

projectos  
transformar  
experiências  
parcerias  
novo ciclo



HABITAÇÃO  
E DESENVOLVIMENTO  
LOCAL Câmara Municipal Lisboa

# Programa Parcerias Locais

## BIP/ZIP

Programa BIP/ZIP 2017

FICHA DE CANDIDATURA

Refª: 018

LOCAL - Turismo Responsável



BAIRROS e ZONAS  
de Intervenção  
Prioritária de Lisboa

**Grupo de Trabalho dos Bairros e Zonas de Intervenção Prioritária (BIP/ZIP)**

Rua Nova do Almada, nº 2 - 3º Andar 1100-060 Lisboa | Telefone: 21 322 73 60 | Email - [bip.zip@cm-lisboa.pt](mailto:bip.zip@cm-lisboa.pt)

### ENTIDADES PROMOTORAS

*Designação* Associação Renovar a Mouraria

### ENTIDADES PARCEIRAS

*Designação* BADL Bairros - Associação de Desenvolvimento Local

*Designação* Touch Hub - Empresa Social de Consultoria, Lda

*Designação* ALEP - - Associação do Alojamento Local em Portugal

*Designação* Instituto de Geografia e Ordenamento do Território da Universidade de Lisboa (IGOT-UL)

*Designação* CORE - COOPERATIVA PARA RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL CRL

---

### IDENTIFICAÇÃO DO PROJECTO

*Designação* LOCAL - Turismo Responsável

*BIP/ZIP em que pretende intervir* 44. Mouraria

#### Síntese do Projecto

*Fase de execução* Criação de uma marca de turismo responsável assente nos princípios da criação de impacto social e sustentabilidade ambiental - LOCAL - Turismo Responsável. Materializa-se: 1) ponto de atendimento ao público para prestação de serviços de apoio turístico (cacifos, depósito bagagens), comercialização e divulgação de produtos e atividades já desenvolvidas por outras organizações do setor social; 2) linha de merchandising responsável e 3) certificação informal de alojamento local responsável

*Fase de sustentabilidade* Vai ser desenvolvido um modelo de negócio que possibilite a sustentabilidade financeira do ponto de atendimento ao público após o término do projeto. Para além deste espaço na Mouraria, serão resultados do projeto que perdurarão: o diagnóstico; a metodologia de identificação de impactos sociais nas atividades divulgadas e de certificação informal do alojamento local, a marca e a linha de produtos, bem como turistas mais conscientes, redução de impactos negativos e reforço de positivos.

---

### DESCRIÇÃO DO PROJECTO

#### Objetivo Geral de Projeto



*Diagnóstico*

Lisboa está a viver um pico de projeção internacional, registando aumentos consideráveis de chegadas de turistas, dormidas e receitas diárias, para além da expansão do alojamento local.

Esta evolução tem um impacto direto e indireto na economia da cidade, tanto ao nível de riqueza e emprego criados, como do processo de revitalização urbana, evidente na reabilitação do edificado.

Contudo, este fenómeno de gentrificação turística tem impactos sociais negativos, principalmente no centro histórico: aumento do valor das rendas, escassez de casas para arrendar, subida generalizada de preços, saída de habitantes, descaracterização do território, efeitos colaterais na qualidade de vida dos moradores. De acordo com dados divulgados na comunicação social, o preço das casas no centro histórico subiu 46% nos últimos 2 anos e, em Santa Maria Maior, 22% do arrendamento é alojamento local.

Ao nível da sustentabilidade ambiental, acarreta fortes impactos negativos: aumento da geração de resíduos sólidos, do consumo de energia elétrica e água potável, maior tráfego de veículos.

A atividade turística é o grande desafio da atualidade em termos de sustentabilidade -ambiental, social, económica - em meios urbanos.

É possível construir atividades turísticas que contemplem estas 3 dimensões?

Se considerarmos que a economia de uma cidade resulta do conjunto das economias locais dos seus bairros e desenvolvermos respostas turísticas de base local e em articulação com os agentes a operar, SIM!

*Temática preferencial*

Melhorar a Vida no Bairro

*Destinatários preferenciais*

Comunidade

*Objectivo geral*

O objetivo geral é contribuir para o equilíbrio entre impactos positivos e negativos do turismo, criando uma boa prática no território da Mouraria que possa vir a ser replicada noutras zonas da cidade - uma marca de turismo responsável que agrega produtos e iniciativas na área do turismo com impacto social, já dinamizados por outras organizações do sector social. Paralelamente, impactar positivamente os turistas numa perspetiva de sensibilização para o comportamento individual sustentável, do ponto de vista social e ambiental.

A marca LOCAL -Turismo Responsável, materializa-se em três eixos de intervenção: 1) LOCAL - Ponto de Turismo Responsável: ponto físico de informação e venda de produtos e serviços geradores de impactos sociais e/ou ambientais;

2) LOCAL - Linha de Produtos para Turista Responsável:

linha de produtos para merchandising assentes nos pilares da sustentabilidade ambiental e criação de impacto social e 3) LOCAL - Rede de Alojamento Local Responsável; processo de certificação informal para o alojamento local.A sua implementação será antecedida por um diagnóstico e acompanhada pela criação de uma metodologia da



identificação e avaliação de impactos sociais e ambientais e por uma extensa campanha de comunicação.

Na base da dinâmica central do projeto está uma rede alargada de parceiros que já desenvolvem trabalho na criação de produtos e experiências turísticas com os impactos referidos e integram desde o primeiro momento esta candidatura.

