
REDE CASAS BRANCAS MANUAL DE QUALIDADE



casas brancas
COSTA ALENTEJANA E VICENTINA

O **Manual de Qualidade Casas Brancas** é uma ferramenta de orientação prática para os empresários da rede Casas Brancas, para aqueles que querem integrar a Rede e para os agentes do sector do turismo em geral. Um instrumento de trabalho que inclui a origem e missão da Associação, os Critérios de Qualidade Casas Brancas e respectivas Cartas de Qualidade, assim como exemplos actuais de boas práticas.

Edição

Casas Brancas, Abril 2015

Coordenação e textos

Filipa Curto, António Falcão

Consultoria

The Home Project design studio (the-home-project.com)

Projecto gráfico

Flatland Design (flatland-design.pt)

ISBN: 978-989-96320-8-0

Depósito Legal: 391030/15

ÍNDICE

1. A Rede Casas Brancas – Quem somos?	4
2. Inovação, Criatividade e Autenticidade como valores de futuro	7
3. Casas Brancas: uma rede de princípios, exemplos e boas práticas	9
4. Manual de Qualidade – Rumo para uma valorização autêntica e dinâmica	18
Anexo: Cartas de Qualidade Casas Brancas, convite e interpretação	20

I. REDE CASAS BRANCAS – QUEM SOMOS?

2002 – 2008

CRIAÇÃO, CRESCIMENTO E CONSOLIDAÇÃO

Criada no ano de 2002, a Associação Casas Brancas teve um desenvolvimento crescente como rede de oferta turística na região do Sudoeste português. Nascida da co-operação de um grupo de proprietários de casas de turismo no espaço rural, que se uniram como forma de melhor promoverem o desenvolvimento sustentado da região, passando a trabalhar a uma só voz, atraíram desse modo uma maior faixa de visitantes que, cada vez mais, escolhiam este território em pleno florescimento no quadro turístico nacional e internacional.

Para além de terem ganho uma representação institucionalizada, foram identificados desde o início da actividade da Associação padrões inerentes ao seu bom funcionamento, tanto a nível individual, como no grupo, perfilando-se desde logo como uma rede de turismo de valor acrescido, onde a Qualidade era a peça basilar e a sua maior força, ganhando assim cada vez mais visibilidade. Deste modo, a persecução de um vínculo de boas práticas foi ponto certo, reflectindo e estabelecendo a fasquia da Rede a um nível superior, sendo essa a fonte de suporte de toda a organização, que apostava na promoção do licenciamento turístico, prática relativamente ausente na época. Daqui surgiu também a criação de um espaço dedicado na internet, como veículo principal da promoção dos serviços prestados por toda a Rede.

Tendo por base preocupações ambientais, sociais e arquitectónicas, os princípios instituídos deram espaço a um pulsar normativo de procedimentos, dando origem a uma Carta de Qualidade para cada sector de actividade – alojamentos, restaurantes e actividades – documento que (ainda hoje) demarca a linha de conduta dos associados das Casas Brancas, orientando os pressupostos para a entrada de novos associados que, a partir do momento de adesão, assumem o compromisso estabelecido nestas Cartas, passando a seguir os seus indicadores como directrizes da sua actividade, mantendo assim os níveis de qualidade de toda a Rede.

Em 2005, as Casas Brancas contribuíram para a criação do Manual para o Investidor em Turismo de Natureza, incitando o investimento privado em novos projectos que permitissem contemplar e desfrutar do património natural, arquitectónico, paisagístico e cultural, tendo em vista a oferta de um produto turístico integrado e diversificado. E em 2008, as Casas Brancas procuraram expandir-se e criar uma nova dinâmica, aumentando o seu número de associados, num processo gradual, passando a integrar igualmente membros das áreas da restauração e das actividades de animação turística.

2008 – 2014

A ROTA VICENTINA

Com uma posição cada vez mais forte na região e abertas as portas ao apoio institucional, abriu-se caminho para novos planos. Em 2008, a Associação lança o projecto **Rota Vicentina**, que tinha por base o desenvolvimento de uma rota pedestre, recuperando um troço histórico-religioso, suportada pela sua riqueza paisagística, e que viria à luz em Maio de 2012, abrangendo o Alentejo e o Algarve. Este projecto tornar-se-ia uma associação independente em Julho de 2013, integrando os associados das Casas Brancas mas também outras empresas e entidades públicas da região ligadas ao sector. Desde então, a Rota Vicentina teve um crescimento exponencial, sendo apontado pelas regiões de turismo e outras instituições como uma referência a nível nacional, com prémios acumulados e artigos em toda a imprensa internacional.

2014 – ...

CRIAR NA DIFERENÇA E NA AUTENTICIDADE

Doze anos volvidos sobre a sua criação e sem nunca esquecer a tomada de boas práticas, a Associação Casas Brancas dá um novo passo, implementando um projecto de **Turismo Criativo**. O plano é levado a cabo no início de 2014, estendendo-se até ao mês de Junho do ano seguinte. Aqui eleva-se o engenho criativo sustentado na identidade e nos valores culturais e patrimoniais da região, tendo em vista o desenvolvimento e a consistência da Rede como uma nova economia de experiências. Para além do desenvolvimento e consolidação dos serviços oferecidos, o projecto criou novas e efectivas ferramentas, num esforço claro de melhoria das exigências a nível de qualidade – que foram reflectidas na actualização das Cartas de Qualidade e na criação deste Manual – tendo como alvo primordial a divulgação no mercado internacional, e potenciando as épocas de menor afluência.

Regida pela garantia de qualidade no seu todo, a Associação Casas Brancas distingue-se de igual modo por um conjunto de características diferenciadoras que nomeiam as marcas identitárias dos seus associados. Atributos qualitativos que, para além de apresentarem o elemento colectivo e associativo, salientam o individual e o singular. Sendo esta variedade da singularidade o argumento mais válido e assinalado como ponto forte de toda a rede, não pelos recursos físicos que cada estabelecimento possui, mas sim pelo modo particular como os oferece aos clientes.

Mais do que quantidade e dimensão dos investimentos na cultura, importa reforçar os recursos existentes, articulá-los, dar-lhes forma e valor e garantir a sua qualidade, integrando-os no único circuito que os pode sustentar, que é o Turismo. Compre-

endendo este conceito no seu sentido mais lato, importa fomentar eventos culturais, museus, artistas, artesãos, e até produtores locais numa rede alargada de prestadores de serviços de “turismo de natureza”, articulados com alojamentos, restaurantes e empresas de animação turística, constituindo uma oferta mais forte, coesa e próxima do mercado.

A RETER

- ASSOCIAÇÃO FUNDADA EM 2002 POR PROPRIETÁRIOS DE TURISMOS NO ESPAÇO RURAL.
- DIVULGAÇÃO DE UMA REDE DE ASSOCIADOS A UMA SÓ VOZ, COM FUNDAMENTO INSTITUCIONAL.
- INTEGRAÇÃO DE ASSOCIAÇÕES DA RESTAURAÇÃO E ACTIVIDADES DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA.
- CRIAÇÃO DE WEBSITE PRÓPRIO PARA A PROMOÇÃO DO MUNDO CASAS BRANCAS.
- IMPLEMENTAÇÃO DE UMA CARTA DE QUALIDADE, COMPROMISSO ASSUMIDO PELOS ASSOCIADOS.
- DO MANUAL DO INVESTIDOR À ROTA VICENTINA, FERRAMENTAS ESSENCIAIS PARA USUFRUIR DA REGIÃO.
- AS CASAS BRANCAS COMO PORTA DE ENTRADA NA REGIÃO DO SW ATRAVÉS DO TURISMO CRIATIVO.
- OLHOS POSTOS NO FUTURO COM PERMANENTE REALCE PARA AS SINGULARIDADES, DENTRO E FORA, DE TODA A REDE.

