

Importância do Geoparque Oeste e do Programa Prego Dourado para a Região Oeste

Cláudia Sofia Marques Farelo

Esta página foi deixada intencionalmente em branco

Importância do Geoparque Oeste e do Programa Prego Dourado para a Região Oeste

Cláudia Sofia Marques Farelo

Dissertação apresentada à Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar do Politécnico de Leiria para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Direção Hoteleira, realizada sob a orientação científica dos professores Doutores Mário Carvalho e João Vasconcelos.

2024

Esta página foi deixada intencionalmente em branco

AGRADECIMENTOS

A elaboração desta dissertação, só foi possível graças às pessoas que me rodeiam e que foram incessáveis durante este último ano, onde me apoiaram e ajudaram naquilo que foi preciso.

Primeiramente, agradeço ao corpo docente do Mestrado Gestão e Direção Hoteleira onde fizeram o seu trabalho e me ensinaram tudo para a realização deste projeto. Um agradecimento especial ao meu orientador, professor Mário Carvalho e coorientador, professor João Vasconcelos, pelo trabalho e dedicação que demonstraram no acompanhamento de toda a elaboração deste projeto, onde sempre estiveram presentes, não só para a transmissão dos seus conhecimentos, mas também no apoio a todas as minhas dúvidas e angústias que foram surgindo.

Às minhas amigas que sempre estiveram presentes nos melhores e nos piores momentos destes dois anos, ouvindo-me e ajudando-me na concretização dos meus objetivos, mostrando sempre que não podemos desistir e que há sempre uma solução para tudo.

Ao meu irmão pela força, compreensão, motivação e pelo facto de estar sempre presente apoiando-me nas minhas decisões e tentando dar-me os melhores conselhos para que eu siga os caminhos certos e que faça o melhor trabalho possível.

Ao meu namorado, pela paciência e por todas as conversas motivacionais que tivemos para a concretização deste projeto.

A toda a equipa da AIRO (Associação Empresarial da Região do Oeste), por terem feito parte desta fase da minha vida e me terem recebido muito bem e estarem dispostas ajudarem sempre que fosse possível para elaborar este projeto.

Quero agradecer ao *Aspiring* Geoparque Oeste por disponibilizarem toda a informação e estarem sempre dispostos ajudar-me.

Por fim, agradeço aos meus pais pelo esforço que fizeram para que conseguisse finalizar esta etapa, por todo o apoio e dedicação que me deram ao longo da vida para eu realizar sempre os meus objetivos e para que eu consiga ser feliz. Sem eles isto não teria sido possível.

ABREVIATURAS

AGO: *Aspiring* Geoparque Oeste

GO: Geoparque Oeste

ICNF: Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas

INE: Instituto Nacional de Estatísticas

PPD: Programa Prego Dourado

UNESCO: *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*

GLOSSÁRIO

Cretáceo inferior: O Cretáceo é um período do tempo geológico da Terra, correspondente ao final da Era Mesozoica. O Cretáceo está compreendido entre 142 milhões e 65 milhões de anos atrás. Este período é dividido em Cretáceo Inferior e Cretáceo Superior (Sua pesquisa.com, 2020).

Jurássico: Período mesozóico que sucede ao Triásico e antecede ao Cretácico (Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, 2023).

Quaternário: Nome dado ao período geológico atual (Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, 2023).

Triássico: Primeiro período da Era Secundária ou Mesozóica, com uma duração aproximada de 40 milhões de anos, marcada na Europa Ocidental por três aspetos característicos (grés variegado, calcários conquíferos, magmas irisados) correspondente a três fases sedimentares (Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, 2023).

Esta página foi deixada intencionalmente em branco

RESUMO

O Geoparque do Oeste está em processo de candidatura para se tornar um geoparque reconhecido pela UNESCO e assumir-se como Geoparque Mundial da UNESCO. Este território procura obter o reconhecimento internacional dada a sua relevância geológica e cultural. Neste sentido, o GO tem implementado uma série de iniciativas para impulsionar e promover o desenvolvimento da região abrangida pelo futuro Geoparque Oeste. Um exemplo notável deste projeto é o Programa Prego Dourado, que visa promover a ligação entre o património geológico, cultural e biológico do território e as suas tradições gastronómicas locais, contribuindo para a preservação da identidade das comunidades e o desenvolvimento sustentável dos agentes económicos locais, reconhecendo os produtos locais distintivos. O presente trabalho de investigação tem como principal objetivo conhecer aceitação do Programa Prego Dourado na Região Oeste e a forma como o futuro Geoparque do Oeste se diferencia de outros geoparques. Esta pesquisa decorrerá da análise de diferentes elementos relacionados com os demais geoparques existentes em Portugal, e o trabalho entretanto realizado pelo Geoparque Oeste. Para o devido efeito foram desenvolvidos três distintos métodos, nomeadamente o benchmarking genérico, questionários e entrevistas. Recolheu-se informação junto dos referidos geoparques com particular destaque para os regulamentos e as marcas utilizadas, compreendeu-se como é que os Geoparques angariam aderentes para as suas marcas. Foi ainda estudado o grau de satisfação das entidades aderentes ao Programa Prego Dourado e os problemas do Programa Prego Dourado. Foram também estudados os motivos que levam a que alguns empresários da Região Oeste não tenham aderido ao Programa Prego Dourado. O estudo é por isso interessante para o Geoparque Oeste, nomeadamente para os estabelecimentos hoteleiros, e os produtores e comerciantes do território abrangido pelo GO.

Palavras-chave: Geoparque Oeste, Programa Prego Dourado, Geoturismo, Geoeducação, Geoconservação

ABSTRAT

The Geoparque Oeste is a specific region that is in the process of applying to become a geopark recognized by UNESCO and possibly designated as a UNESCO Global Geopark. This territory seeks international recognition for its geological and cultural significance. In this regard, GO has implemented a series of initiatives to promote and drive the development of the region covered by the Geoparque Oeste. A notable example is the Golden Nail Program, which aims to promote the connection between the geological, cultural, and biological heritage of the territory and its local gastronomic traditions, contributing to the preservation of community identity and the sustainable development of local economic agents, recognizing distinctive local products. This research work aims to understand the impact of the Programa Prego Dourado in the West Region and how it differs from other geoparks, through the analysis of various elements related to existing geoparks in Portugal, with special attention to the work carried out by the Geoparque Oeste. In order to reach a conclusion, three methods were employed: direct observation, questionnaires, and interviews. Information was collected from existing geoparks, particularly regarding the brands used by Geoparks and their regulations; how other Geoparks recruit adherents to their brands; the degree of satisfaction of entities adhering to the Programa Prego Dourado, investigated the shortcomings of the Programa Prego Dourado and the reasons why some entrepreneurs in the West Region have not joined the Programa Prego Dourado. The study in question is of interest to the Geoparque Oeste, hotel establishments, producers, and local traders in the territory covered by GO.

Keywords: Geoparque Oeste, Programa Prego Dourado, Geotourism, Geoeducation, Geoconservation.

Esta página foi deixada intencionalmente em branco

Índice

1. Introdução.....	18
1.1. Tema, Objetivos e Motivações	18
1.2. Estrutura da dissertação.....	18
Capítulo II – Revisão de Literatura.....	20
2.1. Geoparques	20
2.1.1. Geossítios	21
2.1.2. Geoturismo	21
2.1.3. Geodiversidade	22
2.1.4. Geoconservação	22
2.1.5. Geoeducação.....	23
2.2. Geoparques mundiais da UNESCO	24
2.2.1. A Rede Europeia de Geoparques e a rede Global de Geoparques	24
2.3. Geoparques em Portugal.....	26
2.3.1. Geoparque Naturtejo	26
2.3.2. Geoparque Arouca	27
2.3.3. Geoparque Açores.....	27
2.3.4. Geoparque Terra de Cavaleiros	29
2.3.5. Geoparque Estrela.....	30
2.3.6. Geoparque Oeste.....	31
2.4. Marca GEOFood.....	32
CAPÍTULO III – CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO.....	34
3.1. Território Geoparque Oeste	34
3.1.1. Município do Bombarral.....	34
3.1.2. Município do Cadaval.....	36
3.1.3. Município das Caldas da Rainha	38
3.1.4. Município da Lourinhã	40
3.1.5. Município de Peniche	42
3.1.6. Município de Torres Vedras.....	44
3.2. História do Geoparque Oeste.....	47
3.3. Missão, a Visão, os Princípios, os Valores e os Objetivos Estratégicos do Geoparque Oeste....	48
3.3.1. Programa Prego Dourado.....	49
CAPÍTULO IV – METODOLOGIA.....	51

4.1. Objetivos da Investigação.....	51
4.2. Recolha de Informação.....	52
4.2.1. Benchmarking genérico	53
4.2.2. Questionário.....	53
4.2.3. Entrevistas.....	55
Capítulo V – Resultados, análise e discussão.....	58
5.1. Resultados Obtidos.....	58
5.1.1. Benchmarking genérico aos websites dos Geoparques e questões realizadas por <i>email</i>	58
5.1.2. Análise dos questionários de satisfação aos aderentes do Programa Prego Dourado.....	67
5.1.3. Análise das entrevistas a potenciais aderentes ao Programa Prego Dourado.....	74
Capítulo VI – Conclusões e recomendações	77
6.1. Conclusões da Investigação Empírica	77
6.2. Limitações, futuras linhas de investigação	79
Bibliografia	81
Apêndices.....	87
Anexos	92

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Indicadores Turísticos do município Bombarral	35
Tabela 2 - Indicadores turísticos do município Caldas da Rainha relativamente ao ano	39
Tabela 3 - Indicadores Turísticos do município Lourinhã	41
Tabela 4 - Indicadores Turísticos do município Peniche	43
Tabela 5 - Indicadores Turísticos do município Torres Vedras.....	45
Tabela 6 - 1º pergunta: requisitos necessários para aderir à marca dos geoparques	58
Tabela 7 - 2º pergunta: aderir à marca tem algum custo	60
Tabela 8 – 3º pergunta: As dificuldades na implementação das marcas	61
Tabela 9 - 4º pergunta: a procura pela marca é efetuada pelos produtores/empresários ou é o geoparque que procura aderentes	61
Tabela 10 - 5º pergunta: qual a promoção realizada para o conhecimento da marca	62
Tabela 11 - Produtos GEOfood	63
Tabela 12 - Tabela com elementos observados nos diferentes websites.....	65
Tabela 13 - Pergunta 9 do questionário dos aderentes do PPD	71
Tabela 14 - Pergunta 10 do questionário dos aderentes do PPD	72

Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Setores de atividade económica do Município do Bombarral	35
Gráfico 2 - Setores de atividade económica do Município do Cadaval	37
Gráfico 3 - Setores de atividade económica do Município das Caldas da Rainha.....	38
Gráfico 4 - Setores de atividade económica do Município da Lourinhã.....	41
Gráfico 5 - Setores de atividade económica do Município de Peniche.....	43
Gráfico 6 - Setores de atividade económica do Município de Torres Vedras	45
Gráfico 7 – Pergunta 2 do questionário aos aderentes do PPD	67
Gráfico 8 – Pergunta 3 do questionário aos aderentes do PPD	68
Gráfico 9 – Pergunta 4 do questionário dos aderentes ao PPD	68
Gráfico 10 – Pergunta 5 do questionário aos aderentes do PPD.....	69
Gráfico 11 – Pergunta 6 do questionário aos aderentes do PPD.....	70
Gráfico 12 – Pergunta 7 do questionário aos aderentes do PPD.....	70
Gráfico 13 – Pergunta 8 do questionário dos aderentes do PPD	71

Índice de Figuras

Figura 1 - Mapa do Território do Geoparque Naturtejo.....	26
Figura 2- Mapa do território do Geoparque Arouca	27
Figura 3 - Mapa do território do Geoparque Açores.....	28
Figura 4 - Mapa do território do Geoparque Terra de Cavaleiros	29
Figura 5 - Mapa do território do Geoparque Estrela.....	30
Figura 6 - Mapa do território Geoparque Oeste.....	31
Figura 7 - Município Bombarral.....	34
Figura 8 - Município do Cadaval.....	36
Figura 9 - Município Caldas da Rainha	38
Figura 10 - Município da Lourinhã.....	40
Figura 11 - Município de Peniche.....	42
Figura 12 - Município de Torres Vedras.....	44
Figura 13 - Esquema dos métodos utilizados	52

Esta página foi deixada intencionalmente em branco

1. Introdução

Neste capítulo é feita, uma breve explicação do tema, dos objetivos e estrutura da dissertação.

1.1. Tema, Objetivos e Motivações

A dissertação insere-se no âmbito do trabalho final do Mestrado em Gestão e Direção Hoteleira. O tema é Geoparque Oeste e o principal objetivo é conhecer o potencial do Programa Prego Dourado nas empresas da Região Oeste. Paralelamente perceber, através da análise de vários elementos, como o GO se diferencia dos outros geoparques existentes em Portugal.

A associação do geoparque à UNESCO promoverá uma maior visibilidade para a região. Nesse sentido, representará uma vantagem significativa para a indústria hoteleira, possibilitando o aumento das receitas e da taxa de ocupação dos hotéis. Tal como é referido no *International Journal of Geoheritage and Parks* “A case study with three UNESCO Global Geoparks in Asia showed that the designation of UNESCO Global Geoparks vitalized economic activities by local communities and brought more visitors to the regions”(Lee & Jayakumar, 2021)

A escolha do tema deve-se ao fato de o Geoparque Oeste ser uma iniciativa recente na Região Oeste e atualmente estar em processo de candidatura para se tornar um Geoparque Mundial da UNESCO. Tendo em consideração que se trata de um processo recente, tornou-se determinante avaliar as atuais medidas de angariação de parceiros, nomeadamente no setor da hotelaria. Identificou-se uma marca, criada pelo Geoparque Oeste, que reconhece produtos e pratos típicos da região, designada por “Programa do Prego Dourado”.

Devido à inovação, e ao potencial que o Programa promete trazer para a Região Oeste e dada a oportunidade de estagiar na AIRO, onde contactei com o tecido empresarial da região, decidiu-se investigar e compreender a importância do futuro Geoparque Oeste para a região.

Neste sentido, surge a pergunta de partida: qual a importância do Geoparque Oeste, nomeadamente do Programa Prego Dourado para a Região Oeste.

1.2. Estrutura da dissertação

A dissertação está organizada em seis capítulos, onde cada um dos capítulos tem um papel específico no desenvolvimento do presente trabalho de investigação.

No primeiro capítulo é feito um enquadramento da dissertação, ou seja, onde se explana o tema, objetivos e estrutura.

No segundo capítulo, conduzimos uma revisão da literatura abrangente, explorando e discutindo os diversos conceitos relevantes para a temática, incluindo aspetos relacionados com o turismo, geologia e geoparques.

O terceiro capítulo, intitulado "Caracterização da Área de Estudo", centra-se na análise detalhada do território abrangido pelo Geoparque Oeste, compreendendo os seis concelhos que aderiram ao projeto: Bombarral, Cadaval, Caldas da Rainha, Lourinhã, Peniche e Torres Vedras.

No quarto capítulo, descrevemos a metodologia adotada, detalhando os objetivos da pesquisa e os métodos aplicados para a recolha de informação.

O quinto capítulo, intitulado "Resultados, Análise e Discussão", explana os resultados obtidos na pesquisa, analisando e discutindo as suas implicações.

No sexto e último capítulo, apresentamos as conclusões da pesquisa, discutimos as suas limitações e procede-se à partilha de recomendações para futuras investigações.

No final da dissertação é apresentada a bibliografia relativamente às referências bibliográficas utilizadas ao longo do trabalho, bem como os apêndices que complementam o desenvolvimento da pesquisa.

Capítulo II – Revisão de Literatura

Neste capítulo, vamos desenvolver a revisão de literatura que procura sintetizar e analisar o conhecimento existente sobre um tema, identificando lacunas, tendências e contributos. Será contextualizado o tema, uma síntese das informações, análises críticas e identificar lacunas no conhecimento. Essencialmente, uma revisão de literatura é uma investigação abrangente e crítica que ajuda os investigadores a entenderem o estado atual do conhecimento e a contribuir para o seu desenvolvimento (Bento, 2012).

2.1. Geoparques

O conceito de Geoparque é uma iniciativa de desenvolvimento territorial promovida pelas Redes Europeias e Globais de Geoparques, sob os auspícios da UNESCO¹ (Sá & Paz, 2010).

Segundo o Geopark Terras de Cavaleiros um Geoparque é uma área territorial com limites claramente definidos, que inclui um notável património geológico, associado a uma estratégia de desenvolvimento sustentável.

Um Geoparque deve possuir um determinado conjunto de sítios de importância internacional, nacional e/ou regional, que permitam contar e aprender a história geológica da região. Os geossítios são locais de interesse geológico com valor científico, estético, educacional ou económico. Um geoparque deve também dar destaque à proteção e divulgação dos valores arqueológicos, ecológicos, históricos e culturais da região.

Esta estratégia de desenvolvimento sustentável assenta em três componentes, a geoconservação, a educação e o geoturismo. A geoconservação tem como objetivo salvaguardar o património geológico de uma dada região para as gerações futuras; a educação pretende promover o estudo das geociências junto das escolas, assim como do público em geral; e o geoturismo estimular a criação de atividades económicas suportadas na geodiversidade da região, envolvendo a comunidade local (*O Que é Um Geopark?*, n.d.)

Nesse contexto, é responsabilidade dos Geoparques desenvolver os territórios economicamente, seguindo um caminho sustentável, preservando e promovendo o património arqueológico. Isso

exige a criação de parcerias com os diferentes agentes económicos criando novos produtos alocados com a missão do Geoparque (Ramos & Fernandes, 2010).

2.1.1. Geossítios

Os Geossítios são locais geograficamente delimitados que apresentam valor científico, estético, ecológico, turístico, cultural e educativo significativo. Quando agrupados, esses geossítios compõem o Património Geológico de uma área específica. (O Que São Geossítios?, 2021)

Segundo o ICNF o conceito de geossítio aplica-se aos elementos do património geológico que constituem uma ocorrência de reconhecido valor científico, face à restante envolvente, podendo, contudo, apresentar mais do que um tipo de importância, nomeadamente didática, cultural ou estética.

O termo geossítio é o mais atual e comum, tendo substituído as designações de “geomonumento”, “local ou sítio de interesse geológico” ou “geótopo”. (Património Geológico e Geossítios, n.d.)

2.1.2. Geoturismo

O Geoturismo é um tipo de turismo realizado em áreas naturais, sendo que pode, eventualmente, ocorrer em espaços urbanos, com fins sustentáveis que se conecta com outras formas de turismo, como o ecoturismo, turismo de aventura (utilizando a geologia e a paisagem como pano de fundo), turismo cultural (uso de material geológico na sociedade, como arte rupestre, rochas de significados culturais).

Neste sentido, os geoparques têm vindo a desenvolver o Geoturismo uma vez que maximizam esta atividade, trazem benefícios económicos locais e educam as pessoas sobre a evolução do seu local e paisagem. (Cardoso, 2021)

Segundo, Dowling & Newsome (2006), alguns dos impactos positivos do Geoturismo estão relacionados com a conservação do Património Geológico, criação de empregos diretos e indiretos, a compreensão do ambiente através de uma educação geológica e ambiental dos visitantes, produzindo um aumento da consciência da população local e dos turistas a respeito do Património Geológico. No que diz respeito, aos impactos negativos é de referir os danos infligidos nos sítios geológicos, decorrentes da utilização excessiva e/ou incorreta dos locais, a recolha de *souvenirs*, vandalismo, remoção ilegal de fósseis e minerais (Articles, 2010).

2.1.3. Geodiversidade

A definição de Geodiversidade, segundo *A Royal Society for Nature Conservation*, do Reino Unido é a seguinte “A geodiversidade consiste na variedade de ambientes geológicos, fenómenos e processos ativos que dão origem a paisagens, rochas, minerais, fósseis, solos e outros depósitos superficiais que são suporte para a vida” (José Brilha, 2005, p.17).

Neste sentido, a geodiversidade tem ajudado à evolução da civilização, ou seja, contribuindo para as alterações climáticas, a falta de alimentos, a falta de abrigos e materiais de construção, das quais resultaram diferentes necessidades de desenvolvimento humano. Contudo, se estes acontecimentos não surgissem, não teria existido a evolução da civilização e adaptação à biodiversidade (José Brilha, 2005).

A geodiversidade está presente em muitos aspetos do nosso quotidiano, e a utilização de materiais geológicos é uma realidade diária. Isso é evidente em produtos como pasta de dentes, vidro, azulejos, papel, tinta, borracha e outros (José Brilha, 2005).

