



# RELATÓRIO DE ATIVIDADES

## EXERCÍCIO 2024

**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](http://www.turihab.pt)  
Email: [info@turihab.pt](mailto:info@turihab.pt)

[//www.solaresdeportugal.pt](http://www.solaresdeportugal.pt)

[//www.center.pt/](http://www.center.pt/)

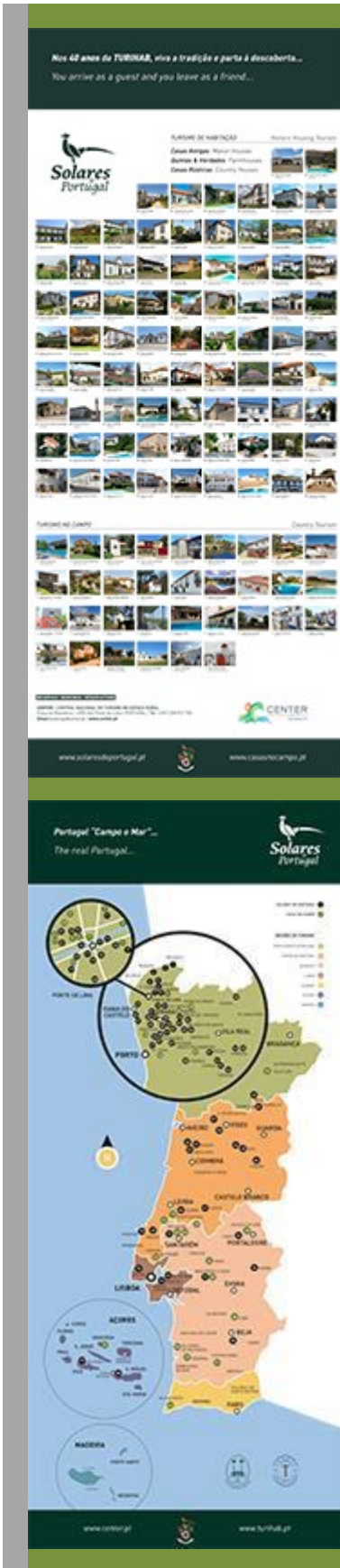
O ano de 2024 ficou assinalado pela comemoração dos 40 anos da internacionalização dos Solares de Portugal e pelo desenvolvimento do plano estratégico de marketing da TURIHAB para o próximo decénio.

No âmbito das comemorações dos 40 anos de internacionalização, e celebrando o primeiro artigo publicado na primeira página do *New York Times* (outubro 1984), sobre o Turismo de Habitação e os Solares com o título “*The Good Life, Portuguese Style*”, lançou as bases para a criação do *Livro Branco do Turismo de Habitação, das Origens ao Advir* em formato digital, que visa o estudo sobre a evolução histórica do conceito de turismo familiar e utilização do património; definição do perfil do empreendedor do Turismo de Habitação e do TER; o contributo e impacte no desenvolvimento das regiões e definição do perfil dos clientes e hóspedes dos Solares de Portugal e das Casas no Campo. Deu, também, início à execução de uma coletânea sobre os 40 anos de internacionalização da TURIHAB, com a inventariação de notícias, eventos, acontecimentos internacionais e redes de cooperação.

A TURIHAB desenvolveu várias ações e iniciativas, nas seguintes vertentes: valorização do associativismo e cooperação institucional, fomentando a excelência e a qualidade da oferta e o trabalho em rede; promoção e marketing relacional com a criação e implementação de novos produtos; comercialização e internacionalização, promovendo a identidade e autenticidade das marcas Solares de Portugal e Casas no Campo.

A TURIHAB foi convidada para integrar o Conselho Estratégico do Turismo do Porto e Norte. Este Conselho, enquanto Órgão Social da Associação de Turismo do Porto e Norte, é composto por 30 personalidades e entidades de reconhecido mérito, desempenhando um papel crucial na estratégia, desenvolvimento e consolidação do turismo na região.

A TURIHAB integrou a PREI - Plataforma Regional de Especialização Inteligente “Ativos Territoriais e Serviços do Turismo”, criada no âmbito da S3 NORTE 2027, modelo de governação que assenta no Conselho Regional de Inovação do Norte (CRIN) e nas suas Plataformas Regionais de Especialização Inteligente (PREI), visando assegurar a participação ativa dos atores regionais, no acompanhamento da implementação da estratégia, e no contributo para a melhoria do processo de tomada de decisão.



## 1. ASSOCIATIVISMO E COOPERAÇÃO INSTITUCIONAL

Com o mote “*Preservar o Património e Dinamizar o Turismo Sustentável, Responsável e Inteligente*”, a TURIHAB teve em 2024 como principal desafio o apoio aos seus Associados, reforçando as parcerias, o associativismo e a sustentabilidade social, ambiental e económica da oferta Solares de Portugal e Casas no Campo.

No âmbito da qualificação do Turismo de Habitação e do Turismo no Espaço Rural: Agroturismo e Casas de Campo, a TURIHAB promoveu reuniões de esclarecimento para a sensibilização e informação das Casas para a implementação do Manual de Boas Práticas para o TH/TER baseado na Norma Portuguesa para o Turismo de Habitação e Turismo no Espaço Rural, NP 4494:2010. A TURIHAB, através do seu *Help Desk* – Gabinete de Apoio, acompanhou os Associados e os empreendedores TH/TER nos processos de qualificação potenciando novos associados e a valorização da certificação do Turismo de Habitação e TER – Turismo no Espaço Rural.

Desenvolveu, também, ações de informação para a implementação das boas práticas amigas do ambiente. Atendendo a que os clientes têm cada vez mais uma consciência ecológica e ambiental, a TURIHAB envidou todos os esforços para apoiar os Associados no processo de informação e decisão para a adoção de energias amigas do ambiente e economicamente mais vantajosas.

A TURIHAB integra a CT 144 - Comissão Técnica de Normalização para o Turismo, do Turismo de Portugal, nas Subcomissão 10 (Alojamento Turístico) e a Subcomissão Técnica 014 - Sustentabilidade da CT 144, responsável pela normalização do Turismo, pelo desenvolvimento da NP 4494 do TH e TER e do manual interpretativo e de boas práticas, tendo participado em todas as reuniões havidas durante 2024.

A TURIHAB conjuntamente com a AQUAVALOR coordenam a PREI - "Ativos Territoriais e Serviços do Turismo", que visa promover estudos para a inovação nas áreas de turismo identificando novos produtos diferenciadores e investimentos em infraestruturas tecnológicas a serem financiadas nos territórios-alvo prioritários, tendo participado nas reuniões e ações desenvolvidas pela CRIN – CCDR-N.





