

projectos
transformar
experiências
parcerias
novo ciclo



HABITAÇÃO
E DESENVOLVIMENTO
LOCAL Câmara Municipal Lisboa

Programa Parcerias Locais

BIP/ZIP

Programa BIP/ZIP 2014

FICHA DE CANDIDATURA

Refª: 086

Urban Market - Mercado do Parque



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 Associação para a Valorização Ambiental da Alta de Lisboa
Designação ARAL-Associação de Residentes do Alto do Lumiar
Designação CLIP - Recursos e Desenvolvimento

ENTIDADES PARCEIRAS

Designação Junta de Freguesia do Lumiar
Designação UNIAUDAX

IDENTIFICAÇÃO DO PROJECTO

Designação Urban Market - Mercado do Parque
BIP/ZIP em que pretende intervir 67. Alta de Lisboa Centro

Síntese do Projecto

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

DESCRIÇÃO DO PROJECTO

Objetivo Geral de Projeto

Diagnóstico A 1ª edição deste projeto pretendeu aumentar a utilização do Parque Oeste através da realização de mercados urbanos temáticos, apoiando o empreendedorismo dos residentes locais.
Tratando-se de uma atividade nova, foi essencial reunir esforços para mobilizar visitantes para o Parque, até então caracterizado pela sua débil utilização. Esta tarefa nem sempre foi fácil, devendo-se os graduais resultados positivos a uma aposta na divulgação e criação do maior número de atividades com interesse para os visitantes.
Urge manter e diversificar ainda mais esta aposta na realização de atividades, tanto mais quando pensamos na expressão inexistente do Parque Oeste, para além do seu inquestionável potencial, na generalidade dos espaços verdes da cidade de Lisboa.
Sendo também um território caracterizado pelo desemprego e desocupação dos

jovens, importa que estas atividades possibilitem a geração de um rendimento extra, apostando em empreendedores motivados capazes de aliar as suas necessidades às do Parque.

Por outro lado, no que toca aos seus habitantes a Alta de Lisboa apresenta visíveis problemas ao nível da coesão social, sendo um território abismado por duas realidades distintas que raramente se cruzam para além de residirem lado a lado, a dos residentes realojados e dos que compraram livremente casa, sendo também necessário atuar a este nível.

Pretendemos que o Parque Oeste seja um meio agregador de realidades locais, colmatando problemas através da realização de atividades.

Temática preferencial Espaço Comunitário

Destinatários preferenciais Grupos vulneráveis

Objectivo geral Este projeto apresenta como principal objetivo promover a utilização e preservação do Parque Oeste a partir da dinamização de atividades de comércio, cultura e lazer, levando os diferentes segmentos da comunidade a participar na dinamização do espaço público, melhorando assim a coesão social e promovendo o empreendedorismo local. Por outro lado, pretende-se contribuir para melhorar a imagem externa da Alta de Lisboa, trazendo pessoas ao território para que este se torne um pólo de atividades de interesse comum. Centra-se na realização e interligação de atividades no Parque Oeste, acreditando que a sua maior utilização passa pelo interesse das mesmas. Mantendo o Urban Market Alta de Lisboa o seu papel central, pretendemos criar mais pólos de atração ao local tanto para os residentes - uma vez que pela sua localização o Parque é estratégico na promoção da coesão social - mas também para os visitantes, passando ambos a usufruir deste espaço colocando-o na rota de espaços verdes da cidade de Lisboa. Para além de criar novas atividades, pretendemos também valorizar e divulgar de forma concertada as já previstas, mesmo que promovidas por outras entidades, acreditando no sucesso de um trabalho conjunto que valorize o potencial do Parque. Acreditamos ainda que para o sucesso do projeto e seus resultados é essencial fomentar novos conceitos de participação e co-organização, envolvendo mais a comunidade na divulgação e dinamização deste. No que diz especificamente respeito aos empreendedores, para que as atividades tenham sucesso é essencial um investimento pessoal, valorizando-os e capacitando-os para um trabalho mais estruturado, que lhes permita obter melhores resultados nos seus projetos pessoais de obtenção de um rendimento extra.

Objetivos Específicos de Projeto



Descrição

Aumentar a vivência do Parque Oeste, utilizando a realização de atividades de interesse económico, social e cultural como fator de atração ao local, tornando-o num espaço de referência e encontro para a comunidade, incentivando ainda a sua integração no circuito de espaços de lazer da cidade de Lisboa, diminuindo o sentimento de insegurança, associado à sua localização periférica. Pretende-se desenvolver variadas atividades no Parque Oeste, que funcionem numa dinâmica simbiótica, passando este espaço e ter um maior número de pólos de atração capazes de cativar residentes locais e outros visitantes. Assim promover-se-á a fruição do Parque Oeste e seus equipamentos a um nível territorial, mas também de forma geral, ambicionando-se que passe a fazer parte da rota de espaços verdes da cidade. O maior usufruto deste espaço, contribuirá não só para a sua valorização e utilização, mas também para a sua preservação, diminuição do sentimento de insegurança e, pela sua localização estratégica e atividades aglutinadoras, funcionará ainda enquanto meio de promoção da coesão social.

