



RELATÓRIO DE ATIVIDADES

EXERCÍCIO 2021

TURIHAB – Associação do Turismo de Habitação

Praça da República
4990-062 Ponte de Lima

Tel. (+351) 258 741 672
Fax (+351) 258 741 444

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



O ano de 2021 ficou marcado pelo agravamento da propagação da pandemia do Covid-19, provocando uma retração das viagens e do turismo em geral, um facto sem precedentes na história da Associação.

A TURIHAB – Associação do Turismo de Habitação desenvolveu as suas ações em três vertentes estratégicas, o reposicionamento do Turismo de Habitação e do TER - Turismo no Espaço Rural, ancorado na imagem de Marca Solares de Portugal e das Casas no Campo, a dinamização do marketing digital, relacional e emocional com base nas campanhas “Portugal de Raiz – viajar no tempo habitar o Património ” e “ Cada Casa uma vivência, cada estadia uma experiência” e o reforço das parcerias, da cooperação e da comunicação de proximidade, assentes no trabalho em rede e apoio aos associados, na integração da nova plataforma de reservas do Turismo de Habitação e do Turismo no Espaço Rural, a CENTERNET.

Tendo em consideração que a pandemia afetou gravemente o país e em particular o Turismo, esta sentiu-se particularmente na redução acentuada das reservas, em especial com origem em outros países. O período de verão foi, apesar de tudo, de alguma normalidade, com a procura a ser essencialmente feita por parte do mercado português.

O Turismo de Habitação e o TER representa, nestes novos tempos, o modelo de turismo e de oferta mais adequada à segurança sanitária e com ela surgiram novos públicos para este segmento de mercado turístico, que é um produto novo para estes hóspedes. Naturalmente, também para estes hóspedes oferecemos a nossa tradicional hospitalidade em todas as suas vertentes e com os sentidos apurados na forma de os receber. Garantimos segurança, higiene e liberdade de usufruir os espaços em plena natureza, em que conjugamos o alojamento com experiências únicas e serviços complementares que garantem estadias com memória.

Criamos mecanismos e implementamos a digitalização dos processos, conjuntamente com os nossos Associados, aumentamos as comunicações por via digital, implementamos novas medidas, mais sustentáveis e que se coadunem com a autenticidade e a nossa oferta de identidade do Turismo de Habitação e do TER, fazendo jus à hospitalidade e a arte de bem receber nos Solares de Portugal e nas Casas no Campo.

Fomos motivo de várias reportagens realçando-se o jornal francês Le Figaro com o título “**Portugal des maisons de famille: nos solares préférées du Minho à l’Alentejo**”, os guias *Petit Futé* e *Routard* e o guia alemão DUMOND “*portugal der norden*”.

1. ASSOCIATIVISMO - GARANTIA DE GENUINIDADE E DE AUTENTICIDADE

A TURIHAB reforçou o associativismo entre os associados, com o apoio dos próprios Associados na valorização do Turismo de Habitação e Turismo no Espaço Rural (Agroturismo e Casas de Campo), tendo em consideração a situação pandémica e das novas tendências do mercado.

A TURIHAB facultou informações de esclarecimento para a sensibilização das casas do modelo de qualidade da TURIHAB, fez a monitorização dos serviços usufruídos nos **Solares de Portugal** e nas **Casas no Campo**, para que conseqüentemente haja uma melhoria contínua, de acordo com a certificação implementada.

Como primeira responsável pela imagem e qualificação das casas associadas, a TURIHAB tem a incumbência de coordenar e acompanhar todo o processo de melhoria contínua dos serviços. No entanto, são fundamentais a responsabilidade e o empenho dos associados para a implementação das medidas de monitorização do Sistema de Qualidade de toda a rede dos **Solares de Portugal** e das **Casas no Campo**.

A TURIHAB, através do seu *Help Desk* – Gabinete de Apoio, apoiou os associados e os empreendimentos nos processos de requalificação, potenciando novos associados e a valorização da oferta do Turismo de Habitação e do Turismo no Espaço Rural.

A TURIHAB manteve as parcerias com o Turismo de Portugal, com as Entidades Regionais de Turismo e as Câmaras Municipais, bem como com outras entidades, públicas e privadas, que contribuem para a correta requalificação e posicionamento do TH e do TER.

1.1. Associados TURIHAB – Solares de Portugal e Casas no Campo

A TURIHAB, em 2021, representava 117 casas de TH - Turismo de Habitação e TER - Turismo no Espaço Rural, totalizando a oferta de 834 unidades de alojamento e de 1.668 camas.

A oferta dos Solares de Portugal (SP) correspondia a 90 Casas TH, 595 unidades de alojamento e 1.190 camas e a marca Casas no





Campo (CC) integra 27 Casas TER, com a oferta de 239 unidades de alojamento no total de 478 camas. A média de unidades de alojamento é de 7 quartos por casa, nos Solares de Portugal e 5 quartos por casa, nas Casas no Campo.

No ano de 2021, com as restrições implementadas pelo governo português, o mercado estagnou e, conseqüentemente, o Turismo de Habitação e o Turismo no Espaço Rural, também. Devido a isso, das 117 casas associadas, 49 estiveram completamente encerradas durante todo o ano.

A partir de maio, com o levantamento do Estado de Emergência, foi possível a reabertura de algumas das casas, sendo que 68 das casas associadas abriram com a implementação de todas as medidas e normas impostas pela Direção-Geral de Saúde (DGS) e Organização Mundial de Saúde (OMS).

No final do ano, cessaram atividade as Casas: Casa das Torres de Oliveira em Mesão Frio, a Quinta do Casal do Condado em Ponte de Lima, a Quinta do Convento da Franqueira em Barcelos e no grupo das Casas no Campo, Casas de Porto Bom em Ponte da Barca.

Apresentaram novas candidaturas de admissão:

- a) **Casa de Juste**, localizada em Lousada, classificada em Turismo de Habitação;
- b) **Quinta do Mosteiro**, localizada em Ponte da Barca, classificada em Turismo no Espaço Rural, na modalidade de Casa de Campo;
- c) **Quinta do Pinhã**, localizada em Tarouca, classificada em Turismo no Espaço Rural, na modalidade de Agroturismo.

Foram rececionadas mais 10 candidaturas de adesão à TURIHAB, mas por se tratarem de alojamentos locais, recomendamos os promotores para que procedessem à reclassificação em Turismo no Espaço Rural, na modalidade de Casas de Campo ou de Agroturismo. Só depois de reclassificadas poderão ser admitidas na Associação e integrarem a CENTER – Central Nacional do Turismo no Espaço Rural.

1.2. Reuniões dos Órgãos Sociais da TURIHAB

A Direção da TURIHAB devido à situação pandémica, reuniu presencialmente e/ou por videoconferência durante todo o ano de 2021, para a planificação, apreciação, avaliação e discussão das políticas e estratégias para o bom funcionamento da associação.

O Conselho Fiscal reuniu, presencialmente cumprindo todas as normas de segurança, a vinte e oito de abril para análise das contas do exercício da atividade da TURIHAB, contando com a presença de todos os elementos do Conselho Fiscal.