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

A TURIHAB manteve a sua dinâmica de promoção do Turismo de Habitação e na angariação de novos associados, o que motivou novas candidaturas que foram apresentadas e se associaram à TURIHAB, no âmbito dos Solares de Portugal e Casas no Campo:

- a) Paço de Lanheses, localizada em Lanhese, concelho de Viana do Castelo, com 5 unidades de alojamento, RNET n.º 11909 TH, integrada nas Casas Antigas. O Paço de Lanhese é um grandioso e admirável solar localizado numa tranquila propriedade agrícola privada. Esta casa nobre encontra-se inserida numa paisagem idílica, nas margens do rio Lima, em plena planície aluvial cuja imensa fertilidade se traduz em campos verdejantes e floridos. Está classificada como Monumento de Interesse Público pela sua qualidade arquitetónica, pelo seu valor histórico e pelo seu excelente estado de conservação, sendo considerado um bem cultural de importância nacional. Foi um Paço construído no tempo áureo das “Descobrimentos”.
- b) Casa Altavista, localizada em Vitorino dos Piães, no concelho de Ponte de Lima, com 3 unidades de alojamento, RNET n.º 5754 – CC foi integrada no grupo das Casas no Campo. A Casa Altavista fica a 2 km do Caminho de Santiago de Compostela, a meio do percurso entre a cidade de Barcelos e a vila de Ponte de Lima. Esta casa de campo, resulta duma recuperação exemplar de 2 casas rústicas, espigueiro, eira, tanques, levada de água, escadarias em pedra e a restante envolvente. Também o mobiliário é de autor e a decoração personalizada, que aliam qualidade, conforto e beleza.

### 1.2. Reuniões dos Órgãos 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 no dia 17 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 a dezassete 17 de abril de 2024 para apreciação, discussão do Relatório e Contas da Direção e o respetivo parecer do Conselho Fiscal, referente ao ano de 2023, sendo aprovado por unanimidade.

A Assembleia Geral da TURIHAB reuniu a 19 de dezembro para apresentação, apreciação e discussão do Plano de Atividades e Orçamento para o ano de 2025, o qual foi aprovado por unanimidade.

### 1.3. Cooperação institucional

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 valorização, requalificação e posicionamento do TH e do TER.

A TURIHAB esteve presente na Tomada de Posse dos Órgãos Sociais da CTP – Confederação do Turismo Português, para o triénio 2024-2027, que se realizou a 11 de abril.

A TURIHAB participou no 1º Workshop de Descoberta Empreendedora para a atualização da RIS3T Galiza - Norte de Portugal, realizado no dia em Vigo e no Evento de co-criação para definição das áreas prioritárias e ações de cooperação transfronteiriça domínio da especialização inteligente, enquanto membro das Plataformas Regionais de Especialização Inteligente (PREI), realizado nas instalações da Escola Superior Agrária – Instituto Politécnico de Viana do Castelo, em Ponte de Lima.

No âmbito da parceria entre a TURIHAB, o Município de Ponte de Lima e o Projeto Vinculum (NOVA FSCH), foi realizada uma Ação de formação de voluntários para o projeto comum “Quinzena Aberta dos Solares”. À descoberta das casas históricas da Ribeira Lima. Durante dois fins-semana, abriram as suas portas a visitas guiadas pelos seus proprietários. As visitas, foram complementadas com duas conferências subordinadas ao tema da casa e dos jardins históricos, tendo como oradoras a arquiteta paisagista Teresa Andresen e a jornalista Paula Moura Pinheiro.

A TURIHAB participou no Workshop “História e Ciência Arquivística”, a 19 e 20 de Julho no Palácio Fronteira., tendo o Presidente da Direção tendo participado na mesa redonda “ Arquivos de Família e Casas Históricas: Estudos, Proteção, Valorização Económica”, com a palestra *Solares de Portugal - The Rich Legacy of Portugal’s Architectural and Cultural Heritage*.

A TURIHAB participou no Colóquio “Casa Nobre um Património com Futuro?”, organizado em colaboração com o Município de Arcos de Valdevez, o CITCEM e a Faculdade de Letras da Universidade do Porto que, que se realizou no dia 24 de outubro de 2024, no Palácio Fronteira., tendo o Presidente da Direção participado na sessão “Projetos de permanência no futuro”.

A TURIHAB esteve presente no Seminário “Turismo Equestre em Portugal”, que se realizou no dia 22 de novembro, numa iniciativa conjunta com a Equitação Magazine e Câmara Municipal de Aveiro, tendo Francisco de Calheiros participado como orador no o painel sobre “Turismo do Cavalo e a Preservação Cultural”.



## 2. PROMOÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO

Em 2024, a TURIHAB intensificou a internacionalização das marcas Solares de Portugal e das Casas no Campo através de novos canais de distribuição e em novos mercados, indo de encontro às novas tendências do mercado.

A TURIHAB deu continuidade à criação e ao levantamento de novos itinerários culturais, equestres, de jardins, de gastronomia e vinhos, tradições e lazer, que permitam promover os circuitos temáticos, com o mote “Cada Casa uma vivência, cada visita uma experiência”.

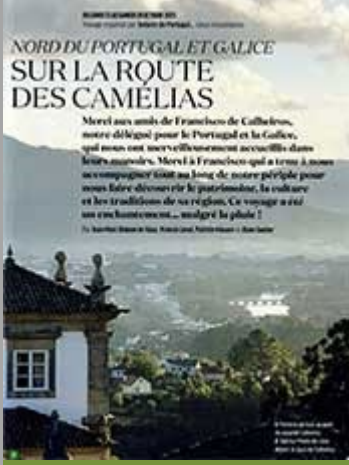
Os novos circuitos abrangem todas as casas associadas da TURIHAB tendo em conta a especificidade de cada casa e da região.

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. Estes circuitos estão a ser comercializados em operadores especialistas e de nicho, nos mercados do Reino Unido, Alemanha, Holanda, Bélgica, Suíça, Canadá, Austrália entre outros, com as seguintes temáticas:

- a) *A Manors Houses of Minho*
- b) *E-bike tour in Solares de Portugal*
- c) *Discover the Real Portugal trough the Solares;*
- d) *Discover Portugal gastronomy and wines with Solares;*
- e) *Discovery the heritage of Solares de Portugal;*
- f) *Solares Authentiek logeren in 3 wijnregio's*
- g) *"Ontdek de Taag en het groene hart van Portugal"*
- h) *rondreis: Langs de Portugese Route 66*
- i) *"Tussen de Minho en Douro rivier..."*
- j) *Gardens Tours - De tuinen van Noord-Portugal...*

A TURIHAB promoveu a publicação dos Solares de Portugal e Casas no Campo em brochuras e canais digitais dos operadores turísticos e nos meios de comunicação social, a nível nacional e internacional. Foram enviados por correio e por meio eletrónico os links do livro Saberes o Sabores Avoengos nos Solares de Portugal a todos os parceiros da TURIHAB, operadores, imprensa e *opinion leaders* que promovem a imagem global dos Solares de Portugal e Casas no Campo.





Foram realizadas um conjunto de ações integradas e orientadas para mercados internacionais, contando com o envolvimento efetivo dos Associados. Desenvolvemos ações de prospeção e promoção em mercados estratégicos, visitas educacionais com jornalistas estrangeiros, participamos em eventos internacionais e feiras, editamos materiais de suporte à promoção e *marketing*.

A TURIHAB marcou presença, na FITUR Feira Internacional de Madrid, no stand oficial de Portugal que decorreu de 21 a 24 de janeiro, em Espanha, na cidade de Madrid. A representação foi feita pelo Presidente da Direção, Francisco de Calheiros Foram efetuados vários contactos com jornalistas, operadores e agentes turísticos que demonstraram grande interesse pela oferta dos Solares de Portugal e das Casas no Campo.

A nível nacional, A TURIHAB esteve presente na BTL - Bolsa de Turismo de Lisboa, que decorreu de 28 a fevereiro a 03 de março, em Lisboa. Estiveram presentes a Diretora de Marketing Maria do Céu Sá Lima e a Técnica de Promoção Eduarda Alves. Foram realizadas reuniões com operadores e agentes turísticos.