2.1.4. Geoconservação

A geoconservação envolve a preservação da geodiversidade, que abrange a conservação de características geológicas (base de rocha), geomorfológicas (como a forma da superfície terrestre) e de solos significativos. Isso implica a manutenção das taxas e magnitudes naturais de mudanças nessas condições características e processos (Sharples, 2022).

Segundo, J. Brilha & Carvalho (2010), a geoconservação envolve uma série de iniciativas que compreendem a inventariação e caracterização do património geológico, sua conservação e gestão, o que garante a utilização adequada dos geossítios.

As estratégias de geoconservação desempenham um papel fundamental na gestão e preservação do património geológico, nesse sentido destacam-se as seguintes etapas:

- **Inventariação e Caracterização:** Esta etapa inicial requer uma análise abrangente do território para assim identificar e descrever os geossítios;
- **Quantificação:** Com base na pré-seleção de locais, a quantificação é realizada para avaliar sua relevância. Isso pode ser feito de duas maneiras: qualitativa, com base na

opinião de especialistas que conhecem a área e os tipos de geossítios, e quantitativa, usando um conjunto de critérios numéricos;

- **Classificação:** A classificação é aplicada apenas aos geossítios que carregam um elevado grau de relevância, obedecendo às diretrizes estabelecidas no Decreto-Lei nº 19/93, de 23 de janeiro;
- **Conservação:** Os geossítios mais relevantes passam por medidas de conservação para garantir sua proteção e acesso sustentável;
- **Valorização e Divulgação:** Para promover os geossítios, as estratégias de valorização podem incluir a criação de painéis informativos/interpretativos, a inserção em percursos temáticos ou pela associação a outros elementos do património cultural, arqueológico. Nesse sentido, a utilização de recursos tecnológicos são essenciais para a divulgação destas estratégias;
- **Monitorização:** Por fim, a monitorização, uma das etapas mais críticas, envolve uma avaliação contínua do estado de conservação dos geossítios ao longo do tempo (Brilha, 2006).

2.1.5. Geoeducação

O conceito de geoeducação, surge nos geoparques quando estes desenvolvem iniciativas educacionais, oferecendo espaços para conversar e envolver os residentes em diferentes temas tais como as questões globais, mudanças climáticas, degradação ecológica, as mudanças na paisagem local, ou as mudanças ambientais que ocorreram ao longo da história e que são preservadas no registro geológico, nomeadamente, nas rochas e sedimentos de cada Geoparque (Geopark Management Toolkit, 2023).

Segundo Moura-Fé et al. (2017), o conceito de geoeducação apresenta e analisa os princípios teóricos e as bases legais da educação ambiental.

A educação ambiental, passa por educar cidadãos ativos que saibam identificar os problemas e estar ativos nas soluções e prevenções na conservação do património. A educação ambiental deve estar presente em todos os espaços de convivência e, principalmente, naqueles que propõe contribuir para a educação das população, assim, além das escolas, a educação pode ser feita nas universidades, em cursos profissionais, nas ruas e casas, associações de bairro, locais de trabalho, sindicatos, comunidades religiosas, bem como em locais de lazer como clubes e entidades recreativas, praças, praias, parques, reservas ecológicas, nas unidades de conservação e nos geossítios também (Melo, 2007).

2.2. Geoparques mundiais da UNESCO

A UNESCO é uma organização das Nações Unidas que atua na educação, na ciência e na cultura, cuja principal função é procurar a paz, preservando e promovendo o património cultural, melhorando a educação e o desenvolvimento sustentável das sociedades. Neste sentido, a UNESCO criou os Geoparques Mundiais da UNESCO, que serão “os novos destinos da UNESCO no século XXI”. (UNESCO, 2022)

A Comissão Nacional da UNESCO define Geoparques Mundiais da UNESCO como:

Um Geoparque Mundial da UNESCO é uma área única e unificada onde locais e paisagens de importância geológica internacional são geridos numa conceção holística de proteção, educação e desenvolvimento sustentável. Um Geoparque Mundial da UNESCO utiliza o seu património geológico, em conjunto com todos os outros aspetos do património natural e cultural da área, para aumentar a consciência e a compreensão de diferentes questões-chave tais como a utilização sustentável dos recursos do Planeta, mitigando os efeitos das mudanças climáticas e reduzindo o impacto das catástrofes naturais.

Através de uma maior consciencialização da importância do património geológico da região na história e na sociedade, um Geoparque Mundial da UNESCO concede aos seus habitantes um sentimento de orgulho na sua região e fortalece a sua identificação com o território. A criação de iniciativas inovadoras locais, de novos postos de trabalho e de cursos de formação de alta qualidade é estimulada, enquanto novas fontes de receitas são geradas através do geoturismo e os recursos geológicos são protegidos. (UNESCO, n.d.)

2.2.1. A Rede Europeia de Geoparques e a rede Global de Geoparques

A Rede Europeia de Geoparques foi criada em junho de 2000, por quatro membros fundadores: *Réserve Géologique de Haute-Provence* (França), *The Petrified Forest of Lesvos* (Grécia), *Geopark Gerolstein/Vulkaneifel* (Alemanha) e *Maestrazgo Cultural Park* (Espanha). Só mais tarde, em fevereiro de 2004, foi criada a Rede Global de Geoparques, sob os auspícios da UNESCO, inicialmente formada por oito Geoparques chineses e pelos dezassete europeus que, na altura já constituíam a Rede Europeia (Eder & Patzak, 2004; Zouros, 2004).

O número de geoparques aderentes têm aumentando de ano para ano, sendo que, em 2015, a Rede Europeia de Geoparques integrava 69 Geoparques (*Rede Europeia de Geoparques*, 2015). A Rede Global de Geoparques, em 2015, últimos dados disponíveis, integrava 120 Geoparques (*Global Geoparks Network*, 2015).

A oportunidade de colaborar na rede é um benefício significativo para todos os membros, pois possibilita a troca de ideias, experiências e promoção conjunta dos geoparques. Isso incentiva o trabalho em equipa e permite obter melhores resultados (Sá & Paz, 2010).

Para cumprir com os requisitos necessários, os Geoparques passam por uma reavaliação a cada quatro anos. Isso deve-se às obrigações a que os Geoparques estão sujeitos visando a obtenção de resultados nas áreas de conservação, educação e Geoturismo (Sá & Paz, 2010).

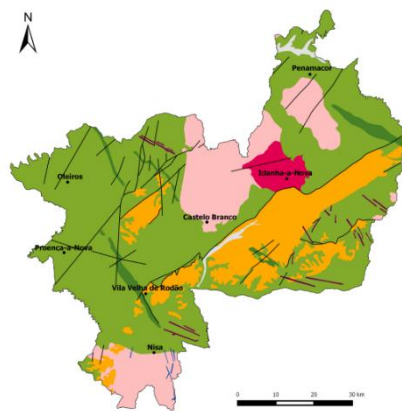
2.3. Geoparques em Portugal

Existe cinco geoparques em Portugal, o Geoparque Naturtejo, Geoparque Arouca, Geoparque dos Açores, Geoparque Terras de Cavaleiros e o Geoparque Estrela e um aspirante a Geoparque, o Geoparque Oeste.

2.3.1. Geoparque Naturtejo

Na figura 1 está representado o território do Geoparque Naturtejo. O Geoparque Naturtejo foi o primeiro Geoparque a ser implementado em Portugal, teve início em 2006. Este território é composto pelos concelhos de Castelo Branco, Idanha-a-Nova, Nisa, Oleiros, Penamacor, Proença-a-Nova e Vila Velha de Ródão, tem cerca de 5.067 km², sendo considerado o geoparque com maior dimensão do país. Apresenta 176 geossítios e 17 geomonumentos identificados como locais-chave para a interpretação da história geológica (Sampaio & Rodrigues, 2022).

Figura 1 - Mapa do Território do Geoparque Naturtejo



Fonte: Website Naturtejo *Geopark*

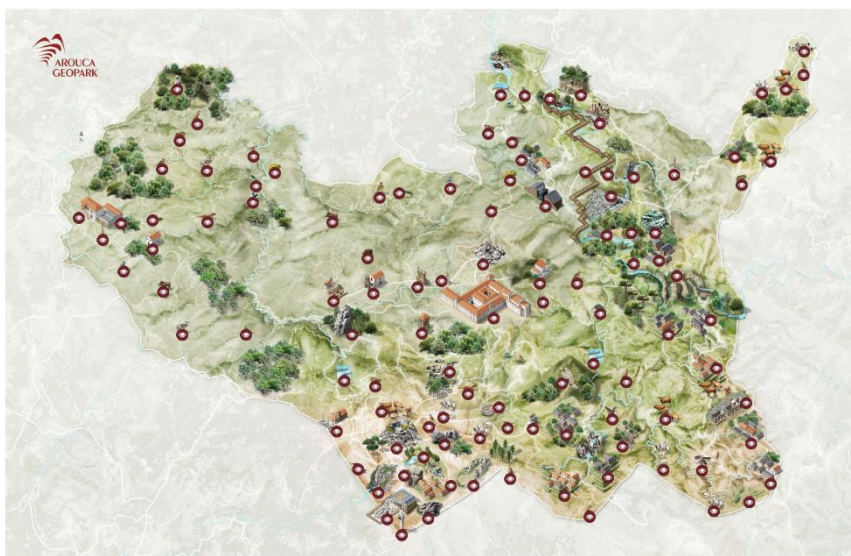
O Geoparque Naturtejo tem valorizado desde sempre a promoção dos produtos da região. Em 2006, foi criada a marca “Geoproduto” (Rodrigues et al., 2021). Esta marca engloba produtos e serviços que estão fundamentados na geodiversidade e no património geológico do Geoparque Naturtejo, reconhecido como Geoparque Mundial da UNESCO. Esses produtos e serviços estão relacionados com elementos da paisagem e com a identidade paisagística do território, incluindo rochas, minerais, solos, rios, nascentes, propriedades das águas, recursos minerais, memórias mineiras, fósseis e outros elementos que prejudicam a proteção e a identidade desta região (Naturtejo, 2022).

2.3.2. Geoparque Arouca

Na figura 2 está representado o território do Geoparque de Arouca. O Geoparque Arouca criado em abril de 2009 foi o segundo geoparque a ser implementado em Portugal. A sua área abrange aproximadamente 328 km², correspondendo ao Município de Arouca (Arouca, n.d.).

Este território é caracterizado por ser um território montanhoso, sendo que os seus pontos mais altos se encontram na Serra da Freita e Montemuro com altitudes superiores a 1.000 metros. Podemos ainda encontrar os rios Arda, o Paiva e o Paço. (VisitPortugal, n.d.)

Figura 2- Mapa do território do Geoparque Arouca



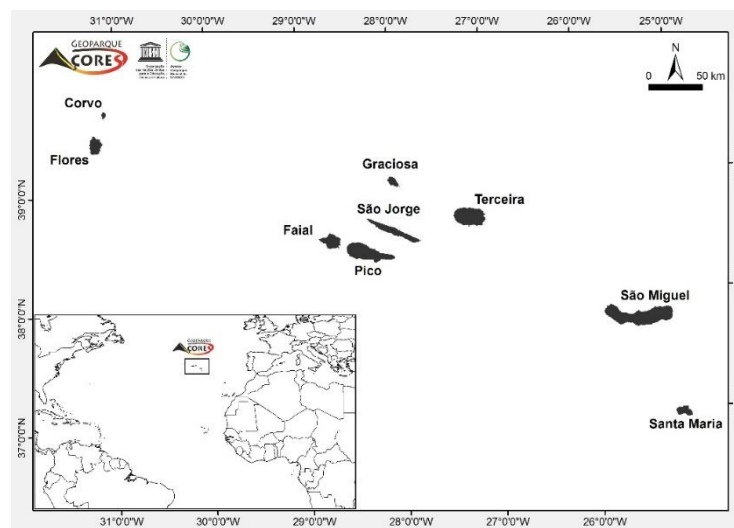
Fonte: Website Arouca Geopark

É importante destacar que cerca de metade desses 41 geossítios são classificados pela Rede Natura 2000 (Geopark, n.d.). A Rede Natura 2000 é uma rede ecológica para o espaço comunitário da União Europeia, cujo objetivo é garantir a conservação a longo prazo das espécies e dos habitats mais ameaçados da Europa, contribuindo para impedir a perda de biodiversidade (ICNF, n.d.).

2.3.3. Geoparque Açores

Na figura 3 está representado o território do Geoparque dos Açores. O Geoparque Açores foi implementado em 2010, alcançando o estatuto de Geoparque Europeu e Global em 2013, e posteriormente, em 2015, tornando-se um Geoparque Mundial da UNESCO. (Marques, 2016)

Figura 3 - Mapa do território do Geoparque Açores



Fonte: Website Geoparque Açores

Este Geoparque abrange o Arquipélago dos Açores, que ostenta uma notável geodiversidade e um património geológico significativo que se estende pelas novas ilhas e pela zona marítima circundante (Lima et al., 2014).

O Geoparque Açores oferece uma rede de geossítios que servem a quatro propósitos principais: i) representar a geodiversidade característica do território açoriano, ii) contar a história geológica e eruptiva do arquipélago, iii) implementar estratégias de conservação e promoção comuns, e iv) basear-se numa estrutura de gestão descentralizada com suporte em todas as ilhas (*Geoparque Açores*, n.d.).

De acordo com a Revista Elementar, existem 121 geossítios no Geoparque Açores, dos quais 6 possuem relevância internacional e 52 têm relevância nacional. Esses 57 geossítios são considerados prioritários para o desenvolvimento de estratégias de geoconservação e ações de valorização. Estão distribuídos pelas ilhas de S. Miguel (10), Pico (8), Terceira (7), Faial (6), Flores (6), Santa Maria (5), Graciosa (5), São Jorge (5) e Corvo (3), além dos fundos marinhos do planalto dos Açores (2). Devido ao valor patrimonial desses geossítios, a estratégia deste Geoparque inclui a geoconservação, políticas de educação e conscientização ambiental, bem como a promoção de um desenvolvimento socioeconômico sustentável baseado no geoturismo (Marques, 2016).

2.3.4. Geoparque Terra de Cavaleiros

Na figura 4 esta representado o território do Geoparque de Terra de Cavaleiros. O geoparque Terra de Cavaleiros surge em 2014 , o seu território corresponde ao concelho de Macedo de Cavaleiros, com uma área 699,2 km² (Miranda, 2013).

Figura 4 - Mapa do território do Geoparque Terra de Cavaleiros



Fonte: Website Geoparque Terra de Cavaleiros

De acordo com o site oficial do *Geopark* Terras de Cavaleiros, o nome "Terras de Cavaleiro" deriva da combinação das palavras "terras", que faz alusão ao contexto medieval e à vastidão do território, e "cavaleiros", em homenagem ao ato heroico do cavaleiro Martim Gonçalves de Macedo. Em 1385, na Batalha de Aljubarrota, Martim Gonçalves de Macedo salvou da morte o Mestre de Avis, que se tornaria D. João I, Rei de Portugal (*Geopark* Terras de Cavaleiros, 2023).

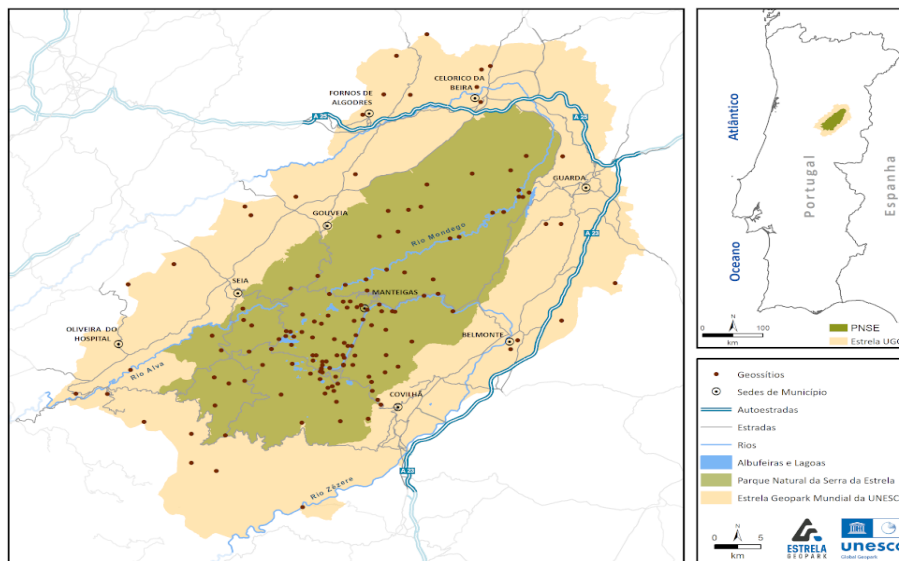
O Geoparque surge para unir o elevado valor geológico e património natural com o património cultural, promovendo medidas de dinamização social, formação, empreendedorismo, inclusão, educação e apostando no geoturismo (Miranda, 2013).

Este Geoparque é composto por 43 geossítios, sendo que cerca de 27 possuem importância tanto nacional quanto internacional, devido ao seu valor geológico. (Miranda, 2013).

2.3.5. Geoparque Estrela

Na figura 5 esta representado o território do Geoparque da Estrela. O Geoparque Estrela foi fundado em 2020 é composto pelos municípios da Guarda, Seia, Gouveia, Celorico da Beira, Fornos de Algodres, Manteigas, Belmonte, Covilhã e Oliveira do Hospital. Este Geoparque engloba uma área de 2.737,72 km² (Emanuel Castro & Fernandes, 2016).

Figura 5 - Mapa do território do Geoparque Estrela



Fonte: Website Estrela *Geopark*

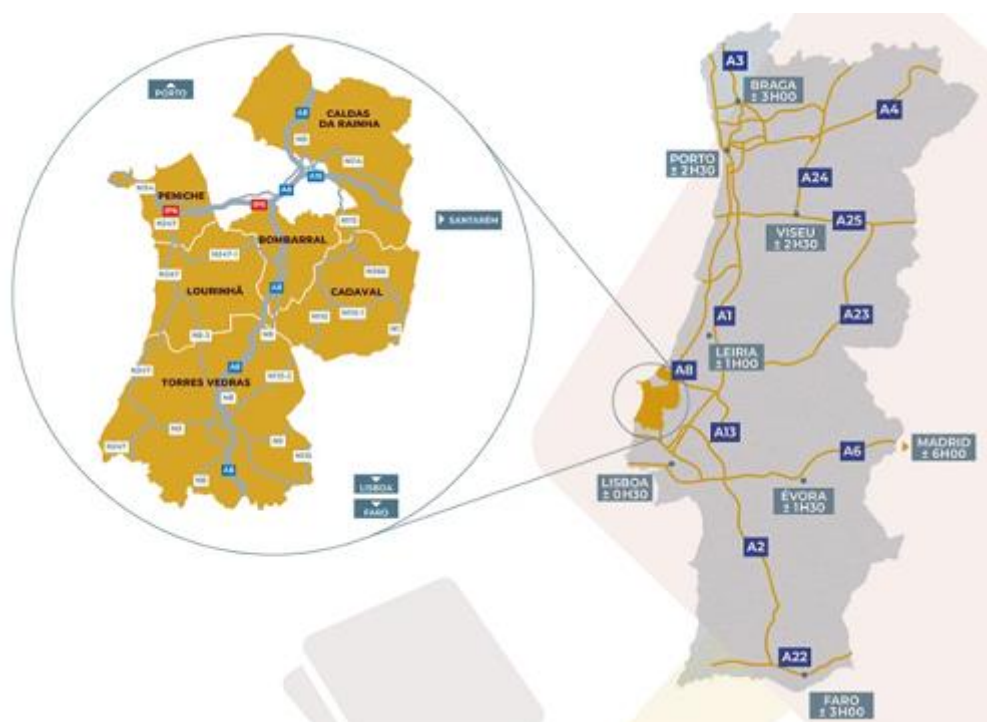
A missão deste Geoparque é proteger, valorizar e dinamizar o património natural, cultural e, especialmente, o património geológico da região. A missão é preconizada por meio do desenvolvimento e divulgação do conhecimento científico, além de promover o turismo e o desenvolvimento sustentável em todo o território abrangido pelo Geoparque Estrela (Emanuel Castro & Fernandes, 2016).

O Geoparque possui um património geológico com elevada importância para a região. O Geoparque da Estrela é composto por 124 geossítios, distribuídos em 8 tipologias distintas: *Panorama Observation Point* que representa 15% dos geossítios; *Bedrock Geology* que representa 17% dos geossítios; *Fluvial Geomorphology* representa 8%; *Glacial and Fluvioglacial* representa a maior percentagem com 28%; *Granite Weathering Landforms* representa 14%; *Hydrogeological* representa 5%; *Mining* representa 4%; *Periglacial and Slope dynamic* representa 9% (E. Castro et al., 2020).