Sustentabilidade

- a) Pagamento de um valor simbólico de inscrição por parte dos empreendedores nos Mercados Urbanos, o qual reverterá para um fundo de gestão comum;
- b) Isenção de pagamento de licenciamento para utilização de espaço público e ruído para a realização de atividades por serem atividades ao abrigo do Programa BIP/ZIP;
- c) A promoção de atividades de animação com base em parcerias locais, noutros projetos apoiados pelo Programa BIP/ZIP e workshops dinamizados pelos empreendedores que participam nos Mercados permitem criar pólos de atração ao local sem custos associados;
- d) A criação de uma Agenda do Parque de formato simplificado permite a sua execução futura com baixos custos;
- e) A aquisição de uma bolsa de equipamentos que permitirá a manutenção da realização dos Mercados, bem como a sua utilização noutras atividades comunitárias locais;
- f) O cariz local da maioria dos participantes do projeto promove a utilização responsável do Parque Oeste, auxiliando à preservação dos equipamentos e recursos existentes (ex. Circuito de Manutenção, aparelhos de cardio-fitness, Quiosque);
- g) Um dos promotores do projeto ser uma organização de rede (CLIP - Recursos e Desenvolvimento) facilita a participação de outras organizações na dinamização das diferentes atividades.

Objetivo Específico de Projeto 2



Descrição

Apoiar projetos de empreendedores com interesse em participar no Urban Market Alta de Lisboa, contribuindo para a capacitação individual, através da realização de um programa de Mentoria & Formação, possibilitando ainda a oportunidade de colocar em prática os conhecimentos adquiridos pela exposição e comercialização dos seus trabalhos, fazendo face ao desemprego e gerando um rendimento extra.

O apoio a projetos empreendedores, aglutinando-os em torno de um espaço geográfico, permite apostar numa estratégia territorial que alavanca cada um dos projetos, aumentando o seu potencial de sustentabilidade através da associação a uma marca territorial que potencia a criação de sinergias comerciais e o acesso a circuitos comerciais pouco acessíveis individualmente.

Ao centrar o trabalho nos empreendedores, pretende-se valorizar competências individuais e desenvolvê-las, dinamizando um processo de crescimento dos projetos de forma a torná-los sustentáveis.

Sustentabilidade

Contribuirão para a sustentabilidade deste objetivo os seguintes fatores:

- a) Proporcionar uma lógica de proximidade e de mentoria aos feirantes possibilita a criação de dinâmicas próprias e duradouras no tempo de apoio entre os mesmos;
- b) A aquisição de competências tem duração no tempo e pode ser aplicada não apenas no Urban Market Alta de Lisboa, mas também em outros meios;
- c)

O incentivo à participação de empreendedores mais experientes promove a troca de conhecimentos com empreendedores locais com menos experiência;

d) O

facto da Mentoria & Formação incentivar à participação de empreendedores nos Mercados Urbanos, aumenta o número de feirantes e conseqüentemente o número de inscrições pagas.

e) O envolvimento e acompanhamento de formadores profissionais permite potenciar o trabalho dos feirantes contribuindo para resultados comerciais mais consistentes e duradouros;

f) O uso das instalações e equipamentos de uma das entidades promotoras permite reduzir custos e prolongar a sua utilização no tempo;

g) A frequência

de empreendedores na Formação & Mentoria, que não participem no nos Mercados Urbanos no Parque Oeste, será sujeito a uma contribuição monetário.

Objetivo Específico de Projeto 3

Descrição

Potenciar a participação dos empreendedores na promoção e dinamização dos Urban Market Alta de Lisboa, pelo seu envolvimento na realização de atividades enquanto pólos de



atração ao Parque Oeste e na criação de uma estratégia de comunicação, criando uma acção concertada entre as entidades organizadoras e os participantes do projeto. Assim, sendo os mais interessados em que o projeto vingue, não se pretende que os participantes do projeto sejam na sua generalidade meros destinatários das atividades, mas sim que tenham um papel ativo no que toca a criar pólos de atração ao Parque Oeste e no auxílio à criação de uma melhor estratégia de comunicação.