Este projeto estabelece uma ligação entre fornecedores de serviços, com a capacidade de gerar impactos locais (sociais e ambientais), turistas e membros das comunidades dos territórios visitados.

Os impactos sociais e ambientais surgem como forma de diferenciar o negócio e transferir valor para o território, ao mesmo tempo que cria valor para o promotor, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida do bairro, que vê a sua economia local reforçada e os efeitos colaterais do turismo reduzidos.

---

## Objetivos Específicos de Projeto

### Objetivo Específico de Projeto 1

#### *Descrição*

Potenciar e dar escala a iniciativas individuais, desenvolvidas por outras organizações do sector social, destinadas a visitantes nacionais e internacionais dos territórios onde estão implantadas: visitas guiadas, restaurantes sociais, alojamento, turismo de voluntariado, venda de produtos ambientalmente sustentáveis ou cuja produção implica a criação de valor para públicos e/ou territórios desfavorecidos; contribuindo para fomentar o equilíbrio entre os impactos negativos e os positivos decorrentes do crescimento do turismo em Lisboa.

Para alcançar o objetivo acima descrito serão desenvolvidas duas atividades: i) criação de ponto físico de informação e venda de produtos e serviços geradores de impactos sociais e/ou ambientais, assente num modelo de negócio que visa a sustentabilidade financeira após o termino do projeto. Os produtos e serviços comercializados e divulgados serão oriundos de diferentes zonas da cidade de Lisboa; ii) criação de uma linha de produtos de merchandising assente nos 2 princípios basilares do projeto - sustentabilidade ambiental e criação de impacto social.

Pretende-se potenciar os efeitos locais destas iniciativas, como forma de contribuir para a dinamização económica e social dos territórios onde estão implementadas e fortalecer a sua contribuição para a geração de riqueza para as organizações promotoras e pessoas diretamente envolvidas.



**Sustentabilidade**

Findo o projeto, o espaço físico manterá as portas abertas, assumindo-se como o primeiro posto de uma rede que pode crescer através da replicação noutros territórios, da mesma forma a linha de merchandising criada funcionará como forma de veicular a mensagem inerente à marca LOCAL e gerar rendimento para a sustentabilidade financeira.

No ano de projeto, as experiências e produtos identificados (algumas já em sede de candidatura, outras no decurso dos 12 meses) não terão que pagar qualquer valor para integrarem o pacote de serviços e produtos comercializados e divulgados neste espaço. Para além disso, a totalidade do valor obtido em vendas com cada uma delas reverterá, na íntegra, para o promotor.

Nos 12 meses de projeto, a parceria vai desenhar um modelo de sustentabilidade financeira (pagamento de um fee mensal e/ou percentagem nas vendas) para a garantir o pagamento do Recurso Humano necessário à manutenção do espaço aberto. As despesas gerais relacionadas com o aluguer do espaço, água, luz, comunicações, bem como alguns custos de comunicação, serão asseguradas pela ARM.

O objetivo de médio prazo é alargar o leque de serviços e produtos representados, e o de longo prazo é criar uma boa prática que possa ser replicada, por outros promotores, noutros territórios, mantendo esta rede viva e dinâmica de forma a fazer dela uma verdadeira janela para uma cidade mais inclusiva, participativa e dinâmica do ponto de vista da intervenção comunitária e do desenvolvimento local.

**Objetivo Específico de Projeto 2**

**Descrição**

Definição de bases para a criação de uma rede de alojamento local responsável em termos de boas práticas de sustentabilidade ambiental e criação de impactos locais, enquanto atividade económica que se afirme como geradora de impactos sociais positivo para os territórios onde os alojamentos estão implementados.

Para alcançar o objetivo acima descrito foi construída uma parceria que estabelece a ponte entre proprietários de alojamento local e técnicos de impacto social com o objetivo de definir uma metodologia de trabalho que permita averiguar que tipo de boas práticas já se praticam a estes níveis, que outras se conseguem implementar e forma de as disseminar junto dos proprietários, levando ao alargamento da sua implementação. Trata-se de uma certificação, informal, que permite identificar proprietários que implementem boas práticas nos eixos acima referidos. Será também uma forma de criar valor para o negócio, uma vez que os cidadãos cada vez mais estão conscientes da relevância de agir sobre estas temáticas

**Sustentabilidade**

Prevê-se que no final do período de implementação do projeto exista um grupo piloto de proprietários de alojamento local com boas práticas nos eixos referidos identificadas, comunicando isso na divulgação dos seus apartamentos. Esta rede materializa-se numa sinalética que



identifica as boas práticas, seguidas por cada um, nos respetivos apartamentos e vai ser negociado com a plataforma airbnb a inclusão destes campos no formulário de inscrição dos apartamentos. A manutenção e alargamento da rede será garantida pela ALEP, pois integrará o seu trabalho diário e a monitorização será autorregulada pelo mercado visto que, uma vez que as boas práticas são expressas com clareza, nos alojamentos e sua divulgação, o não cumprimento das mesmas dará lugar a más críticas por parte dos utilizadores. Para além disso, consideramos ser um resultado de longo prazo importante, o estabelecimento de uma relação com a associação que representa o alojamento local em Portugal, bem como o seu envolvimento num projeto que vida equilibrar os efeitos negativos e positivos acarretados pela sua atividade. Com base na relação construída, outras iniciativas que contribuam para a minimização dos riscos desta atividade para o bairro, enquanto unidade organizacional urbana, podem vir a ser uma realidade.