2.3.6. Geoparque Oeste

Na figura 6 está representado o território do Geoparque Oeste. Geoparque do Oeste é uma iniciativa dos municípios da Lourinhã, Caldas da Rainha, Peniche, Bombarral, Cadaval e Torres Vedras. A sua área total é de 1.154 km², em que 72 km corresponde a costa atlântica e 15 km corresponde a praias de areia.

Figura 6 - Mapa do território Geoparque Oeste



Fonte: Website Geoparque Oeste

Em conjunto com a Sociedade de História Natural, Associação Científica e a Universidade Nova de Lisboa, iniciou-se um processo de análise, estudo e debate sobre a candidatura a Geoparque Mundial da UNESCO. A missão do Geoparque Oeste é contribuir para a preservação, conservação, valorização, divulgação e dinamização do património natural e cultural, com ênfase especial no património geológico. Dedicam-se à divulgação do conhecimento científico, promoção da educação, estímulo ao turismo e apoio ao desenvolvimento sustentável das comunidades e do território do Geoparque Oeste (*Aspiring Geoparque Oeste*, n.d.-a).

Este território diferencia-se dos demais por ser um território com elevada relevância geológica a nível nacional e internacional, centrada no período Jurássico e com fósseis singulares,

apresenta ainda 46 locais de interesse geológico, 28 museus e centros de interpretação e 5 miradouros. Tem um património cultural diversificado e historicamente importante, protegido e valorizado pelas comunidades locais, com identidades e dinâmicas sociais fortes. Há também o envolvimento de entidades públicas e privadas na região interessadas em promover o desenvolvimento local, sempre com um compromisso com os princípios de preservação e valorização do património natural e cultural, educação, pesquisa e desenvolvimento sustentável. (Crespo et al., 2022).

2.4. Marca GEOFood

A marca *GEOfood* foi inaugurada pela UNESCO em 2013 e, desde então, tem sido liderada pelo *Magma UNESCO Global Geopark*. O principal objetivo é apoiar o desenvolvimento sustentável das comunidades locais, contribuindo para alcançar os diversos objetivos de desenvolvimento sustentável preconizados pelas Nações Unidas. A marca é destinada a todos os parceiros dos Geoparques Mundiais da UNESCO, desempenhando um importante papel na preservação dos territórios e na promoção das regiões. (GEOFOOD, n.d.)

A marca *GEOfood* é concedida a produtos, produtores e estabelecimentos comerciais de serviços de alimentação localizados em territórios designados como Geoparques Mundiais da UNESCO. Para receber essa distinção, tem que pelo menos 50% das matérias-primas utilizadas na produção ser originárias no território do Geoparque, a produção e transformação dos produtos devem ocorrer dentro do próprio Geoparque, os produtos devem ter relação com a geodiversidade local, e a marca *GEOfood* deve ser claramente exibida nas embalagens e nas instalações dos estabelecimentos.

Em relação aos produtores, o selo *GEOfood* só será atribuído quando todos os produtos de um produtor forem marcados com essa distinção. Já os estabelecimentos que oferecem serviços de alimentação devem incluir pelo menos um menu *GEOfood* no seu menu, que pode ser sazonal.

Para que um menu seja considerado *GEOfood*, é necessário que pelo menos 50% dos matérias-primas utilizados na elaboração dos pratos sejam comprovadamente produzidos no território do Geoparque, para além de que sejam produzidos e transformados dentro do próprio território e que estejam ainda relacionados com a geodiversidade e o património geológico do Geoparque.

Esta marca terá que respeitar os critérios ambientais, sociais e as metas do desenvolvimento sustentável definidas na Agenda 2030, por isso, é necessário que as entidades aderentes

respeitem todos os critérios definidos na Agenda 2030. É feita uma avaliação a cada 4 anos para verificar que todos os pontos referidos anteriormente, estão em funcionamento e atualizados (GEOfood, n.d.).

CAPÍTULO III – CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

Neste capítulo, será descrito o território, história, a carta estratégica e os principais objetivos do Geoparque Oeste.

3.1. Território Geoparque Oeste

Conforme mencionado anteriormente, o território do Aspirante Geoparque Oeste é composto por seis municípios. Este território é altamente atrativo devido à sua diversidade geológica. Neste encontram-se rochas com idades que variam desde o final do Triássico até o Quaternário, com uma predominância de terrenos do Jurássico (77%), seguidos pelo Cretácio inferior (13%) e outras idades (10%) (*Aspiring Geoparque Oeste*, n.d.-a).

Dado que é necessária uma análise mais profunda dos territórios envolvidos, nomeadamente para se perceber as características e recursos que cada município apresenta, será feita uma análise de âmbito populacional, geográfico e turístico.

3.1.1. Município do Bombarral

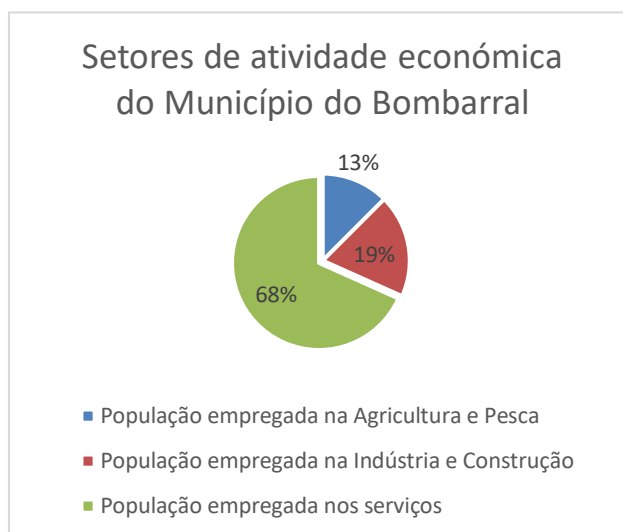
O Bombarral é um município do distrito de Leiria, tem cerca de 91,7 km², é composto por quatro freguesias, a União de Freguesias de Bombarral e Vale Covo, Freguesia de Carvalhal, Pó e Roliça. A sua localização geográfica é privilegiada pois encontra-se no extremo Sul do distrito de Leiria, no centro da Região Oeste, a 75 Km de Lisboa e a 20 Km do Oceano Atlântico, a Norte tem o concelho de Óbidos e a cidade de Caldas da Rainha, a Oeste tem os concelhos da Lourinhã e Peniche, a Sul tem a cidade de Torres Vedras e a Este tem a vila Cadaval. (Município Bombarral, n.d.)

Figura 7 - Município Bombarral



Fonte: Google Imagens

Gráfico 1 - Setores de atividade económica do Município do Bombarral



Fonte: (PORDATA, 2021a)

Com base nos dados mais recentes da PORDATA, em 2021, o Bombarral tinha uma população de 12.813 habitantes, resultando em uma densidade populacional de 140,4 habitantes por km². A estrutura demográfica do município revela que 12,5% da população é jovem, 60,1% está na faixa etária ativa e 27,4% abrange a população idosa(PORDATA, 2021b).

Conforme demonstrado no Gráfico 1, o setor terciário é predominante na atividade econômica do Bombarral (PORDATA, 2021c).

A Tabela 1 indica que o Bombarral é particularmente visitado por turistas de um dia. Em 2018, a taxa de ocupação nos estabelecimentos de hospedagem foi de 30,9%, com 8.679 hóspedes e um total de 16.079 pernoites. Em comparação com outros municípios, o Bombarral apresenta um nível de desenvolvimento turístico ainda em fase de crescimento.

Tabela 1 - Indicadores Turísticos do município Bombarral

Indicadores	Estada média	Taxa de ocupação - cama	Nº de Hóspedes	Nº de dormidas
Bombarral	1,9	30,9%	8 679	16 079

Fonte: (INE, 2018)

Os locais de interesse geológico inseridos no território do Município do Bombarral:

- Grutas do Vale do Roto;

- Vale do Roto;
- Cruzeiro do picoto.

Os museus e centros de interpretação inseridos no território do Município do Bombarral:

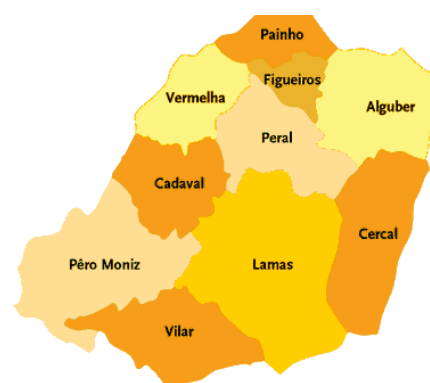
- Museu Municipal do Bombarral.

3.1.2. Município do Cadaval

O Cadaval é um município localizado no distrito de Lisboa, abrangendo uma área de aproximadamente 174,9 km². Este município está subdividido em sete freguesias: Alguber, União de Cadaval e Pêro Moniz, União de Lamas e Cercal, União de Painho e Figueiros , Peral, Vermelha e Vilar (Município Cadaval, 2022).

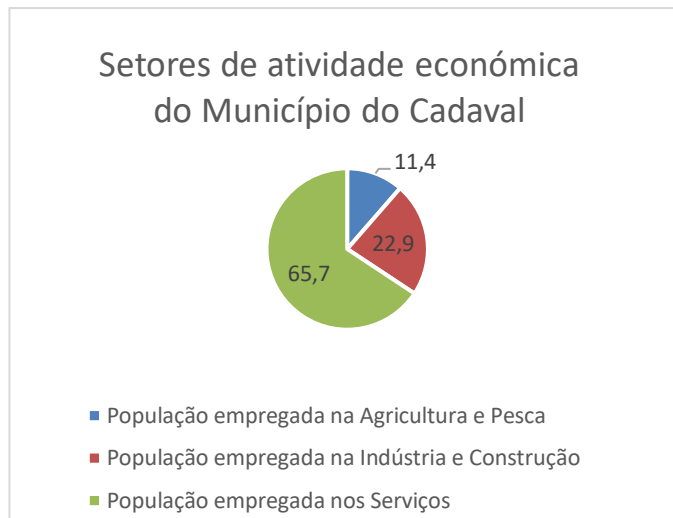
De acordo com os dados mais recentes da PORDATA, referentes a 2021, a população do Cadaval totalizou 13.372 habitantes, resultando numa densidade populacional de aproximadamente 76 habitantes por km². A estrutura etária da população é distribuída da seguinte forma: 11,48% são jovens, 58,39% pertencem à população ativa e 30,13% compõem a população idosa% (PORDATA, 2021a).

Figura 8 - Município do Cadaval



Fonte: Google Imagens

Gráfico 2 - Setores de atividade económica do Município do Cadaval



Fonte: (PORDATA, 2021a)

Conforme demonstrado no Gráfico 2, é evidente que a atividade económica preponderante no Município do Cadaval é o setor dos serviços, de acordo com os dados da PORDATA referentes a 2021 (PORDATA, 2021a).

É importante destacar que não dispomos de informações disponíveis sobre a atividade turística na região, o que sugere que o setor do turismo pode não estar muito desenvolvido neste concelho.

Os locais de interesse geológico inseridos no território do Município do Cadaval:

- Serra de Todo o Mundo;
- Castro de Pragança;
- Real Fabrica do Gelo;
- Capela da Nossa Senhora das Neves.

Os museus e centros de interpretação inseridos no território do Município do Cadaval:

- Museu Municipal do Cadaval;
- Centro de Interpretação Ambiental de Montejunto.

Outros locais de interesse inseridos no território do Município do Cadaval:

- Miradouro da Cruz Salvé Rainha.

3.1.3. Município das Caldas da Rainha

As Caldas da Rainha é um município situado no distrito de Leiria, abrangendo uma área de aproximadamente 255,69 km². Este município é composto por doze freguesias: A dos Francos, Alvorcinha, Caldas da Rainha - Santo Onofre e Serra do Bouro, Carvalhal Benfeito, Foz do Arelho, Landal, Nadadouro, Nossa Senhora do Pópulo, Coto e São Gregório, Salir de Matos, Santa Catarina, Tornada, Salir do Porto e Vidais (Portal Autárquico, 2022).

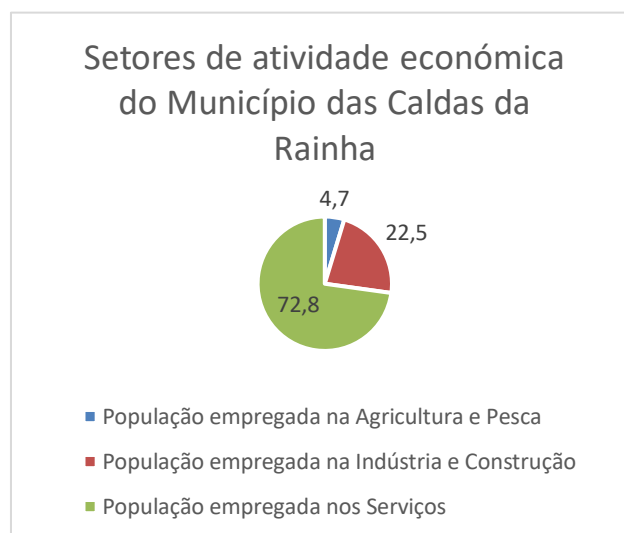
Figura 9 - Município Caldas da Rainha



Fonte: Google Imagens

Tendo em consideração os dados mais recentes da PORDATA, referentes a 2021, as Caldas da Rainha contavam com uma população de 50.910 habitantes, de onde resulta uma densidade populacional média de cerca de 199 habitantes por km². A distribuição etária da população é a seguinte: 12,11% são jovens, 62,17% pertencem à população ativa e 25,71% compõem a população idosa (PORDATA, 2021a).

Gráfico 3 - Setores de atividade económica do Município das Caldas da Rainha



Fonte: (PORDATA, 2021a)

Conforme evidenciado no Gráfico 3, a atividade económica preponderante no Município das Caldas da Rainha é o setor terciário, enquanto o setor primário tem uma participação bastante reduzida, de acordo com os dados da PORDATA (PORDATA, 2021a).

Ao analisarmos os dados da Tabela 2, torna-se visível que o Município das Caldas da Rainha é um destino procurado para estadas de curta duração, geralmente de 2 dias. A taxa de ocupação atinge um patamar significativo de 39,4%, contando com um total de 94.918 hóspedes e um total de 189.972 dormidas. Em comparação com outros municípios, destaca-se como um dos que registam valores mais elevados nos indicadores a baixo referidos.

Tabela 2 - Indicadores turísticos do município Caldas da Rainha relativamente ao ano

Indicadores	Estada média	Taxa de ocupação - cama	Nº de Hóspedes	Nº de dormidas
Caldas da Rainha	2,0	39,4%	94 918	189 972

Fonte: (INE, 2018)

Os locais de interesse geológico inseridos no território do Município das Caldas da Rainha:

- Capela de Santa Ana;
- Salir do Porto;
- Foz do Arelho;
- Penedo Furado.

Os museus e centros de interpretação inseridos no território do Município das Caldas da Rainha:

- Centro Ecológico Educativo do Paul de Tornada;
- Centro Interpretativo para a Lagoa de Óbidos;
- Museu do Ciclismo;
- Casa museu São Rafael;
- Museu da Cerâmica;
- Museu José Malhoa;
- Museu Leopoldo de Almeida;
- Museu Barata Feyo;
- Atelier – Museu António Duarte.

Outros locais de interesse inseridos no território do Município das Caldas da Rainha:

- Miradouro da Serra do Douro;
- Miradouro Foz do Arelho.

3.1.4. Município da Lourinhã

A Lourinhã é um município do distrito de Lisboa, tem cerca de 146 km², é composto por oito freguesias, União de Freguesias de Lourinhã e Atalaia, União de Freguesias de Miragaia e Marteleira, Freguesia de Moita dos Ferreiros, Freguesia de Reguengo Grande, Freguesia de Ribamar, Freguesia de Santa Bárbara, União de Freguesias de S. Bartolomeu dos Galegos e Moledo e Freguesia do Vimeiro (Município Lourinhã, n.d.).

Segundo os últimos dados da PORDATA, em 2021, o município da Lourinhã tinha 26.240 habitantes, uma densidade populacional de 178 por Km². A sua população jovem representa 13,40%, a população ativa é de 61,18% e a sua população envelhecida é de 25,42% (PORDATA, 2021a).

Figura 10 - Município da Lourinhã



Fonte: Google Imagens

Gráfico 4 - Setores de atividade económica do Município da Lourinhã



Fonte: (PORDATA, 2021a)

Como podemos observar no gráfico 4, a atividade económica, no Município da Lourinhã, predominante, é o setor terciário (PORDATA, 2021a).

Com base nos dados da Tabela 1, em 2018, o Município da Lourinhã registou uma média de 2,4 noites por hóspede. A taxa de ocupação hoteleira atingiu 20%, com um total de 11.909 hóspedes e 29.118 dormidas contabilizadas. Relativamente ao número de hóspedes e de dormidas, comparando com outros destinos, destaca-se pelo fato dos turistas optarem por permanecer em média de 2,4 noites.

Tabela 3 - Indicadores Turísticos do município Lourinhã

Indicadores	Estada média	Taxa de ocupação - cama	Nº de Hóspedes	Nº de dormidas
Lourinhã	2,4	20%	11.909	29.118

Fonte: (INE, 2018)

Os locais de interesse geológico inseridos no território do Município da Lourinhã:

- Miradouro da Pena Seca;
- Azenhas do Vale Cornaga;
- Vale Cornaga;
- Paimogo;
- Praia do Caniçal;
- Praia Vale Frades;
- Praia da Areia Branca - areal;
- Miradouro da Peralta;
- Cruzeiro da Lourinhã;
- Porto de Barcas;
- Porto Dinheiro;
- Praia de Valmitão;
- Pinhã.

Os museus e centros de interpretação inseridos no território do Município da Lourinhã:

- Dino Parque;
- Museu da Lourinhã;
- Espaço Museológico Olhar o Mar;
- Centro de Interpretação da Batalha do Vimeiro.

3.1.5. Município de Peniche

Peniche é um município do distrito de Leiria, tem cerca de 77,7 km², é composto por quatro freguesias, a freguesia de Peniche, freguesia de Atouguia da Baleia, freguesia de Ferrel e a freguesia de Serra d'el Rei (Município de Peniche, n.d.).

Segundo os últimos dados da PORDATA, em 2021, o município de Peniche tinha 26.429 habitantes, uma densidade populacional de 341 habitantes por Km². A sua

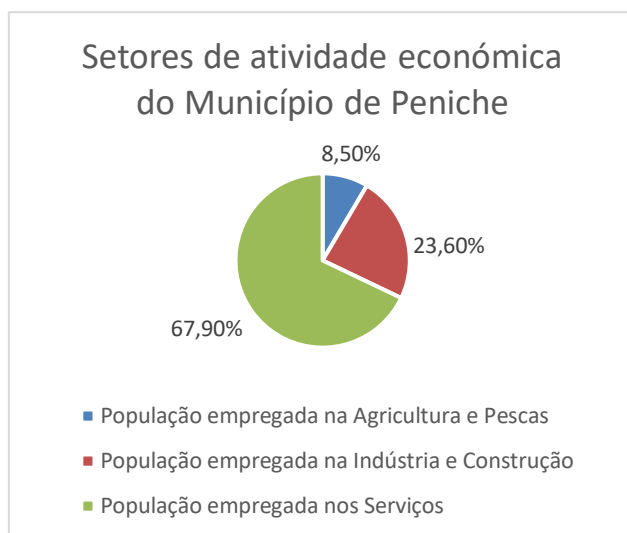
Figura 11 - Município de Peniche



Fonte: Google Imagens

população jovem representa 13,34%, a população ativa 60,59% e a população envelhecida representa 26,07% (PORDATA, 2021a).

Gráfico 5 - Setores de atividade económica do Município de Peniche



Fonte: (PORDATA, 2021a)

Como podemos observar no gráfico 5, a atividade económica, no Município de Peniche, predominante, é o setor dos serviços e do turismo.

Com base nos dados da Tabela 4, em 2018, o Município de Peniche registou uma estada média de 2,0 noites por hóspedes. A taxa de ocupação atingiu 30,2%, resultando um total de 94.026 hóspedes e impressionantes 192.608 dormidas. É notável que o município tenha realizado um número específico de dormidas, mesmo com uma estada média não muito elevada.

Tabela 4 - Indicadores Turísticos do município Peniche

Indicadores	Estada média	Taxa de ocupação - cama	Nº de Hóspedes	Nº de dormidas
Peniche	2,0	30,2%	94 026	192 608

Fonte: (INE, 2018)

Os locais de interesse geológico inseridos no território do Município de Peniche:

- Praia Pico da Mota;
- Praia da Almagreira;
- Praia de Pedras Muitas;
- Baleal;
- Papôa;
- Ponta do Trovão;
- Cabo do Carvoeiro;
- Consolação.

