

PLANO ESTRATÉGICO

aspiring Geoparque Oeste (AGO)



CARME
CENTRE OF APPLIED RESEARCH
IN MANAGEMENT AND ECONOMICS



CITUR
CENTRE FOR TOURISM,
REGIONAL DEVELOPMENT
AND INNOVATION



GEOPARQUE OESTE



PLANO ESTRATÉGICO DO ASPIRING GEOPARQUE OESTE (AGO)

POLITÉCNICO DE LEIRIA

CITUR | Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo – Leiria

CARME | Centro de Investigação Aplicada em Gestão e Economia

COORDENAÇÃO

Dulcineia Ramos

DESENVOLVIMENTO

Cátia Crespo

Eunice Duarte

Luís Lima Santos

João Paulo Jorge

João Vasconcelos

Sérgio Leandro

Teresa Eugénio

DESIGN

Inês Lucas

COLABORAÇÃO

Nuno Pimentel

Bruno Pereira

Miguel Reis Silva

Rute Torres

Associação Geoparque Oeste:

Câmara Municipal do Bombarral

Câmara Municipal do Cadaval

Câmara Municipal das Caldas da Rainha

Câmara Municipal da Lourinhã

Câmara Municipal de Peniche

Câmara Municipal de Torres Vedras

Agentes Locais de Turismo

Comunidades locais

Resumo

A publicação “Plano Estratégico do *aspiring* Geoparque Oeste” é um instrumento de gestão essencial para o desenvolvimento do projeto de candidatura a Geoparque Mundial da UNESCO, mas sobretudo para a implementação de medidas de âmbito territorial relacionadas com a geoconservação, geoeducação e geoturismo. A sua conceção é da autoria de uma equipa de investigadores do Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo (CITUR-Leiria) e do CARME - Centro de Investigação Aplicada em Gestão e Economia em estreita colaboração com a equipa executiva da AGEO - Associação Geoparque Oeste e a comunidade local, demonstrando a articulação natural entre a academia, as forças vivas do território e a unidade de gestão desta candidatura, em prol do desenvolvimento sustentável de uma região. O “Plano Estratégico do *aspiring* Geoparque Oeste” é acima de tudo um documento que demonstra a necessidade de uma gestão integrada de recursos, tais como económicos, humanos, sociais, turísticos e patrimoniais, como o caminho de sucesso a seguir por este território em prol do desenvolvimento sustentável no seu todo. Considerando a dimensão do território, mas também a diversidade, relevância científica do seu património natural e cultural, reconhece-se neste instrumento de gestão estratégica que o sucesso desta candidatura passa essencialmente pela articulação entre as autarquias e entidades de gestão territorial envolvidas, pela dinamização de ações concretas de promoção e divulgação integradas dos patrimónios geológico, paleontológico, ecológico e cultural, pelo desenvolvimento de projetos colaborativos com as empresas, associações, instituições, estabelecimentos de ensino, e pelo envolvimento das comunidades locais. Deste modo, o Plano Estratégico agora apresentado é um dos principais roteiros do território, para o cumprimento dos Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável e da Agenda 2030, e consequentemente para o sucesso da candidatura do território a Geoparque Mundial da UNESCO.

Palavras chave: Geoconservação, Geoeducação, Geoturismo, Desenvolvimento Sustentável, Geoparque.

PLANO ESTRATÉGICO DO ASPIRING GEOPARQUE OESTE (AGO)

I AUTORES

Cátia Fernandes Crespo

ORCID: 0000-0003-2886-7370

Ciência ID: 0615-6420-EC94

Filiação: CARME – Politécnico de Leiria

Sérgio Miguel Leandro

ORCID ID: 0000-0001-5005-3598

Ciência ID: ID 4010-5225-08DD

MARE – Politécnico de Leiria

Dulcineia Ramos

ORCID: 0000-0001-8936-8351

Ciência ID: 4616-34A5-0A98

Filiação: CITUR – Politécnico de Leiria

Teresa Eugénio

ORCID: 0000-0003-1040-3164

Ciência ID: 1F17-50A3-BEE2

Filiação: CARME – Politécnico de Leiria

Eunice Almeida Duarte

ORCID: 0000-0002-5425-3017

Ciência ID: 5A1A-92D7-B80B

Filiação: CITUR – Politécnico de Leiria

Luís Lima Santos

ORCID: 0000-0002-6652-7601

Ciência ID: 1A1E-830E-DF42

Filiação: CITUR – Politécnico de Leiria

João Paulo Jorge

ORCID: 0000-0003-3845-596X

Ciência ID: 581A-F919-9CEE

Filiação: CITUR – Politécnico de Leiria

João Viljoen de Vasconcelos

ORCID: 0000-0002-2818-5188

Ciência ID: BA11-D3C0-14C3

Filiação: Politécnico de Leiria | Centro de Estudos Geográficos, Instituto de Geografia e Ordenamento do Território, Universidade de Lisboa | Laboratório Associado Terra

Edição: Politécnico de Leiria

Ano de edição: 2022

DOI: <https://doi.org/10.25766/74s9-x668>

ISBN: 978-989-53715-1-8

ÍNDICE

GEOPARQUE DA UNESCO E GEOSSÍTIOS: CONTEXTUALIZAÇÃO 13

Enquadramento dos Geoparques Portugueses	14
Geoparques Mundais da UNESCO Portugueses	15
Factores diferenciadores do território do AGO	17

AGEO - ASSOCIAÇÃO GEOPARQUE OESTE 18

a) A Missão, a Visão, os Princípios, os Valores e os Objetivos Estratégicos da AGEO	18
b) A Missão, a Visão, os Princípios, os Valores e os Objetivos Estratégico do plano estratégico	20

METODOLOGIA 21

— PARTE I — Análise Estratégica

DIAGNÓSTICO TERRITORIAL 26

a) Breve Descrição Geral do Território em Análise	27
b) Dinâmicas demográficas e sociais	31
c) Caraterização Turística e Ambiental	35

AMBIENTE E TERRITÓRIO: INSTRUMENTOS DE PLANEAMENTO E ORDENAMENTO 64

a) Enquadramento do <i>aspiring</i> Geoparque do Oeste nos instrumentos estratégicos de ordenamento do território	64
---	----

TENDÊNCIAS DE EVOLUÇÃO DOS SEGMENTOS DE MERCADO E PRODUTOS TURÍSTICOS 75

a) Estratégia de distribuição no setor turístico	76
a) Perfil do turista do Geoparque	76

Análise SWOT do AGO 78

— PARTE II — Plano de Ação

EIXOS ESTRATÉGICOS 84

a) Geoconservação Objetivos + Ações	84
b) Geoeducação Objetivos + Ações	89
c) Geoturismo Objetivos + Ações	95

— PARTE III — Plano de Marketing

ENQUADRAMENTO ESTRATEGICO 110

ESTRATÉGIA DE PRODUTO E MARCA 111

a) Estratégia de produto	111
b) Experiências turísticas integradas	118
c) Estratégia de marca	121

ESTRATÉGIA DE MERCADOS, SEGMENTOS E POSICIONAMENTO 121

DISTRIBUIÇÃO E COMUNICAÇÃO 123

a) Distribuição	123
b) Comunicação	124

FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO 128

— PARTE IV — Plano de Ação Financeira e Viabilidade Económica

VIABILIDADE ECONÓMICO FINANCEIRA 132

— PARTE V — Governança: Modelo de Implementação e Monitorização

MODELO DE GOVERNANÇA E IMPLEMENTAÇÃO 136

ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1** | Logotipo do aspiring Geoparque Oeste
- Figura 2** | Geoparques em Portugal
- Figura 3** | Icnofósseis em Penha Garcia
- Figura 4** | Painel de trilobites no Museu das Trilobites
- Figura 5** | Geossítio da montanha do Pico
- Figura 6** | Geossítio da Serra de Bornes
- Figura 7** | Vale glaciário do Zêzere
- Figura 8** | Valores da AGEO
- Figura 9** | Esquematização de missão, valores e objetivos do Plano Estratégico do AGO
- Figura 10** | Infografia Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
- Figura 11** | Esquematização da metodologia de planeamento
- Figura 12** | Localização do Território do AGO em Portugal
- Figura 13** | Território do AGO
- Figura 14** | Município do Bombarral
- Figura 15** | Município do Cadaval
- Figura 16** | Município das Caldas da Rainha
- Figura 17** | Município da Lourinhã
- Figura 18** | Município de Peniche
- Figura 19** | Município de Torres Vedras
- Figura 20** | Faixa etária dos turistas da Região Centro (2019)
- Figura 21** | Escolaridade dos turistas da região centro (2019)
- Figura 22** | Mapa de localização de alguns Geossítios do AGO
- Figura 23** | Mapa dos Geossítios do AGO de acordo com a sua dimensão
- Figura 24** | Mapeamento de estabelecimentos turísticos e alojamento local no território AGO
- Figura 25** | Enquadramento estratégico
- Figura 26** | Estruturação do Plano de Marketing
- Figura 27** | Pilares estratégicos para a oferta de produtos turísticos da região do aspiring Geoparque Oeste
- Figura 28** | Oferta turística da região do Aspiring Geoparque Oeste por pilares estratégicos
- Figura 29** | Estruturação de Produtos Turísticos e Experiências Turísticas Integradas
- Figura 30** | Estratégia de Produto por Pilares Estratégicos e Produtos Turísticos
- Figura 31** | Experiências Turísticas Integradas
- Figura 32** | Experiências Turísticas Integradas por concelhos
- Figura 33** | Marca Geoparque Oeste
- Figura 34** | Atratividade dos Produtos Turísticos do aspiring Geoparque Oeste por Segmento
- Figura 35** | Canais de Distribuição
- Figura 36** | Canais de Distribuição por Produtos Turísticos do aspiring Geoparque Oeste
- Figura 37** | Canais de Distribuição por Segmento
- Figura 38** | Instrumentos de comunicação
- Figura 39** | Instrumentos de comunicação por Produtos Turísticos do Aspiring Geoparque Oeste
- Figura 40** | Mensagens-chave do aspiring Geoparque Oeste AGO
- Figura 41** | Entidade de governança e gestão

ÍNDICE DE QUADROS

- Quadro 1** | Princípios AGEO
- Quadro 2** | Dados Sociodemográficos
- Quadro 3** | Indicadores de Turismo
- Quadro 4** | População residente
- Quadro 5** | População ativa
- Quadro 6** | Indicadores ao nível do ensino
- Quadro 7** | Número de empresas não financeiras por setor de atividade e território
- Quadro 8** | Volume de negócios das empresas não financeiras: total e por território
- Quadro 9** | Indicadores turísticos por território
- Quadro 10** | As Componentes do PRR e os Investimentos Associados
- Quadro 11** | Indicadores de estabelecimentos de alojamento turístico por município
- Quadro 12** | Análise SWOT do AGO
- Quadro 13** | Geocoservação e os ODS
- Quadro 14** | Geoeducação e os ODS
- Quadro 15** | Geoturismo e os ODS
- Quadro 16** | Mapeamento de estabelecimentos turísticos no território AGO
- Quadro 17** | Mapeamento de alojamento local no território AGO
- Quadro 18** | Instrumentos de comunicação
- Quadro 19** | Fatores Críticos do Sucesso do AGO
- Quadro 20** | Previsão de rendimentos e gastos
- Quadro 21** | Cronograma de Implementação Geoconservação
- Quadro 22** | Cronograma de Implementação Geoeducação
- Quadro 23** | Cronograma de Implementação Geoconservação

INTRODUÇÃO

Os Geoparques Mundiais da UNESCO são territórios que têm como missão a promoção do património natural e cultural, com especial ênfase no património geológico, através da sua valorização turística, educacional e científica. Segundo o Programa de Geoparques Mundiais da UNESCO, um Geoparque deve ser um território claramente delimitado, onde a geoconservação, a geoeducação e o geoturismo são as ferramentas para o desenvolvimento sustentável das populações que nele habitam. Esta abordagem torna a região num ecossistema eclético e em perfeita harmonia com a concretização da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas, nomeadamente no cumprimento dos 17 objetivos para o desenvolvimento sustentável (ODS), aprovados em setembro de 2015 por 193 membros.

O território do *aspiring* Geoparque Oeste é composto por um conjunto singular de formações geológicas, achados paleontológicos, mas também por uma identidade social e etnográfica únicas no país. Os seus 1154 km², abrangem 6 municípios na região Oeste (Bombarral, Cadaval, Caldas da Rainha, Lourinhã, Peniche e Torres Vedras), onde residem mais de 212 791 pessoas.

Aliado a estas características singulares e distintivas face a outros territórios, o *aspiring* Geoparque Oeste é também caracterizado por ser um território cientificamente atrativo, acolhendo anualmente largas dezenas de investigadores, provenientes de diferentes países, em diferentes áreas do saber, através dos diversos centros de investigação, das iniciativas de campo. Salienta-se o caso de escavações paleontológicas e arqueológicas, assim como da experimentação de novas metodologias relacionadas com a inovação agrícola e o mar.

No final desta linha, registam-se mais de 30 espaços museológicos e centros interpretativos que permitem divulgar e promover a ciência que aqui é construída há mais de dois séculos, através dos seus programas educativos e turísticos.

Neste sentido, o Plano Estratégico do *aspiring* Geoparque Oeste (PEaGO) é um documento de extrema importância para o projeto de desenvolvimento regional que o *aspiring* Geoparque Oeste está a construir. Este documento traçará as linhas estratégicas nas suas diferentes áreas de ação para os próximos 10 anos, designando os principais atores e responsáveis, assim como, as redes e parcerias a implementar no âmbito de aspirante a Geoparque Mundial da UNESCO.

O processo de construção do PEaGO, contou com a coordenação e parceria do Politécnico de Leiria, através do Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo (CiTUR) da Escola Superior de Turismo e Tecnologias do Mar (ESTM) e do CARME da Escola Superior de Tecnologia e Gestão (ESTG). Contou, também, com a participação dos principais atores locais presentes no *aspiring* Geoparque Oeste, tornando deste modo, este documento estratégico no principal caderno de encargos para a implementação da Agenda 2030 e dos respetivos ODS de um território que tem como ambição o reconhecimento como Geoparque Mundial da UNESCO.



Fig. 1 - Logotipo do *aspiring* Geoparque Oeste

GEOPARQUE DA UNESCO E GEOSSÍTIOS: CONTEXTUALIZAÇÃO

Em 1995, iniciou-se um programa que visava criar um inventário internacional dos recursos geológicos mundiais permitindo que fossem utilizados para pesquisas, para a educação, bem como para a sua preservação (Wimbledon, 1996, Dingwall *et al.*, 2005).

O conceito de geoparque surge em 1997 e é apoiado pela UNESCO (UNESCO, 2006). Um geoparque é um território, cujos limites geográficos estão bem definidos. O mesmo procura potenciar um património geológico singular (elementos geológicos com relevância científica, educativa e cénica), em conjunto com outros valores patrimoniais naturais (valores ecológicos) e culturais (valores arqueológicos, etnográficos, históricos) (UNESCO, 2006; UNESCO, 2010). Tem como principal foco a proteção, a conservação e manutenção desse património, a promoção da educação, do desenvolvimento de infraestruturas relacionadas ao turismo e da promoção do desenvolvimento económico sustentável do local, de forma integrada com as estruturas de governança existentes (Nowlan *et al.*, 2004; Komoo, 2004; McKeever & Zourous, 2005; McKeever, 2009, McKeever, 2010).

A Rede de Geoparques Mundiais da UNESCO, criada em 2004, atribuí as primeiras chancelas a 17 geoparques (McKeever, Zouros e Patzak, 2010), contando atualmente com 169 geoparques, distribuídos por 44 países. Em Portugal existem 5 Geoparques Mundiais da UNESCO, são eles o Geoparque Naturtejo da Meseta Meridional, o Geoparque Arouca, o Geoparque Açores, o Geoparque Terras de Cavaleiros e o Geoparque Estrela (UNESCO, 2021).

A UNESCO oferece assistência aos seus membros e às atividades do geoparque, para além de um dos seus grandes objetivos ser gerar oportunidades de emprego para a comunidade local (Komoo & Patzak, 2008). O conceito de geoparque permite que seja possível educar e ensinar o público relativamente às questões ambientais e culturais, onde os locais podem assumir o papel de anfitriões e assim desenvolver atividades de geoturismo, preservando o património para futuras gerações (Frey, 2000; Nyaupane & TimoThy, 2010; James, 2010). O envolvimento por parte das comunidades locais pode levar ao aumento do orgulho e fortalecimento dos sentimentos de lugar e de pertença (Koomoo, 2014). Assim sendo, a educação e formação para a preservação e conservação do património geológico não só permitem transmitir o conhecimento e ter consciência do valor do mesmo, como também delinear o conceito de geodiversidade. Além da oportunidade que oferecem enquanto "sala de aula" no mundo real, aumentam a compreensão sobre estes temas (Newsome & Dowling, 2005). A geoconservação é assim uma meta dos geoparques (Ng, Fang e Li, 2012). Devido a isso, o geoturismo assume um papel fundamental no estímulo de atividades económicas e permite sustentar o desenvolvimento em geoparques, através da gestão dos recursos locais e das suas comunidades (Dowling, 2011, Solarska *et al.*, 2012; Newsome, Dowling e Leung, 2012). Como tal, de forma a preservar a singularidade da paisagem e características arqueológicas, ecológicas, históricas e culturais é fundamental estarem interligados em rede, através de rotas, trilhos e percursos, devendo ser geridos e protegidos (McKeever, 2009). O turismo pode ser utilizado como forma de proteção, porém o mesmo permite ainda gerar investigação científica, potenciar a educação ambiental, o desenvolvimento económico local e a interpretação do geopatrimónio (UNESCO, 2001; Koomoo, 2005; UNESCO 2006; McKeever, 2009, Ziemann & Figueiró, 2017; Figueiró *et al.*, 2019).

Importa referir que existem dois tipos de geoturistas, os que procuram conhecimentos e os casuais que visitam os geossítios por prazer (tendo por norma pouco conhecimento sobre geologia e geomorfologia). A maioria dos visitantes dos geoparques faz parte do segundo grupo (Hose, 2007; Paik *et al.*, 2010). Os geoturistas podem viajar de forma independente ou em grupos, com a motivação principal de conhecer geossítios e aprender mais sobre os aspetos geológicos, geográficos e históricos (Newsome, Dowling e Leug, 2012; Vasiljević *et al.*, 2018; Eschiletti, Rodrigues e Lanzer, 2019).

Como tal, os Geoparques da UNESCO desempenham um papel fundamental no cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, em especial através da promoção do geoturismo e

do envolvimento das comunidades. Os geoprodutos são resultado de uma visão estratégica de desenvolvimento local e inovação dos territórios integrantes dos geoparques. O desenvolvimento sustentável de um geoparque visa melhorar a qualidade de vida dos que nele vivem, para tal, é fundamental existir o apoio à marca de promoção do mesmo (Xu & Kong, 2010; Newsome, Dowling e Leung, 2012). As comunidades locais são assim partes interessadas no planeamento e implementação de atividades (Azman *et al.*, 2011).

ENQUADRAMENTO DOS GEOPARQUES PORTUGUESES

Na sequência da discussão dedicada ao património geológico do 30º Congresso Internacional de Geologia, ocorrido em Pequim, foi criada em 2000 a primeira rede internacional centrada na promoção de estratégias de desenvolvimento sustentado na geologia e noutros valores naturais ou humanos. Esta rede, intitulada por Rede Europeia de Geoparques (REG), teve como fundadores quatro membros: Réserve Géologique de Haute-Provence (França), The Petrified Forest of Lesvos (Grécia), Geopark Gerolstein/Vulkaneifel (Alemanha) e Maestrazgo Cultural Park (Espanha) (Zouros, 2004).

A UNESCO começou a trabalhar no conceito de geoparque em 2001 e, passados quatro anos, 17 geoparques europeus e 8 geoparques chineses reuniram-se na sede da UNESCO em Paris para formar a Rede Global de Geoparques (GGN). A 17 de Novembro de 2015, os 195 Estados Membros da UNESCO ratificaram a criação de uma nova chancela, os Geoparques Mundiais da UNESCO, concretizado a formalização de uma rede global centrada na valorização do património geológico.

A Rede Mundial de Geoparques é uma organização sem fins lucrativos, constituída legalmente e com uma cota anual dos seus membros. A GGN é dinâmica, onde os membros se comprometem a trabalhar juntos e trocar ideias sobre as melhores práticas, assim como, na promoção de projetos comuns para aumentar os padrões de qualidade de todos os produtos e práticas dos Geoparques Mundiais da UNESCO.

No ano de 2011, sob a égide da Comissão Nacional da UNESCO foi criado o Fórum Português de Geoparques Mundiais da UNESCO que se constituiu numa plataforma desenhada para aprofundar o conhecimento entre os seus membros; incentivar um maior intercâmbio de experiências e definir condições, métodos e metas de trabalho conjuntos para o futuro; apoiando a entrada de novos territórios que pretendam integrar a Rede Mundial de Geoparques, tutelada pelo Programa Geoparques Mundiais da UNESCO.

Tal como referido anteriormente, em Portugal, fazem parte desta rede os cinco existentes: o Geoparque Naturtejo da Meseta Meridional; Geoparque Arouca; o Geoparque Açores; o Geoparque Terras de Cavaleiros e, mais recentemente, o Geoparque Estrela (Figura 2).

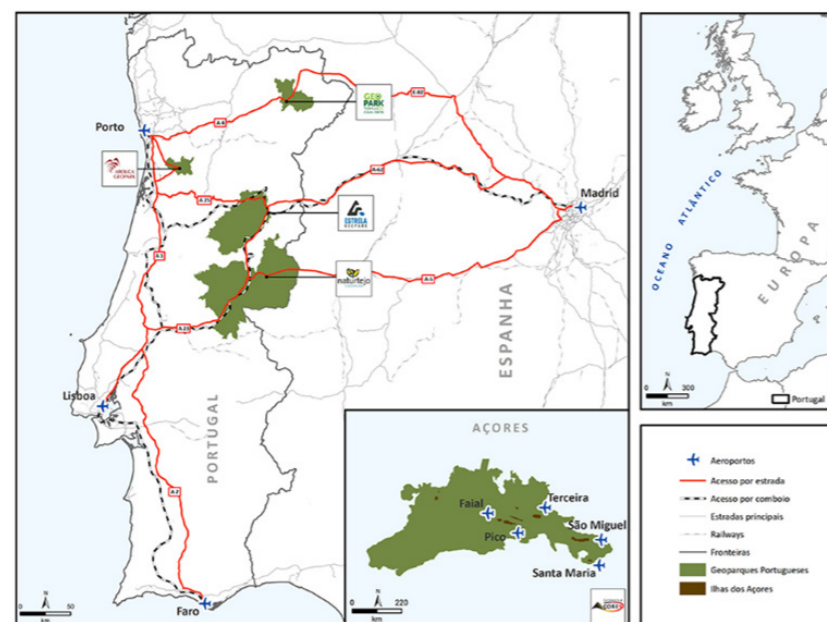


Fig. 2 - Geoparques em Portugal

Fonte: Geopark Estrela (2021)

GEOPARQUES MUNDIAIS DA UNESCO PORTUGUESES

O Geoparque Naturtejo da Meseta Meridional, foi o primeiro geoparque português, tendo integrado em 2006 as Redes Europeia e Global de Geoparques. Este Geoparque estende-se por um território de 5060 km², nos concelhos de Castelo Branco, Idanha-a-Nova, Penamacor, Proença-a-Nova, Nisa, Oleiros e Vila Velha de Ródão. Este Geoparque apresenta um geopatrimónio de excepcional valor, nomeadamente tanto a nível geomorfológico, como geológico, paleontológico e geomineiro, onde se destacam os icnofósseis de Penha Garcia (figura 3).



Fig. 3 - Icnofósseis em Penha Garcia

Fonte: NaturTejo

O Geoparque Arouca foi o segundo geoparque português a ser chancelado, em abril de 2009. Ocupa uma área de 328 km², que corresponde à totalidade da área administrativa do Município de Arouca. Salienta-se no Geoparque Arouca o singular património geológico, inventariado em 41 geossítios. Destes, destacam-se os geossítios «Pedras Parideiras», «Trilobites gigantes» (figura 4), «Icnofósseis de Cabanas Longas» e «Icnofósseis de Mourinha».



Fig. 4 - Painel de trilobites no Museu das Trilobites

Fonte: Arouca Geopark

O Geoparque Açores (com 12.884 quilómetros quadrados) foi criado em 2010 tendo integrado as Redes Europeia e Global de Geoparques em 2013. O Geoparque Açores representa todo o território do arquipélago do Açores. Encontra-se alicerçado numa estrutura de 121 geossítios de singular valor, dispersos pelas nove ilhas e na zona marinha envolvente, representativos do

contexto vulcânico da região, tais como sejam vulcões (figura 5), caldeiras, lagoas, campos lávicos, fumarolas, águas termais, grutas e algares vulcânicos, fajãs, escarpas de falha e depósitos fossilíferos marinhos. O Geoparque Açores (com 12.884 quilómetros quadrados) foi criado em 2010 tendo integrado as Redes Europeia e Global de Geoparques em 2013. O Geoparque Açores representa todo o território do arquipélago do Açores. Encontra-se alicerçado numa estrutura de 121 geossítios de singular valor, dispersos pelas nove ilhas e na zona marinha envolvente, representativos do contexto vulcânico da região, tais como sejam vulcões (figura 5), caldeiras, lagoas, campos lávicos, fumarolas, águas termais, grutas e algares vulcânicos, fajãs, escarpas de falha e depósitos fossilíferos marinhos.



Fig. 5 - Geossítio da montanha do Pico Fonte: Açores Geoparque

O Geoparque Terras de Cavaleiros, criado em 2013 coincide com os limites administrativos do concelho de Macedo de Cavaleiros, por uma área de 700 km². Este Geoparque encontra-se estruturado em 42 geossítios com um importante património geológico e geomofológico, cultural e ecológico, tal como seja a Serra de Bornes (figura 6).



Fig. 6 - Geossítio da Serra de Bornes

Fonte: Geoparque Terras de Cavaleiros

O último território a ver reconhecida a chancela de Geoparque Mundial pela UNESCO foi a região da Serra da Estrela. O Geoparque Estrela tem uma extensão de 2216 km², integrando o território os concelhos de Belmonte, Celorico da Beira, Covilhã, Fornos de Algodres, Gouveia, Guarda, Manteigas, Oliveira do Hospital e Seia. Possui um notável património geológico, sendo a sua principal originalidade os registos glaciários e fluvioglaciários resultantes da última glaciação, em especial o vale glaciário do Zêzere, em Manteigas (figura 7).



Fig. 7 - Vale glaciário do Zêzere

Fonte: Geopark Estrela

Atualmente, existem diversas iniciativas de afirmação das estratégias de desenvolvimento dos territórios com o desígnio de Geoparque em processo de desenvolvimento em Portugal. A presente candidatura do *aspiring* Geoparque Oeste (AGO) é, na atualidade, acompanhada pelas candidaturas do aspirante Geoparque Litoral de Viana do Castelo, o aspirante Geoparque do Atlântico e o aspirante Geoparque Algarvensis.

FATORES DIFERENCIADORES DO TERRITÓRIO AGO

Este território alberga um conjunto de fatores diferenciadores que o potenciam como único e dão consistência a esta aspiração:

- Uma área territorial de relevância geológica a nível internacional, centrada no período Jurássico e com fósseis singulares;
- Património cultural diversificado e historicamente importante, protegido e valorizado pelas comunidades locais, com identidades e dinâmicas sociais fortes;
- Interesse e empenho de entidades públicas, privadas e de comunidades locais, em incentivar o desenvolvimento da região, assente nos princípios da proteção e valorização do património natural e cultural, educação, investigação e desenvolvimento sustentável;
- Disponibilidade e interesse de continuação da colaboração com várias instituições, a nível nacional e internacional, designadamente no âmbito da educação e investigação científica

AGEO - ASSOCIAÇÃO GEOPARQUE OESTE

a) Missão, a Visão, os Princípios, os Valores e os Objetivos Estratégicos da AGO

Tendo em consideração a Carta Estratégica do AGEO, associação constituída em 2018, transcrevem-se em seguida: a Missão, a Visão, os Princípios, os Valores e os Objetivos Estratégicos (Carta Estratégica AGEO, 2020).

MISSÃO

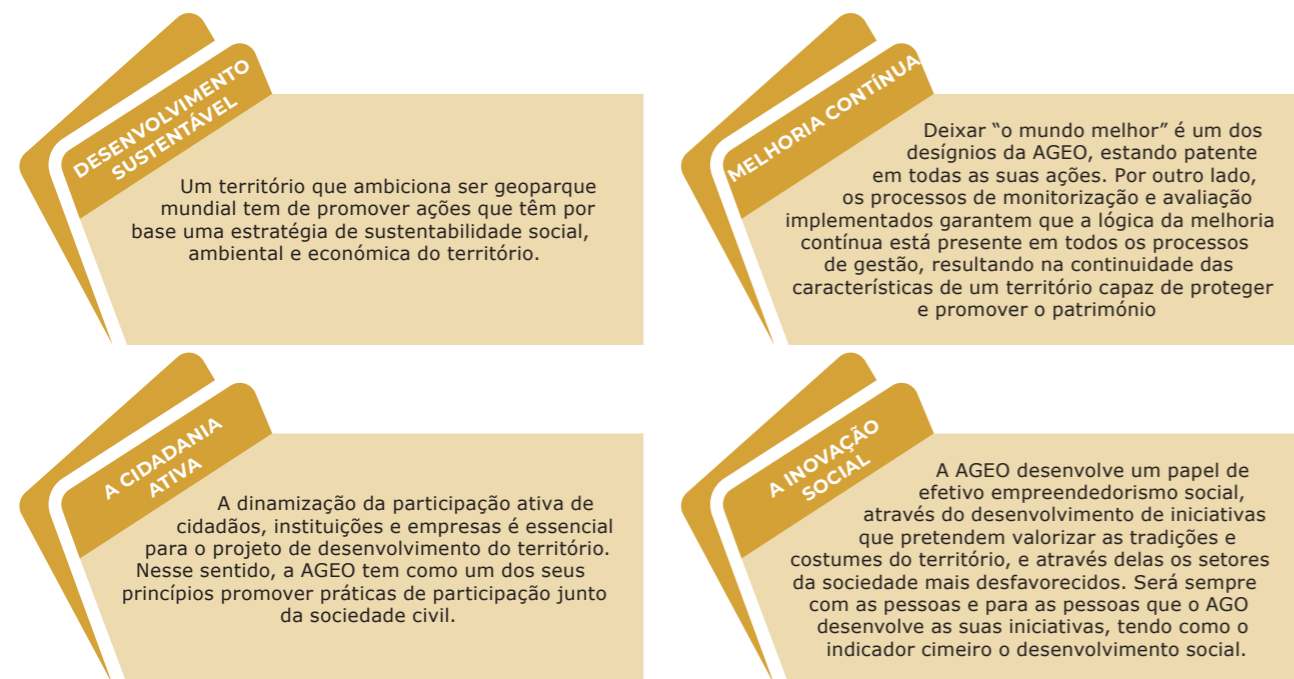
“Contribuir para a preservação, conservação, valorização, divulgação e dinamização do património natural e cultural, com especial ênfase no património geológico, empenhando-se na divulgação do conhecimento científico, promovendo a educação, o turismo e o desenvolvimento sustentável das populações e do território do *aspiring* Geoparque Oeste.”

VISÃO

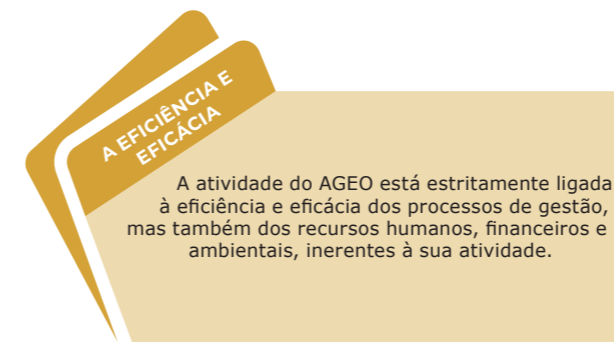
“Ser uma instituição agregadora, que promove e potencia o património do território do *aspiring* Geoparque Oeste, através da participação dos seus principais atores, tornando-se uma referência na sua área de ação.”

PRINCÍPIOS E VALORES

A AGEO tem como principais princípios: o desenvolvimento sustentável, a melhoria contínua, a cidadania ativa, a inovação social, a eficiência e eficácia (Quadro 1), como base a Carta Estratégica da AGEO (2020).



Quadro 1 - Princípios AGEO



Quadro 1 - Princípios AGEO

No que se relaciona com os valores, a AGEO – Associação Geoparque Oeste defende (Carta Estratégica AGEO, 2020):

O Respeito pela Natureza

“A geoconservação e preservação da biodiversidade do território, enquanto vertentes interligadas e complementares da Natureza em que vivemos, são alguns dos indicadores da ação do AGO, especificamente no que concerne à sua atividade na área da sensibilização dos seus parceiros e da comunidade em geral para a gestão sustentável dos recursos naturais, e do mesmo modo, no desenvolvimento de redes sociais geradoras de mudanças efetivas de atitudes relativas à vivência nos espaços naturais.”

A Solidariedade

“A solidariedade é um dos pilares da AGEO – Associação Geoparque Oeste, nomeadamente na prossecução do AGO, enquanto entidade que se relaciona com os outros, e ambiciona criar redes integradas no seu território.”

A Equidade e Igualdade

“O equilíbrio das ações no território, mas também dos atores envolvidos é um dos fatores que caracterizam e norteiam a ação do AGO, indo desta forma ao encontro das premissas dos Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável.”

A Cooperação Interinstitucional

“Um dos propósitos do AGO é a articulação com entidades existentes no território, mas também a dinamização de redes que permitam promover e potenciar o trabalho que cada uma das entidades parceiras desenvolve. Por outro lado, o contacto permanente com as entidades de gestão do território do AGO, sejam de âmbito local, regional ou nacional, é essencial para o sucesso e cumprimento dos propósitos do AGO”.

Sendo desta forma estes valores vertidos para a AGEO (Figura 8).

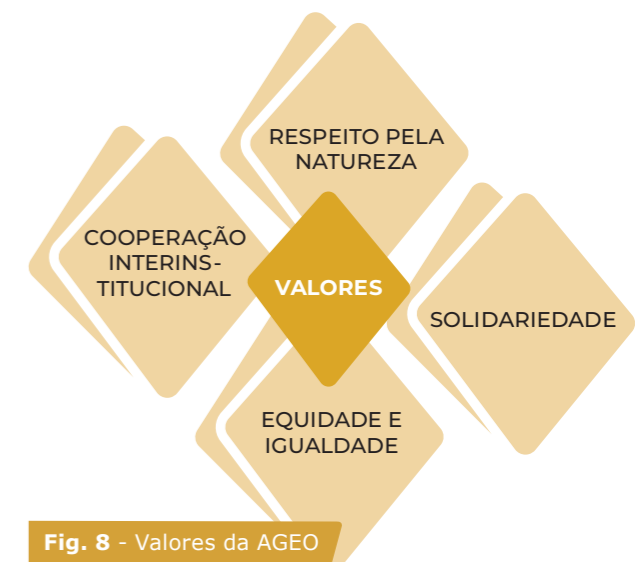


Fig. 8 - Valores da AGEO

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

A definição de objetivos estratégicos permite ao AGO se direcionar de forma clara e concisa. Como tal, tendo por base a Carta Estratégica da AGEO, foram definidos os seguintes objetivos:

1. Identificar, estudar, avaliar, salvaguardar, valorizar e divulgar o património natural e cultural, material e imaterial, do território que integra o AGO;
2. Realizar e apoiar iniciativas, projetos e programas que viabilizem o desenvolvimento

- sustentável e ambiental do território que integra o AGO;
3. Promover e apoiar ações de inovação económica, social e tecnológica que propiciem a criação de emprego, a fixação e o desenvolvimento das populações;
 4. Desenvolver iniciativas conducentes à obtenção e manutenção do reconhecimento do AGO, pela UNESCO, como Geoparque Mundial;
 5. Participar na rede nacional e internacional de GEOPARQUES Mundiais da UNESCO;
 6. Integrar as parcerias e projetos associativos e empresariais que se constituam visando o estudo e o desenvolvimento dos territórios e populações abrangidos pelo AGO;
 7. Realizar ações educativas, culturais e de formação tendentes a divulgar o trabalho e as atividades do AGO;
 8. Criar, identificar e apoiar a promoção de serviços e produtos locais e regionais de qualidade, mediante marcas e logótipos que se mostrem adequados à proteção dos bens;
 9. Promover as iniciativas e projetos no domínio da ciência, da cultura e do turismo como instrumentos do desenvolvimento harmonioso e sustentável das populações e territórios;
 10. Apoiar os projetos de investigação científica no território, mediante parcerias com entidades públicas e privadas, centros de investigação, universidades e institutos politécnicos, empresas e as associações;
 11. Conciliar a conservação do património natural e cultural, material e imaterial, e o desenvolvimento sustentável socioeconómico da população abrangida pelos territórios dos Municípios aderentes;
 12. Gerir e melhorar as estruturas de apoio ao visitante do AGO, informando e sensibilizando para a defesa dos valores deste;
 13. Criar uma marca própria do AGO.

METODOLOGIA

Para a adequada elaboração de um Plano Estratégico torna-se necessário diagnosticar todo o território que o integra, relatando todas as suas potencialidades e fraquezas, assim como as interligações existentes. Ørjansen (1998) e Saarinen, Rogerson e Hall (2017) defendem que o planeamento deve basear-se em critérios de negociação, cooperação, flexibilização e participação. O planeamento responde a um conjunto de intenções que se podem traduzir de uma forma abrangente:

- Integrar o desenvolvimento numa estratégia;
- Garantir a sustentabilidade do desenvolvimento;
- Valorizar o potencial de recursos locais;
- Explorar as oportunidades do futuro;
- Potencializar os benefícios das ações para a população;
- Articular diversas atividades com os instrumentos de ordenamento do território;
- Definir posições claras e diferenciadas para os mercados;
- Criar um quadro de orientação que contemple medidas, ações e projetos.

Desta forma, pretende-se adotar uma conceção de planeamento interativo que, atualmente se afirma, por oposição à conceção clássica do planeamento preditivo e prescritivo, o que se pode traduzir de forma simplificada nos seguintes paradigmas:

- i. O essencial da estratégia visa definir um conceito para o território enquanto Geoparque e tomar opções sobre de vantagens competitivas em que se deve apostar, afirmando a competitividade através da conceção de um sistema de atividades: de conservação, de formação e turísticas que se reforçam mutuamente e que se apresentem numa visão clara, diferenciada e competitiva;
- ii. As propostas centrais do Plano tencionam indicar intervenções que se consideram como estruturantes baseadas nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) (Figura 10) e que por isso devem ser observadas como detentoras da capacidade de integrarem um fio condutor de uma estratégia agregadora de projetos e ações com efeitos sinérgicos para o AGO, traduzindo-se assim num projeto territorial integrador e holístico;
- iii. O Plano, não sendo detentor de carácter regulamentar, nem vinculativo, apresenta propostas que pretendem alavancar ao desenvolvimento do território, isto é, que gerem impactos positivos que possam ampliar o seu efeito isolado, e com um sentido estratégico unificado numa visão de futuro que confira um fio condutor à estratégia;
- iv. Foi desenvolvida uma interação com os diversos agentes locais, regionais e nacionais relevantes para o processo de desenvolvimento, nem sempre em busca de consensos ou de acordo pleno com o que o Plano preconiza, mas sim, em busca de plataformas de entendimento de ações, na busca do rumo e das linhas de orientação estratégica, mas sem pretensões de encerrar as iniciativas e as dinâmicas emergentes em programas preestabelecidos.

b) Missão, a Visão, os Princípios, os Valores e os Objetivos Estratégicos do Plano Estratégico

Tendo em consideração a elaboração de um Plano Estratégico para o desenvolvimento do *aspiring* Geoparque Oeste e baseando-se naquelas que são as premissas emanadas pela Carta Estratégica da AGEO, considera-se relevante determinar quais os valores, a missão e os objetivos deste instrumento indutor de desenvolvimento tendo também em consideração todas as ações sectoriais que serão posteriormente apresentadas na figura 9.



Fig. 9 - Esquematização de missão, valores e objetivos do Plano Estratégico do AGO

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



Fig. 10 - Infografia Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Para o desenvolvimento do Plano Estratégico do *aspiring* Geoparque Oeste, foi constituída uma equipa multidisciplinar de trabalho do Politécnico de Leiria, abrangendo dois grupos de investigação, o CITUR Leiria (Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo) e o CARME (Centro de Investigação Aplicada em Gestão e Economia). Os investigadores deste grupo de trabalho são provenientes de diversas áreas do conhecimento, tais como: economia, sustentabilidade, planeamento turístico, marketing e geografia. Por conseguinte, a equipa elaborou o documento tendo em consideração a seguinte linha metodológica (Figura 11).



Fig. 11 - Esquematização da metodologia de planeamento

Na fase introdutória do projeto foram contactadas todas as entidades públicas envolvidas para a recolha de informação considerada essencial para o desenvolvimento do território. Esta tarefa revelou-se complexa tendo em consideração a diferenciação nas bases de informação dos seis municípios que compõem o território do AGO.

Durante a fase do planeamento e do desenvolvimento, foi realizada uma sessão de participação pública no dia 12 de maio de 2021, em ambiente online, com o objetivo da auscultação dos diversos agentes do território. Estiveram representadas 32 entidades que foram subdivididas em sessões temáticas, tendo em consideração os três temas que mais tarde viriam a refletir-se nos eixos do Plano de Ação: Geoconservação, Geoeducação e Geoturismo. Foi também possível aos diversos intervenientes fazerem chegar as suas opiniões individuais via email, tendo em atenção os temas apresentados. Procurou-se ter em linha de conta as problemáticas identificadas assim como as potenciais soluções a desenvolver no território traduzindo as mesmas em 42 ações distribuídas pelos 3 domínios. Cada uma das ações está intrinsecamente interligada ao cumprimento de pelo menos um ODS, como será possível verificar nos quadros elaborados para essa finalidade.

Verifica-se uma extrema necessidade de promoção deste território como AGO e dessa forma procedeu-se à elaboração de um Plano de Marketing que aborda a marca e o produto assim como as diversas alternativas para comunicar eficientemente tendo em consideração o mercado-alvo.

De modo a facilitar a implementação das ações foi também concebido um estudo de viabilidade económica, assim como um modelo de governança onde se sugerem potenciais medidas de gestão.

DIAGNÓSTICO TERRITORIAL

Os grandes objetivos dos Geoparques passam pela proteção, identificação e concentração num só território de todos os recursos geológicos. O *European Geoparks* (2021) defende que um geoparque deve ter limites bem definidos e que permita o desenvolvimento económico desse território (Figura 12). Nesse sentido, o território do AGO (tal como descrito anteriormente) é constituído por seis municípios – Bombarral, Cadaval, Caldas da Rainha, Lourinhã, Peniche e Torres Vedras (Figura 13), garantindo desta forma que são englobados diferentes elementos geológicos.

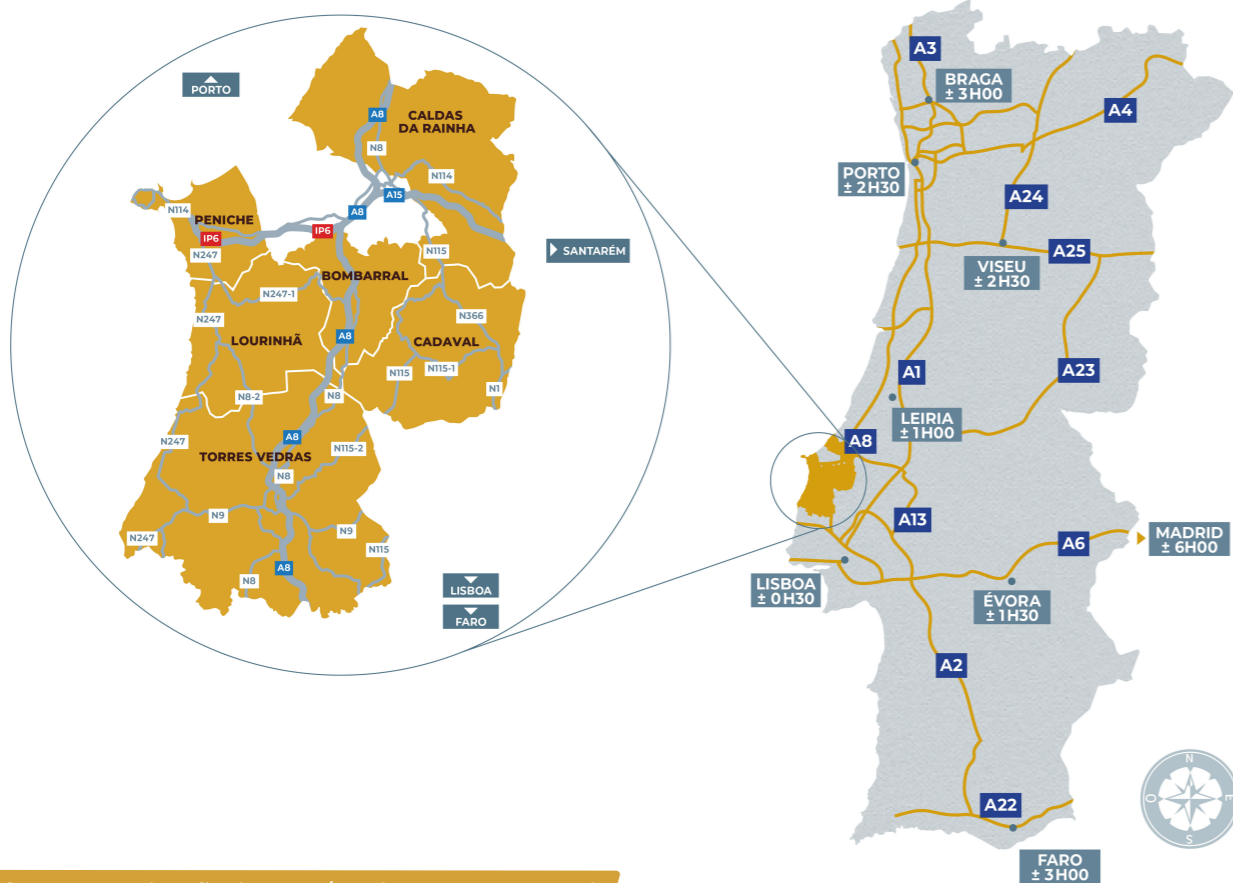


Fig. 12 - Localização do Território do AGO em Portugal

Fonte: AGEO (2021)

A constituição do AGO permite traçar estratégias de desenvolvimento para o território. Como tal, existiu a necessidade de realizar uma pesquisa aprofundada dos recursos de cada um dos municípios por forma a elaborar um diagnóstico territorial adequado. Assim, o território deve ser observado de forma holística, visando um desenvolvimento sustentável equilibrado e homogéneo.

A identificação das características de cada uma destas localidades, com especial ênfase nos domínios turístico e ambiental, culminará na compreensão global do território AGO e resultará na elaboração de uma análise SWOT.

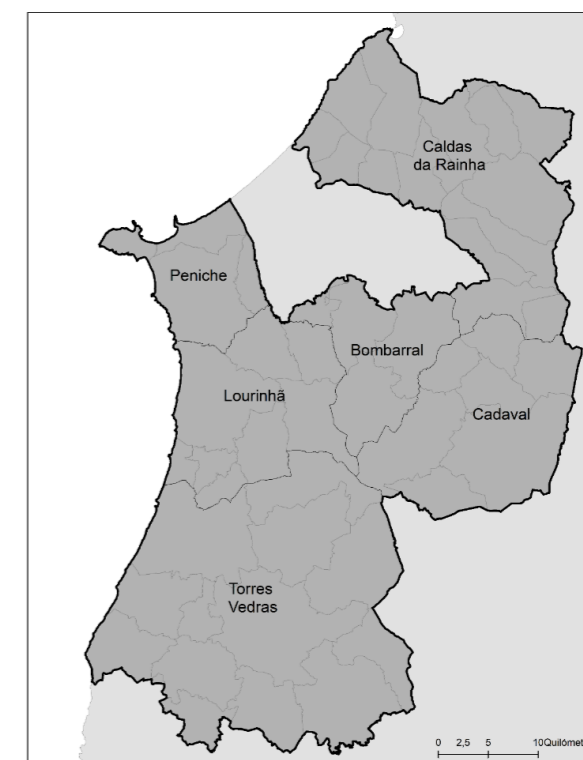


Fig. 13 - Território do AGO

a) Breve Descrição Geral do Território em Análise

Nesta secção apresenta-se a caracterização dos 6 municípios integrantes do AGO ao nível sociodemográfico e de contextualização do território.

O **Bombarral** (Figura 14), é composto por 91,3 km² e a sua densidade populacional situa-se nos 137,6 hab./Km², inferior à média da região Oeste (163 hab./Km²) e possui quatro freguesias: União de Freguesias de Bombarral e Vale Covo, Freguesias de Carvalhal, Pó e Roliça (Quadro 2). A população residente total situa-se em 12 558 habitantes.

