

projectos
transformar
experiências
parcerias
novo ciclo



HABITAÇÃO
E DESENVOLVIMENTO
LOCAL Câmara Municipal Lisboa

Programa Parcerias Locais

BIP/ZIP

Programa BIP/ZIP 2016

FICHA DE CANDIDATURA

Refª: 006

Mercearia Social da Penha



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

ENTIDADES PROMOTORAS

Designação ASCRMPF - Os Fidalgos da Penha
Designação Junta de Freguesia da Penha de França

ENTIDADES PARCEIRAS

Designação Forum Dança
Designação Centro Social e Paroquial São João Evangelista
Designação Santa Casa da Misericórdia de Lisboa
Designação IEFP - Instituto do Emprego e Formação Profissional
Designação União das Misericórdias Portuguesas-LAr Dr. Virgílio Lopes
Designação FRAME 408 associação

IDENTIFICAÇÃO DO PROJECTO

Designação Mercearia Social da Penha
BIP/ZIP em que pretende intervir 46. Quinta do Lavrado

Síntese do Projecto

Fase de execução -----
Fase de sustentabilidade -----

DESCRIÇÃO DO PROJECTO

Objetivo Geral de Projeto

Diagnóstico O Bairro da Quinta do Lavrado é caracterizado por graves problemas sociais e práticas informais criminais, como o tráfico de droga, escassas relações de vizinhança e falta de coesão social.
Com as carências de vestuário suprimidas, através da criação da Loja Social, em 2012, resultante de um programa BIP-ZIP, os pedidos de apoio alimentar são constantes, e os parceiros locais constatarem in loco essa carência, originada pelos baixos rendimentos e pela incorreta gestão do orçamento familiar.
É um nicho populacional com cerca de 570 residentes (Censos 2011, INE), caracterizado por baixa escolaridade (apenas

metade residentes tem o 2º Ciclo completo), elevada taxa de desemprego (16%) e apenas 23% de indivíduos empregados, e consequente elevada atribuição do RSI e subsídios sociais. Qualquer intervenção para melhorar as condições de vida torna-se importante para a diminuição do risco de exclusão social.

Aliado ao descrito, ainda se salienta o número elevado de população idosa de baixos rendimentos residente no bairro (20%). Esta população apresenta mobilidade condicionada e isolamento, assim como reduzido acesso ao comércio, inexistente no bairro, o que implica difíceis deslocações pedonais ou de autocarro. Isso mesmo foi referido pelos seniores, em entrevistas de diagnóstico realizadas porta-a-porta.

Este projeto colmata uma necessidade claramente identificada pela população local, o que facilita a identificação com o mesmo, e o estabelecimento de uma relação de pertença.

Temática preferencial

Melhorar a Vida no Bairro

Destinatários preferenciais

Comunidade

Objectivo geral

O projeto visa apoiar cidadãos seniores isolados e com mobilidade condicionada, residentes na Qta. Lavrado, e famílias da Freguesia da Penha de França em situação de desvantagem social, no acesso a uma Mercearia Social na qual podem escolher e levantar produtos essenciais ao seu bem-estar, alimentares e não alimentares.

Tem como objetivo principal contribuir para a melhoria da qualidade de vida de indivíduos e famílias desfavorecidos, promovendo um comércio social de proximidade adequado a suprir necessidades identificadas, organizando a resposta de forma a:

- Aproximar moradores do Lavrado com mobilidade condicionada, como seniores e pessoas com desafios motores, do acesso a produtos essenciais, face à inexistência de comércio local;
- Dar aos clientes apoiados, de dentro e fora do bairro, o direito à escolha dos produtos, numa perspectiva condigna, integradora e empoderante;
- Contribuir para a sustentabilidade dos agregados, ao capacitar os clientes em áreas como gestão do orçamento familiar e aproveitamento de 'desperdícios';
- Envolver moradores na criação e sustentabilidade da mercearia como parceiros e mobilizadores/facilitadores entre pares.

As pessoas acompanhadas pelos vários serviços sociais serão elegíveis segundo critérios definidos para a atribuição do apoio. Cada indivíduo ou família terá mensalmente direito a produtos em quantidade e qualidade adequada. Poderão ainda ser contempladas situações de emergência pontual. Os produtos são gratuitos para os clientes, mediante a troca de créditos atribuídos mensalmente, de acordo com a tipologia familiar.

