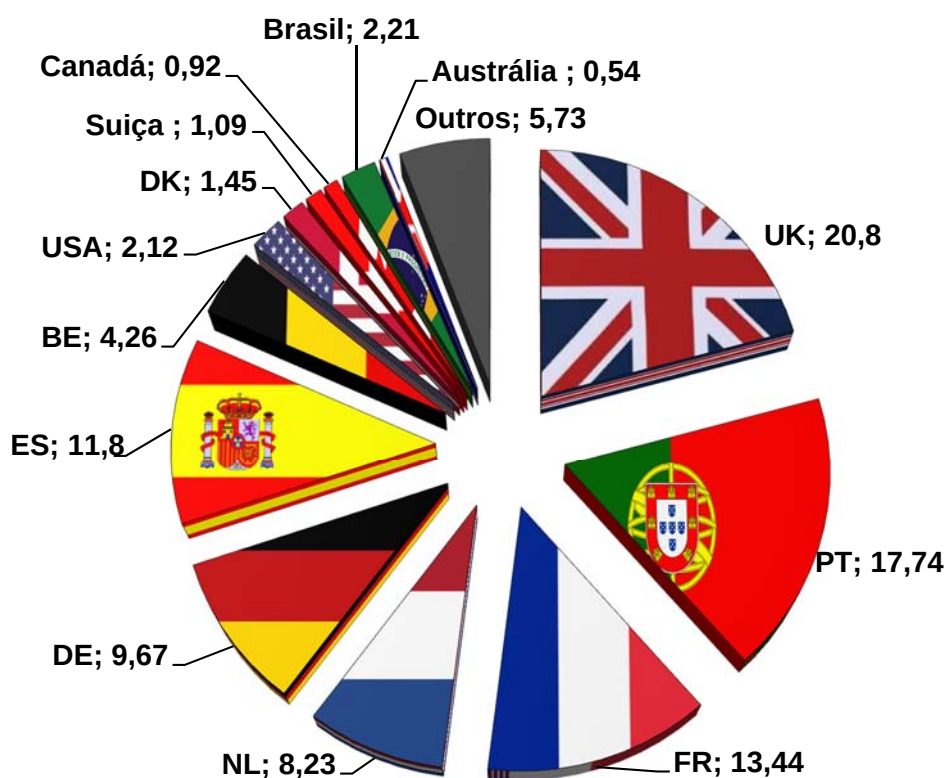


Analisando o gráfico nº 10 do peso relativo de cada entidade na ocupação dos Solares de Portugal e das Casas no Campo, verifica-se que em 2017 a maioria da ocupação é resultado de reservas via operadores digitais (47%) e os operadores tradicionais representam 42%. A soma dos operadores tradicionais e digitais representa 89%.

Os clientes diretos representaram 10% 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 na procura dos Solares de Portugal e Casas no Campo.