### Objetivo Específico de Projeto 3

#### *Descrição*

Sensibilização dos visitantes nacionais e internacionais para os impactos negativos do turismo num bairro e numa cidade e a importância do seu papel, enquanto elemento ativo na cadeia de acontecimentos que define a sustentabilidade económica, social e ambiental, num determinado território. Todas as atividades definidas para o projeto contribuem para a prossecução deste objetivo pois, em cada uma delas o turista é impactado com os efeitos da sua presença no território que está a visitar e com experiências através das quais vai ficar a conhecer uma cidade mais escondida, ter uma visão real da cidade e contribuir ativamente para a sua dinamização social e económica de forma sustentável ambientalmente e criando riqueza direta nesse território que se poderá, dessa forma, regenerar, mantendo viva a sua comunidade.

#### *Sustentabilidade*

Os impactos cruzados das várias atividades identificadas vão contribuir para a consciencialização, de uma parte dos turistas que visitam lisboa, para a importância do seu papel enquanto agentes de sustentabilidade para o território que visitam. Este é um dos resultados mais ambiciosos do projeto e, também, um dos mais importantes, pois é através da alteração de comportamentos e da criação da necessidade de respostas mais sustentáveis no lado da procura, que consideramos poder tornar a oferta mais equilibrada. Ao criar a marca LOCAL - Turismo Responsável, assente num modelo de sustentabilidade financeira e crescimento pela replicação, acreditamos estar a construir uma forma de intervenção na cidade que vai contribuir para a sensibilização do público turista e dar visibilidade à questão da sustentabilidade social e ambiental do turismo





por parte dos vários atores e decisores da cidade, reforçando o debate público sobre este tema. Reforçar apenas que a campanha de comunicação, que se pretende tenha bastante visibilidade ao nível da cidade de Lisboa, será um fator crítico de sucesso para a prossecução dos objetivos identificados no projeto

## CALENDARIZAÇÃO DO PROJECTO

*Actividade 1* Diagnóstico Local

*Descrição*

Este estudo diagnóstico debruçar-se-á sobre as forças motrizes que alimentam o processo de gentrificação turística, as suas consequências e impactos no tecido social e económico do bairro da Mouraria, nomeadamente no mercado de habitação (preços de aquisição, arrendamento, estrutura de oferta, etc), e na estrutura funcional (comércio e serviços), sugerindo também algumas medidas e recomendações políticas de forma a mitigar os efeitos nefastos do fenómeno. Para além de uma revisão da literatura, em termos metodológicos, privilegia-se uma abordagem integrada que combinará duas perspectivas analíticas complementares: uma, extensiva, quantitativa, de pendor mais generalizante e através da qual é possível identificar, caracterizar e mapear padrões e regularidades sócio-espaciais, procurando hipóteses explicativas para a sua interpretação; uma outra, intensiva, qualitativa, que coloca o enfoque nas atitudes e práticas concretas dos agentes envolvidos no processo, procurando perceber as suas origens, causas e impactos. Tem três grandes objetivos: 1) conferir uma base teórica ao trabalho proposto no âmbito desta candidatura; 2) criar uma produção intelectual que possa ser base de outras dinâmicas de intervenção no terreno e 3) criar conteúdo para utilização nos materiais de comunicação e conteúdos de animação turística a serem desenvolvidos pelo projeto, como forma de consciencializar os turistas para o seu papel enquanto agentes "gentrificadores" do território que visitam.

*Recursos humanos*

- 3 investigadores do IGOT, membro integrante da parceria: responsáveis pelo estudo de diagnóstico. Designadamente: Luís Mendes, Marina Carreiras e Pedro Guimarães.
- 1 coordenador de projeto a tempo parcial: Recurso Humano da ARM, será responsável por fazer a ligação entre todos os intervenientes no projeto e stakeholders relevantes para o estudo e os investigadores.

*Local: morada(s)*

Beco do Rosendo, nº 4, 6, 8, 10; 1100 - 460 Lisboa  
Edifício IGOT; Rua Branca Edmée Marques, Cidade Universitária; 1600 - 276 Lisboa



