

projectos
transformar
experiências
parcerias
novo ciclo



HABITAÇÃO
E DESENVOLVIMENTO
LOCAL Câmara Municipal Lisboa

Programa Parcerias Locais

BIP/ZIP

Programa BIP/ZIP 2013
Dimensão: Dimensão Ignição
FICHA DE CANDIDATURA

Refª: 022

AS_de_MARvila



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

FORMULÁRIO DE CANDIDATURA

ENTIDADES PROMOTORAS

Designação SEACOOOP - Social Entrepreneurs Agency, CRL
Designação Associação de Moradores do Bairro dos Alfinetes e Salgadas

ENTIDADES PARCEIRAS

Designação Santa Casa da Misericórdia de Lisboa
Designação ACULMA - Associação para o Desenvolvimento Cultural e Social de Marvila
Designação Junta de Freguesia de Marvila
Designação Associação Socio Cultural dos Moradores do Bairro Marquês de Abrantes
Designação Fundação Benfica
Designação Latitudes - CAPP

IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO

Dimensão Dimensão Ignição
Designação AS_de_MARvila
BIP/ZIP em que pretende intervir 32. Quinta das Salgadas / Alfinetes
33. Marquês de Abrantes
ODS 2030 -----
Síntese do Projeto
Fase de execução -----
Fase de sustentabilidade -----

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Objetivo Geral de Projeto



Diagnóstico	<p>A Malha Urbana 1 é constituída pelos Bairros Municipais dos Alfinetes, Marquês de Abrantes, Salgadas (conjunto de empreendimentos de habitação social de arrendamento - 1655 fogos)</p> <p>A população residente é de cerca de 6600 pessoas, maioritariamente portuguesa, sendo muito jovem, cerca de 25% da população residente tem menos de 25 anos (Censos 2011).</p> <p>Os níveis de qualificação são baixos. Nos últimos anos face às alterações no mercado de trabalho e à crise da construção civil, registou-se um n.º crescente de pessoas desempregadas.</p> <p>O território apresenta várias forças: encontra-se próximo de zonas com grande potencial empresarial e económico como o Parque das Nações. A zona envolvente do território é constituída por baldios, reservados a grandes investimentos nacionais estratégicos (TGV, 3.ª travessia sobre o Tejo). Outra força é uma população jovem e participativa e um forte movimento associativo. Tem também um grupo comunitário, o 4Crescente (existe desde 2008), constituído por moradores, organizações da sociedade civil (IPSSs, associações de moradores, associações culturais e desportivas) e organismo públicos (JFM, GEBALIS, CML - UITOR, PSP, Agrupamento de Escolas D. Dinis) que promove várias ações de planeamento territorial.</p> <p>A candidatura tem como ponto de partida esse trabalho de reflexão e planeamento onde foram identificadas várias problemáticas do território, nomeadamente as questões da insegurança no território, o vandalismo e a pouca estima pelo espaço público.</p>
Destinatários preferenciais	Grupos vulneráveis
Temática preferencial	Melhorar a Vida no Bairro
Objectivo geral	<p>A presente proposta apresenta como objetivo geral contribuir para "melhorar a vida nos BIP 32 e 33", promovendo uma imagem mais positiva do território a partir dos seus recursos endógenos.</p> <p>A proposta surge da necessidade de promover e afirmar o território, de valorizar a identidade local e divulgar os aspetos positivos do mesmo. A intervenção assenta numa estratégia de marketing territorial com quatro focos: o desenvolvimento da comunidade e o reforço das identidades e sentido de pertença; qualificação urbana; o desenvolvimento económico e a gestão do território como um produto.</p> <p>No âmbito desta estratégia são trabalhados duas variáveis (Tal como um produto): a parte tangível (requalificação, o potencial da comunidade) e a parte intangível (perceção daqueles que residem no território e fora dele acerca dos bairros)</p> <p>Pretende-se assim responder de forma positiva às necessidades das pessoas que vivem nos BIP 32 e 33, intervindo nos aspetos que melhorem a qualidade de vida e o sentimento de identidade e pertença a esse mesmo território e, por outro lado, melhorar a qualidade e a competitividade do território, criando dinâmicas de promoção e divulgação</p>

que permitam reduzir a percepção negativa do território e aumentar a sua atratividade. Este processo tem de partir e ser concertado com os recursos endógenos do território, muito especialmente da comunidade local (individual ou coletivamente considerada) e os restantes diferentes atores existentes no território.

Objetivos Específicos de Projeto

Objetivo Específico de Projeto 1

Descrição "Melhorar a imagem interna", criando uma imagem mais positiva dos bairros junto dos residentes, um maior conhecimento da população local do espaço onde moram, dos recursos existentes e potencialidades do território

Sustentabilidade A sustentabilidade passa em grande parte pelo fato deste projeto estar enraizado numa dinâmica comunitária que parte de um grupo de parceiros. Nesta fase o objetivo é alargar a mobilização da população, potenciando com outros recursos endógenos e exógenos esta dinâmica de forma a fortalecer a rede que depois continuará este tipo de intervenção. No âmbito das atividades anuais do grupo comunitário 4Crescente está prevista a realização de algumas atividades que contribuem para melhorar a imagem interna do território, nomeadamente a atividade "Quem dá nome à tua rua?" ou os Guardiões de Jardim (Atividade promovida pela Gebalis e dinamizada pelo grupo de parceiros que pretende envolver a comunidade na construção e manutenção de zonas ajardinadas nos bairros onde residem).