Com o seu envolvimento será possível potenciar de forma mais efectiva e consistente o número de visitantes dos Mercados, e conseqüentemente de utilizadores do Parque Oeste, passando estes empreendedores a considerarem-se parte integrante e não somente dependente, fazendo também do seu empenho depender o sucesso do projeto.

Sustentabilidade

Contribuirão para a sustentabilidade deste objetivo os seguintes fatores:

- a) O envolvimento dos empreendedores permite a aquisição de competências de organização e propagação de informações que se mantêm ao longo do tempo;
- b) O envolvimento dos participantes criará uma menor dependência da organização para realização dos Mercados;
- c) A co-responsabilização pelo sucesso do projeto contribui em parte para a sua permanência e prolongamento após o fim do projecto;
- d) A participação dos empreendedores em atividades de animação dos mercados de forma voluntária permite criar pólos de atração sem custos.

CALENDARIZAÇÃO DO PROJECTO

Actividade 1

Mercados Urbanos no Parque Oeste

Descrição

Esta atividade consiste, como o nome indica, na realização de Mercados Urbanos no Parque Oeste como forma de o dinamizar, promovendo a sua utilização, apoiando ainda iniciativas empreendedoras.

Estes Mercados Urbanos acontecerão aos sábados, duas vezes por mês, dando a oportunidade aos empreendedores locais e outros de expor, valorizar e comercializar os seus artigos/produtos, obtendo um rendimento extra.

Cada mercado será constituído por 20 bancas de natureza diversa, nomeadamente peças de artesanato e design urbano, vestuário, acessórios e artigos de decoração em 2ª mão e produtos de origem ecológica. Nesta última temática, poder-se-ão encontrar bancas de produtos hortícolas com origem no Parque Agrícola da Alta



de Lisboa (PAAL), sendo uma forma de escoar produtos.

No

que se refere aos participantes diretos, existirá um número específico de bancas reservado aos empreendedores locais, existindo outras vagas livres para empreendedores oriundos de outros pontos da cidade, a ser convidados ou que se inscrevam espontaneamente.

Pretende-se que este movimento de empreendedores de outros pontos da cidade mobilize um maior e mais diversificado número de visitantes ao local, aumentando também a qualidade e diversidade dos produtos/artigos existente nos mercados.

Os Mercados

Urbanos no Parque Oeste poderão ainda estar associados a temáticas específicas (por ex. vintage, bebé, etc.) de forma a afunilar os interesses, sendo, conseqüentemente, mais dirigidos para públicos concretos.

Recursos humanos

- Empreendedores/feirantes que residem localmente;

-

Empreendedores/feirantes com origem noutros pontos da cidade de Lisboa;

- Visitantes que residem localmente;

-

Visitantes com origem noutros pontos da cidade de Lisboa;

- Coordenador do Projeto;

- Voluntários que auxiliam à montagem/desmontagem dos Mercado.

Local: morada(s)

-

Local: entidade(s)

-

Resultados esperados

Resultados quantitativos:

- 22 Mercados Urbanos realizados no Parque Oeste;

- 20 Empreendedores com locais de venda em cada Mercado Urbano no Parque Oeste;

- 10 Empreendedores

locais a participar regularmente nos Mercados Urbanos;

- 10

Empreendedores visitantes a participar nos Mercados Urbanos;

- 100 Visitantes (média) em cada Mercado Urbano no Parque Oeste;

- Aumento de 70% de utilizadores do Parque Oeste.

Resultados Qualitativos:

- Mercados Urbanos

utilizados como meio de promoção do Parque Oeste;

- Aumento

da atratividade do Parque Oeste, sendo mais utilizado pelos residentes locais e pessoas de outros pontos da cidade de Lisboa;

- Aumento da apropriação do espaço público pelos



residentes locais;

- Aumento da coesão territorial pela interação entre empreendedores, entre empreendedores e visitantes e entre visitantes que residem localmente, cujas origens e extratos socioeconómicos são diferenciados;
-

Possibilidade de valorização e divulgação do trabalho realizado pelos empreendedores locais e consequente oportunidade de geração de um rendimento extra;

- Despertar de novos empreendedores locais pela possibilidade concreta e facilmente acessível de comercialização nos Mercados Urbanos no Parque Oeste;
- Integração de empreendedores de outros locais da cidade em atividades na Alta de Lisboa.

Valor 8829 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 Pontual 2 vezes por mês.