Em termos de comunicação social, a TURIHAB teve a cobertura em diversas revistas, jornais, guias, blogues e reportagens e programas de rádio e televisão, de que se destaca:

- a) Revista European Boxwood and Topiary Society, Buis & Topiaires – França – trata-se de uma revista da Associação Francesa de Jardins, ETBS, com a publicação da reportagem “ *Portugal et Galice, sur la route des camélias*”, resultado do circuito realizado pela Associação EBTS;
- b) Jornal The Daily Telegraph – reportagem “ *Plan the perfect holiday in Portugal – a country that has everything*” da autoria da jornalista Mary Lussiana;
- c) Guias DuMont – Alemanha – Visita educacional do jornalista para validação da informação sobre os Solares de Portugal no guia alemão DuMont. Este guia foi publicado também, em Itália;
- d) Guia Petit Futé – França – publicação dos Solares de Portugal e da CENTER no guia e na plataforma digital;
- e) Boom Radio - programa da radio SHOW – UK – programa de rádio com o locutor Rob Jones, gravado na Casa do Cruzeiro do Outeiro em Ponte de Lima;

- f) Cadena SER – Espanha, Visita educacional do jornalista Brais Gonzalez, que resultou numa reportagem sobre os Solares de Portugal e Casa do Terreiro do Poço;
- g) Grupo/delegação de 40 empreendedores do Sindicato de Agricultores de Tirol do Sul, num almoço/reunião, com o presidente da TURIHAB, para apresentar o Modelo TURIHAB - precursora na criação de networks e do turismo sustentável em Portugal;
- h) Radio Antena 1 – Jornalista António Jorge, programa sobre a TURIHAB no âmbito das eleições europeias e a importância da Europa para o desenvolvimento do Turismo de Habitação em Portugal. Foram entrevistados o Presidente da TURIHAB e o associado da Casa das Torres;
- i) Porto Canal – programa Viver Aqui - sobre os Solares de Portugal e Casas no Campo – o exemplo do Moinho de Estorãos;
- j) Anuário Relógios & Canetas- a TURIHAB, conjuntamente com efetuou uma parceria para a oferta de descontos aos seus leitores com a publicação de várias páginas alusiva aos Solares de Portugal. A TURIHAB foi convidada para a festa de lançamento do Anuário Relógios & Canetas no Clube Suisse em Lisboa, tendo sido oferecidos 20 livros “*Saberes e Sabores Avengos nos Solares de Portugal*”;
- k) National Geographic-Viagens – Portugal – uma edição dedicada a Casas e Palácios Históricos de Portugal, onde alguns dos Solares de Portugal foram publicados, nomeadamente o Paço de Anha, Paço de Calheiros, Casa de Sezim e Paço de S.Cipriano;
- l) Revistas Villas & Golfe, Portugal - a TURIHAB associou-se à prestigiada revista Villas e Golfe tendo sido publicada a reportagem dos Solares de Portugal e a Ribeira Lima;
- m) Rubrica “Escapes de Fim-de-Semana” - a TURIHAB em parceria com o Grupo V (*revista Carros e Revista Motos*), para promoção, aliando as viagens de moto com a estadia nos Solares de Portugal. Foram publicadas as reportagens sobre a Quinta da Praia das Fontes e a Quinta da Alcaidaria-Mor. Esta parceria manter-se-á em 2025;
- n) Revista e blogue Viagens ao *Virar de Esquina – à Descoberta dos Solares* – a TURIHAB organizou visitas aos Solares de Portugal para o jornalista Henrique Saraiva. Desta educacional resultaram várias reportagens sobre os Solares de Portugal: Monte da Corte Ligeira, Aldeia da Pedralva, Solar Sampaio e Melo e Casa de Mogofores.





### 3. INOVAÇÃO E MARKETING DIGITAL

A TURIHAB em 2024, desenvolveu um Plano Estratégico de Marketing Digital para definição do posicionamento da marca, análise de público-alvo, motivações de viagens, precificação, e canais de informação e distribuição prioritários.

A TURIHAB como marca de turismo autêntico e cultural, está focada na conservação do património e na promoção do turismo sustentável, diferencia-se claramente no mercado e faz dela uma referência para quem procura experiências de viagem genuínas e enriquecedoras.

O posicionamento deve destacar as propriedades/casas como refúgios únicos que oferecem uma experiência de turismo cultural e histórico de alta qualidade, aliados ao conforto e ao serviço personalizado, dando enfoque ao conforto e exclusividade; à relação entre história e o bem-estar; experiências memoráveis: com atividades exclusivas, como degustações gastronómicas, visitas guiadas a locais históricos e roteiros de exploração cultural.

O público-alvo da TURIHAB inclui viajantes nacionais e internacionais que procuram experiências de turismo diferenciadas, autênticas e com uma ligação ao património e à cultura local. Os hóspedes são tipicamente: adultos com elevado nível de educação e interesse por história, cultura e património; viajantes conscientes, que valorizam práticas sustentáveis e procuram estadias em locais com identidade e carácter; famílias, casais e grupos que desejam explorar o interior de Portugal, longe do turismo de massas, e que valorizam um serviço personalizado e acolhedor.

Foram analisados perfis de hóspedes de 4 grupos etários: dos 25-35 anos; dos 35-45 anos, dos 45-65 anos e mais de 65 anos, verificando-se que as motivações da procura pelos Solares de Portugal são transversais: em que procuram experiências sofisticadas, culturais e autênticas, promovendo estadias em casas históricas que ofereçam conforto, exclusividade e um forte sentido de ligação ao património cultural português. Em todos os grupos há a necessidade de escapar da rotina profissional e encontrar refúgios que proporcionem relaxamento, conforto e um contacto próximo com a herança patrimonial; Experimentar a gastronomia local e participar em atividades ligadas à identidade das regiões que visita e sentirem-se bem recebido e valorizado como hóspede.

Relativamente à precificação, concluiu-se que os preços praticados nos Solares de Portugal garantem competitividade no mercado e permitem segmentar melhor o público-alvo, oferecendo opções nas diferentes tipologias que se alinhem com o valor percebido.

Comunicação para a TURIHAB e Solares de Portugal.

O modo de comunicação é um elemento essencial para transmitir a identidade e a personalidade da marca e deve ser cuidadosamente adaptado ao perfil dos clientes e ao tipo de experiência oferecida. Para a TURIHAB e os Solares de Portugal, o modo de comunicação deve refletir os valores de tradição, autenticidade e exclusividade, mantendo uma comunicação que seja acolhedora, respeitosa e envolvente.