A leitura da evolução populacional permite perceber um enfraquecimento da população, podendo constituir um desafio ao desenvolvimento do município. Conta com cerca de 3,1% de habitantes estrangeiros e a sua população jovem é de 12,2%, a população ativa de 63,7% e a população idosa de 24,2% (Quadro 2). Este município conta com cerca de 1806 empresas não financeiras, sendo o maior número pertence aos seguintes setores: agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca (29,2%) e comércio por grosso e a retalho (17,6%). O volume de negócios destas empresas representa 385 093 milhares de euros para o município (Pordata, 2020; INE, 2020).

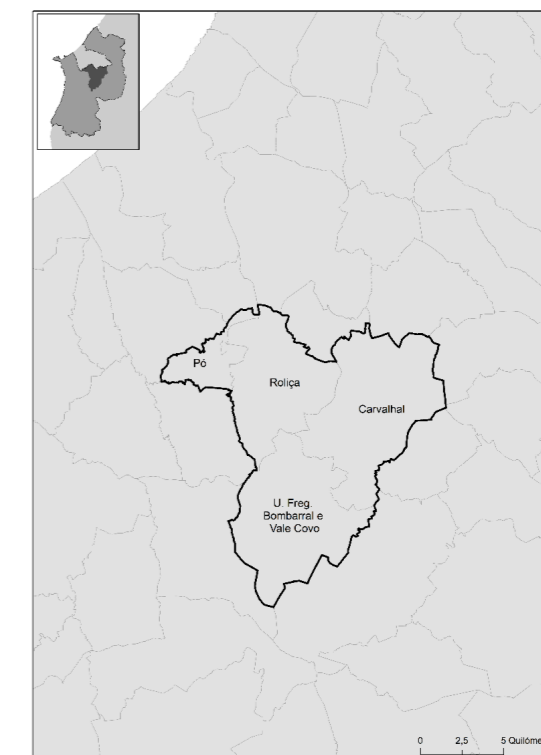


Fig. 14 - Município do Bombarral

O turismo tem forte expressão neste concelho, apesar de, tal como demonstrado no Quadro 3 não existirem muitos alojamentos e dormidas; porém existe uma elevada procura por visitantes do dia.

O **Cadaval** (Figura 15) representa uma região com 174,17 km², sendo o concelho mais a norte do distrito de Lisboa, e apresenta uma densidade populacional de 78,2 hab./Km², significativamente inferior à média da região Oeste (163 hab./Km²). Tem atualmente sete freguesias: Alguber, Peral, União de Freguesias de Cadaval e Pêro Moniz, União de Freguesias de Lamas e Cercal, União de Freguesias de Painho e Figueiros, Vermelha e Vilar (Quadro 2). Com uma população de 13 372 habitantes, conta com cerca de 2,1 % de habitantes estrangeiros. A sua população jovem é de 12,3 %, a população ativa de 61,3% e a população idosa de 26,4%. Este município conta com cerca de 1 787 empresas não financeiras, sendo o maior número pertence aos setores: agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca (38,2%) e comércio por grosso e a retalho (15,9%). O volume de negócios destas empresas representa 322 663 milhares de euros para o município (Pordata, 2020; INE, 2020). O turismo tem baixa expressão neste concelho, tal como demonstrado no quadro 3.

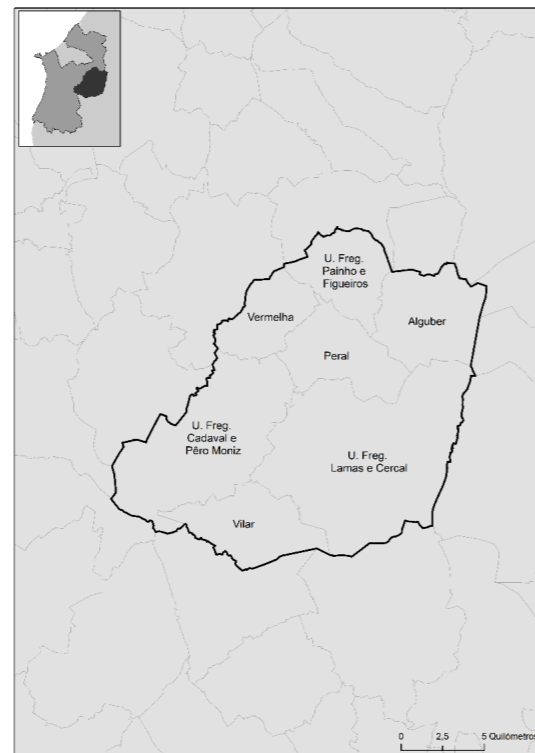


Fig. 15 - Município do Cadaval

Caldas da Rainha (Figura 16) beneficia de uma riqueza patrimonial que lhe confere a frente de costa Atlântica e excelentes acessibilidades regionais. Conta com 255,7 Km² e a sua densidade populacional situa-se nos 201,7 hab./Km², superior à média da região Oeste (163 hab./Km²). O município das Caldas da Rainha é composto por 12 freguesias: A-dos-Francos, Alvorninha, Carvalhal Benfeito, Foz do Arelho, Landal, Nadadouro, União de Freguesias de Nossa Senhora do Pópulo, Coto e São Gregório, Salir de Matos, Santa Catarina, União de Freguesias de Santo Onofre e Serra do Bouro, União de Freguesias de Tornada e Salir do Porto e Vidais (Quadro 2). A população residente total situa-se em 50 917 habitantes. A população estrangeira representa 4,1% da população total. Tem uma população jovem que se situa em 13% da população. A população ativa e a população idosa também acompanham de perto a média nacional, respetivamente de 65,2% e 21,8%. Este município conta com cerca de 6 921 empresas não financeiras, sendo o maior número pertence aos setores: comércio por grosso e a retalho (18,7%), atividades administrativas e dos

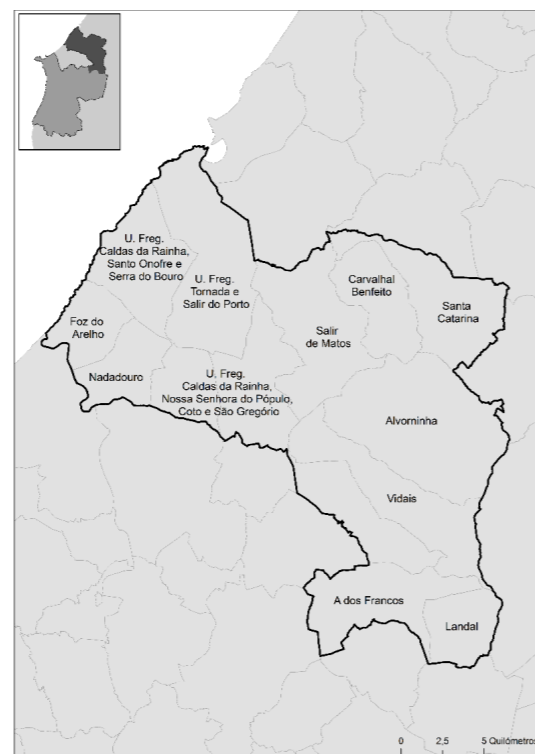


Fig. 16 - Município das Caldas da Rainha

serviços de apoio (12,7%) e alojamento, restauração e similares (11,9%). O volume de negócios destas empresas representa 1 425 718 milhares de euros para o município (Pordata, 2020; INE, 2020). O turismo tem forte expressão neste concelho (Quadro 3).

Lourinhã (Figura 17) destaca-se pela sua dimensão com 147,2 Km². A sua densidade populacional situa-se nos 174,4 hab./Km², superior à média da região Oeste (163 hab./Km²). O município da Lourinhã é composto por 8 freguesias: Moita dos Ferreiros, Reguengo Grande, Ribamar, Santa Bárbara, União de Freguesias de Lourinhã e Atalaia, União de Freguesias de Miragaia e Marteleira, União de Freguesias de S. Bartolomeu dos Galegos e Moledo, Vimeiro (CML, 2021). A população residente total situa-se em 26 246 habitantes. Conta com cerca de 1040 habitantes estrangeiros representando 4,1 % da população (Quadro 2). Tem uma população jovem acima da média nacional que se situa em 13,8% da população. A população ativa e a população idosa acompanham de perto a média nacional, respetivamente de 65,4% e 20,4%. Este município conta com cerca de 3 416 empresas não financeiras, sendo o maior número pertence aos seguintes setores: agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca (20%) e comércio por grosso e a retalho (17,8%). O volume de negócios destas empresas representa 775 793 milhares de euros para o município (Pordata, 2020; INE, 2020). O turismo tem alguma expressão neste concelho, tal como demonstrado no Quadro 3.

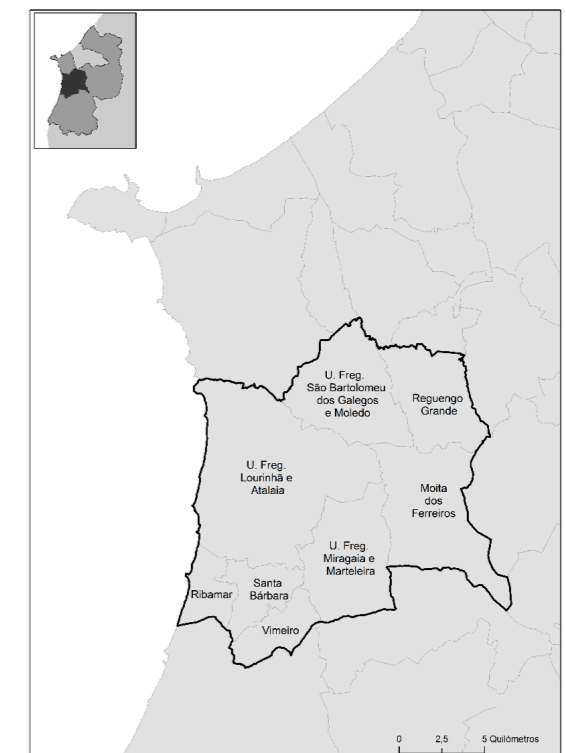


Fig. 17 - Município da Lourinhã

Peniche (Figura 18) é um município que se destaca pela sua zona costeira e pela diversidade territorial. Com 77,6 km², a sua densidade populacional situa-se nos 342,8 hab./Km², muito superior à média da região Oeste (163 hab./Km²). Conta com 4 freguesias: Atougua da Baleia, Ferrel, Peniche e Serra d'El Rei (CMP, 2021). A população residente total situa-se em 26 431 habitantes (Quadro 2). Conta com cerca de 3,8% de habitantes estrangeiros e a sua população jovem é de 14,3%, a população ativa de 63,2% e a população idosa de 22,5%, valores próximos da média nacional. Este município conta com cerca de 3 167 empresas não financeiras, sendo o maior número pertence aos seguintes setores: alojamento, restauração e similares (17,9%), comércio por grosso e a retalho (17%) e agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca (13,3%). O volume de negócios destas empresas representa 523 042 milhares de

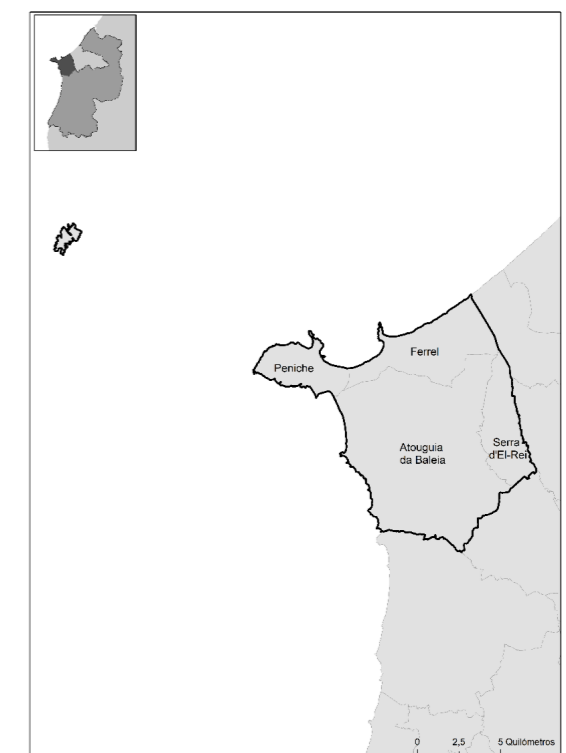


Fig. 18 - Município de Peniche

euros para o município (Pordata, 2020; INE, 2020). O turismo assume especial relevância neste concelho, que oferece 63 empreendimentos turísticos com 2 205 camas e cerca de 155 939 dormidas nos estabelecimentos hoteleiros, tal como demonstrado no Quadro 3.

Torres Vedras é o município com maior área e maior número de freguesias embora Peniche e Caldas da Rainha apresentem maior densidade populacional. Todos os municípios apresentam uma estrutura de repartição da população (entre jovens, população em idade ativa e idosos) semelhante e muito próxima da média nacional.

Torres Vedras apresenta o maior número de empresas não financeiras e o maior volume de negócios, seguido do município das Caldas da Rainha. As atividades que representam maior expressão em quase todos os municípios analisados são a agricultura, a produção animal, a caça, a floresta, a pesca e o comércio por grosso e a retalho.

Peniche apresenta o maior número de camas nos alojamentos turísticos (2 205 camas) e o maior número de hóspedes nos alojamentos turísticos por 100 habitantes, quer portugueses (217,3 por 100 hab.) quer estrangeiros (169,8 por 100 hab.). No entanto, nos 6 municípios em análise, Torres Vedras apresenta um maior valor de proveitos dos alojamentos turísticos (20 417 milhares de euros) e o município do Cadaval o menor valor de proveitos (429 milhares de euros), conforme os Quadros 2 e 3.

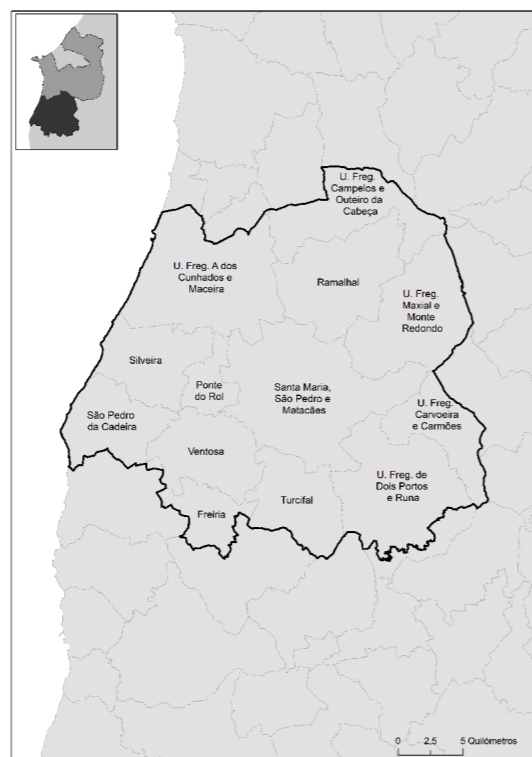


Fig. 19 - Município de Torres Vedras

ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE MUNICÍPIOS

	Bombarral	Cadaval	Caldas da Rainha	Lourinhã	Peniche	Torres Vedras	Total
N.º de freguesias	4	7	12	8	4	13	48
População residente	12 558	13 672	51 573	25 672	26 585	78 369	208 429
Superfície em km2	91,3	174,9	255,7	147,2	77,6	407,2	1 154
Densidade populacional (nº médio de indivíduos por km2)	137,6	78,2	201,7	174,4	342,8	192,5	
População estrangeira (1)	393	268	2 127	1 040	997	3 417	8 260
População estrangeira em % da população residente (1)	3,1	2,1	4,1	4,1	3,8	4,4	

Quadro 2 - Dados Sociodemográficos

Fonte: (Pordata, 2020) e (INE, 2020)

Indicador	Ano	Bombarral	Cadaval	Caldas da Rainha	Lourinhã	Peniche	Torres Vedras	Total
Alojamentos turísticos (4)	2018	5	2	23	11	51	22	114
Alojamentos turísticos (4)	2019	7	7	28	17	63	26	148
N.º de camas nos alojamentos turísticos	2018	163	-	1 392	450	1 995	1 667	5 667
N.º de camas nos alojamentos turísticos	2019	179	237	1 507	554	2 205	1 825	6 507
N.º de estabelecimentos hoteleiros	2015	1	-	14	6	28	15	64
Capacidade alojamento estabelecimentos hoteleiros	2015	106	-	1 274	315	1 359	1 593	4 647
N.º de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros	2015	4 323	-	136 516	20 650	155 939	170 108	487 536
N.º de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros	2015	3 126	-	71 326	9 993	76 505	77 975	238 925
% de hóspedes PT nos alojamentos turísticos (por 100 habitantes)	2018	34,7	-	116,3	30	209,9	95,7	
% de hóspedes PT nos alojamentos turísticos (por 100 habitantes)	2019	45,7	31,9	118,5	39	217,3	102	
% de hóspedes estrangeiros nos alojamentos turísticos (por 100 habitantes)	2018	34,4	-	67,7	16,3	143,8	41,2	
% de hóspedes estrangeiros nos alojamentos turísticos (por 100 habitantes)	2019	33,8	4,2	70,1	17,5	169,8	45,7	
Estada média nos estabelecimentos turísticos (por 100 habitantes)	2015	1,4	-	1,9	2,1	2	2,2	
Estada média PT nos estabelecimentos turísticos (por 100 habitantes)	2019	1,5	2,2	1,8	2	1,8	1,8	
Estada média estrangeiros nos estabelecimentos turísticos (por 100 habitantes)	2019	1,8	3,4	2,3	3,9	2,5	3	
Proveitos totais dos estabelecimentos hoteleiros (milhares de euros)	2015	134	-	4 759	893	6 349	12 231	24 366
Proveito dos alojamentos turísticos (milhares de euros)	2018	509	-	7 157	1 648	11 573	18 496	39 383
Proveito dos alojamentos turísticos (milhares de euros)	2019	571	429	7 324	1 938	12 474	20 417	43 153

Quadro 3 - Indicadores de Turismo

Fonte: (Pordata, 2020) e (INE, 2020)

b) Dinâmicas Demográficas e Sociais

De forma a complementar a caracterização anterior, a presente seção pretende apresentar uma análise sociodemográfica dos seis territórios: Bombarral, Cadaval, Caldas da Rainha, Lourinhã, Peniche e Torres Vedras.

CARACTERIZAÇÃO DA POPULAÇÃO

Verifica-se que a população residente nos territórios em análise aumentou ao longo das duas últimas décadas (de 199 572 habitantes em 2001 para 208 554 habitantes totais em 2019), significando um aumento de 4,5% (Quadro 4).

Territórios	População residente				
	2001	2010	2015	2019	2021
Bombarral	13 324	13 248	12 703	12 546	12 750
Cadaval	13 977	14 257	13 855	13 650	13 372
Caldas da Rainha	48 992	51 710	51 525	51 726	50 917
Lourinhã	23 395	25 677	25 600	25 763	26 246
Peniche	27 310	27 814	27 011	26 494	26 431
Torres Vedras	72 574	79 281	78 961	78 375	83 075
Total	199 572	211 987	209 655	208 554	212 791

Quadro 4 - População residente

Fonte: (Pordata, 2020) e (INE, 2020; INE, 2021)

Indicador	Bombarral	Cadaval	Caldas da Rainha	Lourinhã	Peniche	Torres Vedras	Média	Portugal
Jovens % (menos de 15 anos)	12,2	12,3	13	14,3	14,3	13,9	13	13,8
População em idade activa (%) (dos 15 aos 64 anos)	63,7	61,3	65,2	65,4	63,2	65,1	64	64,6
Idosos (%) (65 e mais anos)	24,2	26,4	21,8	20,4	22,5	20,9	23	21,7

Quadro 5 - População ativa

Fonte: (Pordata, 2020) e (INE, 2020)

O Quadro 5 apresenta, igualmente para cada território, a percentagem de jovens (menos de 15 anos), a população em idade ativa (dos 15 aos 64 anos) e a população idosa (65 e mais anos). Os primeiros representam cerca de 13% da população, seguido de 64% e 23% respetivamente para a população ativa e idosos. Quando comparado com a média nacional concluímos que a média destes territórios é semelhante à média nacional.

Indicador	Bombarral	Cadaval	Caldas da Rainha	Lourinhã	Peniche	Torres Vedras	Total
Alunos do ensino não superior (3)	1 698	1 430	9 171	3 452	3 871	13 738	33 360
Alunos do ensino superior (3)	//	//	1 571	//	1 378	60	3 009
Estabelecimentos do ensino pré-escolar	5	11	35	15	14	52	132
Estabelecimentos do 1.º ciclo do ensino básico	2	10	30	15	15	45	117
Estabelecimentos dos 2.º ciclo do ensino básico	1	1	5	3	3	9	22
Estabelecimentos dos 3.º ciclo do ensino básico	1	1	7	3	4	11	27
Estabelecimentos do ensino secundário	1	1	5	1	2	7	17
Estabelecimentos do ensino superior			1		1	1	3

Quadro 6 - Indicadores ao nível do ensino

Fonte: (Pordata, 2020) e (INE, 2020)

Relativamente à população escolar nos territórios em análise, e em particular aos alunos do ensino não superior, verifica-se que esta representa cerca de 16% da população residente (33 360 indivíduos). Estes alunos estão repartidos por vários estabelecimentos de ensino quer do pré-escolar, 1.º, 2.º e 3.º ciclos do ensino básico e estabelecimentos do ensino secundário, tal como apresentado na Tabela 6. Os territórios em análise possuem 3 estabelecimentos de ensino superior com um total de 3 009 estudantes.

CARACTERIZAÇÃO ECONÓMICA

Existem 27 950 empresas nos territórios em análise (dados de 2018). O que representa cerca de 61% das empresas da Região Oeste. Comparativamente com 2010, verificou-se um aumento do número de empresas em cerca de 9%. Estas empresas atuam em vários setores de atividade económica de acordo com o quadro seguinte. Destaca-se o setor de atividade de comércio por grosso (18%) e a agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca (16,68%).

Empresas não financeiras: total e por sector de actividade económica (número de empresas)									
	Sector de actividade económica								
	Total	Agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca	Indústrias extractivas	Indústrias transformadoras	Electricidade, gás, vapor, água quente e fria e ar frio	Captação, tratamento e distribuição de água (...)	Construção	Comércio por grosso e retalho (...)	
	2010	2018	2018	2018	2018	2018	2018	2018	2018
Bombarral	1 617	1 806	529	0	88	0	3	140	318
Cadaval	1 486	1 787	683	7	55	6	0	126	285
Caldas da Rainha	6 271	6 921	666	3	346	19	3	495	1 293
Lourinhã	3 222	3 416	691	5	130	12	2	339	611
Peniche	3 023	3 167	423	1	142	5	2	266	538
Torres Vedras	9 987	10 853	1 669	2	516	40	11	1 130	1 987
Total	25 606	27 950	4 661	18	1 227	82	21	2 496	5 032
Peso Relativo			16,68%	0,06%	4,57%	0,29%	0,08%	8,93%	18,00%

Empresas não financeiras: total e por sector de actividade económica (número de empresas)										
	Sector de actividade económica									
	Transporte e armazenagem	Alojamento, restauração e similares	Actividade de informação e comunicação	Actividades imobiliárias	Actividades de consultoria, científicas, técnicas e similares	Actividades administrativas e dos serviços de apoio	Educação	Actividades de saúde humana e apoio social	Actividades artísticas, de espetáculos, desportivas e recreativas	Outras actividades e serviços
	2018	2018	2018	2018	2018	2018	2018	2018	2018	2018
Bombarral	22	125	11	53	119	179	45	67	35	72
Cadaval	31	93	11	23	102	184	41	55	19	66
Caldas da Rainha	93	825	95	235	635	876	339	459	175	364
Lourinhã	64	272	35	90	228	441	110	158	64	164
Peniche	44	542	18	89	201	331	159	152	79	175
Torres Vedras	140	614	145	271	936	1 648	398	618	248	480
Total	394	2 471	315	761	2 221	3 659	1 092	1 509	620	1 321
Peso Relativo	1,41%	8,84%	1,13%	2,72%	7,95%	13,09%	3,91%	5,40%	2,22%	4,73%

Quadro 7 - Número de empresas não financeiras por setor de atividade e território

Fonte: (Pordata 2020 e INE 2020)

Note-se que relativamente ao setor "alojamento, restauração e similares", verificou-se um aumento do número de empresas de 1717 para 2471, de 2010 para 2018, representando nos territórios em análise mais 44% de empresas neste setor de atividade. Comparando com os demais setores, o setor de alojamento, restauração e similares representa 8,84% do total de empresas. Também as atividades artísticas, de espetáculos, desportivas e recreativas tiveram um incremento na ordem dos 19% quando comparados os dados de 2010 com 2018.

Relativamente ao volume de negócios das empresas não financeiras verifica-se que os territórios analisados contribuíram em 2018 com 6 407 797 milhares de euros. O que representa mais de metade do volume de negócios da Região Oeste (quadro 8). O setor de atividade Comércio por grosso e retalho é o que mais contribui para este valor (representa 43,64% do volume de negócios destes territórios), seguido da indústria transformadora com 22,90%.

Destaca-se que o setor de atividade alojamento, restauração e similares contribuiu com 204 870 milhares de euros em 2018.

Territórios	Euro - Milhares
	Total
Bombarral	385 093
Cadaval	322 663
Caldas da Rainha	1 425 718
Lourinhã	775 793
Peniche	523 042
Torres Vedras	2 975 488
TOTAL	6 407 797
Total da Região OESTE	10 835 919

Quadro 8 - Volume de negócios das empresas não financeiras: total e por território

Fonte: (Pordata, 2020) e (INE, 2020)

CARACTERIZAÇÃO TURÍSTICA

Esta é uma região marcada por forte atração turística face à riqueza do património natural e cultural que a compõe. Alguns dados foram apresentados para 2018 e 2019 (quando disponíveis) com o objetivo de apresentar o crescimento deste setor nestes territórios.

Os territórios em análise possuíam, em 2018, 114 empreendimentos turísticos, sendo que em 2019 este número aumentou para 148, demonstrando uma evolução positiva na oferta que pretende acompanhar a procura crescente por parte dos turistas. Estes alojamentos representam um total de 5 667 camas em 2018 e de 6 507 camas em 2019.

Indicador	Ano	Bombarral	Cadaval	Caldas da Rainha	Lourinhã	Peniche	Torres Vedras	Total
Empreendimentos turísticos (4)	2018	5	2	23	11	51	22	114
Empreendimentos turísticos (4)	2019	7	7	28	17	63	26	148
N.º de camas nos empreendimentos turísticos	2018	163	-	1 392	450	1 995	1 667	5 667
N.º de camas nos empreendimentos turísticos	2019	179	237	1 507	554	2 205	1 825	6 507
N.º de estabelecimentos hoteleiros	2015	1	-	14	6	28	15	64
Capacidade alojamento estabelecimentos hoteleiros	2015	106	-	1 274	315	1 359	1 593	4 647
N.º de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros	2015	4 323	-	136 516	20 650	155 939	170 108	487 536
N.º de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros	2015	3 126	-	71 326	9 993	76 505	77 975	238 925
% de hóspedes PT nos empreendimentos turísticos (por 100 habitantes)	2018	34,7	-	116,3	30	209,9	95,7	
% de hóspedes PT nos empreendimentos turísticos (por 100 habitantes)	2019	45,7	31,9	118,5	39	217,3	102	
% de hóspedes estrangeiros nos empreendimentos turísticos (por 100 habitantes)	2018	34,4	-	67,7	16,3	143,8	41,2	
% de hóspedes estrangeiros nos empreendimentos turísticos (por 100 habitantes)	2019	33,8	4,2	70,1	17,5	169,8	45,7	
Estada média nos estabelecimentos turísticos (por 100 habitantes)	2015	1,4	-	1,9	2,1	2	2,2	
Estada média PT nos estabelecimentos turísticos (por 100 habitantes)	2019	1,5	2,2	1,8	2	1,8	1,8	
Estada média estrangeiros nos estabelecimentos turísticos (por 100 habitantes)	2019	1,8	3,4	2,3	3,9	2,5	3	
Proveitos totais dos estabelecimentos hoteleiros (milhares de euros)	2015	134	-	4 759	893	6 349	12 231	24 366
Proveito dos empreendimentos turísticos (milhares de euros)	2018	509	-	7 157	1 648	11,573	18496	39 383
Proveito dos empreendimentos turísticos (milhares de euros)	2019	571	429	7 324	1 938	12 474	20 417	43 153

Quadro 9 - Indicadores turísticos por território

Fonte: (Pordata, 2020) e (INE, 2020)

Os estabelecimentos hoteleiros (dados de 2015) totalizam 64 com capacidade de 4 647 camas. O número de dormidas situou-se nos 487 536 e o número de hóspedes em 238 925, com uma estada média de 2 dias. Nos alojamentos turísticos esta média é semelhante para os turistas portugueses, mas ligeiramente superior quando se refere a turistas estrangeiros.

A região acolhe mais hóspedes portugueses que estrangeiros sendo que ambas as percentagens evoluem positivamente quando comparados os dados de 2018 com 2019.

Este é um setor com proveitos significativos sendo os proveitos totais dos estabelecimentos hoteleiros de 24 366 milhares de euros (dados de 2015) e os proveitos dos alojamentos turísticos de 39 383 milhares de euros (valor referente a 2018). Este último valor quando comparado com dados de 2019 sobre para 43 153 milhares de euros (Quadro 9).

Faixa etária dos turistas da região centro (2019)

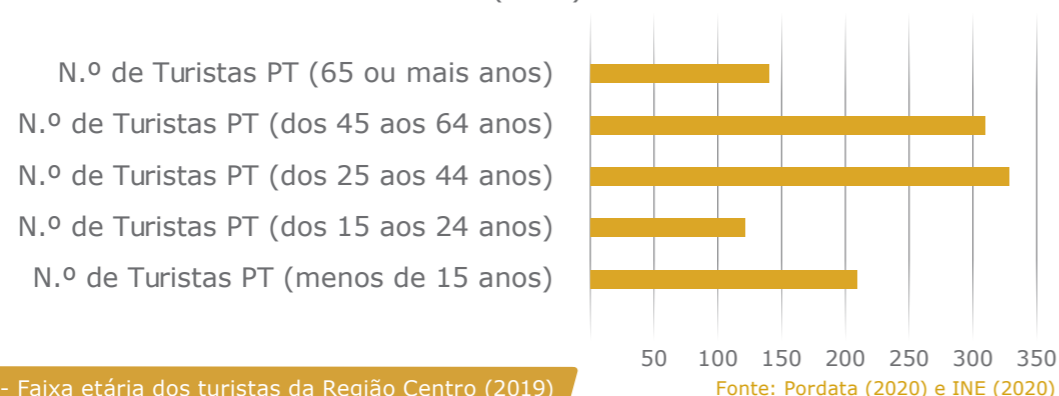


Fig. 20 - Faixa etária dos turistas da Região Centro (2019)

Fonte: Pordata (2020) e INE (2020)

Relativamente à caracterização dos turistas da Região Centro, nomeadamente à sua faixa etária e à sua escolaridade, conclui-se que a maioria tem idade entre os 25 e 44 anos (Figura 20). Se juntarmos os menores de 15 anos com os de 15 a 24 anos obtemos o maior valor, o que representa um enorme potencial de atratividade da região para os mais jovens.

Escolaridade dos turistas na região centro (2019)

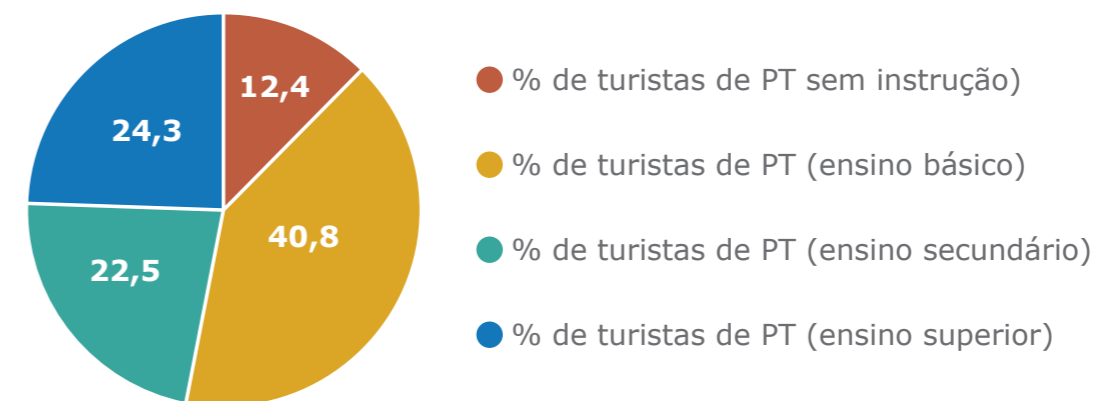


Fig. 21 - Escolaridade dos turistas da região centro (2019)

Fonte: (Pordata, 2020) e (INE, 2020)

A maioria dos turistas possui como escolaridade o ensino básico seguido, de muito perto, pelos turistas com o ensino superior e com o ensino secundário (Figura 21).

C) Caracterização Turística e Ambiental

De forma que seja percebida a importância do AGO (Figura 22), dos geossítios (Figura 23) e dos territórios, nesta seção, serão abordados diversos pontos que permitem caracterizar os de cada um dos 6 municípios, tendo em consideração o contexto histórico, os principais recursos turísticos e ao nível da paisagem. Assim como, as suas conexões e as preocupações ambientais dos mesmos que sustentam a aferição da sustentabilidade ambiental do território.

Os pontos a abordar serão:

- Breve resenha histórica
- Caracterização da paisagem
- Principais recursos turísticos
- Galardões e certificações ambientais

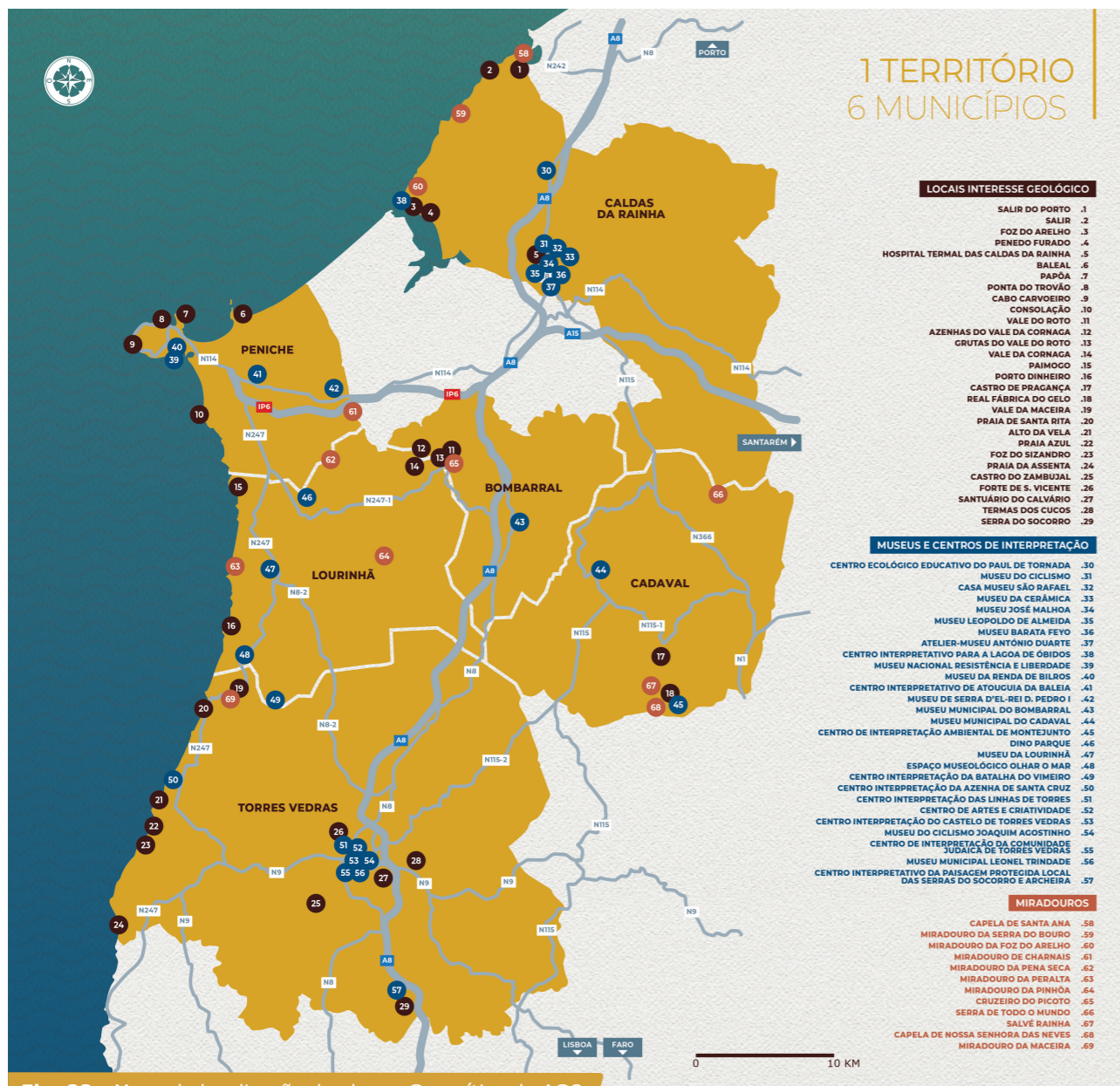


Fig. 22 - Mapa de localização de alguns Geossítios do AGO

Fonte: AGE0 (2021)

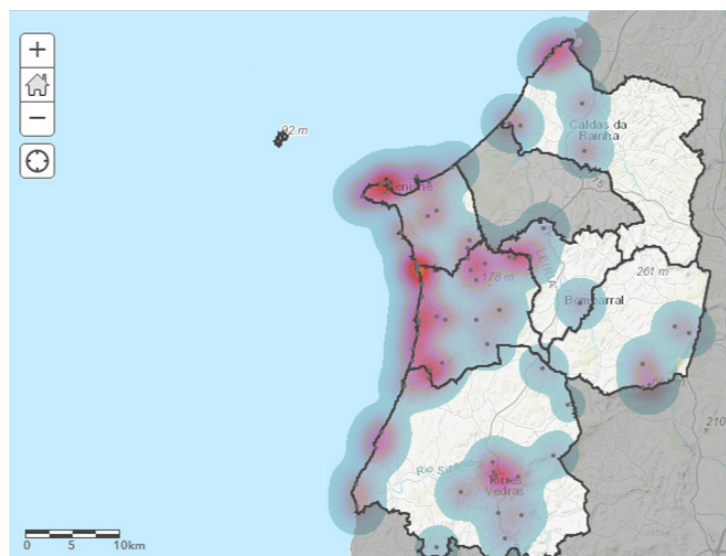


Fig. 23 - Mapa dos Geossítios do AGO de acordo com a sua dimensão

Bomarral

BREVE RESENHA HISTÓRICA

O Município do Bomarral está inserido numa região agrícola fértil, fruto do trabalho dos monges de Alcobaça, de colonos e de agricultores e ainda da natureza. Tem uma situação geográfica privilegiada pois encontra-se no extremo Sul do Distrito de Leiria, no centro da Região Oeste, a 75 km de Lisboa e a 20 km do Oceano Atlântico. Está ladeado a Norte pela vila de Óbidos e pela cidade de Caldas da Rainha, a Oeste pelos concelhos da Lourinhã e Peniche, a Sul pela cidade de Torres Vedras e a Este pela vila vizinha, o Cadaval. Atualmente a A8 é a sua grande via de comunicação (CMB, 2021).

Em termos de História, o nascimento do concelho de Bomarral remonta a 29 de junho de 1914. Nesta terra existem vestígios de fixação humana desde os primórdios da pré-história tendo como exemplos a Gruta Nova, Lapa do Suão, fortificação neolítica da Columbeira e o Castro de São Mamede. Com a formação de Portugal e por doação de D. Afonso Henriques, em 1153 os seus terrenos passaram a pertencer aos monges de Cister. Mais tarde, por este município passaram e pernoitaram vários reis de Portugal e também D. João I de Castela. Também D. João I de Portugal, antes da batalha de Aljubarrota, acompanhado do seu Manteeiro-mor, Luís Henriques, pernoitou na casa da coutada, mais tarde paço e hoje Câmara Municipal. No dia 17 de agosto de 1808, o seu solo foi palco da luta pela independência com a já afamada Batalha da Roliça, na qual o exército anglo-luso, comandado pelo General Wellesley, futuro Duque de Wellington, se sagrou vencedor. Deste modo, o Bomarral não se pode dissociar da formação da nação e da sua luta pela independência e libertação.

A história relata-nos também que esta região foi povoada desde a Pré-História e sabe-se que no século XIV Bomarral era uma granja do Convento de Alcobaça, aparecendo no século XVIII como Terras da Rainha. Pertenceu ao concelho do Cadaval até 1852, passando para o de Óbidos, até que em 1914, passou a ser cabeça do município, constituído pelas freguesias de Carvalhal, Roliça e Bomarral. A inauguração da linha férrea do Oeste, em 1 de agosto de 1887, impulsionou o desenvolvimento agroindustrial da vila.

A base da economia do município é uma agricultura minifundiária, onde se destaca o vinho, a pera-rocha e os produtos hortícolas (CMB, 2021).

CARACTERIZAÇÃO DA PAISAGEM

A vila do Bomarral situa-se numa planície de aluvião bastante fértil orlada de outeiros pouco elevados, na margem esquerda do rio Real, e a uma altitude de 50 metros.

Quanto aos recursos geológicos, e no contexto deste plano, será importante mencionar três geossítios referenciados que integram o inventário nacional do património geológico (geoPortal da Energia e Geologia, 2021): o Outeiro de São Mamede localizado na freguesia da Roliça; o Vale do Rôto situado nas freguesias da Roliça, Pó e Reguengo Grande que cruza dois municípios: o Bomarral e Lourinhã; e a Quinta do Sanguinhal localizada na União de Freguesias Bomarral e Vale Covo.

Com relevância geomorfológica encontramos os dois primeiros: o Outeiro de São Mamede e o Vale do Rôto. O Outeiro de São Mamede apresenta como interesse Geomorfológico um pequeno relevo calcário associado ao diapirismo. Como interesse Cultural podemos identificar como um povoado pré-histórico (calcolítico) localizado no relevo denominado Cabeço da Raposa, ou Cabeço das Guerras (segundo Nery Delgado). Aí foram extraídos materiais líticos, como pontas de setas e machados, cerâmica diversa, indústria óssea, artefactos em cobre e artefactos simbólicos em xisto (AGO).

Interesse Geomorfológico do segundo geossítio, o Vale do Rôto, centra-se num vale fluvial encaixado, mostrando a ação erosiva fluvial. Parte baixa com uma planície de inundação com alguma expressão.

Várias grutas que se estendem, de grosso modo, para Oeste, funcionando como bom elemento de erosão cársica do Planalto das Cesaredas. Também contém algum valor paisagístico, pela forma do vale.

O Cruzeiro do Picoto é um ponto de observação da paisagem geomorfológica do diapiro de Caldas da Rainha, de margens bem marcadas. Também é um bom ponto de observação do Vale do Rôto, um vale fluvial conhecido pelas suas grutas referidas anteriormente.

A Gruta Nova da Columbeira está localizada numa encosta do Vale do Rôto, esta foi descoberta em 1962, durante os trabalhos de uma pedreira. Foi intervencionada pela equipa dos Serviços Geológicos de Portugal, liderada por Octávio da Veiga Ferreira, e contou com a colaboração de arqueólogos amadores locais, os mesmos que viriam a impulsionar a criação do primeiro núcleo museológico da vila do Bombarral. É considerada uma das poucas grutas portuguesas ocupadas durante o Paleolítico e uma das que continha material arqueológico atribuído ao Homem de Neanderthal. Segundo as datações obtidas, esta gruta apresenta uma atividade de ocupações paleolíticas com 30.000 anos a.C., ou seja, esta gruta foi ocupada intensamente por populações paleolíticas, tanto por residência permanente como por curtos períodos sazonais. Quando observada, a fauna realça a presença de hienas das cavernas, lobos, ursos pardos, veados, cabras montesas e auroques.

A Gruta da Lapa do Suão foi descoberta por volta de 1880, por Carlos Ribeiro. Nesta gruta é possível constatar ocupações oriundas do Paleolítico Superior e Neolítico, que fornecem legados como machados de pedra polida, ídolos-placa decorados, pequenas estatuetas zoomórficas de coelhos e uma estatueta antropomórfica, feita de terracota. Mas também foram encontrados ossos carbonizados, vasos de cerâmica e uma taça decorada com ornatos brunidos, que formam um motivo floral, materiais fúnebres atribuídos à Idade do Bronze.

O cruzeiro do Picoto é uma cruz latina simples, do século XX, que assinala a batalha entre os exércitos francês e a aliança Luso-Britânica. Este local é a 2ª posição francesa, na batalha da Roliça, a 17 de agosto de 1808. O túmulo do Coronel Lake encontra-se a Sudeste deste ponto.

O Castro da Columbeira é uma fortificação descoberta em 1962, e pensa-se que datará do período Calcolítico, situada numa localização privilegiada, de onde se avistariam outros povoados importantes na altura, como o de São Mamede. Pensa-se que este Castro terá tido ainda uma ocupação posterior, da Idade do Bronze.

Muito pouco resta do povoado original, podendo-se observar, para além da linha de muralha, pelo menos seis torreões, no topo de um cabeço de pequenas dimensões, denominado de "Serra do Castelo", e a entrada no recinto central.

Além dos geossítios já referidos, o município do Bombarral conta ainda com um recurso geológico: a Quinta do Sanguinhal cujo interesse são os solos utilizados para o crescimento de vinhas, sendo que depois as uvas são utilizadas para o fabrico do geoproduto, o vinho. Relativamente ao interesse cultural, este geossítio conta com uma quinta de produção vínica, que iniciou em 1926, inserida na região de vinhos DOC de Óbidos. Esta está inserida numa empresa, gerida pela família do fundador, a Companhia Agrícola do Sanguinhal. Vinifica separadamente os vinhos da Quinta das Cerejeiras, do Sanguinhal e de São Francisco nas respetivas adegas, tendo como capacidade total (em toneis e balseiros de madeira de carvalho e mogno) na ordem dos dois milhões de litros, divididos entre vinhos de mesa, vinhos licorosos e aguardentes.

Dedica-se também ao enoturismo, de forma a aproveitar as enormes potencialidades de todos os seus espaços. Foram recuperadas adegas, lagares e a destilaria para a realização de eventos

(de empresas e de particulares) e para fins turísticos. Uma das curiosidades é que o escritor Fernando Pessoa gostava de beber os vinhos desta empresa.

PRINCIPAIS RECURSOS TURÍSTICOS

O concelho do Bombarral abrange parte do Planalto das Cesaredas, classificado Paisagem Notável no âmbito do Plano Regional de Ordenamento do Território do Oeste e Vale do Tejo. Com uma oferta turística diversificada, apresenta um total de 5 empreendimentos turísticos (dos quais hotéis, casas de campo e agroturismo), 46 alojamentos locais, 7 agentes de animação turística e 4 agências de viagens e turismo.

Turismo Cultural

Para dar as boas-vindas aos visitantes da cidade, o município apresenta o **Museu Municipal do Bombarral**, Imóvel de Interesse Público, que explora a arqueologia, escultura, etnografia, epigrafia e heráldica da zona, bem como homenageia o escritor Júlio César Machado e o artista Jorge Almeida Monteiro (C. M. Bombarral, 2021). O espaço conta com exposições mensais, um auditório coberto, um anfiteatro ao ar livre e com a biblioteca municipal.

Outra atração turística de grande relevância na região é o **Buddha Eden Garden**, concebido pelo comendador José Berardo em resposta à destruição dos Budas Gigantes de Bamyán, Património da Humanidade. Foi no ano de 2001 que o comendador construiu um jardim oriental com cerca de 35 hectares, como forma de homenagear os budas destruídos pelo governo talibã (C. M. Bombarral, 2021).

Turismo de Natureza

Com vista a dar a conhecer o município aos amantes da natureza, a Câmara Municipal do Bombarral desenvolveu o **"PR1 – Trilho da Batalha da Roliça"**, um percurso pedestre homologado que retrata a Batalha da Roliça ao longo de 9,7 km. Através de paragens como a 1ª Posição Francesa, a aldeia da Columbeira, a Ribeira da Zambujeira, a Serra do Picoto, a 2ª Posição Francesa, o miradouro do Picoto e o túmulo do Tenente-Coronel Lake, é possível percorrer os trajetos criados pelos soldados em 1808 (C. M. Bombarral, 2021).

Enoturismo

No que respeita à oferta de enoturismo no Bombarral, é possível encontrar a **Quinta dos Loridos – Budda Park**, com provas de vinho na adega, e a **Companhia Agrícola do Sanguinhal**, que se dedica à exploração de 3 quintas na Região Demarcada de Óbidos: Quinta do Sanguinhal, Quinta das Cerejeiras e Quinta de S. Francisco (C. M. Bombarral, 2021).