A Assembleia Geral da TURIHAB realizou-se, por videoconferência, a vinte e três de junho de 2021 para apreciação, discussão do Relatório e Contas da Direção e o respetivo parecer do Conselho Fiscal, referente ao ano de 2020 e a dezassete de dezembro, para discussão e votação do orçamento e Plano de Atividades para o ano de 2022.

A dezassete de dezembro, a Assembleia Geral reuniu-se também por videoconferência para a eleição dos Corpos Sociais da TURIHAB para o biênio de 2022 a 2024. A votação foi realizada por voto eletrónico e contou com uma forte participação dos associados, tendo sido eleitos os seguintes associados para os novos Órgãos Sociais para o biênio 2022/2024:

Assembleia Geral

Presidente – António Carlos Pinto Ribeiro (Casa de Santo António de Britiande)

Vice-Presidente – José Paulo Archer Pinto de Mesquita (Casa de Sezim)

Secretário – Tristão Ribeiro Bacelar Novais Malheiro (Casa das Torres)

Direção

Presidente – Francisco Silva de Calheiros e Menezes (Paço de Calheiros)

Vice-Presidente – Álvaro Gil Antunes de Azevedo (Quinta de São Bento)



Secretário – Manuel José Costa de Carvalho e Sousa (Casa de Alfena)

Tesoureiro – Georgina Borges de Macedo (Quinta de Santa Baia)

Vogal – Francisco Xavier Matos Meireles (Casa do Campo)

1º Suplente – Luís Novais Machado (Casa dos Assentos)

2º Suplente – Ernesto Martins Ferreira (Moinho de Estorãos)

Conselho Fiscal

Presidente – João Gaspar de Sousa Gomes Alves (Quinta de Cima de Eiriz)

1º Vogal – João Paulo Horta Gama d'Almeida Baltazar (Casa do Castelo)

2º Vogal – Maria Cristina Sampaio e Melo (Solar Sampaio e Melo)

1º Suplente – Inácio Barreto Caldas da Costa (Casa da Várzea)

2º Suplente – Alberto Tavares Barreto (Casa da Portela de Sampriz)

1.3. O Modelo TURIHAB na vanguarda das novas tendências da procura

Os mercados, as viagens e as motivações dos novos viajantes, sofreram grandes transformações. A TURIHAB está atenta a estas novas tendências e às motivações dos turistas destes novos tempos, que procuram mais tranquilidade, segurança, repouso e a autenticidade dos locais. Em conjunto com os Associados, temos vindo a valorizar a oferta com produtos complementares ao alojamento. Este trabalho tem sido feito através da adaptação da oferta à nova procura, e naturalmente, valorizando a hospitalidade e a arte de bem receber nos Solares de Portugal e nas Casas no Campo.

Desenvolveu-se com as casas associadas, um conjunto de circuitos que contemplam atividades ao ar livre e de lazer, com baixo impacto no meio ambiente e que proporcionam aos hóspedes uma proximidade e fruição da natureza, do património cultural, natural e paisagístico de cada casa.

A TURIHAB tinha projetado fazer uma coletânea das plantas comestíveis das casas associadas, que ficou adiada para 2022 assim como outras atividades relacionadas com a inventariação de valores



patrimoniais, a criação de novos percursos e a organização de visitas a sítios jardins históricos.

1.4. Modelo de qualificação TURIHAB – “cada casa uma vivência, cada estadia uma experiência”

A qualificação dos Solares de Portugal, das Casas no Campo e a monitorização implementada, ao longo dos anos, permitiu consolidar as bases de um modelo referencial para o Turismo de Habitação e Turismo no Espaço Rural. Permitiu também dinamizar o processo de melhoria contínua e assegurar uma evolução gradual da qualidade que tem contribuído para a competitividade internacional da oferta do TH e TER. Constitui-se assim, um argumento de marketing para as casas associadas da TURIHAB.

A TURIHAB integra a CT 144 - Comissão Técnica de Normalização para o Turismo, do Turismo de Portugal, responsável pela normalização do Turismo, pelo desenvolvimento da NP 4494 do TH e TER e do manual interpretativo e de boas práticas, implementado nas casas associadas da TURIHAB.

A TURIHAB, consciente da importância do modelo de qualificação criado, desenvolveu diligências junto do Turismo de Portugal para promovermos a revisão da NP e do manual interpretativo, assim como o apoio para a sua implementação, divulgação e internacionalização.



2. AÇÕES DE MARKETING DIGITAL, RELACIONAL E EMOCIONAL

O ano de 2021, referenciado como um ano atípico e devastador para o turismo, ficou marcado pela dinamização do novo sistema de reservas CENTERNET.

Foi realizado um conjunto de ações de promoção integradas e orientadas para mercados internacionais, contando com o envolvimento efetivo dos associados.

Nesta nova era da digitalização, inovação e criatividade, fomentamos o trabalho em rede com as casas associadas e os parceiros nacionais e internacionais, a promoção da nova imagem de marca Solares de Portugal e Casas no Campo e a sua internacionalização. A TURIHAB desenvolveu novas campanhas de promoção, com o mote “VIVÊNCIAS E EXPERIÊNCIAS”, potenciando o turismo de natureza, o enoturismo e as atividades de turismo ativo nas casas associadas.

Dinamizou-se as campanhas associadas aos slogans “Portugal de Raiz”; e “Portugal Campo e Mar”, dando continuidade às itinerâncias criadas “Viajar no Tempo, Habitar o Património”.

A TURIHAB, em 2021, fomentou o e-marketing e o e-commerce de modo a atrair e fidelizar clientes, agilizar as comunicações, através da Internet, entre associados e clientes, conquistar novos mercados e efetivar negócios, criando um novo canal de relacionamento com os potenciais hóspedes dos Solares de Portugal e das Casas no Campo. A Internet é um canal de excelência de distribuição e de informação dos produtos, por isso, a TURIHAB fomentou o marketing interativo e relacional, através de campanhas publicitárias e ações promocionais online para promover a “Excelência da Imagem” da Marca Nacional n.º 289755 Solares de Portugal e Casas no Campo através dos seus diversos websites, priorizando o www.solaresdeportugal.pt.

2.1. Posicionamento do Turismo de Habitação e TER nesta nova era digital

A TURIHAB atenta às novas tendências e necessidades do mercado, cada vez mais dinâmico, com maiores exigências de segurança sanitária e física das nossas casas, mais exigente e à procura de





produtos e serviços de excelência, criou novas funcionalidades no website Solares de Portugal, interligou a plataforma virtual com acesso aos Associados e Parceiros, disponibilizando o sistema de reservas – CENTERNET para dinamização das parcerias com os agentes e operadores turísticos e aumentar a competitividade e a ocupação dos Solares de Portugal e das Casas no Campo.

Neste sentido, a TURIHAB acompanhou permanente a implementação, do novo sistema CENTERNET, com os parceiros, os anfitriões e colaboradores das casas associadas.