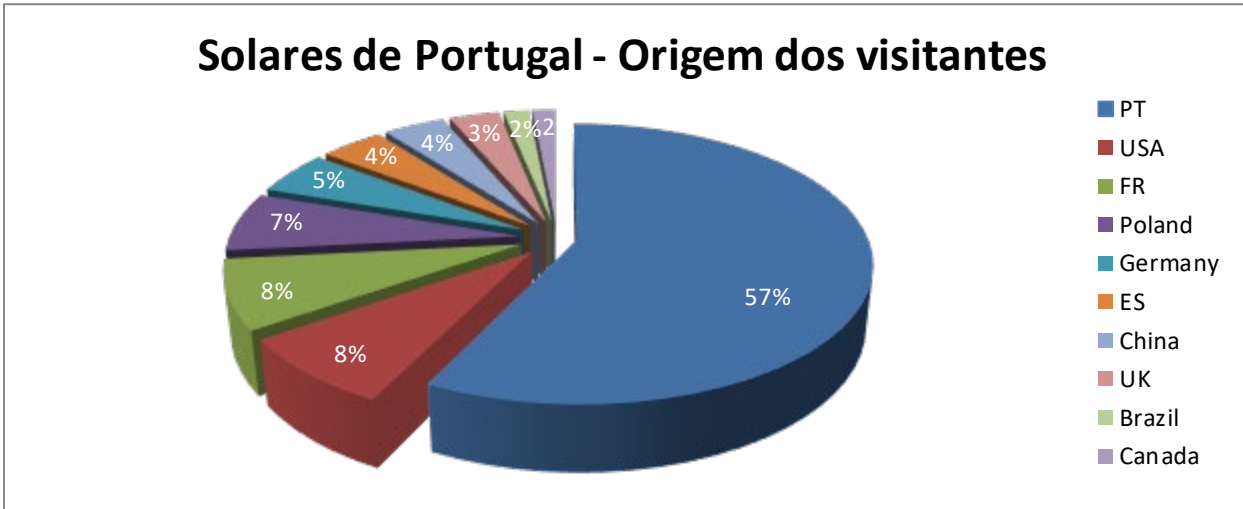
#### 4. MARKETING DIGITAL, RELACIONAL E DE CONTEÚDOS

A TURIHAB, em 2024, fomentou o marketing interativo e relacional, através de campanhas e ações promocionais online nos seus principais websites: [www.solaresdeportugal.pt](http://www.solaresdeportugal.pt) e [www.center.pt](http://www.center.pt). de modo a atrair e fidelizar clientes, agilizar as comunicações, por meio digital, entre associados e clientes, conquistar novos mercados e efetivar negócio. Dinamizou as campanhas associadas aos slogans “*Descobrir Portugal Autêntico*” e “*Portugal Campo e Mar*”.

O *site* [www.solaresdeportugal.pt](http://www.solaresdeportugal.pt) e o portal [www.center.pt](http://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. A percentagem de novos visitantes é de 89,73% (38 132) para o *website* Solares de Portugal, e de 90,38% (13 523) para o *website* CENTER. O meio de visita aos *websites* mais utilizado é o motor de busca do Google, sendo as proveniências destes visitantes de Portugal (72%), Estados Unidos (8%), França (8%), Polónia (7%), Alemanha (5%), Espanha (4%), China (4%), Reino Unido (3%), e Canada (2%). A categoria de dispositivo mais utilizado para aceder aos *websites* é o *PC Desktop* para mais de 50% dos utilizadores, seguido do telemóvel para cerca de 45 %, e o *tablet* para menos de 3% dos utilizadores.

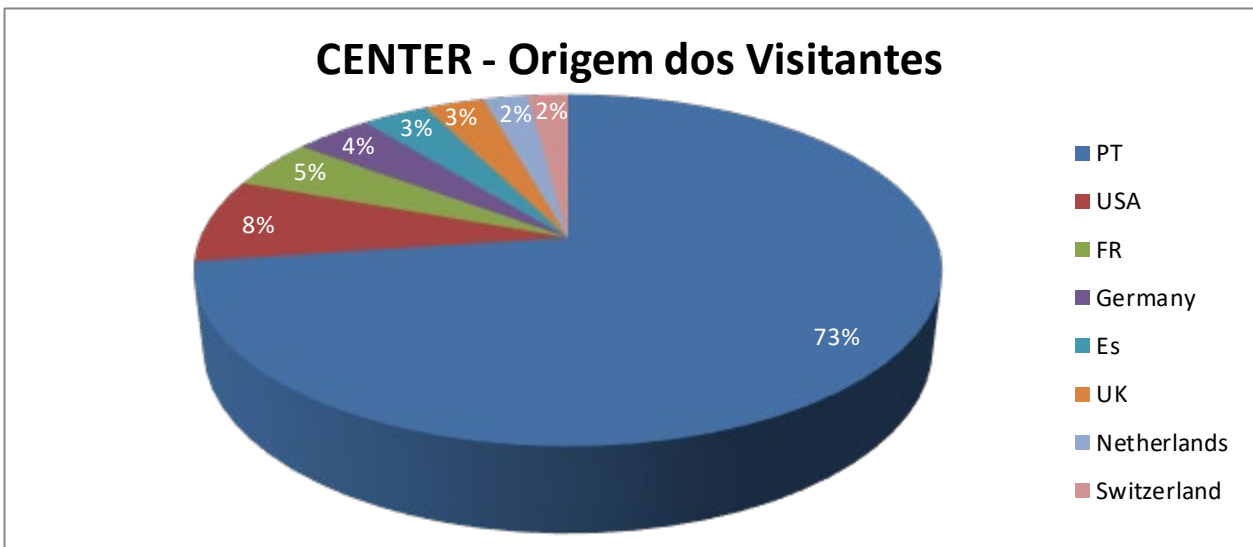
#### Solares de Portugal





Fonte: CENTER – Central Nacional do Turismo no Espaço Rural 2024

### CENTER



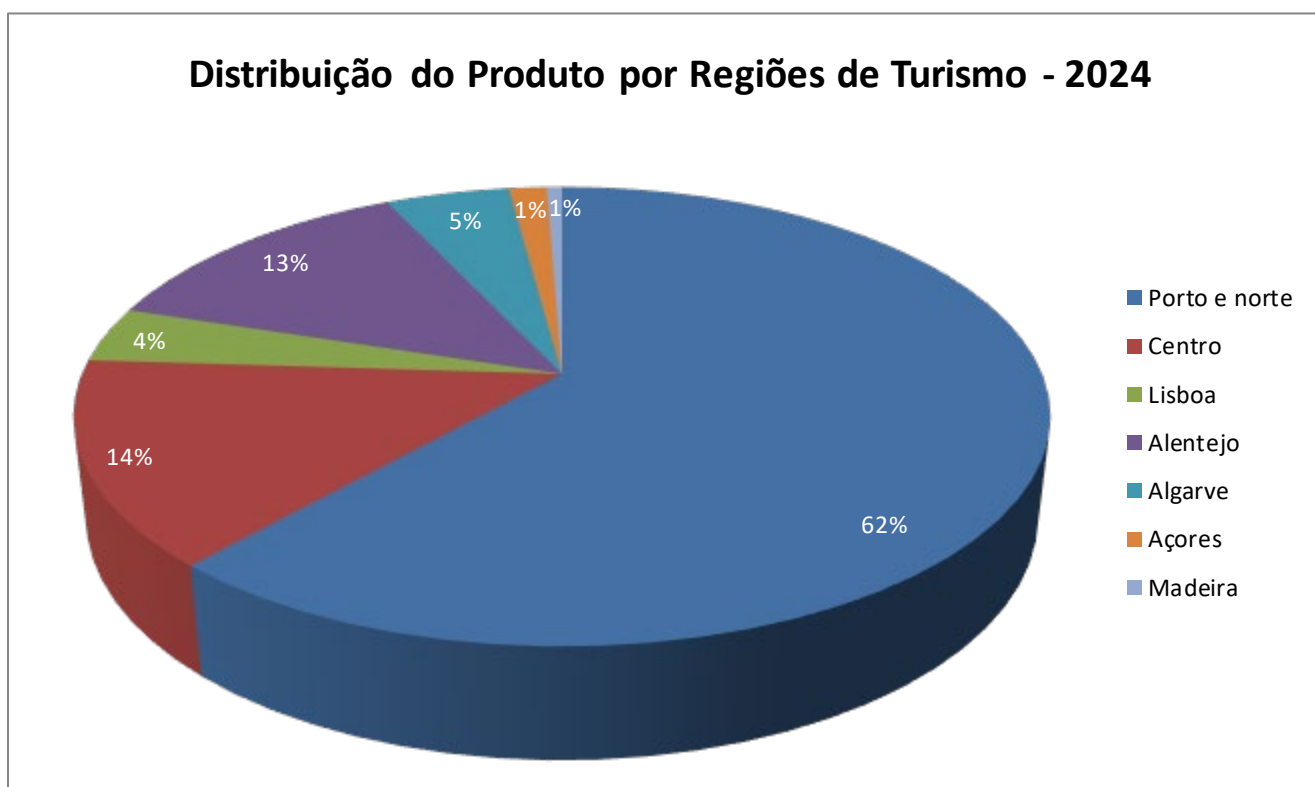
Fonte: CENTER – Central Nacional do Turismo no Espaço Rural 2024