O espaço lavandaria terá máquinas de lavar e secar, a fim de colmatar, quando necessário, situações urgentes,



facilitando o acesso a cuidados de higiene. Moradores, voluntários e parceiros serão envolvidos na logística e atendimento personalizado, sendo-lhes dada formação específica.

Objetivos Específicos de Projeto

Objetivo Específico de Projeto 1

Descrição

Facilitar o acesso de pessoas com mobilidade condicionada a bens essenciais.

A mercearia contribuirá para minimizar situações familiares de vulnerabilidade económica, proporcionando acesso a serviços e bens essenciais: produtos alimentares, de higiene, limpeza, materiais didáticos e brinquedos, entre outros.

Este bairro é desprovido de comércio local tipo mercearia ou minimercado. Existem apenas 2 cafés, 1 dos quais serve e vende refeições e padaria para fora. Para residentes com dificuldades em deslocar-se, obter produtos de 1ª necessidade, inexistentes no bairro, é difícil. São obrigados a contar com ajuda de vizinhos, a comprar produtos de origem duvidosa a toxicodependentes, ou a deslocação penosa: a pé até à Pç. Paiva Couceiro podendo voltar na Carris.

Esta situação e o seu impacto negativo na comunidade foram identificados pelo Projeto USER (URBACT II) promovido pela CML com a participação de residentes e do GAL. No Plano de Ação Local USER (Abril 2015), entre as principais disfunções do território constam: a fraca predominância de actividades económicas - comércio de proximidade, a fraca oferta de transportes públicos, o território como barreira à circulação pedonal e a inexistência de ligações ao tecido urbano. (PAL USER, pág. 42)

Também no diagnóstico junto de seniores moradores no Lavrado (65+ anos), para preparar a candidatura, estas lacunas foram referidas por quase todos os entrevistados (20 agregados).

Sustentabilidade

A mercearia social terá como clientes não só seniores moradores no Lavrado, como famílias da Penha de França a necessitar de apoio social, moradoras nesse bairro ou não. É uma forma de racionalizar o investimento e permitir que melhore a vida dos residentes e de outros fregueses.

Os produtos serão doados, numa dinâmica solidária, por clientes do comércio local e empresas. Os primeiros poderão doar bens nas lojas locais, as empresas associadas poderão investir ou doar seus próprios consumíveis na lógica da responsabilidade social empresarial. Pontualmente, serão



desenvolvidas campanhas locais, de época, como no Natal. A comunicação com a comunidade e Freguesia, parceiros responsáveis pelo apoio social, público em geral e mundo empresarial, é factor crítico de sucesso. Serão produzidos materiais de divulgação físicos e digitais, usados os media, e uma figura proeminente do desporto/cultura apadrinhará a Mercearia. A abordagem contribuirá para viabilizar o serviço e para a qualidade de vida dos clientes (satisfação, dignificação, auto-estima). Especial cuidado será dado ao relacionamento com a população local. Para evitar a fratura territorial, haverá cota para residentes beneficiários de apoio social: terem de se deslocar, nas condições conhecidas, quando há uma resposta no local que apoia fregueses de outros bairros, pode originar conflitos. No que concerne à valência de lavandaria, a mesma será auto-suficiente e recorrerá à mesma matriz de mobilização de recursos.

Objetivo Específico de Projeto 2

Descrição

Apoiar o fortalecimento da economia familiar e doméstica. O sucesso do projecto depende, em muito, da integração de uma dimensão de capacitação para a melhor gestão dos rendimentos familiares e o combate ao desperdício, incluindo o alimentar. Após se identificarem padrões nos hábitos de consumo, serão identificadas as maiores necessidades de formação. Com o conhecimento gradual do historial de consumo de cada cliente, serão partilhados conhecimentos na medida das necessidades familiares. É uma abordagem na óptica do acompanhamento de caso, na qual se contribuirá para a melhor organização da vida financeira dos clientes: maior racionalidade económica, maximização de recursos e minimização do desperdício, definição de prioridades e prevenção de imprevistos. A formação pessoal pode ser fundamental para alguns clientes, visa contribuir para uma maior sustentabilidade económica dos agregados. Na lógica de dignificação e respeito pela vontade dos clientes, não é uma formação convencional, em sala e obrigatória, mas conselhos de especialista dados in situ em forma de conversa com o técnico-vendedor. O discurso será construído com o cuidado de não ser paternalista, usar linguagem assistencialista ou revelar juízos de valor e preconceitos. Pelo contrário: para impactar positivamente na auto-estima dos clientes, será uma troca de experiências que valorize competências e capital cultural e de experiência, know-how relevante, e debata melhores práticas.

