

## SISTEMA DE VALORIZAÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS DA ROTA DO ROMÂNICO

### 1. Preâmbulo

A emergência de novos destinos turísticos, as alterações nos padrões de consumo, as crescentes expectativas da procura, bem como a maior sensibilidade e conhecimento dos turistas e visitantes, constituem alguns dos fatores que têm vindo a ditar a necessidade de uma maior competitividade dos destinos e dos produtos e serviços de natureza turística.

Turistas e visitantes, cada vez mais informados e com uma panóplia de escolha cada vez mais alargada, são frequentemente confrontados com a necessidade de optar entre destinos com características bastante similares. Nessa situação, a decisão final é muitas vezes ditada por questões aparentemente "menores", mas às quais determinados segmentos da procura são especialmente sensíveis: as *labels* ou certificados de qualidade, os prémios ou as classificações obtidas em determinados *rankings* elaborados por revistas e sítios da internet especializados ou, até mesmo, por *blogs* de consumidores. Independentemente de serem mais ou menos formais, todas as características, medidas ou iniciativas que possam, de alguma forma, atestar da qualidade do destino/produto/serviço, do seu reconhecimento público e da forte probabilidade de virem a providenciar uma experiência única e de elevada qualidade, são fortemente valorizadas por estes segmentos.

A satisfação de turistas e visitantes é, efetivamente, cada vez mais importante e mais dependente da qualidade e exclusividade dos produtos e serviços. De tal forma que, nos anos mais recentes, se tem assistido a uma proliferação de estudos sobre a satisfação dos turistas, e de um conjunto de medidas que visam a definição de *standards* de qualidade.

Paralelamente ao desenvolvimento (e especialização) de um conjunto de normas internacionais e nacionais, reconhecidas pelos governos como aplicáveis a determinados produtos ou serviços, como é o caso das normas da International Organization for Standardization (ISSO) ou das normas do Instituto Português da Qualidade (IPQ), têm igualmente vindo a ser desenvolvidas outras iniciativas, de carácter voluntário e mais informal (Organização Mundial de Turismo, 2002).

A Rota do Românico constitui, de forma inequívoca, um dos produtos turístico-culturais mais relevantes de Portugal, a que já está associada uma imagem de qualidade, reconhecida, entre outras formas, pelos prémios que tem vindo a granjear, em particular, nos últimos anos.

Contudo, a restante oferta turística e cultural, ao nível dos produtos e serviços complementares à Rota do Românico, não gozam ainda da mesma imagem de qualidade, pelo menos de uma forma homogénea e certificada.

Considerando que os destinos são cada vez mais o resultado da integração e promoção conjunta dos diferentes tipos de recursos/produtos e serviços que nele existem, uma intervenção que vise a melhoria da qualidade da oferta turística, não é apenas desejável, mas essencial para a valorização e promoção (interna e externa) da Rota do Românico e da região.

No âmbito da Estratégia PROVERE<sup>1</sup> da Rota do Românico foi já considerada a necessidade de desenvolver um conjunto de iniciativas (entre as quais um sistema de certificação) que permitisse “contribuir para a valorização económica dos seus recursos endógenos centrados no património românico do Vale do Sousa de modo a que se potenciem as suas vantagens competitivas e se assumam como alicerces de políticas de desenvolvimento e dinamização desse território”, bem como, “assegurar um patamar de qualidade uniforme – um *standard*, capaz de garantir uma oferta equilibrada e harmoniosa dos diferentes tipos de bens e serviços disponibilizados aos turistas e visitantes do Vale do Sousa”<sup>2</sup>.

### **1.1. Objetivos da Valorização de Produtos e Serviços da Rota do Românico**

O Projeto de Implementação de um Sistema de Monitorização e Valorização do Produto Turístico-Cultural Rota do Românico definiu como principais objetivos:

- Prosseguir com o esforço de qualificação e valorização do património e de dinamização da atividade turística desenvolvido pela Rota do Românico, envolvendo diferentes parceiros – públicos e privados, com e sem fins lucrativos.
- Assegurar um patamar de qualidade uniforme capaz de garantir uma oferta equilibrada e harmoniosa dos diferentes tipos de bens e serviços disponibilizados ao turista e visitantes dos vales do Sousa, do Douro e do Tâmega.

---

<sup>1</sup> PROVERE – Programa de Valorização Económica de Recursos Endógenos – Estratégia de Eficiência Coletiva, criada no âmbito do QREN – Quadro de Referência Estratégica Nacional.

<sup>2</sup> A Rota do Românico foi alargada geograficamente em 2010, passando a integrar também o território do Baixo Tâmega e do Douro Sul, e assumindo, a partir daí, a designação simplificada de Rota do Românico.

- Promover a introdução de sistemas de medição da qualidade do destino, face aos quais seja possível avaliar produtos e serviços turísticos, e que sejam posteriormente objeto de sistemas de certificação.
- Defender o património cultural, de natureza material ou imaterial, da região dos vales do Sousa, do Douro e do Tâmega e a autenticidade da sua oferta turística;
- Consolidar o produto turístico de forma integrada e aumentar o nível de confiança e satisfação dos visitantes e turistas;
- Melhorar a imagem e o prestígio da Rota do Românico e do turismo da região;
- Acrescentar valor à Rota do Românico como produto turístico;
- Estimular nos intervenientes da indústria turística uma melhoria nos padrões de qualidade, em produtos, serviços e recursos humanos;
- Garantir uma maior cooperação entre todos os agentes, públicos e privados, que participam no setor do turismo;
- Diferenciar a oferta turística da região;
- Promover a atribuição de um "Selo de Qualidade – Rota do Românico" aos agentes económicos locais ligados à atividade turístico-cultural, mediante um processo de qualificação.