Nº de destinatários 2640

Objectivos específicos para que concorre 1, 2, 3

Actividade 2 Mercados Urbanos Itinerantes

Descrição Esta atividade prevê a realização de Mercados Urbanos Itinerantes os quais partilham a maioria das características dos Mercados Urbanos no Parque Oeste, variando a sua localização e periodicidade. Relativamente à localização, estes mercados não terão um local fixo, pretendendo-se que sejam realizados em locais diferenciados, mas tendo todos eles em comum, devido às suas características e tradição, uma maior afluência de pessoas que o Parque Oeste. Esta itinerância tem por objetivo divulgar o conceito do Urban Market Alta de Lisboa, dando-o a conhecer a um maior número de pessoas, acreditando-se que após um primeiro contato positivo com o projeto num local habitualmente visitado (por outras razões), será mais fácil incentivar a uma visita ao local de origem, o Parque Oeste. A Quinta das Conchas e o Mercado do Lumiar são algumas das hipóteses pensadas para realizar estes Mercados Itinerantes, sendo fundamental nestes casos a parceria com a Junta de Freguesia do Lumiar. Os locais serão definidos de acordo com épocas festivas, condições oferecidas e nº de utilizadores habituais. Relativamente à periodicidade, realizar-se-ão mensalmente, alternando com as datas dos

Mercados Urbanos no Parque Oeste, mantendo o mesmo número de bancas, funcionamento e temáticas deste.

Ainda de

considerar que os Mercados Itinerantes levam a que os empreendedores conheçam novas realidades, aumentando as oportunidades de comercialização.

Recursos humanos

- Empreendedores/feirantes que residem localmente;
-
- Empreendedores/feirantes com origem noutras partes da cidade de Lisboa;
- Visitantes que residem localmente;
-
- Visitantes com origem noutras partes da cidade de Lisboa;

- Coordenador do Projeto;
- Voluntários que auxiliam à montagem/desmontagem dos Mercados.

Local: morada(s)

-

Local: entidade(s)

-

Resultados esperados

Resultados quantitativos:

- 12 Mercados Urbanos realizados em local a designar, dentro das freguesias do Lumiar e Santa Clara;
- 20 pontos de venda em cada Mercado Urbano Itinerante;
- 10 Empreendedores locais a participar regularmente nos Mercados Urbanos Itinerantes;
- 10 Empreendedores visitantes a participar nos Mercados Urbanos Itinerantes;
- 200 Visitantes (média) em cada Mercado Urbano Itinerante;
- Mercados Urbanos Itinerantes aumentam em 20% o número de visitantes aos Mercados Urbanos no Parque Oeste.

Resultados Qualitativos:

- Expansão territorial da marca "Urban Market Alta de Lisboa" através da realização de Mercados Urbanos Itinerantes;
- Descoberta de novos empreendedores interessados em participar como feirantes nos Mercados Urbanos no Parque Oeste e Itinerantes;
- Aumento da motivação, do volume de vendas e da divulgação dos trabalhos dos empreendedores que participam nos Mercados Urbanos Itinerantes;
- Aumento da coesão territorial pela interação entre empreendedores, entre empreendedores e visitantes e entre visitantes que residem localmente, cujas origens e extratos socioeconómicos são diferenciados;
- Nascimento de novos



empreendedores locais pela existência da possibilidade concreta e facilmente acessível de comercialização nos Mercados Urbanos no Parque Oeste e Itinerantes.

<i>Valor</i>	2829 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>	Mensal
<i>Nº de destinatários</i>	4240
<i>Objectivos específicos para que concorre</i>	1, 2, 3

Actividade 3 Atividades Satélite

Descrição

As Atividades Satélite ganham a sua denominação por se encontrarem agregadas aos Mercados Urbanos, sendo complementares a estes, enquanto formas de os animar e tornar mais atrativos. Estas atividades podem ter naturezas e formatos diferenciados, desde que contribuam para o objetivo de animação anteriormente descrito, podendo também fazer variar o seu público-alvo (crianças, jovens, adultos ou seniores). Relativamente à sua organização e planeamento, pretende-se que sejam uma amostra do trabalho realizado pelo tecido associativo local, sendo uma forma de divulgar e aproximar os residentes locais às instituições (promotoras e outras com projetos interessantes, nomeadamente BIP/ZIP), mas também de aproveitamento e dinamização dos recursos existentes no Parque Oeste (ex. quiosque, circuito de manutenção e aparelhos de cardio-fitness). Por outro lado, haverá ainda a possibilidade de realizar Atividades Satélite a partir de outros projetos apoiados por esta e outras edições do Programa BIP/ZIP locais ou de outros pontos da cidade de Lisboa. Com o formato anteriormente descrito, as Atividades Satélite mostrarão o trabalho realizado localmente, potenciarão os recursos do Parque e trarão ao território outros projetos BIP/ZIP da cidade, sempre com o objetivo de tornar os Mercados Urbanos, e consequentemente o Parque, mais atrativos, aumentando o seu número de visitantes.