O marketing digital foi prioritário para reforçar as marcas da TURIHAB no mercado nacional e internacional, através de diversas plataformas de reservas, de forma a conquistar e fidelizar clientes, gerar novos negócios, consolidar e angariar novos mercados geradores de hóspedes para as casas associadas.

A TURIHAB produziu vários circuitos com todas as casas associadas baseado no novo guia “Saberes e Sabores Avoengos”, nas itinerâncias “Vivências e Experiências”, revitalizando a fruição do património cultural e natural e a arte de bem receber no Turismo de Habitação e no Turismo no Espaço Rural em Portugal e reforçando a diversidade e identidade cultural vivenciadas nos Solares de Portugal e nas Casas no Campo.

A TURIHAB, em 2021, juntamente com os seus Associados, reforçou a promoção através de vários canais de distribuição dos novos circuitos e rotas temáticas, ligados aos Vinhos (Enoturismo), Jardins, Gastronomia, Património, Natureza, Quintas de Portugal e Portugal Histórico.

2.2. Marketing Digital e de Conteúdos

Na área das novas tecnologias de informação e comunicação, a TURIHAB implementou, conjuntamente com a CENTER, um conjunto de ações de marketing digital e de conteúdos para gerar novas possibilidades de negócios, aumentar o reconhecimento das marcas Solares de Portugal e das Casas no Campo.

Foram renovados, por cinco anos, os domínios património da associação:

- a) center.pt;
- b) solaresdeportugal.pt;
- c) turihab.pt;
- d) casasnocampo.net;
- e) europetraditions.com;
- f) fazendasdobrasil.com;
- g) casasantigas.com;
- h) portugalcountryvillas.com;
- i) turismonatureza.com;
- j) turismodealdeia.com;
- k) turismodehabitacao.com;
- l) casasnocampo.pt;
- m) turismonoespacorural.com;
- n) solaresofportugal.com;
- o) quintaseherdades.com;
- p) manorhousesofportugal.com.



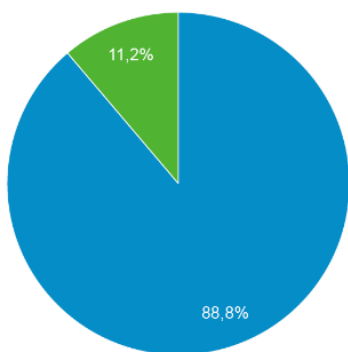
2.3. Análise dos sites Solares de Portugal e CENTER

A TURIHAB fez uma grande aposta, em 2021, no aperfeiçoamento dos conteúdos do site Solares de Portugal. A pandemia permitiu que houvesse tempo para este melhoramento, assim como a criação de novos conteúdos e itinerários promovidos em <https://www.solaresdeportugal.pt/pt/itinerarios>.

O site www.solaresdeportugal.pt e o portal www.center.pt são os principais veículos de promoção e de reservas online para as casas associadas. Analisando os gráficos, referentes aos websites Solares de Portugal e CENTER, que se seguem verifica-se que, o grupo de pessoas alcançadas é, maioritariamente, de mulheres (61,1%), sendo a faixa etária mais representada a dos 55-64 anos, seguida da dos 45-54 anos e da dos mais de 65 anos. A percentagem de novos visitantes é de 88,8% e 91,1% respetivamente. O meio de visita aos websites, mais utilizado é o computador, sendo as proveniências destes visitantes de Portugal (71,69%), seguindo-se os mercados de França (7,66%), Estados Unidos (3,75%) e Espanha (2,45%), Alemanha, Brasil e Bélgica.

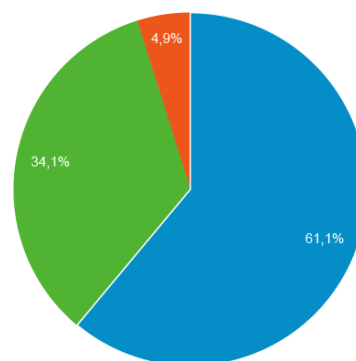
Solares de Portugal

■ New Visitor ■ Returning Visitor



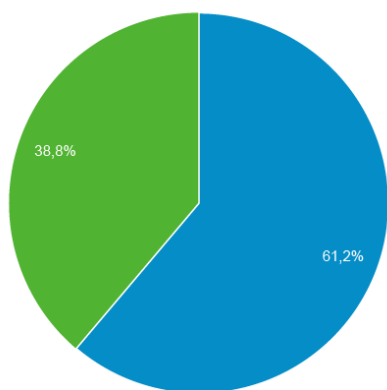
Visualizações de página por Categoria do Dispositivo

■ desktop ■ mobile ■ tablet

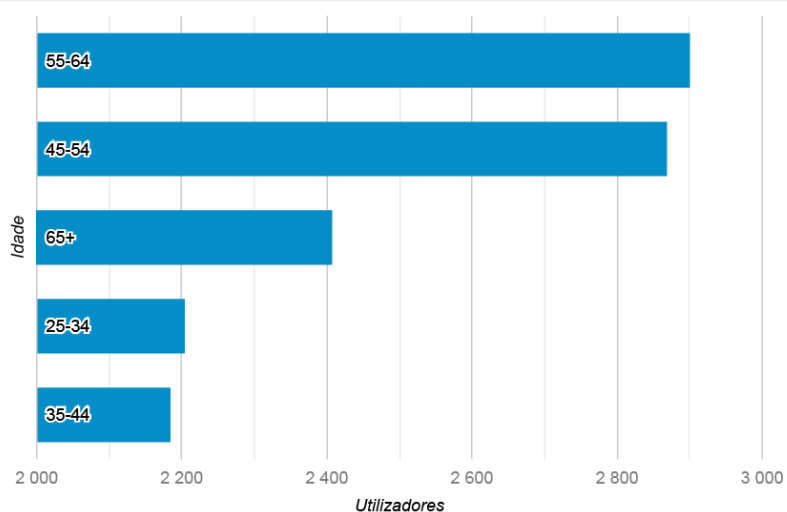


Utilizadores por Género

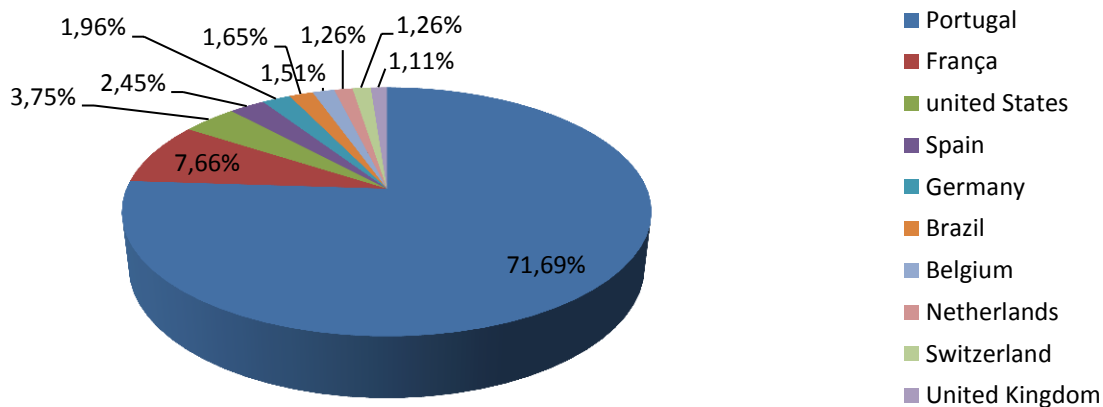
■ female ■ male



Utilizadores por Idade



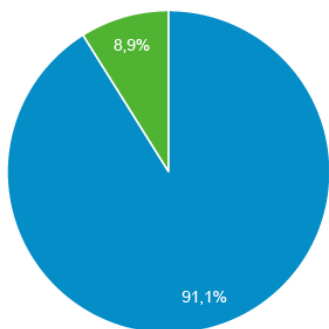
Mercados Sites Solares de Portugal



Fonte: CENTER – Central Nacional do Turismo no Espaço Rural 2021.