<i>Local: entidade(s)</i>	ARM - Associação Renovar a Mouraria (promotor) IGOT - Instituto de Geografia e Ordenamento do Território da Universidade de Lisboa (parceiro)
<i>Resultados esperados</i>	<p>O principal resultado esperado desta atividade é a realização de um estudo diagnóstico que possa servir de base à implementação deste projeto, conferir rigor científico a todos os conteúdos produzidos e sustentar novas intervenções no terreno.</p> <p>Com este estudo diagnóstico pretende-se:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar consequências e impactos da gentrificação turística no tecido social e económico do bairro da Mouraria, nomeadamente no mercado de habitação (preços de aquisição, arrendamento, estrutura de oferta, etc), e na estrutura funcional (comércio e serviços);</li> <li>• Indicar medidas e recomendações políticas de forma a mitigar os efeitos nefastos do fenómeno do turismo;</li> <li>• Identificar, caracterizar e mapear padrões e regularidades sócio-espaciais, procurando hipóteses explicativas para a sua interpretação;</li> <li>• Identificar práticas concretas dos agentes envolvidos no processo, procurando perceber as suas origens, causas e impactos.</li> </ul> <p>Pretende-se com isto implementar o projeto tendo por base premissas comprovadas e não apenas conhecimentos empíricos ou ideias pré-concebidas e veiculadas pela opinião pública e comunicação social.</p> <p>Um dos principais impactos da realização desta atividade será o rigor na abordagem das problemáticas e a construção de conhecimento técnico e científico que poderá servir de base para outras intervenções futuras ou mesmo para a tomada de decisões ao nível da administração pública.</p>
<i>Valor</i>	3625.00 EUR
<i>Cronograma</i>	Mês 1, Mês 2, Mês 3
<i>Periodicidade</i>	Diário
<i>Nº de destinatários</i>	6500
<i>Objectivos específicos para que concorre</i>	1, 2, 3
<i>Actividade 2</i>	Obras de Adaptação
<i>Descrição</i>	<p>O espaço físico que se pretende criar, descrito na atividade 4, irá funcionar no nº6 do Beco do Rosendo, um espaço arrendado pela Associação Renovar a Mouraria, sendo necessária a realização de obras de decoração e adaptação às funcionalidades pretendidas. Trata-se de uma intervenção simples, mas necessária para que o espaço reúna todas as condições para assumir as novas funções. É um espaço-loja, com ligação direta para a via pública, ideal para um ponto de interação com público.</p>



O espaço será equipado com cacifos para alugar a turistas e espaço para guardar temporariamente bagagens.

**Recursos humanos**

- Contratação de prestação de serviços especializados: intervenção de remodelação e adaptação do espaço;
- 1 designer gráfico a tempo parcial: Recurso Humano da ARM que será responsável pelo desenvolvimento e produção dos elementos de decoração do espaço;
- 1 coordenador de projeto a tempo parcial: Recurso Humano da ARM, responsável por articular com todos os que estão diretamente envolvidos nesta atividade e assegurar que os trabalhos terminam dentro do prazo estabelecido na candidatura por forma a não comprometer as restantes atividades planeadas e previstas no cronograma de implementação

**Local: morada(s)**

Beco do Rosendo, nº 6; 1100 - 460 Lisboa

**Local: entidade(s)**

ARM - Associação Renovar a Mouraria (promotor)

**Resultados esperados**

O resultado esperado desta atividade será um espaço, que se situa no nº 6 do Beco do Rosendo, na Mouraria, remodelado e decorado por forma a permitir a abertura e funcionamento do LOCAL - Ponto de Turismo Responsável, com todas as funcionalidades descritas nesta candidatura.

**Valor**

6620.00 EUR

**Cronograma**

Mês 1, Mês 2, Mês 3

**Periodicidade**

Diário

**Nº de destinatários**

1500

**Objectivos específicos para que concorre**

1, 3

**Actividade 3**

Criação Marca e Comunicação

**Descrição**

A marca LOCAL -Turismo Responsável e campanha de comunicação são atividades centrais, catalisadoras da mensagem Turismo Responsável. A marca assume-se como dimensão agregadora e atribui coerência à ação. Materializa-se na criação de um logotipo e de uma imagem visualmente atrativa e frases impactantes, em português, inglês, francês e espanhol. A campanha de comunicação é responsável pela disseminação do projeto, das suas atividades e dos serviços disponibilizados e será centrada na cidade de Lisboa. O conceito e imagem da marca são desenvolvidos pela ARM e agregam o ponto de turismo responsável, a linha de merchandising e a rede informal de alojamento local. A campanha de comunicação terá 2 vertentes: projeto,



destinada a parceiros, comunicação social e público em geral e atividades e serviços prestados, destinada a turistas nacionais e internacionais.

A decoração do espaço aberto ao público, a linha de produtos e a sinalética a criar para o alojamento local assumirão a identidade da marca e são também elas um veículo fundamental para a transmissão da mensagem. Vão ser criados folhetos com a descrição dos diversos serviços e iniciativas agregadas e informação sobre as problemáticas que o projeto aborda. Estes materiais estarão disponíveis no Ponto de Turismo Responsável e serão distribuídos através da rede de parceiros não formais, do Turismo de Lisboa e dos alojamentos locais aderentes. Será criada página facebook, instagram e 1 video

*Recursos humanos*

- 1 designer gráfico a tempo parcial: Recurso Humano da ARM que será responsável pela criação e desenvolvimento da marca em todas as suas vertentes, bem como pela conceção gráfica dos folhetos, cartazes, sinalética AL, decoração LOCAL - Ponto de Turismo Sustentável;
- 1 coordenador de projeto a tempo parcial: Recurso Humano da ARM que, juntamente com o designer gráfico, será responsável pelo planeamento e implementação da campanha de comunicação e pela criação e ativação das páginas facebook e instagram. O coordenador tem a responsabilidade acrescida de garantir que todas as tarefas estão a ser desenvolvidas de acordo com o planeado e dentro do cronograma de implementação definido.

*Local: morada(s)*

Beco do Rosendo, nº 6; 1100 - 460 Lisboa

*Local: entidade(s)*

ARM - Associação Renovar a Mouraria (promotor)

*Resultados esperados*

O principal resultado esperado com esta atividade é a criação da marca de turismo responsável: LOCAL - Turismo Responsável. Pretende-se que esta tenha a capacidade de aglomerar os diversos produtos e serviços desenvolvidos a partir dela e transmitir a mensagem central de "forma de turismo responsável, geradora de impacto social e sustentabilidade ambiental". Pretende-se que esta ganhe massa crítica que justifique a sua replicação noutras zonas da cidade e que, mesmo centrada na Mouraria, permita, através da alargada rede de parcerias informais estabelecidas, criar impactos noutros bairros da cidade. Como resultados inerentes ao processo de criação e desenvolvimento da marca, identificamos:

- Criação de um logotipo e imagem;
- Folhetos, cartazes de divulgação;
- Elementos de decoração do espaço LOCAL - Ponto de Turismo Responsável.