Recursos humanos

- Animadores locais das Atividades Satélite;
- Animadores convidados das Atividades Satélite;
- Participantes (no caso de atividades participadas - ex. aulas abertas) nas atividades Satélite;
- Coordenador de projeto.



Local: morada(s) -

Local: entidade(s) -

Resultados esperados

Quantitativos:

- 22 Atividades Satélite realizadas nos Mercados Urbanos no Parque Oeste;
- 10 Instituições locais a dinamizar Atividades Satélite nos Mercados Urbanos no Parque Oeste;
- 5 Projetos BIP/ZIP de outros pontos da cidade a dinamizar Atividades Satélite na Alta de Lisboa;
-
- 5 Atividades Satélite a promover a utilização dos equipamentos do Parque Oeste;
- Atividades Satélite aumentam em 10% o nº de visitantes dos Mercados Urbanos no Parque Oeste;
- Aumento em 20% da utilização dos equipamentos existentes no Parque Oeste.

Qualitativos:

-
- Qualidade e interesse das atividades realizadas no âmbito do Urban Market Alta de Lisboa utilizadas para potenciar a utilização do Parque Oeste;
- Atividades Satélite a reforçar a atratividade dos Mercados Urbanos e vice-versa;
- Instituições locais com papel ativo na dinamização do Parque Oeste;
- Residentes com maior conhecimento e ligação às instituições locais que dinamizam Atividades Satélite;
-
- Preservação dos equipamentos instalados no Parque Oeste (circuito de manutenção, aparelhos de cardio-fitness e Quiosque), bem como sua valorização, maior e melhor utilização;
- Criação de interligações entre projetos apoiados pelo Programa BIP/ZIP;
- Aumento da apropriação do espaço público, do Parque Oeste, por parte dos residentes locais.

Valor 3129 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 Pontual 2 vezes por mês.

Nº de destinatários 500

Objectivos específicos para que concorre 1



Actividade 4 Agenda do Parque Oeste

Descrição

Criação de um novo recurso, Agenda do Parque Oeste, que terá por objetivo reunir as atividades mensais previstas para o Parque, a fim de proceder à sua divulgação de forma mais concertada, atraindo mais visitantes. Aqui consideram-se não só as atividades dinamizadas no âmbito deste projeto, mas todas as previstas, mesmo que realizadas por outras entidades locais.

Esta Agenda terá uma periodicidade mensal, pretendendo-se que a sua divulgação seja efetuada a vários níveis, nomeadamente pelos meios de comunicação digital (site e facebook do projeto), bem como pelas instituições e comércio local e no próprio Parque. Relativamente à última possibilidade, prevê-se que a Agenda se encontre em permanência no Parque Oeste, para que os seus utilizadores tenham acesso às datas e horários das atividades que acontecerão no mesmo.

Já no que se refere à produção, esta ficará a cargo da organização do Urban Market Alta de Lisboa, com a colaboração dos empreendedores que participam enquanto formadores nos workshops de partilha de conhecimentos.

De notar que, principalmente numa fase inicial, para a realização desta atividade será fundamental a articulação com a entidade que gere o planeamento das atividades do Parque Oeste, para que nos chegue a informação das atividades a serem realizadas no Parque por outras entidades.

Recursos humanos

- Entidades que dinamizam Atividades Satélite;
- Empreendedores que participam da realização de workshops de partilha de conhecimentos;
- Pessoa responsável pelo planeamento de atividades no Parque Oeste;
- Entidades locais (instituições e comércio) que divulgarão a Agenda do Parque;
- Coordenado de Projeto.

Local: morada(s)

-

Local: entidade(s)

-

Resultados esperados

- Quantitativos:
- 1 Modelo de Agenda do Parque criado;
 - 10 Agendas do Parque produzidas;
 - 10 Empreendedores envolvidos na produção e divulgação da Agenda do Parque;
 - 15 Instituições locais envolvidas na divulgação da Agenda do Parque;
 - 10 Estabelecimentos comerciais a partilhar mensalmente a Agenda do Parque.

Qualitativos:

- Agenda do Parque utilizada como forma de promover o Urban Market Alta de Lisboa;
- Criação de uma nova forma de fazer chegar às pessoas as atividades a realizar no Parque Oeste;
- Aumento da propagação da informação sobre as atividades realizadas no Parque Oeste de forma concertada;
- Facilidade de disseminar a informação nos meios de comunicação social.