Património Arqueológico

A acompanhar a restante oferta turística, o município do Bombarral também apresenta património arqueológico a visitar, como:

- Gruta Nova da Columbeira**, descoberta em 1962 e uma das grutas portuguesas uma referência para o Paleolítico Médio, tendo fornecido provas de uma ocupação da espécie Homem de Neandertal;
- Gruta da Lapa do Suão**, cuja intervenção desde 1880 detetou um conjunto vasto de arqueossítios, como vestígios do Paleolítico superior e Neolítico;
- Castro da Columbeira**, um povoado fortificado nascido na Idade do Cobre.

Património Edificado

Sendo um concelho com pouco mais de 100 anos, a região do Bombarral é caracterizada pela forte influência pelos monges de Cister, a quem D. Afonso Henriques doou as terras em 1153. Na União de Freguesias de Bombarral e Vale Covo, é possível encontrar o seguinte património edificado (C. M. Bombarral, 2021):

- a. **Câmara Municipal – Antigo Palácio dos Henriques**, reconstruída em 1751 e inaugurada como Paços do Concelho em 1949;
- b. **Palácio Gorjão**, solar que pertenceu aos Cunhas e Coimbras e classificado Imóvel de Interesse Público;
- c. **Ermida de São Brás**, capela-mor reconstruída após o terramoto de 1531. É nesta ermida que se encontram a arca tumular de Luís Henriques, o primeiro dos Henriques do Bombarral;
- d. **Capela de Madre Deus**, cuja imagem da padroeira está representada por uma escultura em pedra desde o século XVII;
- e. **Igreja Paroquial do Santíssimo Salvador do Mundo**, igreja matriz inaugurada em 1953;
- f. **Teatro Eduardo Brazão**, Património de Interesse Público que representa um exemplo arquitetónico dos teatros clássicos italianos, datado de 1921;
- g. **Estação de Caminhos de Ferro**, revestida de azulejos da década de 1930, que retratam a vitivinicultura regional;
- h. **Igreja do Sagrado Coração de Jesus**, inaugurada em 1967 e marcada pelo painel em mosaico tipo florentino com a *Última Ceia*, de autoria de António Lino.

Na freguesia da Roliça, pode-se visitar (C. M. Bombarral, 2021):

- a. **Igreja de Nossa Senhora da Purificação**, um tempo do século XVI com traços renascentistas;
- b. **Solar Dos Mello e Castro**, uma residência quinhentista Imóvel de Interesse Público;
- c. **Capela de São Lourenço**, Imóvel de Interesse Público anexa ao Solar, com origem no século XVI e mandada edificar como cumprimento de uma promessa a São Lourenço;
- d. **Capela do Senhor Jesus da Boa Hora**, que guarda as esculturas de Santa Justa, Santa Rufina, Santa Ana, a Virgem e a Virgem com o Menino, bem como uma pintura a Josefa D'Óbidos.

Quem for conhecer a freguesia do Carvalhal encontra (C. M. Bombarral, 2021):

- a. **Torre Medieval**, a construção mais antiga do concelho, sendo também Imóvel de Interesse Público;
- b. **Ermida de Nossa Senhora do Socorro**, Imóvel de Interesse Público caracterizado pelo seu interior revestido por azulejos de 1733 com imagens religiosas;
- c. **Capela do Santíssimo Sacramento**, fundada, inicialmente, no século XVI e restaurada no século XVII, com azulejos e esculturas em pedra e madeira que pintam a época. É também Imóvel de Interesse Público;
- d. **Igreja Paroquial do Senhor Jesus e São Pedro**, igreja matriz edificada no século XIX, sendo um local de peregrinações, círios, feiras e romarias;
- e. **Quinta dos Loridos**, cujo solar do século XVIII retrata a arquitetura rural da família Sanches de Baena. Atualmente, é propriedade do comendador Berardo e acolhe o jardim oriental Buddha Eden.

Por fim, na freguesia do Pó é possível visitar a **Capela de Santa Catarina**, cuja imagem da padroeira se encontra preservada e esculpida em pedra desde o século XVII (C. M. Bombarral, 2021).

Turismo de Lazer

Para quem viaja com amigos ou prefira desfrutar de umas férias em família, pode ainda contar com **KIRO**, o kartódromo internacional da Região Oeste, criado em 2000 e distinguido como um dos melhores complexos para a prática de karting em Portugal (C. M. Bombarral, 2021).

GALARDÕES E CERTIFICAÇÕES AMBIENTAIS

O Município do Bombarral tem vindo a desenvolver várias iniciativas que promovem o desenvolvimento sustentável no concelho. Os projetos Eco-Escola é um dos exemplos – o Município do Bombarral efetua anualmente a candidatura ao programa Eco-Escolas. É uma entidade parceira da Associação Bandeira Azul da Europa, uma vez que assume o compromisso de pagar a inscrição do Agrupamento de Escolas Fernão do Pó ao Programa Eco-Escolas. São desenvolvidas várias atividades pelos alunos designadamente através do Clube Eco-Escolas, estas atividades são enviadas pelo Agrupamento de Escolas Fernão Pó, quando apresenta a sua candidatura.

O Município apresentou candidatura ao projeto Ecovalor amarelo e azul. Trata-se de um projeto de reciclagem submetido à Valor Sul, no qual as escolas do Concelho efetuem a reciclagem (ecoponto amarelo e azul), participando assim no concurso Separa e Ganha. Os materiais reciclados são posteriormente pesados e, mediante o regulamento do concurso, quem mais reciclar recebe uma verba monetária pela reciclagem feita.

Cadaval

BREVE RESENHA HISTÓRICA

Os vestígios da presença humana no concelho do Cadaval remontam ao período neolítico. Os povoados proto-históricos encontrados em Pragança, na freguesia de Lamas são testemunhas de ocupação humana na idade do cobre - sensivelmente 3 mil anos a.C. - e cuja ocupação terá permanecido até ao período romano. São importantes vestígios da ocupação neolítica a torre semicircular do Castro de Pragança que terá constituído um povoado que controlava a portela de acesso à travessia da Serra de Montejunto, assim como outros importantes achados arqueológicos que se encontram preservados em diferentes espaços museológicos.

Existem ainda importantes registos da ocupação romana em vários locais do concelho do Cadaval com especial destaque para os vestígios Quinta do Cidral, perto de Alguber, no Juncal, perto de Pragança, em Borjigas, perto da vila do Cadaval e na Quinta de S. Lourenço, no Peral.

Após o apogeu do período romana, a região do Cadaval manteve a sua ocupação por população de origens diversas onde se incluem os moçárabes. No processo de reconquista cristã, a região da Estremadura passou por uma fase de repovoamento e de reorganização administrativa. Em finais do séc. XIII, Óbidos foi elevado a concelho e passou a englobar a área do atual concelho do Cadaval. No séc. XIV, a região foi sofrendo sucessivas reorganizações administrativas, tendo o Cadaval ganho autonomia através da sua elevação a concelho a 1 de dezembro de 1371. No entanto, este processo de organização administrativa veio a provar-se instável no decorrer do tempo o concelho do Cadaval foi perdendo a sua autonomia por diversos momentos, tendo sido integrado em concelhos vizinhos por sucessivas vezes.

Por fim, o concelho do Cadaval foi restaurado a concelho a 13 de janeiro de 1898, tendo mantido esse seu estatuto até os dias de hoje, embora tenha sofrido pequenas alterações na sua configuração.

Atualmente, e em resultado da reorganização administrativa do território das freguesias de 2012, o Cadaval passou estar configurado por 7 freguesias: Alguber, Cadaval/Pêro Moniz, Lamas/Cercal, Painho/Figueiros, Peral, Vermelha e Vilar.

CARACTERIZAÇÃO DA PAISAGEM

O elemento natural mais marcante do Cadaval é a Serra de Montejunto. Esta paisagem, caracterizada por um relevo acidentado que funciona como uma barreira à influência oceânica e

onde predomina o calcário, que devido aos processos de alteração permite formações rochosas singulares, nomeadamente grutas, algares, lages, cascalheiras e lagoas residuais tendo sido classificada como Paisagem Protegida de Âmbito Regional de acordo com o Decreto Regulamentar n.º 11/99, de 22 de julho. A formação calcária da Serra confere-lhe o ar esbranquiçado que poderá estar na origem do seu nome de “serra das neves”.

A Serra de Montejunto trata-se de um Horst, ou bloco de levantamento tectónico, com uma altitude máxima de 666m orientada SE-NO que está inserida no alinhamento do que se denomina de complexo Montejunto-Estrela. Esta área possui uma rica diversidade florística com mais de 400 espécies de plantas identificadas, bem como uma variedade diversificada de espécies de fauna.

A Serra de Montejunto foi classificada como sítio da Rede Natura 2000 (PTCON 0048), estatuto esse que lhe confere especial interesse ecológico e de proteção e preservação ambiental a nível nacional.

Na Serra de Montejunto situa-se a Real Fábrica do Gelo onde no século XVIII era fabricado o gelo que abastecia a Corte e os cafés de Lisboa, classificado como Monumento Nacional em 1997. Algumas das freguesias do concelho constituem também valores histórico-culturais e patrimoniais únicos. Exemplo deste facto são as freguesias do Cadaval, a vila e sede do concelho, com um importante espólio luso-romano, as freguesias do Cercal e do Vilar com vestígios árabes e a freguesia de Lamas situada em plena Serra de Montejunto onde se encontra a ermida de Nossa Senhora das Neves edificada no século XIII e onde se podem observar as ruínas do primeiro Convento da Ordem dos Dominicanos.

Do ponto de vista geológico e geomorfológico importa identificar os seis geossítios existentes no Cadaval: a Capela Nossa Senhora das Neves; Castro de Pragança; os vestígios de flora aptiana no Cercal; a flora fóssil aptiana no Zambujeiro; a Serra de Todo Mundo (parcialmente partilhada com o município de Caldas da Rainha) e; a Real Fábrica do Gelo.

Dos seis geossítios referidos, importa destacar a Real Fábrica do Gelo e o Castro de Pragança dado o “valor” que lhes foi atribuído na sua classificação. Ambos geossítios foram bem classificados do ponto de vista da “relevância” (o Castro de Pragança está classificado na sub-dimensão de relevância geomorfológica e cultural e a Real Fábrica do Gelo nas sub-dimensões de relevância recreativa e cultural) como do ponto de vista do “interesse”, permitindo-lhes obter um valor de 10 pontos no caso do Castro e de 12 para a Real Fábrica do Gelo.

Em ambos os casos a classificação do valor do geossítios está acima da média dos geossítios da região.

É importante destacar que a Câmara deliberou dar início ao processo de classificação dos seguintes geossítios da Serra do Montejunto como Monumentos Naturais Locais do Cadaval ao abrigo do disposto no Decreto-Lei 142/2008 de 24 de julho:

- Lápias da Penha do Meio Dia
- Caverna Cársica das Fontainhas
- Dolina da Texugueira / Covão das Figueiras
- Falha do Areeiro

PRINCIPAIS RECURSOS TURÍSTICOS

A oferta turística do Município do Cadaval é representada por 8 empreendimentos turísticos, 38 alojamentos locais, 5 agentes de animação turística e 2 agências de viagens e turismo. Nos últimos anos, tem-se assistido a um desenvolvimento de empresas ligadas à animação turística e ao designado Turismo de Natureza, que promovem atividades ao ar livre e desportos radicais

para empresas e particulares. Sublinha-se a parede de escalada localizada na vertente noroeste da Serra de Montejunto, amplamente conhecida e procurada para a prática de escalada, assim como o potencial para a exploração das atividades de espeleologia.

Gastronomia

Com a **Pera Rocha do Oeste (DOP)** como imagem que marca o concelho, o Cadaval é também casa de produtos típicos como (Cadaval Cativa, 2013):

- a. Vinhos do Cadaval, com cerca de 25 quintas a integrar a “Rota da Vinha e do Vinho do Oeste”;
- b. Bolos Secos Tradicionais;
- c. Mel da Serra de Montejunto;
- d. Queijos de Montejunto.

Património Cultural

O património cultural do Município do Cadaval vai dos museus a festividades e até a um centro interpretativo (Cadaval Cativa, 2013):

- a. **Centro de Interpretação da Real Fábrica do Gelo**, classificada Monumento Nacional em 1997, é constituído por uma exposição permanente que explica o processo do fabrico, armazenamento e transporte de gelo, bem como a história da Real Fábrica de Gelo, desde a sua construção à atualidade;
- b. **Museu Municipal do Cadaval**, que apresenta a evolução temporal do território num percurso que abrange a Paleontologia, a Arqueologia, a História e o Património Cultural;
- c. **Núcleo Museológico Castro de Pragança**, que se dedica a interpretar a ocupação humana no concelho durante o Neolítico, as Idades do Cobre, do Bronze e do Ferro e a época romana;
- d. **Núcleo Museológico do Moinho das Castanholas**, moinho de armação metálica de 1948 que funciona como testemunho da atividade industrial moageira que outrora proliferou no concelho e cujo património tão fortemente caracteriza a paisagem da região;
- e. Património Imaterial local: Festa das Adiafas, Festival Nacional do Vinho Leve, Pintar e Cantar de Reis.

Turismo Religioso

O património religioso no Cadaval vai das edificações a retábulos e sacrários de grande valor artístico e histórico. De todos, destacam-se as igrejas e capelas, como (Cadaval Cativa, 2013):

- a. **Igreja de Nossa Senhora da Conceição (Cadaval)**, marcada por telas quinhentistas;
- b. **Igreja do Espírito Santo (Vermelha)**, um dos monumentos religiosos mais significativos do concelho, com traços maneiristas e barrocos, azulejos do século XVII e uma capela-mor com um retábulo setecentista em talha dourada;
- c. **Igreja de São Vicente (Cercal)**, edifício do século XVII que alia características maneiristas e barrocas;
- d. **Igreja de São Tomé de Lamas (Lamas)**, um edifício paroquial que se acredita ter sido um centro religioso na Idade Média, atualmente com a imagem setecentista de São Tomé;
- e. **Igreja de Nossa Senhora das Candeias (Corujeira)**, construída em 1594 e distinguida pela representação da virgem do leite;
- f. **Igreja de São Sebastião (Peral)**, templo dedicado a São Sebastião na Idade Média;
- g. **Igreja de Nossa Senhora da Conceição (Figueiros)**, presente desde o século XVI, com retábulos feitos desde o final do século XVIII até à década de 1980;
- h. **Igreja do Divino Espírito Santo (Painho)**, construída em 1630 mas apenas terminada em 1764;

- i. **Igreja de São João Baptista (Pêro Moniz)**, decorada em madeira e com as São João Baptista, Santa Luzia e São Sebastião como figuras principais em pedra policromada;
- j. **Igreja de Nossa Senhora da Expectação (Vilar)**, presente desde o século XIV e reinaugurada em 1653, com a invocação da Nossa Senhora do Ó e imagens que representam a gravidez de Nossa Senhora;
- k. **Convento da Ordem de São Domingos / Convento dos Dominicanos (Serra de Montejunto)**, cuja origem remonta ao século XVII / XVIII;
- l. **Capela de Nossa Senhora das Neves (Serra de Montejunto)**, junto do Convento da Ordem de São Domingos.

Turismo de Natureza

A Câmara Municipal assinala ainda 6 percursos pedestres para quem quer conhecer o património natural da região: "PR1 – Trilho da Quinta da Serra", "PR2 – Trilho da Penha do Meio Dia", "PR3 – Trilho do Cercal", "PP1 – O Caminho dos Peregrinos de Pragança", "PP2 – Caminhos dos SS" e "PP3 – Caminho dos Currais e da Calçada" (Cadaval Cativa, 2013).

Artesanato

Por fim, no que diz respeito à oferta de produtos de artesanato, destacam-se (Cadaval Cativa, 2013):

- a. Produção de mel de colmeia;
- b. Confeção de bordados;
- c. Produção de licores, xaropes e aguardentes não vínicas;
- d. Fabrico de doces, compotas e geleias;
- e. Pintura em telhas, pratos, vidro, tecido e cerâmica;
- f. Calcetaria;
- g. Flores secas;
- h. Bolsas e malas em tecido;
- i. Estampagens, artigos pintados e moldados à mão;
- j. Empalhamento;
- k. Trabalhos em madeira;
- l. Construção e reparação de moinhos;
- m. Moagem de cereais;
- n. Quadros gravados e frascos decorados;
- o. Fabrico de pão e de produtos afins do pão.

Os concelhos de Cadaval e de Alenquer encontram-se em fase de candidatura de um projeto interconcelhio para a criação do Roteiro Natural da Serra de Montejunto. O traço marcadamente rural do concelho é traduzido nas Quintas Históricas, que se destacam pelo seu valor arquitetónico e natural, em conjunto com as vastas áreas destinadas às vinhas que proliferam na paisagem e que representam um importante espólio ambiental, como sejam a Quinta do Gradil; Quinta do Fidalgo; Quinta do Cidral e Quinta do Vale; Quinta de São Lourenço; Quinta de Santo António; Quinta D. Amiga ou Quinta da Vila e a Quinta da Boavista, Porto Nogueira e do Vale.

GALARDÕES E CERTIFICAÇÕES AMBIENTAIS

O Município do Cadaval tem desenvolvido diversas iniciativas no sentido da promoção da sustentabilidade municipal, nomeadamente através da:

- Apresentação do Agenda 21 Local, em 2014 onde foram indicadas as prioridades de desenvolvimento sustentável do concelho;
- A implementação do projeto Eco-Cadaval em 2014 que visava promover, junto da comunidade

educativa, valores de responsabilidade ambiental;

- A criação do programa Ecovalor, organizado pela Valorsul em parceria com o Município do Cadaval, que permitiu que em 2015 fosse criado o primeiro grupo de ações de sensibilização em cinco escolas básicas do concelho.

Para além destas iniciativas o Município do Cadaval foi em 2017 distinguido com o "Selo de qualidade exemplar da água para consumo humano".

Caldas da Rainha

BREVE RESENHA HISTÓRICA

Embora se reconheça a existência de diversos lugares no município anteriores à cidade das Caldas da Rainha como os sítios arqueológicos no concelho como o Castro de Santa Catarina, com estruturas da Idade do Ferro e vestígios testemunhos da presença romana, ou de outros elementos descobertos durante as operações de regeneração urbana da cidade, permitem reconstituir um passado mais antigo, anterior à fundação das Termas da Rainha Dona Leonor (existem referências às Caldas de Óbidos, anteriores ao séc. XV).

Historicamente e com génese relativamente recente (séc. XV- 1485), a cidade das Caldas da Rainha deve a sua origem ao reconhecimento da Rainha D. Leonor às qualidades singulares das suas águas, tendo aí fundado o Hospital Termal que é hoje o mais antigo do país e, pensa-se, que do mundo (originalmente denominado como Nossa Senhora do Pópulo). Este proporciona uma nova organização espacial urbana, gerado a partir do "quarteirão termal", o que permite o desenvolvimento de uma nova cidade. A estância termal gerou dinâmicas (e necessidades) concretas quer de alojamento (ciclos temporários) como de atividades paralelas de consumo (comerciais), as quais atraíram quer trabalhadores como novos residentes.

Na segunda metade do século XIX, assiste-se a um crescimento considerável na frequência termal. O desenvolvimento das termas teve resposta no desenvolvimento urbano, cultural e económico da cidade, reforçado pela reconfiguração administrativa que ampliou consideravelmente a dimensão do município, refletindo a importância regional e a sua capacidade de atração. A introdução da linha férrea (1887) permitiu reforçar esse protagonismo. Rodrigo Berquó reconfigurou a estância termal originando uma nova fase na cidade, particularmente com a introdução do Parque D. Carlos I, com os seus pavilhões e com as obras no Hospital Termal. É nesta época que, com uma elevada afluência às termas e com o crescimento no número de habitantes, tem lugar uma grande renovação nas infraestruturas municipais, nomeadamente com a ampliação da rede de esgotos e com o melhoramento do Rossio. Toda esta evolução contribuiu para o desenvolvimento dos negócios, da construção, da rede viária e da rede de transportes. Todo este crescimento culmina, em 1927, com a elevação da vila a cidade.

CARACTERIZAÇÃO DA PAISAGEM

O concelho das Caldas da Rainha encontra-se implantado entre dois grandes alinhamentos: a Norte, o grande acidente da Lousã-Pombal-Nazaré, e a Sul destaca-se a grande falha que se situa entre os anticlinais das Serras de Aire e Montejunto. Toda esta estrutura está diretamente relacionada com o anticlinal da Serra dos Candeeiros e com o anticlinal diapírico, mais comumente chamado "Vale Tifónico das Caldas da Rainha". O Vale Tifónico é um dos elementos geológicos mais original da Região Centro, Este diápiro prolonga-se entre a Nazaré e Serra d'El Rei, estendendo-se ao longo de 30 km de comprimento.

Toda a zona litoral entre Peniche e Nazaré desenvolve-se na chamada Orla Meso-Cenozoica Ocidental. Nesta existem sedimentos originais que se depositaram na denominada Bacia

Lusitânica, por altura da abertura do Atlântico Norte e que, com a atividade tectónica e erosão proporcionadas, formaram um grande vale, permitindo um encaixe mais facilitado da rede hidrográfica.

A Lagoa de Óbidos e toda a sua envolvente apresentam uma evolução muito interessante, com um povoamento mais ou menos intensivo que se foi desenvolvendo nas suas margens, aproveitando os seus recursos e tudo aquilo que esta ia, e vai oferecendo aos seus habitantes.

Durante a Idade Média, terão então existido dois modelos de ocupação distintos. Um, mais próximo da Lagoa de Óbidos, com ocupantes que privilegiavam a pesca e ali começaram a habitar permanentemente; um outro, onde habitavam as comunidades que dependiam da agricultura e que se estabeleceram mais para o interior. Com a descida do nível das águas e consequente redução de dimensão da Lagoa de Óbidos e dos espaços lagunares limítrofes a terra como que “recuou”, criando zonas de várzea fortemente irrigadas, favorecendo a prática da agricultura. Estas atividades foram privilegiando a fixação de pequenas comunidades na região que, quer ligadas à agricultura ou à atividade piscatória, se foram estabelecendo.

Enquadrado numa região onde a agricultura e a floresta são preponderantes, a dimensão rural é predominante nas Caldas da Rainha, revelando o domínio das áreas agrícolas (48,7% do território em 2004), seguindo-se das florestais (29,1%). No entanto, apesar desta proporção de ocupação do uso de solo, a projeção da dimensão urbana é mais reconhecida em detrimento da realidade rural, focalizando-se sobretudo na área edificada da cidade (Nossa Senhora do Pópulo e Santo Onofre) e eixos de expansão (Tornada, Coto e Salir de Matos) mas também na zona litoral (Nadadouro, Foz do Arelho, Serra de Bouro, Salir de Porto), embora com outras características.

PRINCIPAIS RECURSOS TURÍSTICOS

O Município das Caldas da Rainha tem, na sua oferta turística, 21 empreendimentos turísticos, 477 alojamentos locais, 37 agentes de animação turística e 15 agências de viagens e turismo, focados em promover o património cultural, histórico e cultural do concelho.

Património Cultural

Com uma agenda cultural diversificada e abrangente, Caldas da Rainha oferece, atualmente, animação e eventos bastante heterogéneos, como:

- Corridas de touros;
- Feira do Cavalo Lusitano;
- Festa da Cerâmica;
- Feira dos Frutos.

O bordado das Caldas da Rainha é outra das tradições do concelho, estando associado à rainha Dona Leonor. Trata-se de um “bordado filigranado, sóbrio de colorido, e de fácil execução [...] primitivamente executado com fio de linho, tinto num tom castanho-dourado ou melado, sobre um tecido ralo branco, ou invés, de linha branca trabalhada em tecido acastanhado, com grande profusão de pontos”. Para a divulgação e dinamização desta tradição, foi implementado o Núcleo das Bordadeiras do Bordado das Caldas, na cidade.

Outros equipamentos culturais a notar são maioritariamente dirigidos às artes, como o **Museu José Malhoa** – Imóvel de Interesse Público que reúne obras do pintor e uma coleção de pinturas e esculturas dos séculos XIX e XX, sendo um museu do naturalismo português –, o **Museu da Cerâmica**, a **Casa Museu S. Rafael**, o **Museu do Hospital e das Caldas**, o **Museu do Ciclismo**, o **Museu e Casa Bernardo**, o **Centro de Artes** ligado à escultura (onde coexistem 3 ateliers/museus: Barata Feyo, João Fragoso e António Duarte), o **Espaço Concas** e o **Museu Leopoldo de Almeida**.

Património Edificado

No que diz respeito ao património edificado da cidade das Caldas da Rainha, é possível apresentar:

- Hospital Rainha D. Leonor / Hospital Termal**, concluído em 1483 e originalmente era composto por três espaços, com três funções diferentes: aposentos da Rainha, albergue de três piscinas e habitação de funcionários e peregrinos;
- Igreja de Nossa Senhora do Pópulo**, indissociável do hospital, é um Monumento Nacional com a particularidade de a capela-mor ter sido erguida sobre uma das nascentes termais;
- Ermida do Espírito Santo**, um dos primeiros pólos de fixação da população;
- Ermida de São Sebastião**, o primeiro edifício de culto construído no centro económico da vila.

Património Imaterial

Sobre o património imaterial da cidade, parte de uma memória coletiva e identitária transmitida através do modus vivendi da comunidade, incluem-se:

- Oleiros**, cujas funções (que remontam desde 1576) vão do teor doméstico à farmacopeia, para guardar medicamentos. Atualmente, esta tradição dá lugar a produções artísticas distintas, nomeadamente com a cerâmica de Rafael Bordalo Pinheiro, com os falos das Caldas ou com os revestimentos cerâmicos com a influência da arte nova. Estes exemplares cerâmicos, entre outros, constituem uma tradição transversal à história das Caldas da Rainha. Os oleiros e as suas produções são um testemunho do património imaterial da cidade, auxiliando a identificar os seus aspetos do quotidiano, dando conta do meio onde os próprios artistas viviam.
- Mercado diário ao ar livre**, uma tradição desde o século XV e passa pela venda de fruta e produtos hortícolas. A região das Caldas é, por natureza, uma zona com bons campos para a produção de azeite, vinho e cereais, tendo esse fator contribuído para que, desde cedo, agricultores viessem à cidade para vender os seus produtos.

Gastronomia

Na gastronomia, destacam-se o Ensopado de Enguias da Lagoa, o Bacalhau à Lagareiro, o Polvo à Lagareiro, o Cozido à Portuguesa e as Fatias de Carne Frita à Moda do Landal. Na doçaria, são reconhecidas as Cavacas das Caldas, os Beijinhos, as Trouxas-de-Ovos, as Lampreias de Ovos e o Pão-de-Ló do Landal.

Património Natural

As características naturais e geológicas de Caldas da Rainha permitem identificar potencial relacionado com a área científica, cultural, pedagógica e recreativa, apresentando elementos diferenciadores:

- Geomonumento Penedo Furado** (Foz do Arelho), com importantes desafios de preservação;
- Gruta de Salir do Porto**, com significativos desafios de reconfiguração de acessibilidade, comunicação e divulgação e estabilização de segurança;
- Águas captadas**, cujas características ímpares foram outrora o motor de desenvolvimento das Caldas da Rainha, entre as quais se identificam diferentes tipologias:
 - Águas Minero-Medicinais;
 - Águas cloretadas sódicas, localizadas na Água do Casal do Vale;
 - Águas sulfúreas neutras captadas no Hospital Termal das Caldas da Rainha;
 - Águas sulfatadas cálcicas que ocorrem na Serra do Bouro.

A acompanhar o interesse científico, turístico geológico, existem recursos de património natural como:

- a. **Parque D. Carlos I**, com 70 espécies de flora e diversificada avifauna;
- b. **Mata Rainha Dona Leonor**, uma área ambiental com importantes recursos aquíferos subterrâneos. Envolvida no complexo hospitalar, a construção desta mata correspondeu a uma estrutura de talhões e varandas, dispostos por frondosas alamedas, compartilhando um conjunto de espécies de flora e avifauna;
- c. **Reserva Natural Local do Paul de Tornada**, com 45 hectares, é um local privilegiado para a prática de educação ambiental e sensibilização para a conservação da fauna;
- d. **Praias da Foz do Arelho**, juntamente com a **Lagoa de Óbidos**, constituem um ecossistema frágil, composto por diversas espécies de aves aquáticas e migratórias e de moluscos bivalves, fazem parte de um privilegiado habitat.

GALARDÕES E CERTIFICAÇÕES AMBIENTAIS

A Praia do Mar tem hasteada a Bandeira Azul desde 1999 e a Praia da Lagoa desde 2012. Este galardão certifica anualmente o cumprimento de critérios de qualidade da água balnear, segurança, informação a utilizadores, educação e gestão ambiental, verificados pela Agência Portuguesa do Ambiente, Delegação de Saúde Pública de Caldas da Rainha, Capitania do Porto de Peniche. Existe igualmente o reconhecimento de qualidade das praias com a Bandeira de Ouro e o selo Quality Coast, uma valorização do Programa Europeu à gestão integrada das zonas costeiras e de desenvolvimento sustentável.

A área pertencente ao Paul de Tornada é integralmente pertença de particulares sendo que desde 1992 está arrendado ao Grupo de Estudos de Ordenamento do Território e Ambiente (GEOTA). Está classificado como Sítio Ramsar e Reserva Natural Local, integrando a Rede Nacional de Áreas Protegidas.

Lourinhã

BREVE RESENHA HISTÓRICA

A região da Lourinhã, inspirada pelo nome da vila romana *Laurinius*, conta com a presença humana desde a pré-História, designadamente desde os períodos Paleolítico, Neolítico e Calcolítico (Município da Lourinhã, 2021). Sendo também a “casa” dos povos Ibero, Celta, Grego, Túrdulo e Cartaginês, foi a partir de 220 a.C. que se romanizou (Município da Lourinhã, 2021).

Apesar da suspeita da origem do nome, poucos são os dados que confirmam esta teoria. Por isso, vários historiadores entram em conflito. Segundo Leite de Vasconcelos, ao nome latino *Laurinius* foi adicionado o sufixo -*anum*, que significa “área agrária”, originando *Laurinianum* (Leite de Vasconcelos cit. in Município da Lourinhã, 2021). Por outro lado, há historiadores e linguistas que defendem diferentes doutrinas (Município da Lourinhã, 2021):

- a. Lourinhã vem da palavra latina *Laurius-Laurili* ou *Laureança*, que significam loureiro ou terra onde existem muitos loureiros;
- b. A região é uma homenagem à deusa *Taurinianu*, adorada pelo povo hitita e trazida pelo romano, criando o termo *Laurinianu*;
- c. Ainda que a suposição menos provável, há quem acredite que o nome do concelho se deva a D. Jordão, fidalgo francês a quem D. Afonso Henriques ofereceu as terras como recompensa pela conquista de Lisboa aos mouros.

Não foi somente a concessão de foral que instituiu a Lourinhã como concelho. A paróquia de Santa Maria da Lourinhã, posteriormente denominada Nossa Senhora da Anunciação, é uma das

representações da consagração do território a município, sendo um símbolo do estilo gótico, característico da época (Município da Lourinhã, 2021). Atualmente, o grande público conhece a antiga paróquia por Igreja de Santa Maria do Castelo, comumente conhecida por Igreja do Castelo.

Acredita-se que este edifício tenha sido levantado por D. Lourenço Vicente, arcebispo de Braga e natural da Lourinhã. Lourenço Vicente era amigo de D. João I e recebeu do rei o senhorio da vila em 1384. Assim, a igreja teria sido construída entre esta data e 1397, ano da morte do donatário.

A igreja foi muito alterada em finais do século XVII, quando as fachadas foram emparedadas com pedras retiradas do antigo castelo da localidade. Também foi modificada a rosácea da fachada principal e o interior foi rebocado, causando a perda de algumas janelas góticas. Uma torre sineira foi construída na fachada lateral sul da igreja, substituindo uma anterior. Entre 1931 e 1935, o edifício foi restaurado, libertando as fachadas góticas das paredes acrescentadas no século XVII. Foram também restaurados os portais, a rosácea e o reboco das paredes interiores foi retirado.

Outros edifícios que representam o património do município são o Convento de Santo António, a Igreja da Misericórdia, o Forte de Paimogo e o Monumento Comemorativo do Primeiro Centenário da Batalha do Vimeiro que, travada a 21 de agosto de 1808, terminou com a Primeira Invasão Francesa a Portugal (Município da Lourinhã, 2021).

Enquanto território, a Lourinhã manteve-se intocável, até ter sofrido com uma ameaça de extinção em 1867 que, graças à rebelião popular, revogou. O concelho foi restaurado e a sua autonomia sobreviveu (Município da Lourinhã, 2021).

Avançado até ao último trimestre do século XIX, a Lourinhã começou o processo de transformação, reconstruindo estradas, desenvolvendo infraestruturas (como escolas), permitindo que a vila tivesse iluminação pública e que se criasse a associação recreativa e cultural “Clube Recreativo 14 de Julho”, que reunia famílias e a sociedade filarmónica lourinhanense (Município da Lourinhã, 2021).

Mantendo a dinâmica de progresso, o século XX é marcado pela publicação do primeiro jornal e pela implantação da República, que surge após a criação de uma forte consciência política (Município da Lourinhã, 2021). Nesse sentido, fundou-se a associação cívica “Centro Democrático” e, até aos dias de hoje, são criadas mais instituições, como o Sporting Clube da Lourinhã ou a Associação dos Bombeiros Voluntários da Lourinhã (Município da Lourinhã, 2021).

CARACTERIZAÇÃO DA PAISAGEM

Com temperaturas amenas, a região da Lourinhã é fértil para cultivo. Apresenta uma orla costeira com cerca de 12 km (Município da Lourinhã, 2021), tendo como vales fluviais o Vale da Conarga e o Vale do Rôto. No último, também se encontram grutas, que funcionam como um bom elemento de erosão cársica para o Planalto das Cesaredas. Esta zona conta com pontos de observação de paisagens geomorfológicas.

Tendo como principal geoproduto a destilação da aguardente, nomeadamente a Aguardente DOC Lourinhã, motivada por um tipo de solo argilo-arenoso, o crescimento de vinhas e, conseqüentemente, uvas é facilitado. A paisagem lourinhanense é, então, ilustrada por vinhas, equilibrando o cenário balnear da orla.

Sobre os restantes atributos geológicos, destacam-se:

- a. Pedreira da Barranca, que trata da exploração de calcário para brita e pedra ornamental.

Existindo desde a idade do Jurássico Superior, guarda diversos fósseis marinhos, como amonites, ouriços do mar e bivalves;

b. Forno de Cale da Ventosa e Currais do Mato, que transformaram calcário em cal.

Ademais, o município é bastante rico ao nível paleontológico, com zonas passíveis de visitar e outras interditas. Já se encontraram vestígios de espécies fossilizadas como *Miragaia longicollum* (na freguesia de Miragaia), *Lourinhanosaurus* (em Paimogo e na praia de Paimogo-Caniçal), *Lourinhanosaurus antunesi* (em Peralta), *Pinheirodon* (na praia de Porto Pinheiro), *Pterossauro* (na praia de Peralta), *Isognomon* e *Torvosaurus* (na praia de Porto de Barcas), *Oceanotitan dantesi* (na praia de Valmitão) e *Draconyx loureiroi* (em Vale de Frades).

PRINCIPAIS RECURSOS TURÍSTICOS

A oferta turística da Lourinhã é muito vasta, contando com a presença de 13 empreendimentos turísticos, 368 alojamentos locais, 33 agentes de animação turística e 5 agências de viagens e turismo. As atividades que mais se destacam são as de turismo paleontológico, sol e mar e militar, porém um turista que visite o concelho pode ainda desfrutar de passeios terrestres, conhecer o património religioso edificado, participar em diversas atividades de animação turística e saborear a gastronomia regional (Município da Lourinhã, 2021).

Turismo Paleontológico

A Lourinhã é uma zona incontornavelmente ligada à existência de dinossauros, tendo sido descobertas várias espécies, como o *Lourinhanosaurus* (Município da Lourinhã, 2021). Neste sentido, o município investiu na exploração do potencial turístico, nomeadamente através do apoio prestado à criação do Dino Parque da Lourinhã e promovendo destinos marcados pela vertente pré-Histórica. De todos, os que ainda se podem visitar são:

- Porto Dinheiro**, onde foi descoberto o *Pinheirodon* (um pequeno mamífero), bem como vestígios de dinossauro, como o local de recolha do holótipo de *Supersaurus lourinhanensis*, anteriormente conhecido como *Dinheirosaurus*;
- Praia de Peralta**, onde se encontraram centenas de pegadas de *Pterossauro*, únicas em contexto nacional, e um ninho, possivelmente de *Lourinhanosaurus*;
- Praia de Paimogo-Caniçal**, na qual se encontraram vários ossos e ninhos de *Lourinhanosaurus*, conchas de ostreídeos e madeira fossilizada;
- Praia de Porto de Barcas**, marcada por diversas pegadas de dinossauro, nomeadamente de *Torvosaurus* e do holótipo de *Eousdryosaurus nanohallucis*. Este é também um local de observação de eventos de transgressão/regressão (avanço e recuo do nível do mar) no Jurássico Superior e calcários das Cesaredas com a mesma idade, que incluem fósseis de animais marinhos;
- Praia de Valmitão**, onde foi encontrado o holótipo de *Oceanotitan dantesi*.

Turismo de Sol e Mar

Com praias marcadas por ondas próprias para surfistas e um areal extenso, a Lourinhã aposta na oferta de turismo de sol e mar, permitindo a atuação de diversos agentes de animação turística (Município da Lourinhã, 2021). Com as praias do Areal, da Areia Branca, da Peralta, de Paimogo, de Porto das Barcas, de Porto Dinheiro, de Vale Frades, de Valmitão, do Caniçal e do Zimbral, o concelho dispõe de um parque de campismo (Parque de Campismo da Praia da Areia Branca) e escolas de surf, mergulho e outras atividades radicais ao ar livre.

Turismo Histórico e Militar

Foi na aldeia de Vimeiro, a 21 de agosto de 1808, que o exército francês foi derrotado pelas forças anglo-lusas, cessando a Primeira Invasão Francesa em Portugal. Como forma de homenagem, o município criou o Centro de Interpretação da Batalha do Vimeiro e recria a

batalha, anualmente, no evento “Recriação Histórica & Mercado Oitocentista” (Município da Lourinhã, 2021).

Outros museus que a região apresenta ao grande público são: o Museu da Lourinhã, que aborda as vertentes etnográficas, arqueológicas e paleontológicas do território, o Espaço Museológico Olhar O Mar, exclusivo ao património piscatório e o Museu Rural de Reguengo Grande, que destaca a tradição agrícola da região (Município da Lourinhã, 2021).

Turismo de Natureza

Estando a região da Lourinhã inserida num seio biodiverso, é igualmente possível desfrutar de várias atividades que incentivem ao contacto com a natureza. Nesse sentido, destacam-se três percursos pedestres: o “PR3 – Pelos Caminhos da Batalha do Vimeiro”, com ponto de partida no Monumento Comemorativo do Primeiro Centenário da Batalha do Vimeiro e dividido por quatro etapas de 4,6km, 5,2km, 3,6 km e 4,2 km, respetivamente (Município da Lourinhã, 2021); o “PR4 – Dos Dinossauros à Rocha”, que se estende pela zona costeira da Praia de Porto Dinheiro (Município da Lourinhã, 2021); e o “Mostra Urbana de Dinossauros”, com o objetivo de dar a conhecer doze espécies de répteis e dinossauros à escala real através de mecânicas interativas (Município da Lourinhã, 2021).

Para quem preferir conhecer o património natural do município de forma independente, tem à sua disposição o Planalto das Cesaredas e o Vale Cornaga (Município da Lourinhã, 2021):

- O Planalto das Cesaredas é conhecido pela facilidade em praticar *birdwatching*, ser a extensão das Serras de Aire e Montejunto, bem como o lugar onde se conseguem observar campos de lapiás, algares e grutas, apresentando uma herança arqueológica vasta. Foi onde o povo romano permaneceu entre os séculos II a.C. e V d.C., tal como foi o local escolhido para o combate da Roliça, durante as invasões napoleónicas.
- O Vale Conarga, por sua vez, é reconhecido pelas azenhas, pontes, fontes e cascatas, tendo passado de zona movimentada a despovoada.

Por fim, é possível encontrar nas aldeias e percursos pedestres os moinhos do Boneco e da Pinhã, figuras representativas da História, cultura e tradição lourinhanense (Município da Lourinhã, 2021).

Produtos Regionais

A enogastronomia da Lourinhã destaca a região das restantes no país. Entre doçaria, compotas e digestivos, a escolha é variada. No que respeita à doçaria, o concelho da Lourinhã é rico em (Município da Lourinhã, 2021):

- Areias Brancas, bolos preparados a partir da gema de ovo, amêndoas e açúcar;
- Biscoitos, queijadas e tartes com abóbora, maçã reineta, batata doce ou Aguardente DOC Lourinhã;
- Bombons com chocolate negro Valrhona, café e Aguardente DOC Lourinhã;
- Tarte D. Isabel, confeccionada com produtos regionais, nomeadamente abóbora e pevides;
- Reguengos, pastéis preparados com uma plantação exclusiva de maçã reineta;
- Pera Rocha do Oeste em calda de Aguardente DOC Lourinhã;
- Pastéis de Aguardente da Lourinhã;
- Pão de Ló de Miragaia;
- O Beijo da Loba, bombom com chocolate negro Valrhona, framboesa e Aguardente DOC Lourinhã;
- Entornadinhos da Loba, copinhos de chocolate com fundo de caramelo (feitos exclusivamente para beber Aguardente DOC Lourinhã).

Sobre doces e compotas, destacam-se (Município da Lourinhã, 2021):

- a. Compotas de pera rocha, abóbora e figo;
- b. Doce de abóbora;
- c. Doce de pera rocha;
- d. Uvada, um doce resultante da mistura de uva com Pera Rocha.

Para digestivos/bebidas alcoólicas, o município é marcado por (Município da Lourinhã, 2021):

- a. Valmitão, vinho tinto criado na zona;
- b. Carlotas, vinho de castas tintas e brancas da região;
- c. Aguardente DOC Lourinhã, cujos métodos de produção são pioneiros.

Mais que o consumo e venda de aguardente, a Lourinhã é igualmente conhecida pela sua produção, nomeadamente através da Adega Cooperativa da Lourinhã (ACL), dedicada à produção de vinho branco, tinto e licorosos (Município da Lourinhã, 2021).

Património Edificado

O património edificado da Lourinhã é muito assente na religião católica, estando repleto de igrejas e capelas (Município da Lourinhã, 2021). Por outro lado, também evidencia o passado histórico da região, através do Forte de Paimogo, classificado como Imóvel de Interesse Público e que preserva a arquitetura militar barroca, e do Monumento Comemorativo do Primeiro Centenário da Batalha do Vimeiro, no qual se podem encontrar obras de artistas nacionais, bem como ornamentos e armas preservadas (Município da Lourinhã, 2021).

Identificando os edifícios de cariz religioso no concelho, encontram-se os seguintes (Município da Lourinhã, 2021):

- a. **Capela de Nossa Senhora do Amparo**, localizada na aldeia de Toxofal de Cima, cuja construção rural renascentista do século XVI homenageia Santo Amaro, o protetor das enfermidades dos braços e pernas;
- b. **Capela de Nossa Senhora dos Anjos**, em Feteira, perto da Gruta da Feteira, uma necrópole do Neolítico composta por várias sepulturas;
- c. **Capela de Santo António**, na aldeia da Pena Seca, onde se diz que o Infante D. Pedro e D. Pedro I caçavam;
- d. **Capela de São Domingos**, em Reguengo Pequeno, erguida no final do século XVI;
- e. **Igreja de Nossa Senhora da Conceição**, marcada pela inscrição "Jazigo e sepultura de Simão do Reguo e de sua mulher Maria Mendes e de seus herdeiros dada pelo Arcebispo de Lisboa e Capelão mor del-Rei e do seu conselho de Estado. Ano de 1689. *Veritas.*";
- f. **Igreja de Nossa Senhora dos Anjos**, inspirada na lenda de um pastor que, perto do local onde o rio dos Mouros se junta ao rio Grande, viu a imagem de Nossa Senhora com o Menino nos braços;
- g. **Igreja de Santa Maria do Castelo**, dedicada a Santa Maria, cujo miradouro permite a observação do local do antigo castelo, podendo admirar-se o Cruzeiro e capitel quinhentistas. Esta igreja é igualmente conhecida por Igreja Matriz da Lourinhã ou Igreja do Castelo, aprofundada no capítulo referente à resenha histórica;
- h. **Igreja de São Bartolomeu**, cujo adro fronteiro apresenta uma figura de S. Lourenço, a quem o terreno pertencia originalmente;
- i. **Igreja de São Lourenço dos Francos** que, caracterizada pela arquitetura do renascimento rural estremenho, ronda, segundo a tradição popular, a mítica cidade de Monardo dos Francos, habitada por cartagineses e celtas;
- j. **Igreja do Divino Espírito Santo**, cuja edificação consequente do domínio espanhol se traduziu na criação de um estilo genuinamente português, denominado "Brutesco Nacional" (composto por azulejo, pintura de tetos e talha dourada);
- k. **Igreja e Convento de Santo António**, dedicados a Nossa Senhora da Anunciação pela

comunidade de frades Capuchos Recoletos, fundada em 1598;

l. **Santuário da Misericórdia**, na localidade de Moita dos Ferreiros, apresenta no seu conjunto a igreja, casa do Ermitão, casa dos Círios, recintos de festas e fonte (cuja água é considerada milagrosa).

Para terminar, e considerando que o setor do turismo sofreu uma quebra significativa em 2020, a Câmara Municipal da Lourinhã desenvolveu um sistema que permite fazer uma visita virtual à cidade (Município da Lourinhã, 2021).

GALARDÕES E CERTIFICAÇÕES AMBIENTAIS

O Município da Lourinhã, como analisado nos subcapítulos anteriores, é marcado pelo constante trabalho de renovação, tendo sido distinguido ao longo dos anos com prémios, galardões e certificações. Só entre 2020 e 2021, foi condecorado nas áreas da sustentabilidade, turismo e economia.

Sobre a defesa do meio ambiente, foi em dezembro de 2020 que o concelho da Lourinhã recebeu o galardão *Bandeira Verde ECO XXI* com uma pontuação de 73%, a maior percentagem verificada nos últimos 5 anos (Município da Lourinhã, 2020). O programa *ECO XXI* visa reconhecer e divulgar as boas práticas de sustentabilidade nos territórios, sendo a candidatura da Lourinhã recorrente desde 2015 (Município da Lourinhã, 2021).

No que respeita ao setor do turismo, destacam-se o *Dino Parque da Lourinhã*, o Centro de Interpretação da Batalha do Vimeiro e as praias:

- a. O *Dino Parque da Lourinhã* foi distinguido com o "Prémio Cinco Estrelas Regiões" (Alvorada, 2021), oferecendo um lugar de destaque à região na vertente de turismo paleontológico;
- b. O Centro de Interpretação da Batalha do Vimeiro encontra-se nos 5 melhores projetos do Prémio Nacional de Turismo 2020, nomeadamente na categoria "Turismo de Confiança" (Município da Lourinhã, 2020);
- c. Conhecida pela orla costeira, a Lourinhã tem 4 praias com o selo *Bandeira Azul 2021* que, além de uma garantia certificada da qualidade das praias e do trabalho direcionado para a preservação ambiental, é um trunfo valioso para a promoção turística. As praias reconhecidas são as da Areia Branca, do Areal Sul, de Porto Dinheiro e da Areia Branca Foz (Município da Lourinhã, 2021).

Por fim, abordando o seio económico, o concelho da Lourinhã foi reconhecido com 31 empresas galardoadas com o estatuto *PME Líder 2020* (Alvorada, 2021), uma prova do investimento da região em potenciar a atividade económica.

Peniche

BREVE RESENHA HISTÓRICA

O território correspondente ao atual Município de Peniche foi sendo sucessivamente ocupado por populações que fizeram da pesca e da agricultura as suas principais atividades económicas. A sua especificidade geomorfológica, oscilando entre uma realidade insular/peninsular, parece ter moldado e condicionado de um ponto de vista socioeconómico e cultural, as populações que ao longo dos tempos ocuparam este território, permitindo simultaneamente que o concelho de Peniche fosse palco de importantes acontecimentos históricos de índole nacional e internacional.

Os principais sítios pré-históricos conhecidos no concelho correspondem a ocupações em gruta, destacando-se a Gruta da Furninha, situada na orla meridional da península com um historial de ocupação que remonta ao Paleolítico Médio. Durante a época romana tem lugar a consolidação

de uma economia assente no cultivo das terras aluviais e na exploração de recursos estuarinos e marinhos. A então ilha de Peniche assentaria a sua atividade económica na exploração de recursos marinhos, particularmente na produção de conservas de peixe, atividade industrial que volvidos dois mil anos continua a laborar nesta localidade.

Relativamente à Idade Média fontes históricas referem uma ilha de Peniche integrada na esfera económica e administrativa da Vila de Atouguia da Baleia, cedida, em 1148 por D. Afonso Henriques, ao cruzado franco Guilherme de Cornes, como recompensa pelo auxílio prestado na tomada de Lisboa. Atouguia da Baleia é mais tarde elevada à categoria de Vila, conhecendo durante a Idade Média um grande desenvolvimento económico, mercê de uma rentável atividade piscatória assente na captura de espécies como a baleia, cetáceo que dará o nome à povoação.