Sustentabilidade

Além da Mercearia fornecer bens e serviços até aqui inexistentes, respondendo a uma das lacunas mais consensuais na comunidade, procura inovar a prestação de apoios sociais, materializando a evolução do paradigma de intervenção social.



Empoderar as pessoas para que possam tomar decisões de consumo mais informadas é parte importante da sustentabilidade. A intervenção será tanto mais eficiente e eficaz quanto mais efetiva for a capacitação e empoderamento dos clientes para boas práticas na gestão do orçamento familiar.

Se a vida de um agregado com necessidades alimentares tem um reduzido grau de liberdade (limitando a possibilidade de escolha), a Mercearia permite recuperar alguma liberdade quando o cliente/utente tem a possibilidade de decidir e escolher. Se este estiver melhor informado, as suas escolhas irão reflectir-se na qualidade de vida familiar. Os vendedores serão formados para poderem dar os conselhos de especialista. Poderá haver sessões formativas em sala, pontualmente, se os clientes o solicitarem, mesmo não sendo essa a matriz do projecto (na Qta Lavrado ou em espaços centrais da Freguesia).

O acolhimento personalizado e a relação de confiança abrem, ainda, a possibilidade de encaminhar clientes para serviços sociais, saúde, educativos ou formativos, fortalecendo o trabalho social articulado em rede.

Objetivo Específico de Projeto 3

Descrição

Criação de rede de responsabilidade social comprometida com o projecto

Baseado numa lógica de promoção de uma solidariedade activa e responsável, pretende-se mobilizar fregueses e utilizadores do comércio local da Freguesia, assim como comerciantes locais e empresas (no âmbito da responsabilidade social empresarial) para contribuições de donativos em géneros alimentares e/ou produtos de higiene. Esta rede surge, assim, como uma forma de apoio à mercearia social e um convite à responsabilidade social.

O projeto será apresentado às empresas a envolver, sejam de fora do território ou locais (incluindo comércio local), evidenciando a importância da sua participação numa rede solidária que contribuirá de sobremaneira para viabilizar e sustentar esta intervenção. O estabelecimento de uma relação de proximidade, baseada na crença no projecto, na confiança mútua e no compromisso com os objectivos, permitirá adequar os contributos das empresas - independentemente da sua dimensão e localização - ao projecto. Mais: permitirá uma troca de experiências que poderá alcançar um envolvimento duradouro neste e em outros projetos.

A proposta da JFPF aos parceiros que constituem este consórcio resulta desta entidade já ter testado e de implementar modelos de apoio social que buscam a dignificação dos utentes/clientes. É como é o caso dos cabazes de Natal: em vez de as pessoas irem buscar sacos à Junta, podem escolher produtos no comércio local no valor do cabaz atribuído.

Sustentabilidade

A comunicação com a comunidade é essencial para a



sustentabilidade, pois garantirá o envolvimento de fregueses e de empresas na rede, viabilizando a logística e o inventário necessários.

Será dada visibilidade a estes protagonistas e ao modelo solidário de co-responsabilização através de uma comunicação externa cuidada e profissional, usando suportes de comunicação em formato físico e digital. Estes irão publicitar o projeto e a rede constituída, dado destaque às marcas envolvidas. A criação de uma moeda própria, em forma de notas (as Penhas) e o apadrinhamento da Mercearia do Bairro por uma figura pública relevante, procuram dar visibilidade e gerar interesse e sinergias, com as pessoas e empresas a associar-se não só ao projeto e seu objetivo e valores, como à dinâmica solidária e à rede.