4.7 Origem dos Hóspedes / Mercados

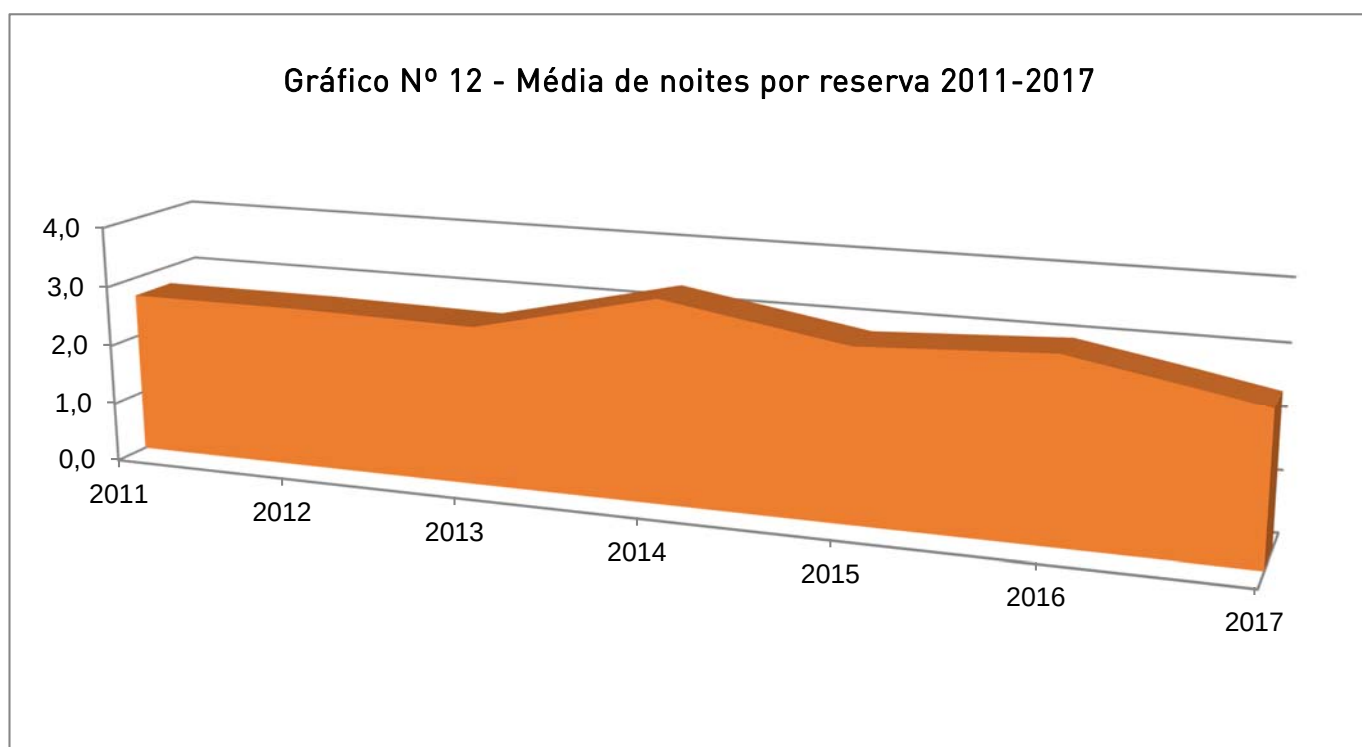
Gráfico Nº 11 - Hóspedes SP/CC por mercados - 2017



No que diz respeito à procedência dos hóspedes dos Solares de Portugal e das Casas no Campo, durante 2017, 82,26 % foram de origem estrangeira (Gráfico nº 11) provenientes de 42 mercados. Sendo liderada pelo mercado do Reino Unido (20,8 %), França (13,44 %), Espanha (11,08 %), Alemanha (9,67 %) e Holanda (8,23 %). Estes são os 5 mercados Europeus que se distinguiram em

2017, seguindo-se o mercado Belga (4,26 %). Todos os outros mercados apresentam valores inferiores a 3 %. O mercado Português teve um ligeiro aumento, representando 17,74 % da ocupação total.

4.8 Média de Noites por Reserva



Analisando o gráfico nº 12 sobre a evolução da média de noites por reserva desde 2011, verifica-se uma tendência de ligeira 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 2017, a permanência dos hóspedes foi de 2,64 noites/reserva.

5. Conclusão

A TURIHAB executou o Plano de Atividades na sua globalidade, tendo atingido os objetivos e as metas delineadas para 2017. O ano ficou assinalado pela aprovação do projeto de Internacionalização dos Solares de Portugal, pelo programa Casas no Campo *country living* promovendo o conceito “**A arte de bem receber em Portugal**”, pelo incremento do 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 *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.

A TURIHAB promoveu a autossustentabilidade do Turismo de Habitação e turismo no Espaço Rural e fomentou o turismo inteligente, criativo, inclusivo, numa forma de “turismo para todos”; reforçou a qualidade do TH e TER ancorados na identidade da oferta, na exclusividade, genuinidade de cada casa e na diferenciação das redes das casas associadas Solares de Portugal e Casas no Campo.

A Direção da TURIHAB agradece a todas as instituições públicas e privadas que contribuíram, durante 2017, 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; AICEP; Entidades Regionais do Turismo do Porto e Norte, Centro de Portugal, Lisboa, Alentejo e Algarve, Secretaria Regional de Turismo da Madeira e Turismo dos Açores; ANT – Associação Nacional do Turismo; 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; 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, 29 de março de 2018

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