## 5. Central de Reservas / CENTERNET

A TURIHAB e CENTER, em 2024, representam 120 casas de TH - Turismo de Habitação e TER - Turismo no Espaço Rural, totalizando a oferta de 878 unidades de alojamento e de 1.756 camas. A média de unidades de alojamento é de 7 quartos por casa, nos Solares de Portugal e 6 quartos, nas Casas no Campo.

Os gráficos apresentados abaixo têm em conta os dados relativos ao número de casas associadas durante o ano 2024.

### Gráfico nº 1: Distribuição: Oferta (nº camas) – Regiões de Turismo



Fonte: CENTER-Central Nacional do Turismo no Espaço Rural 2024

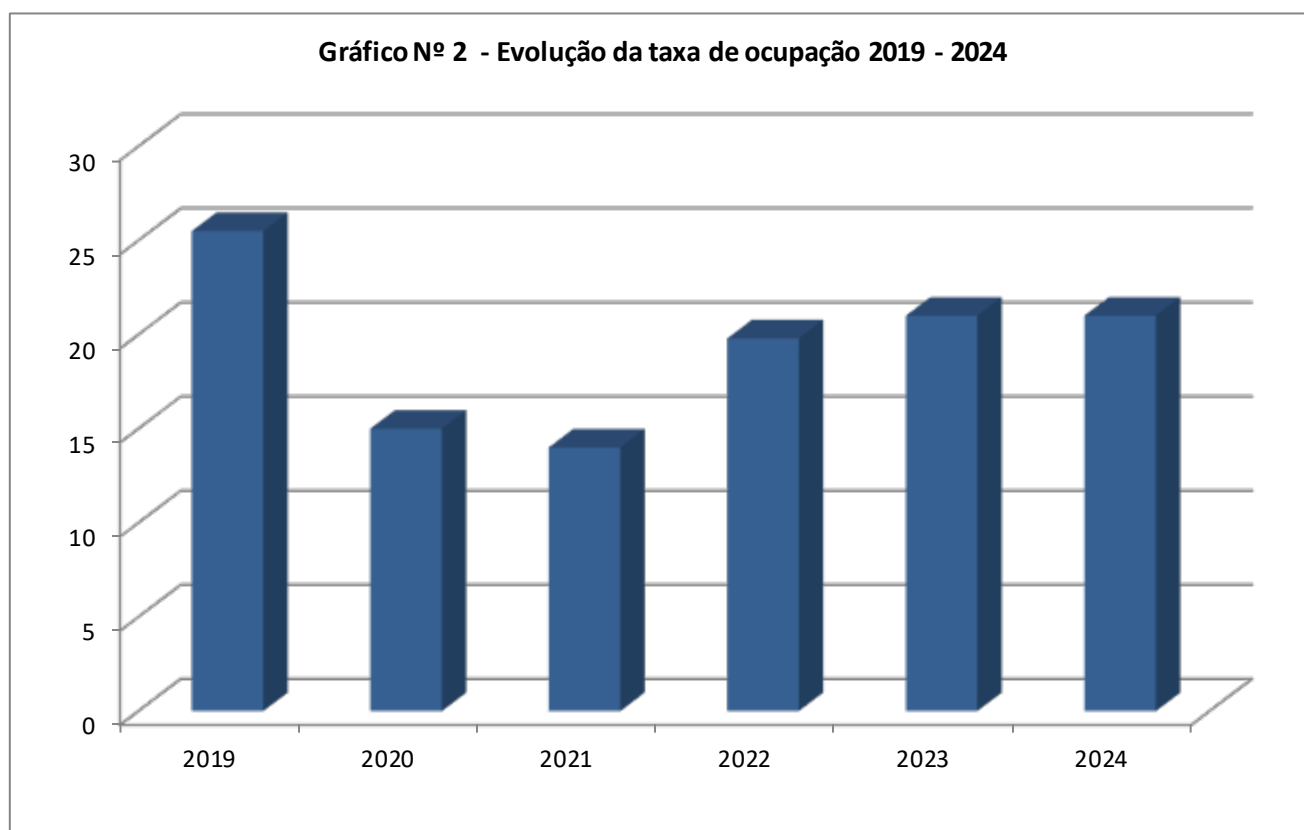
**Análise do gráfico nº 1:** Analisando a oferta dos Solares de Portugal e das Casas no Campo por distribuição geográfica de unidades de alojamento, verifica-se um aumento na região Norte de Portugal que representa 62% da oferta total, a região Centro com 14%, o Alentejo com 13%, Algarve com 5%, Lisboa com 4%, seguindo-se a região dos Açores e Madeira.

Em 2024, verificou-se uma diminuição da oferta disponível, justificada pelo encerramento temporário de alguns empreendimentos TH/TER.

### Procura/Avaliação das Taxas de Ocupação

O ano de 2024 foi marcado pela permanente instabilidade internacional e receio dos mercados, provocado pela guerra da Ucrânia e Médio Oriente, com efeitos negativos na procura. No entanto, a TURIHAB e a CENTER conseguiram contrariar a tendência generalizada levando a cabo um conjunto de ações nos mercados internacionais que objetivamente contribuíram para minimizar os impactos negativos na taxa de ocupação das casas associadas.