Importa que as entidades e privados aderentes à rede de responsabilidade social estejam constantemente informados acerca da eficiência e eficácia do projeto, dos sucessos e dos factores críticos e dificuldades a ultrapassar. Se os clientes do comércio local podem ser fidelizados através de materiais de comunicação, já as empresas serão convidados a estar presentes em sessões de ponto-de-situação nas quais estes aspectos lhes serão comunicados e solicitados contributos para otimizar processos.

CALENDARIZAÇÃO DO PROJECTO

| | |
|-----------------------------|--|
| <i>Actividade 1</i> | Criação da Mercearia Social |
| <i>Descrição</i> | Pretende-se com esta atividade adaptar o espaço disponível para a criação da mercearia social e a dotação deste espaço de infraestruturas necessárias à sua implementação, com eventuais pequenas obras de beneficiação. Este espaço será dividido em três zonas distintas: 1) Zona de Mercearia - apta para exposição e distribuição de bens e serviços essenciais, maioritariamente bens alimentares, produtos de higiene e limpeza; 2) Espaço de lavandaria e 3) Armazém dotados dos equipamentos necessários ao seu funcionamento em pleno conforme modelo de funcionamento a definir na atividade 2. O espaço terá fachada e interior com ar de Mercearia convencional, diferenciando-a de outras respostas sociais, de acordo com a lógica e objetivos do projeto. |
| <i>Recursos humanos</i> | Coordenador/a Técnicos da Junta de freguesia, Técnicos das entidades parceiras Voluntários |
| <i>Local: morada(s)</i> | - |
| <i>Local: entidade(s)</i> | - |
| <i>Resultados esperados</i> | Criação de uma mercearia social e espaço de lavandaria, apta para exposição e distribuição de bens e serviços |



| | |
|---|--|
| | essenciais, maioritariamente bens alimentares, produtos de higiene e limpeza. |
| <i>Valor</i> | 35000.00 EUR |
| <i>Cronograma</i> | Mês 1, Mês 2, Mês 3, Mês 4 |
| <i>Periodicidade</i> | Diário |
| <i>Nº de destinatários</i> | 50 |
| <i>Objectivos específicos para que concorre</i> | 1 |
| <i>Actividade 2</i> | Criação de um grupo de gestão |
| <i>Descrição</i> | <p>De forma a atingir-se uma coesão entre voluntários e parceiros, e uma posterior criação de um modelo próprio de gestão da mercearia, consideramos que é de extrema importância o conhecimento de outras realidades, e de outros projetos no âmbito do apoio alimentar, nomeadamente, outras experiências de mercearias sociais.</p> <p>Procura-se, com esta atividade, atingir uma maturação do projeto através de: visitas a outros espaços e projetos de mercearias sociais ou análogos; animação e consolidação do grupo de parceiros e voluntários, para o suporte a todas as ações do projeto, de forma sustentada pelos moradores; criação do regulamento e modelo de gestão da mercearia; gestão e dinamização do grupo de voluntários com atividades centradas no projeto mas abrangentes no que diz respeito ao conhecimento e coesão do grupo entre si, assim como no desenvolvimento de competências pessoais e sociais de cada um dos seus membros.</p> |
| <i>Recursos humanos</i> | <p>Coordenador/a</p> <p>Voluntários</p> <p>Técnicos das entidades Parceiras</p> |
| <i>Local: morada(s)</i> | - |
| <i>Local: entidade(s)</i> | - |
| <i>Resultados esperados</i> | <p>Criação e coesão do grupo de 8 a 12 voluntários, integrando pessoas de toda a Freguesia e moradores do Bairro, Capacitação dos intervenientes em termos técnicos para a dinâmica da Mercearia, mas também no conhecimento de outros projetos similares que possam inspirar e motivar a sua participação neste projeto.</p> <p>Modelo de gestão e regulamento da mercearia, participado e integrado por todos os parceiros e grupo de voluntários, assim como pelos beneficiários.</p> <p>Grupo de parceiros formais e informais comprometidos com a implementação e dinamização da Mercearia, em termos técnicos e sociais.</p> |