Valor 2396 EUR

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

Periodicidade Mensal

Nº de destinatários 260

Objectivos específicos para que concorre 1, 3

Actividade 5 Mentoria & Formação

Descrição

A Mentoria & Formação consistirá no acompanhamento individual de empreendedores no desenvolvimento de estratégias de comunicação dos seus projetos pessoais, contemplando-se aqueles casos em que, devido à reduzida dimensão e à ausência de conhecimentos, a capacidade de colocação de produtos/artigos no mercado para chegar de forma efectiva ao público alvo se encontra fragilizada. Serão destinatários primários os empreendedores locais, contudo não se esgotará somente nestes, existindo também algumas vagas para os participantes dos mercados com origem noutras partes da cidade. Se para os primeiros se pretende valorizar competências individuais, dando-lhes novas oportunidades de tornar o seu trabalho mais atrativo e sustentável, para os segundos pretende-se que esta oportunidade seja mais um pólo de atração à inscrição nos Mercados Urbanos no Parque Oeste, pois a sua frequência gratuita implica o compromisso de participação em pelo menos 5 destes.

No que toca ao formato, o PAF apresentará duas componentes distintas: 1) sessões individuais de mentoria e 2) sessões de grupo coletivas. As primeiras serão focadas nas dificuldades individuais de cada feirante, sendo feito um acompanhamento mais individualizado, já as segundas pretendem abordar temáticas técnicas na área da estratégia e comunicação do negócio e da marca.

Esta actividade estará a cargo do UNIAUDAX, parceiro do projeto, que desenvolverá um programa adaptado às necessidades identificadas.



Recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> - Técnico responsável pelo Formação & Mentoria (UNIAUDAX); - Empreendedores locais a frequentar sessões de Mentoria; - Empreendedores locais e de outros pontos da cidade a participar nas Sessões de Grupo; - Coordenador do Projeto.
Local: morada(s)	-
Local: entidade(s)	-
Resultados esperados	<p>Quantitativos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -1 Programa de Formação & Mentoria criado e adaptados às necessidades dos empreendedores; -8h de Sessões Individuais de Mentoria por empreendedor; -10h de formação nas Sessões de grupo colectivas; - 15 Projetos empreendedores acompanhados; -10 Participantes em cada sessão de grupo; -100% dos Empreendedores que frequentam a Mentoria melhoram a sua estratégia e comunicação da marca; -20% do aumento de vendas dos empreendedores acompanhados pela Mentoria & Formação. <p>Qualitativos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mentoria & Formação utilizado para promover o Urban Market Alta de Lisboa; -Mentoria & Formação contribui como fator de inovação e diferenciação do Urban Market Alta de Lisboa; -Empreendedores que frequentam a Mentoria & Formação adquirem competências ao nível: 1)Processo de formulação da estratégia de projeto; 2)Desenho e implementação de um plano de marketing; 3)Uso eficaz de ferramentas on-line de apoio à comunicação (gestão de redes sociais, criação de website, ferramentas de emailing); 4) Técnicas de venda e negociação; -Mentoria utilizada para incentivar a profissionalização dos empreendedores locais; -A frequência nos workshops, por parte dos empreendedores com origem noutros pontos da cidade, aumenta o número de feirantes inscritos nos Mercados Urbanos no Parque Oeste, bem como a diversidade e qualidade dos produtos/artigos expostos; -O aumento de feirantes de outros pontos da cidade potencia o número de visitantes ao Parque Oeste, bem como o volume de vendas.
Valor	6595 EUR
Cronograma	Mês 5, Mês 6, Mês 7, Mês 8, Mês 9, Mês 10
Periodicidade	Semanal

<i>Nº de destinatários</i>	75
<i>Objectivos específicos para que concorre</i>	1, 2
<i>Actividade 6</i>	Workshops de partilha conhecimentos
<i>Descrição</i>	<p>Com esta atividade pretende-se envolver os empreendedores que participam nos Mercados Urbanos na sua dinamização, isto é, haverá a possibilidade de utilizarem as suas competências empreendedoras não somente para vender artigos/produtos, mas também para partilhar conhecimento por meio de breves workshops.</p> <p>Estes workshops terão um público-alvo de acordo com a temática em questão e decorrerão paralelamente aos Mercados Urbanos, sendo destinados aos seus visitantes. Todo o planeamento, organização, divulgação e operacionalização ficarão a cargo dos empreendedores, sendo o papel da organização apenas coloca-los no plano geral de atividades do Urban Market Alta de Lisboa.</p> <p>Desta forma pretende-se que os feirantes tenham um papel mais ativo, partilhando responsabilidades com a organização no que toca a tornar os mercados o mais atrativos possíveis para chamar visitantes e, conseqüentemente, aumentar os respetivos volumes de vendas e a utilização do Parque Oeste.</p> <p>Esta será também uma forma de contribuir ainda mais para a profissionalização dos empreendedores nas áreas dos seus projetos, ao adquirirem competências para transmissão de conhecimentos, sendo mais uma oportunidade de obterem um rendimento extra.</p>
<i>Recursos humanos</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Empreendedores/dinamizadores dos workshops de partilha de conhecimentos; - Participantes nos workshops de partilha de conhecimentos; - Coordenado de Projeto.
<i>Local: morada(s)</i>	-
<i>Local: entidade(s)</i>	-
<i>Resultados esperados</i>	<p>Quantitativos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 12 Workshops de partilha de conhecimentos realizados; - 10 Empreendedores a dinamizar workshops de partilha de conhecimentos; - 72 participantes na totalidade dos workshops de partilha de conhecimentos realizados. <p>Qualitativos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Workshops de partilha de conhecimentos utilizados como forma de promoção do Urban Market Alta de Lisboa;