A partir do séc. XV com a lenta formação do atual cordão dunar que liga Peniche ao continente e com o conseqüente assoreamento do porto de Atouguia, assiste-se ao povoamento da agora península através da implantação de dois núcleos urbanos: Peniche-o-Velho (atual Peniche de Cima) e Ribeira (atual Peniche de Baixo), estando este último na génese da jovem povoação de Peniche, elevada em 1609 à categoria de vila e sede de concelho, autonomizando este território peninsular do concelho de Atouguia da Baleia. Este crescimento urbano, resultante do progressivo aumento do número de moradores na povoação, foi proporcionado pela intensa exploração dos recursos económicos disponíveis na península de Peniche, destacando-se a vigência de uma agricultura assente no cultivo dos cereais e da vinha, a construção naval e, obviamente, a pesca. Durante os séculos XVI e XVII foram construídas várias fortificações vigiando o acesso a vários pontos da costa considerados de vital importância estratégica para Portugal. Durante os séc. XIX e XX verifica-se no Concelho de Peniche a consolidação de uma estrutura económica e social assente na exploração dos recursos agrícolas e numa intensa atividade piscatória, realidade que perdurou até à atualidade. Do ponto de vista administrativo, em 1836 é extinto o concelho de Atouguia da Baleia, sendo anexado o seu território pelo concelho de Peniche, estabelecendo-se os atuais limites do território concelhio.

Já durante o séc. XX, decorre uma rápida e profunda transformação da atividade piscatória, traduzida na substituição das tradicionais embarcações e técnicas de captura pela moderna traineira motorizada, prevalecendo a produtiva pesca de cerco. Fruto desta evolução presencia-se o desenvolvimento de várias indústrias ligadas à pesca, como a congelação, a salicultura, a indústria conserveira ou a construção naval, atividades que associadas ao cultivo da vinha complementam o tecido produtivo desta península.

CARACTERIZAÇÃO DA PAISAGEM

O território oscila entre uma realidade geomorfológica de índole continental, insular e peninsular, e parece ter moldado e condicionado, de um ponto de vista socioeconómico e cultural, as populações que ao longo dos tempos o ocuparam.

O território municipal poderá ser dividido em duas grandes unidades: a península onde se localiza a sede do concelho com cerca de 10 km de perímetro, constituindo o seu extremo ocidental o Cabo Carvoeiro, caracterizada pelas suas falésias calcárias com mais de 20 milhões de anos da evolução geológica do Jurássico Inferior de Portugal e a parte rural constituída pelas restantes três freguesias.

A ocupação do território nas três freguesias não urbanas (Ferrel, Atouguia da Baleia e Serra d'El Rei) seguiu o modelo comum a muitas regiões agrícolas, de habitação dispersa por pequenos aglomerados, dos quais sobressai o núcleo da aldeia sede da freguesia, com os seus equipamentos públicos: a escola e a igreja. No concelho de Peniche a relevância económica e social da agricultura, desenvolvida num quadro dominante de pequena propriedade, agiu no sentido da manutenção dessa estrutura de povoamento e explica a persistência de um índice alto de população rural no conjunto da população residente. Podemos falar de uma bipolaridade

urbano-rural como linha de força da ocupação do território concelhio.

Destacam-se, nesta mancha rural, algumas dinâmicas. Uma delas, centradas no eixo Serra d'El Rei - Atouguia da Baleia, reflete uma maior importância da agricultura. Além disso esta vila possui um importante património (espaços e edifícios), que lhe permitiram conservar e ampliar, uma estrutura consistente, tanto no plano do desenho urbano como no dos equipamentos coletivos. A outra é constituída pela procura de residência sazonal ou permanente nas zonas balneares do concelho onde se destaca pela sua dinâmica o eixo Ferrel-Baleal e, em menor grau, Consolação e S. Bernardino. Esta procura, que se acentuou também nas últimas décadas do século XX, tem uma dupla origem: turismo e residência para grupos que exercem atividades urbanas em Peniche, ou até fora do concelho. Este processo avançou de forma muito rápida, segundo o modelo do loteamento e, na ausência de um controlo assegurado por um planeamento prévio. A ocupação da ilha do Baleal, mais antiga, não foi alvo de uma pressão construtiva tão forte, dados os constrangimentos legais, geográficos e ambientais.

PRINCIPAIS RECURSOS TURÍSTICOS

O concelho de Peniche apresenta grandes belezas naturais e um recorte paisagístico invejável, com um vasto património histórico, cultural e religioso (C. M. Peniche, s/d). Nesse sentido, recebe 18 empreendimentos turísticos, 940 alojamentos locais, 104 agentes de animação turística e 8 agências de viagens e turismo. As falésias calcárias que confinam a Península de Peniche contam uma história contínua, com mais de 20 milhões de anos da evolução geológica do Jurássico Inferior de Portugal. Uma história impressa nas rochas que remonta aos primórdios do Jurássico (há cerca de 200 milhões de anos) e à "vida" mais recente do Planeta Azul, quando os dinossauros já povoavam as zonas continentais e a Península Ibérica ficava bem pertinho da porção setentrional do continente americano. Representa, por isso, um lugar ideal para estreitar mais a ligação entre a geologia teórica e a prática.

Património Edificado

Considerando os valores históricos, geológicos, arqueológicos e religiosos da cidade, Peniche é marcada pela presença de um vasto património edificado, como (C. M. Peniche, s/d):

- a. **Rede Museológica do Concelho de Peniche**, integrada pelo CIAB – Centro Interpretativo de Atouguia da Baleia, Museu da Renda de Bilros de Peniche, Museu da Serra d'El-Rei D. Pedro I, Ilha da Berlenga – Centro de Visitantes e Museu Nacional Resistência e Liberdade;
- b. **Escola Municipal de Rendas de Bilros**, que surgiu com o propósito de preservar a arte de tecer a renda de bilros;
- c. **Fortaleza de Peniche**, a primeira fortificação construída na península de Peniche e albergou o Museu Municipal entre 1984 e 2017;
- d. **Forte de S. João Baptista**, construído na Ilha da Berlenga entre 1651 e 1656;
- e. **Fonte do Rosário**, uma fonte que fornecia água potável à população desde o século XVI;
- f. **Forte da Consolação**, cujo alcance cruzava com o da Fortaleza de Peniche;
- g. **Igreja de S. Leonardo – Atouguia da Baleia**, templo cristão mais antigo do concelho, datado do século XII;
- h. **Igreja de Nossa Senhora da Conceição – Atouguia da Baleia**, tempo barroco do final do século XVII;
- i. **Igreja de S. Pedro**, no centro histórico de Peniche e construído no final do século XVI, é o mais tempo religioso do concelho;
- j. **Igreja da Misericórdia**, marcada pelos azulejos seiscentistas e pinturas a óleo de momentos evangélicos, como a Vida e Paixão de Cristo;
- k. **Santuário da Nossa Senhora dos Remédios**, base de um culto mariano que venera a imagem de Nossa Senhora;

I. **Touril Atouguia da Baleia**, palco de lides tauromáticas da família real e nobreza do século XVIII.

Turismo de Natureza

Peniche, capital da onda, desenvolve grande parte da sua cultura turística nas atividades de natureza náutica, como surf, bodyboard e kayak. Porém, também apresenta percursos pedestres e de BTT para os seus visitantes amantes da natureza (C. M. Peniche, s/d).

Turismo Geológico

A variabilidade da sucessão calcária e as condições dos afloramentos constituem uma ótima base para a realização de atividades de campo nos domínios da Estratigrafia, Paleontologia, Sedimentologia, Análise de Bacias Sedimentares, Geomorfologia, Património Geológico e Geologia Ambiental.

O sítio da Ponta do Trovão, localizado na fachada norte da Península de Peniche, é unanimemente considerado pela comunidade científica internacional como o melhor registo a nível mundial da transição entre os intervalos de tempo *Pliensbaquiano-Toarciano* (andares do Jurássico Inferior). Em dezembro de 2014, a Ponta do Trovão foi classificada *Global Boundary Stratotype Section and Point* (GSSP) do Toarciano (Jurássico Inferior) pela *International Commission on Stratigraphy da International Union on Geological Sciences*. O local está assinalado com a colocação do Prego Dourado (*Golden Spike*).

Para além do impacto científico deste local, o potencial educativo e de divulgação científica é igualmente evidente. A experiência tem demonstrado que este afloramento constitui um importante laboratório para atividades letivas, nos diferentes domínios da geologia sedimentar, sejam elas ao nível da formação de professores, nos ensinamentos universitário, secundário ou básico e, mesmo, para o cidadão comum, interessado pelas Ciências da Terra.

O projeto museológico do **Museu de Peniche** organizou-se em torno de dois núcleos básicos: um núcleo patrimonial e documental relativo a aspetos significativos da formação geomorfológica, arqueológica, histórica e etnográfica da comunidade e um núcleo constituído por três das dependências da antiga prisão política instalada no próprio Forte – o parlatório, o segredo, um piso de celas.

Produção Artesanal

A criação de peças de artesanato é distinguida pelas Rendas de Bilros de Peniche, que remontam ao século XVII e foi no século XIX que atingiram o seu apogeu artístico e técnico. Atualmente, a mestria pode ser aprendida, ou aperfeiçoada, na Escola Municipal de Rendas de Bilros (C. M. Peniche, s/d).

Gastronomia

Por fim, no que respeita à gastronomia típica da região, destacam-se a “Caldeirada de Peniche”, a sardinha assada os pastéis de Peniche, os Amigos de Peniche e os “Esses de Peniche” (ou “Ss”) (C. M. Peniche, s/d).

GALARDÕES E CERTIFICAÇÕES AMBIENTAIS

Programa Bandeira Azul: A Bandeira Azul é um símbolo de qualidade ambiental atribuído anualmente pela Associação da Bandeira Azul da Europa às praias e portos de recreio e marinas que cumpram um conjunto de 33 critérios relativos à Informação e Educação Ambiental, Qualidade da Água, Gestão Ambiental e Equipamentos e Segurança e Serviços. Em 2020 a Câmara Municipal de Peniche completou 32 anos de participação consecutiva no Programa Bandeira Azul, sendo anualmente galardoada as águas balneares de Baleal-Norte, Baleal-Sul, Cova de Alfarroba, Gamboa, Medão-Supertubos, Consolação e São Bernardino, acreditando-se que ao longo dos anos a autarquia contribuiu fortemente para elevar o grau de consciencialização

dos cidadãos para a necessidade de se proteger o ambiente marinho e costeiro.

Programa Praia Acessível - Praia para Todos: atribuído pelo Instituto Nacional para a Reabilitação este programa visa que cada vez mais praias portuguesas passem a assegurar condições de acessibilidade e de serviços que viabilizem a sua utilização e desfrute, com equidade, dignidade, segurança, conforto, independência e a maior autonomia possível, por todas as pessoas que as desejem visitar, independentemente da sua idade e de possíveis dificuldades de locomoção ou outras incapacidades que, transitória ou permanentemente, condicionem a sua mobilidade. No município de Peniche esta distinção foi atribuída às praias de Baleal-Sul e Supertubos.

Plano Intermunicipal de Adaptação às Alterações Climáticas do Oeste (PIAAC): O Oeste PIAAC consiste, num plano de ação para fazer frente às alterações climáticas. Neste sentido irá conter cartografia de risco para as principais vulnerabilidades climáticas e medidas de adaptação tendo em atenção uma visão de futuro para a região que abrange. O Município de Peniche está envolvido em todo o processo de elaboração do Plano numa lógica de participação e partilha de conhecimento.

Projeto Life Berlengas: finalista do prémio europeu Natura 2000, dinamizado pela Sociedade Portuguesa para o Estudo das Aves, Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, Município de Peniche, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar do Instituto Politécnico de Leiria, Direção-Geral do Património Cultural e Associação Portuguesa de Geólogos.

Berlenga, Reserva Mundial da Biosfera: a UNESCO, Organização das Nações Unidas para a Educação Ciência e Cultura, atribuiu, em 2011, a classificação de Reserva Mundial da Biosfera ao arquipélago das Berlengas. Com a classificação obtida, o município pretende valorizar os recursos naturais, compatibilizando-os com atividades como a pesca ou o turismo e com a ocupação humana e passa a ter uma maior responsabilidade na defesa da biodiversidade como garantia da sustentabilidade do território.

Wave Roller- Projeto Energia das Ondas: plataforma de produção de eletricidade limpa através da força do mar. As ondas nas praias do norte de Peniche foram um local perfeito para a empresa finlandesa AW-Energy desenvolver a sua tecnologia Waveroller, apoiada pela Comissão Europeia e pelo Banco Europeu de Investimento para continuar a explorar esta fonte de energia limpa.

Torres Vedras

BREVE RESENHA HISTÓRICA

Torres Vedras apresenta-se como um dos concelhos do Oeste fortemente caracterizado por uma ruralidade urbana, onde os vinhedos e o mar e as atividades agrícolas se diferenciam com existência de serviços terciários de qualidade, desde a finança, passando para a saúde, para o ensino ou pela cultura. O Oeste é marcado “por uma grande heterogeneidade e complexidade causadas pela forte polarização da metrópole – Lisboa – que se traduz na existência de realidades contrastantes, mas fortemente articuladas entre si: a metrópole em si, ou seja, a grande região de Lisboa e as áreas de base económica rural, pontuadas por núcleos urbanos centrais” (C. M. Torres Vedras, 2001).

Nos dias de hoje o Município de Torres Vedras, também devido às suas excelentes acessibilidades, pode ser considerado como uma “periferia” da metrópole, mas mantendo a sua autenticidade bem patente, funcionando esta, também, como fator atrativo para a fixação de população de origem extra concelhia.

Tal como já referido, o município está organizado administrativamente em 13 freguesias, sendo

elas as seguintes: União de Freguesias de A-dos-Cunhados e Maceira; União de Freguesias de Campelos e Outeiro da Cabeça; União de Freguesias Carvoeira e Carmões; União de Freguesias de Dois Portos e Runa; Freguesia de Freira, União de Freguesias de Maxial e Monte Redondo, Freguesia de Ponte do Rol, Freguesia do Ramalhal, Freguesia de S. Pedro da Cadeira, Freguesia da Silveira, União de Freguesias de Torres Vedras e Matacães, Freguesia do Turcifal e Freguesia da Ventosa.

Existem provas da povoação primitiva deste território, desde as comunidades de caçadores coletores para agricultores e, nomeadamente, gregos e romanos. O nome da cidade deriva provavelmente deste último período “*Turres Veteras*”, lembrando “torres velhas” (...) da sua primitiva fortificação, provavelmente construída ainda no período romano.” (C. M. Torres Vedras, 2020). A primeira carta de foral, terá sido atribuída por D. Afonso em 15 de agosto de 1250 e em 1293, Torres Vedras, recebe a carta de feira, tendo em consideração o crescimento da vila.

Um dos acontecimentos históricos importantes de destacar é o da realização, em 1414, da reunião do Conselho Régio de D. João I, onde se terá decidido a partida para a conquista de Ceuta.

Deve destacar-se também a construção das Linhas de Torres Vedras. A partir de 1809, surge um dos maiores sistemas defensivos da história nacional e internacional, estrategicamente erguido para travar as evasões napoleónicas.

CARACTERIZAÇÃO DA PAISAGEM

A paisagem torriense é diversificada, entre as Serras do Socorro e da Archeira, até às beiras da Serra de Montejunto (que não integra os domínios do município), convergindo com a 20 km de costa banhada pelo oceano Atlântico, estando assim repleta de valor patrimonial em termos naturais, históricos, culturais e paisagísticos.

O concelho é maioritariamente rural, sendo Torres Vedras a única cidade a destacar.

À semelhança de toda a Região Oeste, e muito devido à essência agrícola do território, a estrutura de povoamento do concelho é dispersa. Contudo, pode distinguir-se uma particularidade territorial, em oposição às demais zonas do litoral do território nacional, os núcleos costeiros e os interiores demonstram importância semelhante para o desenvolvimento económico e sociocultural da região.

Será impossível descrever o território do concelho sem mencionar a sua ruralidade, mas também sem caracterizar a sua costa que se estende desde a Praia do Valmitão, a norte, até à Praia da Assenta, a sul, destacando-se a Praia de Santa Cruz no centro. As praias são dotadas, na sua maioria, de excelente acessibilidade e de uma série de serviços e infraestruturas que permitem criar um destino de excelência.

A ocupação do solo é subdividida em várias tipologias: agrícola, florestal, complexos e áreas sociais, tendo estas duas últimas uma expressão muito reduzida.

A ocupação do solo com a atividade primária é a que assume maior expressão no total da área do município, sendo que as lavouras com maior expressão no Concelho de Torres Vedras são: a vinha, culturas forrageiras e pastagens, culturas cerealíferas, fruticultura, batata e horticultura. Predomina a cultura em minifúndio. Será de destacar uma grande expressividade de culturas em estufa.

O PDM (Plano Diretor Municipal) revela-se o mais importante documento de classificação dos solos. O de Torres Vedras descreve que o território pode ser basicamente subdividido entre Norte e Sul tendo em atenção as suas características territoriais e geomorfológicas. A Norte destaca-se um povoamento mais concentrado, com menos relevo e altimetria e em consequência da

urbanidade um menor aproveitamento agrícola, prevalecendo a floresta, mais propriamente as espécies de eucalipto e pinheiro-bravo que são destinadas essencialmente à produção de madeira. Mais a Sul, o relevo é mais irregular apresentando um povoamento mais disperso e solos mais férteis, remetendo para um maior aproveitamento agrícola. Nesta parte do território surgem também matas seculares associadas a quintas, conventos e capelas, onde não raras as vezes, se podem contemplar em uníssono, atividades agropecuárias e turísticas. As freguesias de Dois Portos, Ventosa, Turcifal, São Pedro da Cadeira e A dos Cunhados são as que apresentam uma maior ocupação agrícola. É, portanto, justificável que nas últimas décadas se tenha dado um grande investimento em infraestruturas e equipamentos ligados à horticultura.

Quanto aos recursos geológicos, e no contexto deste plano, será importante mencionar dois geossítios referenciados que integram o inventário nacional do património geológico: o Calcolítico Estremenho (Castro Zambujal) e Zonas Cársicas (Cucos e Maceira).

Tendo em consideração o PDM, mais especificamente os Estudos de Caracterização do Território Municipal as formações geológicas predominantes no concelho são fundamentalmente de origem sedimentar, mais especificamente o grés, com duas manchas dignas de referência: uma área da Senhora do Socorro que se alonga com uma língua até ao Catefica; e outra, que numa linha liga que liga Casalinhos de Alfaiata (Freguesia de Silveira) / Torres Vedras / Monte Redondo / Maxial; e outra linha que liga Casalinhos / Vila Facaia (Freguesia de Ramalhal) / Outeiro da Cabeça.

Ainda é possível destacar os depósitos de antigas praias e terraços do quaternário, sendo os mais especiais o da Silveira e A dos Cunhados ou fazendo menção para as manchas dos vales do Alcabrichel e Sizandro com interesse científico do ponto de vista hidrogeológico. Estão também identificados vários afloramentos de rochas ígneas, pouco significativos, destacando-se o Monte do Socorro e as Mariquitas.

No concelho de Torres Vedras podem encontrar-se diversos sítios de interesse paleontológico, geomorfológico e cultural.

Destaca-se novamente o Castro do Zambujal no que se relaciona com interesse geomorfológico é iniciada uma Escadaria de terraços fluviais, mas sobretudo remete-se para o interesse cultural já que terá sido um povoado fortificado, cujas origens remontam ao Terceiro milénio a.C., no início da Idade do Cobre. Seria protegido de início apenas por uma fortaleza central com torres maciças e muros relativamente estreitos, tendo sido já numa segunda fase da sua ocupação que surgiu a necessidade de reforçar estas estruturas. Terceira fase de reforço deste complexo sistema defensivo, numa altura em que a funcionalidade e finalidade da “barbacã” e das entradas correspondentes à segunda linha de muralhas foram claramente mitigadas. Quarta e última fase de construção, com o levantamento de torres ocas, até à destruição parcial do povoado, que ocorreu por volta de 1700 a.C.. Foram encontrados nesta região dos mais antigos vestígios de cerâmica campaniforme, que se viria a estender um pouco por toda a Europa.

A Serra do Socorro, quanto ao Interesse Geomorfológico, o relevo é resultante de erosão diferencial associado a uma chaminé vulcânica, do Complexo Vulcânico de Lisboa-Mafra, quanto ao Interesse Petrológico/Estratigráfico indica-se a rocha magmática, verifica-se também o Interesse Cultural: Ermida e estação arqueológica da Idade do Ferro.

Nas localidades de Cadriceira e Cambelas identificam-se locais de interesse paleontológico. Particularmente em Cambelas foram encontrados vários fósseis de dinossauros e um ninho de ovos de crocodilo, bem como níveis com corais em posição de vida. Contém ainda a única jazida em Portugal que representa uma associação multiespecífica (mais do que cinco grupos) de dinossauros e outros vertebrados fósseis. No Casal Borracho, identificam-se diversas plantas fósseis.

São ainda pontos de interesse a Mugideira, o Miradouro da Ereira ou a Praia Azul, onde são

por exemplo visíveis, a olho nu, espinhos de ouriços do mar e outros restos de invertebrados e na Foz do Sizandro onde existe uma jazida em estudo que contém pegadas de vários tipos de dinossauros.

PRINCIPAIS RECURSOS TURÍSTICOS

A oferta turística do Município de Torres Vedras é composta por 12 empreendimentos turísticos, 222 alojamentos locais, 49 agentes de animação turística e 15 agências de viagens e turismo. Torres Vedras apresenta-se como um concelho repleto de recursos turísticos. Inclusivamente pode afirmar-se que existe já uma oferta de produtos bastante diversificada e estruturada, relatando especificamente, o produto Sol e Mar, as Linhas de Torres Vedras e, ainda numa fase embrionária, mas com enorme potencial, o desenvolvimento do Enoturismo. É também conhecido por ser palco de grandes eventos, onde o maior destaque se dá ao “Carnaval mais Português de Portugal”.

Turismo de Sol e Mar

Torres Vedras é bastante conhecido pelas suas praias, marcadas por dunas e um areal extenso. Assim, as praias que marcam a região são (Câmara Municipal de Torres Vedras, 2020):

- a. **Praia da Foz do Sizandro**, na Foz;
- b. **Praia Formosa**, em Santa Cruz;
- c. **Praia de Porto Novo**;
- d. **Praia Azul**;
- e. **Praia Centro**, em Santa Cruz;
- f. **Praia de Santa Helena**, em Santa Cruz;
- g. **Praia do Mirante**, em Santa Cruz;
- h. **Praia da Faísca**, em Santa Cruz;
- i. **Praia do Pisão**, em Santa Cruz;
- j. **Praia do Navio**, em Santa Cruz;
- k. **Praia de Santa Rita Norte**, em Santa Cruz;
- l. **Praia de Santa Rita Sul**, em Santa Cruz.

Gastronomia

Município marcado pela presença de vinhas na paisagem, tem como principais produtos enogastronómicos (Câmara Municipal de Torres Vedras, 2020):

- a. Pastel de Feijão;
- b. Cozido à portuguesa;
- c. Iguarias provenientes da matança do porco;
- d. Uvada, um doce feito com arrobe e maçãs.

Eleita em 2018 como a “Cidade Europeia do Vinho”, Torres Vedras é a casa de dezenas de quintas que oferecem experiências de enoturismo, com cerca de 5.000 hectares de vinha marcados pelo clima atlântico e *terroir* que originam vinhos tintos e brancos de alta qualidade.

Turismo de Natureza

Este concelho integra o Top 100 de Destinos Sustentáveis do mundo, indicador importante para o destaque que se remete para o património natural. Além dos famosos 20 km de praia, de onde Santa Cruz é rainha, com características favoráveis à prática dos desportos de ondas, destaca-se a GR 30 Rede Natura, percurso que atravessa a costa de Torres Vedras em 26 quilómetros, com trilhos que acompanham as falésias do oceano Atlântico. No interior a Paisagem Protegida Local das Serras do Socorro e Archeira, composta por 1223 hectares de pequenos percursos, de fontanários e relíquias para descobrir, além da possibilidade de

realizar desportos como o BTT. Acrescem ainda no concelho 12 percursos de pequena rota e alguns troços da Rota do Atlântico (GR11) e da Rota das Linhas de Torres (GR30). Muitos dos percursos podem também ser realizados de bicicleta todo-o-terreno e possuem interação uns com os outros, possibilitando vários cenários de utilização.

Assim, a acompanhar os recursos naturais que marcam a paisagem torriense, é possível praticar atividades de turismo de natureza no concelho, como: surf, caminhadas – através dos percursos “Grande Rota Caminho do Atlântico (GR11)” e “Grande Rota das Linhas de Torres (GR30)” – passeios de bicicleta, *birdwatching* e parapente (Câmara Municipal de Torres Vedras, 2020).

Turismo Histórico e Militar

Reconhecida como a terra das fortificações que travaram Napoleão, Torres Vedras possui um enorme património histórico (C. M. Torres Vedras, 2020):

- a. **Linhas de Torres Vedras**, um sistema defensivo erguido a norte de Lisboa entre 1809 e 1810, com vista a defender a capital da Invasão Francesa;
- b. **Forte de São Vicente**, parte da primeira linha defensiva das Linhas de Torres Vedras;
- c. **Centro Histórico**, que apresenta a expressão material da ocupação humana no território regional;
- d. **Castelo de Torres Vedras**;
- e. **Chafariz dos Canos**, Monumento Nacional desde 1910;
- f. **Edifício Paços do Concelho e Chafariz Pombalino**;
- g. **Judiaria de Torres Vedras**;
- h. **Aqueduto de Torres Vedras**, construída para abastecer o Chafariz dos Canos;
- i. **Azenha de Santa Cruz**, Imóvel de Interesse Público atualmente apresentado como centro interpretativo ligado à técnica de moagem de cereais e fabrico do pão;
- j. **Moinho dos Caixeiros**;
- k. **Palácio Princesa Maria Francisca Benedita / Hospital de Inválidos Militares de Runa**, com o objetivo de servir asilo aos militares e inválidos nos séculos XVIII e XIX.

Turismo Religioso

Torres Vedras apresenta um vasto património religioso, sendo o seu território pontuado por edifícios com esse carácter e de diferentes épocas e estilos (C. M. Torres Vedras, 2020):

- a. **Ermida de Nossa Senhora do Amial** (Torres Vedras), de origem medieval e classificada Monumento Nacional desde 1910;
- b. **Convento de Santo António do Varatojo** (Varatojo), mandado erguer por D. Afonso V no final do século XV;
- c. **Capela de Santa Helena** (Santa Cruz), edificada no século XVIII;
- d. **Igreja e Convento de Nossa Senhora da Graça** (Torres Vedras), construído entre 1544 e 1580 para substituir o anterior, perdido nas cheias do rio Sizandro;
- e. **Igreja da Misericórdia** (Torres Vedras), conjunto edificado da Santa Casa da Misericórdia, construída entre 1681 e 1710;
- f. **Igreja de Santiago** (Torres Vedras), Imóvel de Interesse Público caracterizado pela pia batismal quinhentista, escada de pedra em caracol de acesso ao coro-alto e à torre sineira, cadeiral do coro, datado de 1634, e púlpito em mármore do século XVII;
- g. **Igreja de São Pedro** (Torres Vedras), Monumento Nacional que remonta à fundação da nacionalidade;
- h. **Igreja de Santa Maria do Castelo** (Torres Vedras), igreja matriz mais antiga da região, dedicada a Nossa Senhora da Assunção;

i. **Igreja de Santa Maria Madalena** (Turcifal), Imóvel de Interesse Público decorado com telas setecentistas.

Turismo Arqueológico

O território de Torres Vedras é marcado pela presença de comunidades de caçadores-recolectores, agricultores e metalurgistas que deixaram um vasto legado arqueológico. Esse valor é acentuado através de (Câmara Municipal de Torres Vedras, 2020):

- a. **Castro do Zambujal** (Ribeira de Pedrulhos), povoado fortificado da Idade do Cobre, descoberto em 1932 e alvo de escavações arqueológicas sistemáticas desde 1964;
- b. **Tholos do Barro** (Barro), monumento funerário descoberto em 1909.

Património Cultural

Como forma de incentivar e partilhar as diferentes valências da cidade, a oferta cultural de Torres Vedras é igualmente diferenciadora, com instituições como (C. M. Torres Vedras, 2020):

- a. **Atelier dos Brinquedos** (Torres Vedras);
- b. **Centro de Artes e Criatividade** (Torres Vedras), um espaço centrado nas expressões artísticas do Carnaval;
- c. **Centro de Interpretação da Azenha de Santa Cruz** (Santa Cruz);
- d. **Centro de Interpretação da Comunidade Judaica** (Torres Vedras);
- e. **Centro de Interpretação das Linhas de Torres Vedras** (Torres Vedras);
- f. **Centro de Interpretação do Castelo de Torres Vedras** (Torres Vedras);
- g. **Fábrica das Histórias – Casa Jaime Umbelino** (Torres Vedras), que explora o mundo dos livros e da leitura;
- h. **Museu do Ciclismo Joaquim Agostinho** (Torres Vedras);
- i. **Museu Municipal Leonel Trindade** (Torres Vedras), dedicado a História e Arqueologia;
- j. **Paços – Galeria Municipal de Torres Vedras** (Torres Vedras);
- k. **Teatro-cine de Torres Vedras** (Torres Vedras), com vista a promover as artes performativas.

Turismo de Saúde e Bem-estar

Além das Termas do Vimeiro, Torres Vedras apresenta também uma oferta de SPA's que aliam a saúde e bem-estar à atividade turística (C. M. Torres Vedras, 2020).

Arte Pública

Para terminar, a região é igualmente marcada por obras de arte na via pública. Das clássicas às contemporâneas, é possível encontrar pela cidade as seguintes peças (Câmara Municipal de Torres Vedras, 2020):

- a. **Senhoras das Águas** (Torres Vedras), uma escultura que associa a arte ao ambiente;
- b. **Monumento de homenagem a Kazuo Dan** (Santa Cruz);
- c. **Monumento aos Torrienses mortos na Guerra do Ultramar** (Torres Vedras);
- d. **Sr. Vinho** (Torres Vedras), uma escultura em ferro com 5m de altura;
- e. **Perdigueiro Português** (Torres Vedras), uma estátua em homenagem ao perdigueiro português;
- f. **São Gonçalo de Lagos** (Torres Vedras);
- g. **O Presente e o Futuro** (Torres Vedras), uma escultura constituída por duas colunas poligonais sobrepostas;
- h. **São Pedro** (Torres Vedras);
- i. **Monumento ao Bombeiro Torriense** (Torres Vedras);

j. **Painel Cerâmico do Edifício dos Serviços Municipalizados de Torres Vedras** (Torres Vedras);

k. **Afecti-vidades** (Torres Vedras), escultura em pedra que representa as comunidades de Torres Vedras e Wellington, Inglaterra;

l. **Kolosso** (Torres Vedras);

m. **Rotura** (Torres Vedras), inspirada na conquista de Ceuta;

n. **Os Cavalos de Torres Vedras** (Torres Vedras);

o. **Scratching the Surface** (Torres Vedras), um conjunto de trabalhos esculpidos em parede;

p. **Sem Título** (Torres Vedras), escultura em aço corten;

q. **Obelisco Comemorativo da Guerra Peninsular** (Torres Vedras);

r. **Uvas** (Torres Vedras), como homenagem à tradição da vitivinicultura;

s. **Estátua Antero de Quental** (Santa Cruz);

t. **O mensageiro breve de Lao Tsé** (Santa Cruz);

u. **Monumento de homenagem a João Barros** (Santa Cruz);

v. **Monumento a Joaquim Agostinho** (Torres Vedras);

w. **Monumento ao Homem Rural** (Torres Vedras).

GALARDÕES E CERTIFICAÇÕES AMBIENTAIS

Nos últimos anos, a autarquia local tem desenvolvido um trabalho notável no âmbito de projetos e programas que promovem o desenvolvimento sustentável no concelho. Além disso, aposta também em inúmeras parcerias e colaboração em redes que preconiza, a transferência de conhecimento e inovação para o desenvolvimento local em diversas áreas temáticas. Podem destacar-se: Rede Portuguesa de Municípios Saudáveis; Rede de Municípios Amigos dos Imigrantes e da Diversidade, Rede das Cidades Amigas dos Idosos; Rede Cidades e Vilas de Excelência; Carta Europeia para a Igualdade das Mulheres e dos Homens na Vida Local; Rede Portuguesa de Museus; Rede CiViNET Espanha & Portugal; Associação Internacional das Cidades Educadoras; Coastal & Marine Union – EUCC; ICLEI - Local Governments for Sustainability, entre muitas outras.

Torres Vedras apresenta também alguns projetos bastante inovadores, tal como Sistema ColorADD. O ColorADD que permite a identificação de cores por parte de daltónicos. Esse sistema é aplicado desde 2016 nas bandeiras de praias e nos contentores de recolha seletiva de resíduos. A costa torriense é detentora de 12 bandeiras azuis.

Através da elaboração do Plano Municipal do Ambiente (2001) a Educação Ambiental passou a ser uma área estratégica de intervenção para o desenvolvimento ambiental do concelho. A assinatura dos Compromissos de Aalborg (2007) e a implementação da Agenda XXI de Torres Vedras (desde 2009), a par de muitas outras iniciativas, programas e projetos reforçam a importância de sensibilizar os munícipes para a consciencialização e a mudança de comportamentos rumo à sustentabilidade, através de vários programas, tais como: o Lado Verde da Bandeira Azul; o Programa ECO XXI: o Programa ECO XXI foi criado pela Associação Bandeira Azul da Europa, inspirado nos objetivos da Agenda 21, que visa aferir o desempenho na área da sustentabilidade a nível municipal; o Programa QualityCoast, desenvolvido no âmbito do projeto europeu INTERREG III C, liderado pela Coastal & Marine Union – EUCC; o Programa ClimAdapt Programa AdaPT – adaptar Portugal às alterações climáticas; o Projeto Coastwatch para a caracterização e monitorização da linha costeira.

Este é também um território bastante reconhecido em termos de galardões e prémios. Recebe em 2015 da União Europeia, o European Green Leaf, premiando o esforço do município no sentido de alcançar melhores resultados ambientais, destaca-se também na área da conservação

e preservação do património, o Prémio Europa Nostra - Rota Histórica das Linhas de Torres e o Prémio Europa Nostra 2014. Na área da acessibilidade e mobilidade, o prémio da Civitas ("Boas práticas na área da mobilidade sustentável" e do Instituto Nacional de Reabilitação ("Concelho Mais Acessível"), juntando a Praia Acessível – Praia para Todos, incentivam a continuação destes projetos.

Foi também integrado no Top 100 Destino Sustentável Global - Green Destinations.

AMBIENTE E TERRITÓRIO: INSTRUMENTOS DE PLANEAMENTO E ORDENAMENTO

Nesta secção, pretende-se efetuar o enquadramento do *aspiring* Geoparque Oeste nos instrumentos estratégicos de planeamento e ordenamento do território.

Uma determinada região ao se propor a integrar um território com a chancela da UNESCO está, em primeira instância, a afirmar a sua estratégia de desenvolvimento em torno dos conceitos de sustentabilidade. A implementação de uma estratégia sob desígnio de Geoparque Mundial da UNESCO permite a criação de um eixo de desenvolvimento territorial alicerçado nos objetivos do desenvolvimento sustentável, na conservação do geopatrimónio (tanto tangível como o intangível) e, ainda, em plataformas de educação e de partilha de conhecimento.

Numa perspetiva operacional, este eixo de desenvolvimento, fornece a oportunidade para que os territórios complementem as suas atuais estratégias de desenvolvimento com a promoção e notoriedade territorial resultantes da integração em redes internacionais, assim como com a valorização do património natural e cultural e o crescimento diversificado.

Do ponto de vista estratégico, existem diversos instrumentos que influenciam as opções de planeamento e ordenamento do território, a várias escalas, desde a escala europeia até à escala municipal. Esses instrumentos existem tanto fora como dentro do atual regime jurídico do ordenamento do território, e enquadram uma estratégia de desenvolvimento com base no geopatrimónio, favorecendo, desse modo, a atual candidatura do Geoparque Oeste.

a) Enquadramento do *aspiring* Geoparque Oeste nos instrumentos estratégicos de ordenamento do território

INSTRUMENTOS ESTRATÉGICOS EUROPEUS, NACIONAIS E REGIONAIS

• Pacto Ecológico Europeu

A Comissão Europeia (2019) publicou o Pacto Ecológico Europeu (PEE), redefinindo o compromisso de enfrentar os desafios climáticos e ambientais. Este pacto pretende proteger, conservar e reforçar o capital natural da UE e proteger a saúde e o bem-estar dos cidadãos contra riscos e impactos relacionados com o ambiente. Deve dar prioridade às pessoas e prestar atenção às regiões, às indústrias e aos trabalhadores que enfrentarão os maiores desafios. Ao longo deste documento é apresentado um roteiro das principais políticas e medidas necessárias para pôr em prática este PEE, que é parte integrante da estratégia desta Comissão para executar a Agenda 2030 e concretizar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas.

São apresentadas um conjunto de políticas profundamente transformadoras para colocar a Europa numa nova via de crescimento sustentável e inclusivo. Enumeramos essas medidas:

1. Aumentar a ambição da UE em matéria de clima para 2030 e 2050 (a Comissão já definiu uma visão clara de como alcançar a neutralidade climática até 2050);
2. Fornecer energia limpa, segura e a preços acessíveis (a contínua descarbonização do sistema energético é essencial para atingir os objetivos em matéria de clima estabelecidos para 2030 e 2050);
3. Mobilizar a indústria para a economia circular e limpa (alcançar uma economia circular e com impacto neutro no clima exige a mobilização plena do setor industrial);
4. Construir e renovar de forma eficiente em termos de utilização de energia e recursos (a construção, a utilização e a renovação de edifícios exigem uma quantidade significativa de energia e de recursos minerais);
5. Acelerar a transição para a mobilidade sustentável e inteligente (os transportes são responsáveis por um quarto das emissões de gases com efeito de estufa da UE, e esses valores continuam a aumentar);
6. «Do prado ao prato»: conceber um sistema alimentar justo, saudável e amigo do ambiente (os alimentos produzidos na Europa são reputados por serem seguros, nutritivos e de elevada qualidade);
7. Preservar e recuperar ecossistemas e a biodiversidade (os ecossistemas prestam serviços essenciais como alimentos, água potável, ar limpo e abrigo);
8. Adotar uma ambição de poluição zero por um ambiente livre de substâncias tóxicas (criar um ambiente livre de substâncias tóxicas exige uma ação mais forte em termos prevenção da poluição na origem, bem como medidas de limpeza e de correção).

Este documento traz também a preocupação de integrar a sustentabilidade em todas as políticas da UE, nomeadamente:

1. Caminhar para o financiamento e o investimento ecológico e garantir uma transição justa (para atingir o nível de ambição fixado pelo PEE, são necessários investimentos significativos);
2. Ecologizar os orçamentos nacionais e enviar sinais corretos em matéria de preços (os orçamentos nacionais desempenham um papel fundamental na transição);
3. Mobilizar a investigação e promover a inovação (as novas tecnologias, as soluções sustentáveis e a inovação disruptiva são essenciais para alcançar os objetivos do PEE);
4. Apoiar a educação e a formação (as escolas, as instituições de formação e as universidades estão bem colocadas para dialogar com os alunos, os pais e a comunidade em geral sobre as mudanças necessárias para uma transição bem-sucedida);
5. Um juramento ecológico: «não prejudicar» (todas as ações e políticas da UE devem unir esforços para uma transição bem-sucedida e justa para um futuro sustentável).

O projeto do *aspiring* Geoparque Oeste contribui fortemente para a medida 7, visando preservar o ecossistema e a biodiversidade da região. Adicionalmente está particularmente alinhado, por um lado, com a investigação e promoção da inovação e, por outro, com o apoio à educação e à formação através das várias ações descritas neste plano estratégico.

• Plano de Recuperação e Resiliência

O Plano de Recuperação e Resiliência (PRR) surge devido aos graves impactos da pandemia nas economias europeias. Foi criado um instrumento comunitário estratégico de mitigação do impacto económico e social da crise, capaz de promover a convergência económica e a resiliência das economias da União, contribuindo para assegurar o crescimento sustentável de longo prazo e para responder aos desafios da dupla transição para uma sociedade mais ecológica e digital. Neste contexto, o Conselho Europeu criou o Next Generation EU, um instrumento temporário de recuperação, a partir do qual se desenvolve o Mecanismo de Recuperação e Resiliência, onde

se enquadra o PRR. A combinação dos fundos europeus do Quadro Financeiro Plurianual e do Next Generation EU permitirá a Portugal aceder a um volume de cerca de 50 mil milhões de euros (M€) no período de 2021 a 2029, considerando apenas as subvenções. Esta oportunidade única permitirá ao país recuperar da severa crise conjuntural com uma resposta estrutural, assegurando um crescimento robusto e sustentável.

O PRR português é um programa de aplicação nacional, com um período de execução até 2026, e vai implementar um conjunto de reformas e de investimentos que permitirá ao país retomar o crescimento económico sustentado, reforçando o objetivo de convergência com a Europa ao longo da próxima década. O PRR assume-se como um dos instrumentos de financiamento de uma Estratégia global mais vasta que cobre um horizonte temporal mais alargado – a Estratégia 2030, que define para a corrente década, uma visão do país em termos económicos, sociais e ambientais. Contribuirá para o esforço reformista e de mudança estrutural, intervindo em áreas relevantes nos domínios da inovação e da transição digital, da demografia, qualificações e inclusão, da transição climática e sustentabilidade e da coesão territorial.

Com base no diagnóstico de necessidades e dos desafios, o PRR foi organizado em 20 Componentes que integram, por sua vez, um total de 37 Reformas e de 83 Investimentos. As vinte componentes e as respetivas reformas e investimentos estão agrupadas em torno de três dimensões estruturantes: a Resiliência, a Transição Climática e a Transição Digital, tal como apresentado no quadro 10.

RESILIÊNCIA	C1. Serviço Nacional de Saúde	1 383 M€
	C2. Habitação	2 733 M€
	C3. Respostas Sociais	833 M€
	C4. Cultura	243 M€
	C5. Capitalização e Inovação Empresarial	2 914 M€
	C6. Qualificações e Competências	1 324 M€
	C7. Infraestruturas	690 M€
	C8. Florestas	615 M€
	C9. Gestão Hídrica	390 M€
	11 125 M€	
TRANSIÇÃO CLIMÁTICA	C10. Mar	252 M€
	C11. Descarbonização da Indústria	715 M€
	C12. Bioeconomia Sustentável	145 M€
	C13. Eficiência Energética dos Edifícios	610 M€
	C14. Hidrogénio e Renováveis	370 M€
	C15. Mobilidade Sustentável	967 M€
	3 059 M€	
TRANSIÇÃO DIGITAL	C16. Empresas 4.0	650 M€
	C17. Qualidade das Finanças Públicas	406 M€
	C18. Justiça Económica e Ambiente Negócios	267 M€
	C19. Administração Pública mais eficiente	578 M€
	C20. Escola Digital	559 M€
	2 460 M€	
	16 644 M€	

Quadro 10 - As Componentes do PRR e os Investimentos Associados

Fonte: Ministério do Planeamento, (2021). PRR – Recuperar Portugal, construindo o futuro (p. 5)

As transições gémeas relativas ao clima e ao digital representam uma absorção de financiamentos de 33% do total do programa, enquanto a dimensão Resiliência, que engloba a vertente das vulnerabilidades sociais, a resiliência económica e a resiliência territorial, absorve 2/3 dos recursos do PRR.

A Dimensão Resiliência, a primeira dimensão estruturante do PRR, assume particular relevância enquanto resposta de primeira linha na transição entre a estabilização económica e social que procurou atenuar os efeitos da crise pandémica e a recuperação necessária para que a economia e a sociedade portuguesas estejam mais bem preparadas para choques futuros, independentemente da sua natureza. O caráter tempestivo das medidas de reforço da resiliência do país é essencial para estancar os efeitos da crise, mas também para preparar o caminho para a construção de uma economia mais competitiva, mais coesa e mais inclusiva, com maior capacidade de aproveitamento das oportunidades decorrentes das transições climática e digital da economia, da sociedade e dos territórios.

A Dimensão Transição Climática, a segunda dimensão estruturante, inscreve-se no quadro do Pacto Ecológico Europeu e no espírito da iniciativa legislativa da Lei Europeia do Clima, e resulta do compromisso e contributo de Portugal para as metas climáticas que permitirão o alcance da neutralidade carbónica até 2050. A descarbonização da economia e da sociedade oferece também oportunidades importantes e prepara o país para realidades que configurarão os fatores de competitividade num futuro próximo.

A Dimensão Transição Digital assume importância na quarta revolução industrial, caracterizada pela preponderância da digitalização da sociedade e da economia, a transição digital assume inegável importância enquanto um dos instrumentos essenciais da estratégia de desenvolvimento do país. A pandemia demonstrou a necessidade de se dispor de estruturas e redes digitais eficazes que permitam desmaterializar as aprendizagens, as transações e os processos e, quando adequado, possibilitar o trabalho remoto, acelerando, de forma inclusiva, a transformação digital que estava em curso. Trata-se de um processo que permitirá importantes ganhos estruturais de eficiência, nomeadamente em termos de custos de contexto para as empresas e pessoas.

• Programa Nacional de Política de Ordenamento do Território

O Programa Nacional de Política de Ordenamento do Território (PNPOT) é o instrumento de ordenamento Nacional que estabelece as grandes opções com relevância para a organização do território nacional. O PNPOT na sua primeira revisão¹ identifica cinco desafios territoriais que se estruturam em quinze opções estratégicas a que as políticas de ordenamento do território deverão dar resposta nas próximas décadas.

Neste instrumento, a “gestão dos recursos naturais de forma sustentável” é um dos desafios territoriais identificados, para o qual se propõe a “valorização do capital natural” como uma opção estratégica para o atingir. Com base nestes desafios, o PNPOT identifica domínios de intervenção que deverão enquadrar 50 medidas de política, destacando-se a medida 1.5 centrada na necessidade de “Planear e gerir de forma integrada os recursos geológicos e mineiros” (PNPOT, 2020, p.142).

É particularmente relevante analisar que o PNPOT reconhece e associa o património natural português aos ativos estratégicos do turismo (de acordo com a Estratégia do Turismo 2027) e para os quais se propõe a sua valorização através da “preservação e a valorização económica sustentável do património cultural e natural e da identidade local” (PNPOT, 2020, pp. 184-186).

• Estratégia Nacional de Conservação da Natureza e da Biodiversidade

A associação entre o geopatrimónio e a valorização turística e de desenvolvimento territorial encontra-se também profundamente referenciada na Estratégia Nacional de Conservação da Natureza e da Biodiversidade (ENCNB). A ENCNB é um instrumento estratégico da política de

ambiente e que pretende dar resposta às responsabilidades nacionais e internacionais de reduzir a perda de biodiversidade.

A ENCNB enquadra de um modo muito objetivo o conceito de geoparque na medida em que integra o geopatrimónio de um modo central na sua estratégia nacional e identifica lacunas na gestão da conservação do património geológico.

As principais lacunas referidas prendem-se com a necessidade de inventariação, construção de indicadores e respetiva monitorização, incluindo ainda a interpretação do património e o intercâmbio com outros geoparques.

Das medidas/recomendações propostas pela ENCNB para o geopatrimónio nacional salientam-se as seguintes:

1. Necessidade de assegurar um acompanhamento e uma atualização periódica da vulnerabilidade e relevância dos geossítios, bem como desenvolver estudos com incidência naqueles com elevado valor científico e risco de degradação significativo (p. 1840);
2. Necessidade a utilização de indicadores em geossítios que apresentem elevado valor científico e risco de degradação (p. 1844);
3. Necessidade de constituição de uma rede georreferenciada de geossítios com medidas de proteção e valorização inscritas nos instrumentos de gestão territorial relevantes, considerando o inventário já existente de geossítios de importância internacional, nacional, regional e local (p. 1851);
4. Necessidade de consolidar o conhecimento sobre a aplicação de geoindicadores para avaliar o grau de conservação de geossítios e a sua evolução, de modo a assegurar a correta gestão do património geológico, nomeadamente através de um reforço ou estabelecimento de intercâmbios entre geoparques portugueses com instituições congéneres, tanto ao nível europeu como no âmbito da Rede Global de Geoparques (p. 1853);
5. Necessidade de incrementar conteúdos sobre geopatrimónio nas estratégias de informação e interpretação (p. 1854).

• Estratégia Turismo 2027

O Governo apresentou em abril de 2017 a Estratégia Turismo 2027, o referencial para o desenvolvimento de políticas públicas e estratégias empresariais no sector do turismo. A visão que foi definida nesse contexto é muito clara e passa por “afirmar o turismo como hub para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território, posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo”. É defendido que Portugal deve fundamentar a sua vantagem competitiva nos princípios de sustentabilidade, na oferta diversificada e na valorização das suas características distintivas e inovadoras, colocando as pessoas no centro da sua estratégia.