| | |
|---|--|
| <i>Valor</i> | 1000.00 EUR |
| <i>Cronograma</i> | Mês 1, Mês 2, Mês 3, Mês 4 |
| <i>Periodicidade</i> | Diário |
| <i>Nº de destinatários</i> | 35 |
| <i>Objectivos específicos para que concorre</i> | 1, 2, 3 |
| | |
| <i>Actividade 3</i> | Comunicação Externa |
| <i>Descrição</i> | <p>Criação do logotipo através do Gabinete da Marca e da Comunicação da Junta de Freguesia.</p> <p>Criação de cartazes, flyers e dípticos a fim de sinalizar os pontos de recolha.</p> <p>Apadrinhamento da Mercearia por uma figura pública com a finalidade de dar visibilidade ao projeto.</p> <p>Campanha ambulante, dinamizada pela Frame Coletivo, pelo espaço público da Penha da França para promover a rede de apoio e os locais de doação para a mercearia social. A Acção foca-se numa serigrafia participada com a imagem da Mercearia do Bairro em 8 intervenções ao longo de 4 meses. Uma antiga carrinha de bombeiros servirá de ponto de encontro e informação para a atividade.</p> <p>Ações de Sensibilização da comunidade para a Responsabilidade Social através das artes, (dança, teatro, música, artes plásticas), desenhadas pelo Forum Dança, em colaboração com os professores/artistas que se irão implementar, utilizando temas que se associem à ideia cerne do projeto Mercearia Social (entreatajuda, partilha, generosidade, ligação com o outro).</p> <p>As ações podem ser feitas em escolas, no Forum Dança, em bibliotecas, em centros de dia ou noutros equipamentos da comunidade local.</p> <p>Página no Facebook e informação através do Youtube, notícias nos boletins da JFPF (revista em papel e online).</p> |
| <i>Recursos humanos</i> | <p>Coordenador/a</p> <p>Voluntários</p> <p>Parceiros</p> <p>Técnicos da Frame Coletivo</p> <p>Técnicos do Forum Dança</p> |
| <i>Local: morada(s)</i> | - |
| <i>Local: entidade(s)</i> | - |
| <i>Resultados esperados</i> | <p>Divulgação digital, página do Facebook e imprensa escrita, incluindo nos boletins da JFPF.</p> <p>Identificação de todos os pontos de recolha de bens para a Mercearia Social.</p> <p>4 Campanhas de sensibilização da comunidade para a Responsabilidade Social através das artes, de forma</p> |

FORMULÁRIO DE CANDIDATURA

| | |
|---|---|
| | criativa e apelativa. Mobilização e envolvimento da população residente na freguesia da Penha de França (participação regular de pelo menos 900 fregueses) Capacitação de intervenientes para a divulgação dos objetivos do projeto, de forma a perpetuar a angariação de bens. |
| <i>Valor</i> | 8000.00 EUR |
| <i>Cronograma</i> | Mês 1, Mês 2, 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> | 9000 |
| <i>Objectivos específicos para que concorre</i> | 1, 2, 3 |
| | |
| <i>Actividade 4</i> | Angariação de Bens |
| <i>Descrição</i> | Criação de uma rede local de comerciantes da Freguesia onde cada morador poderá deixar semanalmente ou mensalmente a sua contribuição em géneros para a Mercearia, associado a um sistema de recolha dos referidos produtos pela Junta de Freguesia - criando assim uma dinâmica solidária e de compromisso de toda a freguesia/comunidade para com este projeto; a par serão também realizados protocolos junto de grandes empresas de confeção e distribuição alimentar, nomeadamente as grandes superfícies mais próximas como o Pingo Doce, Mini Preço ou mesmo Continente, assim como as unidades hoteleiras mais próximas, de forma a garantir a manutenção dos stocks, em particular dos produtos de primeira necessidade. Também os parceiros serão de primordial importância no envolvimento da comunidade e na realização de campanhas pontuais a partir das suas iniciativas e do consórcio, para além do envolvimento formal e/ou informal de outras entidades cuja atuação seja uma mais valia para o projeto. |
| <i>Recursos humanos</i> | Coordenador/a Voluntários Parceiros Comerciantes Locais |
| <i>Local: morada(s)</i> | - |
| <i>Local: entidade(s)</i> | - |
| <i>Resultados esperados</i> | Armazém de bens doados, com ênfase em bens de primeira necessidade de forma a nunca esgotar os stocks necessários ao regular funcionamento da Mercearia; Criação de uma rede local de comerciantes (30 a 35 comerciantes); |