Os museus e centros de interpretação inseridos no território do Município de Peniche:

- Museu da renda de bilros;
- Museu nacional resistência e liberdade;
- Centro interpretação de Atouguia da Baleia;
- Museu da Serra d'el Rei D. Pedro I.

Outros locais de interesse inseridos no território do Município de Peniche:

- Miradouro de Charnais.

3.1.6. Município de Torres Vedras

Torres Vedras é um município do distrito de Lisboa, tem cerca de 407,15 km², é composto por treze freguesias, A dos Cunhados e Maceira, Campelos e Outeiro da Cabeça, Carvoeira e Carmões, Dois Portos e Runa, Freiria, Maxial e Monte Redondo, Ponte do Rol, Ramalhal, Santa Maria, São Pedro e Matacães, São Pedro da Cadeira, Silveira, Turcifal e Ventosa (Câmara Municipal de Torres Vedras, n.d.).

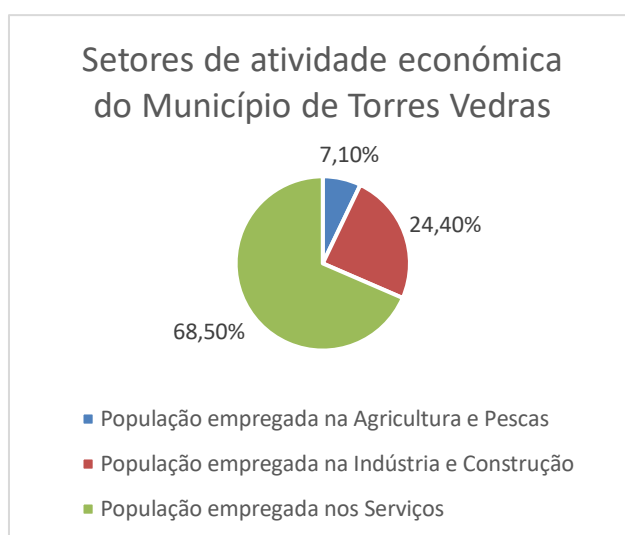
Figura 12 - Município de Torres Vedras



Fonte: Google Imagens

Segundo os últimos dados da PORDATA, em 2021, Torres Vedras tinha 83.072 habitantes, uma densidade populacional de 204 por Km². A sua população jovem representa 13,24%, a população ativa é de 63,99% e a sua população envelhecida é de 22,77% (PORDATA, 2021a).

Gráfico 6 - Setores de atividade económica do Município de Torres Vedras



Fonte: (PORDATA, 2021a)

Como podemos observar no gráfico 3, a atividade económica, predominante no Município de Torres Vedras é o setor terciário.

Com base na tabela 5, percebemos que o Município de Torres Vedras tem uma estada média de 2,1. A sua taxa de ocupação é de 39,4% e em 2018, teve 107.222 hóspedes e um total de 228.579 dormidas. Este município é o que apresenta os resultados turísticos mais favoráveis.

Tabela 5 - Indicadores Turísticos do município Torres Vedras

Indicadores	Estada média	Taxa de ocupação - cama	Nº de Hóspedes	Nº de dormidas
Torres Vedras	2,1	39,4%	107 222	228 579

Fonte: (INE, 2018)

Os locais de interesse geológico inseridos no território do Município de Torres Vedras:

- Vale da Maceira;

- Praia de Santa Rita;
- Praia de Santa Cruz;
- Alto da Vela;
- Praia Azul;
- Foz do Sizandro;
- Praia da Assenta;
- Forte de S. Vicente;
- Castro do Zambujal;
- Santuário do Calvário;
- Termas dos Cucos;
- Miradouro da Eira;
- Serra do Socorro.

Os museus e centros de interpretação inseridos no território do Município de Torres Vedras:

- Centro de Interpretação das Linhas de Torres;
- Centro de Artes e Criatividade;
- Centro de Interpretação de Castelo de Torres Vedras;
- Museu do ciclismo Joaquim Agostinho;
- Centro de Interpretação da Comunidade Judaica de Torres Vedras;
- Museu Municipal Leonel Trindade;
- Centro de Interpretação da paisagem protegida local das serras do Socorro e Archeira.

Outros locais de interesse inseridos no território do Município de Torres Vedras:

- Miradouro da Maceira.

3.2. História do Geoparque Oeste

Foi em 2017, que se iniciou o processo de avaliação e estudo, para apresentação de uma candidatura, a Geoparque Mundial da UNESCO. As entidades envolvidas neste processo foram cinco municípios, o da Lourinhã, de Torres Vedras, de Peniche, do Bombarral e Óbidos, em conjunto com a Sociedade de História Natural, Associação Científica (SHN), Universidade Nova de Lisboa (UNL) e o grupo de Etnologia e Arqueologia da Lourinhã (GEAL).

No mesmo ano, esses cinco municípios formalizaram o seu compromisso através da assinatura de uma carta de interesse, comunicando à Comissão Nacional da UNESCO o interesse em desenvolver uma candidatura para a criação do aspirante Geoparque Oeste, com planos futuros de procurar reconhecimento como Geoparque Mundial da UNESCO (*Aspiring Geoparque Oeste*, n.d.-a).

Em 2018, os municípios envolvidos estabeleceram um Memorando de Entendimento, delineando uma metodologia para serem adotadas no processo e os apoios necessários. Nesse mesmo ano, foi fundada a AGEO – Associação Geoparque Oeste, destinada a ser uma unidade de gestão do projeto de candidatura, encarregada de coordenar os técnicos envolvidos na sua concretização (*Aspiring Geoparque Oeste*, n.d.-a).

Em 2019, constitui-se a equipa técnica e científica. Em 2020, iniciaram-se os trabalhos de pesquisa relacionados com os geossítios, o que permitiu desenvolver o mapa dos geossítios, nos programas educativos e programas turísticos. Foi neste ano que se criou uma rede de parceiros por todo o território Geoparque Oeste (*Aspiring Geoparque Oeste*, n.d.-a).

Em 2021, os municípios de Cadaval e das Caldas da Rainha entraram no processo com a assinatura de um novo Memorando de Entendimento, que engloba agora os seis municípios (*Aspiring Geoparque Oeste*, n.d.-a).

3.3. Missão, a Visão, os Princípios, os Valores e os Objetivos Estratégicos do Geoparque Oeste

O aspirante Geoparque Oeste ao candidatar-se a Geoparque Mundial da UNESCO, tem como visão promover e desenvolver o património que está inserido em todo o território (Crespo et al., 2022).

Tem a seguinte 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 Geoparque Oeste (Crespo et al., 2022).

Esta organização adota e compromete-se a seguir princípios e valores fundamentais. Entre os princípios destaca-se o compromisso com o desenvolvimento sustentável, a procura constante pela melhoria, a promoção da cidadania ativa, o estímulo à inovação social, bem como a procura pela eficiência e eficácia em todas as suas ações. Quanto aos valores, a organização preza pelo respeito à natureza, promove a solidariedade, busca a equidade e igualdade, e valoriza a cooperação interinstitucional como pilares essenciais de sua missão e cultura (Crespo et al., 2022).

O Geoparque do Oeste compromete-se a alcançar objetivos estratégicos que orientam sua missão:

1. Identificar, estudar, avaliar, salvaguardar, valorizar e divulgar o património natural e cultural, material e imaterial, do território que faz parte do GO;
2. Realizar e apoiar iniciativas, projetos e programas que promovam o desenvolvimento sustentável e ambiental do território abrangido pelo GO;
3. Promover e apoiar ações de inovação económica, social e tecnológica, contribuindo para a criação de empregos e o desenvolvimento das comunidades locais;
4. Desenvolver iniciativas que visem obter e manter o reconhecimento do GO pela UNESCO como Geoparque Mundial;
5. Participar ativamente na rede nacional e internacional de Geoparques Mundiais da UNESCO;

6. Integrar parcerias e projetos associativos e empresariais voltados para o estudo e desenvolvimento dos territórios e população abrangidos pelo GO;
7. Promover ações educativas, culturais e de formação para divulgar as atividades e o trabalho do GO;
8. Identificar, criar e apoiar a promoção de produtos e serviços locais e regionais de qualidade, através de marcas e logotipos adequados à proteção desses bens;
9. Fomentar iniciativas e projetos nos campos da ciência, cultura e turismo como instrumentos de desenvolvimento sustentável para as comunidades e territórios envolvidos;
10. Apoiar projetos de pesquisa científica no território, estabelecendo parcerias com entidades públicas e privadas, centros de pesquisa, universidades, institutos politécnicos, empresas e associações;
11. Conciliar a conservação do patrimônio natural e cultural, material e imaterial, com o desenvolvimento socioeconômico sustentável das populações abrangidas pelos territórios dos Municípios participantes;
12. Gerir e melhorar as instalações de apoio aos visitantes do GO, informando e sensibilizando-os para a preservação dos valores do geoparque;
13. Criar uma identidade própria para o GO através de uma marca distintiva (Crespo et al., 2022).

3.3.1. Programa Prego Dourado

O programa do Prego Dourado faz parte do Geoparque do Oeste, cuja criação visa a conexão entre o património, a gastronomia e os produtores locais inseridos no território do geoparque. Este programa desempenha um papel significativo na preservação da identidade das comunidades locais e no estímulo ao desenvolvimento económico sustentável dessas comunidades (*Aspiring Geoparque Oeste*, n.d.-b)

O programa Prego Dourado abrange duas categorias distintas: Geoproduto, que inclui artesanato e produtos relacionados com os conhecimentos das geociências, e Geoprato, composto por pratos inspirados no património geológico e/ou cultural (*Aspiring Geoparque Oeste*, n.d.-b)

Além disso, existem quatro níveis de certificação disponíveis para Geoprodutos e Geopratos, podendo um ou ambos os níveis serem aplicados. O primeiro nível diz respeito à designação do produto, que deve fazer referência a algum aspeto do património natural, cultural ou localidade

do Geoparque Oeste. O segundo nível se aplica quando pelo menos 50% das matérias-primas e/ou produtos transformados são provenientes do território do geoparque. O terceiro nível relaciona-se com produtos de origem biológica. Por fim, o quarto nível cujos produtos são confeccionados sem farinhas, açúcar e sal refinados, alimentos processados e aditivados e de grãos de cereais (*Aspiring Geoparque Oeste*, n.d.-b, p.3).

Este programa oferece várias vantagens, de acordo com o Geoparque Oeste incluindo o reconhecimento distintivo de produtos e pratos, destaque dos estabelecimentos da rede nos programas turísticos, oportunidades de promoção em eventos e atividades, bem como a criação de projetos educacionais com foco no desenvolvimento sustentável do território (*Aspiring Geoparque Oeste*, n.d.-b)

O nome deste programa “Prego Dourado” surge devido a um geossítio que pertence ao Geoparque do Oeste que é revelante a nível nacional e internacional. Este geossítio que é assinalado como Prego Dourado, situa-se na Ponta do Trovão, localizado na fachada norte da Península de Peniche, aqui podemos encontrar o melhor registo a nível mundial da transição entre os intervalos de tempo Pliensbaquiano e Toarciano, andares do Jurássico Inferior. Em 2014, o geossítio foi classificado como *Global Boundary Stratotype Section and Point (GSSP)* do Toarciano pela *International Commission on Stratigraphy da International Union on Geological Sciences*, entidade que faz parte da UNESCO. (“Prego Dourado na Ponta do Trovão,” 2016).

CAPÍTULO IV – METODOLOGIA

Tendo em conta a revisão da literatura realizada, o capítulo IV apresenta a metodologia utilizada no presente trabalho da investigação.

Foi neste capítulo que foram desenvolvidos os objetivos deste trabalho de investigação, explicando e justificando os métodos utilizados.

O objeto de estudo é o Geoparque Oeste, esta escolha decorreu essencialmente, do facto deste projeto ser não só atual apresentar um grande potencial para o desenvolvimento da Região do Oeste, tanto a nível geológico, como cultural, educacional e turístico.

Após pesquisa sobre o tema surgiu a necessidade de perceber se no caso do Geoparque Oeste, o reconhecimento de produtos pela UNESCO é distintivo para as empresas, ou seja, se este reconhecimento se traduz em prestígio, satisfação ou algo diferenciador para os aderentes. Por isso, importou perceber como é que as empresas aderentes avaliam esse reconhecimento, por outro lado perceber o que pode constituir-se como obstáculo à adesão das empresas.

4.1. Objetivos da Investigação

Os objetivos de uma pesquisa podem ser gerais ou específicos, os objetivos gerais descrevem ações amplas relacionadas com o problema, enquanto os objetivos específicos detalham ações e aspetos específicos que requerem uma investigação científica mais aprofundada (Santos, 2009, citando Fachin).

Objetivo principal do trabalho de investigação:

- Perceber a importância do Programa Prego Dourado no mercado da Região Oeste e qual o posicionamento do futuro Geoparque Oeste relativamente aos outros Geoparques.

Objetivos específicos do trabalho de investigação:

- Perceber quais as marcas utilizadas pelos diferentes Geoparques e conhecer os seus regulamentos;
- Compreender como é que os outros Geoparques angariam aderentes para as suas marcas;
- Perceber o grau de satisfação das entidades aderentes ao Programa Prego Dourado;
- Investigar e identificar as dificuldades do Programa Prego Dourado;

- Compreender os motivos que levam a que alguns empresários da Região Oeste não adiram ao Programa Prego Dourado.

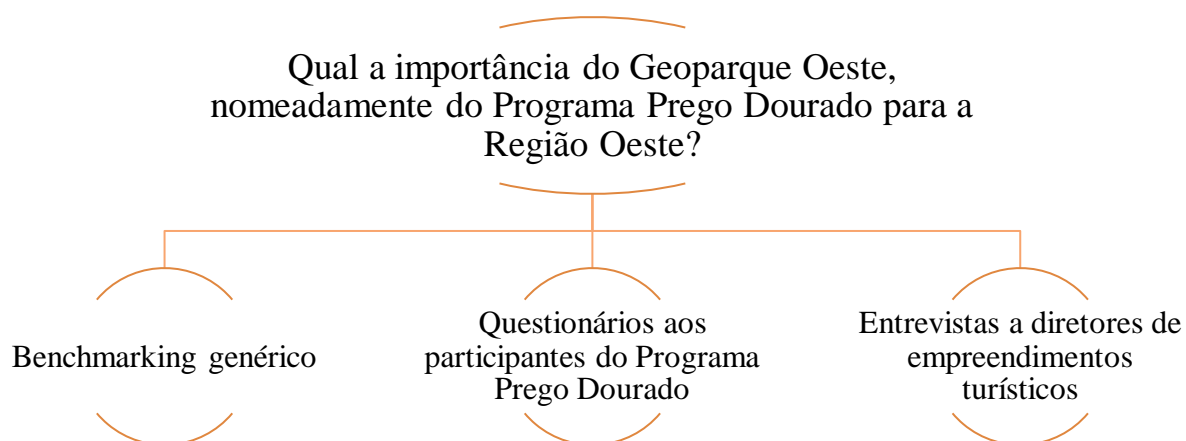
4.2. Recolha de Informação

No que diz respeito à recolha de informação, foram utilizadas duas vertentes, uma vertente mais teórica e uma outra vertente mais empírica.

Na vertente teórica foram utilizados dados secundários a partir de documentos, artigos e *websites*. Estes recursos foram utilizados na definição de alguns conceitos e na descrição de algumas organizações.

Na vertente empírica do estudo, foram aplicados três diferentes métodos:

Figura 13 - Esquema dos métodos utilizados



Fonte: Elaboração própria

1. Benchmarking genérico aos *websites* dos Geoparques Mundiais da UNESCO em Portugal, permitindo obter informações sobre as suas marcas e regulamentos.
2. Aplicação de um questionário aos participantes do Programa Prego Dourado, a fim de avaliar o grau de satisfação e compreender as suas perspetivas.
3. Realização de entrevistas a diretores de alojamentos turísticos na Região Oeste, com o objetivo de identificar as razões subjacentes à não adesão ao Programa Prego Dourado.

4.2.1. Benchmarking genérico

Relativamente a este método, a amostra selecionada recaiu nos cinco Geoparques Mundiais da UNESCO em Portugal em comparação com o Geoparque Oeste. O principal objetivo deste método foi perceber as diferenças entre Geoparques, e a forma como os aderentes utilizam as respetivas “marcas” para promoverem os produtos regionais e adotarem a marca *GEOfood*.

Foram assim analisados diferentes aspetos, tais como a imagem dos *websites*, a acessibilidade da informação relativamente aos produtos regionais, a tradução para diferentes idiomas, a promoção das “marcas” e os documentos disponibilizados. Neste sentido, foi criada uma tabela para o registo das observações conforme o apêndice 1.

Foram ainda, por *e-mail*, colocadas algumas questões a todos os Geoparques, sobre a promoção e a forma como angariam aderentes para as suas marcas.

O benchmarking genérico foi realizado a partir dos websites dos seguintes Geoparques:

- Naturtejo *Geopark*;
- Arouca *Geopark*;
- Geoparque Açores;
- *Geopark* Terras de Cavaleiro;
- Estrela *Geopark*;
- Geoparque Oeste.

4.2.2. Questionário

A aplicação do questionário, disponível no Apêndice 2, surgiu da necessidade de avaliar se a entidade Geoparque Oeste cumpriu com os seus compromissos no âmbito do Programa Prego Dourado. Nesse sentido foi aplicado em 14 de janeiro de 2023 um questionário de satisfação às entidades que aderiram ao Programa, abrangendo 19 participantes.

O questionário foi enviado para as seguintes entidades:

- Andsomme Beer;
- Adega d'Arrocha;
- Adega Vermelha;
- Adega Cooperativa da Lourinhã;

- Bombondrice, Chocolate e Bombons, Lda;
- Companhia Agrícola do Sanguinhal;
- Confeitaria Quinta da Granja;
- Consultores apícolas by carbee;
- Dom José;
- Mercearia Pena (Carvalho & Irmão, Lda);
- Montejuntomel;
- Quinta Pedagógica da Caria;
- Sidrada;
- 100 Pratus - *White Sand Club*;
- Avenida Café e Cervejaria;
- Castelo restaurante e Cervejaria;
- Doce Lourinhã;
- Donarainha;
- Onildas.

O questionário, simples e objetivo, foi desenvolvido, de forma que os inquiridos conseguissem perceber as perguntas e pudessem ser claros e objetivos nas suas respostas.

A elaboração das perguntas, foi baseada nos seguintes factos:

- Reconhecimento distintivo dos produtos e pratos;
- Destacar os estabelecimentos da rede nos programas turísticos promovidos;
- Oferecer oportunidade de promoção dos produtos e pratos, em eventos e atividades a realizar;
- Criação de projetos educacionais com foco no desenvolvimento sustentável do território (*Aspiring* Geoparque Oeste, n.d.-b).

O questionário foi submetido através da plataforma *Google Forms* e compreendeu dez perguntas, uma para identificação da entidade e as restantes incidem sobre o Programa Prego Dourado de forma a perceber a satisfação dos aderentes. uma de escolha múltipla, seis questões de concordância utilizando a escala 5 de *Likert* e duas perguntas de resposta aberta.

As perguntas de escolha múltipla permitiram obter respostas diretas e paralelamente avaliar se os participantes do PPD reconheciam que os seus produtos eram valorizados e diferenciados dos demais (Survey Monkey, n.d.).

A utilização da escala de *Likert* resulta das questões construídas e apresentadas em modo de afirmação antidescritiva, para se ter a opinião de cada cliente em diferentes níveis (Frankenthal, 2022).

Segundo (Frankenthal, 2022), uma escala do tipo *Likert* permite obter diferentes níveis de intensidade de opinião, sobre um determinado tema, a escala pode ir desde o discordo totalmente (nível 1), até ao concordo totalmente (nível 5). A escala mais utilizada é a de 5 níveis, mas pode ir até outros níveis (7 e 11), ficando ao critério do autor.

A escala utilizada no questionário foi a escala de 5 pontos pois é a forma mais fácil para os inquiridos responderem, uma vez que quando a escala aumenta, os inquiridos têm mais dificuldade em seleccionar o ponto que melhor evidencia o seu grau de concordância (Casimiro, 2018).

Foram ainda introduzidas duas questões abertas para permitir que os participantes expressassem as suas opiniões de forma livre e espontânea. Embora estas respostas exijam uma análise mais cuidada fornecem, no entanto, informações muito valiosas pois não sofrem qualquer tipo de inferência.