## **1.2. Princípios a assegurar pela oferta cultural da Rota do Românico**

A Rota do Românico adota a Carta Internacional de Turismo Cultural e os Princípios e as Diretivas para a Gestão Turística aí definidos para Lugares de Significado Cultural e Patrimonial<sup>3</sup>:

### **Princípio 1 – Estimular a consciência pública do património**

Garantir a conservação e uso dos bens e sítios patrimoniais de forma a proporcionar ao visitante o conhecimento primário da cultura e do património da comunidade visitada.

### **Princípio 2 – Gerir relações dinâmicas**

Gerir os bens e sítios patrimoniais de uma forma sustentada para as gerações atuais e futuras, dirimindo os potenciais valores em conflito.

---

<sup>3</sup> Esta Carta é de iniciativa do ICOMOS – International Council of Monuments and Sites (Conselho Internacional de Monumentos e Sítios).

### **Princípio 3 – Garantir experiências únicas ao visitante**

Assegurar que a experiência proporcionada ao visitante seja enriquecedora e agradável, garantindo um conjunto de serviços que lhe permita tirar o melhor partido da decisão de visita que antes tomou.

### **Princípio 4 – Envolver a comunidade hospedeira na proteção do património e no acolhimento ao visitante**

Assegurar a participação da comunidade nos processos de conservação, interpretação, valorização e gestão dos recursos patrimoniais do território.

### **Princípio 5 – Garantir benefícios económicos, sociais e culturais à comunidade local**

Garantir que as atividades do turismo e da conservação possam beneficiar a comunidade residente, por exemplo ao nível da formação e emprego local para a apresentação e interpretação dos bens e sítios patrimoniais.

### **Princípio 6 – Desenvolver programas de promoção turística responsável**

Garantir que os programas de promoção turística assegurem a integridade das características dos bens patrimoniais tangíveis e intangíveis, de maneira a distribuir os fluxos de forma harmoniosa pelo território e a garantir uma promoção e venda de produtos locais que garantam uma distribuição equilibrada dos proveitos económicos daí resultantes.

## **2. Carta de Princípios do Sistema de Valorização dos Produtos e Serviços Turísticos da Rota do Românico**

A Carta de Princípios do Sistema de Valorização dos Produtos e Serviços Turísticos da Rota do Românico integra um conjunto de 14 princípios que traduzem orientações e diretrizes para os agentes económicos que desenvolvem a sua atividade turística no território da Rota do Românico. Estas orientações pretendem fomentar uma intervenção qualificada e articulada entre os vários agentes, que contribua inequivocamente para o seu próprio desenvolvimento e para o desenvolvimento sustentável do território em que se inserem.

### **Normas e Códigos**

1. Respeitar as normas legais nacionais e internacionais (comunitárias) que regulamentam a atividade desempenhada.
2. Aderir aos códigos internacionais que orientam o desenvolvimento da atividade turística, nomeadamente o Código Mundial de Ética do Turismo, desenvolvido pela Organização Mundial de Turismo.

### **Desenvolvimento Regional e Local**

3. Procurar aderir e contribuir para a prossecução das estratégias de desenvolvimento turístico desenvolvidas pelas entidades competentes, seja a nível internacional, nacional ou regional.
4. Favorecer a economia local/regional em processos de aquisição de bens e serviços, de contratação ou recrutamento de recursos humanos.
5. Promover práticas de inovação, inclusão e sustentabilidade social, através da integração de indivíduos socialmente desfavorecidos, do recurso a serviços e produtos desenvolvidos pelas instituições de solidariedade social, de apoio ao doente, entre outras, numa ótica de mútuo favorecimento.

### **Satisfação do Turista/Qualidade**

6. Aderir a processos de normalização e certificação voluntários específicos para a atividade desempenhada, a nível nacional ou internacional.
7. Contribuir para o aumento da satisfação do turista que visita a Rota do Românico, através da prestação de um serviço de qualidade.
8. Desenvolver mecanismos internos que promovam a melhoria e monitorização contínuas da qualidade do serviço prestado.

### **Redes e Parcerias**

9. Cooperar com as iniciativas locais/regionais promovidas pela Rota do Românico ou por outras entidades, que visem a promoção e o desenvolvimento do território da Rota do Românico.
10. Colaborar com a Rota do Românico na recolha de informação relativa ao perfil do visitante/turista, no sentido de progressiva e coletivamente se aproximar a oferta turística

existente das necessidades específicas dos turistas que visitam a região, e aumentar a atratividade turística do território.

#### **Sustentabilidade Ambiental e Preservação de Recursos**

11. Favorecer a utilização de recursos e materiais que promovam a sustentabilidade ambiental do território, nomeadamente no que diz respeito à eficiência hídrica e energética.

12. Promover a preservação dos recursos naturais do território através da adoção de procedimentos de reciclagem e tratamento adequado de resíduos, entre outros.

#### **Preservação/Promoção do Património**

13. Contribuir para a divulgação e promoção do património da Rota do Românico, na sua vertente material e imaterial, quer através da participação em atividades e eventos específicos, quer através da disponibilização de informação aos seus clientes.

14. Favorecer a utilização de materiais tradicionais e que respeitem a arquitetura local nos elementos construtivos e/ou decorativos dos empreendimentos/estabelecimentos de prestação de serviços turísticos.