| | |
|---|--|
| | 4 Campanhas pontuais de angariação de bens participada pelos parceiros formais e informais; Protocolos com 5 grandes empresas de confeção e distribuição alimentar para abastecimento e doação de produtos para a Mercearia de forma regular. |
| <i>Valor</i> | 4000.00 EUR |
| <i>Cronograma</i> | Mês 1, Mês 2, 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> | 5000 |
| <i>Objectivos específicos para que concorre</i> | 1, 2, 3 |
| | |
| <i>Actividade 5</i> | Formação em HSA |
| <i>Descrição</i> | Os voluntários e intervenientes que dinamizarão a mercearia social irão receber formação na área da Higiene e Segurança Alimentar, por uma entidade certificada nesta área, visando adquirir as competências e as ferramentas necessárias às tarefas que irão realizar. |
| <i>Recursos humanos</i> | Entidade Formadora certificada Coordenador/a Voluntários Intervenientes |
| <i>Local: morada(s)</i> | - |
| <i>Local: entidade(s)</i> | - |
| <i>Resultados esperados</i> | Supressão das necessidades formativas na área da segurança e higiene alimentar. Aumento das capacidades técnicas e conceptuais. Garantir o cumprimento dos requisitos adequados à atividade de recolha e armazenamento e distribuição dos bens alimentares em condições de qualidade, higiene e segurança. |
| <i>Valor</i> | 1000.00 EUR |
| <i>Cronograma</i> | Mês 3, Mês 4 |
| <i>Periodicidade</i> | Semanal |
| <i>Nº de destinatários</i> | 35 |
| <i>Objectivos específicos para que concorre</i> | 1, 2, 3 |

Actividade 6 Formação em economia familiar

Descrição

Pretende-se capacitar os indivíduos para a gestão dos seus rendimentos familiares, e por conseguinte, a aplicação do seu orçamento mensal.
As famílias adquirirão ferramentas para conhecer, gerir e equilibrar os rendimentos e despesas de forma a organizar a vida financeira, desta forma, pretende-se que os mesmos sejam capazes de elaborar um orçamento familiar, que lhes permita controlar melhor o dinheiro e planear o futuro com segurança e confiança.
A elaboração do orçamento familiar é importante para o controlo das despesas correntes e para a tomada de decisões financeiras importantes, como a a educação dos filhos ou a preparação da reforma.

Recursos humanos

Formador
Coordenador/a
Voluntários
Intervenientes
Indivíduos apoiados

Local: morada(s)

-

Local: entidade(s)

-

Resultados esperados

Levar o projeto a casa dos indivíduos intervencionados através da formação em economia doméstica e familiar, com impactes positivos na melhoria da qualidade de vida dos clientes da Mercearia.
Aumento das capacidades de decisão na gestão equilibrada do orçamento familiar dos indivíduos apoiados.
Aumento da capacidade de adequar o orçamento familiar, passando por definição de objetivos para a maior eficiência, racionalização de gastos e diminuição de desperdício, assim como das competências para os alcançar.
Equilíbrio gradual do orçamento familiar.
Perpetuar os objetivos fulcrais do projeto.

Valor

1000.00 EUR

Cronograma

Mês 5, Mês 6, Mês 7, Mês 8, Mês 9, Mês 10, Mês 11, Mês 12

Periodicidade

Diário

Nº de destinatários

500

Objectivos específicos para que concorre

1, 2, 3

MONITORIZAÇÃO DE PROJETO

Rede (resultados)



Nº de parceiros mobilizados 8

Constituição da equipa de projeto

Função Vogal do Desenvolvimento Social da Junta de Freguesia da Penha de França

Horas realizadas para o projeto 80

Tipo de afetação ao BIP/ZIP Não Financeira

Morador no bairro do projeto Não

Função Presidente Assoc Sócio Cultural e Recreativa de Melhoramentos da P.F. "Os Fidalgos Penha"