4.2.3. Entrevistas

Segundo, (Araújo; et al., 2010) a entrevista é um instrumento de recolha de dados primordial e de enorme excelência, quer pela novidade do tema, quer por permitir explorar aprofundadamente, o processo de recolha de percepções e significados atribuídos pelos próprios entrevistados.

Uma entrevista científica pode ser definida como uma conversa entre duas pessoas, em que uma delas, a pessoa que esta a efetuar a pesquisa, faz perguntas, e o entrevistado responde, a fim de obter respostas relevantes para o tema em estudo (Schlüter, 2005).

Existe três tipos de entrevista:

- Estruturada – Na entrevista estruturada define-se o número de questões predefinidas. Este tipo de instrumento pode ser particularmente interessante quando existem vários entrevistadores, se pretende reduzir a variabilidade das questões colocadas, se deseja ter a mesma dimensão de informação por inquirido em diferentes momentos temporais, há dificuldades na recolha e análise dos dados, nomeadamente em situações de analfabetismo, idade avançada ou inacessibilidade face aos sujeitos.

A entrevista estruturada permite homogeneizar a recolha de informação, facilita a análise dos dados e tornar mais fácil a replicação do estudo.

As limitações decorrem da reduzida flexibilidade e espontaneidade por parte do entrevistado, não há possibilidade de surgir outras questões para além das que foram antecipadamente preparadas pelo entrevistador, não é possível explorar outros contextos e elementos pessoais (Lousã et al., 2018).

- Não estruturada – A entrevista não estruturada é desenvolvida em respostas abertas e no fluir de uma conversa. Não existe um guião estruturado, apenas existe um conjunto de tópicos que o entrevistador pretende abordar, as questões surgem do contexto da conversa. Neste tipo de entrevista, não se deve colocar questões para se obter uma determinada resposta e o entrevistado deve utilizar a sua própria linguagem.

Normalmente, os temas abordados neste tipo de entrevista são experiências, comportamentos, opiniões, aspetos de natureza afetiva ou conhecimento sobre um determinado tema.

As vantagens deste tipo de entrevista decorre do facto de se ter acesso a mais detalhes, permite apreender o vocabulário do entrevistado, e facilitar a resposta ao entrevistado, obtendo-se uma entrevista mais interessante com uma maior espontaneidade (Lousã et al., 2018).

- Semiestruturada – A entrevista semiestruturada possui um guião com questões gerais que servem de ponto de partida para a condução da entrevista. Este tipo de entrevista torna-se particularmente útil quando o entrevistador não é muito experiente ou teme que o entrevistado divague ou fuja do tema (Lousã et al., 2018).

A entrevista elaborada e aplicada neste estudo é estruturada, disponível no apêndice 3, tendo como objetivo perceber a importância atribuída pelas entidades empresariais da Região do Oeste ao Programa Prego Dourado e ainda a razão pela qual algumas empresas não aderiram ao projeto.

A amostra para esta entrevista foi alicerçada na categoria “Geoprato” do PPD, pois à data tinha apenas quatro aderentes, 100 Pratus, Castelo Restaurante e Cervejaria, Avenida Café e Cervejaria, The Marina. Como os concelhos abrangidos pelo geoparque apresentavam um elevado número de estabelecimentos de restauração, a seleção da amostra por conveniência incidu nos estabelecimentos hoteleiros registados no Registo Nacional de Turismo e localizados nos concelhos que delimitam o Geoparque Oeste, e que servem pelo menos uma refeição. Na totalidade são 27 hotéis:

- Hotel Comendador;

- Campanile Caldas da Rainha;
- Inatel Foz do Arelho Hotel 3*;
- Água d'alma Hotel;
- Sana Silver Coast;
- Europeia Hotel;
- Caldas Internacional Hotel;
- Hotel Cristal Caldas;
- Hotel Dona Leonor;
- Estalagem Bela Vista;
- Hotel Dom Lourenço;
- Laurus Hotel;
- Sea Garden;
- Sharks Lodge;
- Baleal Spot;
- Hotel Hebe;
- Surfers Lodge;
- Hotel Neptuno;
- Star Inn Peniche;
- Hotel MH Atlântico Golf;
- MH Peniche;
- Hotel Pinhalmar;
- Hotel Santa Cruz;
- Stay Hotel Torres Vedras Centro;
- Hotel Promar;
- Hotel Golf Mar;
- Dolce by Wyndhann Camporeal Lisboa.

Capítulo V – Resultados, análise e discussão

Neste capítulo são analisados os dados recolhidos junto dos *websites* dos geoparques, pela aplicação dos questionários de satisfação aos aderentes do Prego Dourado e ainda entrevistas realizadas a estabelecimentos hoteleiros dos referidos 6 concelhos.

5.1. Resultados Obtidos

Apresentação dos resultados obtidos pela aplicação do no Benchmarking Genérico, questionários e entrevistas. De forma a poder expor toda a informação recolhida para análise dos resultados.

5.1.1. Benchmarking genérico aos websites dos Geoparques e questões realizadas por *email*

O envio de *e-mails* e análise de *sites* tiveram como objetivo principal a identificação das principais diferenças entre os Geoparques, especialmente quanto à forma e utilização das marcas para promover produtos regionais e associação à marca *GEOfood*. Inicialmente, foram enviados *e-mails* para os Geoparques solicitando informações sobre os produtos associados às suas marcas e como incorporam os produtos *GEOfood*. Posteriormente, foram feitas outras questões, mais específicas, para aprofundar a análise.

Para facilitar a análise das respostas obtidas junto dos Geoparques, a informação obtida foi organizada em tabelas. É importante referir que nem de todos os Geoparques se conseguiu obter informação pertinente. Nesse sentido refira-se que foram os geoparques, *Geopark Naturtejo*, Geoparque Arouca, Geoparque Açores e Geoparque Oeste os mais colaborantes.

Foram produzidas 7 tabelas, que agora se apresentam, com a informação recolhida/obtida.

Na Tabela 6, são apresentadas as respostas remetidas pelos Geoparques relativamente aos requisitos necessários para a adesão dos aderentes às marcas.

Tabela 6 - 1º pergunta: requisitos necessários para aderir à marca dos geoparques

Requisitos necessários para aderir à marca

Geopark Naturtejo

- A empresa estar inserida no território do *Geopark* Naturtejo.
- As matérias-primas sejam maioritariamente do Geoparque.
- A sua produção seja realizada dentro do território do geoparque.
- Destina-se a produtores, artesãos, associações de atividades turísticas, culturais ou recreativas, empresas de animação turística, unidades de alojamento e restauração, pontos de venda e outros serviços de apoio à atividade turística.

Arouca Geopark

- Ser produzido no território Arouca *Geopark* e ser Microempresa nos termos da definição da comissão europeia;
- Ser resultante de uma atividade ou processo produtivo artesanal, tradicional ou regional;
- Produzido por Artesão com Estatuto de Artesão e/ou Unidade de Produção licenciada, em caso aplicável;
- Ser produzido em local devidamente licenciado pelas entidades competentes, em caso aplicável;
- Obedecer às normas de Higiene e Segurança Alimentar, em caso aplicável;
- Comprometer-se a frequentar ações de formação promovidas pela AGA e a divulgar os produtos certificados na sua sede e página web com referência à sua certificação;
- Disponibilizar estatísticas sobre quantidades vendidas.

Geoparque Açores

- Responsabilidade e consciência ambiental da empresa;
- 50 % das matérias-primas utilizadas devem ser provenientes do território do Geoparque;
- A produção e transformação devem ser efetuadas no território do Geoparque sendo privilegiadas técnicas tradicionais que preservem e valorizem as tradições do território
- O rótulo ou ementa deve conter informação sobre o território e deve estabelecer a relação entre o produto e a paisagem envolvente ou tradições identitárias do território
- A empresa deve ser parceira do Geoparque;
- O geoproducto deve ser comercializado com o logo da parceria (logo do Geoparque).

Geoparque Oeste	<ul style="list-style-type: none"> • Ser parceiro do AGO; • Tem de ser produzido em território do AGO; • O geoproduto deve ser comercializado com logo da parceria (logo do Geoparque) • Ter pelo menos um nível dos três níveis seguintes: <ol style="list-style-type: none"> 1) “...se a sua designação for alusiva a algum aspeto do património natural, património cultural e/ou localidade de AGO...”; 2) “se os produtos transformados, ou pratos forem confeccionados com pelo menos 50% de matérias-primas e/ou produtos transformados no território do AGO”; 3) “se os produtos produzidos ou utilizados forem de origem biológica”
-----------------	--

Fonte: *Elaboração própria*

Observe-se que existem importantes diferenças nos requisitos entre os diversos Geoparques, no entanto, destaca-se a presença de três requisitos comuns a todos eles, nomeadamente a necessidade de que os produtos sejam produzidos e transformados no território do Geoparque, a exigência de que a sede da empresa esteja localizada dentro do Geoparque e que a empresa seja parceira do Geoparque.

Na tabela 7, observa-se às respostas referentes ao custo de adesão à marca de cada geoparque.

Tabela 7 - 2º pergunta: aderir à marca tem algum custo

Aderir à marca do geoparque tem algum custo?	
<i>Geopark</i> Naturtejo	Não tem custos.
Geoparque Açores	Não. Apenas tem de disponibilizar informação e fotografias do produto.
Geoparque Oeste	Não tem custos.

Fonte: *Elaboração própria*

Relativamente ao custo da utilização das marcas, apenas *Geopark* Naturtejo, Geoparque Açores e o Geoparque Oeste responderam, sendo que não se paga para aderir às marcas.

Na tabela 8, a questão é sobre as dificuldades sentidas pelos geoparques na implementação das suas marcas.

Tabela 8 – 3º pergunta: As dificuldades na implementação das marcas

Quais as maiores dificuldades que sentiram, relativamente, à implementação das marcas?	
Geopark Naturtejo	Inicialmente dar a conhecer o conceito e atrair os primeiros aderentes.
Geoparque Açores	<ul style="list-style-type: none"> • A confusão entre as diferentes marcas disponíveis para os produtos produzidos nos Açores (Marca Açores, Biosfera; Marcas Bio); • A necessidade de serem reformulados os rótulos por forma a incluir informação do território e novos logos...
Geoparque Oeste	<ul style="list-style-type: none"> • Baixa taxa de reconhecimento e valorização da marca “Prego Dourado”, mas também do conceito base por parte do público-alvo; • Baixa taxa de reconhecimento e valorização do projeto do aspirante Geoparque Oeste por parte da comunidade.

Fonte: *Elaboração própria*

As respostas obtidas variaram. No caso do *Geopark Naturtejo*, a principal dificuldade encontrada foi a necessidade de apresentar e explicar o conceito da marca, uma vez que era algo inovador. Já no Geoparque Oeste, além do desconhecimento da marca, também a falta de conhecimento sobre o projeto GO complicou a implementação. No Geoparque Açores, as principais dificuldades enfrentadas incluíram a confusão com outras marcas já existentes no arquipélago e a necessidade de reformular os rótulos dos produtos.

Na tabela 9, discute-se a forma de como se realiza a aquisição de aderentes à marca de cada geoparque, se é o geoparque que procura os participantes ou se os participantes procuram a marca.

Tabela 9 - 4º pergunta: a procura pela marca é efetuada pelos produtores/empresários ou é o geoparque que procura aderentes

É o Geoparque que procura pelos produtores/empresários ou são eles que procuram o Geoparque para aderirem ao selo Prego Dourado?	
Geopark Naturtejo	Numa primeira fase o <i>Geopark</i> Naturtejo contactou alguns produtores para aderirem. Atualmente as empresas procuram o <i>Geopark</i> por já conhecerem o selo. De qualquer modo, o <i>Geopark</i> faz regularmente ações de divulgação da marca.
Geoparque Açores	Por norma é a entidade que demonstra interesse em pertencer à marca.
Geoparque Oeste	Certa de 80% dos parceiros que integram o programa, procuraram o aspirante geoparque Oeste para integrarem o programa. Os restantes 20% são fruto do nosso contacto.

Fonte: *Elaboração própria*

Na tabela 9, concluímos que todos os geoparques são procurados pelos agentes locais.

Na tabela seguinte é analisado a forma de promoção de cada geoparque.

Tabela 10 - 5ª pergunta: qual a promoção realizada para o conhecimento da marca

Qual a promoção realizada para o conhecimento da marca?	
Geopark Naturtejo	Promoção através folhetos, redes sociais, Mailing lists, através de outros parceiros já aderentes, apresentações e ações de degustação, participação em eventos, espaço promocional no mercado semanal da Bio Região de Idanha-a-Nova...
Geoparque Açores	<ul style="list-style-type: none"> • O levantamento de mercado foi efetuado pelo Geoparque Açores e as empresas contactadas diretamente, algumas associarem os seus produtos e outras lançando o desafio à criação de novos produtos, como foi o caso do Biscoito Bomba. • A promoção dos primeiros geoproductos levou a que o Geoparque fosse contactado por outras empresas com o intuito de aderirem à marca. Por exemplo, um texto publicado no Diário de Notícias, levou a uma nova parceria e de um novo geoproducto.
Geoparque Oeste	<ul style="list-style-type: none"> • Distribuição folhetos (bilingues) em feiras e eventos temáticos; • Realização de ações de sensibilização e esclarecimento; • Promoção de produtos e do programa em feiras e eventos (coffee-breaks, provas, etc); • Realização de ações de promoção de determinados produtos; • Promoção de cabazes de produtos; • Identificação do programa “Prego Dourado” nos produtos associados ao programa.

O *Geopark Naturtejo* e o Geoparque Oeste apresentam os mesmos métodos de promoção. Já o Geoparque Açores utilizou uma diferente técnica de promoção, contactaram entidades que estariam dentro dos requisitos necessários e entidades que se poderiam adaptar, depois com a promoção destas primeiras entidades acabaram por serem contactados por outras entidades para fazerem parte da marca, por fim, publicaram um texto promocional no Diário de Notícias que levou à aquisição de uma nova parceria.

Na tabela 11, encontra-se os produtos aderentes à marca *GEOfood*.

Tabela 11 - Produtos GEOfood

<i>GEOfood</i>	
<i>Geopark Naturtejo</i>	Um dos requisitos para que os produtos sejam é serem também certificados pelo Geoparque como Geoprodutos. Produtos: <ul style="list-style-type: none"> • Geocakes; Petiscos e Granitos; • Helena Restaurante Pizzaria; • Ródão; • Monsanto Geo Hotel Escola; • Queijaria Flores; • Nature Fields; • Egitânia; • Ervas da Zoé; • Vale de Afaia; • Vila doce; • Fonte Isonsa.
<i>Arouca Geopark</i>	No que diz respeito à marca GEOFood, esta ainda não esta desenvolvida pelo geoparque uma vez que ainda estão a trabalhar com os seus parceiros para poderem ser certificados pela marca GEOFood.
Geoparque Açores	<ul style="list-style-type: none"> • Chalet da Tia Mercês, Azores Essentials (Menu Geothermal Brunch); • Adega Cooperativa dos Biscoitos (Vinho MAGMA); • Pico Wines (Vinhos - Arinto dos Açores, Verdelho, Terrantez do Pico, Frei Gigante, Rola Pipa, Terra de Lava, Gruta das Torres, Lajido Seco, Lajido); • Insula Atlantis (Vinhos – Insula Chão de Lava, Insula Arinto dos Açores, Insula Verdelho).
<i>Geopark Terras de Cavaleiro</i>	Não obtive informação.

Geopark Estrela	Produtos: <ul style="list-style-type: none"> • Alto das Urgas Mel (Mel); • Grande Forno (Queijaria da Serra, Bicoitos de Azeite, Biscoitos de mel, Folar da Serra, Pão do Sabugueiro); • Madre de água, queijaria (queijo da serra); • Mel vale (Mel de Urze); • Rémel (Mel); • Vim do Monte (Pão de centeio, Biscoito de Laranja, Licor ginja e Carqueja, Ervas Aromáticas, Chá); • Vinho da Ordem (Vinho tinto, Vinho Branco, Vinho Rosado); • Miminhos da Olinda (Pão de Abóbora, Compota); • Queijaria Quinta da Pena (Queijo de Serra da Estrela DOP, Queijo de Ovelha Curado, Requeijão); • Varzea Bio (Mel Multifloral, Pêra passa 250gr, Perá passa); • Padaria & Pastelaria Floresta (Pastel de Feijoca); • Museu do Azeite (Garrafa de azeite 250ml, Lata de azeite 500ml, Sabão de Azeite, Licor folha de oliveira, Olive sense, Garrafão de azeite 2l). Menus Geofood: <ul style="list-style-type: none"> • Alojamento (Casa do fundo; Lugar nas Estrelas); • Restaurante (Mirante da Estrela; Cova da Loba; Infusão - Casa de chá)
Geoparque Oeste	Ainda não tem produtos

Fonte: *Elaboração própria*

Apenas o *Geopark* Naturtejo, Geoparque Açores e o Geopark Estrela detêm produtos reconhecidos pela marca *GEOfood*. O Geoparque Oeste como a sua candidatura ainda não foi aprovada, os produtos dos aderentes não podem ser reconhecidos com a marca *GEOfood*.

Para além das questões que estão expostas nas tabelas anteriores, foi necessário a análise dos *websites*. Neste sentido, consultaram-se os *websites* do *Geopark* Naturtejo, Arouca *Geopark*, Geoparque Açores, *Geopark* Terras de Cavaleiro, *Geopark* Estrela e Geoparque Oeste.

Na seguinte tabela 12, estão algumas características identificadas nos diversos *websites*, de forma a entender quais às informações e mecanismos que cada geoparque utiliza.

Tabela 12 - Tabela com elementos observados nos diferentes *websites*

	Geoparque Naturtejo	Geoparque Arouca	Geoparque Açores	Geoparque Terras de Cavaleiros	Geoparque Estrela	Geoparque Oeste
Os websites apresentam a carta estratégica e informações sobre a associação?	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Sim
Os websites apresentam o conceito do Geoparque?	Sim	Não	Sim	Sim	Não	Não
Os websites apresentam várias línguas?	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Os websites permitem fácil acesso às informações ali plasmadas?	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim
Os websites apresentam programas turísticos?	Sim	Sim	Sim	Não, apenas percursos pedestres	Percursos Interpretativos	Sim
Os websites apresentam programas educativos?	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Os websites apresentam o regulamento para aderir as suas marcas?	Sim (apesar de ser difícil de aceder)	Não	Não	Não	Não	Sim
Os websites disponibilizam os produtos regionais?	Sim (apesar de ser difícil de aceder)	Não	Não	Apresentam produtores da região	Não	Sim
Os websites disponibilizam informações sobre o GEOFood?	Sim (apesar de ser difícil de aceder)	Sim	Não	Não	Sim	Sim

Os websites disponibilizam os produtos associados ao GEOFood?	Sim (apesar de ser difícil de aceder)	Apenas 1	Não	Não	Não	Não tem produtos
---	---------------------------------------	----------	-----	-----	-----	------------------

Fonte: *Elaboração própria*

No que diz respeito às acessibilidades aos websites, o que denota maiores dificuldades é o Geoparque Açores e Terras de Cavaleiros. Por fim e relativamente, às marcas reconhecidas apenas o Naturtejo e o Geoparque Oeste disponibilizam informação.

5.1.2. Análise dos questionários de satisfação aos aderentes do Programa Prego Dourado

O questionário foi enviado entre os dias 14/01/2023 e 31/03/2023 a dezanove entidades, contudo apenas treze entidades responderam. As treze entidades são as seguintes:

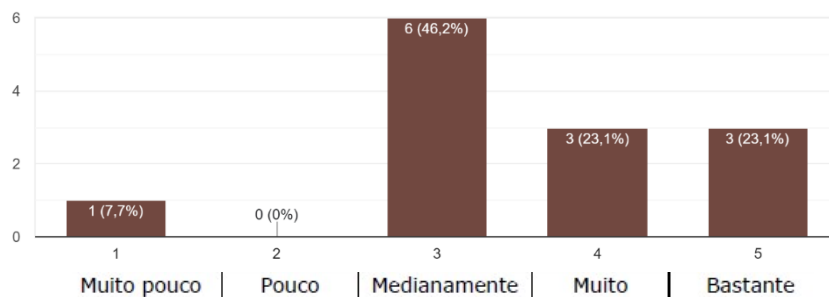
- Adega d'arrocha;
- Adega Cooperativa da Lourinhã;
- Bombondrice, Chocolate e Bombons;
- Companhia Agrícola do Sanguinhal;
- Confeitaria Quinta da Granja;
- Consultores apícolas by carbee;
- mercearia Pena;
- Montejuntomel;
- Quinta Pedagógica da Caria;
- Sidrada;
- Castelo restaurante e Cervejaria;
- Donarainha;
- Onildas.