A Estratégia Turismo 2027 tem por base um processo participativo, alargado e criativo com contributos de diversos ângulos da sociedade nas suas várias valências. Consubstancia assim uma visão de longo prazo, combinada com uma ação no curto prazo, permitindo atuar com maior sentido estratégico no presente e enquadrar o futuro quadro comunitário de apoio 2021-2027. A estratégia materializa-se em planos de ação, programas e projetos de aplicação combinando uma visão de longo alcance com ações no curto prazo.

Assim este referencial consubstancia-se em cinco eixos estratégicos, contendo, cada um deles, um conjunto de linhas de atuação, a ser operacionalizadas através de ações concretas, orientadas para o curto/médio prazo contendo tipologias de projetos prioritários. A Estratégia Turismo 2027 estabelece assim prioridades, identificadas em cinco eixos estratégicos:

1. Valorizar o território, permitindo o usufruto do património histórico-cultural e preservação da sua autenticidade; a regeneração urbana; a potenciação económica do património natural

e rural, a afirmação do turismo na economia do mar a estruturação da oferta turística para melhor responder à procura.

2. Impulsionar a economia, que respeita à competitividade das empresas; à simplificação, desburocratização e redução dos custos de contexto; à atração de investimento; à qualificação da oferta; à economia circular; ao empreendedorismo e inovação.

3. Potenciar o conhecimento, em que se inclui a valorização das profissões do turismo; a formação de recursos humanos; a capacitação em contínuo os empresários e gestores; a difusão de conhecimento e informação; a afirmação de Portugal como *smart destination*.

4. Gerar redes e conectividade, através do reforço de rotas aéreas ao longo do ano e da mobilidade no território; da promoção do «turismo para todos», numa ótica inclusiva; do envolvimento da sociedade no processo de desenvolvimento turístico e de cocriação; do trabalho em rede e a promoção conjunta entre os vários sectores.

5. Projetar Portugal, aumentando a notoriedade de Portugal nos mercados internacionais enquanto destino para visitar, investir, viver e estudar e de grandes eventos e posicionar o turismo interno como fator de competitividade e de alavanca da economia nacional.

Os objetivos estratégicos são apresentados no âmbito da eficiência energética, gestão racional dos recursos hídricos e gestão eficiente dos resíduos no sector do turismo, mostrando uma aposta crescente na sustentabilidade do turismo.

Para este efeito, é incluído um conjunto de representações nos seus principais ativos estratégicos (com repercussões nos produtos turísticos), divididos entre:

1. Ativos diferenciadores - atributos-âncora, que constituem a base e a substância da oferta turística nacional, reunindo uma ou mais das seguintes características: i) características endógenas do destino, capazes de estimular a procura, por exemplo clima e luz, natureza e biodiversidade, água, história e cultura, mar ii) características não transacionáveis, parte de um destino concreto não transferíveis para outro local e características geradoras de fluxos, que estimulam a procura.
2. Ativos qualificadores - enriquecem a experiência turística, por exemplo, gastronomia e vinhos, eventos artísticos, etc.
3. Ativos emergentes – com elevado potencial de desenvolvimento podendo no futuro gerar movimentos de elevado valor acrescentado e potenciar o efeito multiplicador do turismo na economia, por exemplo, bem-estar e vida.

Transversal a estes são definidos os ativos transversais, estimulando a disponibilidade para receber, por exemplo, pessoas. Deste modo a estratégia foca-se em ativos que visam a sustentabilidade e a competitividade do destino Portugal.

Foram definidas metas concretas em cada um dos três pilares de sustentabilidade.

No plano económico, pretende-se atingir 80 milhões de dormidas em 2027, aumentando a procura turística no país e nas diversas regiões, ao mesmo tempo que pretendem crescer em valor e duplicar as receitas turísticas nesse período.

Na vertente social, os objetivos passam por alargar a atividade turística a todo o ano, reduzindo o índice de sazonalidade de 37,5% para 33,5%. Ainda em matéria social, pretende-se duplicar o nível de habilitações do ensino secundário e pós-secundário no turismo e garantir que 90% da população residente nas zonas turísticas considere positivo o impacto do turismo no seu território. Por fim, no plano ambiental, os objetivos passam por garantir que 9 em cada 10 empresas do país adotam medidas de gestão eficiente de energia, água e resíduos.

A implementação do plano de ação para atingir estas metas será acompanhada dum esforço redobrado em termos de monitorização da sustentabilidade dos destinos, permitindo a avaliação

das políticas e dotar o sector privado de instrumentos para tomada de decisão. Para o efeito, o Turismo de Portugal realiza regularmente inquéritos sobre esta temática e será publicado o Relatório de Sustentabilidade do Turismo em Portugal, enquanto instrumento de reporte do desempenho do setor neste domínio.

• Plano Turismo + Sustentável 20-23

O momento de paragem que a pandemia COVID-19 impôs deve ser encarado como a oportunidade para programar o futuro acelerando a implementação de práticas e princípios de sustentabilidade no desenvolvimento dos negócios e atenuando as assimetrias. De acordo com as orientações globais da Organização Mundial do Turismo (OMT), definidas pelo Comité Global de Crises de Turismo a 28 de maio de 2020, a recuperação responsável do setor do Turismo, após pandemia COVID-19, permitirá que este retome a atividade ainda mais forte e mais sustentável.

Assim o Turismo de Portugal lançou o “Plano Turismo + Sustentável 20- 23”. Alinhado com os objetivos da Estratégia Turismo 2027 e da política de retoma do setor pós COVID-19, o projeto tem presente a importância de Portugal reforçar o seu posicionamento e competitividade enquanto destino turístico sustentável e seguro, colocando o enfoque na economia circular e na sustentabilidade ambiental.

Sob o lema “Mais do que um desafio, é o caminho” este Plano tem como propósito o de posicionar Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos, seguros e sustentáveis do mundo através de um desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território.

O Plano Turismo + Sustentável 20-23 foi estruturado em torno de 6 princípios orientadores:

- Atuar com foco nos 17 objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) das Nações Unidas;
- Atuar na minimização do impacto das alterações climáticas;
- Alinhar com a agenda para a economia circular e promover a transição climática;
- Envolver os stakeholders do setor num compromisso conjunto;
- Contribuir para alcançar as metas da ET 2027;
- Alinhar com a visão da OMT para uma recuperação responsável do setor do turismo, pós crise COVID-19.

E desenvolver-se-á sob 4 eixos de atuação:

- Eixo I – Estruturar uma oferta cada vez mais sustentável;
- Eixo II – Qualificar os agentes do setor;
- Eixo III – Promover Portugal como um destino sustentável;
- Eixo IV – Monitorizar as métricas de sustentabilidade.

Competirá ao Turismo de Portugal assegurar a implementação do Plano de Ação definido no documento, o qual integra ações e projetos a desenvolver em estreita articulação com os parceiros institucionais identificados, algumas das quais já sinalizadas e em desenvolvimento e outras, a iniciar. Pretende-se garantir o envolvimento e o compromisso das entidades e empresas do setor do turismo, da academia, bem como de outras tutelas como o Ambiente e o Mar.

Foram definidas como metas a atingir em 2023:

- Incremento de 50% de empreendimentos turísticos com sistemas de eficiência energética, água e gestão de resíduos;
- Eliminação de plástico de uso único em 50% de empreendimentos turísticos de 4* e 5*;
- Clean & Safe – 25 000 aderentes, 30 000 formados e 1 000 auditados;
- 50 000 profissionais com formação nas áreas da sustentabilidade;
- 500 referências internacionais sobre oferta sustentável em Portugal.

Através de muitas ações e projetos incluídos no Plano Turismo + Sustentável 20-23 pretende-se contribuir para estimular a economia circular no Turismo, fomentando a transição para um modelo económico assente na prevenção, redução, reutilização, recuperação e reciclagem de materiais e energia – Agenda para a Economia Circular no Setor do Turismo – e colocar o ecossistema turístico na liderança da transição climática, para uma nova economia verde e inclusiva.

• Plano Regional de Ordenamento do Território de Oeste e Vale do Tejo

O Ao nível regional, o Plano Regional de Ordenamento do Território de Oeste e Vale do Tejo (PROT) assume-se com o instrumento que estabelece o quadro estratégico, as orientações de carácter genérico e as diretrizes para o ordenamento do território.

O PROT identifica no seu diagnóstico estratégico os nove elementos identitários regionais principais, onde insere o Património Natural, nomeadamente os recursos geológicos da região e que, de acordo com o documento, têm vindo a ganhar reconhecimento e projeção mundial. De entre estes recursos, o PROT destaca o espólio paleontológico, em especial na sub-região Oeste Litoral Sul (página 51 da secção de Diagnóstico Estratégico).

Para além do exposto reconhecimento dado aos recursos geológicos na secção de Diagnóstico Estratégico, o PROT é ainda acompanhado por diversos estudos setoriais que relevam a importância do geopatrímónio na região Oeste e que importa aqui referir.

Nos diversos estudos anexos ao PROT, salientam-se os Relatório Sectorial sobre os Recursos Geológicos e o Relatório Sectorial sobre o Turismo e Lazer onde são feitas referências ao geopatrímónio e às suas formas de exploração. Se no primeiro documento é feita a enumeração e descrição dos principais recursos geológicos numa perspetiva extrativa – isto é, sem referência a geossítios ou eventuais formas de valorização dos recursos através da conservação e/ou do geoturismo, já no segundo relatório há uma clara identificação do potencial da região para o geoturismo, nomeadamente através dos vestígios fósseis centrados no Pólo da Lourinhã. O relatório setorial do Turismo e Lazer identifica ainda os pontos de interesse geológico existentes na região e que poderão eventualmente constituir-se como elementos de circuitos de visita temáticos (página 154 do Relatório Sectorial sobre o Turismo e Lazer).

• Programa da Orla Costeira Alcobaça-Cabo Espichel

A faixa costeira da Região Oeste encontra-se ainda enquadrada no Programa da Orla Costeira, em especial no troço compreendido entre Alcobaça e Cabo Espichel (POC-ACE), e onde é expressamente reconhecida a importância do património geológico existente. O POC é um instrumento de ordenamento do território de natureza normativa, vinculativo a entidades públicas, e que estabelece as orientações estratégicas para a orla costeira, cujo conteúdo deverá ser integrado nos planos territoriais.

No documento do POC-ACE são identificados os troços que assumem grande importância patrimonial com a presença de monumentos naturais – designadamente o Monumento Natural da Pedra da Mua e o Monumento Natural dos Lagosteiros, junto do Cabo Espichel, assim como os 16 geossítios existentes na área abrangida pelo plano (página 26 do Relatório do Programa).

O POC-ACE identifica ainda como objetivo estratégico para este setor a promoção de “Valores Naturais – Assegurar a proteção e conservação do património natural e paisagístico”, onde são identificadas quatro dimensões de atuação, sendo que duas fazem expressa referência à preservação do património geológico existente: “LE2.1. Proteger os ecossistemas dunares e as arribas, preservando o património natural e a geodiversidade da orla costeira” e “LE2.4 Intervenções de proteção e valorização de formações geomorfológicas e espaços paleontológicos” (página 148 do Modelo de Intervenção - Relatório do Programa).

• Plano Regional de Desenvolvimento Turístico 2020-2030 - Região Centro

O Plano Regional de Desenvolvimento Turístico 2020-2030 projeta as principais linhas-mestras da Turismo Centro de Portugal para a década 2020-2030. Define como missão a “Valorização e desenvolvimento das potencialidades turísticas da Região Centro, promoção interna do destino turístico Centro de Portugal e das suas sub-regiões, bem como a gestão integrada do destino no quadro do desenvolvimento turístico regional”. Em concreto, sintetiza as metas turísticas concretas a atingir e os objetivos estratégicos gerais para a Região, avançando com linhas estratégicas de ação para atingir os objetivos propostos. O Plano Regional sublinha que, tomando partido da sua diversidade, a Região Centro de Portugal deverá alavancar a sua oferta turística, posicionando-se como um destino coeso, caracterizado pela oferta de experiências turísticas integradas transversais e pela continuidade ao longo do território. A promoção do território deve evidenciar as características únicas e diferenciadoras da Região.

À luz do novo panorama turístico da Região Centro de Portugal, também os seus pilares estratégicos foram adaptados, passando a totalizar cinco pilares que sumarizam a oferta turística da região:

- Cultura, História, Património e Gastronomia e Vinhos;
- Natureza, *Wellness*, Turismo Ativo e Desportivo e Mar;
- *Lifestyle*, *Inspirational* e novas tendências;
- Turismo Espiritual e Religioso;
- Turismo *Corporate* e Empresarial.

Assim, foram definidas quatro metas turísticas a alcançar: aumentar o número de dormidas na Região Centro de Portugal; aumentar a estada média no território; aumentar a taxa líquida de ocupação-cama; e aumentar o rendimento por quarto disponível nas unidades da Região. Para alcançar essas metas, o plano tem na sua génese cinco drivers orientadores:

- Qualificar e valorizar todos os intervenientes na cadeia de valor do setor do Turismo;
- Promover o desenvolvimento integrado, sustentado e coeso do território;
- Estruturar, qualificar, consolidar e diversificar transversalmente a qualidade da oferta;
- Contribuir para o desenvolvimento da notoriedade da Região Centro e solidificação da marca Centro no mercado;
- Potenciar o investimento turístico na Região Centro e incentivar a inovação e empreendedorismo

Pelo que o presente plano terá os cinco pilares como uma das bases para a estratégias de produtos ao nível do marketing.

• A Estratégia 2020 Oeste Portugal

Apesar da sua extinção em termos temporais e estando a estratégia plenamente integrada no Plano da Região Centro 2020-30, será importante referi-la brevemente, já que se apresenta como um documento fundamental para o reforço da pertinência do geoturismo para o território.

A valorização do geopatrimónio como elemento estruturante da oferta turística da região referida no PROT é ainda reforçada na recente estratégia regional. A Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial (EIDT) – “Estratégia 2020 Oeste Portugal” é o instrumento estratégico que resulta da necessidade de identificação dos desafios propostos para o quadro de apoio financeiro 2014-20 e que expressa as prioridades e ações a implementar na região.

Neste documento, a Estratégia 2020 Oeste Portugal identifica três domínios de especialização prioritário onde inclui o Turismo. De acordo com este documento, é proposta uma oferta inovadora e diferenciada no turismo, nomeadamente ancorada em produtos tradicionais e emergentes, tais como o turismo científico e turismo de natureza, o que poderá contribuir para o desenvolvimento de projetos associados ao geoturismo na região.

Mais concretamente, a Estratégia 2020 Oeste Portugal propõe como elementos promotores da marca Oeste os recursos geológicos da região, tais como sejam os recursos associados à paleontologia e aos dinossauros e os elementos associados à presença humana na pré-história do período da idade da pedra (Paleolítico superior e Neolítico), idade do ferro e idade do bronze, entre outros (página 121 da seção Medida 3 - Marca Oeste Portugal).

As estratégias definidas a nível concelho revelam igualmente uma forte aposta no desenvolvimento territorial com base nos seu geopatrimónio. São apresentadas em baixo as estratégias definidas para os concelhos de Caldas da Rainha, Torres Vedras, Lourinhã e Peniche.

Os restantes concelhos que integram a candidatura do Geoparque Oeste (Bombarral e Cadaval), não apresentam à data as suas estratégias definidas ou disponíveis para consulta, tendo por esse modo sido excluídos da presente análise:

a) CALDAS DA RAINHA

O Plano Estratégico de Desenvolvimento de Caldas da Rainha (PEDCR), é um instrumento estratégico de natureza concelhia que define o quadro das iniciativas estruturantes para a materialização das orientações estratégicas definidas para o horizonte de 2030 em Caldas da Rainha. Este documento, reconhece o potencial dos recursos geológicos concelhos, como potencial nas áreas científica, cultural, pedagógica e recreativa, identificando alguns elementos geológicos diferenciadores, tais como o Penedo Furado, a Gruta de Salir do Porto, entre outros.

O PEDCR estrutura a sua estratégia em diversos vetores sendo que o primeiro eixo se centra na valorização dos recursos naturais e onde é dado destaque para o contributo dos recursos geológicos no alargamento da oferta e na atratividade do concelho, assim como na organização temática dos recursos naturais existentes.

É ainda importante sublinhar que o PEDCR identifica a governação como um eixo transversal e sob a qual é proposta a implementação de plataformas de diálogo com os agentes locais e regionais, onde é sugerida a inclusão do património geológico em redes turísticas regionais (p. 135).

b) TORRES VEDRAS

Existem diversos instrumentos setoriais do em Torres Vedras que poderão enquadrar o conceito do aspirando Geoparque Oeste. Os planos setoriais municipais são instrumentos destinados a concretizar as políticas municipais com incidência territorial, permitindo definir as suas estratégias de desenvolvimento. Os planos setoriais municipais existentes com incidência para o enquadramento do desenvolvimento deste projeto a Geoparque são: o Plano Setorial dos Recursos Naturais; o Plano Setorial do Ambiente e o Plano Setorial do Turismo Sustentável.

Importa referir que o primeiro plano não se encontra disponível para consulta. O Plano Setorial do Ambiente, realizado em 2001, centra-se em diversos domínios de atuação, mas sem referência direta aos recursos geológicos ou geomorfológicos.

O Plano Estratégico do Turismo Sustentável de Torres Vedras identifica o geopatrimónio de Torres Vedras de forma muito expressiva, tanto na perspetiva da identificação dos recursos existentes, mais especificamente o Calcolítico Estremenho e as Zonas Cársicas dos Cucos e Vale da Maceira, como ainda o associa a algumas possíveis tipologias de turismo, nomeadamente ao propor a realização de atividades de turismo de natureza sob a forma de visitas educacionais geológicas/paleontológicas (página 158, secção de medidas de turismo de natureza).

c) LOURINHÃ

O Plano Estratégico da Lourinhã (PEL) é um instrumento de natureza normativa e que se

propõe guiar a estratégia de atuação municipal. É de relevar o destaque dado nas estratégias de desenvolvimento municipal ao geopatrimónio. O PEL apresenta uma visão para 2030 onde os recursos geológicos são assumidos como a “âncora de desenvolvimento” local, em especial suportados pelos valiosos recursos associados ao património paleontológico.

O PEL previa em 2010 a criação de um parque museológico no concelho com forte componente ao ar livre, cujo conceito científico abranja a apresentação da evolução dos vertebrados na Terra até à atualidade, que viria a concretizar-se mais tarde no Dino Parque.

Por outro lado, no documento de diagnóstico estratégico, é identificada a necessidade de reforço de um polo de conhecimento científico e é reforçado o reconhecimento do património paleontológico com especial importância para o interesse científico mundial do património paleontológico.

d) PENICHE

A Magna Carta de Peniche é um instrumento estratégico do concelho de Peniche que visa estabelecer um quadro de referência quadro de referência de desenvolvimento até 2025.

A Magna Carta de Peniche identifica a potencialidade de atividades turísticas associadas ao património geológico na região ao identificar o desenvolvimento de atividades de exploração e investigação científica, ou com objetivos educativos ligadas à estratigrafia, paleontologia e geologia. Esta componente educativa com base nos recursos geológicos existentes é repetida ao longo do documento, sendo identificado no Diagnóstico Estratégico que Peniche deverá criar programas de educação ambiental e de ciência educativa a partir dos recursos geológicos e da reserva natural das Berlengas.

Por outro lado, são identificados na Magna Carta iniciativas de relevo associadas ao geopatrimónio que importa sublinhar, na medida em que atestam o compromisso e a visão municipal em relação ao geopatrimónio. De facto, a Magna Carta identifica a criação de um observatório da reserva natural geológica associada às Berlengas e à sua integração na rede mundial de geoparques (página 196), sem que, no entanto, esta informação seja verificável ou suportada por mais evidências. Independentemente da efetiva integração do geopatrimónio de Peniche numa candidatura a Geoparque, parece importante referenciar a intenção estratégica de valorização do geopatrimónio contemplada no documento.

Esta visão é ainda reforçada por outras iniciativas previstas pela Magna Carta como sejam a criação de um eco-museu com a capacidade de promover a interpretação dos recursos geológicos locais (p. 196).

Com base na análise de vários instrumentos, que orientam as opções estratégicas nos territórios integrantes do *aspiring* Geoparque Oeste, é possível identificar uma clara aposta baseada nos recursos naturais existentes, em especial no geopatrimónio.

Embora não estejam presentes de uma forma assumida nos documentos analisados, parece-nos justo afirmar que a proposta de criação *aspiring* Geoparque Oeste, está há muito latente nas diversas estratégias territoriais analisadas, na medida em que iniciativas conducentes à sua estrutura, como sejam a promoção territorial em torno da valorização de locais de interesse geológicos e a sua promoção/conservação, já se encontram enraizadas em todos os territórios e nas mais diferentes escalas analisadas.

Em forma de síntese, a presente leitura dos instrumentos territoriais permite identificar uma forte coerência e convergência entre as estratégias existentes nos territórios e a criação do *aspiring* Geoparque Oeste.

TENDÊNCIAS DE EVOLUÇÃO DOS SEGMENTOS DE MERCADO E PRODUTOS TURÍSTICOS

A região do *aspiring* Geoparque Oeste apresenta uma oferta bastante diversificada de produtos turísticos, englobando oferta turística na área da cultura, história e património, ciência e educação, gastronomia, eventos temáticos, turismo religioso, natureza, mar, turismo ativo e desportivo e turismo de negócios.

Para alavancar a oferta turística, afigura-se como crucial a oferta de experiências turísticas integradas e diferenciadoras, que promovam a região deste Geoparque aspirante como um destino coeso, com uma oferta combinada e articulada de produtos turísticos, que estimule o *cross-selling* e a coesão territorial, visando sempre a promoção do desenvolvimento e da sustentabilidade. O reforço da criação e desenvolvimento de percursos e roteiros integrados que incluam todos os municípios da região do *aspiring* Geoparque Oeste, com vista a promover o conhecimento e a valorização do património natural e cultural poderá atenuar a sazonalidade turística e alavancar a criação de uma marca turística forte da região. A oferta de experiências turísticas integradas deverá resultar da exploração de sinergias entre parceiros e agentes locais, do incentivo à formação turística e de valorização dos recursos do território.

A oferta turística do AGO é direcionada para diferentes segmentos de mercado, designadamente casais sem filhos, famílias com crianças, pessoas individuais, jovens, seniores, grupos (grupos de casais, famílias ou amigos), escolas e agentes educativos e o segmento empresarial. O interesse e a atratividade exercida pelos diferentes produtos turísticos tende a variar consoante os segmentos de mercado. Produtos turísticos associados à cultura, história e património, ciência e educação tendem a exercer maior atratividade e interesse nos segmentos de mercado composto por escolas, pessoas seniores, casais sem filhos, famílias com crianças e grupos. O turismo religioso tende a captar maior interesse por parte do segmento de mercado mais sénior e o turismo de negócios é fundamentalmente direcionado para o segmento empresarial. Por seu turno, produtos turísticos na área da natureza, tendem a ser mais atrativos para os segmentos de mercado compostos por casais sem filhos, famílias com crianças, grupos, jovens e seniores. A gastronomia exerce maior atração nos segmentos compostos por casais, grupos e seniores. O turismo ativo e desportivo tende a recolher uma maior predisposição de consumo por parte dos segmentos compostos por pessoas individuais, jovens e grupos (Turismo do Centro, 2020).

Apesar da incerteza associada à atual conjuntura que vivemos, as tendências turísticas na situação pós-Covid deverão ser alicerçadas na promoção da sustentabilidade, de modo a assegurar a preservação do património natural e cultural, no fomento da integração e coesão territorial, designadamente através do desenvolvimento de experiências turísticas integradas que alarguem a atividade turística a todo o território, e na inovação tecnológica.

A procura por produtos turísticos continuará a ser afetada por diversos fatores, como o desenvolvimento de infraestruturas, meios de transportes, equipamentos e tecnologias, que exercem repercussões no incremento da mobilidade dos indivíduos; o aumento dos níveis habilitacionais e da facilidade e capacidade em aceder a informação por parte do consumidor de produtos turísticos, o que torna o consumidor mais exigente em termos da qualidade das experiências turísticas; e a flexibilização do horário de trabalho, criando novas janelas de oportunidade para a oferta de produtos turísticos que permitam ao turista equilibrar o trabalho com a sua vida pessoal.

Com efeito, o turista tem vindo a tornar-se mais exigente no binómio qualidade-preço, realizando

estadias mais curtas, selecionando destinos alternativos ao produto turístico sol e praia e demonstrando um interesse crescente pela área do património, cultura, gastronomia, natureza e desporto (Magna Carta Peniche 2025, 2009).

As principais tendências turísticas traduzem uma preocupação crescente com a sustentabilidade, saúde e bem-estar e a valorização de experiências autênticas que permitam uma imersão na cultura local. Paralelamente, a integração da tecnologia enquanto elemento de interação do turista com o meio envolvente, bem como enquanto ferramenta de comunicação, partilha e melhoria da experiência turística, constitui outro vetor estruturante nas tendências turísticas. A emergência de novos segmentos turísticos relaciona-se também com o reforço do peso do segmento composto por população mais envelhecida, com a preferência por experiências turísticas customizadas e com a procura de experiências turísticas que aliem viagens de trabalho a lazer.

a) Estratégia de distribuição no setor turístico

O contexto atual que atravessamos acentua a importância de alicerçar a estratégia de distribuição do setor turístico numa forte componente digital. Tendo em conta o peso e importância crescente do fator digital, será crucial a realização de uma boa articulação dos canais de distribuição online com os canais tradicionais. Deste modo, a estratégia de distribuição deverá ser estruturada em torno de canais tradicionais, designadamente, agências de viagens e operadores turísticos, em torno de meios online, como o uso de plataformas de reserva online (Airbnb, Booking, Trivago ou Tripadvisor), bem como através de operadores turísticos especializados, associações desportivas ou recreativas (com maior relevância no turismo ativo e desportivo) e operadores de *meeting industry* (com um papel preponderante no turismo de negócios). Os canais de distribuição utilizados devem ser adequados às particularidades e preferências de cada segmento.

A incorporação da tecnologia no ambiente dos destinos turísticos tenderá a enriquecer as experiências turísticas e a incrementar a competitividade dos territórios. As tendências de viagem nos próximos anos serão fortemente determinadas pela utilização intensiva das tecnologias (Future Traveller Tribes 2030), fundamentais para a disponibilização de informação, realização de visitas virtuais ao território e compra online de viagens e outros produtos turísticos. Os turistas cada vez mais procuram, quer através de fotografia, vídeo ou experiências de realidade virtual, as melhores ferramentas que lhes permitam tornar a sua experiência diferenciadora. A criação de websites interativos, a realização de visitas virtuais a 360º, a oferta de mapas interativos com cidades, monumentos e hotéis e o desenvolvimento de aplicações para dispositivos móveis que façam sugestão de locais de visita de acordo com o perfil e motivações do turista, com ligação a serviços de reserva, constituem uma experiência imersiva dinâmica e diferenciadora para a divulgação de um território.

b) Perfil do turista do Geoparque

O perfil do turista do território do AGO segue o padrão predominante na Região Centro de ser maioritariamente nacional. Na Região Centro, as dormidas turísticas são realizadas maioritariamente por turistas portugueses, sendo as nacionalidades estrangeiras com maior expressão compostas por turistas espanhóis, franceses, italianos, brasileiros e alemães (Turismo do Centro, 2020).

A estada média nos municípios varia entre 1,9 a 2,4 noites, ligeiramente abaixo da média nacional

de 2,7 noites (Quadro 11). A taxa de ocupação-cama (líquida) nos municípios da região oscila entre 20% e 39,4%. No que concerne a turistas estrangeiros, a estada média dos municípios da região do AGO e encontra-se compreendida entre 2,1 e 3,4 noites e a proporção de hóspedes de países estrangeiros situa-se entre 30,1% a 49,7% (Anuário Estatístico da Região Centro, 2018).

	Estada média no estabelecimento (n.º de noites)	Estada média de hóspedes estrangeiros (n.º de noites)	Taxa de ocupação-cama (líquida) %	Proporção de hóspedes de países estrangeiros
Portugal	2,7	3,1	47,8	60,6
Centro	1,7	1,9	32,8	40,3
Oeste	,,0	2,3	36,8	44,5
Bombarral	1,9	2,1	30,9	49,7
Cadaval
Caldas da Rainha	2	2,3	39,4	36,8
Lourinhã	2,4	3,4	20	35,2
Peniche	2	2,5	30,2	40,6
Torres Vedras	2,1	3	39,4	30,1

Quadro 11 - Indicadores de estabelecimentos de alojamento turístico por município

Fonte: INE, Anuário Estatístico da Região Centro, 2018

Para estruturar a oferta turística é fundamental conhecer o perfil do turista e reconhecer as diferenças intrínsecas às diferentes gerações de turistas. Os turistas da geração *Baby Boomers* (1946-1964), atualmente em idade de reforma, são mais ativos que as anteriores gerações e evidenciam uma aderência crescente a novas tecnologias, valorizando sobretudo conteúdo informativo. Este segmento turístico tende a ter as suas ideias bem delineadas aquando da altura de viagem, sendo por este motivo menos influenciável. Os turistas da *Geração X* (1965-1980) têm um comportamento independente, pragmático e tendem a ser financeiramente ponderados. Este perfil de turistas valoriza atividades em família, de forma a equilibrar o trabalho com a sua vida pessoal e utiliza de forma frequente as tecnologias digitais, em complemento com outros canais. Os turistas *Millennials* (1981-1996) são flexíveis, valorizam a diversidade, inclusão e hábitos de vida saudáveis. Este segmento incorpora a leitura de *reviews* no seu processo de decisão de compra e utilizam a Internet e a tecnologia como parte da sua identidade. Os turistas da *Geração Z* (1997-2010) preocupam-se com causas ambientais e sociais e valorizam marcas autênticas. Este segmento turístico é composto por autênticos nativos digitais, que valorizam vídeos e imagens e são fortemente influenciados por amigos e *influencers*. Para comunicar com este segmento é fundamental a construção de uma forte presença online, sobretudo em *mobile* (Turismo do Centro, 2020). Num horizonte temporal de 10 anos, o perfil do turista pertencerá maioritariamente à *Geração Z*. Este segmento de turistas tenderá a possuir flexibilidade nos seus horários e locais de trabalho, o que lhes facilitará a realização de viagens turísticas, entendidas como forma de enriquecimento pessoal. Este perfil turístico valorizará experiências customizadas, com foco no que é natural e autêntico, num estilo de vida saudável e com preocupação por questões éticas e ambientais. Estes turistas evidenciam uma elevada conexão com o mundo digital, sobretudo por via de dispositivos móveis e utilizam as redes sociais como fonte de partilha e inspiração (Turismo do Centro, 2020).

No entanto, em anos mais recentes tem-se verificado uma tendência de abandono de variáveis exclusivamente demográficas para a segmentação de mercados, uma vez que a formação de segmentos exclusivamente demográficos pode gerar grupos heterogéneos em termos de valores, estilos de vida e benefícios valorizados (Buttle & Stan, 2019). As novas tecnologias e a propagação da Internet e das redes sociais têm contribuído para a convergência de comportamentos entre várias gerações. Consequentemente, é necessário complementar a implementação de critérios

de segmentação demográfica com uma segmentação psicográfica e comportamental. No que concerne à definição do perfil do turista, apesar das diferenças intrínsecas a cada geração, deteta-se uma convergência dos comportamentos intergerações em termos da utilização da Internet e das redes sociais. Deste modo, os comportamentos e mentalidades associados à geração *Millennial* começam a ser adotados por turistas de outras gerações de forma mais universal (Turismo do Centro, 2020). Tendencialmente, o que diferenciara os diferentes perfis demográficos de turistas, será não tanto o grau de adesão às novas tecnologias, mas antes a preferência pela utilização de diferentes dispositivos tecnológicos e as experiências procuradas (Future Traveller Tribes 2030).

ANÁLISE SWOT DO AGO

A análise SWOT constitui-se como um instrumento fundamental de diagnóstico estratégico e de apoio à decisão, necessário num contexto socioeconómico e territorial cada vez mais complexo. Embora tenha surgido e sido aplicado primeiro num contexto empresarial, é totalmente transponível para o contexto de um território. A análise SWOT consiste assim numa síntese da caracterização do território, apontando os seus pontos fortes (*Strengths*) e pontos fracos (*Weaknesses*), à escala interna, assim como as oportunidades (*Opportunities*) e ameaças (*Threats*) externas, com que se depara ou pode vir a enfrentar, e que influenciam ou podem vir a influenciar o território. Permite assim construir dois diagnósticos: um diagnóstico externo, que identifica as oportunidades e ameaças presentes no território e um diagnóstico interno, que identifica os pontos fortes e fracos da área de atuação estratégica. É a comparação entre os dois resultados estabelecidos (resultados do diagnóstico externo e do diagnóstico interno), que irá alimentar a próxima etapa da formulação das opções estratégicas.

No caso concreto do AGO, numa primeira fase foi realizada a análise SWOT individualmente a cada um dos 6 municípios que o constituem. Foram levados em linha de conta, neste exercício, documentos, estudos e planos estratégicos realizados mais recentemente nas várias câmaras municipais, informação disponível em websites institucionais, assim como informação estatística disponibilizada pelas publicações do Instituto Nacional de Estatística (INE) e outras fontes cientificamente credíveis (estudos académicos), além da própria observação direta. Da recolha de informação e respetiva análise e reflexão crítica resultaram então seis matrizes correspondentes aos seis municípios.

Na segunda fase partiu-se para a construção de uma matriz intermunicipal, correspondente ao território integral do AGO, recorrendo-se às matrizes concelhias realizadas, a fontes de informação referenciadas e participação dos intervenientes na sessão *Focus Group* realizada que permitiram recolher elementos relevantes para a análise SWOT do território. Nesta fase foi importante efetuar uma triagem dos elementos a considerar nos quatro quadrantes da análise (pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças), considerando que estamos perante uma nova escala territorial.

Tratando-se de uma análise que retrata uma realidade dinâmica e complexa, a matriz SWOT que se apresenta é um retrato instantâneo num momento particular do tempo, devendo ser considerado o facto do ambiente interno e o ambiente externo estarem em permanente mudança, o que requer, como qualquer processo estratégico, um permanente esforço de monitorização e atualização. Não obstante, os principais elementos críticos e oportunidades estão, em nosso entender, identificados e permitem informar as linhas de estratégia territorial do AGO (Quadro 12) e suportar as propostas de ações estratégicas a implementar.

Análise SWOT do <i>aspiring</i> Geoparque Oeste			
		Pontos Fortes	Pontos Fracos
Ambiente Interno	S1	Posicionamento geográfico relativo ao país	W1 PDMs com muitas lacunas e ainda em revisão
	S2	Acessibilidade a grandes centros urbanos e logísticos	W2 Envelhecimento populacional
	S3	Saldo migratório positivo, acima da média nacional (capacidade de atração)	W3 Linha do Oeste antiquada
	S4	Oferta educativa e formação técnica e profissional	W4 Fortes assimetrias internas (zona rural vs zona urbana)
	S5	Ensino Superior: oferta e qualidade	W5 Relativa ineficácia na valorização do património material e imaterial
	S6	Equipamentos culturais	W6 Integração de novas tecnologias ainda incipiente
	S7	Oferta museológica	W7 Digitalização do território por potencializar
	S8	Segundas residências	W8 Deficiente comunicação com a comunidade
	S9	Potencialidades no turismo de natureza, enoturismo, desportivo, praia, saúde e bem-estar, cultural e criativo e científico	W9 Fraco investimento nas energias alternativas e sustentabilidade ambiental
	S10	Recursos e infraestruturas ambientais	W10 Lacunas educação ambiental (tecido empresarial)
	S11	Recursos geológicos e paleontológicos relevantes e classificados	W11 Articulação entre empresas e o meio académico e científico ainda insuficiente
	S12	Zona costeira e lacustre propícias a desportos ligados à água	W12 Incipiência das estruturas formais de cooperação
	S13	Dinâmica do sector agrícola (fruticultura, hortícola e avicultura)	W13 Interpretação/Sinalética turística especialmente em locais geológicos
	S14	Dinâmicas de renovação urbana	W14 Poluição dos recursos hídricos e vulnerabilidade dos sistemas aquíferos
	S15	Legislação recente aumenta competência dos municípios na gestão das praias	W15 Restauração pouco diversificada (falta oferta vegetariana/vegan)
	S16	Diversidade de praias e ondas	W16 Falta oferta de <i>tours</i> temáticos
	S17	Atratividade de residentes estrangeiros	W17 Mobilidade e microbilidade urbana ineficiente
	S18	Paisagem diversificada e "fotogénica" (potencial de marketing)	W18 Requalificação urbana
	S19	Gastronomia regional	W19 Eventos pouco inovadores
	S20	Clima ameno (extensão da estação alta)	W20 Comércio local com dificuldades
	S21	Áreas protegidas classificadas (nacional e internacionalmente)	W21 Património histórico e cultural por explorar
	S22	Elaboração da Estratégia de Adaptação às Alterações Climáticas	W22 Gestão do autocaravanismo
	S23	Tipicidade e autenticidade	W23 Limpeza espaços públicos
	S24	Hospitalidade	W24 Desarticulação de produtos ligados ao turismo de natureza
S24	Património Cultural material e imaterial		

Quadro 12 - Análise SWOT do AGO

Oportunidades		Ameaças		
Ambiente Externo	O1	Plano de Recuperação e Resiliência - Recuperar Portugal 2021-2026	T1	Efeitos da crise pandémica COVID 19 nos próximos anos
	O2	Programa Nacional de Investimentos 2030	T2	Mais restrições legislação ambiental
	O3	Novo PROT Centro	T3	Dinâmica demográfica (envelhecimento populacional)
	O4	Novo POC - Plano de Ordenamento da Orla Costeira (Alcobaça-Cabo Espichel)	T4	Alterações climáticas e fenómenos associados (erosão costeira)
	O5	Plano ferroviário nacional - modernização da linha do Oeste	T5	Concorrência de territórios próximos
	O6	Incentivos mobilidade e microbilidade urbana	T6	Massificação turismo
	O7	Programas europeus de apoio ao empreendedorismo e auto-emprego	T7	Volatilidade da procura turística
	O8	Desenvolvimento do mercado interno e externo	T8	Mais restrições legislação ambiental
	O9	Evolução das preferências e motivações dos turistas internacionais	T9	Instrumentos de planeamento e ordenamento regionais não adequados
	O10	Evolução das plataformas digitais operação turística	T10	Clima de desconfiança dos empresários
	O11	Aumento da procura por locais mais seguros	T11	Elevada burocratização dos processos de licenciamento e outros
	O12	Tendência para a procura de locais mais "autênticos"	T12	Tributação de lucros e rendimentos elevada
	O13	Nómadas digitais	T13	Alterações climáticas e implicações na erosão costeira

Quadro 12 - Análise SWOT do AGO

O Plano de Ação tem como principal intuito o estabelecimento de uma estratégia de implementação de diversas ações elaboradas tendo em consideração os recursos e as características do território que vão ao encontro dos objetivos estabelecidos.

Todas as ações sugeridas serão da inteira responsabilidade de implementação dos interlocutores e dos parceiros da AGEO, em estreita colaboração com os respetivos associados.

Tendo em consideração o presente projeto foram considerados 3 eixos estratégicos: Geoconservação, Geoeducação e Geoturismo. A todos eles correspondem objetivos e consequentes ações num total de quarenta e duas. Tal como expresso na metodologia, a correlação elaborada entre as respetivas ações e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável é extremamente relevante já que a sustentabilidade do território é a tônica essencial deste plano.

O geoparque deve ser observado com foco essencial no geopatrimónio, já que o valor excepcional de certos elementos justifica a necessidade de implementar medidas adequadas para assegurar a sua conservação (Brilha *et al.*, 2018, Sharples, 1993). A geoconservação é, assim, entendida como todas as iniciativas de conservação e melhoria das características geológicas, geomorfológicas e do solo, processos, sítios e espécies, incluindo as atividades promocionais e de sensibilização associadas, o registo e recuperação de dados de características e sítios ameaçados de perda ou dano (Burek & Prosser, 2008; Prosser, 2013). Desse modo consideram-se, também, de extrema importância as ações correlacionadas com a geoeducação e o geoturismo, para o desenvolvimento holístico e sustentável do território do AGO.

EIXOS ESTRATÉGICOS

a) Geoconservação | Objetivos + ações

Objetivos de Geoconservação

Obj 1: Avaliar o estado de conservação dos geopatrimónio

Obj 2: Monitorizar e reforçar o estatuto de conservação do geopatrimónio

Obj 3: Fomentar as parcerias na geoconservação

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



GEOCONSERVAÇÃO		
Ações estratégicas		ODS a atingir
Ação 1	Avaliar a necessidade de manutenção/recuperação dos geossítios	9, 11, 15, 17
Ação 2	Solidificar parcerias com entidades para promoção e monitorização dos geossítios	4, 8, 11, 17
Ação 3	Reforçar o estatuto de proteção do geopatrimónio/geossítios	11
Ação 4	Colaborar na reflexão sobre as necessidades de gestão do geopatrimónio em Portugal	4, 12
Ação 5	Promover a fiscalização do geopatrimónio	11, 12, 17
Ação 6	Criação de uma rede de custódia	17
Ação 7	Promover a adaptação às alterações climáticas no AGO	3, 4, 11, 15

Quadro 13 - Geoconservação e os ODS

Ação 1: Avaliar a necessidade de manutenção /recuperação dos geossítios

Uma das mais importantes ferramentas que resulta da criação da figura de um geoparque tem a ver com a implementação de iniciativas de recuperação e/ou manutenção do património geológico, em alguns casos, subvalorizado pelas comunidades locais e regionais (Gordon, 2019).

Os principais passos no desenvolvimento de uma estratégia de geoconservação eficaz envolvem: 1) inventário dos interesses e sítios de geopatrimónio; 2) avaliação dos seus valores; 3) gestão da conservação; 4) monitorização; e, quando apropriado, 5) promoção através da interpretação (Brilha, 2016).

Existem diversos motivos que fundamentam as necessidades de geoconservação. Determinado geossítio poderá vir a ter um critério de conservação que tenha a ver com os "usos dos georrecurso", com as suas "características" e/ou com a sua "sensibilidade às ameaças de degradação" (Prosser *et al.*, 2018).

Apesar do sucesso de algumas medidas pontuais e específicas para alguns geossítios de maior relevo na região, não existem atualmente iniciativas concertadas entre municípios que visem a identificação do estado de conservação dos geopatrimónio no território do AGO, nem tão pouco a identificação dos principais elementos que poderão acelerar a sua degradação (quer sejam

estes naturais ou antrópicos).

Deste modo, considera-se que o pilar basilar de um geoparque deverá ser o reforço de medidas que visem a conservação dos elementos geológicos, partindo de um diagnóstico atual e pormenorizado e que siga as recomendações de inventariação propostas em estudos aplicados à geoconservação (Brilha, 2016).

Para a implementação deste diagnóstico, sugere-se como ação a **avaliação das necessidades de manutenção/recuperação dos geossítios**, através dos seguintes passos:

- i) formalização e constituição de uma equipa do AGO responsável pela avaliação dos geossítios;
- ii) realização de uma campanha de levantamento do estado atual de conservação dos geossítios nos municípios do AGO, por via da adoção de um sistema baseado em critérios reconhecidos e aplicando métricas mensuráveis e comparáveis entre os diferentes territórios, que permitam a constituição de um inventário exaustivo, transparente, público e acessível na sua generalidade;
- iii) Articulação do inventário dos geossítios do AGO com os repositórios existentes, como por exemplo, o inventário da Associação Europeia para a Conservação do Património Geológico (ProGeo);
- iv) Avaliação da possível integração de geossítios no Sistema de Informação sobre o Património Natural e no Cadastro Nacional dos Valores Naturais Classificados;
- v) Publicação periódica (preferencialmente anual) de relatórios sobre o estado de conservação dos geossítios do AGO;
- vi) Definição de critérios de prioridade de conservação dos geossítios face ao estado de conservação atual e a projeção de ameaças futuras;
- vii) Promoção de parcerias para a realização de estudos de avaliação da possível deterioração do geopatrímónio resultante do expectável aumento da notoriedade e de visitação turística associada à criação do geoparque;
- viii) Articulação da avaliação do estado de conservação dos geossítios com a emissão de licenças para recolha de material geológico para fins científicos;
- ix) Promoção de estudos sobre os meios necessários para a criação de barreiras físicas que demovam o acesso livre a geopatrímónios classificados como vulneráveis e muito vulneráveis.

Ação 2: Solidificar parcerias com entidades para promoção e monitorização dos geopatrímónio

Para além das competências legalmente atribuídas às entidades responsáveis na gestão dos geossítios, considera-se que a responsabilidade de conservação do geopatrímónio compete, em última análise, também às comunidades e aos agentes que dele beneficiam. Essa partilha de responsabilidade deverá conduzir a um processo de parcerias que procure maximizar o sentimento de identificação com o geopatrímónio no AGO.

Para fomentar a partilha dos processos de geoconservação no AGO são propostas ações que visem a **solidificação de parcerias com entidades para promoção e monitorização do geopatrímónio**. Para tal, são sugeridos os seguintes passos para a sua implementação:

- i) A criação de um manual de boas práticas no acesso a geossítios, que forneça a informação necessária para a compreensão das regras de utilização do(s) espaço(s) de modo a minimizar o impacto da visitação por parte dos indivíduos e/ou das entidades que a promovam;
- ii) Criação de um manual de acesso e de procedimentos administrativos para a realização de visitas de estudo, comum em todo o território do AGO e que estabeleça com a comunidade científica e escolar um compromisso de minimização da atividade predatória e promoção da salvaguarda do geopatrímónio;
- iii) Promoção de estudos sobre a viabilidade da concessão de espaços de visitação do geopatrímónio em função de cadernos de encargos que garantam medidas de monitorização,

relatório e de conservação dos geossítios;

iv) Promoção de parcerias com as empresas de animação turística na monitorização do estado de conservação dos geossítios, por via de sistemas de auto-relato de eventuais fragilidades ou degradação dos espaços;

v) Criação de sistema de auto-relato público e acessível em formato online sobre eventuais atos de vandalismo e/ou de deterioração do geopatrímónio, disponível para qualquer utilizador.

Ação 3: Reforçar o estatuto de proteção do geopatrímónio

A eficácia das iniciativas de geoconservação resulta tanto da implementação de mecanismos de resposta voluntária por parte das comunidades e dos visitantes, como acima de tudo, através da regulamentação e definição de estatutos legais de proteção. Em alguns casos, a indefinição do estatuto de conservação de um geossítio, poderá comprometer a capacidade das entidades em implementar no terreno medidas de conservação.

De modo a promover a geoconservação de geossítios no AGO sugere-se a criação de uma medida de **reforço do estatuto de proteção do geopatrímónio**. Para tal, são propostas as seguintes iniciativas:

- i) estudo sobre a possibilidade de atribuição de funções municipais de proteção dos geossítios do AGO, que implicaria a criação de equipas municipais com a responsabilidade de gestão do geopatrímónio;
- ii) criação de regulamentos municipais de proteção legal do geopatrímónio coordenado pelo AGO e articulado entre todos os municípios integrantes do geoparque, onde serão estabelecidas as ações de conservação, fiscalização e eventuais processos de contraordenação;
- iii) articulação dos regulamentos municipais de proteção do geopatrímónio com as autoridades responsáveis, tais como o SIPNAT - Sistema de Informação sobre o Património Natural da Guarda Nacional Republicana, de modo a facilitar o processo de contraordenação, caso venha a ser necessário;
- iv) definição de processos comuns de aplicação de contraordenações nos municípios integrantes do geoparque;
- v) criação e publicação de fichas informativas sobre os usos proibidos e respetivas coimas associadas em caso de violação;
- vi) identificação dos estatutos de proteção legal nas placas/painéis informativos a colocar nos geossítios.

Ação 4: Colaborar na reflexão sobre as necessidades de gestão do geopatrímónio em Portugal

A discussão sobre o futuro da gestão do geopatrímónio está atualmente ativa e na ordem do dia em diversos fóruns. Os desafios são variados e as oportunidades inúmeras. Diversos autores têm vindo a identificar o papel da atribuição do valor dos geossítios nas suas diversas escalas, desde o papel do reconhecimento internacional por via da integração em territórios com a chancela da UNESCO, até à necessidade de avaliação à escala regional e local (Larwood et al., 2013). Em Portugal, esta discussão tem vindo a ser promovida essencialmente pela comunidade científica e a articulação entre as estratégias de gestão do geopatrímónio e a sua implementação nos territórios tem vindo a ser trabalhada paulatinamente. Entende-se que a organização dos territórios sobre a designação de Geoparque, poderá ser fundamental para contribuir para esta reflexão. Desse modo, sugere-se a criação de uma ação que promova a **reflexão sobre as necessidades de gestão do geopatrímónio em Portugal**. Para tal, são propostos os seguintes passos:

- i) Criação de grupos de trabalho para a identificação das necessidades de gestão do geopatrímónio em Portugal, nomeadamente através incorporação de diversos especialistas, provenientes da academia, dos municípios e das autoridades responsáveis pela gestão do

território;

ii) Identificação das lacunas ou sobreposições legais que obstaculizam a gestão do geopatrimónio em Portugal;

iii) Criação de grupos de trabalho que promovam reuniões com entidades governamentais para a discussão sobre eventuais necessidades de uma articulação e/ou modificação do enquadramento legal referente à geoconservação.