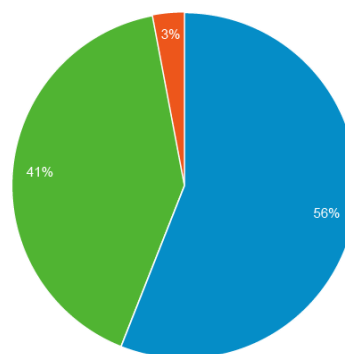
CENTER

■ New Visitor ■ Returning Visitor



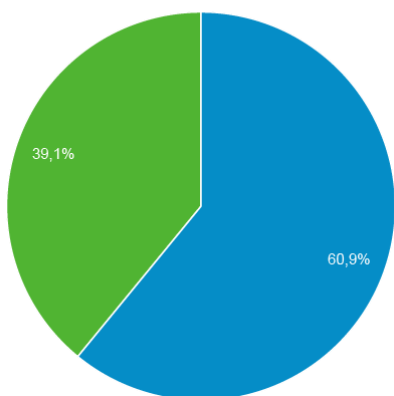
Visualizações de página por Categoria do Dispositivo

■ desktop ■ mobile ■ tablet

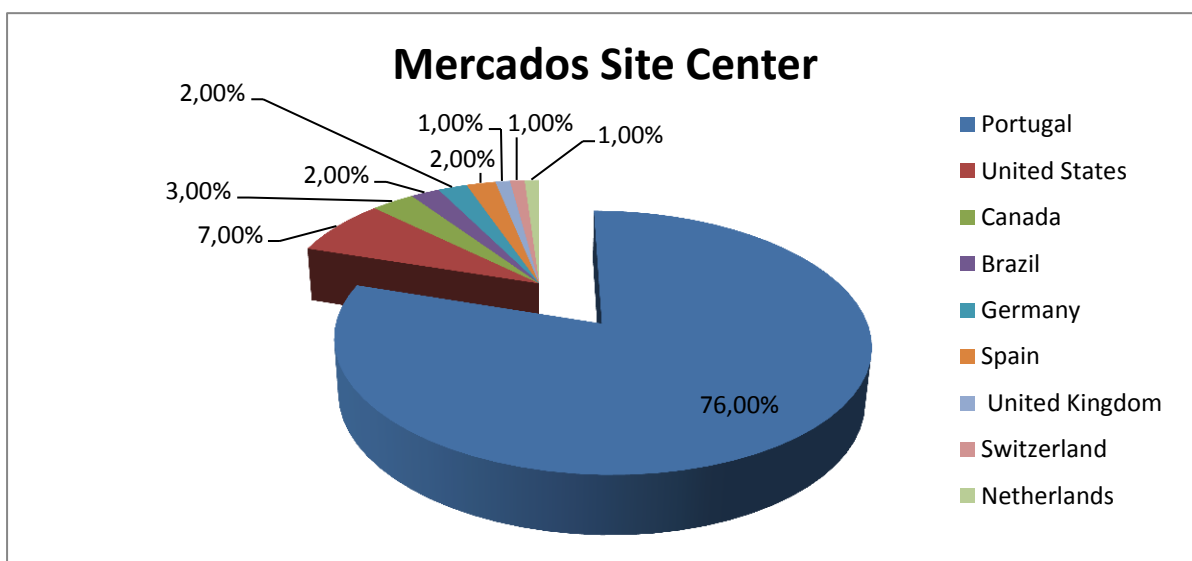
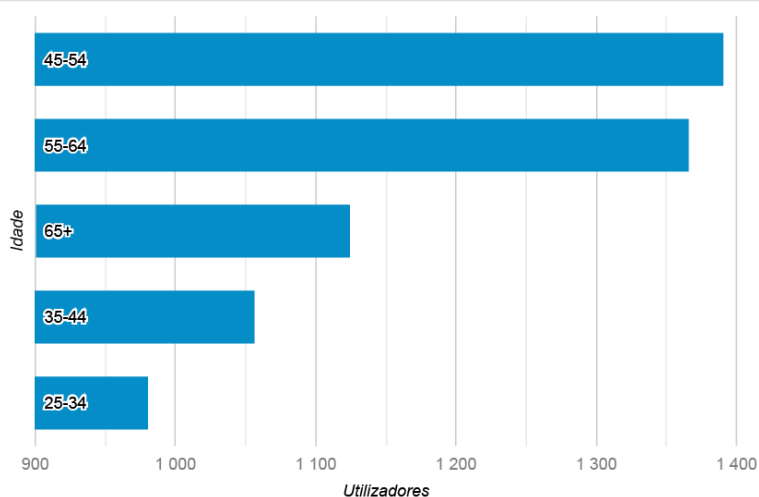


Utilizadores por Género

■ female ■ male



Utilizadores por Idade



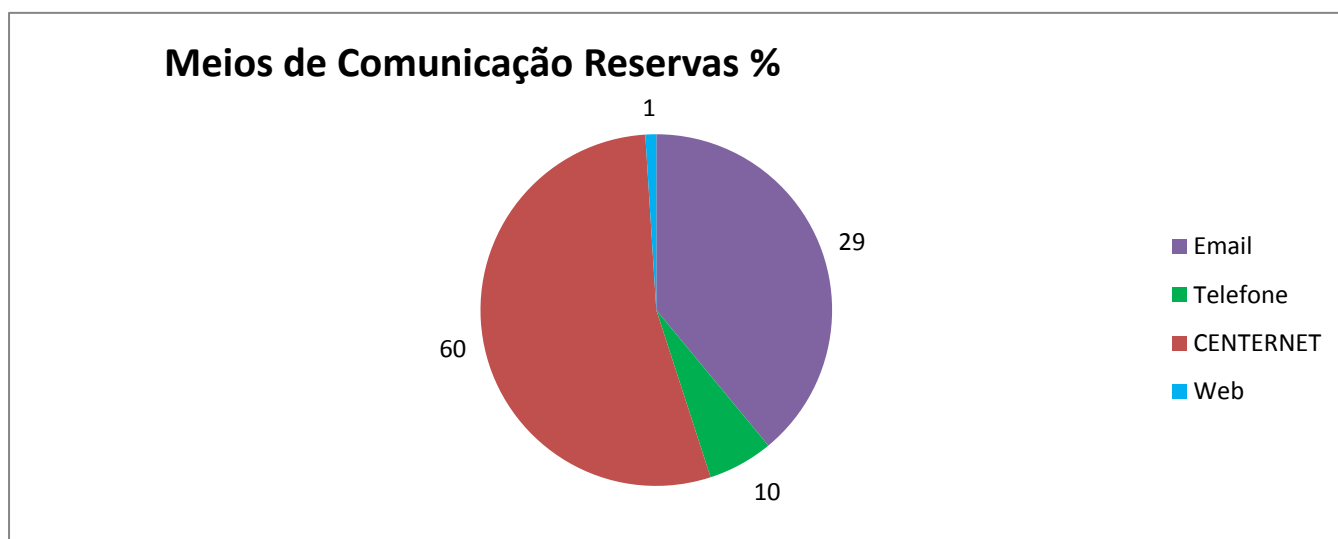
Fonte: CENTER – Central Nacional do Turismo no Espaço Rural 2021