No gráfico 7, *analisa-se se o PPD é uma mais-valia na promoção dos produtos/pratos.*

Gráfico 7 – Pergunta 2 do questionário aos aderentes do PPD

Numa escala de 1 a 5, acha que o programa Prego Dourado foi uma mais-valia para a promoção dos seus produtos/pratos?

13 respostas



Fonte: Elaboração própria

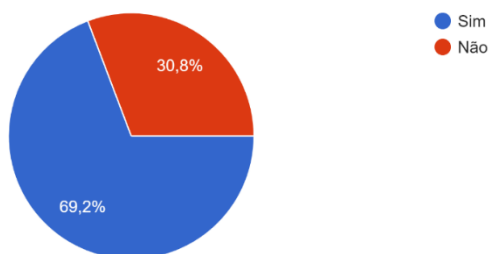
A resposta com maior frequência é “medianamente”, significa 46,2% das respostas. As restantes respostas dividem-se entre o “muito” e o “bastante”, ambas representam 23,1% das

respostas. Houve ainda uma resposta negativa, representando 7,7%, esta resposta decorre do facto do respondente considerar que o PPD tem pouca importância para promoção dos seus produtos/pratos.

No gráfico 8, avalia-se o PPD como sendo um fator importante na diferenciação dos produtos/pratos,

Gráfico 8 – Pergunta 3 do questionário aos aderentes do PPD

Sente que os seus produtos se diferenciam dos demais por serem reconhecidos pelo programa Prego Dourado?
13 respostas



Fonte: Elaboração própria

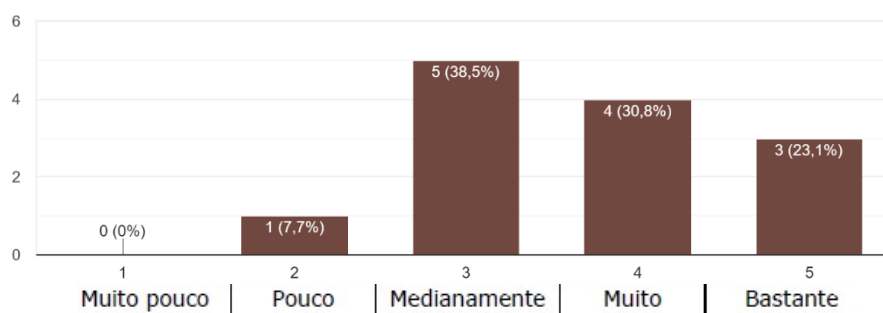
A resposta à pergunta tinha duas opções “sim” e “não”. A resposta “sim” apresenta 69,2% das respostas, enquanto a resposta “não” tem 30,8%.

No gráfico 9, a pergunta é sobre se os produtos/pratos têm um reconhecimento distintivo.

Gráfico 9 – Pergunta 4 do questionário dos aderentes ao PPD

Numa escala de 1 a 5, sente reconhecimento distintivo dos seus produtos/pratos?

13 respostas



Fonte: Elaboração própria

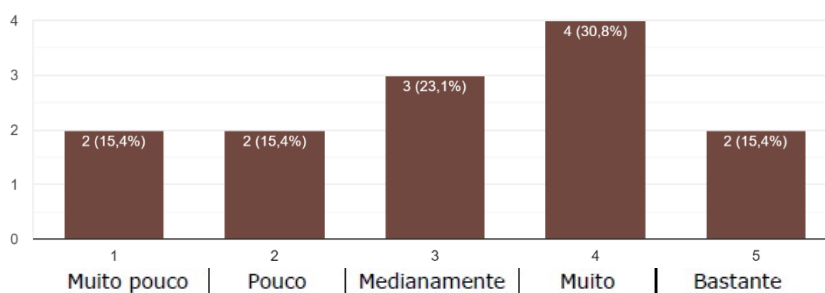
A resposta mais repetida, com 38,5% foi “medianamente”, com 7,7% das respostas temos a opção “Pouco”, no entanto as restantes respostas estão divididas na opção “muito”, com 30,8%, e na opção “bastante”, com 23,1%.

No gráfico 10, é exposto o sentimento referente ao destaque das empresas na rede de programas turísticos promovidos pelo GO.

Gráfico 10 – Pergunta 5 do questionário aos aderentes do PPD

Numa escala de 1 a 5, acha que a sua empresa está destacada na rede de programas turísticos promovidos pelo Aspiring Geoparque Oeste?

13 respostas



Fonte: Elaboração própria

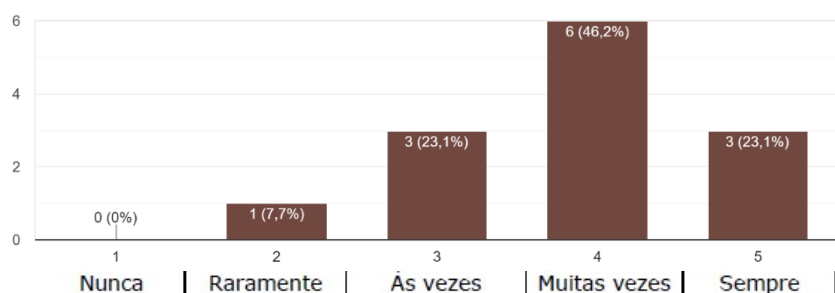
Os inquiridos têm opiniões muito diferentes entre si, as respostas são variadas. A opção “muito pouco”, a opção “pouco” e a opção “bastante” apresentam os mesmos valores, ou seja, representam 15,4% das respostas, a opção “medianamente” apresenta 23,1% e, por fim, a opção “muito”, com 30,8%, é a opção com mais respostas.

No gráfico 11, analisa-se as oportunidades que as entidades aderentes ao PPD tiveram para promover os produtos/pratos em eventos e atividades.

Gráfico 11 – Pergunta 6 do questionário aos aderentes do PPD

Numa escala de 1 a 5, acha que a sua empresa teve a oportunidade de promover produtos/pratos em eventos e atividades realizadas pelo Aspiring Geoparque Oeste?

13 respostas



Fonte: Elaboração própria

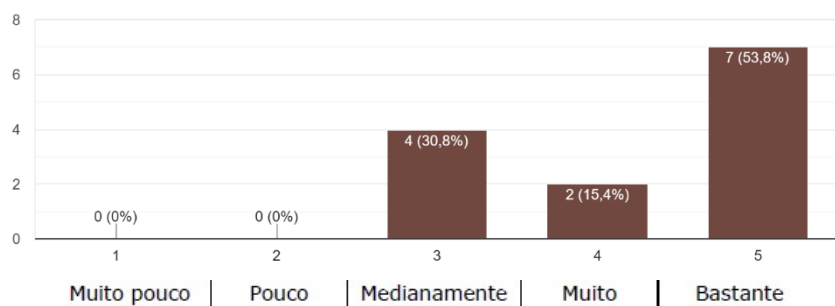
As respostas representadas no gráfico estão equilibradas na medida em que a opção “muitas vezes” apresenta 46,2%. As opções “às vezes” e “sempre” significam 23,1%,. Por fim, apenas com 7,7% das respostas aparece a opção “raramente”.

No gráfico 12, os inquiridos responderam se o GO cria projetos que promovem o desenvolvimento sustentável do território.

Gráfico 12 – Pergunta 7 do questionário aos aderentes do PPD

Numa escala de 1 a 5, sente que o Aspiring Geoparque Oeste cria projetos educacionais que promovem para o desenvolvimento sustentável do território?

13 respostas

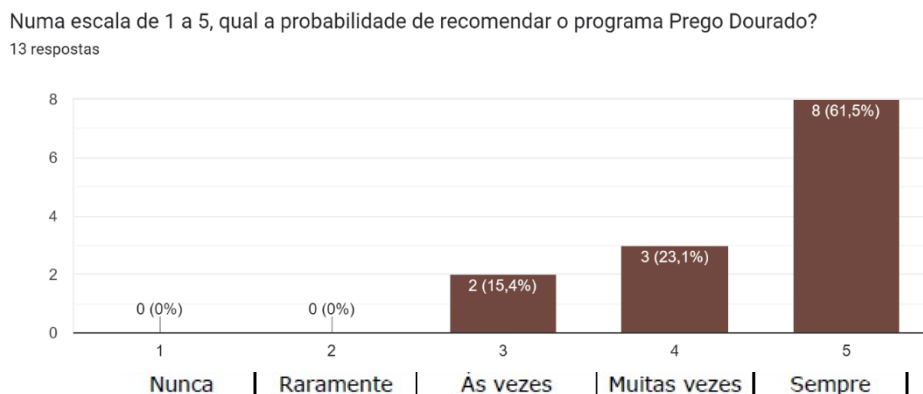


Fonte: Elaboração própria

Neste gráfico as respostas recaíram, principalmente, na opção “bastante” com 53,8%. As restantes respostas estão distribuídas entre as opções “medianamente” com 30,8% e “muito” com 15,4%.

Gráfico 13, a pergunta é sobre a probabilidade de as entidades recomendarem o programa Prego Dourado.

Gráfico 13 – Pergunta 8 do questionário dos aderentes do PPD



Fonte: Elaboração própria

A maioria dos inquiridos selecionou a opção “sempre” o que representa 61,5% das respostas, as restantes respostas estão divididas entre “muitas vezes” com 23,1% e “as vezes” com 15,4%.

Na tabela 13, encontra-se a opinião dos aderentes ao PPD, do próprio programa.

Tabela 13 - Pergunta 9 do questionário dos aderentes do PPD

Qual a sua opinião sobre o Programa Prego Dourado?

Resposta 1: Programa **integrador** e de **valorização dos produtores e produtos locais**.

Resposta 2: Muito **boa iniciativa promocional** de produtos sustentáveis.

Resposta 3: Excelente iniciativa que **ajuda na promoção e divulgação dos produtos produzidos na região**.

Resposta 4: É um programa de **grande valor socioeconómico** para a nossa região!

Resposta 5: É um projeto que está muito no início, mas que **irá dar bons resultados no futuro**.

Resposta 6: É importante manter e dinamizar o programa por forma a **dar a conhecer os fantásticos produtos da nossa região**.

Resposta 7: **Interessante**, mas ainda pouco divulgado.

Resposta 8: É **uma grande montra para os pequenos produtores** que necessitam de dar a conhecer os seus produtos.

Resposta 9: É uma criação **interessante**, contudo nem sempre é fácil o seu reconhecimento por parte do público. Pela nossa parte, costumamos incluir brochuras da AGEO sempre que temos novos clientes de cabazes (que infelizmente são poucos...), e explicar em que consiste a sua atividade, bem como o programa Prego Dourado, quando há oportunidade, a quem visita o nosso mercado, sendo que as pessoas ficam surpreendidas pela positiva.

Resposta 10: Ainda penso que seja precoce identificar o potencial do programa, sendo algo tão recente, mas certamente que se trata de **um programa que permite chegar aos consumidores mais preocupados com o consumir "local" e "sustentável"**. Penso que ganharia em ter uma designação mais ligada à zona Oeste, sobretudo tendo em conta a forte identificação culinária associada a "Prego".

Resposta 11: Julgo que em termos de restauração não há um aproveitamento muito grande dos parceiros, mas em outros setores julgo que tem sido bem aproveitado.

Resposta 12: **Excelente para a região.**

Resposta 13: Disponho de pouco conhecimento.

Fonte: Elaboração própria

Conclui-se, que de uma forma geral, os comentários são positivos, os inquiridos acreditam no projeto e acham que é uma mais-valia para a região e para a promoção dos seus produtos. Porém, existe um comentário referindo que em termos de restauração o aproveitamento dos parceiros não é o mesmo do que em outros setores. O setor da restauração não está a ser tão valorizado como o setor dos produtos regionais.

Na tabela 14, os aderentes ao PPD sugeriram algumas melhorias a realizar nos serviços a prestar pelo GO.

Tabela 14 - Pergunta 10 do questionário dos aderentes do PPD

Que aspetos poderão ser melhorados nos serviços a prestar?

Resposta 1: Talvez **mais eventos gastronómicos** que vão ao encontro da nossa área.

Resposta 2: **Maior divulgação dos produtos ao público em geral.**

Resposta 3: Mais **eventos** e mais **promoção**.

Resposta 4: A sempre uma forma de melhorar, mas estou muito satisfeito com o trabalho desenvolvido.

Resposta 5: Peço desde já desculpa pela demora na resposta ao questionário e compreendo se já não for incluído na vossa estatística...

Penso que uma maior divulgação da AGEO em sectores diversos, pois já tenho falado sobre vós a pessoas que dizem nunca terem ouvido falar do assunto...

Agradecemos toda a colaboração :-)

Resposta 6: Penso que estão no bom caminho, mas: a designação, como referido anteriormente // **Poderia fazer sentido atribuir algum tipo de classificação aos espaços que comercializassem "X" ou mais produtos Prego Dourado // Eventos de apresentação de Geosítios com degustação de produtos associada**, à semelhança do que é feito pela <http://www.rhlt.pt/pt/> - Apresentação dos Itinerários Napoleónicos: do Recurso ao Produto Turístico.

Resposta 7: Muito sinceramente não tenho com conhecimento de causa para dar uma opinião.

Fonte: Elaboração própria

Os aspetos principais a serem apontados foram:

- Eventos gastronómicos para divulgação dos Geopratos;
- Maior divulgação dos produtos/pratos no público em geral;
- Classificação dos espaços que comercializam os produtos/pratos;
- Eventos para apresentação de geossítios com degustação de produtos associados.

5.1.3. Análise das entrevistas a potenciais aderentes ao Programa Prego Dourado

O recurso às entrevistas tornou-se necessário para avaliar não só o nível de conhecimento sobre o Geoparque Oeste, como o grau de adesão dos empresários ao Programa Prego Dourado. Foram solicitadas entrevistas a vinte e sete unidades hoteleiras. No entanto, apenas se obtiveram respostas de onze, nomeadamente:

- Hotel Hebe;
- Sana Silver Coast;
- Hotel Neptuno;
- Laurus Hotel;
- Hotel Golf Mar;
- Campanile Caldas da Rainha;
- Hotel Cristal Caldas;
- Inatel Foz do Arelho Hotel;
- Star inn Peniche;
- Água de Alma Hotel;
- Baleal Spot.

Após a análise das entrevistas foram identificados cinco grandes temas que se relacionam com o presente trabalho de investigação.

- A- Desconhecimento generalizado relativamente ao Geoparque Oeste, a maior parte dos entrevistados diz nunca ter recebido nenhuma comunicação do Geoparque Oeste.
- B- A implementação de um Geoparque Mundial da UNESCO dará reconhecimento e visibilidade à Região Oeste e sub consequentemente, irá atrair mais visitantes, aumentar as receitas e diversificar a oferta.
- C- Os principais benefícios decorrentes da parceria com o geoparque a criar serão a promoção, visibilidade e o aumento do número de dormidas e receitas.
- D- As maiores dificuldades encontradas para a adesão ao Programa Prego Dourado são a dimensão da empresa, falta de tempo, a única refeição ser o pequeno-almoço, não terem restaurante, a impossibilidade de encontrar fornecedores locais para as quantidades necessárias, ou seja, estas características incapacitam a aderência ao Programa Prego Dourado segundo os entrevistados.

E- Os benefícios do Programa Prego Dourado são a satisfação dos hóspedes, aumento das receitas de F&B e o prestígio de fazer parte de uma marca que representa e valoriza o que é local.

Relativamente ao **tema A**, grande parte dos entrevistados não conhecem a existência do Geoparque Oeste ou apenas ouviram falar do tema, e nada ou pouco sabem sobre a iniciativa.

Citações das entrevistas:

“Não, quer dizer até sei, mas não tenho informações suficientes, sei assim por alto..., mas não existe nenhuma informação sobre isto ou nunca chegou nada sobre esse assunto”

“Creio que não, apenas ouvi falar acerca do projeto da Geoparque do Oeste, através da Vice-Presidente da Câmara.”

“Eu sei que existe, mas não estou muito informado acerca disso, até temos aqui um parceiro na Foz que está bastante envolvido nisso, mas eu não tenho conhecimento que isso.”

O **tema B** concluímos que os entrevistados reconhecem a vantagem de a região estar associada à UNESCO, referindo que será uma vantagem para atrair mais visitantes e subseqüentemente aumentar as receitas.

Citações das entrevistas:

“... Conseguirmos este reconhecimento seria uma ótima forma de darmos a conhecer a diversidade da nossa região a um público mais vasto e atrair mais visitantes, com o “selo” da UNESCO associado.”

“... permitindo uma maior entrada de divisas para a zona.”

“Ao nível da hotelaria, a maior diversidade de ofertas turísticas, permitirá uma maior afluência à zona Oeste, e, por conseguinte, aumentar as taxas de ocupação.”

“Sim. Porque poderá representar um acréscimo de turistas na zona, logo poderá representar mais dormidas e receitas na hotelaria.”

No que diz respeito ao **tema C**, avalia-se os benefícios identificados em estar associado ao Geoparque Oeste, como a promoção, a visibilidade e o reconhecimento.

Citações das entrevistas:

“... poderá beneficiar da promoção e divulgação feita pela AGEO, “a nível mundial, através das Redes Europeia e Global de Geoparques” ...”

“Os benefícios são: comunicação enquanto parceiro do Geoparque; mais serviços para o hotel disponibilizar aos seus hóspedes através da integração de atividades entre parceiros; possível aumento de dormidas e receitas dado o expectável aumento de turismo na zona.”

Relativamente ao **tema D**, identificam-se e analisam-se as dificuldades encontradas na adesão ao Programa Prego Dourado.

Citações das entrevistas:

“Devido à dimensão da nossa empresa e falta de tempo para colaborar, não vejo possibilidades de entrar na parceria.”

“A única refeição que servimos é o pequeno-almoço, assim não penso que teria muito ganhar”

“Não temos como aderir ao programa Prego Dourado, não possuímos restaurante integrado no hotel, e não somos produtores de nenhum produto...”

Por fim, o **tema E**, que está associado aos benefícios do Programa Prego Dourado, e que aqui foi identificado, nomeadamente a satisfação dos hóspedes, o aumento das receitas de F&B e o prestígio de estar associado a uma marca que representa e valoriza o que é local.

Citações das entrevistas:

”Poderá ser uma mais-valia ao nível da satisfação ou deleite dos hóspedes...”

“Possível aumento de receita de F&B dado uma maior procura por geopratos.”

Capítulo VI – Conclusões e recomendações

O último capítulo apresenta as conclusões e algumas recomendações para futuras investigações.

6.1. Conclusões da Investigação Empírica

O presente trabalho de investigação visou analisar a importância do Programa Prego Dourado na Região Oeste e comparar o posicionamento do Geoparque Oeste com outros Geoparques. O estudo foi levado a efeito com o recurso ao *Benchmarking* genérico, aplicação de questionários aos aderentes do PPD e entrevistas aos hotéis localizados no território abrangido pelo GO.

Apesar de ser um projeto relativamente recente, o Geoparque Oeste evidencia um desempenho notável, aproximando-se dos Geoparques que já estão em atividade há muitos anos. A marca criada pela GO para a promoção de produtos endógenos já está muito próxima daquilo que se observa nos Geoparque Naturtejo e Geoparque Açores, algo observado anteriormente na análise do *Benchmarking* no capítulo anterior.

É de referir que o Geoparque Estrela e Terras de Cavaleiros, que têm uma história mais antiga, ainda não desenvolveram qualquer marca para a promoção dos produtos locais.

Outro aspeto positivo do GO é a semelhança do regulamento do PPD com o regulamento da marca *GEOfood*, esta semelhança indica que será mais fácil e eficaz introduzir, os produtos locais entretanto incorporados no PPD, no mercado internacional, ampliando o seu alcance e reconhecimento.

A análise dos regulamentos e estrutura de funcionamento dos Geoparques permitiu perceber que o Geoparque Oeste segue uma abordagem idêntica ao Geoparque Naturtejo e ao Geoparque Açores. Isso sugere que o GO está alinhado com práticas em vigor nos diferentes Geoparques.

Na segunda fase do estudo, foi aplicado um questionário aos aderentes do PPD. Os resultados revelaram que ainda há um longo caminho a percorrer. Embora algumas respostas tenham sido positivas e assertivas relativamente ao programa, ainda que também tenham sido observadas respostas neutras que não expressam nem agrado, nem desagrado pelo PPD e, nalguns casos, negativas.

Em relação aos aspetos positivos, a maioria dos inqueridos, refere a existência de benefícios para a região, realçando entre outros aspetos, que o programa é um “Programa integrador”, é uma “boa iniciativa promocional”, “um programa de grande valor socio económico”, e permite

“...dar a conhecer os fantásticos produtos da nossa região”, para além de ser “uma grande montra para os pequenos promotores”.