Ação 5: Promover a fiscalização do geopatrimónio

A adequada conservação do geopatrimónio requer uma constante monitorização e ativação de mecanismos de fiscalização de eventuais procedimentos que violem os códigos estabelecidos. Esse papel de fiscalização está atualmente disperso por diversas entidades, em função do estatuto de conservação de cada local. De modo a fomentar uma homogénea adoção de medidas de conservação no AGO, sugere-se a implementação de uma ação que promova a **fiscalização do geopatrimónio** a nível municipal.

Para o desenvolvimento desta ação, são sugeridas as seguintes etapas:

- i) Promoção da formação de técnicos municipais sobre medidas de fiscalização do geopatrimónio e a sua especificidade;
- ii) Adoção de medidas de fiscalização passiva, como seja através de videovigilância ou de outros mecanismos similares;
- iii) Articulação dos técnicos municipais com as atividades desenvolvidas pelas autoridades, como por exemplo o Serviço de Proteção da Natureza e do Ambiente da Guarda Nacional Republicana (SEPNA);
- iv) Articulação dos mecanismos de contraordenação em caso de deterioração ou de vandalismo do geopatrimónio;
- v) Estudo sobre as formas de facilitação dos processos de contraordenação, quer seja por agilização dos processos, quer seja por introdução de tecnologia nos autos de contraordenação.

Ação 6: Criação de uma rede de custódia

Uma rede de custódia é um acordo voluntário entre um proprietário e um depositário para acordar a forma de conservar e gerir um território (Basora & Sabaté, 2006). O pacto de custódia pode ser verbal ou escrito e é composto por diversos atores que se assumem como “guardiões” do território, contribuindo para a sua conservação. Os guardiões são organizações públicas ou privadas sem fins lucrativos ativamente envolvidas nas técnicas de conservação através da gestão do território. Podem atuar como guardiões de organizações tão diversas como uma associação de bairro, uma organização de conservação, uma fundação, uma câmara municipal, um consórcio e outros organismos públicos.

Deste modo, sugere-se a **criação de uma rede de custódia** com especial atenção para o geopatrimónio, implementando o princípio da corresponsabilidade na gestão dos recursos naturais, e imbuído de valores como “cuidado”, “respeito”, “partilha”, “envolvimento” e “compromisso”.

O grau de envolvimento pode ser mais direto, como acontece com os proprietários que são responsáveis pela gestão quotidiana do território, ou mais indireto, agindo como facilitadores para aumentar a valorização da sociedade para a conservação da natureza.

No âmbito da criação desta rede, sugere-se a adoção das seguintes etapas:

- i) Formalização de acordos de partilha de responsabilidade entre diversos atores envolvidos;
- ii) Promoção de campanhas de limpeza/manutenção dos geossítios por parte das comunidades locais ou do “guardião”, como forma de conservação voluntária e de sensibilização para o valor do geopatrimónio;

iii) Estabelecimento do programa de “apadrinhamento” dos geossítios, incentivando a adoção de campanhas, junto das comunidades escolares, comunidades e/ou empresas;

iv) Envolvimento da comunidade na valorização dos georrecursos por via da promoção de ações de campo, festividades locais temáticas, promoção de conteúdos com recurso à técnica de *storytelling*;

v) Desenvolvimento de uma plataforma (eventualmente aplicações móveis) centradas nos valores de “Interpretação, preservação e conservação” do *aspiring* Geoparque Oeste;

vi) Implementação do programa: *Geólogo por um dia*, que fomente a interpretação do valor dos geossítios e os seus desafios de gestão;

vii) Atribuição de um prémio e/ou reconhecimento público das entidades que se destaquem na cogestão dos recursos geológicos do AGO.

Ação 7: Promover a adaptação às alterações climáticas no AGO

Os impactos das alterações climáticas nos recursos naturais na Região Oeste são muito significativos, nomeadamente no aumento dos processos erosivos que resultam no recuo da linha de costa. Este processo decorrerá no médio e longo prazo, sendo previsíveis impactos sobre todas as estruturas naturais e artificiais, localizadas ao longo da orla costeira (CIMOESTE, 2019). Atualmente, a Região Oeste desenvolveu um plano de adaptação às alterações climáticas que visa a adoção de medidas que permitirão minimizar os impactos das alterações climáticas. Este plano de escala supramunicipal está a ser acompanhado pela adoção de planos municipais que permitirão, por sua vez, operacionalizar com maior exatidão essas mesmas medidas de adaptação. Tendo em consideração que os impactos projetados no geopatrimónio, em especial os recursos expostos na faixa litoral, sugere-se a adoção de uma ação que **promova a adaptação às alterações climáticas no AGO**. Para implementar esta ação são sugeridos os seguintes passos:

- i) Criação de uma equipa de trabalho multissetorial que procure identificar o risco de erosão do geopatrimónio na AGO decorrente do impacto das alterações climáticas;
- ii) Elaboração de fichas de ação aplicadas ao geopatrimónio, à escala municipal articuladas com os documentos resultantes dos planos de adaptação às alterações climáticas regionais e municipais;
- iii) Identificação de medida de adaptação para o geopatrimónio, em função da tipologia de medida (verde, azul, cinzenta), duração da implementação e custo expectável;
- iv) Definição de prioridades de intervenção para proteção do geopatrimónio.

b) Geoeducação | Objetivos + ações

Objetivos de Geoeducação

Obj 1: Criar uma rede de parcerias para a Geoeducação

Obj 2: Desenvolver Recursos que permitam promover a Geoeducação

Obj 3: Promover o conhecimento sobre o *aspiring* Geoparque Oeste



GEOEDUCAÇÃO		
Ações estratégicas		ODS a atingir
Ação 1	Implementar o Centro de Intrepretação do AGO	4, 8, 11, 12, 13, 15
Ação 2	Elaborar um Guia de Campo	3, 4, 15
Ação 3	Criar um Manual de Trabalho de campo para as geociências e o turismo	3, 4, 15
Ação 4	Implementar Oferta formativa: TeSP - guias de património geológico (natural) + cursos pós-graduados + ensino profissional nesta temática	4, 8, 10, 17
Ação 5	Propiciar uma Rede de Parceiros Educativos : Networking Aspiring Geoparque Oeste e as Ciências da Terra	4, 11, 17
Ação 6	Atribuição de Pémio anual: GeoScience AGO	4, 5, 17
Ação 7	Reconhecimento de Mérito Anual para instituições de ensino e alunos: GEOeducation - AGO	4, 5, 17
Ação 8	Criar Cadreneta de Cromos do AGO	4
Ação 9	Idealizar a Mascote AGO	4
Ação 10	Conceber o Pack 1.º ciclo do AGO	4, 10, 15, 17
Ação 11	Desenvolver recursos, materiais didáticos e oferta de oficinas no Centro de Interpretação	4, 8, 9, 10
Ação 12	Estabelecer um programa anual de dias Mundiais	4, 16, 17
Ação 13	Promover Programa Intergeracional: "No meu tempo é que era"	4, 10, 11
Ação 14	Gerar um calendário anual de Eventos e conferências científicas	4, 17
Ação 15	Estruturação de Programas de sensibilização ambiental intergeracionais	3, 4, 11, 15
Ação 16	Sensibilizar e Educar para as alterações climáticas	4, 13, 17

Quadro 14 - Geoeducação e os ODS

Ação 1: Implementar o Centro de Interpretação do aspiring Geoparque do Oeste

Os ambientes informais de aprendizagem estimulam para a preservação do património e geram um sentimento de pertença (Sousa *et al.*, 2010). Como tal, a implementação de um Centro de Interpretação para o AGO é de elevada importância porque permitirá a divulgação do conhecimento do seu património natural e histórico-cultural. Por outro lado, um Centro de Interpretação permitirá o acolhimento de vários tipos de visitantes, designadamente para finalidades educativas, que poderão interagir dentro de um espaço moderno e comunicativo.

A missão educativa é da maior relevância porque permite desde logo a preferência por uma tipologia de visitantes e, desta forma, adequar as formas de comunicação para melhorar a compreensão do vasto património, designadamente, adotando uma atitude interpretativa e interativa, com recurso a atividades lúdicas, a exposições temáticas e aos programas multimédia. O objetivo maior é educar sobre o significado e a importância do património e consciencializar para a preservação proativa do mesmo, o que poderá ser um fator determinante para o desenvolvimento do turismo. Para instalar o Centro de Interpretação do AGO foi disponibilizado o edifício da antiga escola primária do Bombarral.

Ação 2: Elaborar um Guia de Campo

Melhorar o conhecimento sobre fauna e flora do *aspiring* Geoparque Oeste, pode ser conseguido através da criação e disponibilização – em papel ou em formato eletrónico – de um Guia de Campo dirigido aos vários tipos de destinatários e organizado pelos municípios que compõem o *aspiring* Geoparque Oeste. O Guia de Campo deve ser em português, inglês, espanhol e francês, mas também em braille (versão impressa, em voz versão online) e os seus conteúdos podem conter diferentes níveis de interpretação do património natural e geológico em função dos diferentes públicos: os visitantes, os estudantes e os educadores. Indo assim ao encontro do que defende Meira *et al.* (2019), ou seja, que os autores devem ter a obrigação de construir meios para comunicar com níveis de linguagem ajustados a cada segmento.

Para uma melhor experiência, os geossítios devem estar identificados no próprio local com placas que sejam inclusivas e cujos materiais visem os princípios de sustentabilidade e de biodiversidade.

O guia deve conter atividades lúdicas, como questões, atividades a realizar no local, entre outras dinâmicas, uma vez que as mesmas permitem uma maior memorização futura da informação (Bedjanič & Lenka, 2017).

Ação 3: Criar um Manual de trabalho de campo para as geociências e o turismo

Identificar locais de interesse geológico e turístico para o visitante pode tornar-se mais simples com recurso a sinalética nos percursos e locais e, adicionalmente, recorrendo a textos explicativos em português, inglês, espanhol e francês, acessíveis por QRcode, organizados em sintonia com o Guia de Campo e cujos conteúdos devem permitir a escolha de informação pelos diferentes públicos (os visitantes, os estudantes e os educadores), em função dos diferentes níveis de interpretação do património natural e geológico. Podem ainda contemplar a utilização de conteúdos de realidade virtual para que seja facilitada a interpretação (Bedjanič & Lenka, 2017).

Ação 4: Implementar oferta formativa: TeSP - guias património geológico (natural) + cursos pós-graduados nesta temática

Torna-se necessário aumentar a oferta de mão de obra qualificada em temáticas relacionadas com o património geológico e sua conservação e utilização com finalidades lúdicas e turísticas.

Nesse sentido será fundamental criar oferta formativa de cursos superiores não conferentes de grau (TeSP) e de cursos de pós-graduação em “guia de património geológico”, em “guia de património natural” ou ainda em “animação em geoparques”, mas também na parte da formação em restauração e bar. Tal como indicado na análise SWOT, a oferta nas zonas com menos procura turística necessita de ser qualificada em especial quando relacionada com a geologia e a geomorfologia como espaço recreativo (Palhares, 2012). Como tal, na região do AGO há a possibilidade de obter esse tipo de formação no Politécnico de Leiria, designadamente na Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar e na Escola de Hotelaria e Turismo do Oeste, bem como ao nível do ensino profissional nas escolas secundárias dos municípios integrantes do AGO.

Ação 5: Propiciar uma rede de parceiros educativos: networking aspiring Geoparque e as Ciências da Terra

A existência de uma rede de parceiros educativos com os vários graus de ensino, fortalece o projeto do Geoparque Oeste porque o *networking* permite criar as condições para um projeto consistente e estável, bem como estimular a valorização por parte da comunidade local da importância dos recursos do AGO para a melhoria de vida e bem-estar social (Modica, 2009). Nesse sentido, pretende-se numa fase inicial desenvolver parcerias com a rede escolar de proximidade, designadamente com, a título de exemplo:

- Agrupamento de Escolas Fernão Pó, Bombarral.
- Agrupamento de Escolas do Cadaval, Cadaval.
- Agrupamento de Escolas Rafael Bordalo Pinheiro, Caldas da Rainha.
- Escola Superior de Artes e Design do Politécnico de Leiria, Caldas da Rainha.
- Agrupamento de Escolas da Lourinhã, Lourinhã.
- Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar do Politécnico de Leiria, Peniche.
- Agrupamento de Escolas de Peniche, Peniche.
- Núcleo de formação do Politécnico de Leiria, Torres Vedras.
- Agrupamento de Escolas de Torres Vedras, Torres Vedras.
- Escola Internacional de Torres Vedras, Torres Vedras.

Numa segunda fase poderão ser estabelecidas parcerias com outros parceiros educativos nacionais e internacionais.

O principal objetivo da rede de parceiros passa pela facilitação do acesso a visitas guiadas e trabalho de campo. Para tal será necessário realizar reuniões de trabalho que visem o desenvolvimento de *networking*.

Ação 6: Atribuição de prémios anuais: GeoScience - aspiring Geoparque Oeste

O evento terá um cariz anual e será aberto às instituições e habitantes dos concelhos do *aspiring* Geoparque Oeste e ao público em geral.

Serão atribuídos dois prémios, sendo o primeiro atribuído a instituições e personalidades que mais contribuíram para a divulgação e manutenção do património natural e geológico do AGO. Por exemplo, pessoas que tenham organizado exposições, livros, filmes, ações de sensibilização e de captação de turismo, o que confere um estímulo adicional à participação da sociedade civil e empresarial.

O segundo prémio é direcionado para a comunidade académica e poderá estar sujeito a candidaturas / propostas de pessoas / entidades terceiras, em tema(s) anual(ais) a indicar pela rede de parceiros educativos, que correspondam aos eixos estratégicos definidos anteriormente,

Geoconservação, Geoeducação e Geoturismo, uma vez que são inúmeras as possibilidades de estudo sobre os geoparques (Brilha, 2009). Deverá ter um júri convidado e a ele compete a escolha dos critérios a divulgar. Os prémios terão um patrono (financiador).

Ação 7: Reconhecimento de mérito anual para instituições de ensino e alunos: GEOeducation - aspiring Geoparque Oeste

A rede de parceiros definida na Ação 5 permite, por um lado, que os alunos das escolas das imediações tenham um acesso privilegiado ao AGO, mas em especial que realizem trabalhos que tenham como base o mesmo (trabalhos finais de curso, estágios, jogos pedagógicos para o 1.º / 2.º / 3.º ciclo de estudos, entre outros). Por outro lado, permite o envolvimento do corpo docente, quer através de exposições sobre o AGO, quer ao nível da investigação (Brilha, 2009). Nesse sentido, o reconhecimento do mérito das instituições de ensino e dos seus estudantes pode revelar-se um fator fundamental no processo de divulgação e manutenção do património natural do *aspiring* Geoparque Oeste. O concurso será aberto a instituições escolares e aos seus estudantes, estará estruturado em ciclos de estudos / níveis de escolaridade e deverá ter temas anuais a indicar pela rede de parceiros educativos. No entanto, os temas devem ter como base os três eixos estratégicos, sendo de especial relevância os temas que visem a valorização e conservação do AGO, bem como a sua sustentabilidade e promoção.

Ação 8: Criar a caderneta de cromos do aspiring Geoparque Oeste

Criação de uma caderneta de cromos do *aspiring* Geoparque Oeste, financiada pelos patrocinadores oficiais. A mesma visa promover a interpretação dos fósseis e a visita das rotas e itinerários do AGO, sendo os cromos oferecidos em compras num valor previamente estipulado nos estabelecimentos do(s) patrocinador(es) oficial(ais). A caderneta terá espaço para colocar os cromos, o desenho e a informação sobre os fósseis do AGO. Contará ainda com uma história que dará pistas para que os colecionadores consigam os 6 últimos cromos (um por cada município). Para obter os mesmos e completar a caderneta, os colecionadores terão de participar numa caça ao tesouro a realizar nas rotas, onde através da realidade aumentada irão conseguir obter os cromos. Para receber os cromos fisicamente, o colecionador terá de ir a um dos postos de turismo dos municípios ou à loja do AGO. Quem terminar a caça ao tesouro no Geoparque terá direito a um prémio (uma pequena mascote do AGO). A caderneta de cromos aliada à realidade aumentada permitirá cativar o público mais jovem, tendencialmente mais atraído por experiências mais interativas (Costa & Coelho, 2020).

Ação 9: Idealizar a mascote aspiring Geoparque Oeste

De acordo com Brilha (2009) é importante que nos geoparques exista uma mascote, a qual deverá representar a geodiversidade e ser apelativa graficamente, tornando-se uma mais-valia na estratégia educativa. Neste sentido, o objetivo da mascote é apoiar a representação visual ou identificação do AGO. A mascote escolhida será objeto de replicação pelos locais do Geoparque, outdoors, caderneta de cromos, lápis, bonés, blusas, entre outros materiais. Será ainda utilizada nas visitas aos estabelecimentos de ensino, principalmente junto das faixas etárias do 1.º e 2.º ciclos. A criação da mascote oficial (imagem gráfica e nome) do *aspiring* Geoparque pode surgir dum concurso que envolva a população civil dos concelhos pertencentes ao AGO, podendo ser escolhida por um júri, por votação virtual ou por um sistema misto.

Ação 10: Conceber o pack do 1º ciclo do aspiring Geoparque Oeste

Para apoio ao ensino do 1.º ciclo de estudos, em articulação com os professores e em linha com os conteúdos programáticos, serão concebidos blocos de ensino (packs) com o objetivo de transmitir o essencial sobre o património natural do *aspiring* Geoparque Oeste. As escolas poderão visitar o AGO e paralelamente o mesmo desenvolverá ações nas escolas, de forma a aumentar o conhecimento sobre os recursos do Geoparque e a fomentar o envolvimento da comunidade educativa.

Ação 11: Desenvolver recursos, materiais didáticos e oferta de oficinas no Centro de Interpretação

Em linha com as ações anteriores e como complemento do ensino dos 1.º / 2.º / 3.º ciclos de estudos, serão concebidos recursos e materiais didáticos, em articulação com os professores e de acordo com os conteúdos programáticos dos respetivos níveis de ensino. Os recursos e materiais didáticos terão o objetivo de através da vertente lúdica (histórias infantis e juvenis como "Uma aventura no *aspiring* Geoparque Oeste", jogos de tabuleiro a desenvolver pela Mebo e jogos digitais, Quizz online e Kahoots) transmitir o essencial sobre o património natural do *aspiring* Geoparque Oeste, contando ainda com a oferta de oficinas no Centro de Interpretação (sedeado no Bombarral).

Ação 12: Estabelecer um programa anual de dias mundiais

Estabelecer iniciativas coincidentes com os dias mundiais do ambiente / terra / oceanos / preservação de espécies ameaçadas com atividades para diversos públicos, desde estudantes dos 1.º / 2.º / 3.º ciclos de estudos aos estudantes do ensino secundário e do ensino superior (seminários e conferências).

Ação 13: Promover o programa intergeracional: "No meu tempo é que era"

Convidar os habitantes locais para contar histórias antigas ou para ensinar técnicas antigas de construção e/ou conservação, como muros de pedra solta ou ânfora. As histórias podem coincidir com momentos de divulgação presentes noutras ações e podem ser presenciais e ou gravados.

Ação 14: Gerar um calendário anual de eventos e conferências científicas

A criação e divulgação online de um calendário anual de eventos e conferências científicas sobre os temas de interesse para o AGO permitiria fortalecer os encontros fora da rede de parceiros e partilhar conhecimentos; com o apoio dos professores do ensino secundário e do ensino superior a divulgação permitiria maior participação dos estudantes desses níveis de ensino.

Ação 15: Estruturação de programas de sensibilização ambiental intergeracionais

A criação de programas para famílias pode proporcionar a melhor forma de passar informações intergerações, isto é, fazer interagir adultos e crianças num ambiente propício à passagem da mensagem (nos dois sentidos) pode promover a sensibilização ambiental sem que os participantes percebam que estão realmente a fazê-lo. São exemplos as atividades noturnas para observar insetos (ex. Borboletas) ou pequenos mamíferos, assim como a adoção de um geossítio, envolvendo as famílias nos esforços de limpeza, recuperação e conservação do mesmo, em articulação com os técnicos do geoparque, ou seja, as famílias poderem ter o "seu geossítio" (Brilha, 2009).

Ação 16: Sensibilizar e educar para as alterações climáticas

Uma das ações suscita a conceção de recursos, materiais didáticos e oferta de oficinas no Centro de Interpretação com o objetivo de, por via lúdica-recreativa (Brilha, 2009) (saídas de campo, oficinas temáticas, teatros, jogos educativos) transmitir o essencial sobre o património natural do *aspiring* Geoparque Oeste. Neste sentido, e em sintonia com os professores e com os conteúdos programáticos dos 1.º / 2.º / 3.º ciclos de estudos, poder-se-iam incluir mensagens educativas de sensibilização para as alterações climáticas, alertando para o que cada um de nós (desde tenra idade) pode contribuir para inverter o processo.

C) Geoturismo | Objetivos + ações

Objetivos de Geoturismo

Obj 1: Promover o território através de atividades de Geoturismo

Obj 2: Captar turistas e visitantes nacionais e internacionais

Obj 3: Desenvolver serviços de qualidade



GEOTURISMO		
Ações estratégicas		ODS a atingir
Ação 1	Promover o Geoturismo	4, 5, 9, 13, 15, 17
Ação 2	Implementar o "Turismo Inteligente" (<i>Smart Tourism</i>)	7, 8, 9, 11, 13
Ação 3	Criar a plataforma digital VISITGEOPARQUEOESTE	9, 17
Ação 4	Conceber o Guia turístico	3, 4, 8
Ação 5	Requalificar e unificar os percursos pedestres existentes	3, 8, 10, 12, 13, 17
Ação 6	Desenvolver rotas temáticas: Natureza/Geológico/Científico/Literário	3, 4, 8, 11, 13, 15
Ação 7	Aplicar sinalética turística e patrimonial: coerente e idêntica	9, 12
Ação 8	Implementar sinalética específica para o AGO	9, 12
Ação 9	Constituir a equipa para qualidade na restauração e no AL (alojamento local)	4, 6, 7, 8, 11, 12, 13
Ação 10	Elaborar portfólio para operadores turísticos/Agências de viagens	17
Ação 11	Produzir a newsletter do AGO	4
Ação 12	Participar em feiras, conferências e organização de <i>Fam Tours</i>	17

Quadro 15 - Geoturismo e os ODS

Ação 13	Produzir manual de boas práticas para o desporto e atividades turísticas	3, 4, 11, 15
Ação 14	Instituir a figura "Embaixadores" do território do AGO	5, 17
Ação 15	Conceber o programa de formação para guias turísticos oficiais do AGO	5, 8, 17
Ação 16	Criar a linha de produtos de promoção turística do AGO	8, 9, 12
Ação 17	Instituir uma rede colaborativa local	10, 11, 17
Ação 18	Investir em patrocínios	11, 17
Ação 19	Criar o passaporte dos Geossítios	3, 4

Quadro 15 - Geoturismo e os ODS

Ação 1: Promover o Geoturismo

O turismo é cada vez mais conhecido como fenómeno propiciador de desenvolvimento sustentável, gerando capital e bem-estar, tanto para empreendedores como para a população local, auxiliando também no aumento das preocupações e proteção ambiental.

Assim, para que a atividade turística se desenvolva de uma forma positiva, torna-se fundamental que a comunidade local esteja envolvida no processo. Existe uma relação de dependência do turismo com o espaço geográfico, na medida em que o setor não só utiliza, mas também se apropria dos recursos naturais para transformá-los em espaços propícios a práticas de lazer e para consumo dos visitantes. Esse fenómeno torna-se evidente, sobretudo quando a natureza é reconhecida como a base para o desenvolvimento turístico de um destino, devido à persistente procura dos visitantes por paisagens, cultura, património histórico, entre outros (Cerdeiro, 2014). Nas últimas décadas o Património Natural passou a ser uma condicionante do fluxo da procura turística, influenciando o desenvolvimento de destinos e atividades relacionadas com esta tipologia turística. O surgimento desta procura pode justificar-se por diferentes circunstâncias, tais como: o aumento da consciencialização da necessidade da preservação dos recursos naturais; a necessidade psicológica do turista de encontrar novas alternativas de lazer; maior necessidade de simplicidade de vida conectada com a natureza; e busca de melhor qualidade de vida (Leal, 2006). A geoconservação e tudo o que esta envolve na perspetiva de destinos turísticos, corresponde a aspetos que representam um interesse mundial pela geodiversidade, “uma vez que as estruturas e feições geológicas resguardam em si características únicas e universais do processo de evolução do planeta Terra” (Conceição et al., 2009). Atualmente, pode observar-se um desenvolvimento dos conceitos de geoconservação e geoturismo, justificados por exemplo com a criação da Rede Europeia de Geoparques, um programa da UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) para a conservação do património geológico associado ao turismo. Neste contexto, os seis municípios que constituem o território do *aspiring* Geoparque Oeste correspondem a uma área detentora de um vasto património natural, que resulta na existência de locais de grande interesse geológico e de geossítios específicos com diversas classificações. No entanto é necessário ter em conta a conscientização da preservação do Património, de modo que a sua exploração seja orientada e sustentada.

Pretende-se a implementação de atividades geoturísticas tendo em consideração não só o turismo científico, mas a sua interligação com outros produtos como a natureza, o turismo ativo ou as visitas culturais. O grande objetivo é que o território possa ser atrativo para vários tipos de público, mais específico, ou mais abrangente e ao mesmo tempo que os turistas possam escolher entre diversas experiências tendo em atenção as suas motivações. A título de exemplo, poderiam ser realizadas rotas pedestres com um especialista no tema, com vista a explicar aos visitantes os benefícios e características de determinadas plantas, bem como uma rota temática no âmbito da geologia, que poderia passar nos locais mais emblemáticos a nível geológico da

região. Otimizando a promoção, os segmentos de mercado iriam aumentar, desencadeando uma maior procura por parte dos turistas com interesses baseados na fauna, flora e geologia. Desta forma, sugere-se a criação de diversos pacotes turísticos. Um “Pacote Turístico” compreende-se como um conjunto de diversos produtos e serviços turísticos, previamente organizados com o objetivo de fornecer ao turista/visitante uma experiência multifacetada, organizada e estruturada. Deste modo, sugere-se que sejam organizados diferentes tipos de pacotes turísticos, de modo que estes alcancem o maior número de diferentes públicos, com diferentes objetivos e interesses. Estas opções deverão integrar mais do que um produto turístico existente na região. Torna-se importante salientar que estas experiências podem estar disponíveis na Plataforma Digital Explore Geoparque Oeste (Medida 1, Ação 3), conferindo um vasto leque de atividades e experiências, num âmbito “handmade”.

Ação 2: Implementar o “Turismo Inteligente” (Smart Tourism)

Um destino turístico inteligente (*smart destination*) resulta de diversos fatores, sendo que as tecnologias de informação e comunicação detêm um papel preponderante nesta designação, além da própria cooperação e cocriação, principalmente por parte do turista. Neste contexto, a acessibilidade corresponde a uma das categorias presentes num destino turístico inteligente, tanto no âmbito físico, quanto no virtual. Importa ser acessível para todos, com o principal objetivo de facilitar a interação e integração do turista. Além disso, o desenvolvimento das tecnologias de comunicação e informação, deriva num aumento da interatividade e conectividade das pessoas ampliando o conceito de *smart* a destino turístico. Destaca-se, também que os destinos turísticos inteligentes correspondem a destinos inovadores, consolidados com uma infraestrutura tecnológica avançada, sendo que estes garantem o desenvolvimento sustentável do território turístico, acessível para todos, que facilite a interação e integração do visitante e sobretudo incrementem a qualidade da experiência (Brandão, Joia, & Teles, 2016). A gestão de produtos nos destinos torna-se cada vez mais complexa, sendo o mercado cada vez mais competitivo. Consequentemente, no futuro as tecnologias de informação e comunicação (TICs) irão ser ferramentas preciosas para coordenar todas as atividades e serviços, levando os cidadãos a estarem conectados, mais bem informados e envolvidos. As TICs permitirão tornar os locais mais acessíveis e agradáveis para os residentes e visitantes através de serviços interativos e interligarão as organizações locais com o objetivo de fornecer serviços em tempo real (Brandão, Joia, & Teles, 2016). A incorporação de tecnologias – sensores, etiquetas, códigos e sistemas – ao destino tem o potencial de enriquecer a experiência turística dos visitantes e melhorar a competitividade do destino. A utilização e implementação de Códigos QR (*Quick Response*) em espaços visitáveis tem sido alvo de crescente atenção no sentido de proporcionar soluções interativas de forma simples, gratuita e acessível, ao mesmo tempo que permite aceder a informações rapidamente no dispositivo móvel pessoal. Após a leitura de um código QR, este disponibiliza conteúdos para promover o turismo e a cultura dos locais através da sua história, pontos de interesse e da sua agenda cultural, proporcionando um acesso direto a diversas plataformas, como por exemplo, Explore o Geoparque Oeste. Quando se utiliza um código QR o destino revela-se muito mais inovador, interativo e amplia as possibilidades comunicacionais e de lealdade com o visitante. Quanto a uma descrição mais pormenorizada da tecnologia, um dos pressupostos desta abordagem é a utilização de códigos QR no sentido de tornar a sua implementação fácil e com custos reduzidos. Estes códigos são considerados bidimensionais, uma vez que possibilitam a leitura de informação tanto na direção vertical, como na horizontal, ocupando menos área e reduzindo consideravelmente o custo de impressão. Este pode ser decodificado através de aplicações instaladas em dispositivos móveis (smartphones e tablets), sendo que essa funcionalidade se encontra já embutida no próprio sistema operativo, não necessitando de instalação de aplicações desenvolvidas por terceiros. Neste contexto, o código QR permite direcionar o utilizador diretamente para um website, sem a necessidade de escrever o texto da hiperligação. Basta digitalizar o código através da câmara do dispositivo móvel, e posteriormente será direcionado para a hiperligação estabelecida. Associada a esta facilidade

de conexão, existe a possibilidade, de quando agregado o código com o *Google Analytics*, de realizar o rastreio de dados acerca da sua utilização, tais como dados acerca dos utilizadores. Assim, teremos disponível uma ferramenta de gestão do destino, sendo possível identificar e monitorizar os turistas/visitantes do território do Geoparque. O *Google Analytics* corresponde a uma plataforma desenvolvida pela *Google*, com ferramentas de análise e rastreamento que permitem obter dados estatísticos e a identificar a forma como os utilizadores/visitantes utilizam um website ou algum sistema de informação online, fornecendo um relatório em tempo real de diversas informações importantes. Esta funcionalidade monitoriza os dados do *website* em tempo real, permitindo observar quantas pessoas estão no *website*, de onde vêm e o que estão a visualizar. Serão possíveis retirar conclusões como:

- i) dados demográficos;
- ii) interesses;
- iii) taxa de frequência;
- iv) número de visualizações e visitantes;
- v) localização geográfica e idioma;
- vi) sistema operativo e browser;
- vii) dispositivos móveis;
- viii) fluxo.

A integração do *Google Analytics* com um código QR corresponde a um processo muito simples, deste modo é apenas necessário: 1. Criar uma conta no *Google Analytics*; 2. Aceder ao "*Google Analytics URL Builder*" e preencher os campos necessários; 3. Gerar o *URL*, 4. Aceder a um dos websites geradores do códigos QR e continuar a partir daí até se obter a imagem código QR; Além do código QR torna-se pertinente ter também *landing page* no site, nos postos de turismo e nos parceiros, com vista a recolher dados extremamente importantes para desenvolver bases de dados em softwares específicos (CRM) ou mais gerais. Estas informações são importantíssimas para planear e construir estratégias de marketing personalizadas e mais eficientes. Sendo que quanto mais o destino conhece o turista e o potencial turista melhor será a sua estratégia de desenvolvimento e adaptação. Em suma, para o desenvolvimento do Geoturismo no território seria bastante vantajosa a adesão a esta tecnologia. **A título de exemplo, apresentam-se algumas sugestões de incorporação/utilização destes códigos:**

- Em toalhas/guardanapos de restaurantes/café, embalagens de produtos regionais tradicionais (doces/vinhos, etc.), que podem conduzir o utilizador diretamente ao mapa do Geoparque e até a lojas de venda direta/online.
- Nos **geossítios tendo em consideração os painéis explicativos**, que podem proporcionar uma geolocalização de outros geossítios ou do próprio utilizador, recorrendo a ferramentas de localização que permitem também atribuir o local a fotos a colocar em redes sociais, bem como introduzir uma interpretação digital do geopatrimónio ou ligar diretamente ao site do município onde se encontra o turista.
- Pode funcionar como uma **certificação de qualidade do *aspiring* Geoparque Oeste**: através da realização de um programa de certificação instituído pelas entidades que tutelam o território. O facto de algum produto ou serviço possuir um código QR do Geoparque, atestaria a sua qualidade. Seria assim também uma ferramenta de gestão qualitativa da oferta do *aspiring* Geoparque Oeste.

Ação 3: Criar a Plataforma digital VISITIGEOPARQUEOESTE

É fundamental aprofundar o investimento na área da comunicação turística para que o *aspiring* Geoparque Oeste possa ser acessível e competitivo face a outros produtos.

Tendo em consideração o panorama e as mudanças significativas nos hábitos de vida face à situação pandémica, estamos perante uma alteração relevante nas formas de compra dos

consumidores turísticos, sendo o meio digital cada vez mais destacado. A decisão de compra dos consumidores online é influenciada por comentários, opiniões e valorizações realizadas por outros consumidores, nomeadamente nas redes sociais. Estamos perante um modelo comunicacional que assenta nas fontes *offline* e *online*, em que os canais com maior poder de influência remetem para os comentários *online* existentes em pequenos grupos temáticos, ou seja a comunicação interpessoal em redes sociais. É essencial destacar que as novas tecnologias de informação, como as redes sociais, se afirmam como plataformas poderosas de fidelização de clientes, sendo responsáveis pela mudança de paradigma nas estratégias de comunicação do setor turístico. É notória a tendência do turista para organizar a sua própria viagem e itinerário, tal como a reserva de outros complementos, por exemplo, o alojamento e as experiências.

Por forma a otimizar a promoção e venda do território constituinte do *aspiring* Geoparque Oeste sugere-se o desenvolvimento da plataforma online denominada **EXPLORE Geoparque Oeste apenas direcionada para a promoção dos produtos turísticos do território**. Nesta plataforma *online* devem estar várias informações, organizadas nas línguas dos principais mercados turísticos deste território: português, inglês, espanhol e francês.

Podem ser disponibilizados diversos serviços:

- **Lista de eventos** futuros na região, **sugestões de itinerários de curta e de longa duração, promoções/ programas** tendo por base a altura do ano ou festividades (por exemplo, Dia dos Namorados);
- **Locais a visitar** consoante a temática e tendo em conta os produtos turísticos que o território tem para oferecer, identificados na parte IV – Plano de Marketing;
- **Atividades** que podem ser realizadas nas diversas áreas, como workshops, atividades físicas, piqueniques, passeios a cavalo, entre outras;
- Lista e **respetivos contactos de agentes locais e empresas de animação turística** que possam ser contactados de modo a auxiliar o turista na programação da sua viagem, podendo assim oferecer serviços "*handmade*", personalizados de acordo com as preferências do consumidor;
- **Loja online de produtos regionais**: vinhos, iguarias, doçaria, oferecendo também produtos exclusivos como por exemplo, cabazes personalizados e com produtos sazonais.

Ação 4: Conceber o Guia turístico

Deve proceder-se à execução de diversos materiais de promoção turística que para além da língua portuguesa sejam traduzidos em formato trilingue, tendo em atenção os mercados estratégicos, essencialmente para inglês, espanhol e francês. De referir que este território é constituído por diversos municípios, sendo, portanto, necessário observar se existem materiais nos diversos locais também nestes idiomas. Numa versão mais avançada sugere-se a tradução para a língua alemã, já que este mercado representa uma quota de procura mais diminuta, mas exponencial para os municípios da Região Centro. Numa primeira abordagem, especialmente na área da restauração seria imprescindível um auxílio na tradução das ementas. Esta medida deverá ser extensível à proposta da Plataforma digital EXPLORE Geoparque Oeste.

Ação 5: Requalificar e unificar os percursos pedestres existentes

A prática de pedestrianismo é identificada como uma das atividades de desporto de natureza e turismo ativo que mais participantes mobiliza e que mais potencial apresenta ao nível dos estilos de vida saudáveis e de sustentabilidade. Para que seja uma realidade é necessário reunir critérios de qualidade, de acessibilidade e de responsabilidade social. O pedestrianismo é uma das atividades desportivas de contato com a natureza mais populares do mundo, muito devido ao seu carácter inclusivo e acessível aos mais variados públicos-alvo. Considerando que a qualidade dos espaços recreativos e desportivos é fundamental para a existência de uma experiência satisfatória e que uma oferta de qualidade é a base da procura e aumento da visita

dos espaços naturais, a segurança destas atividades está também associada aos fatores de risco relacionados com o meio. Assim sendo é necessária uma gestão adequada dos espaços naturais onde se desenvolvem os percursos pedestres (Carvalhinho & Rosa, 2013). Os riscos ambientais, a qualidade do espaço físico, as infraestruturas de apoio, as restrições de caráter ambiental e as questões de segurança devem ser tidas em conta, não só na criação, como também na gestão de espaços recreativos e desportivos para que possam contribuir para melhorar a experiência dos visitantes e praticantes (Tovar, 2010). Um percurso pedestre sinalizado pode equiparar-se a uma instalação desportiva, implicando uma maior responsabilidade por parte de quem efetua essa marcação, bem como ao nível da sua gestão e manutenção (Tovar & Carvalho, 2010). O pedestrianismo encontra-se cada vez mais presente nos hábitos de lazer da população europeia, tendo assumido uma importância crescente também ao nível da revitalização de espaços, nomeadamente rurais, naturais e de montanha, onde novos produtos turísticos se apresentam como alternativa de desenvolvimento.

Associadas ao pedestrianismo temos diversas motivações, entre as quais se podem destacar: o contacto com a natureza, o bem-estar físico e a descoberta, características intrínsecas aos mercados de Turismo de Saúde e Bem-Estar e, sobretudo, de Turismo de Natureza, mercados com fortes perspetivas de crescimento. É de referir que os percursos pedestres podem surgir como forma de complementar a experiência num determinado destino, ao constituírem mais uma oferta de atividade em que o turista pode participar. No entanto, podem também assumir o papel principal no produto turístico, tornando-se o principal foco do turista e a razão fundamental da deslocação ao destino.

Tendo em consideração este panorama, o território do AGO apresenta uma multiplicidade de percursos em diferentes municípios, com diversos pontos de atração. Será muito importante a manutenção dos mesmos e a unificação/ligação de alguns percursos que permitam atravessar e conhecer os diversos municípios. Deve ser dada uma importância relevante à sinalização adequada e homologada destas atividades. Sugerem-se também outras interações supramunicipais que abranjam recursos comuns, como por exemplo, o desenvolvimento das rotas, tais como: dos moinhos e da água. Numa fase posterior seria interessante a implementação de placares informativos acerca de locais relevantes, bem como a implementação de um código QR que conduza o visitante à Plataforma digital EXPLORE Geoparque Oeste, deste modo este terá uma maior perceção do que ainda pode visitar na região.

Ação 6: Desenvolver Rotas Temáticas: Natureza/Geológico/ Científico/ Literário

De forma a satisfazer as exigências da procura turística na conquista de novas experiências, a atividade turística tem diversificado a sua oferta, apresentando produtos mais diversificados e intimamente ligados à autenticidade local. Assim, o Turismo Cultural tem vindo a conquistar o mercado turístico, com o surgimento de novos produtos como as rotas turísticas. As rotas são das práticas turísticas mais procuradas na vertente de Turismo Cultural, uma vez que oferecem ao turista temáticas de interesse e ao mesmo tempo simplificam o acesso a outras atrações ou locais. Assim, as rotas turísticas procuram facilitar a acessibilidade das deslocações e ao mesmo tempo a gestão de recursos, otimizando o tempo de estadia para que os visitantes possam desfrutar de uma experiência cada vez mais integradora e diferenciada.

Sugere-se a elaboração de várias rotas temáticas com foco no potencial equilíbrio entre o território litoral e mais interior do AGO. Pode avançar-se para uma rota que permita a intermodalidade dos transportes, podendo ser realizada de carro ou de bicicleta. No que respeita particularmente às rotas que apresentem um pendor mais científico devem ter-se em consideração diversos gaus de conhecimento, realizando programas distintos para o efeito.

Para a planificação destas rotas, pode seguir-se a seguinte metodologia: i) Definição da rota a

implementar; ii) Levantamento geográfico dos pontos turísticos de interesse e das condições de acesso aos mesmos, bem como a análise da sinalética e das condições da realização do percurso delineado.

Ação 7: Aplicar sinalética turística e patrimonial: coerente e idêntica

A implementação de sinalética turística de orientação, identificação e de interpretação tende a aumentar a atratividade dos destinos turísticos. Neste sentido, torna-se essencial a requalificação e implementação de sinalética. Seria aconselhável promover a elaboração de um projeto de sinalética integrada com imagem e conceito próprio que permita: criar as condições necessárias para a circulação eficaz dos turistas e dos visitantes; promover a divulgação e frequência turística e recreativa dos principais sítios turísticos; estimular a articulação entre os diferentes sítios turísticos; e orientar, no terreno, as principais rotas turísticas definidas (Ventura, 2010).

A principal finalidade da sinalização turística é guiar os turistas, auxiliando-os e direcionando-os para os destinos pretendidos. Neste sentido, segundo Pires (2013), de forma a garantir a sua eficácia, é necessário que a mesma seja criada e implementada assegurando a aplicação dos seguintes objetivos e princípios básicos I. Legalidade: cumprir o estabelecido no código de trânsito e na legislação rodoviária e turística em vigor; II. Visibilidade e segurança: deve ser visualizada e lida a uma distância que permita segurança e tempo suficiente para a tomada de decisão. III. Suficiência: fornecer as mensagens necessárias a fim de atender às mobilidades dos utilizadores e auxiliar a adaptação dos mesmos às diversas situações; IV. Continuidade e Coerência: assegurar a continuidade das mensagens até atingir o destino pretendido, mantendo coerência nas informações; V. Eficácia: garantir fácil acesso às atrações turísticas e serviços. A sinalética a aplicar nos diversos concelhos deve ser o mais homogénea possível, coesa e coerente em toda a região, tendo por base as principais atrações existentes na região (os diferentes produtos estratégicos), os serviços (alojamento, restauração, entre outros), tal como as infraestruturas relevantes. Esta sinalização pode ser desenvolvida numa ótica de destino inteligente (*smart destination*) e apresentar por exemplo também o código QR (obviamente em atrações à qual o turista tenha acesso pedonal).

Ação 8: Implementar sinalética específica para o AGO

Como já anteriormente descrito a sinalética facilita não só a mobilidade mais rápida e fácil do turista, mas demonstra também uma gestão atenta do próprio destino. A estratégia de sinalização deve ser iniciada com um levantamento criterioso das atrações existentes em cada localidade, identificando-se o potencial turístico e as condições oferecidas para o acolhimento do público-alvo. Em seguida, deve avaliar-se a distribuição na área a ser sinalizada, observando se os recursos estão dispersos ou concentrados, ou se as duas situações ocorrem. Posteriormente, deve proceder-se à hierarquização das atrações identificadas de acordo com critérios de: atratividade, atendimento e abrangência dentro do território do AGO. Nesse sentido, deve-se também ter em consideração o segmento de turismo promovido pelas atrações, orientando a seleção e a ordenação das mensagens nas placas de sinalização. Importa não esquecer que a implementação deste tipo de sinalização deverá ser conciliada com a sinalização rodoviária. Tendo em consideração as particularidades das diversas tipologias de atrações nestes seis municípios, será de extrema relevância a organização conjunta da atividade de implementação de sinalética, numa estreita ligação às propostas das estratégias de marketing integradas neste documento.

Além de melhorar a sinalética audiovisual e digital com uma imagem específica e apelativa produzida por designers, sugere-se também a colocação de um Portal/Ícone arquitetónico que identifique cada um dos territórios do AGO com uma linha gráfica padronizada que permita tirar fotos em diversos pontos da "rota" Geoparque Oeste. Esta medida irá cativar o turista a publicar

nas redes digitais os seus passos, contribuindo também para a promoção do território.

Ação 9: Constituir a equipa para qualidade na restauração e no AL (alojamento local)

Tendo em particular atenção a diversidade da oferta num território tão vasto, será essencial que a qualidade possa ser um foco de atenção permanente por parte dos gestores do AGO. É necessária uma cuidadosa aplicação de políticas e ferramentas de gestão da qualidade sobretudo do lado da oferta (Costa, 2011).

Por forma a garantir uma maior qualidade do destino sugere-se a criação de uma equipa de qualidade da restauração local. Deverão ser realizadas monitorizações por uma equipa composta por elementos das várias autarquias do território, a qual deve ter como missão fundamental um cariz de sensibilização, e não de fiscalização no setor da restauração, incentivando os proprietários a desempenhar cada vez um melhor papel. Sem esquecer a autenticidade dos produtos locais, deve tentar-se uma padronização de serviço sobretudo no que respeita a normas de conduta que conduzam e contemplem um bom acolhimento e desempenho por parte da restauração local. O AGO lançou já uma certificação que permite avançar neste sentido, o Prego Dourado, o qual faz uma clara alusão à importância da interligação do património natural e cultural e da gastronomia, tendo como objetivos essenciais além do destaque de estabelecimentos a promover nos materiais turísticos, o reconhecimento de diversos pratos.

A caracterização da oferta turística em termos de alojamento, através do mapeamento de estabelecimentos turísticos e alojamento local no território AGO, mostrando uma viagem no máximo de 15 minutos em veículo (Figura 24 e Quadro 16 e 17) até um qualquer geossítio, permite verificar a riqueza e variedade neste sentido. Assim, acrescenta-se a necessidade da criação de uma equipa semelhante à equipa da qualidade na restauração para o Alojamento Local (AL) da região.

Tanto a restauração, como o AL, devem ser encarados como parceiros podendo e devendo contribuir para a promoção, através da identificação com um logo específico.

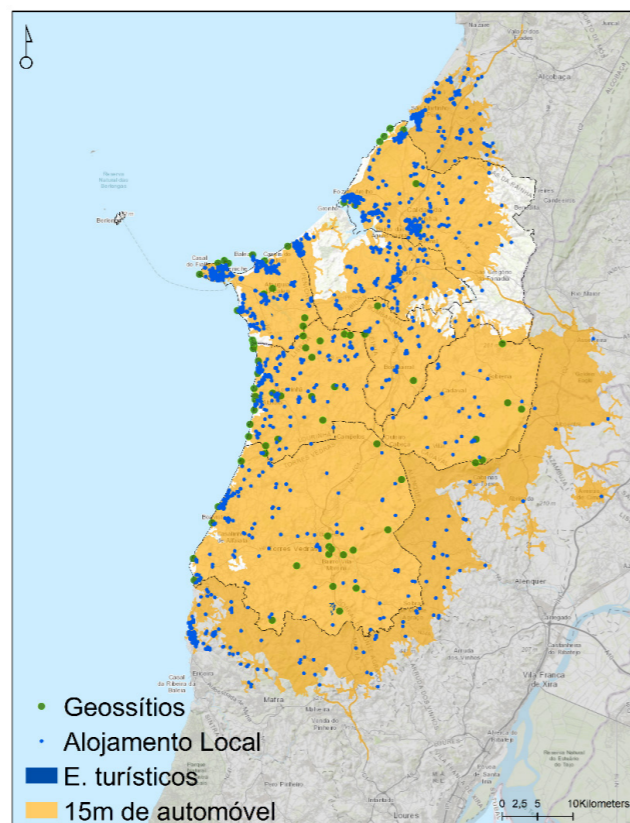


Fig. 24 - Mapeamento de estabelecimentos turísticos e alojamento local no território AGO

Tipologias de ET	N.º de Camas fixas/utentes
Agroturismo	228
Aldeamento Turístico	1 442
Apartamentos Turísticos	298
Casa de Campo	299
Hotel	3 951
Hotel Apartamento	82
Hotel Rural	192
Parque Campismo/Caravanismo	0
Pousada	48
Turismo de Habitação	161
Total Geral	6 701

Quadro 16 - Mapeamento de estabelecimentos turísticos no território AGO

Ação 10: Elaborar um portfólio para operadores turísticos/agências de viagens

Será necessária uma sólida organização quanto à promoção do território, também sugerida no plano de Marketing que integra este documento, focada na captação da atenção do turista. Para este efeito será essencial não descuidar o relacionamento com os operadores turísticos e as agências de viagens.

Assim, será relevante a elaboração de um dossier digital que detenha informação sobre os produtos turísticos dos concelhos num modelo muito próximo a um relatório SOQ (*Statement of Qualifications*), descrevendo desta forma as respetivas potencialidades e equipamentos de cada produto. Esta tipologia de documento permite a sintetização de informações acessíveis de forma fácil e de rápida leitura, com o objetivo de despertar o interesse para a busca de informação mais aprofundada e para o contacto com os operadores. Este relatório deve ser apresentado seguindo um design cuidado e apelativo, contendo imagens cativantes de cada um dos produtos turísticos.