2. INOVAÇÃO, CRIATIVIDADE E AUTENTICIDADE COMO VALORES DE FUTURO

**“AS PESSOAS VÃO ESQUECER O QUE DISSE
AS PESSOAS VÃO ESQUECER O QUE FEZ,
MAS JAMAIS ESQUECERÃO
COMO AS FEZ SENTIR.”***

Com quase década e meia de vida, é agora altura de encarar o futuro. Passada em revista a cronologia da associação, e depois de uma análise profunda do caminho percorrido, as casas Brancas olham para a frente e definiram uma estratégia que permite abraçar os novos dias que chegam, com outra perspectiva.

Potenciar a Proximidade Geográfica

– Fazer parte de uma rede cria laços entre os associados, fortalecidos pelo factor de proximidade, gerando relações entre eles e potenciando o conhecimento que têm do território que, em consequência, se reflete nas sugestões que acabam também por guiar os hóspedes.

O Proprietário Casas Brancas enquanto *Expert*

– Enquanto guia-especialista com entendimento privilegiado do território, que recebe pessoalmente o visitante, partilhando informação com ele, cria uma relação temporária de “proximidade,” “customizando” a experiência que lhe proporciona de forma individual e personalizada e portanto única.

O envolvimento do vizinho com o lugar

– Ser cliente Casas Brancas significa ser acolhido por especialistas que partilham os “segredos” da região de forma dedicada e selectiva, transferindo um sentimento de pertença, levando o visitante a apropriar-se do lugar, da cultura e modo de viver, prolongando a memória e o efeito da experiência Casas Brancas e quebrando a impressão temporária da estadia.

* no original “People will forget what you said, people will forget what you did, but people will never forget how you made them feel.” – citação de Maya Angelou, artista Americana.

- As vivências socialmente envolventes levam o visitante a criar laços que se estendem para lá da visita: o visitante/cliente partilha o seu conhecimento e exprime emoções, deixando algo de si ao passar pelo território e ao **mergulhar nestas experiências**, promovendo vivências profundas e singulares, que ficam para a vida.

Chave para a descoberta da região

- A rede Casas Brancas proporciona a descoberta das singularidades da cultura e vida locais, posicionando os serviços dos alojamentos, actividades e restaurantes para este efeito como a melhor fórmula para que isso possa ser proporcionado aos visitantes da região.
- Escolher e promover as vivências mais icónicas da região. Aquelas verdadeiramente autóctones, que definem a forma como a Rede faz a ponte entre visitante e a cultura local mais autêntica. Desta forma possibilitando um conhecimento mais profundo e uma vivência mais real da região – oferecendo uma experiência original e rica, que não se pode encontrar de outro modo e não faz parte dos usuais pacotes turísticos.

3. CASAS BRANCAS: UMA REDE DE PRINCÍPIOS, EXEMPLOS E BOAS PRÁTICAS

Nesta ligação à terra e à consciência dos problemas que o planeta enfrenta, é de crucial importância a integração dos associados numa rede de partilha de ideias e boas práticas. Deste modo, é possível potenciar as sinergias existentes com uma maior eficácia, fomentando uma atmosfera de parceria mais forte entre os associados, criando complementaridades entre os vários tipos de oferta turística, tanto na divulgação como na interacção de actividades organizadas por cada membro da Rede. Como um ponto que se pode ligar a outro e criar uma linha. E desta gerar um elemento sólido e concreto, com maior visibilidade para o exterior.

A RETER

- CONSCIÊNCIA DETERMINADA DO UNIVERSO QUE NOS RODEIA E QUE PISAMOS.
- IMPORTÂNCIA PRIMORDIAL, SEM PAR, DO VALOR COMBINADO DO GRUPO.
- PROPAGAR SINERGIAS E VONTADES EM ESPÍRITO COLECTIVO.
- A IMAGEM SÓLIDA QUE É DADA AO EXTERIOR.
- PLATAFORMA DINÂMICA PARA O MUNDO.

Os Princípios orientadores transversais à Rede e suas Boas Práticas

Na óptica de que o cliente sai completamente satisfeito com a experiência vivida dentro da rede Casas Brancas, foram estabelecidos pontos-chave que se pretendem aplicar à actividade deste organismo associativo, como um fundamento activo para os seus membros, definido por quatro princípios basilares:

3.1 Responsabilidade Social e Ambiental

3.2 Relação com o Património e a Cultural Local

3.3 Orientação para o Cliente

3.4 Relação com a Rede Casas Brancas

3.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL

Como um dos mais importantes sectores em desenvolvimento na região, o Turismo de Natureza, para além do seu desenvolvimento e consolidação, tem de ser preservado e bem gerido, com uma atitude responsável, encontrando um equilíbrio entre a inovação, os costumes, a identidade local e o meio-ambiente. Acima de tudo, neste ponto que sumariza as apreensões sociais e ambientais da Associação Casas Brancas, pretende-se levar de um modo mais concertado a forma como se deve encarar a comunidade e o ambiente, tomando medidas para conservar o património e preservar a cultura, numa tarefa que deverá estar na linha da frente e ser feita em conjunto, responsabilizando a Rede e os associados, que devem ser tomados como um exemplo para as comunidades locais a que estão ligados.

Para que toda esta equação seja consistente e profícua, e entrando no capítulo da responsabilidade social, é necessário uma boa articulação e qualificação dos recursos humanos. Combatendo as adversidades da sazonalidade, o privilégio é dado à elaboração de uma equipa coesa, que seja por si a imagem e o pivot da empresa, com formação apropriada, boa motivação e condições de trabalho adequadas, para a eficiência das suas funções. Uma remuneração justa e actualizada, normas de higiene e segurança no trabalho exigidas por lei e estágios profissionais, são outras das boas condutas que devem estar patentes em todos os elementos da Rede.

Exemplos de Boas Práticas Casas Brancas – Responsabilidade Ambiental

ALOJAMENTOS

CERRO DA BORREGA, São Teotónio

- Projecto arquitectónico elaborado de raiz, totalmente construído em Taipa
- Vasta plantação de vinhas e medronheiros
- Sobreiro centenário na propriedade

CERRO DA FONTINHA, Brejão

- Recuperação de construções centenárias mantendo todas as suas características, com o uso de materiais tradicionais (taipa, pedra, madeira de eucalipto)
- Utilização de produtos amigos do ambiente
- Reciclagem de recursos naturais para decoração dos quartos

HERDADE DA ESTACADA, entre Vila Nova de Milfontes e Odemira

- Estreita relação com a natureza e com os animais
- Preservação de uma charca substituindo a habitual piscina
- Quartos sem televisões

HERDADE DO FREIXIAL, Vila Nova de Milfontes

- Acordo com a Liga para a Protecção da Natureza (LPN), com o projeto Life Charcos, para a conservação de um charco situado na Herdade, como habitat prioritário com algumas espécies em extinção (com visitas didáticas por parte das escolas e interessados na comunidade, assim como os hóspedes)

HERDADE DO TELHEIRO, Odemira

- Pequenos montes espalhados pela propriedade totalmente “movidos” a energia solar
- Uma das mais antigas herdades corticeiras da região

MONTE DA CHOÇA, São Teotónio

- Reciclagem dos lixos
- Construção com bom isolamento térmico
- Forte incentivo junto dos hóspedes à prática de actividades de natureza

MUXIMA, Aljezur

- Uso de energias alternativas e limpas
- Tratamento de esgotos através de plantas
- Reciclagem dos lixos
- Piscina biológica
- Utilização de materiais naturais não industrializados como matéria prima de construção

NAVE REDONDA DO CERRO, Santa-Clara-a-Velha

- Percursos especiais para a prática de actividades na natureza num ambiente familiar autêntico