• Criação de sinalética para alojamentos locais aderentes à rede informal de turismo local responsável:

Como resultados da campanha de comunicação identificamos:

- Ponto de atendimento ao público ativo e com visibilidade na cidade;
- Mais parceiros informais envolvidos nas dinâmicas



	de divulgação e venda cruzada;
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas sensibilizados para o seu papel enquanto agente de gentrificação no território que visitam;</li> <li>• Opinião pública e entidades públicas sensibilizadas para a temática;</li> <li>• 1 página de facebook dinamizada;</li> <li>• 1 perfil instagram dinamizado;</li> <li>• reportagens e artigos na comunicação social</li> </ul>
<i>Valor</i>	3870.00 EUR
<i>Cronograma</i>	Mês 3, Mês 4, Mês 5, Mês 6, Mês 7, Mês 8, Mês 9, Mês 10, Mês 11, Mês 12
<i>Periodicidade</i>	Diário
<i>Nº de destinatários</i>	6500
<i>Objectivos específicos para que concorre</i>	1, 2, 3
<i>Actividade 4</i>	LOCAL, Ponto de Turismo Responsável
<i>Descrição</i>	<p>Representa o expoente máximo da marca LOCAL -Turismo Responsável e consiste na criação, e ativação, de um ponto de atendimento ao público turista, no coração da cidade, no qual se prestam serviços de apoio turístico (como aluguer de cacifos e depósito de bagagens) e se divulga e comercializa produtos e atividades já desenvolvidos por outras organizações do sector social. As iniciativas e produtos associados são veículos de criação de impacto social e/ou sustentáveis ambientalmente, podendo ser originários da Mouraria ou de outros bairros. Será a via, por excelência, de contacto direto com o público turista, assumindo o duplo objetivo de impactar os turistas para uma forma mais sustentável de conhecer a cidade e potenciar as atividades individuais destas organizações como forma de reforçar os efeitos positivos nos seus territórios e a capacidade de auto-financiamento dos promotores.</p> <p>As funções:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comercializar e divulgar serviços com fins turísticos já existentes, promovidos por diferentes organizações, geradoras de impactos sociais: visitas guiadas, serviços de restauração de base local, alojamento socialmente responsável;</li> <li>• Divulgar o comércio local e iniciativas culturais locais;</li> <li>• Venda de guias, mapas e outros produtos de base local, que obedeçam às premissas do projeto;</li> <li>• Comercialização dos 4 produtos criados para a linha de merchandising responsável;</li> <li>• Prestação de serviços de utilidade para turistas: aluguer de cacifos, depósito de bagagens e casa de banho</li> </ul>

<i>Recursos humanos</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 recurso humano a tempo inteiro a contratar pela ARM no âmbito do projeto: assegura a abertura e funcionamento operacional do espaço;</li> <li>• 1 coordenador de projeto: recurso humano da ARM que será responsável por assegurar o bom funcionamento do espaço, bem como pelo recrutamento do recurso humano que assegurará o seu funcionamento.</li> </ul>
<i>Local: morada(s)</i>	Beco do Rosendo, nº 6; 1100 - 460 Lisboa
<i>Local: entidade(s)</i>	ARM - Associação Renovar a Mouraria (promotor)
<i>Resultados esperados</i>	<p>O principal resultado esperado desta atividade é a criação e manutenção do ponto de informação e venda para turistas com uma abordagem responsável, valorizando impactos sociais e ambientais do qual decorrem uma série de outros resultados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Criação de 1 posto de trabalho;</li> <li>• 1000 atendimentos a visitantes;</li> <li>• 15 organizações aderentes;</li> <li>• Ter visibilidade ao nível da cidade e dos seus visitantes;</li> <li>• Contribuir para a existência de turistas mais conscientes dos impactos negativos do crescimento massivo do turismo e conseqüentemente com um comportamento mais responsável do ponto de vista ambiental e da comunidade local;</li> <li>• Dar visibilidade e potenciar os resultados das atividades desenvolvidas por outras organizações, nos seus territórios, contribuindo assim para o reforço da economia local e integração social, noutras territórios para além da Mouraria;</li> <li>• Contribuir para o reforço da sustentabilidade financeira das organizações representadas;</li> <li>• Dar visibilidade à Mouraria enquanto território de indústrias criativas e dinamismo comunitário;</li> <li>• Dar visibilidade ao comércio local e ao comércio tradicional;</li> <li>• Promover o trabalho realizado em Lisboa ao nível do desenvolvimento local no geral, e das organizações que o promovem em particular;</li> <li>• reforçar a economia local da Mouraria;</li> <li>• contribuir para a preservação de comunidades locais autênticas e habitadas</li> </ul>
<i>Valor</i>	13520.00 EUR
<i>Cronograma</i>	Mês 3, Mês 4, Mês 5, Mês 6, Mês 7, Mês 8, Mês 9, Mês 10, Mês 11, Mês 12
<i>Periodicidade</i>	Diário
<i>Nº de destinatários</i>	1500
<i>Objectivos específicos para que concorre</i>	1, 3

**Actividade 5** Gestão da Rede de Parceiros

**Descrição**

A rede de parceiros informais que se associam à marca LOCAL -Turismo Responsável, para divulgação e venda dos seus produtos ou serviços (de base local e com impacto social) é uma dimensão fundamental do projeto.