Horas realizadas para o projeto 80

Tipo de afetação ao BIP/ZIP Não Financeira

Morador no bairro do projeto Não

Função Diretora FRAME 408 associação

Horas realizadas para o projeto 80

Tipo de afetação ao BIP/ZIP Não Financeira

Morador no bairro do projeto Não

Função Técnica superior de emprego - IEFP - Instituto do Emprego e Formação Profissional

Horas realizadas para o projeto 80

Tipo de afetação ao BIP/ZIP Não Financeira

Morador no bairro do projeto Não

Função Vogal de Mesa - Santa Casa da Misericórdia de Lisboa

Horas realizadas para o projeto 80

Tipo de afetação ao BIP/ZIP Não Financeira

Morador no bairro do projeto Não

Função Diretora Técnica - União das Misericórdias Portuguesas-LAr
Dr. Virgílio Lopes

Horas realizadas para o projeto 80

Tipo de afetação ao BIP/ZIP Não Financeira

Morador no bairro do projeto Não

Função Gestora de Projetos - Forum Dança

Horas realizadas para o projeto 80

Tipo de afetação ao BIP/ZIP Não Financeira

Morador no bairro do projeto Não

Função Assistente Social - Centro Social Paroquial S. João
Evangelista

Horas realizadas para o projeto 80

Tipo de afetação ao BIP/ZIP Não Financeira

Morador no bairro do projeto Não

Criação de emprego (Impacto)

*Nº de novos postos de trabalho criados
com a constituição da equipa de projeto
(com uma afetação >= 75%)* 0

*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)* 100

*Nº total acumulado de destinatários de
atividades onde não é possível a
identificação clara dos participantes* 500

*Nº de atividades onde não é possível a
identificação clara dos participantes* 8

Equidade

| | |
|--|-----|
| <i>Nº de destinatários com deficiência / doença mental</i> | 5 |
| <i>Nº de destinatários mulheres</i> | 0 |
| <i>Nº de destinatários desempregados</i> | 0 |
| <i>Nº de destinatários jovens (- de 30 anos)</i> | 161 |
| <i>Nº de destinatários idosos (+ de 65 anos)</i> | 123 |
| <i>Nº de destinatários imigrantes</i> | 23 |

Produtos/Elementos tangíveis da intervenção

| | |
|--|----|
| <i>Nº de produtos concebidos para venda / demonstração</i> | 0 |
| <i>Nº de intervenções em edificado para criação de serviços ou atividades dirigidas à Comunidade</i> | 2 |
| <i>Nº de intervenções no espaço público</i> | 0 |
| <i>Nº de publicações criadas</i> | 10 |
| <i>Nº de páginas de Internet criadas</i> | 1 |
| <i>Nº de páginas de facebook criadas</i> | 1 |
| <i>Nº de vídeos criados</i> | 3 |
| <i>Nº de artigos publicados em jornais / revistas</i> | 5 |
| <i>Nº de novas organizações criadas (associações / empresas, outros)</i> | 0 |

ORÇAMENTO TOTAL DO PROJECTO

Financiamento BIP/ZIP solicitado

| | |
|--|--------------|
| <i>Encargos com pessoal interno</i> | 12000.00 EUR |
| <i>Encargos com pessoal externo</i> | 0.00 EUR |
| <i>Deslocações e estadias</i> | 1000.00 EUR |
| <i>Encargos com informação e publicidade</i> | 8000.00 EUR |
| <i>Encargos gerais de funcionamento</i> | 4000.00 EUR |



FORMULÁRIO DE CANDIDATURA

Equipamentos 10000.00 EUR

Obras 15000.00 EUR

Total 50000 EUR

Montante de apoio financeiro por entidade promotora

Entidade ASCRMPF - Os Fidalgos da Penha

Valor 25000.00 EUR

Entidade Junta de Freguesia da Penha de França

Valor 25000.00 EUR

Outras fontes de financiamento e respectivos montantes

Entidade Junta de Freguesia da Penha de França

Tipo de apoio Não financeiro

Valor 1500.00 EUR

Descrição Criação de logótipo; Criação de Cartazes e Flyers;
Impressão de dísticos de identificação de pontos de
recolha.

TOTAIS

Total das Actividades 50000 EUR

Total de Outras Fontes de Financiamento 50000 EUR

Total do Projeto 51500 EUR

Total dos Destinatários 14620