QUINTA DO BARRANCO DA ESTRADA, Santa-Clara-a-Velha

- Estreita ligação com a natureza com a organização de excursões de *Birdwatching*

ACTIVIDADES

ALGARVE ADVENTURE, Monte Clérigo

- Usufruto dos recursos naturais da região através de programas familiares de aventura

STRESS FREE ZONE, Vila Nova de Milfontes

- Terapia floral com flores endémicas do sudoeste alentejano, não recorrendo a meios industrializados

SURFMILFONTES, Vila Nova de Milfontes

- Pioneiros e promotores da limpeza das praias da faixa costeira de Vila Nova de Milfontes
- Política de transportes partilhada
- Partilha de atitudes ambientalistas pelas camadas mais jovens

DUCA, Vila Nova de Milfontes

- Oferta de passeios de barco no Rio Mira com sensibilização para os recursos naturais do território

ECOALGA, Porto Covo

- Oferta de saídas científicas para observação de espécies específicas, mergulhos arqueológicos e fotográficos

RESTAURANTES

RESTAURANTE DA PRAIA, Arrifana

- Localizado em cima da praia da Arrifana, assume o papel do seu guardião

L-COLESTEROL, Carrapateira

- Horta biológica própria
- Estabelecimento de parcerias directas para o consumo de produtos locais

O SACAS, Zambujeira do Mar

- 90% da ementa vem directamente do porto de pesca
- Consumo de espécies controladas.

Exemplos de Boas Práticas Casas Brancas – Responsabilidade Social

CERCA DO SUL, Brejão

- Atenção especial à comunidade local com a criação de um pólo de formação com aulas abertas

HERDADE DO FREIXIAL, Vila Nova de Milfontes

- Garantia de boas condições de trabalho aos seus funcionários com forte enfoque na sua motivação e dedicação
- Sensibilização dos colaboradores para práticas ambientais
- Ligação à comunidade local, como um espaço que se abre à população, que acolhe aulas de pilates e de yoga, bem como exposições regulares de vários artistas locais, criando um factor de sustentabilidade.

3.2 RELAÇÃO COM O PATRIMÓNIO E A CULTURAL LOCAL

De primordial importância para a promoção da região da Costa Alentejana e Vicentina é a constatação de que existe uma “matéria prima” que deve ser desfrutada. É um valor que se espalha pelos quatro cantos deste espaço territorial e que serve como plataforma e força motriz para infinitas fórmulas de acção cultural. Como tal, a Associação e os seus associados têm a oportunidade de criar laços e ligações com os agentes locais, potenciando e difundindo as suas valências com benefício mútuo. Com a ligação ao território como principal elemento diferenciador da oferta turística, desenvolvendo parcerias estratégicas, acentua-se a criação de uma mais valia para as partes envolvidas, que se propagará por toda a região e que criará um novo fulgor, acentuando a economia de experiências, que tenham em conta a riqueza gastronómica, as gentes e os costumes.

A criação de um turismo de proximidade, possibilitando o contacto com a cultura local, com uma ligação afectuosa ao cliente e uma personalização na oferta. Aqui opta-se pela criação de acontecimentos que possam incentivar a ligação com os visitantes, em épocas de menor abundância turística, decorrendo num período alargado, e que possam reforçar a relação mútua com a região. Com acontecimentos ligados à gastronomia, ao artesanato, à música, aos ofícios tradicionais, etc., formando um caudal de apetites para experienciar em toda esta área do país e durante quase todo o ano, já que a maioria dos associados raramente fecha as suas portas, fazendo jus ao património local como cultura viva e de livre acesso durante todas as estações do ano.

De realçar nesta área, o respeito pelos traçados e os materiais tradicionais das propriedades e construções – mesmo que nelas se implementem novas técnicas e tecnologias – como forma de partilhar a história e a riqueza da região, que são extensíveis de um modo geral a toda a Rede. A **Taipa** – uma construção que tem por base a argila e o cascalho, erguendo paredes de larga espessura muitas vezes talhadas à mão

– é um dos grandes exemplos desta recolha de saberes ancestrais, que na maioria das vezes reportam a técnicas seculares solucionando de forma simples e eficiente questões ambientais, térmicas e funcionais do quotidiano.

Exemplos de Boas Práticas Casas Brancas

ALOJAMENTOS

CASAS DO MOINHO, Odeceixe

- Turismo de aldeia com qualidade e cultura de recolhimento

CARPE VITA, Aljezur

- Utilização de técnicas tradicionais mantendo traças originais
- Restauração de um forno comunitário como forma de dinamizar a vida cultural de Aljezur

CERRO DA FONTINHA e **CERCA DO SUL**, Brejão

- Realização de workshops ligados ao artesanato

CERCA DO SUL, Brejão

- Montra de produtos artesanais locais

HERDADE DE MATINHA, Cercal

- Montra de produtos gastronómicos locais
- Criação de toalhas e mantas tradicionais
- Matérias-primas, recursos naturais e decoração totalmente integrados com a cultura local num ambiente contemporâneo e artístico

MONTE DO ADAÍL, Vila Nova de Milfontes

- Respeito pela construção original datada do século XIX, com as primeiras obras de restauro em 1888

HERDADE DO TOURIL, Zambujeira do Mar

- Especial atenção dada à decoração, a maioria na linha dos tradicionais montes alentejanos

MONTE DA VILARINHA, Bordeira

- Aproveitamento de recursos tradicionais na decoração em favor de um ambiente contemporâneo

MONTE DO ZAMBUJEIRO, Vila Nova de Milfontes

- Relação próxima e saudável com a comunidade local com a organização de eventos populares com grande participação da população

VERDEMAR, Cercal

- Criação de guias “handmade” que mostram a identidade cultural local através de percursos, locais, gastronomia, actividades e pessoas da terra

ACTIVIDADES

BURROS & ARTES, Aljezur

- Oferta de passeios de burro e de actividades de artes e ofícios tradicionais que enquadram a região, a cultura e as tradições, num ambiente rural genuíno

RESTAURANTES

OÁSIS, Vila Nova de Milfontes e **TARRO**, Odemira

- Recurso a um repertório de receitas antigas, preservando-as desse modo para o futuro, repassando o gosto pela gastronomia tradicional para novas gerações

I CERVEJARIA e do **SACAS**, Zambujeira do Mar, **RITUAL**, Vila Nova de Milfontes

- Organização de iniciativas com a colaboração de artistas locais, com eventos de música tradicional e exposições de artistas e artesãos locais

3.3 ORIENTAÇÃO PARA O CLIENTE

A atenção primordial dada ao cliente é uma das vertentes transversais a toda a rede e já largamente aqui referida, sendo este o principal foco de toda a actividade dos associados Casas Brancas. A ideia implícita em toda a linha da Rede é de que não se vendem produtos ou serviços particulares, mas sim uma vivência real de sonhos e sentimentos. A criação de algo individual nesta missão, subtilmente adaptada ao cliente, pela percepção e experiência do proprietário, muitas vezes percebida em dois dedos de conversa com o cliente é outra das delicadezas vigentes nas Casas Brancas. Esta estratégia faz com que os visitantes que chegam e usufruem deste conjunto de oportunidades se sintam mais próximos dos conceitos implementados no serviço que solicitaram e no desfrutar da própria região, ganhando um sentimento afectivo nas relações individuais que criam com os seus anfitriões e com o espaço circundante, levando consigo uma recordação que irá se irá perpetuar no futuro.