Ação 11: Produzir a newsletter do AGO

A manutenção do envio de informação de forma periódica é bastante importante para o desenvolvimento de um projeto turístico, com estas dimensões e características. As newsletters são enviadas recorrentemente, com determinada periodicidade (mensal, semanal...). É possível segmentar e personalizar newsletters com facilidade. Um dos fatores a ter em conta com o envio deste veículo de informação é a especificidade do seu tema. Tendo como foco principal a temática do turismo seria imprescindível planear antecipadamente os assuntos a desenvolver, assim como a seleção dos destinatários. Se tivermos em consideração os operadores ou agentes de viagens, a informação a constar deverá ser obviamente diferente do que se quer a expor a um grupo de turistas interessados num percurso pedestre. A segmentação será facilitada aquando do funcionamento da plataforma digital com o código QR, a qual irá permitir uma melhor definição do perfil do turista. Numa fase posterior e após identificação dos públicos-alvo será de considerar a redação dos documentos em pelo menos dois idiomas. Um dos principais elementos a informar sobre as novidades turísticas do concelho devem ser, além da própria comunidade local, os diversos agentes do território AGO, os quais também podem ser chamados a contribuir para um envio mensal de promoções ou eventos especiais por parte das suas empresas. A disseminação deste documento permitirá também criar tráfego para sites e blogs.

Ação 12: Participar em feiras, conferências e organização de fam tours

As Feiras Turísticas são um dos veículos principais de promoção dos destinos turísticos (Vaz, 2001), não só para os visitantes do evento que têm o objetivo de compra de uma viagem, mas também para os profissionais, presentes na feira, ou que a visitam com o objetivo de negócio e avaliação da concorrência. Nas feiras os canais de comunicação e comercialização estão facilitados.

As experiências comportam grande importância para o desenvolvimento de um produto turístico. Neste sentido, uma das estratégias de promoção deve ser a realização de fam tours, que podem designar-se como viagens de familiarização e se constituem como ações publicitárias voltadas para a divulgação de um destino. Devem ser convidados a visitar o território do AGO diversos operadores turísticos e agentes de viagens, jornalistas, figuras públicas, bloggers, cineastas/produtores de TV (os filmes e séries revelam-se de grande importância para a promoção de um destino) e parceiros internacionais com objetivo da partilha de boas práticas. A organização deste tipo de visitas pode ser considerada dispendiosa, mas com a colaboração dos agentes

Alojamento local	N.º de Camas fixas/utentes
Apartamentos	7859
Estabelecimento Hospedagem	3 434
Estabelecimento Hospedagem Hostel	1305
Moradia	10 091
Quartos	315
Total Geral	23 004

Quadro 17 - Mapeamento de alojamento local no território AGO

do destino pode conseguir-se transmitir o potencial de uma localidade que se deseja lançar turisticamente no mercado.

Ação 13: Produzir um manual de boas práticas para o desporto e atividades turísticas

A gestão de um determinado destino não pode ser eficiente sem o contributo de todos: agentes locais, entidades públicas e privadas, a comunidade local e os próprios visitantes. É, portanto, realmente importante a existência de uma gestão participada e partilhada. Um Manual de Boas Práticas pode representar uma ajuda preciosa neste contexto. Este tipo de documento estabelece um conjunto de regras e práticas que garantam a segurança e a qualidade de determinados serviços.

Como descrito na caracterização do território do AGO, existem diversos recursos naturais propensos à prática de uma panóplia de atividades desportivas e turísticas, desde os percursos pedestres, aos desportos de deslize, ao parapente, à espeleologia, entre outros.

Será determinante adotar uma posição de salvaguarda dos recursos e dos praticantes, tendo uma clara noção da implementação de práticas de gestão do risco. Sugerem-se as seguintes ações:

- Formar adequadamente os profissionais das empresas de animação turística;
- Aumentar a variedade de visitas guiadas e a realização de pacotes de atividades recorrendo a empresas;
- Disponibilizar informações em formato painel informativo e/ou código QR à entrada de grutas ou no acesso a escarpas e arribas de interesse fósil, por exemplo;
- Criar Postos SOS nos diversos percursos existentes (semelhantes aos que existem nas autoestradas).

Ação 14: Instituir a figura de “Embaixadores” do território AGO

Tendo a noção da extrema relevância das tecnologias digitais, pode afirmar-se que os *social media* tornaram-se no canal mais importante de comunicação do século XXI. Estes meios digitais desempenham um papel importante nas estratégias de marketing, nomeadamente na integração de líderes de opinião (*influencers*) enquanto embaixadores e influenciadores de produtos e serviços. É possível afirmar que na área do turismo, os *social media* desempenham um papel cada vez mais importante, tanto do lado da oferta, como do lado da procura. Um influenciador corresponde a alguém que pode impactar as práticas e ideias de outros indivíduos, a partir da transmissão de uma mensagem acerca de qualquer tema, ou seja, será alguém que tem a capacidade de persuadir o comportamento e atitude de outros através do que comunica ou do seu próprio comportamento. No que respeita à atividade turística, os *influencers* podem ser considerados como os novos guias de viagens. Torna-se evidente que a informação que os líderes de opinião proporcionam afeta diretamente as decisões de compra dos consumidores o que necessariamente impulsiona o consumo dos produtos/serviços recomendados. Será importante realizar uma escolha atenta dos embaixadores do AGO por forma a atingir diferentes tipos de público-alvo.

Ação 15: Conceber o programa de formação para guias turísticos oficiais do AGO

Os guias turísticos acabam muitas vezes por ter a responsabilidade de representar toda uma comunidade de agentes daquele destino, sendo por isso bastante importante a formação de guias oficiais do AGO. A AGEO tem vindo a realizar um trabalho extremamente importante no que respeita à recolha de informação, desta forma pode afirmar-se que a base já existe.

Poderá optar-se pela existência de diversos graus de aprofundamento. É significativamente diferente realizar uma visita técnica na ótica do turismo científico ou uma visita educativa para

alunos do ensino secundário. O importante é que estes guias possam ser certificados pelo território, para que possam atuar como excelentes embaixadores do mesmo. Para alavancar a eficiência destes programas sugere-se a necessidade da criação de protocolos com entidades de formação profissional turísticas e/ou instituições do ensino superior, para que seja criada uma oferta formativa verdadeiramente profissional. Seria significativo também a potencial envolvimento da comunidade local, através da criação de um programa de visitas guiadas com autóctones, os quais são também portadores de histórias que caracterizam a paisagem.

Ação 16: Criar a linha de produtos de promoção turística do AGO

Comumente indicados como produtos de *merchandising*, os souvenirs que se podem comprar no destino acabam efetivamente por fazer uma ativação/posicionamento da marca do destino no mercado. Os turistas/visitantes gostam de ter alguma recordação física da sua viagem, servindo esta muitas vezes também como presente, o qual pode despoletar o interesse de potenciais visitantes.

Desta forma, revela-se de extrema importância a oferta de produtos que possam ser adquiridos e que reportem ao destino do AGO. Será imprescindível a realização de um estudo de *brand awareness* do destino. Este conceito é um termo geral que descreve quão familiarizados os consumidores estão com uma marca ou com os seus produtos. Simplificando, a notoriedade da marca é a medida de quão memorável e reconhecível uma marca é para seu público-alvo (Gustafson & Chabot, 2007). Assim, será possível identificar que artigos poderão ser desenvolvidos, tendo em atenção um design cuidado, com vista a tornar o produto de *merchandising* autêntico e representativo, traduzindo-se habitualmente em: canetas, livros, agendas, toalhas de praia, chapéus, t-shirts, sacos de pano, entre outros.

Ação 17: Instituir uma rede colaborativa local

Para que um destino turístico se possa desenvolver de forma sustentável e coesa, é decisiva a existência de uma ligação entre os diversos agentes locais, de modo que estes possam participar nas decisões intrínsecas ao setor turístico, sendo imprescindível a colaboração entre os setores público e privado. O produto turístico é caracterizado como sendo um composto, isto é, necessita de diversos serviços complementares que só funcionando em conjunto podem satisfazer as necessidades dos turistas. Assim, torna-se possível afirmar que o setor do turismo necessita que o funcionamento em simultâneo de diversos serviços seja eficiente, sendo que se torna essencial para o desenvolvimento do mesmo, por exemplo o alojamento, a restauração, transporte, entre outros.

Um dos Eixos Estratégicos da Estratégia Turismo 2027 (ET2027) consiste precisamente em “Gerar Redes e Conectividade”, sendo uma das linhas de atuação deste eixo o “Mobilizar o trabalho em rede e a promoção conjunta entre os setores, consagrados e o apoio a iniciativas de (...) redes colaborativas e de consórcios, que contribuam para a afirmação dos ativos estratégicos turísticos nacionais e/ou concorram para reforçar a competitividade e a internacionalização do Destino Portugal”. Desta forma, sugere-se o desenvolvimento de uma Rede Colaborativa Local que agregue agentes turísticos e entidades públicas e privadas, com o principal intento de desenvolverem ações e concertarem estratégias de estruturação e promoção dos produtos turísticos existentes.

Esta tipologia de associação de agentes é caracterizada com diversos predicados como: detém um foco temático; a sua base territorial corresponde a um território único e os agentes integrados correspondem àqueles que atuam no local. Redes Colaborativas Locais “são sistemas organizacionais capazes de reunir indivíduos e instituições, de forma democrática e participativa, em torno de objetivos e/ou temáticas comuns. Estruturas flexíveis e cadenciadas, as redes estabelecem-se por relações horizontais, interconexas e em dinâmicas que supõem o trabalho colaborativo e participativo.” (Olivieri, 2002).

A Rede Colaborativa Local do AGO, deverá integrar membros de diversas áreas que compõem o setor turístico, como por exemplo, alojamento, operadores turísticos, restauração e animação turística, bem como a incorporação de diversos membros do setor público. Desta forma todos eles juntamente com representantes das diversas autarquias locais serão coresponsabilizados por decisões estratégicas. Sugere-se que o AGO tome a iniciativa e liderança da mesma, convidando os agentes locais a participar. Depois da estruturação do funcionamento da rede, seria aconselhável a realização de eleições para a escolha da liderança do processo, selecionada entre os membros da rede. Será aconselhada uma liderança partilhada e de horizontalidade.

O funcionamento desta rede deverá ser avaliado anualmente através da elaboração de um sistema de apreciação adequado, onde se possa averiguar o cumprimento dos objetivos traçados. Sugerem-se algumas potenciais ações:

- Desenvolver ações de *networking*;
- Criar o Fórum Anual do Geoturismo;
- Incentivar o empreendedorismo no setor do Turismo;
- Estimular a coesão das empresas de Animação Turística.

Ação 18: Investir em Patrocínios

Um patrocínio deve ser observado como um investimento (Maestas, 2009). É imprescindível que a marca do AGO passe a ter visibilidade para que desperte o interesse num potencial visitante. O patrocínio de eventos constitui-se como uma ferramenta estratégica de comunicação e vendas (Bezerra,2011), portanto considera-se uma boa aposta realizar um inventário de eventos realizados no território do AGO, para que se possam realizar opções estratégicas de investimento. Seria importante que os diversos municípios que formam este território possam também considerar esta estratégia e permitir que alguns dos seus eventos tenham o selo AGO, por exemplo: BTT Cesaredas, Trail Montejunto, Travessia a nado Peniche-Berlengas, entre outros.

Ação 19: Criar o Passaporte dos Geossítios

Os passaportes turísticos são cada vez mais uma tendência, aliando a vontade de visitar ao facto de se poder adquirir uma recordação quase instantânea do local visitado.

A ideia será a de desenvolver um passaporte que possa conter as coordenadas dos principais geossítios identificados como atrações turísticas e que nesse local possa ser carimbado o passaporte.

Para que este documento possa ser realmente promotor da visitação ao território deverão existir vantagens para os aderentes, como por exemplo, pequenos descontos na compra de produtos locais em lojas aderentes e em refeições em restaurantes. O passaporte deverá estar disponível nos postos de turismo de cada autarquia.

ENQUADRAMENTO ESTRATÉGICO

O planeamento estratégico deve ter como principal foco o cliente (Kotler *et al.*, 2010). Como tal, as estratégias de marketing visam entender o público-alvo de forma a oferecer produtos e serviços que vão ao encontro das suas necessidades. Nesse sentido, os geoparques por definição são territórios singulares sendo fundamental que a sua estratégia de promoção assente nesses fatores diferenciadores. De forma, a concretizar os pilares estratégicos devem ser definidas as táticas ao nível do produto, da marca e do mercado, bem como dos segmentos e do posicionamento, servindo assim de base para a materialização dos objetivos de marketing e para a estratégia de distribuição e comunicação.

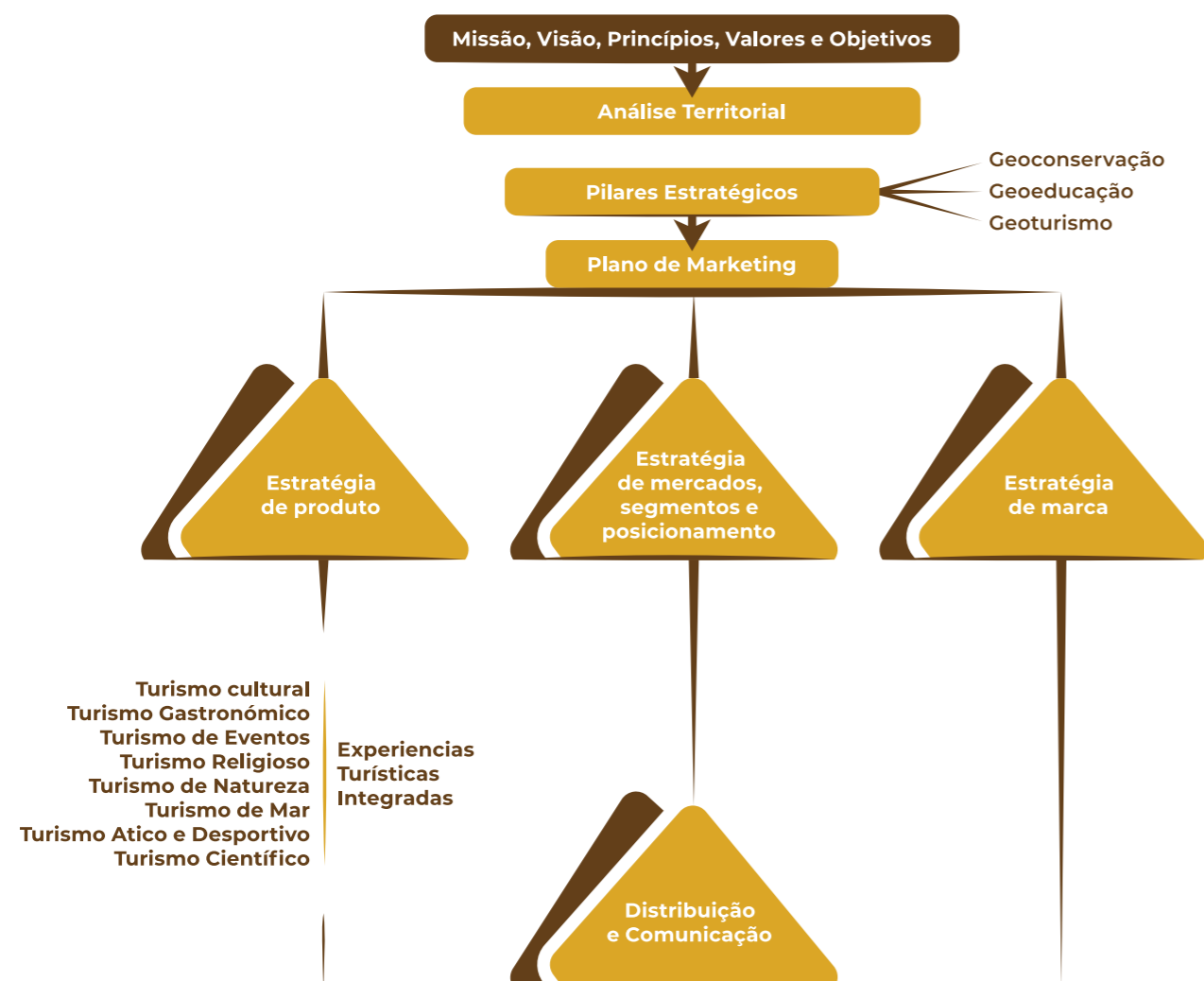


Fig. 25 - Enquadramento estratégico

De acordo com o fluxograma anterior (Figura 25), no que concerne ao plano de marketing, devem ser definidas as estratégias a adotar ao nível do produto, marca, mercados, segmentos e posicionamento, constituindo assim o suporte para a distribuição e comunicação. Desta forma pretende-se atingir os objetivos estratégicos, materializando os pilares estratégicos definidos (Figura 26).

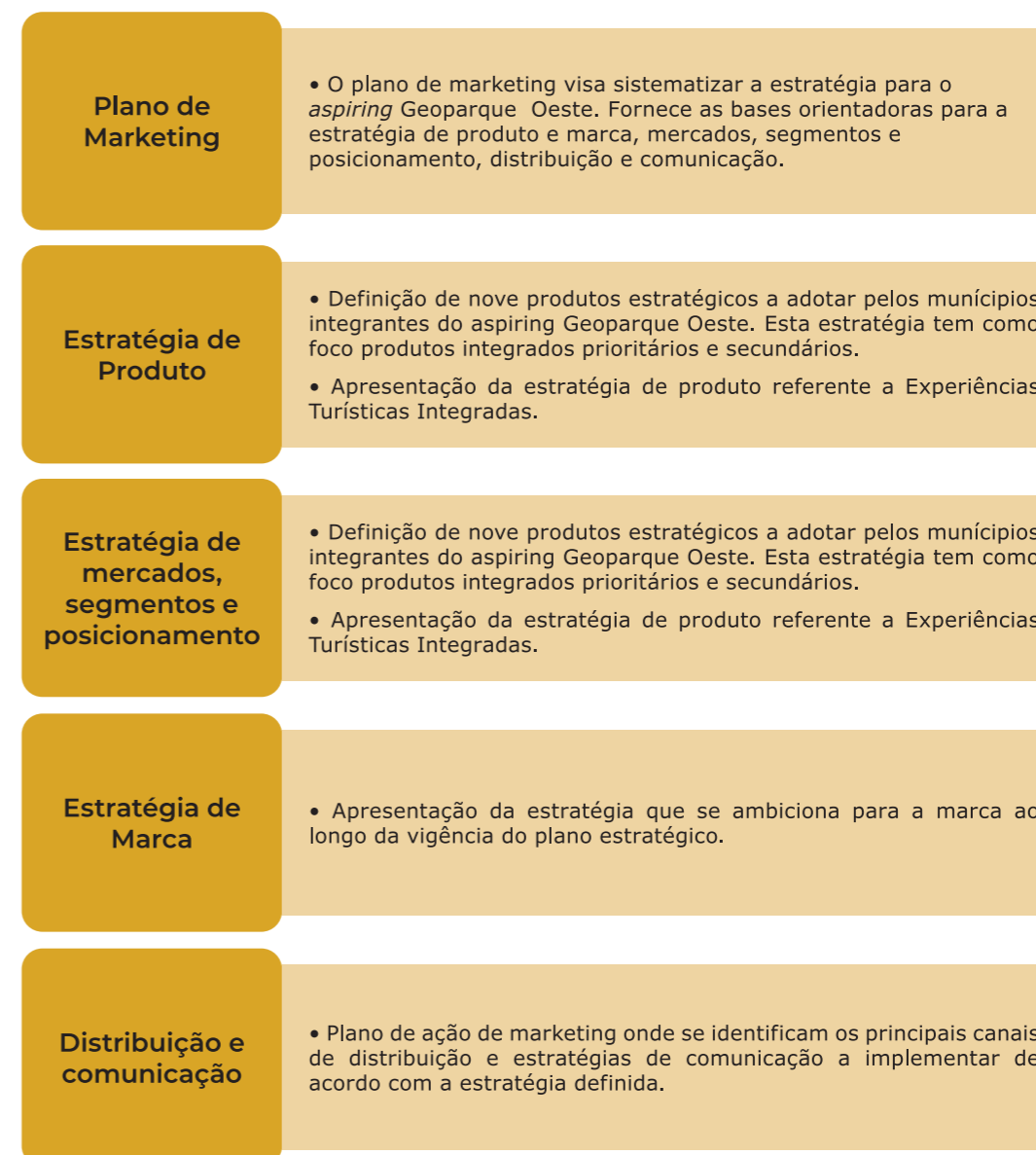


Fig. 26 - Estruturação do Plano de Marketing

ESTRATÉGIA DE PRODUTO E MARCA

a) ESTRATÉGIA DE PRODUTO

O *aspiring* Geoparque Oeste apresenta uma oferta bastante diversificada de produtos turísticos, englobando oferta turística na área do turismo cultural, turismo gastronómico, turismo de eventos, turismo religioso, turismo de natureza, turismo de mar, turismo ativo e desportivo, turismo científico e turismo de negócios (Figura 27).

➤ O pilar estratégico **Turismo Cultural** engloba um leque muito diversificado de recursos com elevada relevância geológica, paleontológica e cultural. Este pilar apresenta uma importância fundamental para o reforço e consolidação da relevância e atratividade turística da região

do *aspiring* Geoparque Oeste. Paralelamente, este pilar estratégico evidencia um potencial significativo por explorar, apoiado nas características diferenciadoras do território.

› O **Turismo Gastronómico**, enquanto pilar estratégico regional, contempla um conjunto de produtos distintivos integrados na oferta turística da região.

› O **Turismo de Eventos**, incorpora um conjunto de eventos temáticos, como é o exemplo do Carnaval de Torres Vedras, que atuam como importante fator potenciador das atividades turísticas na região.

› O pilar estratégico **Turismo Religioso** incorpora a oferta de um importante património cristão e património judaico, como é o exemplo da rota das judiarias.

› O pilar estratégico **Turismo de Natureza** da região do *aspiring* Geoparque Oeste inclui um conjunto distintivo e diversificado de recursos naturais (serras, praias, arribas, grutas, entre outros) com elevada capacidade para atração de visitantes.

› No pilar estratégico do **Turismo de Mar**, a região do *aspiring* Geoparque Oeste, enquanto orla costeira de excelência, com elevado potencial para a prática de surf, combina a oferta do produto sol e mar, com a oferta de desportos e atividades náuticas diversificadas.

› A diversidade e riqueza dos recursos naturais presentes na região propiciam a estruturação do pilar estratégico do **Turismo Ativo e Desportivo**, englobando atividades diversas desde passeios pedestres, atividades de orientação, atividades equestres, observação de aves, observação astronómica, espeleologia, entre outras.

› O pilar estratégico do **Turismo Científico** incorpora um conjunto de atividades educativas e de investigação que poderão ser desenvolvidas em espaços educativos próprios (museus, centros de interpretação), em espaços exteriores “no terreno”, através de visitas guiadas, saídas de campo/visitas de estudo e percursos pedestres ou em sala de aula. Este pilar estratégico é fundamental para a promoção da Geoeducação, através do desenvolvimento de ações de sensibilização ambiental, de proteção de recursos e de promoção da sustentabilidade, oficinas ambientais, visitas de estudo, atividades online, apresentações em sala de aula, desenvolvimento de projetos e concursos com o envolvimento da comunidade escolar, workshops, ateliês, *peddy papers*, ações de formação, palestras e exposições.

› O **Turismo de Negócios** constitui um pilar estratégico ainda em desenvolvimento, podendo o seu crescimento ser impulsionado com a potenciação do valor do território enquanto local de acolhimento de *meetings industry*, feiras setoriais, eventos internacionais e atividades de *team building*.

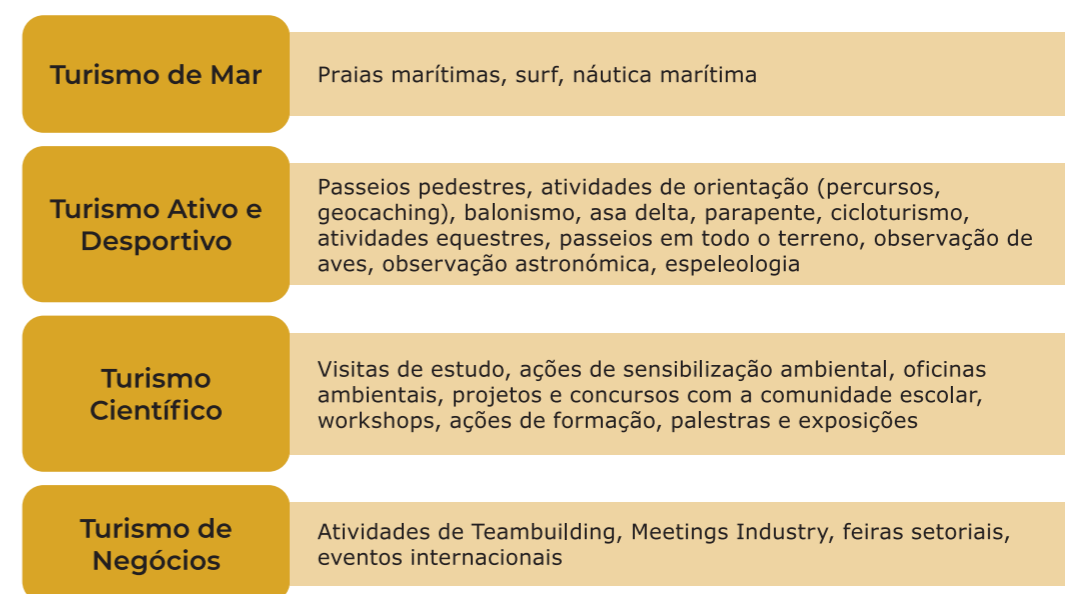


Fig. 27 - Pilares estratégicos para a oferta de produtos turísticos da região do *aspiring* Geoparque Oeste

A oferta turística da região do *aspiring* Geoparque Oeste é bastante diversificada (Figura 28). A riqueza **cultural, histórica e patrimonial** da região do AGO é visível no pilar estratégico do Turismo Cultural que engloba um conjunto bastante vasto e diversificado de geossítios com elevada relevância geomorfológica, paleontológica, petrológica/estratigráfica, geológica tectónica, cultural e de dinâmica holocénica, onde se incluem exemplos como o Cabo Carvoeiro, Ponta do Trovão, Papôa, Baleal, Consolação, Paimogo-Caniçal, Porto Dinheiro, Vale Tifónico de Maceira, Castro do Zambujal, Vale do Rôto, Gruta Nova da Columbeira, Gruta da Lapa do Suão, Castro da Columbeira, Santa Cruz e Praia Azul. A Rota histórica da linha de Torres, a Rota dos Moinhos do Oeste ou a Rota Bordaliana contribuem também para acentuar a riqueza e diversidade do património histórico e cultural da região. Na vertente de **saúde e bem-estar** o Hospital Termal das Caldas da Rainha, assume um importante papel na captação de segmentos de mercado que procuram a prevenção de doença, reabilitação, saúde terapêutica, *wellness* e *medical spa*, incluindo tratamentos de beleza e a vertente lúdica.

A região destaca-se pela **Gastronomia** tradicional e distintiva, onde merecem particular relevância o enoturismo (Quinta dos Loridos- Buddha Eden Park e Quinta do Sanguinhal, entre outros), bem como a gastronomia local à base de peixe e mariscos, e a doçaria tradicional. Neste âmbito, importa referir o Programa Prego Dourado, promovido dentro da área de ação do AGO, que alia o património, a gastronomia e os produtores locais. Este programa visa estimular a ligação entre o património geológico e cultural do território e as tradições gastronómicas locais.

O pilar estratégico **Turismo de eventos** incorpora diversos eventos que contribuem para a dinâmica cultural da região, incluindo, entre outros, o Carnaval de Torres Vedras e os variados eventos promovidos no âmbito da agenda cultural intensa do concelho das Caldas da Rainha.

O pilar estratégico **Turismo religioso** contempla a oferta de um importante património cristão e património judaico, onde se incluem o Santuário da Nossa Senhora dos Remédios em Peniche, a Capela de Nossa Senhora das Neves no Cadaval, a Igreja de Nossa Senhora do Pópulo nas Caldas da Rainha, a Igreja de Santa Maria do Castelo na Lourinhã, a Igreja Paroquial do Santíssimo Salvador do Mundo no Bombarral, Igreja e Convento de Nossa Senhora da Graça, Igreja de Santa Maria do Castelo e a Rota das Juidarias em Torres Vedras.

Na região do AGO, o pilar estratégico **Turismo de Natureza** engloba recursos naturais de grande valor e elevada diversidade como a Lagoa de Óbidos, a Serra de Montejuento, as Serras

do Socorro e da Archeira, a Serra de Todo o Mundo e a Serra do Bouro, o Planalto das Cesaredas, sistema dunar e praia de Salir do Porto e reservas naturais locais, como o Paul da Tornada.

No pilar estratégico **Turismo de Mar**, a região do AGO, destaca-se enquanto orla costeira de excelência para a prática de surf e outros desportos e atividades náuticas, com destaque para a *World Surf League* (Peniche), bem como na oferta do binómio sol e mar com praias de reconhecida qualidade, entre as quais o Baleal, Consolação, Foz do Arelho, Santa Cruz, entre muitas outras.

O pilar estratégico do **Turismo ativo e desportivo** engloba um conjunto de atividades bastante diversificadas como atividades de orientação, passeios pedestres, atividades equestres, *birdwatching*, golfe, desportos náuticos, ecovias e ecopistas, escalada e espeleologia, entre outros.

O pilar estratégico **Turismo científico** região do AGO incorpora um conjunto de espaços museológicos e centros de interpretação de elevada relevância, onde se incluem o Museu da Lourinhã, o Dino Parque na Lourinhã, o Centro de Interpretação das Linhas de Torres, Centro de Interpretação da Batalha do Vimeiro, Centro de Interpretação da Comunidade Judaica, Museu Municipal Leonel Trindade, Museu Municipal do Bombarral, Museu Municipal de Peniche – Museu da Resistência, Museu da Renda de Bilros, Museu de Serra d’El Rei D. Pedro I, Centro Interpretativo da Atouguia da Baleia, Museu José Malhoa, Museu da Cerâmica, Casa Museu São Rafael, Museu Leopoldo de Almeida, entre outros.

O pilar estratégico **Turismo de negócios** engloba um conjunto de eventos de negócios (*meetings industry*, congressos, feiras setoriais, entre outros), com elevado contributo para a projeção nacional e internacional do território e para a diminuição da sazonalidade turística na região.

TURISMO CULTURAL

- Património Paleontológico e/ou Geológico:
 - Paimogo-Caniçal, Praia de Vale de Pombas, Porto Dinheiro, Pedreira da Barranca, Praia da Peralta e Praia de Porto de Barcas (Lourinhã).
 - Cabo Carvoeiro, Gruta da Furninha, Ponta do Torvão, Papôa, Baleal, Pedras Muitas, Consolação e Forte da Praia da Consolação (Peniche)
 - Salir, Salir do Porto, Jazida do Bouro I em Pedras Negras e Jazida do Bouro II em Casal do Biqueirão (Caldas da Rainha)
 - Santa Cruz, Praia Azul, Cambelas, Santa Rita e Praia da Assenta, Vale Tifónico da Maceira (Torres Vedras)
- Património Geomorfológico e Cultural do Vale do Rôto — Gruta Nova da Columbeira, Gruta da Lapa do Suão, Castro da Columbeira, Outeiro de São Mamede (Bombarral e Lourinhã)
- Forte de Paimogo, Moinhos de Vento em Pinhôa, Ermida e Estação Arqueológica na Serra do Socorro, Forno de Cal da Ventosa; Forno em Pedra Currais do Mato (Lourinhã)
- Dino Parque (Lourinhã)
- Real Fábrica do Gelo, Castro de Pragança, Calçada dos Frades (Cadaval)
- Buddha Eden Garden (Bombarral)
- Castro do Zambujal (Torres Vedras)
- Castelo de Torres Vedras
- Rota Histórica das Linhas de Torres
- Rota Bordaliana, Cerâmica Artística e Bordados (Caldas da Rainha)
- Rota dos Moinhos do Oeste

TURISMO GASTRONÓMICO

- Enoturismo, provas de vinho
- Autenticidade da gastronomia local (peixe e marisco, caldeirada, ensopado de enguias, bacalhau à lagareiro, cozido à portuguesa, mel da serra de Montejunto, queijos de Montejunto, ...)
- Doçaria (areias brancas, bolo de pera rocha, pão-de-ló, cavacas das Caldas, beijinhos, trouxas de ovos, gorrões do palácio, papos de anjo, mimosos, pastel de feijão, compotas, bolos tradicionais)

TURISMO DE EVENTOS

- Carnaval de Torres Vedras
- Feira do Cavalo Oeste Lusitano, Caldas Late Night, Festival de Marisco, OesteFest, Festas da Cidade, Festival Ofélia, Expotur (Caldas da Rainha)
- Festa das Adiafas (Cadaval)
- Festival do Vinho Português, Feira Nacional da Pera Rocha (Bombarral)
- Procissão do Mar, Ateliês de verão de Renda de Bilros, Mostra Internacional da Renda de Bilros, Carnaval de Verão (Peniche)
- Festa em Honra de Nossa Senhora dos Anjos (Lourinhã)
- Recriação histórica noturna da Batalha do Vimeiro

TURISMO RELIGIOSO

- Santuário da Nossa Senhora dos Remédios, Igreja de S. Pedro, Igreja da Misericórdia, Igreja de S. Leonardo, Igreja de Nossa Senhora da Conceição (Peniche)
- Capela de Nossa Senhora das Neves (Cadaval)
- Igreja de Nossa Senhora do Pópulo (Caldas da Rainha)
- Rota das Judiarias - Torres Vedras
- Igreja e Convento de Nossa Senhora da Graça, Igreja de Santa Maria do Castelo, Igreja de S. Pedro, Igreja de Santiago, Igreja de Nossa Senhora da Misericórdia (Torres Vedras)
- Igreja do Castelo (Lourinhã)
- Igreja Paroquial do Santíssimo Salvador do Mundo (Bombarral)

TURISMO DE NATUREZA

- Serra de Montejunto
- Lagoa de Óbidos
- Reserva Natural Local do Paul da Tornada (Caldas da Rainha)
- Sistema Dunar e praia de Salir do Porto (Caldas da Rainha)
- Património Natural do Baleal (Peniche)
- Parque D. Carlos I e Mata Rainha D. Leonor (Caldas da Rainha)
- Património natural do Baleal
- Vale da Cornaga (Lourinhã)
- Arribas litorais da praia de Paimogo-Caniçal e da praia da Peralta (Lourinhã)
- Arriba de praia e sistema dunar da Praia Azul, arriba litoral de Cambelas, Penedo do Guincho e Alto da Vela em Santa Cruz, Serras do Socorro e Archeira, Serra dos Cucos (Torres Vedras)
- Serra de Todo o Mundo e Serra do Bouro
- Planalto das Cesaredas

TURISMO DE MAR

- Peniche (*World Surf League*)
- Santa Cruz Ocean Spirit (Torres Vedras)
- Praias da costa Oeste (praia do Baleal, Consolação, Cova da Alfarroba, Gamboa, Medão-Supertubos, Peniche de Cima, Porto da Areia Sul, S. Bernardino, Foz do Arelho, praia do Mar, Areia Branca, Peralta, Porto Dinheiro, Valmitão, Paimogo, Caniçal, Guincho, Santa Cruz, praia Azul, Santa Helena, Santa Rita, Porto Novo, Navio, ...)

TURISMO ATIVO E DESPORTIVO

- Atividades de orientação
- Passeios pedestres
- Atividades equestres
- Passeios em todo o terreno
- *Birdwatching*
- Observação astronómica
- Lagoa de Óbidos (desportos náuticos)
- Golfe
- Ciclovia da Estrada Atlântica
- Ecovias e ecopistas
- Parapente, asa delta
- Escalada
- Espeleologia
- Surf
- Pesca desportiva, mergulho e outros desportos náuticos



Fig. 28 - Oferta turística da região do *aspiring* Geoparque Oeste por pilares estratégicos
 Nota: Exemplos de oferta turística da região. Não exaustivo.

A identificação e organização dos produtos turísticos da região do *aspiring* Geoparque Oeste deve potenciar as características únicas e distintivas da região, explorando a complementaridade da oferta. Deste modo, importa não só apostar na valorização dos elementos diferenciadores de cada sub-região, mas também reforçar o valor e potencial turístico da região como um todo (Figura 29).

Em termos metodológicos importa estruturar, potenciar, valorizar e promover:

- › **Produtos Turísticos Integrados Prioritários**, com elevada relevância histórica, cultural, natural, científica e/ou educacional.
- › **Produtos Turísticos Integrados Secundários**, com características patrimoniais únicas e diferenciadoras que possam potenciar a complementaridade de oferta face aos produtos turísticos integrados prioritários.
- › **Experiências Turísticas Integradas** assentes na valorização de uma oferta complementar, combinada e articulada entre os produtos turísticos integrados da região.

O património geológico, paleontológico, histórico e cultural distintivo, a par da riqueza e diversidade de outros recursos naturais da região constituem ativos diferenciadores que formam a base da oferta turística da região. Os produtos turísticos relacionados com a gastronomia, eventos artístico-culturais, desportivos e de negócio, atividades de promoção da saúde e bem-estar constituem um conjunto de ativos que enriquecem a experiência turística da região, acrescentando valor à oferta turística integrada do território. A valorização turística dos recursos únicos e diferenciadores da região necessita de ser alavancada por uma estratégia de desenvolvimento sustentável de promoção integrada dos recursos, produtos e serviços turísticos, assente nos princípios e valores subjacentes à identidade da marca regional. A promoção integrada do património regional com elevado valor histórico, natural, paisagístico e cultural da região deve ser apoiada pela qualificação e definição de percursos integrados, rotas temáticas e eventos que conjuguem e explorem sinergias intermunicipais (Figura 30).

Deste modo, a estratégia de produto do *aspiring* Geoparque Oeste terá de ser articulada com os eixos de desenvolvimento de **Geoconservação**, valorizando o património geológico, de Geoeducação, fomentando a interação com a sociedade e de Geoturismo, promovendo o desenvolvimento e a sustentabilidade.

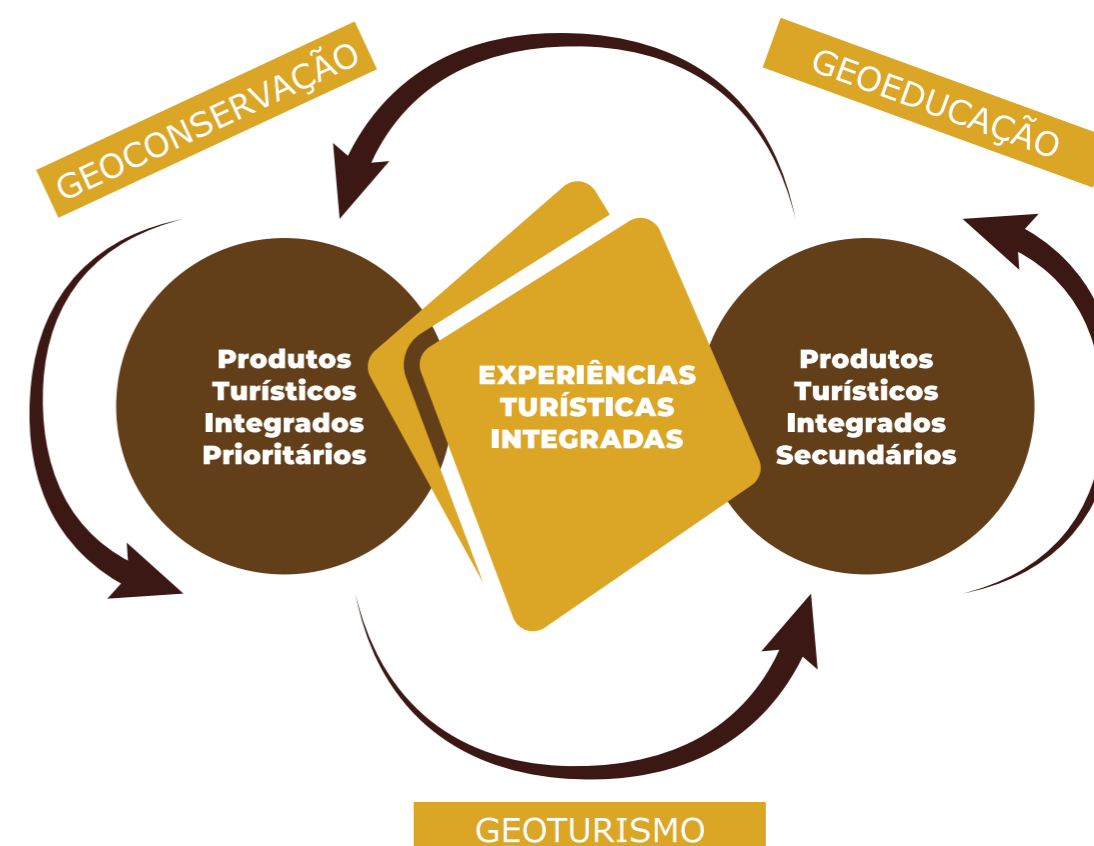


Fig. 29 - Estruturação de Produtos Turísticos e Experiências Turísticas Integradas

	Produtos Turísticos Integrados Prioritários	Produtos Turísticos Integrados Secundários
Turismo Cultural	Património geológico e paleontológico Património cultural e material Rotas temáticas	-
Turismo Gastronómico	Gastronomia e Enoturismo	-
Turismo de Eventos	Carnaval, festivais e festas	Outros eventos e festas populares
Turismo Religioso	Património Cristão e Judaico	-
Turismo de Natureza	Serras e reservas naturais Praias marítimas	-

	Produtos Turísticos Integrados Prioritários	Produtos Turísticos Integrados Secundários
Turismo de Mar	Praias da costa Oeste Surf	Outros desportos náuticos
Turismo Ativo e Desportivo	Passeios pedestres, atividades de orientação, ecovias e ecopistas, atividades equestres, birdwatching, golfe, espeleologia	-
Turismo Científico	Visitas de estudo, projetos e concursos, workshops, ações de formação, palestras e exposições	-
Turismo de Negócios	Congressos, eventos	-

Fig. 30 - Estratégia de Produto por Pilares Estratégicos e Produtos Turísticos

b) EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS INTEGRADAS

O território do *aspiring* Geoparque Oeste possui um conjunto de **fatores diferenciadores**, designadamente um **património de elevada relevância geológica internacional** com foco no Período Jurássico, **um património de acentuada importância histórica e culturalmente diversificado** e um **património natural alargado e diferenciado**, potenciando a oferta de atividades relacionadas com a natureza, mar, saúde e bem-estar.

A oferta turística da região do AGO deverá ser potenciada através da promoção de **experiências turísticas integradas e diferenciadoras**, que contribuam para a afirmação da região como um destino coeso, com um conjunto diversificado de produtos turísticos com elevado valor patrimonial histórico, geológico, paleontológico, cultural e biológico. A oferta combinada e articulada de produtos turísticos de excelência e inovadores, deverá transmitir uma identidade regional que combine a história, património e cultura dos concelhos da região, estimulando o cross-selling e a coesão territorial, e visando sempre a promoção do desenvolvimento e da sustentabilidade (Figura 31).

O **reforço da criação e desenvolvimento de percursos e roteiros integrados** que incluam todos os municípios da região do AGO, com vista a promover o conhecimento e a valorização do património natural, histórico e cultural poderá atenuar a sazonalidade turística e alavancar a criação de uma marca turística forte da região. A oferta de experiências turísticas integradas deverá resultar da efetiva cooperação e da exploração de sinergias entre parceiros e agentes locais, do incentivo à formação turística e de valorização dos recursos do território, constituindo uma oportunidade para projetar a região enquanto destino turístico, não apenas a nível nacional, mas também a nível europeu e internacional.



Fig. 31 - Experiências Turísticas Integradas

Os concelhos do AGO possuem fortes aptidões e recursos complementares, que possibilitam o desenvolvimento harmonioso e coerente de produtos e experiências turísticas integradas diferenciadoras, fortemente apoiadas nos valores geológicos existentes e na riqueza e diversidade do património geológico, histórico, cultural e natural.

O AGO oferece um conjunto de programas turísticos bastante rico e diversificado de vertente cultural, incluindo os programas "Arte do Homem e da Natureza", "As Invasões Francesas no Território do Geoparque", "Castelo de Torres Vedras", "Dino Parque", "Dino Parque e Museu da Lourinhã", "Artes no Oeste", "Bordallo Pinheiro por terras das Caldas da Rainha", "Descobrimos detalhes da Guerra Peninsular - Torres Vedras", "Dino Parque e Buddha Eden", "Museu da Lourinhã", "Os Amores de Pedro e Inês", "Passeio Histórico em Torres Vedras", "Pelos Trilhos das Invasões Francesas - Lourinhã", "Rota das Artes", "UMM Tour - Rota dos Moinhos", entre outros; com foco no desporto aventura, incluindo os programas "Aqua Experience"; "Bike Tour - Invasões Francesas", "Bike Tour - Serra da Archeira", "Geo-Passeio de BTT" e "Passeio Aventura"; programas turísticos dedicados à enologia, como os "Prazeres de Baco", "Quintas e Vinhos" e "Wine e UMM Jipe Tour"; Percurso de embarcação marítima como o "Passeio pela Costa do Geoparque"; percursos pedestres diversificados como os programas "Da Ilha do Baleal à Praia D'El Rey", "Entre Praias, Portos e Arribas - Lourinhã", "Geo-Passeio Pedestre", "Pelos Falésias da Consolação", "Pelos Falésias de Peniche", "Planalto das Cesaredas", "Pôr do Sol na Praia Azul", "Pôr do Sol nas Escarpas da Maceira + Passadiços", "Pôr do Sol nas Praias de Cambelas", "Pôr do Sol no Baleal", "Rota do Vento", "Birdwatching", "Serra dos Cucos", "Serras do Socorro e da Archeira" e "Trilhos das Escarpas da Maceira"; e de siderologia como a "Visita e Prova de Sidras nos Pomares de Maça e Pera Rocha".

As experiências turísticas integradas podem incorporar e combinar diversos programas e rotas temáticas como (Figura 32):

- › **Rota dos Dinossauros** (Praia Azul, Museu Paleontológico - Sociedade de História Natural Santa Cruz, Praia de Porto Novo, Praia de Porto Dinheiro, Praia de Porto de Barcas, Praia da Peralta, Museu da Lourinhã, Praia de Paimogo, Dino Parque na Lourinhã, Museu do Forte da Consolação, Salir, Salir do Porto, Jazida do Bouro I em Pedras Negras, Jazida do Bouro II em Casal do Biqueirão).

- › **Roteiro de Marcos Históricos** (visita guiada ao Centro de Interpretação da Batalha do Vimeiro e ao campo da Batalha do Vimeiro; visita ao Museu Municipal Leonel Trindade e à coleção relativa à guerra Peninsular e à defesa das linhas de Torres Vedras, visita ao Centro de Interpretação das Linhas de Torres, visita ao Castelo de Torres Vedras).

› **Fortalezas e Castelos do Geoparque** (Castelo de Torres Vedras, Fortaleza de Peniche e Museu Nacional da Resistência e Liberdade, Forte da Consolação)

› **Roteiro de Arte Sacra** (visita à Igreja de Santa Maria do Castelo na Lourinhã, Exposição de Arte Sacra no Museu da Lourinhã, Santuário da Nossa Senhora dos Remédios e rota das Igrejas em Peniche, Centro de Interpretação de arte sacra em Atouguia da Baleia, igrejas e capelas dos restantes concelhos)

› **Roteiro do vinho** (visitas guiadas e provas de vinho ao Buddha Eden Garden e Quinta do Sanguinhal, visita à Adega Cooperativa da Lourinhã e à Adega Mãe em Torres Vedras).

› **Roteiro da Costa do Geoparque** (visita de barco junto à costa do território do Geoparque, visita a falésias e praias)

› **Rota do Vento** (rota dos moinhos do Oeste)

› **Rota da cerâmica artística e bordados** (Rota Bordaliana nas Caldas da Rainha, Museu da Cerâmica nas Caldas da Rainha, Museu da Renda de Bilros em Peniche)

› **Road Trips** (percursos de carro com pontos de paragem aconselhados pelos concelhos do Geoparque)

Os recursos turísticos associados à vertente de saúde e bem-estar, como é o exemplo do Hospital Termal das Caldas da Rainha, podem ser associados a programas de experiências turísticas integradas. O termalismo articula-se com os conceitos de turismo familiar e de tratamentos *wellness*. O segmento de mercado associado ao turismo de saúde e bem-estar tem vindo a evidenciar uma tendência crescente, deixando de ser percecionado como um produto dirigido essencialmente a faixas etárias mais velhas, e passando a ser concebido como um produto direcionado para famílias e pessoas jovens que valorizam a promoção do bem-estar físico e mental (McKinsey, 2009; Plano Estratégico Caldas da Rainha, 2030). O turismo termal pode integrar-se com a oferta de produtos turísticos que permitam usufruir de diversos elementos marítimos (praias, dunas, desportos náuticos), assente na promoção de uma lógica de bem-estar e de estilos de vida saudáveis, com uma ligação intrínseca ao mar e à natureza.