3. Central de Reservas / CENTERNET

A TURIHAB, conjuntamente com a CENTER, durante 2021 através do sistema de reservas que integra todas as casas associadas, deu seguimento à reestruturação e reorganização de todos os sites em novos servidores, implementando novas medidas de segurança, proteção e recolha de dados.

Os gráficos apresentados abaixo têm em conta os dados relativos ao número de casas associadas que estiveram abertas durante o ano 2021.

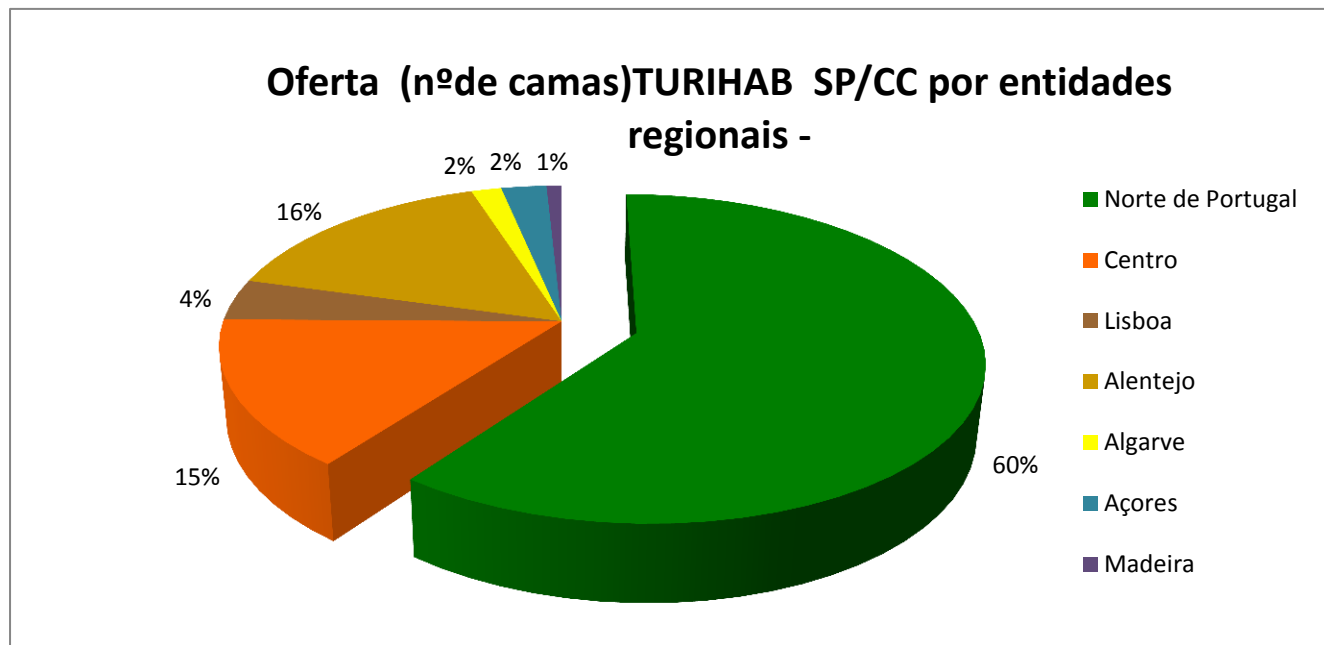
Gráfico nº 1: Meios de contacto para efetuação de reservas



Fonte: CENTER – Central Nacional do Turismo no Espaço Rural 2021

Análise do gráfico nº 1: Após a análise do gráfico nº1 que corresponde aos meios de contacto utilizados pelos clientes e Casas associadas, verifica-se que as comunicações para marcação de reservas, foram maioritariamente feitas através da CENTERNET e Email representando 89% de todas as comunicações efetuadas.

Registou-se uma forte adesão dos associados na utilização do sistema Centernet tendo registo um aumento de 6% em relação ao ano anterior a nível da utilização da plataforma da CENTERNET. Os pedidos de reserva presenciais foram nulos e as reservas telefónicas aumentaram em dez pontos percentuais, em relação ao ano 2020.

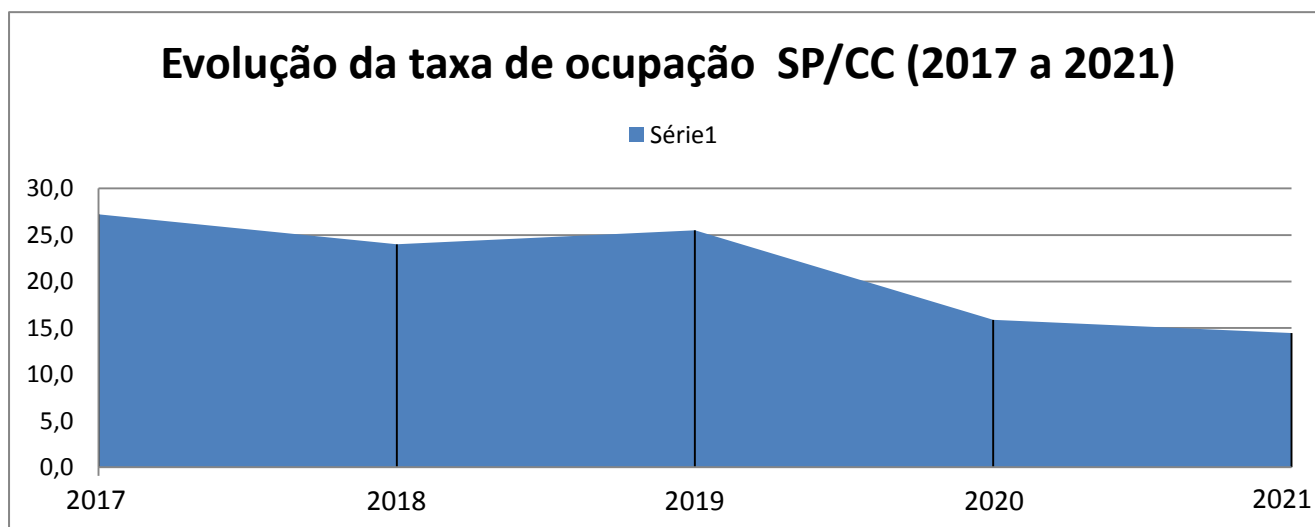
Gráfico nº2: Distribuição: Oferta (nº camas) TURIHAB/CENTER - Regiões de Turismo

Fonte: CENTER-Central Nacional do Turismo no Espaço Rural 2021

Análise do gráfico nº 2: Analisando a oferta dos Solares de Portugal e das Casas no Campo por distribuição geográfica de unidades de alojamento, no gráfico nº 2 verifica-se que no Norte de Portugal existe uma maior oferta. O Norte, com o Minho, Douro e Trás-os-Montes, representa 60% da oferta, seguindo-se o Alentejo com 16%, o Centro com 15%, Lisboa com 4%, o Algarve e os Açores, ambos com 2%, e a Madeira com 1%.