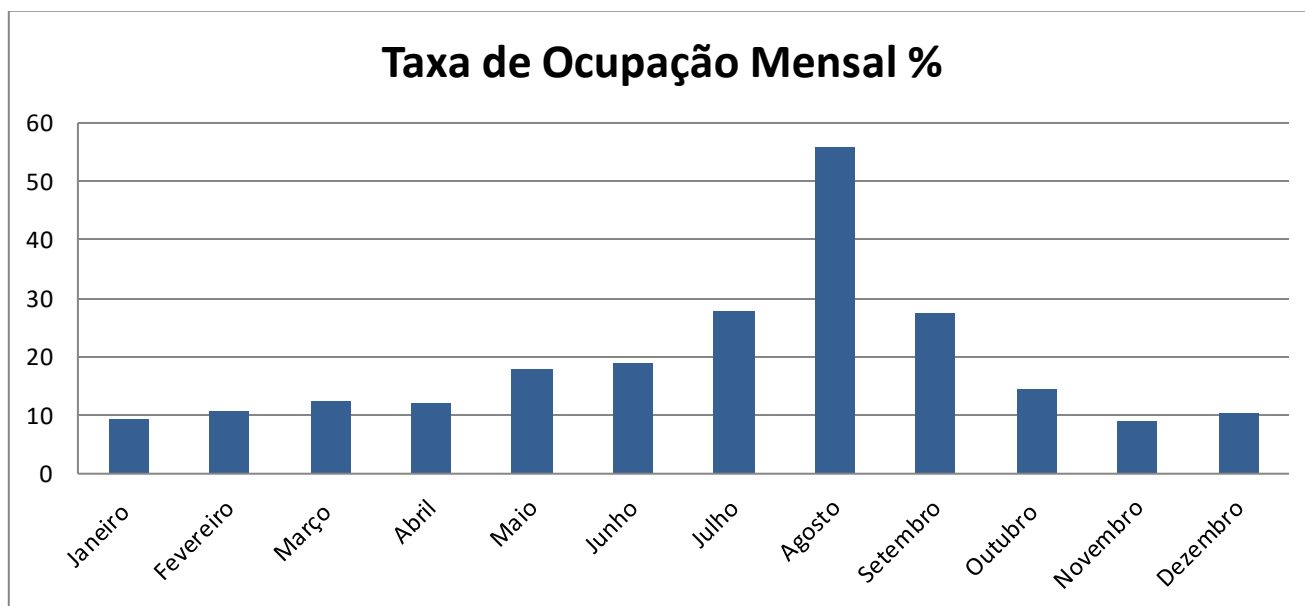
### Gráfico nº 2: Evolução da Taxa Anual de Ocupação



Fonte: CENTER – Central Nacional do Turismo no Espaço Rural 2024

O gráfico nº 2 que representa a evolução da taxa de ocupação dos Solares de Portugal e Casas no Campo (2019 a 2024), tendo-se registado um aumento da procura pós-pandemia. No entanto em 2024, verificou-se o mesmo número de dormidas do ano anterior, com uma taxa média anual de 21%.

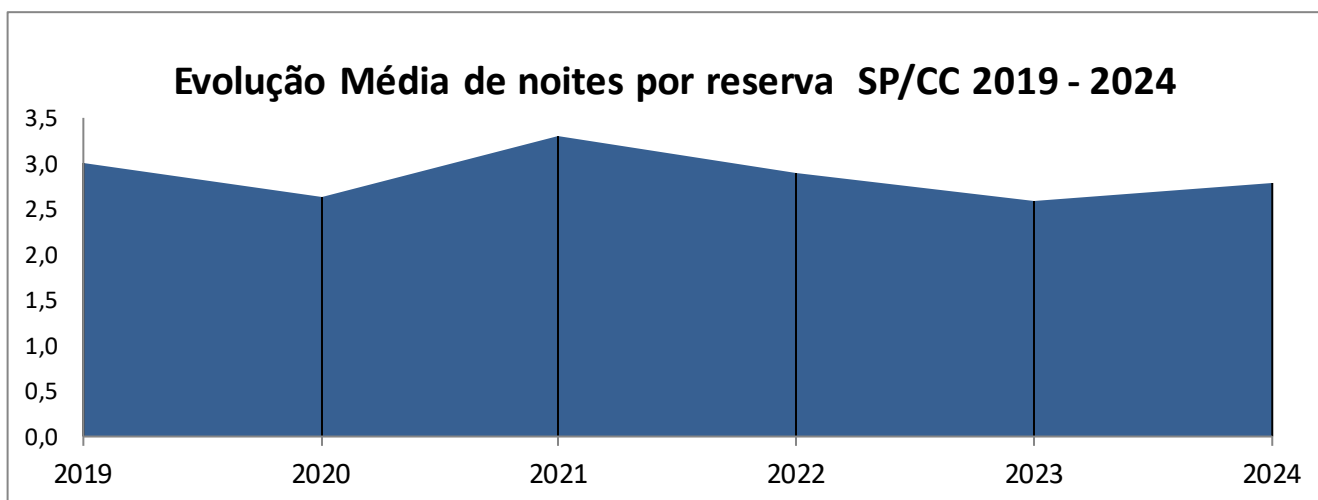
Gráfico nº 3 : Taxa de Ocupação Mensal nos Solares de Portugal e Casas no Campo



Fonte: CENTER – Central Nacional do Turismo no Espaço Rural 2024

**Análise do gráfico nº 3:** Relativamente à taxa de ocupação mensal dos Solares de Portugal e das Casas no Campo, verifica-se uma forte sazonalidade que continua a ser um dos fatores mais problemáticos do Turismo de Habitação e do Turismo no Espaço Rural. Registou-se em 2024 uma oscilação muito acentuada [TXO] entre a época baixa (9%) e a época alta, atingindo o valor mínimo de ocupação no primeiro e último trimestre e o valor máximo em agosto (56%).

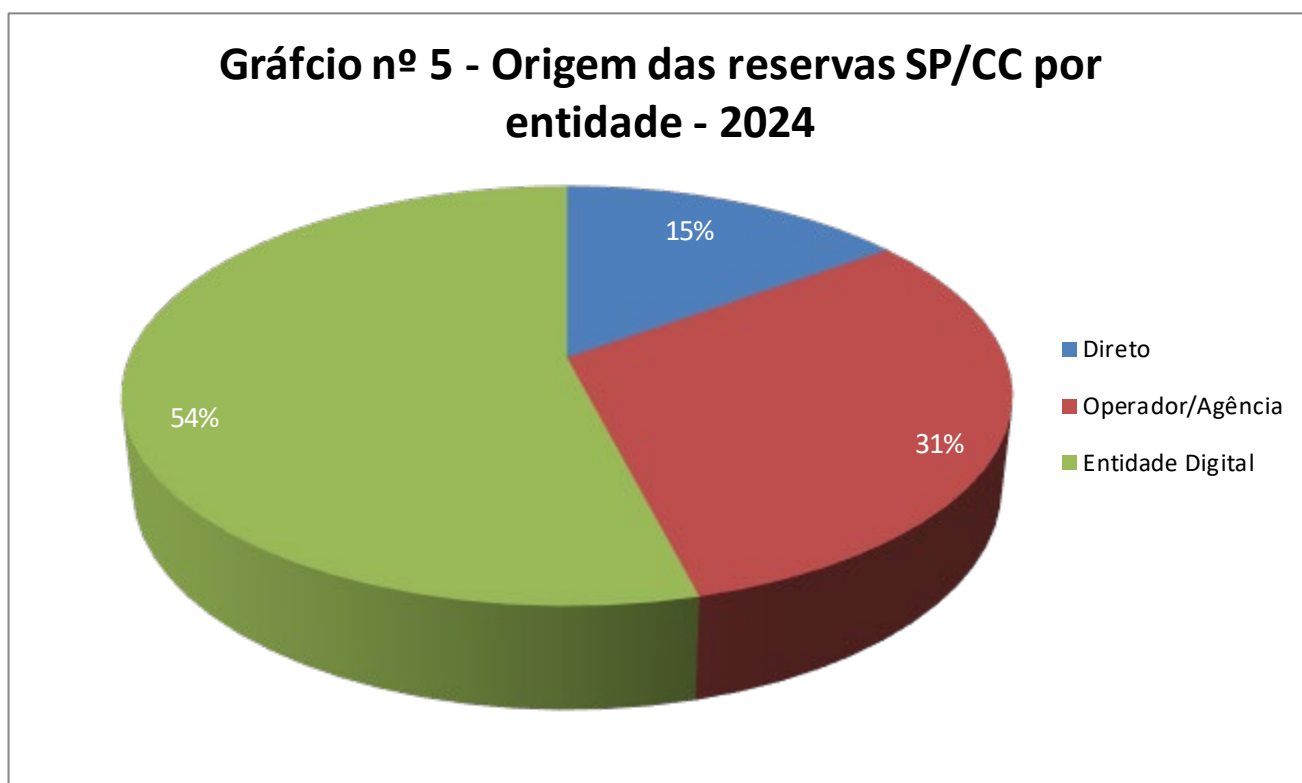
Gráfico nº 4 : Evolução Média de Noites por Reserva