Relativamente às respostas negativas e neutras, estas refletem insegurança e incerteza em relação ao PPD. O facto de 30,8% dos inqueridos referir que os seus produtos não se diferenciam dos demais é algo preocupante na medida em que se trata de um programa inovador, preparado para elevar os produtos a patamares superiores dado que os mesmos são reconhecidos pelo Geoparque entidade integrante dos Geoparques Mundiais da UNESCO.

Foi identificado como dificuldade, relativamente ao PPD, o desconhecimento por parte do público em geral que inviabiliza o reconhecimento do Programa. Isto é o facto do público em geral não ter conhecimento o PPD é um entravo ao desenvolvimento do objetivo desta iniciativa.

Perante as dificuldades identificadas sugere-se ao GO que repense a estratégia de promoção, de forma que no futuro próximo o público em geral reconheça as marcas a criar e promover. Nesse sentido, fará todo o sentido reforçar aposta na restauração, pois é diminuta a divulgação do Programa Prego Dourado, sendo que é também uma área onde tem um elevado número de consumidores.

Por fim, a última etapa do estudo, as entrevistas aos hotéis. Nesta etapa, obtivemos um total de onze respostas, onde a maioria não está devidamente informada relativamente ao que representa o Geoparque Oeste.

Dado os *inputs* positivos partilhados pelos empresários é expectável que se venha assistir a um forte crescimento do interesse pelas iniciativas promovidas pelo Geoparque e paralelamente a participação nas estratégias de desenvolvimento regional.

Relativamente às vantagens os entrevistados destacaram o aumento da taxa de ocupação hoteleira e subseqüentemente, o crescimento das receitas. Relativamente aos hotéis foram ainda identificados potenciais benefícios resultantes das parcerias levadas a efeito com GO, especialmente pela “...promoção...”, “...divulgação feita pela AGEIO, a nível mundial, através das redes Europeias e Global de Geoparques...” e pelos “... serviços ...que o hotel possa disponibilizar aos seus hospedes através da integração de atividades entre parceiros...”.

Quando o tema é o PPD, as respostas dos entrevistados divergem. Foram obtidas respostas positivas, reconhecendo que o programa é atual e é do interesse dos turistas, enquanto outros

entrevistados vêm dificuldades pelo facto de terem apenas uma refeição (pequeno-almoço), ou por outro lado não terem restaurante e tão pouco serem produtores de produtos biológicos.

Podemos concluir que as entidades conseguem perceber as vantagens de se estar associado ao GO e importância do projeto para a região. Porém, os entrevistados afirmam que existem algumas dificuldades na adesão ao PPD, como por exemplo, o pequeno-almoço ser a única refeição que pode estar associada, a dimensão da empresa, a falta de tempo, a falta de mão-de-obra, especialmente para o F&B, para além da dificuldade em encontrar fornecedores locais sediados no território do geoparque como capacitados para fornecer produtos biológicos em grandes quantidades.

6.2. Limitações, futuras linhas de investigação

Durante o desenvolvimento desta investigação, apenas identificámos uma limitação, a falta de resposta por parte das unidades hoteleiras dado que apenas se conseguiram 11 entrevistas. Ainda que esta situação não condicione a qualidade dos resultados, um maior número de entrevistas permitiria naturalmente a consecução de resultados ainda mais sólidos.

Do trabalho de investigação desenvolvido resultaram alguns aspetos que poderão dar origem a futuras investigações.

Assim e considerando os geoparques localizados em território nacional poderá fazer sentido pesquisar futuramente:

1. **Avaliar o nível de satisfação das entidades que aderiram a geoparques:** O estudo poderia incidir na análise detalhada da satisfação das entidades que optaram por se associar aos geoparques localizados em Portugal.
2. **Perceber se os turistas/residentes valorizam e preferem os produtos com a marca dos geoparques:** Estudo relativamente à preferência dos turistas na aquisição de produtos que apresentem o selo da marca geoparque. Esta análise poderá fornecer *insights* valiosos sobre o impacto das marcas dos geoparques nas escolhas dos consumidores.

Em relação ao Geoparque Oeste, propõem-se duas áreas de pesquisa futura:

1. **Impacto do PPD na faturação das entidades aderentes:** Este estudo poderia desenvolver uma análise financeira para determinar se as entidades que aderiram ao

Programa do Prego Dourado obtiveram aumentos na faturação, após atribuição do selo do programa.

- 2. Analisar o mercado da Região Oeste para além do setor da hotelaria:** Investigar se os empresários locais têm aderido ao PPD, identificando as principais dificuldades de forma a desenvolver estratégias para superar obstáculos e incentivar a adesão.

Bibliografia

- Araújo, L., Cruz, J. F. A., & Almeida, L. S. (2010). *A entrevista no estudo da Excelência: Uma proposta*. 1(2003), 253–279.
- Arouca, C. M. de. (n.d.). *Arouca Geopark*. Website Da Câmara Municipal de Arouca. Retrieved January 4, 2023, from <https://www.cm-arouca.pt/visitar/arouca-geopark/>
- Articles, K. I. P. (2010). *SBE Turismo e Paisagens Cársticas Revista Científica da Seção de Espeleoturismo da Sociedade Brasileira de Espeleologia*. June, 48.
- Aspiring Geoparque Oeste. (n.d.-a). *Aspiring Geoparque Oeste*. Website Aspiring Geoparque Oeste. Retrieved February 9, 2023, from <https://www.geoparqueoeste.com/>
- Aspiring Geoparque Oeste. (n.d.-b). *Flyer Programa prego dourado*. 3.
- Bento, A. (2012). COMO FAZER UMA REVISÃO DA LITERATURA: CONSIDERAÇÕES TEÓRICAS E PRÁTICAS. *Revista JA (Associação Académica Da Universidade Da Madeira)*, 42–44.
- BRILHA, J. B. R. (2006). *Methodological proposal for a geoconservation strategy*. 925–927.
- Brilha, J., & Carvalho, A. M. (2010). Geoconservação em Portugal: Uma Introdução. *Geologia e Património Natural (Geodiversidade)*, II, 435–441.
- Brilha, José. (2005). *Património geológico e geoconservação: a conservação da natureza na sua vertente geológica*. <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/5432>
- Câmara Municipal de Torres Vedras. (n.d.). *Câmara Municipal de Torres Vedras*. Website Município Torres Vedras. Retrieved February 23, 2023, from <http://www.cm-tvedras.pt/municipio/concelho/>
- Cardoso, C. (2021, July 1). O que é Geoturismo? O que é Geoparque? Como essa atividade e esse espaço podem se beneficiar frente a nova realidade imposta pela pandemia do Coronavírus? *Turismo " Spot*. <https://turismospot.com.br/o-que-e-geoturismo-o-que-e-geoparque-como-essa-atividade-e-esse-espaco-podem-se-beneficiar-frente-a-nova-realidade-imposta-pela-pandemia-do-coronavirus/>

- Casimiro, Â. M. (2018). *Empenho Hoteleiro na Promoção do Património em Caldas da Rainha*. 100. <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/patrimonio/patrimonio-imovel/pesquisa-do-patrimonio/classificado-ou-em-vias-de-classificacao/geral/result/?name=&situation=&catprot=&invtema=&type=&concelho=2888&records=10>
- Castro, E., Loureiro, F., Gomes, H., & Vieira, G. (2020). O Património Geológico do Geopark Estrela e a sua valorização. *Geopatrimónio – Geoconhecimento, Geoconservação e Geoturismo: Experiências Em Portugal e Na América Latina*, 1–13. <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/10276>
- Castro, Emanuel, & Fernandes, G. (2016). Aspiring Estrela Geopark: Estratégia para a Valorização e Desenvolvimento do Território da Serra da Estrela. *1st AMSR Congress and The 23rd APDR Congress, September*, 215–222. <http://hdl.handle.net/10400.6/6617>
- Crespo, C., Duarte, E., Santos, L. L., Jorge, J. P., Vasconcelos, J., Leandro, S., & Eugénio, T. (2022). *Plano estratégico* (Politécnico).
- Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. (2023). *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*. <https://dicionario.priberam.org/>
- Eder, F. W., & Patzak, M. (2004). Geoparks-geological attractions: A tool for public education, recreation and sustainable economic development. *Episodes*, 27(3), 162–164. <https://doi.org/10.18814/epiiugs/2004/v27i3/001>
- Frankenthal, R. (2022). Entenda a escala Likert e saiba como aplicá-la em sua pesquisa. *Mindminers*. <https://mindminers.com/blog/entenda-o-que-e-escala-likert/>
- GEOfood. (n.d.). *Regulamento do uso da marca GEOfood em Portugal*. 1–6. www.geofood.no.
- GEOFOOD. (n.d.). *GEOfood não é apenas mais uma marca de comida local*. Retrieved October 26, 2022, from <https://geofood.no/about/our-story-idea/>
- Geopark, A. (n.d.). *Território UNESCO*. Website Do Geoparque Arouca. Retrieved January 4, 2023, from <http://aroucageopark.pt/pt/conhecer/territorio-unesco/>
- Geopark Management Toolkit. (2023). Geoeducação. *Interreg Atlantic Area: Atlantic Geoparks*. <https://www.geoparktoolkit.org/geo-education/?lang=pt-pt#G1.2>

- Geopark Terras de Cavaleiros. (2023). *História*. Website Geopark Terras de Cavaleiros. <https://geoparkterrasdecavaleiros.pt/p/pt/geopark/?sp=52#navmenu>
- Geoparque Açores. (n.d.). Website Geoparque Açores. Retrieved January 25, 2023, from https://www.azoresgeopark.com/geoparque_acores/
- Global Geoparks Network. (2015). Website Global Geoparks Network. https://www-europeangeoparks-org.translate.google/?page_id=633&_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=pt&_x_tr_hl=pt-PT&_x_tr_pto=sc
- ICNF. (n.d.). *A Rede Natura 2000; Documentos de referência; Diretiva Aves e Diretiva Habitats*. Website ICNF. Retrieved January 4, 2023, from <https://www.icnf.pt/biodiversidade/natura2000/redenatura>
- INE. (2018). Anuário Estatístico da Região Centro - 2018. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Lee, Y., & Jayakumar, R. (2021). Economic impact of UNESCO Global Geoparks on local communities: Comparative analysis of three UNESCO Global Geoparks in Asia. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 9(2), 189–198. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2577444121000058>
- Lima, E. A., Machado, M., & Ponte, J. (2014). Gestão do património geológico: Monitorização dos geossítios do geoparque açores. *Comunicacoes Geologicas*, 101(Special Issue 3), 1295–1298.
- Lousã, M. D., Santos, J. D., & Cabral, A. P. (2018). *Como Fazer Trabalhos Académicos - Guia prático para elaborar projetos, relatórios, teses, dissertações, artigos e muito mais*. Porto Editora.
- Marques, M. (2016). *A visitar ... Geoparque Açores*. 4.
- Melo, G. de P. (2007). Noções práticas de Educação Ambiental para professores e outros agentes multiplicadores. *Superintendência Do IBAMA Na Paraíba*, 61.
- Miranda, Ó. J. M. (2013). *Valorização e Interpretação Geológica de Percursos no Geoparque Terras de Cavaleiro*. 133. http://www.dct.uminho.pt/mest/pgg/docs/tese_oscar_miranda.pdf

- Moura-Fé, M. M. de, Nascimento, R. L., & Soares, L. do N. (2017). Geoeducação: princípios teóricos e bases legais. *Os Desafios Da Geografia Física Na Fronteira Do Conhecimento*, 7(c), 3054–3065. <https://doi.org/10.20396/sbgfa.v1i2017.1953>
- Município Bombarral. (n.d.). *Município Bombarral*. Retrieved February 9, 2023, from <http://www.cm-bombarral.pt/home/home.aspx>
- Município Cadaval. (2022). *Nota Descritiva*. Website Município Cadaval. <https://www.cm-cadaval.pt/201/notadescritiva>
- Município de Peniche. (n.d.). *Camara municipal de Peniche*. Website Município Peniche. Retrieved February 23, 2023, from <https://www.cm-peniche.pt/municipio/o-concelho>
- Município Lourinhã. (n.d.). *O concelho*. Município Lourinhã. Retrieved February 15, 2023, from <https://cm-lourinha.pt/menu/132/o-concelho>
- Naturtejo, G. (2022). *Naturtejo Geopark*. <https://www.naturtejo.com/>
- O que é um Geopark?* (n.d.). Website Geopark Terras de Cavaleiro. Retrieved October 18, 2022, from <https://geoparkterrasdecavaleiros.pt/p/pt/geopark/?sp=9#navmenu>
- O que são Geossítios?* (2021). Website Unesco Aspirante Geoparque Quarta Colonia. <https://www.geoparquequartacolonia.com.br/geossitios/o-que-sao-geossitios>
- Património Geológico e Geossítios*. (n.d.). Instituto Da Conservação Da Natureza e Das Florestas. Retrieved January 18, 2023, from <https://www.icnf.pt/conservacao/patrimoniogeologicoegeossitios>
- PORDATA. (2021a). *CENSOS DE 2021*. PORDATA. <https://www.pordata.pt/censos/resultados/emdestaque-portugal-361>
- PORDATA. (2021b). *O seu município em números! Bombarral*. 1–3. www.epa.gov%0Awww.bt.cdc.gov/agent/cyanide/index.asp
- PORDATA. (2021c). *População empregada segundo os Censos: total e por setor de atividade económica*. <https://www.pordata.pt/db/municipios/ambiente+de+consulta/tabela>
- Portal Autárquico. (2022). *Caldas da Rainha*. Portal Autárquico. <http://www.portalautarquico.dgal.gov.pt/pt-PT/entidades-locais/concelhos/caldas-da->

rainha/

PREGO DOURADO NA PONTA DO TROVÃO. (2016). *102 FM Rádio Peniche*.

<https://102fmradio.weebly.com/notiacutecias/prego-dourado-na-ponta-do-trova>

Ramos, G., & Fernandes, J. (2010). *Geoparques enquanto Rede e a criação de Instituições Multiactores*. Instituto Politécnico de Castelo Branco e Universidade de Coimbra.

Rede Europeia de Geoparques. (2015). Website Geoparque Açores.

https://www.azoresgeopark.com/rede_global_geoparques/europa.php

Rodrigues, J., Neto de Carvalho, C., Ramos, M., Ramos, R., Vinagre, A., & Vinagre, H. (2021). Geoproducts – Innovative development strategies in UNESCO Geoparks: Concept, implementation methodology, and case studies from Naturtejo Global Geopark, Portugal. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 9(1), 108–128.

<https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2020.12.003>

Sá, A. A., & Paz, A. (2010). Geoparque Arouca: a Geologia em prol do desenvolvimento territorial. *Revista Captar: Ciência e Ambiente Para Todos*, 2(3), 55–67.

<https://proa.ua.pt/index.php/captar/article/view/14530/9943>

Sampaio, M. M. M., & Rodrigues, J. (2022). *Produtos da Terra : A criação de itinerários GEOfood no Geopark Naturtejo Mundial da UNESCO* (L. O. E. H. GOMES (Ed.)).

Santos, L. C. dos. (2009). *OBJETIVOS DE UMA INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA: geral e específicos*. 2, 1–2.

Schlüter, R. (2005). *Investigación en Turismo y Hotelería*.

Sharples, C. (2022). *Concepts and Principles of Cooperation*. January 2002, 97–115.

https://doi.org/10.1142/9789811248177_0006

Sua pesquisa.com. (2020). *Período Cretáceo e suas características*.

https://www.suapesquisa.com/geografia/periodo_cretaceo.htm

Survey Monkey. (n.d.). *Perguntas de múltipla escolha: tudo o que você precisa saber*.

Retrieved April 13, 2023, from <https://pt.surveymonkey.com/mp/multiple-choice-questions-everything-you-need-to-know/>

UNESCO. (2022). *GEOFOOD*.

https://unescoportugal.mne.gov.pt/images/Ciência/geofood_online_pt_.pdf

UNESCO, C. N. da. (n.d.). *Geoparques Mundias UNESCO*. Comissão Nacional Da UNESCO. Retrieved October 19, 2022, from <https://unescoportugal.mne.gov.pt/pt/redes-unesco/geoparques-mundiais-da-unesco>

VisitPortugal. (n.d.). *Arouca Geopark*. VisitPortugal. Retrieved January 4, 2023, from <https://www.visitportugal.com/pt-pt/content/arouca-geopark>

Zouros, N. (2004). The European Geoparks Network. *Episodes*, 27(3), 165–171.
<https://doi.org/10.18814/epiiugs/2004/v27i3/002>

Apêndices

Apêndice 1 – Respostas aos emails

	1º Fase: Envio de um email a pedir informação sobre os produtos aderentes às suas marcas e sobre os produtos GEOfood	2º Fase: Enviei algumas perguntas num documento word
Geoparque Naturtejo	Respondeu e enviou informação	Respondeu
Geoparque Arouca	Respondeu e enviou informação	Não Respondeu
Geoparque Açores	Respondeu e enviou informação	Respondeu
Geoparque Terras de Cavaleiro	Não respondeu	-----
Geoparque Estrela	Respondeu e apenas enviou informação sobre os produtos GEOfood	Não enviei porque apenas falaram na marca Geofood
Aspiring Geoparque Oeste	Não enviei email	Respondeu



Questionário de satisfação sobre o programa Pregos Dourados

Este questionário levado a efeito pelo Aspiring Geoparque Oeste, resulta da necessidade de perceber se a sua empresa cumpre com aquilo a que se propôs no Programa Pregos Dourados. Neste sentido, pedimos que responda às questões para assim identificar possíveis lacunas e melhorar o serviço prestado.

1 - Identificação da empresa

2 - Numa escala de 1 a 5, acha que o programa Pregos Dourados foi uma mais-valia para a promoção dos seus produtos/pratos?

Muito pouco	Pouco	Medianamente	Muito	Bastante
1	2	3	4	5

Muito pouco 1 2 3 4 5 Bastante

3 - Sente que os seus produtos se diferenciam dos demais por serem reconhecidos pelo programa Prego Dourado?

Sim

Não

4 - Numa escala de 1 a 5, sente reconhecimento distintivo dos seus produtos/pratos?

Muito pouco	Pouco	Medianamente	Muito	Bastante
1	2	3	4	5

Muito pouco 1 2 3 4 5 Bastante

5 - Numa escala de 1 a 5, acha que a sua empresa está destacada na rede de programas turísticos promovidos pelo Aspiring Geoparque Oeste?

Muito pouco	Pouco	Medianamente	Muito	Bastante
1	2	3	4	5

Muito pouco 1 2 3 4 5 Bastante

6 - Numa escala de 1 a 5, acha que a sua empresa teve a oportunidade de promover produtos/pratos em eventos e atividades realizadas pelo Aspiring Geoparque Oeste?

Nunca	Raramente	Às vezes	Muitas vezes	Sempre
1	2	3	4	5

1 2 3 4 5

Nunca Sempre

7 - Numa escala de 1 a 5, sente que o Aspiring Geoparque Oeste cria projetos educacionais que promovem para o desenvolvimento sustentável do território?

Muito pouco	Pouco	Medianamente	Muito	Bastante
1	2	3	4	5

1 2 3 4 5

Muito pouco Bastante

8 - Numa escala de 1 a 5, qual a probabilidade de recomendar o programa Prego Dourado?

Nunca	Raramente	Às vezes	Muitas vezes	Sempre
1	2	3	4	5

1 2 3 4 5

Nunca Sempre

9 - Qual a sua opinião sobre o programa Prego Dourado?

10 - Que aspetos poderão ser melhorados nos serviços a prestar?

Apêndice 3 – Entrevista

Entrevista aos Hotéis

❖ **Explicar o conceito de geoparque:**

1. Sabe se existe algum Geoparque na região do Oeste?
2. A implementação de um Geoparque Mundial da UNESCO no Oeste será uma mais-valia para o desenvolvimento do turismo na região Oeste?
3. Se tal acontecer será uma mais-valia para a área da hotelaria?

❖ **Explicar o regulamento de parcerias do aspiring Geoparque Oeste (Em anexo regulamento completo):**

4. Que benefícios o seu hotel poderá colher se no futuro vier a ser parceiro do Geoparque do Oeste?
5. Antevê alguma dificuldade em ser parceiro do Aspiring Geoparque Oeste?

❖ **Explicar o que é o Prego Dourado (Em anexo flyer completo)**

6. Que tipo de benefício antevê para o seu hotel se este integrar o programa Prego Dourado?
7. E que tipo de dificuldades antevê para integrar o programa Prego Dourado?
8. Em termos de conclusão... o que falta para aderir ao Prego Dourado?