- Workshops de partilha de conhecimentos utilizados como fator de inovação e diferenciação do Urban Market Alta de Lisboa;
- Valorização do trabalho efetuado pelos empreendedores, incentivando novos meios de angariação de um rendimento extra a partir das suas competências empreendedoras;
- Aumento da atractividade ao Parque pela criação de mais uma atividade capaz de chamar visitantes, locais e de outros pontos da cidade;
- Empreendedores envolvidos enquanto co-dinamizadores dos Mercados Urbanos;
- Partilha da responsabilidade face à divulgação do Urban Market Alta de Lisboa.

Valor 2695 EUR

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

Periodicidade Pontual 2 vezes por mês.

Nº de destinatários 82

Objectivos específicos para que concorre 1, 2, 3

Actividade 7 Estratégia de Comunicação Participa

Descrição Esta atividade consiste no desenvolvimento de um plano de comunicação integrado que posicione o Urban Market Alta de Lisboa nos circuitos dos mercados urbanos nacionais, demonstrando a sua atratividade para empreendedores e visitantes.

Pretende-se que esta estratégia de comunicação tenha a participação da comunidade, sendo para tal realizados workshops e entrevistas de planeamento participado, envolvendo empreendedores locais, comerciantes, instituições locais e outros agentes de interesse, visando um processo de análise e planeamento coletivo para o desenvolvimento da marca territorial e a criação de uma identidade partilhada com a comunidade. Finda a primeira fase de recolha e análise de dados, e perante os resultados obtidos, será concebida uma estratégia conjunta de comunicação do projeto, caracterizada pela sua singularidade, isto é, adaptada às questões previamente identificadas pela comunidade.

O objetivo seguinte é proceder à implementação desta estratégia de comunicação catapultando a imagem do Urban Market Alta de Lisboa no território e a nível nacional, terminando a atividade com uma avaliação participada novamente com os agentes locais.

Esta atividade encontrar-se-á a cargo do parceiro UNIAUDAX.



<i>Recursos humanos</i>	- Técnicos UNIAUDAX - Agentes locais de interesse - Coordenado de Projeto
<i>Local: morada(s)</i>	-
<i>Local: entidade(s)</i>	-
<i>Resultados esperados</i>	Quantitativos: - 20 Agentes locais envolvidos; - Aumento em 20% da notoriedade do Urban Market Alta de Lisboa; - Aumento em 50% do número de visitantes dos Mercados Urbanos no Parque Oeste; - Aumento para 2500 gostos d a página de facebook do Urban Market Alta de Lisboa. Qualitativos: - Processo participado que envolve a comunidade na resolução de uma das dificuldades do Urban Market Alta de Lisboa; - Identificação dos agentes locais com o Urban Market Alta de Lisboa; - Despertar dos agentes locais para a necessidade de divulgação do Urban Market Alta de Lisboa; - Aumento do número de utilizadores do Parque Oeste através do aumento da notoriedade e aumento de visitantes dos Mercados Urbanos.
<i>Valor</i>	8845 EUR
<i>Cronograma</i>	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>	Mensal
<i>Nº de destinatários</i>	40
<i>Objectivos específicos para que concorre</i>	1, 3
<i>Actividade 8</i>	Plataforma de Divulgação - Site
<i>Descrição</i>	O site do Urban Market Alta de Lisboa nasceu na 1ª edição do projeto, sentindo-se agora a necessidade de alterar as suas funcionalidades, tornando-o numa plataforma para valorização e divulgação dos produtos/artigos dos empreendedores que participam nos Mercados Urbanos. Por um lado, o site pretende dar a conhecer o trabalho realizado no âmbito do projeto, bem como dar informações sobre

questões mais práticas, por exemplo datas e locais dos mercados, condições de inscrição e procedimento, regulamento e localização. Por outro lado, deseja ir mais além no que toca à promoção individual do trabalho dos empreendedores, funcionando como montra dos seus artigos/produtos, não com o objetivo de proceder à venda direta, mas sim de potenciar o contato entre os empreendedores e possíveis compradores.