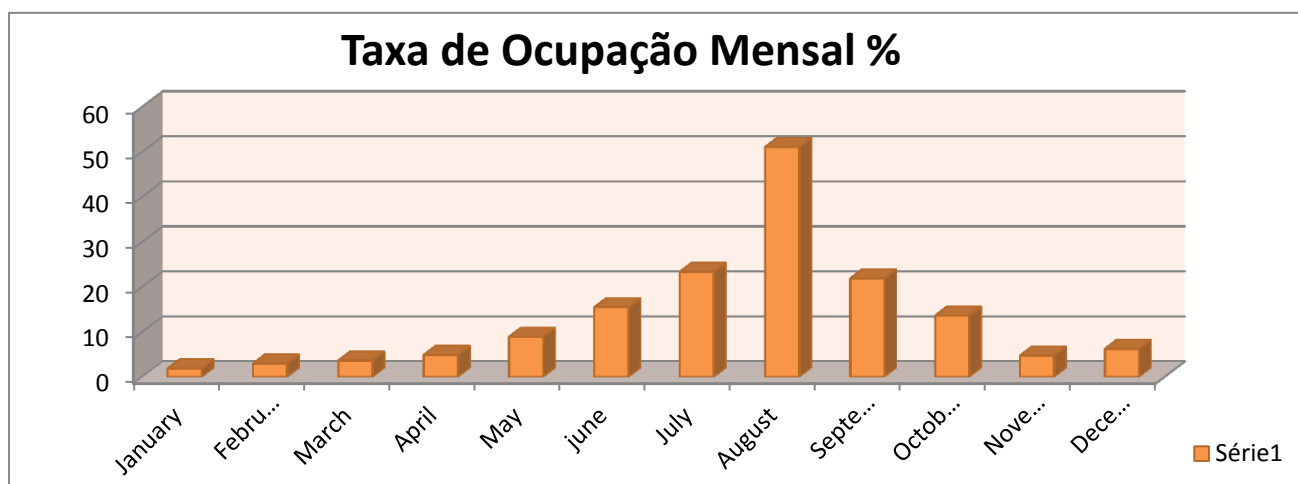
Turismo de Habitação e do Turismo no Espaço Rural. O ano 2021 devido ao agravamento da pandemia, os meses de janeiro a maio 100% das casas associadas estiveram fechadas.

No mês de junho, com o desconfinamento, verificou-se a abertura das casas, sendo que a taxa de ocupação se concentrou nos meses julho e agosto.

Gráfico nº 3: Evolução da Taxa Anual de Ocupação

Fonte: CENTER – Central Nacional do Turismo no Espaço Rural 2021

Análise do gráfico nº 3: Analisando o gráfico nº 3 que representa a evolução da taxa de ocupação dos Solares de Portugal (SP) e das Casas no Campo (CC) nos últimos três anos (2019, 2020 e 2021), verificou-se o efeito dramático da pandemia na diminuição de 45 % da ocupação em relação a 2019.

Gráfico nº 4: Taxa de Ocupação Mensal nos Solares de Portugal e Casas no Campo

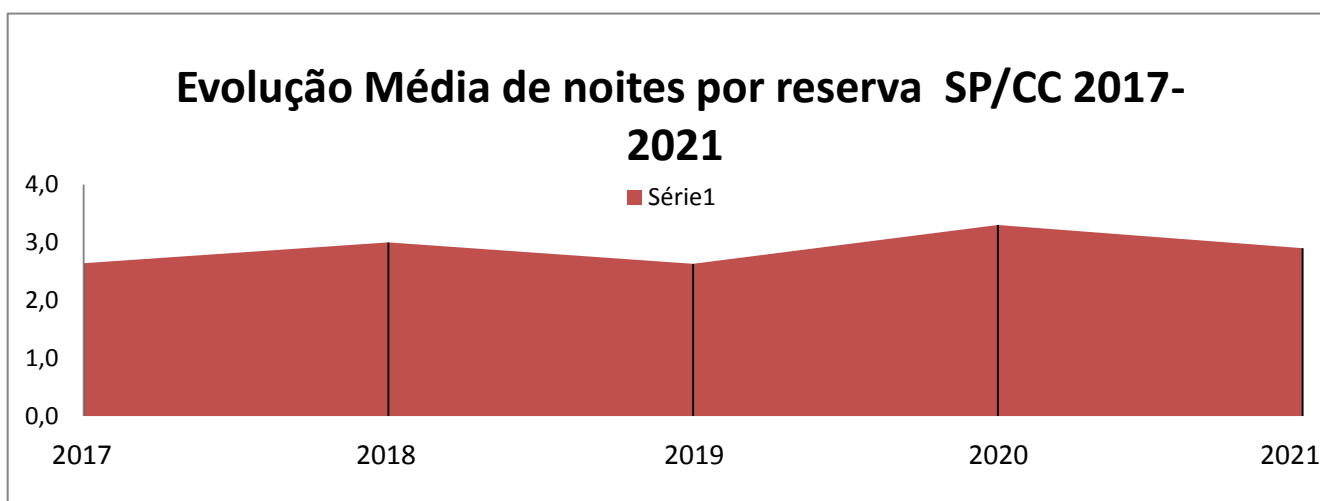
Fonte: CENTER – Central Nacional do Turismo no Espaço Rural 2021

Análise do gráfico nº 4: Relativamente à taxa de ocupação mensal dos Solares de Portugal e das Casas no Campo, observa-se no gráfico nº4 que a pandemia continua a agravar a sazonalidade que é um dos fatores mais problemáticos do Turismo de Habitação e do Turismo no Espaço Rural. O ano

2021 devido ao agravamento da pandemia, os meses de janeiro a maio 85% das casas associadas estiveram fechadas.

No mês de maio, com o alívio das medidas de sanitárias, verificou-se a abertura das casas, sendo que a maior taxa de ocupação se concentrou nos meses julho e agosto.