Anexos

Entrevistas

1ª entrevista

Sabe se existe algum Geoparque na região do Oeste?

R.: Não, quer dizer até sei, mas não tenho informações suficientes, sei assim por alto, mas não sei o que é, nem onde é, não existe nenhuma informação aqui, eu estou em hotelaria, mas não existe nenhuma informação sobre isto ou nunca chegou nada sobre esse assunto.

Essa informação que diz saber que existe foi através de amigos, de profissionais na área... etc?

R.: Agora não consigo precisar mesmo, não consigo precisar, sei que é tudo muito relativo, sei que existe, sei que é, não sei onde é, nem como funciona e o que é, sei que é um geoparque da zona Oeste, é capaz de me ter passado aqui um email ou dois, mas mais nada

Acha que seria importante a implementação de um Geoparque Mundial da UNESCO no Oeste para o desenvolvimento do turismo na região Oeste?

R.: Sim e o mais importante é ter informação já que está ligado ao turismo, não vale a pena existir, se depois não temos informação sobre isto.

Seria uma mais-valia para a hotelaria?

R.: Sim, é sempre uma mais-valia, todas as iniciativas todos os eventos, é sempre uma mais-valia.

Visto que não tem mais conhecimento sobre o assunto, dou por terminada a nossa entrevista.

R.: Pois é como lhe digo, à falta de informação sobre este assunto é que é só as pessoas relacionadas com o tema é que sabem que existe, isso a nós não nos ajuda muito, isto e outras coisas que acontecem aqui no Oeste

Então como diretor do hotel é uma pessoa que se interessa por estas iniciativas e procura saber mais sobre o assunto, gosta de estar informado para depois no fim colocar em prática?

R.: Sim, pois temos que estar informados antes, durante informados antes para que possamos avançar com algumas situações como promoções, para divulgar alguma coisa, porque também nos interessa divulgar que existe e às vezes é bastante falhado várias coisas aqui

2º entrevista

Desde já quero agradecer a sua participação, por vezes não existe muita receção por parte dos diretores de Hotel.

R.: Sim, mas eu estou em Portugal há 1 ano e ainda tenho muitas coisas para aprender e isto é uma boa coisa para aprender.

Sabe se existe algum Geoparque na região do Oeste?

R.: Não, não conheço

Tem conhecimento do que é os geoparques da UNESCO?

R.: sim, sim

A implementação de um Geoparque Mundial da UNESCO no Oeste será uma mais-valia para o desenvolvimento do turismo na região Oeste?

R.: Sim

E para a hotelaria podia dinamizar a área hoteleira?

R.: Sim

Nunca recebeu nenhum email, nem qualquer contacto, ou alguma informação sobre o aspiring Geoparque do Oeste?

R.: Não, nunca

Após explicação perguntei se estariam interessados em ser parceiros do AGO e se poderiam ter um geoprato no hotel?

R.: Sim, daria mais visibilidade, o nosso objetivo também é oferecer e promover produtos que são locais, de forma geral é um interesse mundial consumir produtos locais, por isso sim, seria uma boa coisa para nós.

O diretor perguntou: se os produtos regionais poderiam ser qual produto frutos, cereais... etc?

A minha resposta: Sim, desde que sejam produtos que apresentem os 3 critérios exigidos.

O diretor perguntou: No website há alguma informação adicional que eu possa ver?

A minha resposta: Sim, poderá consultar o website que terá informação sobre o aspirig geoparque do Oeste e também sobre o programa prego dourado, inclusive terá informação sobre os produtos que já são reconhecidos pelo programa.

3º entrevista

Sabe se existe algum Geoparque na região do Oeste?

R.: Não conheço nenhum

A implementação de um Geoparque Mundial da UNESCO no Oeste será uma mais-valia para o desenvolvimento do turismo na região Oeste?

R.: Sim seria uma mais-valia

Se tal acontecer será uma mais-valia para a área da hotelaria?

R.: Sim uma mais-valia para a hotelaria e atividades associadas

Que benefícios o seu hotel poderá colher se no futuro vier a ser parceiro do Geoparque do Oeste?

R.: Poderia colher alguns benefícios ao nível da promoção

Antevê alguma dificuldade em ser parceiro do Aspiring Geoparque Oeste?

R.: Devido à dimensão da nossa empresa e falta de tempo para colaborar, não vejo possibilidades de entrar na parceria.

Que tipo de benefício antevê para o seu hotel se este integrar o programa Pregos Dourados?

R.: A única refeição que servimos é o pequeno-almoço, assim não penso que teria muito ganhar.

E que tipo de dificuldades antevê para integrar o programa Prego Dourado?

R.: A dificuldade não seria muita, já usamos alguns produtos próprios

Em termos de conclusão... o que falta para aderir ao Prego Dourado?

R.: Penso que a dimensão da empresa não justifica.

4º entrevista

Sabe se existe algum Geoparque na região do Oeste?

R.: Atualmente a região Oeste encontra-se em processo de candidatura a GeoParque, processo liderado pelo Aspiring GeoParque Oeste. Esperamos que em breve possamos responder positivamente a esta questão.

A implementação de um Geoparque Mundial da UNESCO no Oeste será uma mais-valia para o desenvolvimento do turismo na região Oeste?

R.: A meu ver é sem dúvida uma mais-valia! Conseguirmos este reconhecimento seria uma ótima forma de darmos a conhecer a diversidade da nossa região a um público mais vasto e atrair mais visitantes, com o “selo” da UNESCO associado.

Se tal acontecer será uma mais-valia para a área da hotelaria?

R.: Certamente que será uma mais-valia para a hotelaria, e todas as áreas de negócio complementares à mesma.

Que benefícios o seu hotel poderá colher se no futuro vier a ser parceiro do Geoparque do Oeste?

R.: Atualmente nós já somos parceiros do Aspiring GeoParque, e apoiamos esta candidatura a 100%. É muito importante para a hotelaria da região poder contar com uma oferta de qualidade e o GeoParque vêm suportar esta necessidade.

Antevê alguma dificuldade em ser parceiro do Aspiring Geoparque Oeste?

R.: Não, como mencionei já somos parceiros. O processo foi muito simples, e a equipa do GeoParque muito acessível.

Que tipo de benefício antevê para o seu hotel se este integrar o programa Prego Dourado?

R.: Cada vez mais os clientes procuram produtos locais e biológicos, dois dos reconhecimentos dados pelo Prego Dourado. Este programa vai dar o conforto ao cliente que ele procura.

E que tipo de dificuldades antevê para integrar o programa Prego Dourado?

Em termos de conclusão... o que falta para aderir ao Prego Dourado?

R.: Muito pouco, somos parceiros recentes do Aspiring GeoParque e só mesmo por isso ainda não demos esse passo. Está planeado para um futuro próximo.

Entrevista 5º

Sabe se existe algum Geoparque na região do Oeste?

Creio que não, apenas ouvi falar acerca do projeto da Aspiring Geoparque do Oeste, através da Vice-Presidente da Câmara.

A implementação de um Geoparque Mundial da UNESCO no Oeste será uma mais-valia para o desenvolvimento do turismo na região Oeste?

Na minha opinião sim, pois por exemplo, aqui na zona de Peniche, onde se encontra situado o nosso Hotel, já foram obtidos aos destaques ao nível geológico devido à importância de alguns sítios geológicos. A implementação do geoparque do Oeste, poderá ser uma mais-valia, pois o turismo geológico é um segmento de turismo que se encontra cada vez mais em desenvolvimento e composto por turistas com um poder económico já elevado, permitindo uma maior entrada de divisas para a zona.

Se tal acontecer será uma mais-valia para a área da hotelaria?

Ao nível da hotelaria, a maior diversidade de ofertas turísticas, permitirá uma maior afluência à zona Oeste, e, por conseguinte, aumentar as taxas de ocupação.

Que benefícios o seu hotel poderá colher se no futuro vier a ser parceiro do Geoparque do Oeste?

O nosso Hotel, pelo que consta no regulamento apresentado, poderá beneficiar da promoção e divulgação feita pela AGEO, “a nível mundial, através das Redes Europeia e Global de Geoparques”, assim como também ser destacado e referenciado no site da entidade e tentar integrar as nossas atividades, serviços e produtos o que nos poderá permitir uma maior visibilidade.

Antevê alguma dificuldade em ser parceiro do Aspiring Geoparque Oeste?

Creio que não.

Que tipo de benefício antevê para o seu hotel se este integrar o programa Prego Dourado?

Poderá ser uma mais-valia ao nível da satisfação ou deleite do hóspede, na medida em que muitos deles, principalmente os estrangeiros, querem conhecer a cultura e respetivos produtos da zona que visitam.

E que tipo de dificuldades antevê para integrar o programa Prego Dourado?

Uma vez que o nosso Hotel apenas possui Regime B&B, seria um pouco difícil fazer adaptações com produtos endógenos.

Em termos de conclusão... o que falta para aderir ao Prego Dourado?

Creio que nos falta apenas a questão do Tipo de Regime. Talvez se tivéssemos restaurante no próprio Hotel, era um projeto ideal para se participar.

6º entrevista

Sabe se existe algum Geoparque na região do Oeste?

Sim, tenho conhecimento do Aspiring Geoparque Oeste

A implementação de um Geoparque Mundial da UNESCO no Oeste será uma mais-valia para o desenvolvimento do turismo na região Oeste?

Será uma mais-valia para o desenvolvimento turístico da região Oeste pelo reconhecimento e visibilidade que um Geoparque atribui à zona

Se tal acontecer será uma mais-valia para a área da hotelaria?

Será uma mais-valia para a hotelaria, pois ira com certeza ser fator impulsionador do turismo da região

Que benefícios o seu hotel poderá colher se no futuro vier a ser parceiro do Geoparque do Oeste?

O LaurusHotel já é parceiro do Geoparque Oeste

Antevê alguma dificuldade em ser parceiro do Aspiring Geoparque Oeste?

Não vejo dificuldade. Já somos parceiros

Que tipo de benefício antevê para o seu hotel se este integrar o programa Prego Dourado? E que tipo de dificuldades antevê para integrar o programa Prego Dourado? Em termos de conclusão... o que falta para aderir ao Prego Dourado?

6, 7 e 8 – Não temos como aderir ao programa Prego dourado, não possuímos restaurante integrado no hotel, e não somos produtores de nenhum produto, pelo que no “Quem pode aderir” consegue entender que não temos condições para aderir ao programa Prego Dourado

7º Entrevista

Sabe se existe algum Geoparque na região do Oeste?

Sim, o aspiring Geoparque Oeste.

A implementação de um Geoparque Mundial da UNESCO no Oeste será uma mais-valia para o desenvolvimento do turismo na região Oeste?

Sim. Dado que um Geoparque UNESCO tem um alcance mundial a nível de reconhecimento.

Se tal acontecer será uma mais-valia para a área da hotelaria?

Sim. Porque poderá representar um acréscimo de turistas na zona, logo poderá representar mais dormidas e receitas na hotelaria.

Que benefícios o seu hotel poderá colher se no futuro vier a ser parceiro do Geoparque do Oeste?

Os benefícios são: comunicação enquanto parceiro do Geoparque; mais serviços para o hotel disponibilizar aos seus hóspedes através da integração de atividades entre parceiros; possível aumento de dormidas e receitas dado o expectável aumento de turismo na zona.

Antevê alguma dificuldade em ser parceiro do Aspiring Geoparque Oeste?

Não. O hotel já é um parceiro do aspiring Geoparque.

Que tipo de benefício antevê para o seu hotel se este integrar o programa Prego Dourado?

Possível aumento de receita de F&B dado uma maior procura por geopratos.

E que tipo de dificuldades antevê para integrar o programa Prego Dourado?

Dificuldades em implementar novos pratos dado a tremenda falta de mão-de-obra na hotelaria, em especial no F&B; impossibilidade de encontrar fornecedores locais (dentro do geoparque) que tenham produtos para fazer face às nossas encomendas; impossibilidade de encontrar fornecedores que disponibilizam produtos biológicos em quantidade suficiente para as nossas encomendas.

Em termos de conclusão... o que falta para aderir ao Prego Dourado?

Dado as dificuldades acima apontadas é muito difícil o Hotel Golf Mar apostar no programa Prego Dourado. O nosso Restaurante tem capacidade para 600 pessoas e trabalha em regime de buffet. Por este motivo e dado as nossas elevadas necessidades de produtos/matérias-primas não nos é possível encontrar fornecedores que tenham pelo menos 50% de produtos locais ou produtos biológicos. Além do mais, a aposta no Geoprato iria encarecer, ainda mais, o nosso

PVP e não prevemos que tenhamos procura suficiente por um Geoprato e respetivo incremento de preço.

8º entrevista

Sabe se existe algum Geoparque na região do Oeste?

R.: Eu sei que existe, mas não estou muito informado acerca disso até temos aqui um parceiro na foz que está bastante evoluído nisso, mas eu não tenho mais conhecimento que isso.

Acha que seria importante a implementação de um Geoparque Mundial da UNESCO no Oeste para o desenvolvimento do turismo na região Oeste?

R.: Daquilo que eu conheço penso que sim.

Seria uma mais-valia para a hotelaria?

R.: Sem dúvida, sem dúvida, tudo o que seja local reconhecidos nacionalmente e internacionalmente são de interesse ou de grande interesse diria para a hotelaria.

O seu conhecimento foi sobre o geoparque foi através de email, ou foi só através desse contacto que me falou?

R.: sim, essencialmente sim foi desse parceiro. Eu não tenho recebido comunicações sobre o geoparque, o que eu conheço do geoparque foi mesmo através do nosso parceiro que é internauta que está envolvido nesse projeto.

Tem conhecimento do programa prego dourado?

R.: Não, nunca ouvi falar.

Expliquei o que era o PPD.

Que tipo de benefício antevê para o seu hotel se este integrar o programa Pregos Dourados?

R.: De forma geral não estou a ver como poderíamos participar uma vez que não temos restaurante, nem temos produtos tradicionais ou regionais que produzimos.

9º Entrevista

Sabe se existe algum Geoparque na região do Oeste?

R.: Ah se existe algum geoparque no Oeste? Não, não tenho conhecimento.

Acha que seria importante a implementação de um Geoparque Mundial da UNESCO no Oeste para o desenvolvimento do turismo na região Oeste?

R.: Geoparque ... geoparque é.... Se calhar é melhor explicar-me o que é

Expliquei o que um geoparque.

Acha que seria importante a implementação de um Geoparque Mundial da UNESCO no Oeste para o desenvolvimento do turismo na região Oeste?

R.: Acho que sim, claro

3. Se tal acontecer será uma mais-valia para a área da hotelaria?

R.: a nível do turismo claro, isto é assim cada vez há mais turismo diversificado e as pessoas realmente vem por todos os motivos, já não é só por aquela coisa de praia, todos os motivos que haja as pessoas fazem turismo, isso era bom era.

Já percebi que não tinha mesmo conhecimento sobre o tema, nunca recebeu nenhum email ou algum tipo de comunicação?

R.: R.: Não, por acaso não tinha não.

10º Entrevista

Sabe se existe algum Geoparque na região do Oeste?

R.: Existe um potencial geoparque na região do Oeste.

Acha que seria importante a implementação de um Geoparque Mundial da UNESCO no Oeste para o desenvolvimento do turismo na região Oeste?

R.: Sim, seria sempre uma mais-valia, nem que seja para divulgação e exposição da região.

Seria uma mais-valia para a hotelaria?

R.: Sim, para a hotelaria também, se a região tiver maior exposição, maior provocação, obviamente que a hotelaria também o terá.

O seu conhecimento sobre o geoparque foi através de que? Emails, algum contacto direto? etc

R.: Eu fui logo contactada no início quando estavam a realizar a candidatura, precisam de parceiros, até para fortalecer a candidatura, o Star in é parceiro do geoparque Oeste.

Então conhece o programa prego dourado?

R.: Sim, conheço o programa prego dourado.

E participam no programa Prego Dourado?

R.: Iniciei a candidatura, mas depois não participei, mas não por causa da divulgação do geoparque, foi mesmo por questões internas, na altura, estávamos a mudar a equipa de cozinha e acabou por não se concretizar, nós também tínhamos vários pratos na nossa carta e depois aquilo acabou por ficar pendurado. Mas é algo que eu até gostaria de voltar a verificar se o programa ainda continua ativo, se não continua e eventualmente participar.

Que tipo de benefício antevê para o seu hotel se este integrar o programa Prego Dourado?

Nos pelo menos ali no hotel temos a preocupação de trabalhar com agentes locais, e tentar de alguma forma, tentar, uma vez que os hotéis são uma das principais fontes de divulgação daquilo do que se passa na região, faz todo o sentido, divulgar o que a região tem para oferecer. Na altura também, eu participo em alguns programas até a nível de sustentabilidade e na altura esta iniciativa, fazia ainda mais sentido, na altura pois estávamos em processo de certificação Green

KEy e somos certificados pela Green Key e um dos critérios deles é que tenhamos parcerias e tentar divulgar os produtos da região, tudo o que seja produto regional e biológico, melhor ainda.

Acha que os hóspedes acabam por valorizar estas iniciativas e estas ligações à região?

É assim o que é que eu já pensei há muito tempo e agora nesta altura que tivemos aqui o campeonato de surf a decorrer, estas questões vem sempre à baila, e apesar de haver uma divulgação, e o hospede português, aprecia este tipo de divulgação, mas o cliente estrangeiro menos, menos. Eu continuo a achar que sim devemos continuar a divulgar os produtos, temos que tentar que os estrangeiros tentem conhecer mais do que o pastel de nata, o cozido à portuguesa, etc, etc mas terá que haver sempre uma pequena adaptação do gosto do estrangeiro, que não vai comer o peixe nem com cabeça, nem com espinha, não vai comer enchidos de porco porque não estão habituados, tem que haver também, para isto não ser só para o cliente português, teremos que nos adaptar também ao cliente estrangeiro e é isto precisamente que muitas vezes não acontece. E se nos insistirmos muito para uma carta muito voltada para os pratos típicos e muito regional, o que é que eu noto, noto sempre que o estrangeiro acaba por escolher sempre as mesmas opções que é o hambúrguer e o bife da vazia é a mesma coisa com o que se passa com esta altura do ano, onde me perguntam muitas vezes, que é porque é que num evento deste tamanho, com uma projeção a nível nacional e internacional, Peniche não ganha nada com isto, muito simples porque Peniche não se adapta ao tipo de mercado que vem até nós. Acabamos por termos sempre o mesmo e sem menosprezar, eles não estão interessados na renda de bilros, nem eu estou, mas ok, é regional sim, alfaquique com açorda de ovas, eu não vou fazer com que um australiano, neozelandês coma alfaquique frito de açorda de ovas. Então, sim ajuda, sim ajuda o prego dourado e este tipo de iniciativas, ajuda e o próprio cliente português cada vez mais quer ver o prato regional nas ementas dos restaurantes, e eu também sou contra em fugir a uma cozinha completamente gourmet e de inspirações de uma cozinha que não tem haver com o nosso cliente português, mas também não cair no oposto, não adaptar o gosto dos estrangeiros à nossa cozinha.

11º Entrevista

Sabe se existe algum Geoparque na região do Oeste?

R.: Eu sei que existe um geoparque na região do Oeste, sim.

Acha que seria importante a implementação de um Geoparque Mundial da UNESCO no Oeste para o desenvolvimento do turismo na região Oeste?

R.: Sim, acho que sim.

Seria uma mais-valia para a hotelaria?

R.: Acho que seria uma vantagem, porque há sempre, apesar serem considerados nichos de mercado, nesta fase, mas haveria sempre a vantagem de captação desses mercados.

O seu conhecimento sobre o geoparque foi através de que? Emails, algum contacto direto? etc

R.: Eu acho que foi através de contacto de parceiros. Eu acho que foi através de um parceiro que nós temos que tem haver aí com o Tó Zé Correia, estão relacionados com o centro náutico do Oeste.

Nunca recebeu nenhum email ou comunicação do geoparque?

R.: Não, que me recorde não

Que tipo de benefício antevê para o seu hotel tivesse uma parceria com o *Aspiring* Geoparque Oeste?

R.: Acho que sim, perfeitamente. Esse e todos que estejam relacionados com a região.

Que tipo de benefício antevê para o seu hotel se este integrar o programa Prego Dourado?

Sim, teríamos interesse, seria um benefício para nós.

Estaria interessado nestas iniciativas?

Sim, nós estamos abertos a esse tipo de parcerias.

Acha que quando adere a este tipo de iniciativas, os hóspedes reconhecem e valorizam este tipo de iniciativas?

Acho que sim, porque isso cada vez mais aproxima o cliente da tal questão, relacionada com a autenticidade, que agora tantas pessoas falam.