Fonte: CENTER – Central Nacional do Turismo no Espaço Rural 2024

**Análise do gráfico nº 4:** Em 2024, verificou-se um aumento relativo ao número médio de noites por reserva, passando de 2,58 do ano de 2023 para 2,78 noites. Esta situação deveu-se ao aumento da procura por estadias mais longas, ainda que se tenha mantido estadias de curta duração, não inferiores a duas noites/por casa, contribuindo para esta média a criação de novos itinerários temáticos, programados entre casas e regiões.

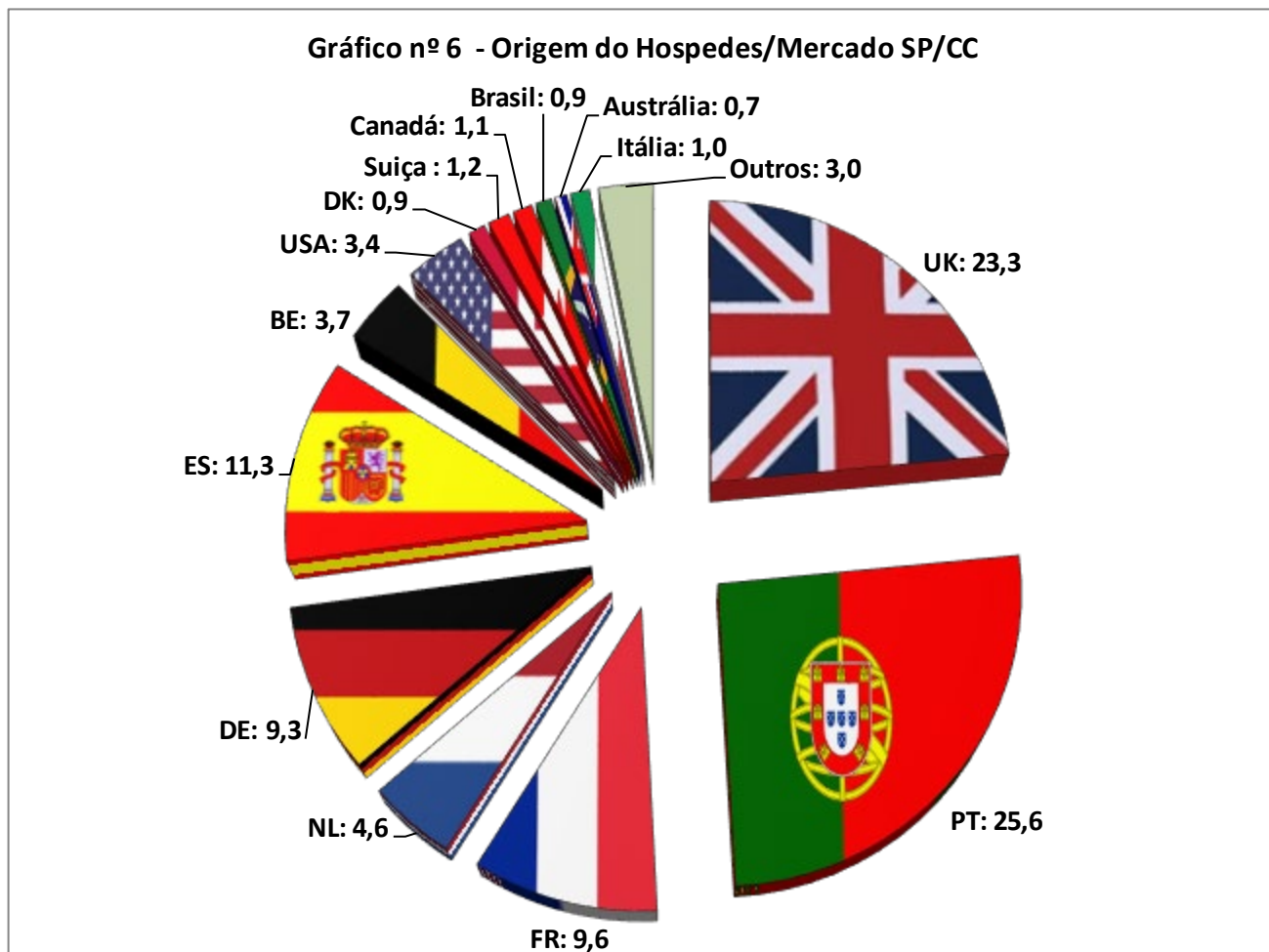
#### Gráfico nº 5: Origem das reservas por Entidade



Fonte: CENTER – Central Nacional do Turismo no Espaço Rural 2024

**Análise do gráfico nº 5:** Ao analisar o gráfico relativo à origem das reservas por entidade dos Solares de Portugal e Casas no Campo verifica-se que, em 2024, a entidade digital continua a gerar a maior percentagem de reservas com 54%, seguindo-se os operadores/agências que representam 31%. Os clientes diretos correspondem a 15%. Os clientes diretos e os operadores especializados e de nicho representam 46% da ocupação total gerada através da CENTER.

Gráfico nº 6 : Origem dos Hóspedes/Mercados Solares de Portugal e Casas no Campo



Fonte: CENTER – Central Nacional do Turismo no Espaço Rural 2024

No que diz respeito à procedência dos hóspedes dos Solares de Portugal e Casa no Campo, durante 2024, 75% foram de origem estrangeira (Gráfico nº 6) provenientes de 42 mercados. Sendo liderada pelo mercado do Reino Unido (23%), seguido da Espanha (11%), França (10%), Alemanha (9%) Países Baixos (5%) e Bélgica (4%). Estes são os 6 mercados europeus que se distinguiram em 2024, seguindo-se os E.U.A, (4%), a Suíça (1,5%), Canada (1.5%) e Itália (1% cada). Todos os outros mercados não europeus representam 4% verificando-se um aumento significativo do número de hóspedes dos mercados Estados Unidos, Canada; Austrália. O mercado português volta a registar os números pré-pandemia representando 25% de ocupação total gerada através da Central de Reservas.



### **Avaliação 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.

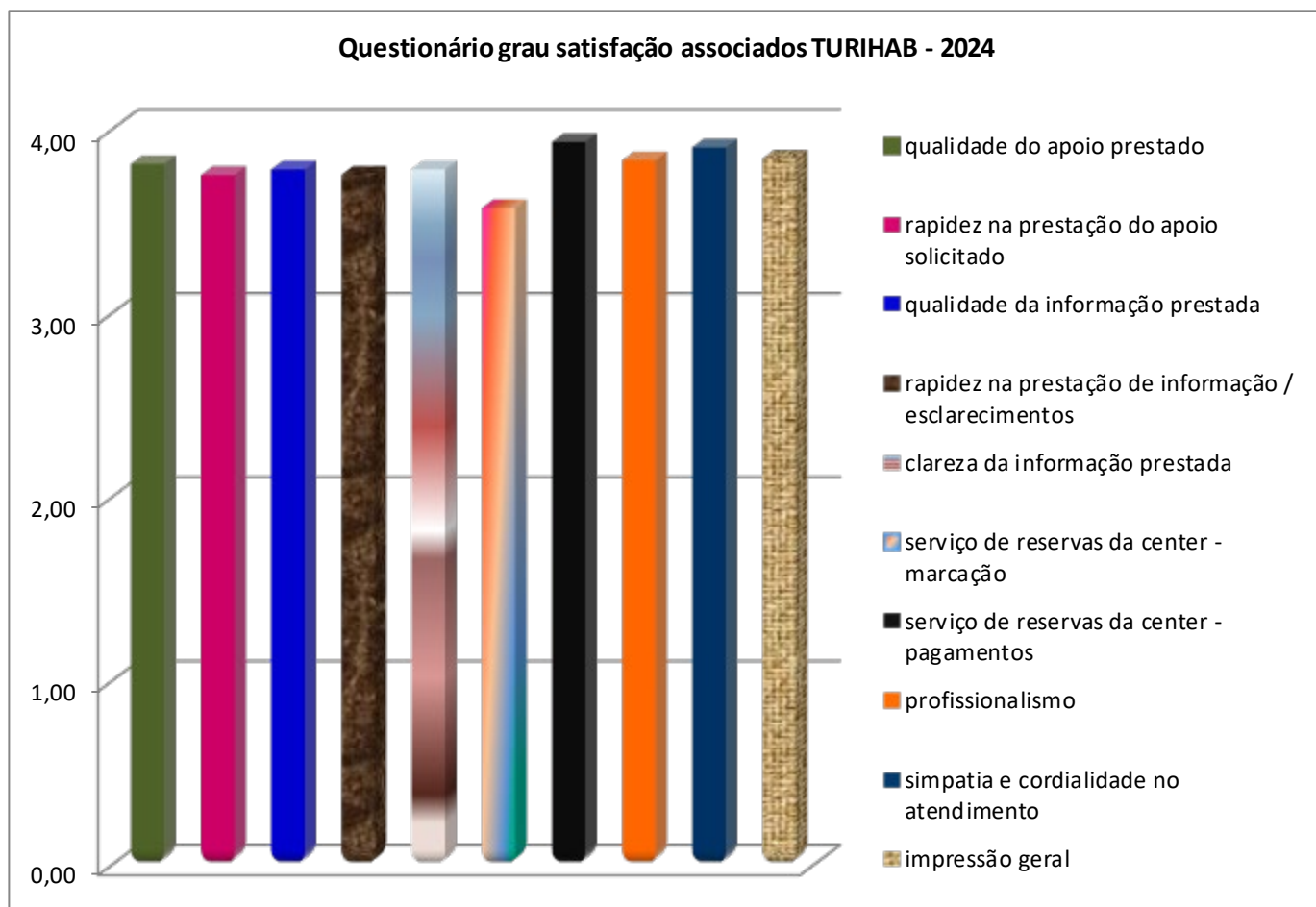
De acordo com os comentários efetuados pelos hóspedes nas diferentes plataformas de reservas e na CENTER, verifica-se uma predominância dos comentários positivos e uma tendência crescente da qualidade da oferta TH - Turismo de Habitação e TER - Turismo no Espaço Rural. Relativamente ao feedback e às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

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, dos Solares de Portugal e das Casas no Campo

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.

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 registado na escala de 1 a 4, a média geral de 3,84 (grau de excelência), tendo a simpatia e a cordialidade no atendimento e os serviços de reservas - pagamentos obtido o valor mais elevado (3,93) seguido do profissionalismo (3.83%), conforme se pode analisar no gráfico abaixo.



Fonte: CENTER – Central Nacional do Turismo no Espaço Rural 2024

A TURIHAB executou o Plano de Atividades na sua globalidade, tendo atingido os objetivos e as metas delineadas em 2024.

A TURIHAB dinamizou a internacionalização do modelo TURIHAB.; fomentou o associativismo e dinamizou o inter-relacionamento entre os Associados e potenciais clientes.; monitorizou as Boas Práticas do TH e TER e as práticas amigas do ambiente, que desenvolvam um turismo sustentável.; desenvolveu o marketing relacional e o *networking* institucional.; fortaleceu a excelência da imagem da marca Solares de Portugal e dinamizou a rede Casas no Campo, para fomentar a ocupação e satisfação do cliente e a sua fidelização.; promoveu itinerâncias, circuitos e pacotes diferenciados que potenciam a oferta das regiões, em que estão localizados os Solares de Portugal e Casas no Campo e desenvolvam um turismo alternativo sustentável.; fomentou as comunicações dos Associados e clientes através do sistema online e por meios eletrónicos.; alcançar novos mercados fomentando a internacionalização e a promoção em mercados estratégicos e de proximidade ; promoveu a marca Solares de Portugal reforçando o conceito de fruição do património e atratividades locais associadas ao destino Portugal Campo e Mar; Lançou as bases para a criação de uma “matriz de avaliação” para eleger os melhores Turismo de Habitação e do TER em Portugal.

A TURIHAB consolidou a implementação do sistema de reservas *online*; dinamizou o sistema de gestão de qualidade, mantendo o elevado grau de satisfação dos hóspedes em relação às Casas e ao serviço prestado pela TURIHAB e pela CENTER. A central de reservas manteve o número de dormidas em relação ao ano anterior; relativamente à proveniência dos hóspedes, retomamos o posicionamento dos mercados internacionais pré-pandemia com 75%, representando o mercado nacional 25% da ocupação total; aumentou as visitas aos *websites* dos Solares de Portugal, TURIHAB e CENTER em 11% destacando-se os Estados Unidos da América e a França; incrementou a presença das casas Associadas na imprensa e nas plataformas digitais que promovem os Solares de Portugal e Casas no Campo.

A TURIHAB desenvolveu uma estratégia de marketing para aumentar a visibilidade dos Solares de Portugal e Casas no Campo, promovendo estadias em propriedades históricas e no campo que proporcionem tranquilidade, conforto e uma ligação profunda ao património cultural português. Reforçando a mensagem “*Redescubra o património de Portugal, desfrute da tranquilidade e do encanto do Turismo de Habitação e TER em Portugal*”.

A Direção da TURIHAB agradece a todas as instituições públicas e privadas que contribuíram, durante 2024, 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; CNFT; 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; Município de Arcos de Valdevez; Município de Ponte da Barca; Município de Viana do Castelo; 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 Superior de Tecnologias de Fafe; Universidade Nova de Lisboa e FCSH; INESC TEC; UFP; UTAD; Universidade do Minho; Universidade de Aveiro; Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo; Escola Profissional Agrícola de Ponte de Lima; Universidade de Bournemouth; os parceiros internacionais da Europa das Tradições e das Fazendas do Brasil; European Historic Houses; EBTS France; 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, 14 de março de 2025.

---

O Presidente da Direção – Francisco Silva de Calheiros e Menezes

---

O Vice-Presidente da Direção – Manuel José Costa de Carvalho e Sousa

---

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

---

O Secretário da Direção – Maria Cristina de Matos Sampaio e Melo Inocêncio

---

O Vogal da Direção – Francisco Xavier Matos Meireles

---

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