A marca será lançada com 15 parceiros formalizados (declarações de parceria em anexo), nas seguintes áreas:

Visitas Guiadas: Boutique da Cultura - Arte Urbana no Bairro Padre Cruz, Mil Acessos - percursos para mobilidade reduzida, Batoto - Visita "Lisboa Africana" e Paróquia de S. Cristóvão - "Arte por São Cristóvão";

Restauração: Restaurante Social da ARM, Cozinha Popular da Mouraria, Largo Café, Associação Crescer - projeto de integração de refugiados "Marhaba, e projeto de integração de refugiados "Pão a Pão";

Alojamento: Largo Residências, Spin Hostel, clube de homesharing de Lisboa

Produtos: Biataki, Lisbão Sabão, Avó Veio Trabalhar, Guias Junta de Freguesia de Santa Maria Maior e produtos dos residentes no Centro de Inovação da Mouraria (articulação realizada através da parceria formal com a Bairros);

Cultura e comércio Local: programação ARM, Largo Café e outros; Igreja S. Cristóvão, portal de comércio local e tradicional "Retalhos da Mouraria", da ARM, e "Lojas com História", da CML.

É necessário definir com cada um a forma de operacionalizar a parceria, integrar todos no desenho do modelo de negócio e alargar a rede com novas organizações.

Para cada um deles a CORE vai fazer uma análise SROI por forma a identificar os seus impactos sociais

**Recursos humanos**

- 1 coordenador de projeto a tempo parcial: recurso humano da ARM para gestão das parcerias informais, bem como alargar a oferta e identificação de novas propostas; criação, do modelo de negócio futuro
- consultadoria em impacto social: prestação de serviços externos da CORE (parceiro formal do projeto) com a responsabilidade de sinalizar e identificar os vários tipos de impactos sociais e ambientes que os serviços e produtos representados geram e pela definição da metodologia de triagem para a admissão de novos serviços e produtos.
- 1 técnico da Bairros a tempo parcial em regime de prestação de serviços: ponte entre a marca e os produtos dos projetos artísticos residentes no CIM - Centro de Inovação da Mouraria.

**Local: morada(s)**

Beco do Rosendo, nº 6; 1100 - 460 Lisboa  
Rua Carlos Mardel, 94 1º. Esq 1900-125 Lisboa  
Travessa dos Lagares, 1; 1100 - 300 Lisboa

**Local: entidade(s)**

ARM - Associação Renovar a Mouraria (promotor)  
CORE (parceiro)  
BADL - Bairros Associação de Desenvolvimento Local (parceiro)



**Resultados esperados**

O principal resultado desta atividade é a existência de uma parceria sólida e dinâmica que venha a ser alargada no médio prazo de forma a abranger o maior número possível de zonas da cidade de Lisboa através da integração de projetos, associações, de territórios ainda não representados.

No final do projeto pretende-se ter uma rede com:

- 15 parcerias formalizadas e ativas;
- 10 parcerias em vias de formalização;
- 4 projetos das indústrias criativas residentes no CIM representados com parceria formalizada;
- 5 avaliações de impacto para os 5 projetos com maior nº de vendas

**Valor** 4563.00 EUR

**Cronograma** Mês 1, Mês 2, Mês 3, Mês 4, Mês 5, Mês 6, Mês 7, Mês 8, Mês 9, Mês 10, Mês 11, Mês 12

**Periodicidade** Diário

**Nº de destinatários** 40

**Objectivos específicos para que concorre** 1, 2, 3

**Actividade 6** Linha de Produtos

**Descrição**

Criação de linha de produtos para venda a turistas que representem as premissas da marca LOCAL - Turismo Responsável - sustentabilidade ambiental e criação de impacto social - e possa vir a ser uma fonte de receita para o modelo de sustentabilidade futura do espaço de atendimento ao público.

Desta forma, vai ser desenvolvida uma linha de 4 produtos da marca "LOCAL", com recurso a matérias desperdício e com produção local na zona da Mouraria. Para isso será realizado o mapeamento de 4 locais de produção na Mouraria e identificadas 4 entidades que produzam desperdícios que possam ser doados.

O desenvolvimento do produto ficará a cargo da Blindesign, enquanto a criação gráfica será da responsabilidade da ARM.

Os produtos serão comercializados no espaço LOCAL - Ponto de Turismo Responsável e as suas receitas revertem para o mesmo. No futuro poderão ser comercializados também noutros locais.

Serão criados pontos de recolha de matérias desperdício, onde os próprios turistas serão incentivados a contribuir com os seus desperdícios, como forma de os envolver na cadeia de produção do artigo que vai comprar. Para além disto, cada produto terá uma história que é contada a quem compra e esta linha de produtos será fundamental para veicular a mensagem inerente ao projeto.