Exemplos de Boas Práticas Casas Brancas

ALOJAMENTOS

CASA DO ADRO, Vila Nova de Milfontes

- Espaço autêntico, de porta aberta
- Acompanhamento dos hóspedes tanto na permanência na casa, como nas visitas e passeios pela região, sem reservas e com um carácter genuíno

CASA VICENTINA, Odeceixe

- Tranquilidade e o direito à privacidade como factores chave, fomentando a socialização entre os clientes

MONTE DA GALRIXA, São Teotónio

- Orientado para férias em família: burro para passeios com crianças (em carroça), animais de quinta e horta pedagógica

NATURARTE, São Luís

- Oferta de uma gastronomia primorosa, passeios de barco no rio e uma mostra de arte permanente no espaço das propriedades Rio e Campo

QUINTA DO BARRANCO DA ESTRADA e **NAVE REDONDA DO CERRO**, Santa Clara-a-Velha

- Oferta de rede de serviços personalizados como actividades diversas na Barra-

gem, pequenos almoços com uma selecção cuidada de produtos locais e um contacto privilegiado com a Natureza circundante

QUINTA DO CHOCALHINHO, Odemira

- Ambiente familiar, propício para a fidelização dos clientes, com os quais se constroem e fortalecem amizades

ROSA DOS VENTOS, Zambujeira do Mar

- Presença constante dos proprietários que assegura um contacto privilegiado com os hóspedes, que são acompanhados em todas as fases da estadia
- Espaço de lazer privativo que envolve os hóspedes num ambiente circunscrito e privado

REITRO DO MOCHO, Rogil

- Acolhimento dos hóspedes com um cabaz de frutas e legumes locais

SETE QUINTAS, no Brejão e **HERDADE DO PESSEGUEIRO**, Porto Covo

- Ambiente exclusivo especialmente dedicado aos amantes dos cavalos

TRÊS MARIAS, Vila Nova de Milfontes

- Sugestão personalizada de passeios a pé e percursos de bicicleta ou a cavalo

ACTIVIDADES

EM BOAS MÃOS, Aljezur

- Utilização de diferentes abordagens para os diferentes tipos de cliente – serviço personalizado

RESTAURANTES

PORTO DAS BARCAS, Vila Nova de Milfontes

- Atendimento imaculado fortalecido pela sua profunda ligação ao mar, não só na sua exemplar vista, mas também na divulgação da exaustiva faina marítima

BARCA TRANQUITANAS, Zambujeira do Mar

- Baluarte da experiência de pesca com uma ementa inventiva de inspiração antiga

TASCA DO CELSO, Vila Nova de Milfontes

- Autêntico refúgio da gastronomia alentejana, com uma certificada degustação de sabores e culturas vinícolas

TRINCA-ESPINHAS, São Torpes

- Decoração e ementa ligadas ao mar

3.4 RELAÇÃO COM A REDE CASAS BRANCAS

Neste princípio deve compreender-se que não estamos sozinhos dentro da Rede e que devemos fomentar as relações entre os associados, estimulando a construção de uma atitude participativa na vida e iniciativas da Associação. Para que se consiga manter a qualidade com uma perspectiva futura a longo prazo, é necessário que o foco esteja voltado sempre para a melhoria contínua dos processos regulares dos associados, quer seja na formação dos recursos humanos, quer no conhecimento de novos métodos e tecnologias. Utilizar, promover e disseminar a rede Casas Brancas no funcionamento do seu espaço/serviço.

Neste âmbito são também incentivadas práticas de cooperação e trabalho em equipa entre os vários membros da Associação, salvaguardando a ideia de um objectivo comum entre todos, projectando assim uma melhor eficácia na divulgação da marca Casas Brancas junto dos mercados alvo. Criando deste modo uma nova perspectiva na análise das mais valias e dificuldades da oferta turística da Rede como um todo e já referidas anteriormente, com vista à adopção de medidas convenientes que se adaptem às particularidades de cada associado, potenciando os seus recursos, produtos e serviços, como forma de ampliar a rede de forma integrada como um organismo consistente e duradouro.

Exemplos de Boas Práticas Casas Brancas

Juntar os vários sectores da Rede Casas Brancas é uma forma de promoção para a qualidade do serviço de cada um. Facto comum a quase todos os associados, como a **Casa da Seiceira** que, em situação de lotação esgotada, sugere aos seus clientes alguns dos associados próximos, promovendo as Casas Brancas como selo de qualidade. Esta zona, no Brejão, é bem exemplo de uma forte coesão entre associados, como embaixadores de uma mesma conduta, que continuamente divulga o bom nome da Associação e da região pelos quatro cantos do mundo.

A **Herdade do Touril**, com um interesse dinâmico em actividades com modelos inovadores que envolvem a rede, com actividades na natureza e culturais. E a maioria dos alojamentos que, como verdadeiros catalisadores da oferta do produto local, sugerem os restaurantes e as actividades associadas, com um retorno evidente dessa partilha, sendo esse o melhor cartão de visita.

Destaque para a empresa **Duca**, que faz um périplo pelos associados da sua zona, complementando as necessidades dos membros da Rede, com os seus passeios de barco e actividades náuticas, como eixo circular para a navegação neste grupo e nesta zona do país. Entre todos há aliás uma partilha de informação, com material impresso disposto para a divulgação das actividades dos parceiros Casas Brancas.

Todos os alojamentos, de um modo geral, promovem as aulas de surf da **Algarve Adventure, Surfmilfontes** ou **Costazul Surf**, bem como as actividades subaquáticas da **Ecoalga**. Neste campo entram as tecnologias de informação, com a partilha de conteúdos como são o caso da **Cerca do Sul**, o **Monte do Zambujeiro** ou a **Herdade da Matinha**, com uma forte presença nas redes sociais, partilhando informação dos parceiros da rede. Figura carismática que rejuvenesce a “espinha dorsal” da Rede é o projecto **Em Boas Mãos**, perto de Aljezur, com as suas massagens curativas que põe nos eixos uma vasta clientela, onde se integra o grande cabaz de associados e colaboradores, sendo o exacto paradigma de quem consegue superar as suas próprias expectativas no modelo de negócio encontrado, **com muitos clientes locais de diferentes sectores e áreas profissionais, sendo o seu mentor um profissional extremamente bem informado sobre os assuntos locais.**

A criação de pacotes turísticos é também outra vertente da rede, quer seja um programa temático, com a realização de actividades, quer como o planeamento de um percurso pedestre na Rota Vicentina, elemento de união entre os todos os membros da Rede, que permitem que um hóspede possa começar o seu percurso a Norte e vá a pé até ao Sul, com o sistema de transporte de bagagens, para o alojamento seguinte.

4. MANUAL CASAS BRANCAS – RUMO PARA UMA VALORIZAÇÃO AUTÊNTICA E DINÂMICA

Com os olhos postos no cliente, que chega com objectivos muito variados, de muitas áreas de actividade e de múltiplas proveniências no mundo, este Manual de Qualidade de Casas constitui um incentivo à valorização dos recursos de cada associado, quer em termos humanos e ambientais, quer no melhoramento das suas estruturas físicas, como espaços abertos ao público e como tal sempre sob o seu escrutínio. Mas, mais que constituir um **instrumento de consulta e de orientação** para os associados, este é também um elemento de partilha da sua actividade, chegando em simultâneo a uma grande variedade de agentes, nomeadamente:

- A Rede Casas Brancas
- Assinantes das Cartas de Qualidade
- Promotores Turísticos
- Clientes
- Parceiros locais
- Entidades públicas

Contribuindo para que:

- O **Prestador de Serviços** adquira um nível de qualidade regendo-se por um instrumento que lhe assegura este estatuto ao longo de todo o ano e que fundamentalmente suscite, junto dos seus clientes, uma garantia de Qualidade;
- O **Consumidor** tenha como garantia a segurança da prestação de um serviço de Qualidade;
- O **Promotor Turístico** tenha acesso a um quadro de referência de Qualidade pelo qual se pauta toda a oferta de Serviços da Rede Casas Brancas.