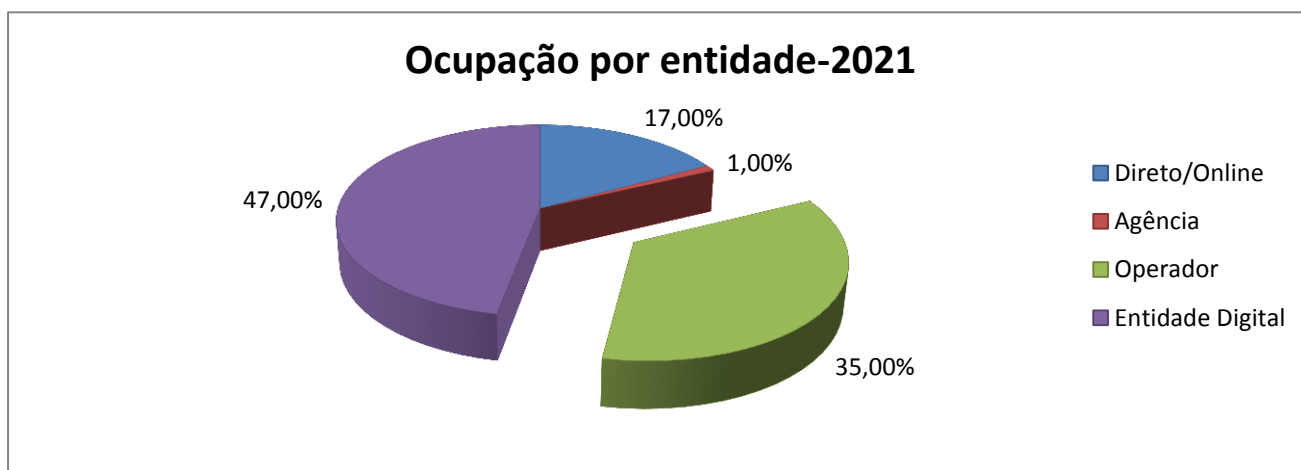
Gráfico nº 5: Evolução Média de Noites por Reserva



Fonte: CENTER – Central Nacional do Turismo no Espaço Rural 2021

Análise do gráfico nº 5: Em 2021, e apesar da situação pandémica, verificou-se uma oscilação relativa ao número médio de noites por reserva, passando dos 3,3 do ano de 2020 aos 2,9. Esta situação deveu-se ao aumento da procura de alojamentos TER/TH para estadias de curta duração e fruição do património e natureza.

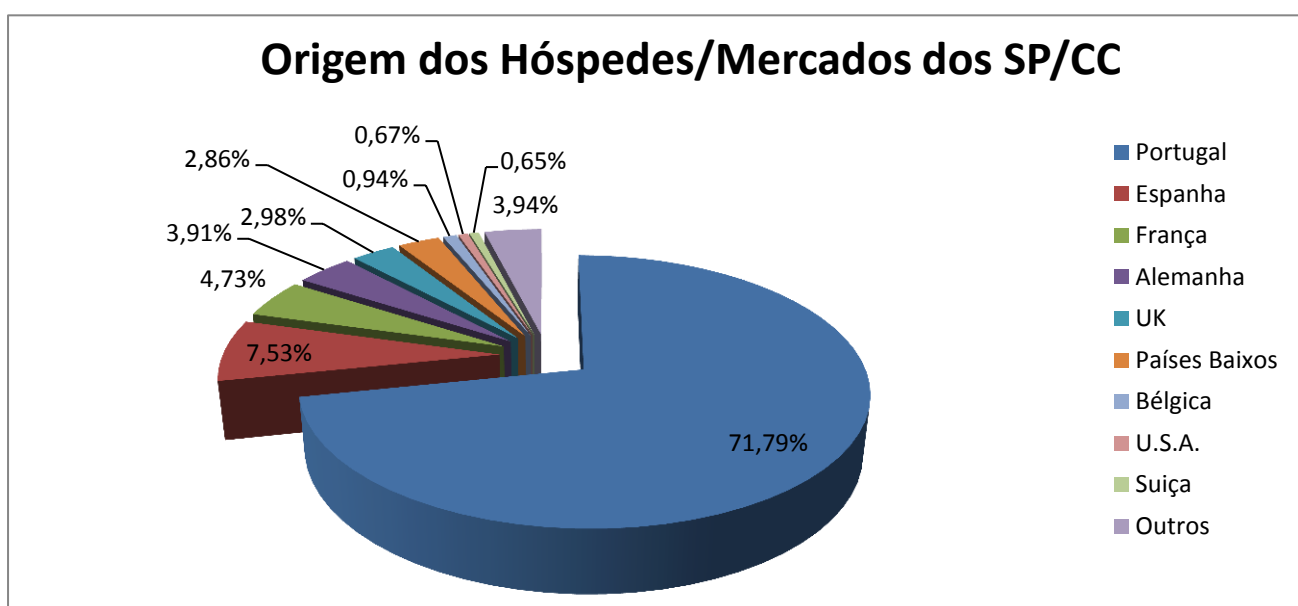
Gráfico nº 6: Origem das reservas por Entidade



Fonte: CENTER – Central Nacional do Turismo no Espaço Rural 2021

Análise do gráfico nº 6: Ao analisar o gráfico nº 6 relativo à origem das reservas por entidade dos Solares de Portugal e Casas no Campo verifica-se que, em 2021, a entidade digital foi a que gerou uma maior percentagem de reservas com 47%, seguindo-se os operadores que representam 35%. Os clientes diretos representaram 17% e as agências de viagem representaram 1%. A soma dos operadores e entidade digital representa 82% da ocupação total gerada através da CENTER / CENTERNET.

Gráfico nº 7: Origem dos Hóspedes/Mercados Solares de Portugal e Casas no Campo



Fonte: CENTER – Central Nacional do Turismo no Espaço Rural 2021

Análise do gráfico nº 7: Analisando o gráfico nº 7 referente à origem dos hóspedes por mercados para os Solares de Portugal e Casas no Campo, registou-se a mesma tendência de 2020, com 71,79% dos hóspedes de nacionalidade portuguesa. O mercado internacional representou 28,21% dos hóspedes, sendo liderado por Espanha (7,53%), seguida por França (4,73%), Alemanha (3,91%), Reino Unido (2,98%), Países Baixos (2,86%), Bélgica (0,94%), seguindo-se os Estados Unidos da América e a Suíça.

O mercado português registou, em 2021, um aumento significativo relativamente ao ano 2020 (62%), pois, devido ao confinamento e à proibição de entrada e saída do país, os portugueses tiveram a oportunidade de passar as suas férias e usufruir das atividades de lazer em território nacional.

A diminuição do mercado internacional deveu-se ao encerramento de grande parte das fronteiras e das medidas de confinamento impostas pelo governo de cada país.

Feedback dos clientes, hóspedes e Associados dos Solares de Portugal e Casas no Campo

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 o Turismo no Espaço Rural.

De acordo com os comentários efetuados pelos hóspedes nas diferentes plataformas de reservas e na CENTER, verifica-se uma predominância dos comentários positivos e uma tendência crescente da procura do TH - Turismo de Habitação e do TER - Turismo no Espaço Rural. Relativamente ao feedback e às opiniões maioritariamente positivas, destacam-se o conforto, a segurança e a higiene, o espírito de hospitalidade, a serenidade da vida no campo, a excelente localização e a relação entre a casa e o espaço envolvente.