<i>Recursos humanos</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Serviço de consultadoria em desenvolvimento de produto: prestação de serviço externo da Blindesign (parceiro formal do projeto), que será responsável pela criação e desenvolvimento de 4 produtos que irão integrar a linha de merchandising;</li> <li>• 1 designer gráfico / ilustrador a tempo parcial: recurso humano da ARM, que será responsável pelo trabalho de criação gráfica;</li> <li>• 1 coordenador de projeto a tempo parcial: recurso humano da ARM que será responsável por acompanhar todo o processo, assegurar que os prazos estipulados estão a ser cumpridos e articular pontes que sejam necessárias, entre diferentes organizações, a nível local.</li> </ul>
<i>Local: morada(s)</i>	Beco do Rosendo, nº 6; 1100 - 460 Lisboa Travessa dos Lagares, 1; 1100 - 300 Lisboa
<i>Local: entidade(s)</i>	Associação Renovar a Mouraria (promotor) Blindesign (parceiro)
<i>Resultados esperados</i>	<p>O principal resultado desta atividade é a criação de 4 produtos da marca LOCAL, com recurso a matérias desperdício e produção local na zona da Mouraria;</p> <p>Identificamos também como resultados da atividade:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 organizações envolvidas na produção;</li> <li>• 4 organizações envolvidas na recolha de matéria prima;</li> <li>• Dar visibilidade à marca LOCAL - Turismo Responsável e veicular a sua mensagem base: sustentabilidade ambiental e criação de impacto social;</li> <li>• Contribuir para a existência de turistas mais conscientes dos impactos negativos que o crescimento massivo do turismo acarreta, consequentemente com um comportamento mais responsável do ponto de vista ambiental e da interação com a comunidade local;</li> <li>• Gerar receitas com as vendas que contribuirão para a sustentabilidade financeira do projeto após o período de financiamento;</li> <li>• Dar visibilidade à Mouraria enquanto território de indústrias criativas e dinamismo comunitário;</li> <li>• Contribuir para a preservação de comunidades locais autênticas e habitadas</li> </ul>
<i>Valor</i>	10040.00 EUR
<i>Cronograma</i>	Mês 1, Mês 2, Mês 3, Mês 4, Mês 5
<i>Periodicidade</i>	Diário
<i>Nº de destinatários</i>	0
<i>Objectivos específicos para que concorre</i>	1, 3
<i>Actividade 7</i>	Certificação Informal AL

**Descrição**

O alojamento local (AL) é uma dimensão incontornável no conjunto de impactos criados pelo crescimento do turismo no centro histórico.

Mesmo que venha a ser regulado, é uma nova dinâmica local de crescimento. Focando-nos nos princípios basilares originários do AL, vai ser criada uma metodologia de certificação informal, centrada em práticas de sustentabilidade ambiental e criação de impacto sociais, através da utilização de um índice de sustentabilidade. Pretende-se mapear as boas práticas já existentes e alargá-las a mais proprietários. Será criada uma sinalética identificativa dessas boas práticas e negociado, com as plataformas de reserva, a criação de um campo, no formulário de registo, para a sua descrição.

Este é um fator de diferenciação face à crescente concorrência e representar um valor percebido para os pequenos proprietários, valorizando o seu negócio familiar em detrimento de proprietários de larga escala.

O público é cada vez mais consciente destas questões, donde acreditamos estar a antecipar uma necessidade futura.

A rede de AL aderente terá também a função de divulgar a marca e os seus serviços.

A ALEP será responsável pela divulgação juntos dos proprietários e sua implementação e a CORE é responsável pela identificação dos impactos ambientais e sociais (proposta em anexo).

Há ainda a parceria informal com o Clube de Home Sharing de Lisboa, para adesão às dinâmicas propostas e desenvolvimento de novas formas de interação com a comunidade local.

**Recursos humanos**

- 1 Recurso Humano a tempo parcial da ALEP: identificação de proprietários com boas práticas de sustentabilidade ambiental e criação de impactos sociais; divulgação do projeto junto de novos proprietários; implementação da certificação informal e arbitragem com plataformas de reserva de alojamento local;
- 1 técnico a tempo parcial da CORE: identificação de impactos, definição de dinâmicas a implementar e construção de metodologia de certificação informal;
- 1 Recursos Humano de coordenação da ARM, tempo parcial: monitorização do processo, articulação com parceiros envolvidos, garantia de cumprimento de cronograma de implementação de atividades.

**Local: morada(s)**

Beco do Rosendo, 4,6,8 e 10, 1100 - 460 Lisboa  
Rua Carlos Mardel, 94 1º. Esq. 1900-125 Lisboa  
Rua Professor Orlando Ribeiro, 6, escritório Q, 1600 - 796 Lisboa

**Local: entidade(s)**

Associação Renovar a Mouraria (promotor);  
CORE (parceiro)  
ALEP (parceiro)  
Apartamentos de Alojamento Local

**Resultados esperados**

- 1 rede de 20 proprietários envolvidos e com boas práticas implementadas;



- 6 boas práticas identificadas;
- 1 modelo de certificação informal no âmbito da sustentabilidade ambiental e criação de impactos sociais desenvolvido;
- Proprietários de alojamento local mais sensibilizados para os impactos negativos da sua atividade na orgânica das comunidades onde os seus apartamentos se localizam;
- Mais utilizadores sensíveis às questões da sustentabilidade ambiental e impacto social.

