



**BY ROTA VICENTINA**

**RECOMENDAÇÕES PARA  
PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS**



**A ID Rota Vicentina é uma estratégia de eficiência coletiva assente nos trilhos RV que visa a valorização dos recursos naturais e dos produtos locais, através de uma rede aberta e sustentável de turismo e cultura.**



As Recomendações para práticas sustentáveis são orientações para projetos que combinem cultura e turismo, distribuídas em 4 pilares cruciais para a sustentabilidade do território.

O objetivo é aproximar-se deste ideal, analisar criticamente um evento ou actividade para ter consciência dos pontos a melhorar e valorizar os pontos mais positivos.



- 1 RESPONSABILIDADE**  
Social, ecológica e económica
- 2 CULTURAL LOCAL**  
Origem e autenticidade
- 3 QUALIDADE**  
Veracidade e confiança
- 4 COMUNICAÇÃO**  
Orientação para o mercado

# 1 RESPONSABILIDADE

Escolher serviços e produtos estando consciente do seu impacto social, ecológico e económico.

> **RESPONSABILIDADE PARTILHADA**

> **TURISMO ÉTICO**



# 1 RESPONSABILIDADE

## Ambiental

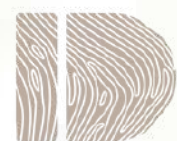
- Preservar o ambiente em todas as fases (da produção ao consumo).
- Utilizar produtos locais e regionais.
- Valorizar os recursos locais.
- Escolher produtos ecológicos.
- Usar meios energéticos eficientes e renováveis.
- Promover o equilíbrio entre os recursos naturais e o turismo.

## Coletiva

- Estimular uma economia circular, colaborativa e participativa.
- Envolver a população local de forma igualitária, inclusiva e ativa.
- Promover o encontro dos vários grupos e sectores sociais que habitam a região.
- Promover o comércio justo.
- Garantir condições justas para os recursos humanos envolvidos.

## Económica

- Fomentar ideias de negócio inovadoras, com potencial equilibrado de rentabilidade.
- Incentivar propostas que privilegiam o crescimento razoável e a sustentabilidade a longo prazo.



## 2 CULTURA LOCAL

A origem e a autenticidade no centro das preocupações.

- > PRESERVAÇÃO DAS MANIFESTAÇÕES CULTURAIS
- > PRODUZIR REFLEXÃO CRÍTICA E PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO



## 2 CULTURA LOCAL

### Originalidade

- Desenvolver uma identidade própria e afirmar-se pela diferença.
- Reconhecer e aceder ao sector primário local.
- Valorizar o conhecimento vernacular.
- Preservar e desenvolver o ecossistema natural e cultural.
- Divulgar o território na sua identidade contemporânea e atualizada.





## 3 QUALIDADE

Refletir a veracidade e gerar confiança a cada passo.

- > PRESERVAR E PROMOVER AS BOAS PRÁTICAS
- > ORIENTAR AS BOAS ESCOLHAS



# 3 QUALIDADE

## Fatores materiais

- Optar por recursos (matérias-primas, produtos, energia, etc.) de origem regional e obtidos de forma responsável.
- Investir na durabilidade dos produtos e na longevidade do negócio.
- Manter uma capacidade de escala adequada à promessa do serviço.
- Gerar confiança junto do cliente e uma oferta personalizada.

## Fatores imateriais

- Compreender o cliente e o poder transformador de uma experiência bem-sucedida.
- Garantir a transparência de todas as atividades da operação.
- Promover relações sociais e comerciais de proximidade e confiança, gerando consistência no trabalho em rede.
- Criar conteúdos próprios no âmbito de uma oferta diferenciadora.
- Investir na capacitação de recursos humanos.



## 4 COMÉRCIO & COMUNICAÇÃO

Um produto ou serviço orientado para o mercado.

- > **PERSCRUTAR O MERCADO**
- > **MAPEAR OFERTA EXISTENTE E PROMOVER A NOVA**
- > **MONITORIZAR E VALORIZAR O PRÓPRIO IMPACTO**



# 4 COMÉRCIO & COMUNICAÇÃO

## Comercial

- Garantir a qualidade (cultural, social, ecológica e económica) de produtos e serviços.
- Privilegiar a qualidade e não a quantidade, através da escala e da proximidade com a origem.
- Encarnar uma atitude e convencer quanto à sua eficácia e importância: “Não se pode dar ao turista tudo, ou exatamente, o que ele quer.”

## Comunicacional (divulgação)

- Defender a origem regional como argumento de valor.
- Promover os valores individuais e comuns à rede.
- Assumir uma atitude de transparência e honestidade no negócio: “Vender a estória.”

## Comunicacional (rede)

- Consolidar e rentabilizar a marca ID Rota Vicentina.
- Trabalhar e comunicar em rede.
- Divulgar as boas práticas através de recomendações.
- Sugerir as escolhas mais sustentáveis.
- Comunicar de forma clara, partilhada e participativa.



## UM PROJECTO PROMOVIDO POR:



## EM PARCERIA COM:



## CO-FINANCIADO POR:

PROVERE - Programa de Valorização Económica dos Recursos Endógenos