A aposta das Casas Brancas na qualidade, que por vezes poderá ser percebido pelo cliente com um conceito mais abstracto, é combinada aqui na **união entre inovação, criatividade e autenticidade**. Com base no profissionalismo e flexibilidade dos serviços prestados e a consistente identidade de cada empresário, reescreve-se toda a Rede com um conceito genuinamente activo e criativo, gerando uma capacidade praticamente inesgotável. O cliente que o Sudoeste ambiciona conquistar é informado, sensível e exigente, e valoriza comercialmente todo e qualquer esforço feito no sentido de lhe proporcionar um contacto autêntico com a verdadeira cultura da re-

gião, que é também a sua durante alguns dias e em todos os momentos futuros que tiverem por ela sido marcados.

A Rede Casas Brancas destaca assim os seguintes aspectos, que perfazem o alinhamento do seu cartaz:

- Associação sem fins lucrativos com uma abordagem de mercado comercialmente ajustada e valiosa;
- Rede de micro-empresários com dinâmica e *know-how* que se uniram num projecto de desenvolvimento comum;
- Responsável pela criação da Rota Vicentina, estando hoje em condições de se concentrar em novos objectivos e necessidades da região e do mercado;
- Capacidade mobilizadora e geradora de confiança entre empresas, entidade públicas e privadas, bem como junto da população e outros agentes;
- Intuito de desenvolvimento económico numa base sustentável, com preocupações sociais, culturais e ambientais;
- Base de desenvolvimento auto-sustentável, sendo os apoios externos canalizados para projectos de crescimento e desenvolvimento;
- Transversal à costa sudoeste, com cinco concelhos, três distritos e duas regiões, quebrando barreiras administrativas e defendendo um conceito único, conforme é compreendido pelos visitantes, nomeadamente pela coincidência de território com o Parque Nacional do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina;
- Aposta no trinómio Qualidade, Natureza e Autenticidade, que conquista novos mercados;
- Assenta há mais de 10 anos em critérios de qualidade como o atendimento, valorização dos recursos locais ou o empenhamento no trabalho em rede, factores decisivos para o sucesso de uma Associação dinâmica.

ANEXO

CARTAS DE QUALIDADE CASAS BRANCAS DO LITORAL ALENTEJANO E COSTA VICENTINA

COMO FAZER PARTE DA REDE?

As Casas Brancas acolhem com grande satisfação os alojamentos, restaurantes e empresas de animação turística da região que se identifiquem com os seus princípios e propósitos, e que preencham os requisitos apresentados em seguida.

Esta Associação pretende reunir o turismo de qualidade do Litoral Alentejano e Costa Vicentina, numa oferta seleccionada, integrada e articulada e que permita aos seus visitantes um contacto privilegiado com a identidade da região do SW. Para além de garantir elevados padrões de qualidade, pretende-se representar empreendimentos com evidente carisma, charme e personalidade, no que a missão e atitude dos seus proprietários assume um papel fundamental.

O alojamento assume-se como a actividade fundamental dada a necessidade de acolher quem visita a Costa Alentejana e Vicentina, sendo muitas vezes esta componente do acolhimento a responsável pela maior ou menor permanência dos visitantes nos locais.

A rede de alojamentos “Casas Brancas do Litoral Alentejano e Costa Vicentina”, procura responder aos diferentes tipos de procura agregando um conjunto variado de alojamentos, cada um com características peculiares, facto que confere à rede uma diversidade destinada a satisfazer as diferentes necessidades do turista mas onde simultaneamente seja possível garantir a qualidade da estadia dos visitantes de acordo com o tipo de alojamento pretendido.

Sendo os conceitos acima referidos algo particulares, importa salientar ainda algumas **características indispensáveis** aos alojamentos interessados em aderir às Casas Brancas. Genericamente, devem **representar uma clara mais-valia** face à oferta das Casas Brancas existente, nomeadamente:

- Estar situado em **localização** com pouca representatividade de associados das Casas Brancas.
- Apostar em **serviços turísticos** de qualidade, nomeadamente; animação turística, serviço de refeições caseiras, etc.

- Possuir uma **estrutura arquitectónica e/ou paisagística** de relevante qualidade e beleza, podendo tratar-se de recuperações de construções tradicionais ou construções novas.
- Valorizar as **boas práticas ecológicas**, no que respeita às técnicas construtivas, materiais utilizados, fomento de reciclagem de lixo no empreendimento, sistemas de poupança de energia, etc.
- Assentar num **serviço personalizado, familiar**.
- Fomentar uma relação de proximidade com o Património e a Cultura Local, assumindo-se, perante o seu visitante, como um veículo de **transmissão dos valores da região**.

Neste sentido, **excluem-se**, genericamente:

- O simples aluguer de casas para férias, quando não se trate de construções de reconhecido valor arquitectónico e/ou paisagístico;
- Empreendimentos que não acrescentem evidentes aspectos enriquecedores à actual oferta das Casas Brancas, no sentido de ter mais do que uma das características já mencionadas acima da média da Associação, ou outras, consideradas igualmente valorativas.

Para além destes requisitos, os empreendimentos que pretendam associar-se às Casas Brancas deverão cumprir, simultaneamente, os seguintes **requisitos-base**:

- As **actividades devem estar devidamente licenciadas**.
- Estar **localizados** nos concelhos de Alcácer do Sal, Grândola, Santiago do Cacém, Sines, Odemira, Aljezur, Vila do Bispo ou Monchique.
- Disposição para assinar e cumprir o disposto na **Carta de Qualidade** dos alojamentos, restaurantes e empresas de animação turística das Casas Brancas.

COMO APLICAR E INTERPRETAR AS CARTAS DE QUALIDADE CASAS BRANCAS?

Política de Qualidade

Tendo optado por estabelecer a sua própria Política de Qualidade, a Associação procurou afirmar-se e diferenciar-se no Território do Sw de Portugal através de cinco acções distintas:

1. A difusão e diferenciação da marca Casas Brancas através da singularidade da oferta dos seus associados;
2. A criação de um modelo edificante de prestação de serviços, em termos de imagem e desempenho, mas principalmente na qualidade dos serviços prestados, numa perspectiva de melhoria contínua;
3. A eficácia interna da rede e de cada um dos associados, em termos de organização dos serviços prestados e de valorização dos recursos humanos que contribuem para essa prestação, como elementos transversais a toda a rede;

4. A avaliação regular dos serviços prestados, através de uma **Comissão de Controle de Qualidade** estabelecida para o efeito;
5. A promoção de todo o tipo de actividades que possam por um lado beneficiar a oferta turística da Rede Casas Brancas e, por outro, fomentar um contacto de proximidade mais profundo e autêntico do visitante com o território.

Estas acções, dinamizadas pela Rede Casas Brancas desde a sua criação, deram lugar a três Cartas de Qualidade Casas Brancas distintas, uma para cada uma das vertentes da Rede – alojamentos, restaurantes e empresas de animação turística – associados que, pela sua natureza, possuem características muito distintas entre si e especificidades particulares muito próprias.

Os Critérios das Cartas de Qualidade

Tendo em consideração que as Casas Brancas assumem como sua missão não apenas o zelo pelo respeito e satisfação integral do cliente, mas também a promoção da Qualidade Turística no Litoral Alentejano e Costa Vicentina e o desenvolvimento sustentável da região, para além dos critérios definidos para cada uma das vertentes da Rede – alojamentos, restaurantes e actividades – foram ainda especificados Critérios de Qualidade Transversais que vinculam todos os associados independentemente da sua natureza e que exigem o seu cumprimento.

Assim, cada Carta de Qualidade compreende critérios:

- Transversais à Rede – de cumprimento imperativo para toda a Rede;
- Específicos para alojamentos/restaurantes/actividades – que se dividem em critérios imperativos e critérios suplementares para cada tipo de Prestador de Serviços;

Para fazer parte das Casas Brancas, cada prestador de serviços deverá, para além de cumprir os critérios imperativos transversais a toda a Rede e os critérios específicos para cada uma das vertentes, cumprir pelo menos 5 dos critérios suplementares definidos para cada tipo de Prestador de Serviços.