Devido à pandemia, mantiveram-se as tendências de 2020, com os turistas a serem essencialmente portugueses, que reservaram os Solares de Portugal e Casas no Campo para fugir do dia-a-dia com restrições e terem a sensação de voltar à normalidade. Após vários meses de confinamento, as famílias optaram por eleger destinos rurais, de modo a que pudessem desfrutar de atividades ao ar livre. Além disso, a privacidade e os espaços disponíveis nas propriedades foram amplamente procurados, pois garantiam a segurança e a tranquilidade que os hóspedes tanto necessitavam.

Realizaram-se questionários de avaliação dos serviços prestados pelas casas aos hóspedes e pela TURIHAB aos associados, o que revelou ser de grande importância para a consciencialização dos aspetos da melhoria contínua dos serviços. Capacitaram também a TURIHAB de um instrumento fundamental para a gestão e monitorização do sistema de qualidade, em que esta deve continuar a desenvolver esforços para aumentar o número de respostas, envolvendo todos os associados nesta prática de implementação dos questionários aos hóspedes e do envio para a Associação proceder ao devido tratamento.

Só conhecendo a opinião de quem nos visita é que podemos aferir do grau de satisfação dos clientes e hóspedes e assim promover políticas de





qualidade conducentes à melhoria contínua do serviço prestado pelas casas. Fazemos jus ao trabalho desenvolvido por todos os Associados na monitorização do Sistema de Gestão da Qualidade dos Solares de Portugal e das Casas no Campo.

Estamos cada vez mais preocupados com a segurança sanitária dos nossos hóspedes, pelo que a maior parte das nossas casas estão certificadas com o selo *Clean&Save*, comprometidas com as rotinas que esta certificação o exige.

Queremos ser resilientes com o nosso património, sustentáveis na nossa atividade económica e na relação que temos com os nossos hóspedes e clientes.

No âmbito da qualificação dos serviços prestados pela TURIHAB e CENTER, em que foram realizados questionários de avaliação, para aferir o grau de satisfação das casas associadas, estes questionários foram enviados a todos os associados da TURIHAB e abrangem, de uma forma geral, todos os serviços prestados pela TURIHAB e pela CENTER. Os serviços foram o apoio ao associativismo, ao serviço de reservas e pagamentos, às questões genéricas de atendimento e na qualidade da informação. Analisadas as respostas, verifica-se um aumento significativo do grau de satisfação dos Associados, tendo-se verificado na escala de 1 a 4, a média geral de 3,53, tendo a simpatia e a cordialidade no atendimento obtido o valor mais elevado (3,79), conforme se pode analisar no gráfico abaixo.



Fonte: CENTER – Central Nacional do Turismo no Espaço Rural 2021

CONCLUSÃO

O ano 2021 ficou marcado pela forte aposta no marketing digital e promoção do Turismo de Habitação e do Turismo no Espaço Rural, na valorização do reforço do associativismo e na internacionalização dos Solares de Portugal e das Casas no Campo.

Apesar da conjuntura vivida, 2021 representou um ano de valorização em termos do apoio aos Associados e da digitalização dos arquivos da Associação, preparando desde já as comemorações dos 40 anos da TURIHAB em 2023.

O Plano de Atividades não foi executado na sua globalidade, pelos condicionalismos provocados pela pandemia, ficando algumas das metas adiadas para o ano 2022

Foram desenvolvidas ações de e-marketing e e-commerce, para promover novas formas de vivências e atividades lúdicas e criativas que dinamizem o potencial e a oferta das regiões, em que estão localizados os Solares de Portugal e as Casas no Campo e desenvolvam um turismo sustentável, em que o turista é recebido pelos anfitriões como um residente temporário e um amigo que ainda não conhecíamos.

Fomentamos as comunicações dos associados e clientes através do sistema online e por outros meios eletrónicos, reforçamos a promoção em mercados estratégicos e emergentes e fortalecemos a excelência da imagem da rede dos Solares de Portugal e das Casas no Campo.

Continuamos a desenvolver as itinerâncias “Portugal de Raiz” e “Portugal Campo e Mar”, levando em consideração os aspetos relevantes de cada casa, as vivências e experiências únicas no espaço envolvente. Fomentamos assim o turismo cultural, inteligente e criativo com a fruição do património no TH - Turismo de Habitação e do TER – Turismo no Espaço Rural em Portugal, seguindo sempre as medidas de segurança e higiene do Plano de Contingência impostas pela Direção-Geral de Saúde (DGS) e pela Organização Mundial de Saúde (OMS).

Estamos a evoluir de ano para ano com os nossos associados, para padrões cada vez mais elevados, uma melhor eficiência energética, o uso mais eficiente de água, uma melhor gestão dos resíduos, para melhorarmos a nossa relação com o ambiente e com a natureza.

Mantemo-nos na vanguarda do Turismo, de pessoas com pessoas e para as pessoas, garantindo a hospitalidade, o saber e a dedicação dos anfitriões fazendo jus à arte de bem receber em Portugal.

A Direção da TURIHAB agradece a todas as instituições públicas e privadas que contribuíram, durante 2021, para o engrandecimento da Associação, valorização do Turismo de Habitação e do TER – Turismo no Espaço Rural e a internacionalização dos Solares de Portugal e Casas no Campo, designadamente: Presidência da República, Ministério da Economia; Secretaria de Estado do Turismo; Turismo de Portugal; CT144; AICEP; Confederação do Turismo Português; APAVT; AHP; Associação Comercial do Porto e Palácio da Bolsa; AJH - Associação Portuguesa dos Jardins Históricos; APCA; Entidades e Agências Promocionais de Turismo: Porto e Norte, Centro de Portugal, Lisboa, Alentejo e Algarve; Secretaria Regional de Turismo dos Açores e da Madeira; as delegações do TP no estrangeiro; CCDR-N; CIM do Alto Minho; Município de Ponte de Lima; Câmaras Municipais; ADRIL - Associação do Desenvolvimento Rural Integrado do Lima; ADRIMINHO; ATHACA; ATA; Instituto Politécnico de Viana do Castelo; Escola Superior Agrária de Ponte de Lima; Instituto Politécnico de Castelo Branco; Instituto Politécnico do Cávado e Ave; Escola Profissional Agrícola de Ponte de Lima; EHTVC; UFP; UTAD; Universidade do Minho; Universidade de Aveiro; Universidade de Bournemouth; Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo; DECO; Casa da Terra - Minho Fumeiro; Centro Equestre do Vale do Lima; Inforneris; os parceiros internacionais da Europa das Tradições e das Fazendas do Brasil; *European Historic Houses*; Associação francesa *Bienvenue au Château*; comunicação social e todos os parceiros comerciais que cooperam com a central de reservas, a CENTER.

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, promovendo a identidade do Turismo de Habitação e do TER em Portugal.

Ponte de Lima, 31 de março de 2022.

O Presidente da Direção – Francisco Silva de Calheiros e Menezes

O Vice-Presidente da Direção – Álvaro Gil Quelhas Antunes de Azevedo

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