A região do AGO detém diversos trilhos e percursos que a tornam um destino por excelência para o **cycling** (Rota da Costa Atlântica) e **walking** (caminhadas pelas Falésias da Consolação, Serra dos Cucos, Serras do Socorro e da Archeira, Planalto das Cesaredas, trilho das Escarpas da Maceira e passadiços, Baleal, Praia de Cambelas, falésias de Peniche, Papôa, entre outros trilhos rurais e costeiros), que poderão dinamizar e potenciar experiências turísticas integradas.

A oferta de experiências turísticas integradas poderá também resultar de um reforço da **cooperação transfronteiriça**, designadamente com a Comunidade Autónoma de Extremadura, com vista a estimular o turismo entre as duas regiões, incentivando o número de visitantes estrangeiros e de dormidas e potenciando o desenvolvimento de experiências turísticas integradas a nível internacional.

	Experiências Turísticas Integradas								
	Roda dos Dinossauros	Roteiro de Marcos Históricos	Fortalezas e Castelos	Roteiro de Arte Sacra	Roteiro do Vinho	Roteiros da costas do Geoparque	Rota do Vento	Rota da Cerâmica Artística e Bordados	Road Trips
Bombarral				✓	✓				✓
Cadaval				✓	✓		✓		✓
Caldas da Rainha	✓			✓		✓		✓	✓
Lourinhã	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
Peniche	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Torres Vedras	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓

Fig. 32 - Experiências Turísticas Integradas por concelhos

C) ESTRATÉGIA DE MARCA

O *aspiring* Geoparque Oeste necessita de se posicionar como uma marca sólida e coerente construída em torno dos valores de conservação, proteção, educação, criatividade, inovação, autenticidade, natureza, história e património (Figura 33). Estes valores devem servir de base à definição de uma identidade da marca Geoparque Oeste, que fortaleça a criação de uma imagem de um destino turístico único, coeso e integrado. A marca Geoparque Oeste deve representar, através de uma estratégia de comunicação integrada, os valores e recursos diferenciadores do território, promovendo a educação, conservação e a sustentabilidade de forma inovadora e autêntica.

MARCA GEOPARQUE OESTE



Fig. 33 - Marca Geoparque Oeste

ESTRATÉGIA DE MERCADOS, SEGMENTOS E POSICIONAMENTO

Como já exposto anteriormente e no sentido de justificar a estratégia definida, importa indicar que na região do AGO, o perfil do turista segue o padrão predominante na região Centro, sendo maioritariamente um turista nacional. As dormidas turísticas na Região Centro são realizadas predominantemente por turistas portugueses, sendo as nacionalidades estrangeiras com maior expressão compostas por turistas espanhóis, franceses, italianos, brasileiros e alemães (Turismo do Centro, 2020). Nos municípios da região do AGO, a estada média varia entre 1,9 a 2,4 noites, ligeiramente abaixo da média nacional de 2,7 noites. A taxa de ocupação-cama (líquida) nos municípios da região oscila entre 20% e 39,4%. No que concerne a turistas estrangeiros, a estada média dos municípios da região do AGO encontra-se compreendida entre 2,1 e 3,4 noites e a proporção de hóspedes de países estrangeiros situa-se entre 30,1% a 49,7% (INE, Anuário Estatístico da Região Centro, 2018).

A estada média na região do AGO é inferior à da Região de Lisboa e do Norte, sendo importante para a estratégia de captação turística da região, englobar também estas duas grandes áreas metropolitanas, tendo em conta que a entrada de turistas estrangeiros é em grande parte alimentada pelos seus aeroportos. A análise das dormidas na Região Centro por mercados emissores permite evidenciar como mercados com maior potencial turístico para a região do AGO, Espanha, França, Itália, Brasil, Alemanha, Reino Unido, Polónia, Estados Unidos, Países Baixos e Bélgica (Turismo do Centro, 2020).

O *aspiring* Geoparque Oeste ao posicionar-se como uma marca sólida e coerente em torno dos valores de conservação, proteção, educação, criatividade, inovação, autenticidade, natureza, história e património deverá alavancar o seu potencial de captação de um maior número de turistas, nacionais e estrangeiros, a médio e longo prazo.

A oferta turística do *aspiring* Geoparque Oeste direciona-se para diferentes **segmentos de mercado**, designadamente casais sem filhos, famílias com crianças, pessoas individuais,

jovens, seniores, grupos (grupos de casais, famílias ou amigos), escolas e agentes educativos e o segmento empresarial (*corporate*). A atratividade exercida pelos diferentes produtos turísticos da região tende a variar consoante os segmentos de mercado (Figura 34).

Produtos turísticos associados ao turismo cultural tendem a exercer maior atratividade e interesse nos segmentos de mercado compostos por casais sem filhos, famílias com crianças, seniores, grupos e escolas e agentes educativos. O turismo gastronómico exerce maior atração nos segmentos compostos por casais, famílias, seniores e grupos. O turismo de eventos tende a revelar-se como mais atrativo para os segmentos de mercado compostos por casais, famílias com crianças e seniores. O turismo religioso tende a captar maior interesse por parte do segmento de mercado mais sénior e o turismo de natureza, tende a ser mais atrativo para os segmentos de mercado compostos por casais sem filhos, famílias com crianças e seniores. Por seu turno, o turismo de mar dirige-se predominantemente aos segmentos de casais, famílias, individuais, jovens e grupos, e o turismo ativo e desportivo tende a recolher uma maior predisposição de consumo por parte dos segmentos compostos por pessoas individuais, jovens, casais sem filhos e grupos. Por fim, o turismo científico exerce maior atração nos segmentos individuais, escolas e agentes educativos e o turismo de negócios é fundamentalmente direcionado para o segmento empresarial.

	Produtos Turísticos				
	Turismo cultural	Turismo gastronómico	Turismo de Eventos	Turismo Religioso	Turismo de natureza
Casais sem filhos	●	●	●	◐	●
Famílias com crianças	●	●	●	◐	●
Individuais	◐	◐	◐	◐	◐
Jovens	◐	◐	◐	◐	◐
Seniores	●	●	●	●	●
Grupos	●	●	◐	◐	◐
Escolas e agentes educativos	●	○	○	○	◐
Corporate	◐	◐	○	○	◐

	Produtos Turísticos			
	Turismo de mar	Turismo ativo e desportivo	Turismo científico	Turismo de negócios
Casais sem filhos	●	●	○	○
Famílias com crianças	●	◐	○	○
Individuais	●	●	●	◐
Jovens	●	●	○	○
Seniores	◐	◐	○	○
Grupos	●	●	◐	○
Escolas e agentes educativos	○	○	●	○
Corporate	○	○	○	●

● Atratividade elevada ◐ Atratividade média ○ Atratividade reduzida

Fig. 34 - Atratividade dos Produtos Turísticos do *aspiring* Geoparque Oeste por Segmento

As principais tendências turísticas evidenciam uma preocupação crescente com a sustentabilidade, saúde e bem-estar, bem como uma maior valorização de experiências autênticas que possibilitem uma imersão na cultura local. O turista tem vindo a tornar-se mais exigente no binómio qualidade-preço, realizando frequentemente estadias mais curtas e demonstrando um interesse crescente pela área do património, cultura, gastronomia, natureza e desporto (Magna Carta Peniche, 2025, 2009). Tendencialmente, a procura por produtos turísticos continuará a ser influenciada pela melhoria dos níveis habilitacionais e pelo incremento da aptidão e facilidade em aceder a informação por parte do consumidor de produtos turísticos, o que torna o consumidor mais exigente em termos da qualidade das experiências turísticas; pela flexibilização do horário de trabalho e aumento do nomadismo digital, abrindo novas janelas de oportunidade para a oferta de produtos turísticos que possibilitem ao turista equilibrar o trabalho com a sua vida pessoal; pelo desenvolvimento de infraestruturas, meios de transportes, equipamentos e tecnologias, que possibilitam o incremento da mobilidade dos indivíduos; e pelo reforço da importância do segmento composto por população mais envelhecida, com a preferência por experiências turísticas customizadas e por experiências turísticas que aliem viagens de trabalho a lazer. Deste modo, a integração da tecnologia quer enquanto elemento de interação do turista com o meio envolvente, quer enquanto ferramenta de comunicação, partilha e melhoria da experiência turística, constitui um vetor estruturante nas tendências turísticas. Tendencialmente, o que diferenciará os diferentes perfis demográficos de turistas, será não tanto o grau de adesão às novas tecnologias, mas antes a preferência pela utilização de diferentes dispositivos tecnológicos e as experiências procuradas (Future Traveller Tribes 2030).

DISTRIBUIÇÃO E COMUNICAÇÃO

a) DISTRIBUIÇÃO

Ao nível da distribuição deve optar-se por uma estratégia mista, ou seja, composta por canais de distribuição tradicional e online (Figura 35). Esta decisão estratégica deve-se à relevância que os meios digitais têm vindo a assumir. Não obstante, sempre que possível, a utilização de meios digitais deverá ser articulada com canais que já são utilizados pelos atores regionais de forma a existir uma maior integração e um maior foco nos canais direcionados para cada segmento.

De acordo com o SiteMinder (2018) os canais de reservas hoteleiras mais importantes de Portugal são o Booking.com, Expedia, Hotelbeds, Websites de hotéis (reservas diretas), GTA, OTS Globe, Abreu Online, Global distribution systems, Serhs Tourism, EC Travel, NT Incoming, Traveltool / Logitravel, Agoda, Hotusa e On the Beach. Pelo que, a estratégia dos canais online, de forma a permitir um maior alcance, visa a aposta nas plataformas de reserva online e nos *Online Travel Agents* (OTAs) indicados acima. Relativamente aos canais tradicionais a estratégia de distribuição articular-se-á em torno de agências de viagens

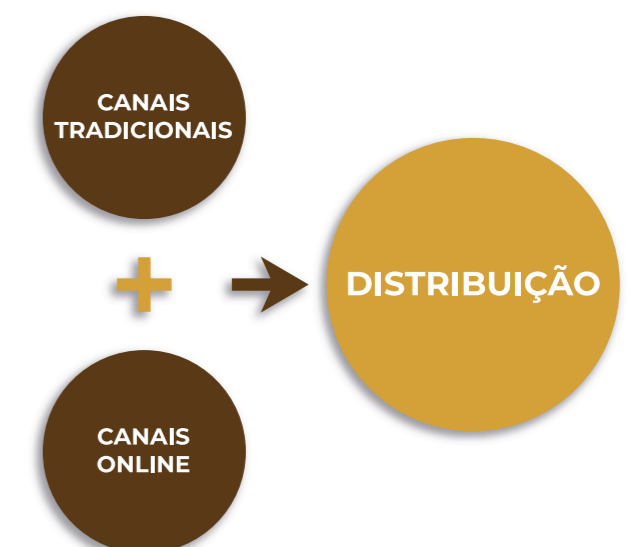


Fig. 35 - Canais de Distribuição

e operadores turísticos que se enquadrem ao nível dos mercados alvo e dos segmentos.

Os canais de distribuição devem ser estudados em função do segmento e tipo de produto (Lindon *et al.*, 2011). Como tal, a oferta do *aspiring* Geoparque Oeste preferencialmente deve estar disponível nos canais tradicionais e online. A oferta de produtos turísticos do *aspiring* Geoparque Oeste deverá estar presente nos canais utilizados por todos os segmentos-alvo. Nesse sentido devem ser englobados na estratégia de distribuição os operadores especializados, as associações desportivas e recreativas e os operadores de *Meeting Industry* (Figura 36).

Os canais devem ser utilizados tendo em consideração as especificidades do segmento para o qual a oferta do *aspiring* Geoparque Oeste é direcionada (Figura 37).

	Produtos Turísticos								
	Turismo cultural	Turismo gastronómico	Turismo de eventos	Turismo religioso	Turismo de natureza	Turismo de mar	Turismo ativo e desportivo	Turismo científico	Turismo de negócios
Operadores Tradicionais	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Online Travel Agents	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Canais especializados	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Associações recreativas/desportivas			✓		✓	✓	✓		
Operadores de <i>Marketing Industry</i>								✓	✓

Fig. 36 - Canais de Distribuição por Produtos Turísticos do *aspiring* Geoparque Oeste

	Casais sem filhos	Famílias com crianças	Individuais	Jovens	Seniores	Grupos	Escolas e agentes educativos	Corporate
	Operadores Tradicionais	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Online Travel Agents	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Canais especializados	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Associações recreativas/desportivas	✓		✓	✓			✓	
Operadores de <i>Marketing Industry</i>						✓		✓

Fig. 37 - Canais de Distribuição por Segmento

a) COMUNICAÇÃO

A comunicação engloba um conjunto diversificado de instrumentos, sendo fundamental que se escolham aqueles que se adequam mais ao objetivo que se pretende comunicar (Dionísio *et al.*, 2010). A estratégia de comunicação para o *aspiring* Geoparque Oeste visa a utilização de materiais e campanhas promocionais, publicidade, presença em feiras, eventos e relações-públicas. Deverá ser dada uma ênfase especial ao nível das estratégias de marketing digital, sendo este um instrumento que pode ser utilizado transversalmente. Em toda a divulgação online, orgânica ou paga, o *aspiring* Geoparque Oeste deve utilizar estratégias de marketing digital bem estruturadas que permitam atingir os segmentos de mercado definidos anteriormente, visando a manutenção e conquista de clientes. Através das ferramentas de marketing digital, técnicas de SEO, de marketing de conteúdo e o uso do FaceAds e Google Adwords, entre outros, o *aspiring* Geoparque Oeste consegue atrair visitantes que têm a intenção de viajar para Portugal, por exemplo, mas ainda não definiram o destino. Dessa forma, além dos anúncios online, o *aspiring* Geoparque Oeste deve criar e disponibilizar conteúdos gratuitos destinados aos diferentes públicos, com formatos e palavras-chave, impulsionando a pesquisa orgânica.

Os materiais e as campanhas promocionais podem englobar brochuras genéricas e especializadas por produto, a realização de concursos com prémios, por exemplo com a utilização de sons do *aspiring* Geoparque Oeste, explorando as suas características diferenciadoras, filmes promocionais com mensagens chave, entre outras campanhas.

A promoção através da participação em feiras, *Fam Trips* e das *Press Trips* tem como objetivo dar a conhecer o *aspiring* Geoparque Oeste, de forma que os operadores turísticos e outros agentes e parceiros estejam familiarizados com o mesmo (Figura 38).

As ações de relações públicas, permitem uma comunicação eficaz, uniforme, coesa e possibilitam também a partilha de informação com o mercado, quer nacional, quer internacional. Esta ferramenta deve estar em sintonia com a publicidade e com a estratégia de eventos.

“O marketing digital direcionado de acordo com o comportamento do consumidor tornou-se uma ferramenta mais ampla por ser acessível e ser capaz de atingir diversos tipos de pessoas e grupos” (Rosa *et al.*, 2017). Como tal, o marketing digital assume um papel muito relevante na estratégia para a comunicação do *aspiring* Geoparque Oeste. Um dos instrumentos da estratégia de marketing digital são as redes sociais, tendo em conta que as mesmas permitem captar a atenção dos consumidores, aumentar a notoriedade da marca *aspiring* Geoparque Oeste e obter informações sobre os visitantes das mesmas, ao nível as suas preferências e motivações (Quadro 18).



Fig. 38 - Instrumentos de comunicação

MATERIAIS PROMOCIONAIS

- Criar a imagem de marca do AGO, slogan geral e para os produtos e subprodutos.
- Criar uma mascote.
- Distribuição de brochuras genéricas e especializadas por produto/subproduto, preferencialmente brochuras digitais.
- Filmes promocionais.
- Mapas promocionais, digitais e físicos.
- Mensagens-chave por cada produto/subproduto de forma a maximizar o potencial e evitar a informação dispersa.

CAMPANHAS PROMOCIONAIS

- Campanhas com duração limitada que visam incentivar atuais e os novos visitantes
- Concursos com prémios - Através dos sons, de fotografia, vídeo, frases nas redes sociais, entre outros. Ao nível dos prémios deve ser dada preferência à oferta de estadia ou de experiências no *aspiring* Geoparque Oeste, podendo também incluir a oferta de descontos, brindes e sessões experiências no AGO.

FEIRAS E EVENTOS

- A participação em feiras nacionais e internacionais visa aumentar a notoriedade do AGO, reforçar a relação com operadores e parceiros e a angariação de novos contactos.
- Elaboração de notas de imprensa e artigos como forma de divulgação dos eventos no AGO (Mostra Audiovisual do AGO, Festival do AGO potenciando todas as atividades, produtos e subprodutos, outros eventos já existentes e futuros).
- Apresentações de livros sobre o AGO, captação de conferências Internacionais e entregas de prémios sobre temas dos três pilares estratégicos.
- Patrocínio de eventos que tenham impacto junto dos potenciais visitantes ou de operadores.

FAM TRIPS

- Visam a realização de uma visita de familiarização com o AGO, sendo direcionadas para operadores e *influencers*. Existência de um roteiro com as características do AGO que se pretendem comunicar e com mensagens-chave definidas de forma a reforçar o posicionamento.

PRESS TRIPS

- Visitas de familiarização direcionadas a jornalistas/media com o intuito de realização de reportagens e notícias. Deve ser elaborado um roteiro que visa a comunicação de produtos/subprodutos do AGO e com mensagens-chave definidas de forma a reforçar o posicionamento.

RELAÇÕES PÚBLICAS

- Visam o acompanhamento de todas as ações de comunicação, de forma a gerir o contacto entre o mercado e a partilha de informação. Responsável por divulgação de ações de incentivo ao empreendedorismo no AGO.

PUBLICIDADE

- Deve ser específica por produto/subproduto nos diferentes meios nacionais e internacionais, dando-se preferência aos meios especializados e à Internet (AdWords, publicidade paga nas redes sociais) e através de líderes de opinião.

MARKETING DIGITAL

- Criar um site nas línguas oficiais dos principais mercados, bem como o registo no TripAdvisor e páginas nas redes sociais (Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, WhatsApp, LinkedIn, Google Plus, Telegram e especializadas para nichos ou mercados emergentes).
- Nas redes sociais para além das publicações que visam objetivos orgânicos, deve-se investir em publicações de forma a ter um alcance maior, direcionado em função dos produtos e segmentos, captando a atenção de utilizadores que ainda não são seguidores e dos já seguidores. Promover os diversos parceiros do AGO, de modo a que os parceiros também divulguem o AGO numa lógica cruzada.
- Ter uma forte presença online, através de conteúdo que suscite o interesse do consumidor, devendo ser otimizado através das ferramentas de SEO. De forma a maximizar a experiência do utilizador e do website deve existir uma análise do tráfego (Google Analytics). Disponibilização de uma newsletter periódica online.
- Promover anúncios via Google Ads, através das palavras-chave definidas para cada produto/subproduto e definidas pelo AGO.
- A monitorização deve ser periódica e regular das páginas, devendo ser definidas ações de forma a entender as tendências da procura (tempo de permanência, fatores demográficos e geográficos) e a otimizar o processo de comunicação com base nessas informações aumentando a eficácia do mesmo.

Quadro 18 - Instrumentos de comunicação

A estratégia de comunicação do *aspiring* Geoparque Oeste visa a interligação entre os produtos turísticos integrados e os instrumentos de comunicação como forma de utilização eficiente e eficaz dos recursos e potenciando o seu alcance (Figura 39).

De forma a posicionar e reafirmar a proposta de valor do *aspiring* Geoparque Oeste, as mensagens chave devem evidenciar as características diferenciadoras do mesmo (Figura 40).

	Produtos Turísticos				
	Turismo cultural	Turismo gastronómico	Turismo de eventos	Turismo religioso	Turismo de natureza
Materiais promocionais	✓	✓	✓	✓	✓
Campanhas promocionais	✓	✓	✓		✓
Fam Trips	✓	✓	✓	✓	✓
Press Trips	✓	✓	✓	✓	✓
Relações Públicas	✓	✓	✓	✓	✓
Publicidade	✓	✓	✓	✓	✓
Feiras e eventos	✓	✓	✓	✓	✓
Marketing Digital	✓	✓	✓	✓	✓

Fig. 39 - Instrumentos de comunicação por Produtos Turísticos do *aspiring* Geoparque Oeste

	Produtos Turísticos			
	Turismo de mar	Turismo ativo e desportivo	Turismo científico	Turismo de negócios
Materiais promocionais	✓	✓	✓	✓
Campanhas promocionais	✓	✓	✓	
Fam Trips	✓	✓		
Press Trips	✓	✓		
Relações Públicas	✓	✓	✓	✓
Publicidade	✓	✓	✓	✓
Feiras e eventos	✓	✓	✓	✓
Marketing Digital	✓	✓	✓	✓

Fig. 39 - Instrumentos de comunicação por Produtos Turísticos do *aspiring* Geoparque Oeste



Fig. 40 - Mensagens-chave do *aspiring* Geoparque Oeste AGO

FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO

Os fatores críticos de sucesso (FCS) são fatores determinantes ao nível das circunstâncias, factos e influências que contribuem para os resultados, ou seja, a forma como são monitorizados os resultados ao nível do sucesso, mas também pela percepção dos benefícios pelas partes interessadas (Cooke-Davies, 2002; Oliveira *et al.*, 2017). OS FCS estão relacionados com estratégia, pessoas e operações (Martens & Carvalho, 2017). Com base nestes constructos e de forma a identificar os fatores mais importantes e, por conseguinte, que devem ser priorizados nas ações de gestão do AGO, foram definidas 6 categorias (Quadro 19): recursos humanos (pessoas), destino-território, diferenciação estratégia), notoriedade, investimento e outros fatores (operações).

Recursos Humanos

- Definição da estratégia de recursos humanos a adotar por forma a valorizar a cadeia de valor.
- Ter recursos humanos afectos ao AGO de forma independente de outras entidades, como forma de garantia de cumprimento dos objetivos definidos.

Destino - Território

- Cooperação entre os vários municípios de forma a articular a oferta das experiências turísticas integradas e as ações de geoeducação e geoconservação.
- Existir uma estratégia de valorização de todos os territórios integrantes de forma coesa.

Diferenciação

- Desenvolvimento de produtos orientados para os segmentos de mercado definidos que vão ao encontro do posicionamento do AGO.
- Criatividade, inovação e diferenciação na comunicação digital, indo ao encontro do posicionamento e da estratégia da marca.
- Garantia de qualidade das diferentes infraestruturas e serviços integrantes do AGO.

Notoriedade

- Estratégia de distribuição e comunicação eficiente, eficaz e consistente.
- Estabelecer procedimentos para que todos os parceiros estejam conectados uns com os outros de forma a todos potenciarem as ações do AGO.
- Implementar soluções que permitam aos diferentes públicos interagirem com a marca.

Investimento

- Envolvimento e alinhamento dos diferentes parceiros na gestão das atividades do AGO.
- Em sistemas de monitorização e controlo da atividade turística, bem como identificação de oportunidades.

Outros Factores

- Capacidade de adaptação do AGO a novas tendências e exigências estratégicas.
- Alteração do contexto organizacional com potencial impacto na estrutura organizacional do AGO.
- Diferenciar-se das propostas da concorrência.

Quadro 19 - Fatores Críticos do Sucesso do AGO

VIABILIDADE ECONÓMICO-FINANCEIRA

A AGEO dispõe de vários instrumentos de gestão, designadamente o plano de negócios anual, o plano de atividades e orçamento plurianual e o relatório de atividades e contas anual. Com base nestes documentos e nas informações relativas a projetos cofinanciados aprovados e submetidos (Centro 2020, Mar 2020 e Fundo Ambiental), estabeleceu-se o planeamento de rendimentos e gastos para os próximos 5 anos. Salienta-se que, tal como nas demais rubricas, o valor das participações dos Municípios e das quotizações individuais, de empresas e de parceiros, decorre de estimativas que constam dos documentos de gestão.

A análise da tabela de rendimentos e gastos, suportada em informações dos balanços e demonstrações de resultados previsionais, assim como em estimativas sobre atividades e iniciativas a realizar pela AGEO, permite concluir que o projeto apresenta viabilidade económico-financeira e vai ao encontro do objetivo de determinar se a AGO tem condições para conseguir satisfazer as pretensas expectativas dos investidores, no momento da decisão de investir. É possível, ainda, aferir o valor dos recursos necessários para assegurar com sucesso a execução das atividades e iniciativas e a concretização do plano de atividades com o inerente funcionamento da AGO.

Tendo em consideração a previsão de rendimentos e gastos na Quadro 20 a AGO demonstra condições de assegurar a continuidade do seu trabalho de preservação, conservação, valorização e divulgação do património natural e cultural, com especial ênfase no património geológico. Fica igualmente patente a sua contribuição para o aumento do bem-estar e da melhoria da qualidade de vida das populações, bem como, para a criação de condições de usufruto responsável do património natural e cultural do AGO, pelas populações locais e visitantes.

	2022	2023	2024	2025	2026
Saldo do ano anterior	107 521 €	108 603 €	111 018 €	113 465 €	131 821 €
RENDIMENTOS OPERACIONAIS					
Vendas e prestações de serviços	1 929 €	9 837 €	19 511 €	28 430 €	37 698 €
Quotizações	164 492 €	197 841 €	246 394 €	262 694 €	279 547 €
Rendimentos de atividades e iniciativas	20 000 €	30 000 €	40 000 €	50 000 €	60 000 €
Subtotal de rendimentos operacionais	186 421 €	237 678 €	305 905 €	341 124 €	377 245 €
GASTOS OPERACIONAIS					
Custo das mercadorias vendidas	-382 €	-866 €	-2 208 €	-3 378 €	-4 595 €
Fornecimentos e serviços externos	-15 069 €	-22 948 €	-23 407 €	-23 875 €	-24 352 €
Gastos com o pessoal	-132 643 €	-155 431 €	-207 387 €	-236 447 €	-241 176 €
Gastos com atividades e iniciativas	-20 000 €	-30 000 €	-40 000 €	-50 000 €	-60 000 €
Quota UNESCO	-4 000 €	-4 000 €	-4 000 €	-4 000 €	-4 000 €
Outros gastos	-4 245 €	-4 871 €	-4 968 €	-5 068 €	-5 169 €
Subtotal de gastos operacionais	-176 339 €	-218 166 €	-281 970 €	-322 768 €	-339 292 €
Saldo operacional do ano	10 082 €	19 562 €	23 935 €	18 356 €	37 953 €
INVESTIMENTOS					
Subsídios para investimentos	51 000 €	79 336 €	30 000 €	--€	--€
Gastos com investimentos cofinanciados	-60 000 €	-96 483 €	-51 488 €	--€	--€
Saldo total do ano	1 082 €	2 415 €	2 447 €	18 356 €	37 953 €
Saldo para o ano seguinte	108 603 €	111 018 €	113 465 €	131 821 €	169 744 €

Quadro 19 - Previsão de rendimentos e gastos

MODELO DE GOVERNANÇA E IMPLEMENTAÇÃO

Um Geoparque integra, no seu território, um leque de recursos que incluem atrações geológicas e geossítios, paisagens, sítios de beleza natural e de valor ecológico, bem como património cultural construído. Inclui ainda património imaterial e tradições incluindo gastronomia, artesanato e produtos locais. Um vasto conjunto de ações combina os variados recursos do geoparque em atividades operativas, incluindo investigação científica, criação de um inventário e cartografia dos sítios geológicos, a proteção do património geológico, o funcionamento de centros de interpretação e museus temáticos, a implementação e operacionalização de uma rede de percursos terrestres ligando sítios geológicos a infraestruturas ecoturísticas, o desenvolvimento de programas de educação ambiental sobre sítios geológicos, a organização de eventos científicos e culturais e a promoção de sítios geológicos monumentais.

De forma a conseguir tudo o acima mencionado o AGO deve ser gerido por uma estrutura de governança claramente definida, organizada de acordo com a legislação e com a capacidade de aplicar as políticas de proteção, valorização e desenvolvimento sustentável no seu território. Além disso essa estrutura de governança deve promover uma distribuição equilibrada de poder e controlo, permitindo flexibilidade e transparência aos processos, possibilitando assim um alinhamento entre os objetivos do AGO e todas as entidades envolvidas e parceiras.

De acordo com o regulamento interno do *aspiring* Geoparque Oeste considera-se que o modelo de governança adotado (Figura 41) observa os seguintes 4 princípios básicos:

- **Transparência:** disponibilização de toda a informação aos interessados.
- **Equidade:** tratamento justo e igualitário a todos os envolvidos.
- **Prestação de contas:** prestar contas de seus atos e assumir a responsabilidade.
- **Responsabilidade corporativa:** zelar pelo uso sustentável de recursos.

Dessa forma, é a estrutura de Governança que avalia e determina os objetivos do AGO, além de monitorizar o desempenho, a conformidade e a evolução das atividades e operações, de acordo com os objetivos previamente estabelecidos.

O órgão de gestão, integrado na estrutura de governança (esquematisada na figura 41), e da responsabilidade da AGEO, é responsável por planear, construir, executar e monitorizar a realização das ações e operações, nos 3 eixos estratégicos, de forma a alcançar os objetivos. Através deste órgão de gestão, o Geoparque pode desempenhar um papel ativo no desenvolvimento económico do seu território. Para alcançar este papel ativo, o Geoparque precisa de reforçar a identidade local através da melhoria de uma forte imagem ligada ao património geológico e ao desenvolvimento do geoturismo.



Fig. 41 - Entidade de governança e gestão

EIXO ESTRATÉGICO 1 - GEOCONSERVAÇÃO				
Ações		Curto Prazo	Médio Prazo	Longo Prazo
Ação 1	Avaliar a necessidade de manutenção/recuperação dos geossítios			
Ação 2	Solidificar parcerias com entidades para promoção e monitorização do geopatrimónio			
Ação 3	Reforçar o estatuto de proteção do geopatrimónio			
Ação 4	Colaborar na reflexão sobre as necessidades de gestão do geopatrimónio em Portugal			
Ação 5	Promover a fiscalização do geopatrimónio			
Ação 6	Criação de uma rede de custódia			
Ação 7	Promover a adaptação às alterações climáticas no AGO			

Quadro 21 - Cronograma de Implementação Geoconservação

EIXO ESTRATÉGICO 2 - GEOEDUCAÇÃO				
Ações		Curto Prazo	Médio Prazo	Longo Prazo
Ação 1	Implementar o Centro de Interpretação do AGO			
Ação 2	Elaborar um Guia de Campo			
Ação 3	Criar um Manual de trabalho de campo para as geociências e o turismo			
Ação 4	Implementar oferta formativa: Tesp - guias património geológico (natural) + cursos pós-graduados nesta temática			
Ação 5	Propiciar uma rede de parceiros Educativos: <i>Networking aspiring</i> Geoparque Oeste e as Ciências da Terra			
Ação 6	Atribuição de Prémio anual Geoscience - AGO			
Ação 7	Reconhecimento de Mérito Anual para instituições de ensino e alunos: Geoeducation - AGO			
Ação 8	Criar Caderneta de Cromos do AGO			
Ação 9	Idealizar a Mascote AGO			
Ação 10	Conceber o Pack 1.º ciclo do AGO			
Ação 11	Desenvolver recursos, materiais didáticos e oferta de oficinas no Centro de Interpretação			
Ação 12	Estabelecer um programa anual de dias Mundiais			
Ação 13	Promover Programa Intergeracional: "No meu tempo é que era"			
Ação 14	Gerar um calendário anual de Eventos e conferências científicas			
Ação 15	Estruturação de Programas de sensibilização ambiental intergeracionais			

Ação 16	Sensibilizar e Educar para as alterações climáticas			
---------	---	--	--	--

Quadro 22 - Cronograma de Implementação Geoeeducação

EIXO ESTRATÉGICO 3 - GEOTURISMO				
Ações		Curto Prazo	Médio Prazo	Longo Prazo
Ação 1	Promover o Geoturismo			
Ação 2	Implementar o "Turismo Inteligente" (<i>Smart Tourism</i>)			
Ação 3	Criar a Plataforma digital VISITGEOPARQUEOESTE			
Ação 4	Conceber o Guia Turístico			
Ação 5	Requalificar e Unificar os Percursos Pedestres existentes			
Ação 6	Desenvolver Rotas Temáticas: Natureza/Geológico/Científico/Literário			
Ação 7	Aplicar sinalética turística e patrimonial coerente			
Ação 8	Implementar sinalética específica para o AGO			
Ação 9	Constituir equipa de Qualidade no Alojamento Local e Restauração			
Ação 10	Elaborar Portfólio para Operadores Turísticos/Agência de Viagens			
Ação 11	Produzir a newsletter do AGO			
Ação 12	Participar em feiras, conferências e organização de <i>Fam Tours</i>			
Ação 13	Produzir Manual de Boas Práticas para o Desporto e Atividades Turísticas			
Ação 14	Instituir a figura "Embaixadores" do território AGO			
Ação 15	Conceber o programa de formação para guias turísticos oficiais do AGO			
Ação 16	Criar a linha de produtos de promoção Turística do AGO			
Ação 17	Instituir uma Rede Colaborativa Local			
Ação 18	Investir em Patrocínios			
Ação 19	Criar o Passaporte dos Geossítios			

Quadro 23 - Cronograma de Implementação Geoconservação

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Referências Bibliográficas

- Augusto Mateus & Associados (2017) Plano Estratégico de Desenvolvimento Caldas da Rainha 2030. Caldas da Rainha. 142p.
- Azman, N., Halim, S. A. Liu, O. P. & Komoo (2011). The Langkawi Global Geopark: Local community's perspectives on public education. *International Journal of Heritage Studies*, 17 (3), 261-279.
- Basora Roca, X.; Sabaté i Rotés, X. (2006). Custodia del Territorio en la práctica. Manual de introducción a una nueva estrategia participativa de conservación de la naturaleza y el paisaje. *Xarxa de Custodia del Territori y Fundació Territori i Paisatge*. 80 pp.
- Bedjanič, M., & Lenka, R. (2017). "Geo-interpretation": The interpretation of the geological heritage of Karavanke Geopark. in *Primošten and Kraków* (2014 and 2015), 31.
- Brandão, M., Joia, L. A., & Teles, A. (2016). Destino turístico inteligente: um caminho para transformação. *Anais do Seminário da Associação de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*. ISSN 2359-6805.
- Brilha, J. (2016). Inventory and Quantitative Assessment of Geosites and Geodiversity Sites: a Review. *Geoheritage*, 8(2), 119-134. <https://doi.org/10.1007/s12371-014-0139-3>
- Brilha, J. (2018). Chapter 4 - *Geoheritage: Inventories and Evaluation* (E. Reynard & J. B. T. - G. Brilha (eds.); pp. 69-85). Elsevier. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-0-12-809531-7.00004-6>
- Brilha, J. B. R. (2009). A importância dos geoparques no ensino e divulgação das Geociências. *Geologia USP. Publicação Especial*, 5, 27-33.
- Burek, C.V., Prosser, C.D., 2008. The history of geoconservation: an introduction. In: Burek, C.V., Prosser, C.D. (Eds.), *The History of Geoconservation*, Special Publications, vol. 300. Geological Society, London, pp. 1-5.
- Buttle, F., Maklan, S. (2019). *Customer Relationship Management – Concepts and Technologies*, 4th Edition, Routledge.
- Buttle, Francis & Maklan, Stan (2019). *Customer Relationship Management – Concepts and Technologies*, 4th Edition, Routledge.
- C.M.B. (2021). www.cm-bombarral.pt. Consultado a 07 de novembro de 2021.
- C.M.C.R. (2021). <http://www.mcr.pt/>. Consultado a 02 de novembro de 2021.
- C.M.L. (2021). www.visitlourinha.pt. Consultado a 27 de maio de 2021.
- C.M.P. (2021). www.cm-peniche.pt. Consultado a 02 de novembro de 2021.
- C.M.T.V. (2021). www.visitatorresvedras.pt. Consultado a 27 de maio de 2021.
- Cadaval Cativa (2021). www.cadavalcativa.pt. Consultado a 07 de novembro de 2021.
- Carvalho, L., Bento, T., & Rosa, P. (2013). Desporto, ambiente e turismo ativo: estado da arte e relações emergentes. *Revista da Unidade de Investigação do Instituto Politécnico de Santarém*, 1, 174p-193p.
- Cerdeira, P. (2014). A Sociedade Propaganda de Portugal e o Estado: Competências públicas e privadas na construção do turismo português (1906-1911). *Tourism and Hospitality International Journal*, 3 (2), 108-125.
- CIMOESTE (2019). *Plano Intermunicipal de Adaptação às Alterações Climáticas do Oeste*. Comunidade Intermunicipal do Oeste. Caldas da Rainha. 575p. <http://www.oestecim.pt/uploads/Relatorios/oestepiaac20190829.pdf>
- C.M.P. (2009). *Magna Carta Peniche 2025. Diagnóstico Estratégico, Estratégia de Desenvolvimento e Programas de Atuação*. Câmara Municipal de Peniche. 321p.
- Comissão Europeia (2019). *Pacto Ecológico Europeu - Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões*, COM (2019) 640.
- Comissão Europeia (2019). *Pacto Ecológico Europeu - Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões*, COM (2019) 640.
- Conceição, L. F., da Costa, C. F., Barreto, M. B., do Nascimento, D. T., & de Oliveira, I. J. (2009). Geologia e Turismo: perspetivas para a geoconservação e a promoção do geoturismo no município de Pirenópolis-Go. *Ateliê Geográfico*, 3(3), 74-91.
- Cooke-Davies, T. (2002). The "real" success factors on projects. *International Journal of Project Management*, 20 (3), 185-190.
- Costa, I.E. (2011). *O marketing turístico sustentável na perspectiva das comunidades locais: o pólo de desenvolvimento turístico da Serra da Estrela* [Dissertação de mestrado, ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa].
- Costa, L., Coelho, A. (2020). *Uma aplicação móvel para implementar o conceito de caderneta de cromos aos Museus*. 22º Encontro Português de Computação Gráfica e Interação. Instituto de Sistemas e Robótica – Coimbra.
- Costa, L., Coelho, A. (2020). *Uma aplicação móvel para implementar o conceito de caderneta de cromos aos Museus*. 22º Encontro Português de Computação Gráfica e Interação. Instituto de Sistemas e Robótica – Coimbra.
- Dingwall, P, Weighell, T, Badman, T, (2005). *Geological world heritage: A global framework, Protected Area Programme*, IUCN. 52p
- Eschiletti, N. A. R., Lanzer, R. M. (2019). Turismo na Chapada Diamantina: Considerações sobre a Proposta do Geoparque Serra do Sincorá. *Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*. 11 (2), 492-506.
- Figueiró, A., Mota, V., Brunhauser, T., Ventira, H., & Cechin, D. (2019). A produção de materiais geoeseducativos na proposta do Geoparque Quarta Colônia, RS. *Physis Terrae*, Vol1, nº2.
- Frey, M.L. (2000). Geotourism, a new perspective for public awareness on geology. Case study Geopark Gerolstein and Geo-Centre Vulkanneifel, Germany. *3rd International Geoscience Education Conference, Sydney*, 156-158.
- Future Foundation (2015). *Future Traveller Tribes 2030 - Understanding Tomorrow's Traveller, Amadeus Traveller Trends Observatory*. 70p.
- Gordon, J. E. (2019). Geoconservation principles and protected area management. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 7(4), 199-210.
- Gustafson, T., & Chabot, B. (2007). Brand awareness. *Cornell Maple Bulletin*, 105, 1-5.
- Hose, T. A. (2007). Geotourism in Almeria province, southeast Spain. *Tourism*, 55(3), 259 -276
- INE (2018), Anuário Estatístico da Região Centro, Edição de 2019.
- INE (2018). Anuário Estatístico da Região Centro, Edição de 2019.
- INE (2019), Anuário Estatístico da Região Centro, Edição de 2020.
- INE (2019). Anuário Estatístico da Região Centro, Edição de 2020.
- James, P.R. (2010). Using interpretation in geoparks to promote education for sustainability. *Proceedings of the NAI International Conference*. Townsville, 13-17 April. Queensland, Australia.
- Jarkko Saarinen, Christian M. Rogerson & C. Michael Hall (2017) Geographies of tourism development and planning, *Tourism Geographies*, 19:3, 307-317, DOI: 10.1080/14616688.2017.1307442
- Komoo, I. (2004). Geoheritage conservation and its potential for geopark development in Asiaoceania. In: M.S.

- Leman and I. Komoo., eds. 2004. *Warisan Geologi Malaysia (Geological Heritage of Malaysia)*. Bangi: LESTARI UKM Publication, 221-230
- Komoo, I. (2005). Geoheritage conservation and its potential for geopark development in Asiaoecania. *World Geopark Newsletter*, No. 1. Office of the World Geopark Network, Beijing, China, 1-9.
- Komoo, I., Patzak, M., (2008). Global Geoparks Network: an integrated approach for heritage conservation and sustainable use. In: M.S. Leman, A. Reedman and C.S. Pei., eds. *Geoheritage of East and Southeast Asia*. Bangi: LESTARI UKM Publication, 1-13
- Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2010). *Marketing 3.0: As forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano*. Rio de Janeiro: Elsevier. 233p.
- Larwood, J. G., Badman, T., & McKeever, P. J. (2013). The progress and future of geoconservation at a global level. *Proceedings of the Geologists' Association*, 124(4), 720-730. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.pgeola.2013.04.001>
- Leal, S. R. (2006). Imagens de destinações turísticas: uma análise crítica do material promocional da Prefeitura da cidade do Recife. *Revista Turismo em Análise*, 17(3), 36-55.
- Lindon, D., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P. & Rodrigues, J. (2011). *Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing*. Portugal: Publicações D. Quixote. 702p.
- Maestas, A. J. (2009). Guide to sponsorship return on investment. *Journal of Sponsorship*, Vol. 3 Issue 1, p98-102. 5p.
- Martens, M. L., & Carvalho, M. M. (2017). Key factors of sustainability in project management context: A survey exploring the project managers' perspective. *International Journal of Project Management*, 35(6), 1084-1102.
- McKeever, P. (2009). *The UNESCO global network of national geoparks: geological heritage and sustainability*. LESTARI public lecture No. 7. Bangi: LESTARI UKM Publication
- McKeever, P.J., Zouros, N., Patzak, M., (2010). The UNESCO Global Network of National Geoparks: *The George Wright Forum*, 27 (1), 14-18.
- McKeever, P.J., Zourus, N. (2005). Geoparks: celebrating earth heritage, sustaining local community. *International Journal of Tourism Research*, 28 (4), 274-278.
- Meira, S. A., Nascimento, M. A. L. do; Medeiros, J. L. de & Silva, E. V. da. (2019). Aportes teóricos e práticos na valorização do geopatrimônio: estudo sobre o projeto geoparque Seridó (RN). *Caminhos de Geografia*. 20 (71).
- Ministério do Planeamento (2021). Plano para a Recuperação e a Resiliência – *Recuperar Portugal, construindo o futuro*. 346p.
- Modica, R. (2009). As redes europeia e global dos geoparques (EGN e GGN): proteção do patrimônio geológico, oportunidade de desenvolvimento local e colaboração entre territórios. *Geologia USP. Publicação Especial*, 5, 17-26.
- Newsome, D., Dowling, R., & Leung, Y. F. (2012). The nature and management of geotourism: A case study of two established iconic geotourism destinations. *Tourism Management Perspectives*, 2-3, 19 -27
- Newsome, D.; Dowling, R. (2006). The scope and nature of geotourism. In: Newsome, D.; Dowling, R. (Eds.). *Geotourism*. Oxford: Elsevier Butterworth Heinemann, 2006. cap. 1, p. 3-25
- Ng, S. L., S. M. Fang, & Li, J. F. (2012). "Strategies for Sustainable Development of Hong Kong Global Geopark." *Chinese Journal of Applied Ecology* 23 (4): 917-922(in Chinese with English Abstract).
- Nowlan, G. S., Bobrowsky, P., & Clague, J. (2004). Protection of geological heritage: A North American perspective on Geoparks. *Episodes*, 27(3), 172-176.
- Nyaupane, G.P. and Timothy, D.J. (2010). Heritage awareness and appreciation among community residents: perspectives from Arizona, USA, *International Journal of Heritage Studies*, 16:3, 225-239
- Oliveira, R. R., Boldorini, P. S., Teixeira, L. A., & Martins, H. C. (2017). Gestão de projetos e marketing de relacionamento: Interseções para o gerenciamento das partes interessadas em projetos. *Iberoamerican Journal of Project Management*, 8(1), 46-67.
- Olivieri, Laura (2003) A importância histórico-social das Redes. Segunda versão do texto escrito para a publicação impressa Manual de Redes Sociais e Internet do Centro de Direitos Humanos.
- Ørjansen, D. (1998). *Tourism in local planning and development: tourist area product and market plans (destination plans)*. Working paper no 67, 1998.
- Paik, I. S., Huh, M., Kim, H. J., & Newsome, D. (2010). The cretaceous fossil sites of South Korea: Identifying geosites, science and geotourism. In D. Newsome & R. K. Dowling (Eds.), *Geotourism: The tourism of geology and landscape* (pp. 126 -141). Wood Eaton: Goodfellow Publishers Limited Studies, 16 (3), 225-239
- Palhares, J. M., Junior, A. B. H. B., & Hornes, K. L. (2012). Geologia e geomorfologia do espaço recreativo do rio São Jorge como subsídio para a implantação de práticas de ensino. *Revista geonorte*. 3(5), 487-497.
- Pires, L. (2013). *Proposta de Sinalética Turística para Cidade do Mindelo como Meio de Interpretação*. Instituto Superior de Ciências Económicas e Empresariais. Mindelo. <http://hdl.handle.net/10961/4017>. 67p.
- Prosser, C.D., Díaz-Martínez, E., & Larwood, J. G. (2018). Chapter 11 - *The Conservation of Geosites: Principles and Practice* (E. Reynard & J. B. T.-G. Brilha (eds.); pp. 193-212). Elsevier.
- Prosser, C.D., (2013). Our rich and varied geoconservation portfolio: the foundation for the future. *Proceedings of the Geologists' Association* 124, 568-580.
- Rodrigues, V.; Baynast, A., Brochand, B., Dionísio, P. (2010). *Publicitor. Comunicação 360º online – offline*. Alfragide, Publicações Dom Quixote. ISBN: 9789722043298. 576p.
- Rosa, R., Casagrande, Y. & Spinelli, F. (2017). A importância do marketing digital utilizando a influência do comportamento do consumidor. *RTA – Revista de Tecnologia Aplicada*, V6.6 (2).
- Sharples, C. (1993). *A methodology for the identification of significant landforms and geological sites for geoconservation purposes*. Geography and Environmental Studies. Forestry Tasmania.
- Sousa, M., Aires, S., Ramos, V., Vasconcelos, C., Marques, M. M., Borges, L., & Noronha, F. (2010). Passeio geológico da Foz do Douro: consciencialização para a geoconservação. *Revista Electrónica de Ciências da Terra Geosciences On-line Journal*, 18 (24).
- Silva, E. M. R. D. (2021). *The contribution of the European UNESCO Global Geoparks for the Agenda 2030 for Sustainable Development-a study based on progress reports covering the period 2012-2016*.
- Tovar, Z., & Carvalho, P. (2010). *Pedestrianismo e Percursos Pedestres em Portugal*. Dissertação de Mestrado em Turismo. Escola Superior de Turismo e Hotelaria do Estoril. 145p.
- Turismo de Portugal (2017). *Estratégia turismo 2027. Liderar o Turismo do futuro*. 66p.
- Turismo do Centro (2020). *Plano Regional de Desenvolvimento Turístico, 2020-2030*. 176p.
- UNESCO (2006). *Global Geoparks Network*. Geoparks Secretariat, Global Earth Observations Section, Division of Ecological and Earth Sciences, UNESCO, Paris.
- UNESCO (2010). *Guidelines and Criteria for National Geoparks seeking UNESCO's assistance to join the Global Geoparks Network (GGN)*, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), Paris.
- UNESCO (2021). [Online]. *Geoparques Mundiais da Unesco*. Available from: <https://unescoportugal.mne.gov.pt/pt/redes-unesco/geoparques-mundiais-da-unesco> [Accessed 1 Mai 2021].
- Vasiljević, D. A., Vujičić, M. D., Božić, S., Jovanović, T., Marković, S. B., Basarin, B., Lukić, T., Čarkadžić, J. (2018). Trying to underline geotourist profile of National Park visitors: Case study of NP Fruška Gora, Serbia (Typology of

potential geotourists at NP Fruška Gora). *Open Geosciences*. Vol. 10, núm, 1.

Vaz, L. G. D. (2011). Lazer, hospitalidade, identidades e culturas regionais e locais. *Motrivivência*, (36), 323-333.

Ventura, S. S. B. N. (2010). *Góis: bases para um plano estratégico de desenvolvimento do turismo*. Dissertação de Mestrado em Turismo. Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril. 337p.

Wimbledon, W.A.P. (1996). Geosites-a new conservation initiative. *Episodes*, 19 (3), 87-88.

Xu, T., Kong, R. (2010). On the demand trend and training mode of the human resources of Chinese National Geopark. Unpublished paper, *MASS Conference 2009*, Beijing, China

Ziemann, D. R., Figueiró, A. S. (2017). Avaliação do Potencial Geoturístico no Território da Proposta Geoparque Quarta Colônia. *Revista Do Departamento De Geografia*, 34, 137-149. <https://doi.org/10.11606/rdg.v34i0.135156>