A integração das Cartas de Qualidade num Manual de Qualidade

Se é verdade que os critérios de Qualidade Casas Brancas definem padrões de exigência e uma linha de concordância para a entrada de novos associados, também é um facto que, na origem destes critérios se encontram as melhores práticas desenvolvidas pelos associados desde o momento em que a Associação foi criada até aos dias de hoje. Assim, mais que apresentar os critérios de qualidade que estão no âmago da criação da Associação Casas Brancas definindo assim o código de conduta que rege atualmente a Rede e seus membros, mais que constituir uma ferramenta orientadora para a adesão de futuros novos associados, este Manual pretende enriquecer todos os seus destinatários com exemplos concretos, práticas enraizadas e bons costumes e que espelham os princípios que estão na origem da criação da Associação Casas Brancas.

ALOJAMENTOS DAS CASAS BRANCAS DO LITORAL ALENTEJANO E COSTA VICENTINA

I. CRITÉRIOS IMPERATIVOS

Comprometo-me a cumprir todos os critérios aqui descritos como imperativos, como forma de garantir um nível de qualidade mínimo a todas a Rede Casas Brancas:

Transversais à Rede

Responsabilidade Social e Ambiental

Basear os serviços no cumprimento de boas práticas ecológicas.	Usufruir da natureza de forma respeitadora, incutir boas práticas aos clientes: utilizar energias renováveis, reciclar os resíduos sólidos, sistemas de poupança de energia, etc.
Garantir boas condições de trabalho aos funcionários.	Incentivar relações duradouras de trabalho, investindo no seu aperfeiçoamento, dando boas condições de descanso, etc.

Relação com o Património e a Cultural Local

Saber encontrar laços interessantes entre o espaço/serviço e o território, criando relações com a cultura e o património locais.	Tanto a nível estético como utilitário – valorizar a ligação com o território como o principal elemento diferenciador da própria oferta. Desde a utilização de produtos e serviços locais até à utilização de conteúdos da tradição local em decoração e produção de eventos.
Estar informado e saber informar acerca dos recursos culturais locais, permanentes, periódicos ou pontuais e fazer uso e promover os materiais de comunicação CB que tratam estes conteúdos (site, blog, materiais impressos, ...).	Museus ou núcleos arqueológicos, festas, mercados municipais ou locais. Assim como concertos, exposições ou outros eventos.

Orientação para o Cliente

Excelente nível de atendimento e serviço.	Procurar níveis de excelência, assumindo o compromisso de melhorar continuamente.
Garantir o atendimento em duas línguas, pelo menos.	Português e inglês, pelo menos.
Registo e avaliação do grau de satisfação do cliente após o serviço prestado, através das fichas de apreciação e de sugestões da Associação.	Manter devidamente arquivados todos os registos, facultando-os à Associação sempre que necessário, para tratamento estatístico, controlo de qualidade ou outros fins.

Relação com a Rede Casas Brancas

Atitude participativa na vida e iniciativas da Associação.	Promover o nome das Casas Brancas, independentemente da sua dimensão, características e potencialidades distintas.
--	--

Recomendar as Casas Brancas.	Sempre que possível, e em caso de impossibilidade de responder às expectativas do cliente, seja para serviços de animação, restaurantes ou alojamentos.
WebSite com link para o site das Casas Brancas.	Promover uma verdadeira Rede, contribuindo para um melhor posicionamento do site Casas Brancas nos motores de busca.
Actualizar a informação constante no site das Casas Brancas.	Sempre que haja alterações ao nível da descrição do alojamento (incluindo ampliações) ou serviço (contactos, serviços adicionais, preços, etc.)
Utilizar, promover e disseminar a rede Casas Brancas no funcionamento do seu espaço/serviço.	Através das diversas ferramentas disponibilizadas pelas Casas Brancas, tais como: site, flyers, mapas, bússolas, campanhas, etc.

Específicos para os Alojamentos Casas Brancas

Garantir capacidade de resposta a pedidos de informação e reservas .	Ser facilmente contactável por telefone, responder a telefonemas caso se comprometa a tal no voice mail, responder a emails em 2 dias no máximo, deixar recado no voice mail ou auto-reply no email em caso de se encontrar fora ou incontactável por mais de 3 dias.
Garantir níveis de limpeza e higiene ir-repreensíveis.	Quando o cliente entra mas também durante a sua estadia em caso de estar incluído o serviço de limpeza.
Garantir bons padrões de conforto nos quartos e áreas destinadas aos clientes.	Ex: colchões, chuveiro, aquecimento e isolamento térmico, locais para arrumação, qualidade das toalhas e lençóis, equipamento das cozinhas, sistemas anti-mosquitos, etc.
Manter todos os espaços e equipamentos em bom estado de conservação .	No interior e exterior, ao nível das construções, pinturas, mobiliário e utensílios, etc.
Assegurar um bom nível de segurança .	Existência de extintores, seguro de responsabilidade civil e análises anuais à água conforme previsto na lei; medidas de prevenção contra acidentes nas piscinas e lagos ou aviso de cuidados a ter na sua utilização em local bem visível.
Realizar um atendimento eficiente e hospitaleiro.	Pontualidade, rapidez, acompanhamento, cortesia.
Informar antecipadamente e afixar o preço dos alojamentos e demais serviços associados (e preferencialmente também os diferentes meios de pagamento).	Todos os serviços pagos devem ser anunciados como tal sempre que sejam publicitados; os preços dos alojamentos e restantes serviços devem estar afixados no alojamento ou na recepção, de forma bem visível.

Oferecer o serviço anunciado.	Ter o cuidado de actualizar toda a publicidade feita, para que corresponda escrupulosamente ao serviço efectivamente prestado.
(Em caso de servir pequenos almoços e refeições) Fornecer comida bem confeccionada , com ingredientes de qualidade, integrando sempre que possível produtos regionais .	Ter o cuidado de seleccionar produtos locais, tirando o proveito dos produtos frescos DOC e aqueles autóctones e/ou exóticos para o visitante.

II. CRITÉRIOS SUPLEMENTARES

Comprometo-me a cumprir pelo menos cinco critérios, de entre os aqui descritos como Suplementares, como forma de acrescentar qualidade aos padrões mínimos, e distinguir as Casas Brancas na procura da satisfação total dos seus clientes:

Proporcionar uma experiência rica visualmente mas também aptica, privilegiando os materiais maciços, naturais ou de qualidade – em detrimento de aglomerados, imitações e sintéticos.	Materiais utilizados em mobiliário e decoração, arranjos exteriores, utilitários ou acessórios, etc.
Afixar ou informar antecipadamente sobre os serviços prestados e sobre as regras e normas próprias do alojamento.	Horários, utilização de certos equipamentos, visitas e usufruto dos espaços e equipamentos do empreendimento, etc.
Personalizar o acolhimento através de um presente ou de uma atenção particular.	Refresco à chegada do hóspede, flores no quarto, fruta da época, lareira acesa, etc.
Proporcionar actividades de lazer no estabelecimento .	Jogos, parque infantil, piscina, zonas de estar no exterior, mapas com percursos pedestres, disponibilização de bicicletas, etc.
Informar ou disponibilizar uma lista de serviços de proximidade e números de emergência .	Centro médico, bombeiros, GNR, táxis, correios, posto de turismo, banco, comércio, etc.
Saber informar os clientes sobre a oferta turística da região e disponibilizar aos visitantes a documentação turística actualizada sobre a região.	Mercados, festas e outras actividades de animação e selecção de oferta cultural e comercial.
Fornecer serviços adicionais , para maior conforto do cliente (refeições sob encomenda, lavandaria, baby-sitter, canil, etc.).	
Saber criar (e/ou identificar) e promover os elementos diferenciadores do próprio espaço/actividade.	Elementos arquitectónicos, modo de restauro, serviço ou produtos único.