Objetivo Específico de Projeto 2

Descrição "Fortalecer uma identidade colectiva e a coesão social", promovendo uma maior identificação da comunidade com o território onde vivem e entre pessoas da comunidade, promovendo assim uma maior coesão social

Sustentabilidade O grupo comunitário continuará a prosseguir este objetivo no planeamento das suas atividades e a trabalhar a coesão territorial, um dos seus objetivos estratégicos. Além disso esta ação sairá reforçada futuramente, na medida em que a criação de uma marca, enraizada no trabalho da comunidade, que permita reduzir a percepção negativa do território interna e externa é uma ação fundamental para o fortalecimento desta identidade. Para além disso, serão promovidas algumas atividades que permitem reforçar a



coesão social do território, nomeadamente atividades promotoras de novo emprego e de apoio ao comércio local, que poderão ser asseguradas por algumas das entidades parceiras do projetos (SEA e SCML)

Objetivo Específico de Projeto 3

Descrição "Melhorar a imagem externa dos BIP 32 e 33" a partir da definição e implementação de uma estratégia de marketing territorial

Sustentabilidade No âmbito do presente projeto será promovida a criação de uma marca territorial (Marvila SA) A sustentabilidade está assegurada não só pela própria dinâmica de criação de uma nova marca do território MARvila SA, que tem como principais objetivos não só promover o sentimento de pertença, reforçando identidades de forma positiva, mas também dotar o território de uma nova imagem, substituindo imagens percebidas como vagas ou negativas para os residentes, empresários ou pessoas externas ao território. O envolvimento de diferentes atores externos ao território (meios de comunicação social; agências de comunicação pro-bono) permitirá também garantir parte da sustentabilidade deste objetivo.

CALENDARIZAÇÃO DO PROJETO

Actividade 1	Mostra que és um AS!
Recursos humanos	Mobilizador Comunitário; Técnico gestor do projeto; Técnico de comunicação; Financeiro e Recursos Humanos das instituições parceiras do projeto; Entidades externas do território (Empresas parceiras, jurados do concurso);
Local: entidade(s)	-
Valor	10603 EUR
Cronograma	Mês 1, Mês 2, Mês 3, Mês 4, Mês 5, Mês 6, Mês 7, Mês 8, Mês 9
Periodicidade	Semanal
Nº de destinatários	1300
Objectivos especificos para que concorre	1, 2, 3
Actividade 2	O nosso ID



Recursos humanos	Mobilizador Comunitário; Técnico gestor do projeto; Financeiro e Recursos Humanos das instituições parceiras do projeto
Local: entidade(s)	-
Valor	5470 EUR
Cronograma	Mês 2, Mês 3, Mês 4, Mês 5, Mês 6, Mês 7
Periodicidade	Semanal
Nº de destinatários	350
Objectivos específicos para que concorre	1, 2, 3
Actividade 3	Requalifica
Recursos humanos	Mobilizador Comunitário; Técnico gestor do projeto; Financeiro e Recursos Humanos das instituições parceiras do projeto; Designers para apoio à concepção da obra de requalificação; talentos seleccionados para a ação de requalificação
Local: entidade(s)	-
Valor	16363 EUR
Cronograma	Mês 2, Mês 3, Mês 4, Mês 5, Mês 6, Mês 7
Periodicidade	Semanal
Nº de destinatários	1500
Objectivos específicos para que concorre	1, 3
Actividade 4	Marvila SA
Recursos humanos	Técnico gestor do projeto; Técnico de Comunicação; Financeiro e Recursos Humanos das instituições parceiras do projeto
Local: entidade(s)	-
Valor	14040 EUR
Cronograma	Mês 1, Mês 2, Mês 3, Mês 4, Mês 5, Mês 6, Mês 7, Mês 8, Mês 9
Periodicidade	Diário



Nº de destinatários 3300
 Objectivos específicos para que
 concorre 1, 2, 3

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 -----

Nº de destinatários mulheres -----

Nº de destinatários desempregados -----

Nº de destinatários jovens (- de 30
 anos) -----

Nº de destinatários idosos (+ de 65



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

ORÇAMENTO TOTAL DO PROJETO

Financiamento BIP/ZIP solicitado

Encargos com pessoal interno	21825 EUR
Encargos com pessoal externo	3500 EUR
Deslocações e estadias	0 EUR
Encargos com informação e publicidade	4100 EUR
Encargos gerais de funcionamento	6551 EUR
Equipamentos	0 EUR
Obras	10500 EUR
Total	46476 EUR

Montante de apoio financeiro por entidade promotora

Entidade SEACOOOP - Social Entrepreneurs Agency, CRL



FORMULÁRIO DE CANDIDATURA

Valor	41976 EUR
Entidade	Associação de Moradores do Bairro dos Alfinetes e Salgadas
Valor	4500 EUR
	Outras fontes de financiamento e respectivos montantes
Entidade	-
Tipo de apoio	Não financeiro
Valor	0 EUR
Descrição	-

TOTAIS

Total das Actividades	46476 EUR
Total de Outras Fontes de Financiamento	0 EUR
Total do Projeto	46476 EUR
Total dos Destinatários	6450