<i>Valor</i>	7762.00 EUR
<i>Cronograma</i>	Mês 1, Mês 2, Mês 3, Mês 4, Mês 5, Mês 7, Mês 8, Mês 9, Mês 10, Mês 11, Mês 12
<i>Periodicidade</i>	Diário
<i>Nº de destinatários</i>	40
<i>Objectivos específicos para que concorre</i>	2, 3

### MONITORIZAÇÃO DE PROJETO

#### Rede (resultados)

*Nº de parceiros mobilizados* 25

#### Constituição da equipa de projeto

*Função* Coordenara Projecto

*Horas realizadas para o projeto* 960

*Tipo de afetação ao BIP/ZIP* Financeira

*Morador no bairro do projeto* Sim

*Função* Designer Gráfico e Técnico de Comunicação

*Horas realizadas para o projeto* 448

*Tipo de afetação ao BIP/ZIP* Financeira

*Morador no bairro do projeto* Não



**FORMULÁRIO DE CANDIDATURA**

<i>Função</i>	Recurso Humano para Ponto de Turismo Responsável - Atendimento ao público
<i>Horas realizadas para o projeto</i>	1600
<i>Tipo de afetação ao BIP/ZIP</i>	Financeira
<i>Morador no bairro do projeto</i>	Sim
<i>Função</i>	Facilitador da Associação Bairros
<i>Horas realizadas para o projeto</i>	160
<i>Tipo de afetação ao BIP/ZIP</i>	Financeira
<i>Morador no bairro do projeto</i>	Não
<i>Função</i>	Consultor CORE - Impacto Social e Certificação AL
<i>Horas realizadas para o projeto</i>	200
<i>Tipo de afetação ao BIP/ZIP</i>	Financeira
<i>Morador no bairro do projeto</i>	Não
<i>Função</i>	Designer Produto Blind design
<i>Horas realizadas para o projeto</i>	200
<i>Tipo de afetação ao BIP/ZIP</i>	Financeira
<i>Morador no bairro do projeto</i>	Sim
<i>Função</i>	Facilitador ALEP
<i>Horas realizadas para o projeto</i>	200
<i>Tipo de afetação ao BIP/ZIP</i>	Financeira
<i>Morador no bairro do projeto</i>	Não
<i>Função</i>	Investigador IGOT
<i>Horas realizadas para o projeto</i>	160
<i>Tipo de afetação ao BIP/ZIP</i>	Financeira



Morador no bairro do projeto Nã o

**Criação de emprego (Impacto)**

Nº de novos postos de trabalho criados com a constituição da equipa de projeto (com uma afetação >= 75%) 1

Nº de novos postos de trabalho criados como resultado da intervenção do projeto 1

**Destinatários (Resultados)**

Nº de moradores no bairro BIP/ZIP destinatários de atividades em que é possível a identificação dos participantes (formativas, pedagógicas, lúdicas) 25

Nº total acumulado de destinatários de atividades onde não é possível a identificação clara dos participantes 6500

Nº de atividades onde não é possível a identificação clara dos participantes 6

**Equidade**

Nº de destinatários com deficiência / doença mental 0

Nº de destinatários mulheres 500

Nº de destinatários desempregados 0

Nº de destinatários jovens (- de 30 anos) 200

Nº de destinatários idosos (+ de 65 anos) 100

Nº de destinatários imigrantes 0

**Produtos/Elementos tangíveis da intervenção**

Nº de produtos concebidos para venda / demonstração 4

Nº de intervenções em edificado para criação de serviços ou atividades dirigidas à Comunidade 1

Nº de intervenções no espaço público 0



<i>Nº de publicações criadas</i>	0
<i>Nº de páginas de Internet criadas</i>	0
<i>Nº de páginas de facebook criadas</i>	1
<i>Nº de vídeos criados</i>	1
<i>Nº de artigos publicados em jornais / revistas</i>	15
<i>Nº de novas organizações criadas (associações / empresas, outros)</i>	0
<i>Nº de novas parcerias desenvolvidas durante a implementação</i>	10
<i>Nº de alojamentos locais aderentes</i>	20
<i>Nº atendimentos realizados</i>	1000

**ORÇAMENTO TOTAL DO PROJECTO**

**Financiamento BIP/ZIP solicitado**

<i>Encargos com pessoal interno</i>	22385.00 EUR
<i>Encargos com pessoal externo</i>	17995.00 EUR
<i>Deslocações e estadias</i>	0.00 EUR
<i>Encargos com informação e publicidade</i>	750.00 EUR
<i>Encargos gerais de funcionamento</i>	3120.00 EUR
<i>Equipamentos</i>	2250.00 EUR
<i>Obras</i>	3500.00 EUR
<i>Total</i>	50000 EUR

**Montante de apoio financeiro por entidade promotora**

<i>Entidade</i>	Associação Renovar a Mouraria
<i>Valor</i>	50000.00 EUR

**Outras fontes de financiamento e respectivos montantes**

<i>Entidade</i>	Associação Renovar a Mouraria
<i>Tipo de apoio</i>	Financeiro



FORMULÁRIO DE CANDIDATURA

*Valor* 5000.00 EUR

*Descrição* Na implementação do projecto serão utilizados recursos humanos da equipa fixa da ARM que não estão contemplados no orçamento desta candidatura, nomeadamente: Serviços Administrativos, fotografia e video

---

**TOTAIS**

<i>Total das Actividades</i>	50000 EUR
<i>Total de Outras Fontes de Financiamento</i>	50000 EUR
<i>Total do Projeto</i>	55000 EUR
<i>Total dos Destinatários</i>	16080