RESTAURANTES DAS CASAS BRANCAS DO LITORAL ALENTEJANO E COSTA VICENTINA

I. CRITÉRIOS IMPERATIVOS

Comprometo-me a cumprir todos os critérios aqui descritos como imperativos, como forma de garantir um nível de qualidade mínimo a todas a Rede Casas Brancas:

Transversais à Rede

Responsabilidade Social e Ambiental

Basear os serviços no cumprimento de boas práticas ecológicas.	Usufruir da natureza de forma respeitadora, incutir boas práticas aos clientes: utilizar energias renováveis, reciclar os resíduos sólidos, sistemas de poupança de energia, etc.
Garantir boas condições de trabalho aos funcionários.	Incentivar relações duradouras de trabalho, investindo no seu aperfeiçoamento, dando boas condições de descanso, etc.

Relação com o Património e a Cultural Local

Saber encontrar laços interessantes entre o espaço/serviço e o território, criando relações com a cultura e o património locais.	Tanto a nível estético como utilitário – valorizar a ligação com o território como o principal elemento diferenciador da própria oferta. Desde a utilização de produtos e serviços locais até à utilização de conteúdos da tradição local em decoração e produção de eventos.
Estar informado e saber informar acerca dos recursos culturais locais, permanentes, periódicos ou pontuais e fazer uso e promover os materiais de comunicação CB que tratam estes conteúdos (site, blog, materiais impressos, ...).	Museus ou núcleos arqueológicos, festas, mercados municipais ou locais. Assim como concertos, exposições ou outros eventos.

Orientação para o Cliente

Excelente nível de atendimento e serviço.	Procurar níveis de excelência, assumindo o compromisso de melhorar continuamente.
Garantir o atendimento em duas línguas, pelo menos.	Português e inglês, pelo menos.
Registo e avaliação do grau de satisfação do cliente após o serviço prestado, através das fichas de apreciação e de sugestões da Associação.	Manter devidamente arquivados todos os registos, facultando-os à Associação sempre que necessário, para tratamento estatístico, controlo de qualidade ou outros fins.

Relação com a Rede Casas Brancas

Atitude participativa na vida e iniciativas da Associação.	Promover o nome das Casas Brancas, independentemente da sua dimensão, características e potencialidades distintas.
--	--

Recomendar as Casas Brancas.	Sempre que possível, e em caso de impossibilidade de responder às expectativas do cliente, seja para serviços de animação, restaurantes ou alojamentos.
WebSite com link para o site das Casas Brancas.	Promover uma verdadeira Rede, contribuindo para um melhor posicionamento do site Casas Brancas nos motores de busca.
Actualizar a informação constante no site das Casas Brancas.	Sempre que haja alterações ao nível da descrição do alojamento (incluindo ampliações) ou serviço (contactos, serviços adicionais, preços, etc.).
Utilizar, promover e disseminar a rede Casas Brancas no funcionamento do seu espaço/serviço.	Através das diversas ferramentas disponibilizadas pelas Casas Brancas, tais como: site, flyers, mapas, bússolas, campanhas, etc.

Específicos para os Restaurantes Casas Brancas

Prestar serviços na zona de intervenção das Casas Brancas .	Intervenção no Litoral Alentejano e Costa Vicentina: Concelhos de Alcácer do Sal, Grândola, Santiago do Cacém, Sines, Odemira, Aljezur, Monchique, Vila do Bispo.
Servir comida de boa qualidade .	A comida deve ser fresca, bem confeccionada e com ingredientes de qualidade.
Serviço de mesa cuidado.	O serviço de atendimento à mesa deve ser sempre educado, disponível e eficiente.
Mobiliário e utensílios típicos ou cuidados.	Atenção dada à escolha de cadeiras, mesas, travessas, pratos, copos, talheres, guardanapos, toalhas, galheteiros, elementos decorativos, etc. Proporcionar uma experiência rica visualmente mas também óptica, privilegiando os materiais maciços, naturais ou de qualidade – em detrimento de aglomerados, imitações e sintéticos.
Garantir a qualidade e manutenção de mobiliário e utensílios .	Bom estado de conservação de cadeiras, mesas, travessas, pratos, copos, talheres, guardanapos, toalhas, galheteiros, elementos decorativos, etc.
Cumprir escrupulosamente o calendário de abertura previsto, que deve ser, no mínimo, de 8 meses por ano.	
Afixar informação das Casas Brancas e recomendar restaurantes da rede em caso de estar cheio ou fechado (desde que haja algum nas imediações), bem como alojamentos e animação turística associados, caso o cliente solicite essa informação.	

II. CRITÉRIOS SUPLEMENTARES

Comprometo-me a cumprir pelo menos cinco critérios, de entre os aqui descritos como Suplementares, como forma de acrescentar qualidade aos padrões mínimos, e distinguir as Casas Brancas na procura da satisfação total dos seus clientes:

Servir comida de excelente qualidade.	Mais do que de satisfatória, a comida é de qualidade excelente, confeccionada de forma especial e com ingredientes de qualidade irrepreensível.
Disponer de um excelente nível de atendimento personalizado.	Mais do que satisfatório, o atendimento deve ser feito pelos proprietários ou por pessoal especializado, conhecedor da ementa disponível, modos de confecção, acompanhamentos, etc.; conhecimentos de vinhos de modo a poder recomendar ao cliente.
Oferecer uma ementa de qualidade.	Ementa atractiva e variada, com especialidades da casa, quando possível com recurso a ingredientes locais.
Oferecer bebidas de qualidade.	Carta de vinhos, sumos naturais, etc.
Oferecer gastronomia típica local.	A cozinha é típica da região, sempre que possível com recurso a ingredientes locais, produtos de fabrico artesanal e técnicas de fabrico artesanais.
Servir em horário flexível e alargado	
Conseguir uma relação qualidade / preço interessante.	
Oferecer espaço com arquitectura e decoração típicas ou cuidadas.	
Oferecer espaço em envolvente privilegiada.	Envolvente exterior agradável, longe das rodovias principais; possibilidade de atendimento no exterior, com esplanada.
Estar situado em localização interessante.	Zona de valor turístico ou integrada em percurso de potencial turístico.
Ser recomendado a famílias e crianças.	Com menus infantis e espaço para crianças.
Oferecer serviços adicionais.	Ex: aceita marcações, estacionamento, espaço infantil, menu infantil, diversos meios de pagamento.
Representar valor acrescentado face à actual oferta de restaurantes das Casas Brancas.	
Disponer de zona para não fumadores/ fumadores.	
Disponer de acesso a deficientes.	
Disponer de agradável zona de espera , interior ou exterior	
Conhecer e saber informar sobre a oferta turística da região.	Nomeadamente praias mais próximas, actividades de lazer, etc., recomendando os sócios das Casas Brancas sempre que possível.

EMPRESAS DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA DAS CASAS BRANCAS DO LITORAL ALENTEJANO E COSTA VICENTINA

I. CRITÉRIOS IMPERATIVOS

Comprometo-me a cumprir todos os critérios aqui descritos como imperativos, como forma de garantir um nível de qualidade mínimo a todas a Rede Casas Brancas:

Transversais à Rede

Responsabilidade Social e Ambiental

Basear os serviços no cumprimento de boas práticas ecológicas.	Usufruir da natureza de forma respeitadora, incutir boas práticas aos clientes: utilizar energias renováveis, reciclar os resíduos sólidos, sistemas de poupança de energia, etc.
Garantir boas condições de trabalho aos funcionários.	Incentivar relações duradouras de trabalho, investindo no seu aperfeiçoamento, dando boas condições de descanso, etc.