Assim, os empreendedores interessados terão um espaço de divulgação dos seus artigos, ao qual ainda poderão adicionar uma descrição pessoal e/ou descrever características do trabalho que realizam, associando-se ao produto uma dimensão mais pessoal de quem o concebe. De notar que esta plataforma se encontrará exclusivamente disponível para os empreendedores que participam no Urban Market Alta de Lisboa, havendo uma rotatividade mensal dos mesmos.

Recursos humanos - Empreendedores que divulgam os seus projetos;
-
Coordenador do projeto.

Local: morada(s) -

Local: entidade(s) -

Resultados esperados Quantitativos:
- 1 Plataforma de divulgação on-line, associada ao site, criada e em funcionamento;
- 30 Empreendedores a divulgarem mensalmente os seus artigos/produtos;
- 100 Visitantes mensais ao site;
- 20% do aumento de vendas dos empreendedores que permanecem pelo menos 3 meses inscritos na plataforma de divulgação on-line.

Qualitativos:

- Plataforma de divulgação on-line utilizada como forma de promoção do Urban Market Alta de Lisboa;

- Plataforma de divulgação on-line utilizada como fator de inovação e diferenciação do Urban Market Alta de Lisboa;

- Plataforma de divulgação utilizada como meio de atração de empreendedores de outros pontos da cidade a inscreverem-se nos Mercados Urbanos no Parque Oeste;

- Valorização do trabalho efetuado pelos empreendedores, incentivando a novos meios de comercialização dos seus produtos/artigos;

- Aumento da divulgação dos projetos dos empreendedores locais;

- O aumento de feirantes de outros pontos da cidade potencia o número de visitantes do Parque



	Oeste, bem como o volume de vendas.
<i>Valor</i>	2945 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>	Mensal
<i>Nº de destinatários</i>	300
<i>Objectivos específicos para que concorre</i>	1, 2

MONITORIZAÇÃO DE PROJETO

Rede (resultados)

Nº de parceiros mobilizados -----

Constituição da equipa de projeto

Criação de emprego (Impacto)

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

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

Destinatários (Resultados)

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

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

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

Equidade

Nº de destinatários com deficiência / doença mental -----



<i>Nº de destinatários mulheres</i>	-----
<i>Nº de destinatários desempregados</i>	-----
<i>Nº de destinatários jovens (- de 30 anos)</i>	-----
<i>Nº de destinatários idosos (+ de 65 anos)</i>	-----
<i>Nº de destinatários imigrantes</i>	-----
Produtos/Elementos tangíveis da intervenção	
<i>Nº de produtos concebidos para venda / demonstração</i>	-----
<i>Nº de intervenções em edificado para criação de serviços ou atividades dirigidas à Comunidade</i>	-----
<i>Nº de intervenções no espaço público</i>	-----
<i>Nº de publicações criadas</i>	-----
<i>Nº de páginas de Internet criadas</i>	-----
<i>Nº de páginas de facebook criadas</i>	-----
<i>Nº de vídeos criados</i>	-----
<i>Nº de artigos publicados em jornais / revistas</i>	-----
<i>Nº de novas organizações criadas (associações / empresas, outros)</i>	-----

ORÇAMENTO TOTAL DO PROJECTO

Financiamento BIP/ZIP solicitado

<i>Encargos com pessoal interno</i>	12510 EUR
<i>Encargos com pessoal externo</i>	4200 EUR
<i>Deslocações e estadias</i>	600 EUR
<i>Encargos com informação e publicidade</i>	7500 EUR
<i>Encargos gerais de funcionamento</i>	6013 EUR
<i>Equipamentos</i>	7440 EUR

FORMULÁRIO DE CANDIDATURA

Obras 0 EUR

Total 38263 EUR

Montante de apoio financeiro por entidade promotora

Entidade Associação para a Valorização Ambiental da Alta de Lisboa

Valor 13296 EUR

Entidade ARAL-Associação de Residentes do Alto do Lumiar

Valor 14267 EUR

Entidade CLIP - Recursos e Desenvolvimento

Valor 10700 EUR

Outras fontes de financiamento e respectivos montantes

Entidade -

Tipo de apoio Financeiro

Valor 0 EUR

Descrição -

TOTAIS

Total das Actividades 38263 EUR

Total de Outras Fontes de Financiamento 0 EUR

Total do Projeto 38263 EUR

Total dos Destinatários 8137