Relação com o Património e a Cultural Local

Saber encontrar laços interessantes entre o espaço/serviço e o território, criando relações com a cultura e o património locais.	Tanto a nível estético como utilitário – valorizar a ligação com o território como o principal elemento diferenciador da própria oferta. Desde a utilização de produtos e serviços locais até à utilização de conteúdos da tradição local em decoração e produção de eventos.
Estar informado e saber informar acerca dos recursos culturais locais, permanentes, periódicos ou pontuais e fazer uso e promover os materiais de comunicação CB que tratam estes conteúdos (site, blog, materiais impressos, ...).	Museus ou núcleos arqueológicos, festas, mercados municipais ou locais. Assim como concertos, exposições ou outros eventos.

Orientação para o Cliente

Excelente nível de atendimento e serviço.	Procurar níveis de excelência, assumindo o compromisso de melhorar continuamente.
Garantir o atendimento em duas línguas, pelo menos.	Português e inglês, pelo menos.
Registo e avaliação do grau de satisfação do cliente após o serviço prestado, através das fichas de apreciação e de sugestões da Associação.	Manter devidamente arquivados todos os registos, facultando-os à Associação sempre que necessário, para tratamento estatístico, controlo de qualidade ou outros fins.

Relação com a Rede Casas Brancas

Atitude participativa na vida e iniciativas da Associação.	Promover o nome das Casas Brancas, independentemente da sua dimensão, características e potencialidades distintas.
--	--

Recomendar as Casas Brancas.	Sempre que possível, e em caso de impossibilidade de responder às expectativas do cliente, seja para serviços de animação, restaurantes ou alojamentos.
WebSite com link para o site das Casas Brancas.	Promover uma verdadeira Rede, contribuindo para um melhor posicionamento do site Casas Brancas nos motores de Busca.
Actualizar a informação constante no site das Casas Brancas.	Sempre que haja alterações ao nível da descrição do alojamento (incluindo ampliações) ou serviço (contactos, serviços adicionais, preços, etc.).
Utilizar, promover e disseminar a rede Casas Brancas no funcionamento do seu espaço/serviço.	Através das diversas ferramentas disponibilizadas pelas Casas Brancas, tais como: site, flyers, mapas, bussolas, campanhas, etc.

Específicos para as Empresas de Animação Turísticas Casas Brancas

Prestar serviços na zona de intervenção das Casas Brancas.	Intervenção no Litoral Alentejano e Costa Vicentina: Concelhos de Alcácer do Sal, Grândola, Santiago do Cacém, Sines, Odemira, Aljezur, Monchique, Vila do Bispo.
Cumprir todas as exigências legais.	Nomeadamente, e quando aplicável: <ul style="list-style-type: none"> – Alvará de Animação Turística. – Licenciamento por parte do Instituto Conservação Natureza (ICN). – Seguro de responsabilidade civil e de acidentes pessoais em todas as actividades desenvolvidas – Uso obrigatório de material certificado para as actividades de animação turística. – Cumprimento de todas as normas de segurança e higiene no trabalho. – Ter um responsável por actividade, devidamente credenciado para o efeito.
Basear os serviços no cumprimento de boas práticas ecológicas.	Cumprir a filosofia “deixar tudo como estava, se possível melhor”. Usufruir da natureza de forma respeitadora, inculcando boas práticas aos clientes: não danificar ou perturbar fauna e flora; recolher todo o lixo produzido; sempre que possível, recolher algum lixo encontrado.
Afixar ou informar antecipadamente sobre as regras e normas próprias.	Incluindo o que se refere a equipamentos, comida, segurança, preços, transportes, desistências, etc.
Prestar serviço personalizado.	Flexibilidade e Disponibilidade para ir ao encontro das expectativas dos clientes, tanto quanto possível.
Cumprir horários estabelecidos.	Respeitar os programas das actividades, nomeadamente no que se refere aos horários.

Assegurar actividade com número mínimo de participantes.	Fazer um esforço de viabilizar a actividade para pessoas sozinhas ou grupos pequenos. Juntamente com a actividade, divulgar o número mínimo de participantes para garantir a sua realização, e cumprir invariavelmente.
Assegurar resposta a todos os pedidos de informação/orçamento e reservas.	Ter um trabalho de escritório eficiente, respondendo atempadamente a todos os contactos de clientes; Ser facilmente contactável por telefone, responder a telefonemas caso se comprometa a tal no voice mail, responder a emails em 2 dias no máximo, deixar recado no voice mail ou auto-reply no email em caso de se encontrar fora ou incontactável por mais de 3 dias.
Assegurar um bom nível de segurança e transmiti-lo aos clientes.	Todas as exigência legais, incluindo seguros, extintores e equipamentos especializados, entre outros mecanismos que salvaguardem a segurança dos clientes em qualquer caso (ex.: telemóvel, GPS, primeiros socorros, etc.).
Oferecer o serviço anunciado.	Ter o cuidado de actualizar toda a publicidade feita, para que corresponda escrupulosamente ao serviço efectivamente prestado.
Assegurar resposta e devolução (quando aplicável) a alterações e cancelamentos.	Assegurar alternativa em caso de imprevistos e contingências respeitantes, nomeadamente, aos monitores, clientes, espaços de realização das actividades, transportes ou alterações climáticas.
Manter todos os recursos e equipamentos em bom estado de conservação.	

II. CRITÉRIOS SUPLEMENTARES

Comprometo-me a cumprir pelo menos cinco critérios, de entre os aqui descritos como Suplementares, como forma de acrescentar qualidade aos padrões mínimos, e distinguir as Casas Brancas na procura da satisfação total dos seus clientes:

Contribuir para a melhoria das práticas ambientais, para além do exemplo na prestação do seu serviço.	Promover limpezas de praia e outras iniciativas de melhoria da qualidade ambiental da região e de sensibilização para as boas práticas ambientais e para a responsabilidade cívica de influenciar outras pessoas no mesmo sentido.
Conseguir uma relação qualidade / preço interessante.	Os serviços com preços muito elevados devem estar associados a serviços de excelência, ainda que a componente de custos com equipamento ou exigências legais seja o factor dominante.

Leque alargado de serviços.	Devem ser concebidos diferentes níveis de actividades, para pessoas mais experientes e principiantes. Serviços alternativos de iniciação á actividade, com preços atractivos estimulam um primeiro contacto com a actividade, conquistando novos mercados.
Uso de vestuário diferenciado para monitores em todas as actividades.	Boné ou camisola da empresa, como forma de criar uma diferenciação face ao grupo.
Preços especiais para jovens e estudantes.	Estimulando a sua participação nestas actividades, como forma de responsabilidade cívica e formação de novos mercados.
Contemplar nos seus serviços actividades para populações portadoras de deficiência.	Como forma de parte activa na responsabilidade cívica dos empresários e conquista de novos mercados.
Conhecer a oferta turística da região.	Nomeadamente praias mais próximas, outras actividades de lazer, restaurantes, alojamentos, comércio, etc., recomendando os sócios das Casas Brancas sempre que possível.
Serviços adicionais.	Transporte de e para o local, fornecimento de merenda e água, podem ser factores diferenciadores da qualidade do serviço.
Inovação dos serviços.	Face à oferta da modalidade em causa, na região e nas Casas Brancas.
Elaborar programas (projectos) exclusivos dirigidos aos clientes das Casas Brancas.	Como forma de criar valor acrescentado ao somatório dos serviços prestados pelos sócios das Casas Brancas.
Participar activamente nas iniciativas da Associação.	Nomeadamente nos actos formais, reuniões de trabalho e iniciativas de promoção integrada dos associados.

CASAS BRANCAS
COSTA ALENTEJANA E VICENTINA

www.casasbrancas.pt

Co-financiamento:

