Programa
Parcerias Locais

BIP/ZIP

Programa BIP/ZIP 2013

Dimensão: Dimensão Ignição

FICHA DE CANDIDATURA

Refª: 038

Urban Market da Alta de Lisboa

LISBOA CÂMARA MUNICIPAL

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	UNIAUDAX

IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO

Dimensão	Dimensão Ignição
Designação	Urban Market da Alta de Lisboa
BIP/ZIP em que pretende intervir	67. Alta de Lisboa Centro
ODS 2030	----------

Síntese do Projeto

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

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Objetivo Geral de Projeto

Diagnóstico	O Plano Urbanístico da Alta de Lisboa incluiu o realojamento de 7 bairros (13.000 px), bem como a comercialização de habitação em mercado livre (17.000 px), pelo que é uma zona com uma comunidade fragmentada, com pouca utilização do espaço público e uma perceção generalizada de insegurança e marginalidade por parte da população. Por outro lado, a ausência de mecanismos de comunicação de proximidade não permite o conhecimento das iniciativas que se desenvolvem, dificultando a adesão da população, o usufruto dos espaços públicos e reforçando a

pouca identificação dos moradores com o seu bairro.
Este sentimento reflete-se na parca utilização do Parque Oeste, que se apresenta como estratégico para a coesão social, uma vez que está no centro do território, na fronteira entre as 2 freguesias que o compõe. Integrou recentemente 2 infraestruturas que aumentam o potencial na utilização do espaço público (Quiosque e Circuito de Manutenção - Bip/Zip 2012).
Em virtude da situação de crise, assiste-se no território a uma diminuição dos rendimentos por via do desemprego e uma consequente auto-organização na geração de rendimentos (artesanato urbano, hortas locais, vendas de garagem).
Estes movimentos, individuais e coletivos, sendo de base local encontram-se ainda sem consistência para ter ponto de venda, sem qualificação e sem espaços de visibilidade pública, o que tem dificultado o seu crescimento.
Pretende-se utilizar o espaço público comum como fator agregador das realidades locais.

Destinatários preferenciais	Grupos vulneráveis
Temática preferencial	Espaço Comunitário
Objectivo geral	Promover a utilização, revitalização e preservação do Parque Oeste através da criação e qualificação participada de atividades económicas de base local, envolvendo diferentes segmentos da comunidade e melhorando a coesão territorial e a imagem externa da Alta de Lisboa.

Objetivos Específicos de Projeto

Objetivo Específico de Projeto 1

Descrição	Reforçar em diferentes dimensões a atratividade (económica, social e de laser) do Parque Oeste criando um espaço de referência para a comunidade, através da dinamização de atividades que promovam uma utilização regular do espaço público e que diminuam a perceção de insegurança e desaproveitamento deste espaço. Pretende-se desenvolver um conceito de Urban Market no Parque Oeste a partir da reorganização de várias iniciativas locais de geração de rendimento que têm vindo a surgir (individuais e colectivas) como forma de combate à crise: artesanato (25 artesãs identificadas), vendas de garagem (2 iniciativas), hortas locais e escolares (5hortas). A criação de um site onde os produtores divulgam os seus produtos, locais de venda e preços é uma das actividades que irá permitir aumentar a visibilidade e consequente maior utilização do Mercado e do Parque Oeste.

Tendo em conta que a Alta de Lisboa é igualmente uma zona com muitas iniciativas comunitárias que nem sempre conseguem ter uma visibilidade "fora de portas" das organizações, o Dia Mix pretende agregar algumas dessas atividades fazendo dias temáticos no 4º sábado do mês: desporto, artes e cultura, infantil. A centralidade do Parque Oeste e a aposta numa estratégia de comunicação a 2 níveis (internet e de proximidade) garante a informação a toda a população da Alta de Lisboa, promovendo um aumento da utilização do Parque Oeste, a preservação dos equipamentos desportivos instalados e a sustentabilidade do Oeste Quiosque.

Sustentabilidade

A sustentabilidade deste objetivo tem como base diferentes estratégias, a saber:
a) Realização das atividades em espaço público sem custos adicionais;
b) Inscrição dos feirantes reverte para um fundo de gestão participada de melhoria / manutenção do espaço do parque (placas, circuito de manutenção, pequenos ajardinamentos)
c) Bolsa de equipamentos duradouros e uteis para outras atividades comunitárias locais
d) Utilização das ferramentas TIC para divulgação e venda dos produtos dos mercados
e) A regularidade de realização da feira levará a uma diminuição da necessidade de investimento na divulgação ao longo do tempo
f) Aumento da utilização do Parque Oeste ajuda na preservação do Circuito de Manutenção (BIP/ZIP 2012 - Viva o Desporto) e no sucesso comercial do Quiosque
g) Cariz local dos promotores e dos participantes leva a uma maior preservação dos equipamentos adquiridos

Objetivo Específico de Projeto 2

Descrição

Apoiar diferentes dinâmicas individuais e coletivas de empreendedorismo social e de geração de rendimento no território por um lado qualificando-o, por outro proporcionando-lhe oportunidades de visibilidade em espaço público.
A partir da identificação de um conjunto alargado de iniciativas locais na área do empreendedorismo e da geração de rendimento que acontecem no território (artesanato, hortas, vendas de garagem, gastronomia, etc), pretende-se qualificar estes produtores em áreas chave através de mentoria e formação que terá diferentes componentes: a) mentoria inicial especializada desenvolvida pela AUDAX; b) mentoria desenvolvida por tutores de empresas/escola de comércio; c) workshops temáticos a definir pelos próprios produtores (marketing e vendas, legislação, plano de negócios). O processo de qualificação das competências é acompanhado de 2 oportunidades de operacionalização e visibilidade do negócio: os mercados temáticos a realizar mensalmente e a plataforma on-line para comercialização dos produtos. Esta atividade será desenvolvida pela nova

	plataforma de base territorial CLIP, no quadro do seu plano anual de formação, com o apoio técnico da AUDAX permitindo, não só uma base alargada de identificação das atividades de geração de rendimento a valorizar, como também o acesso aos serviços de fortalecimento da sociedade civil que o CLIP desenvolve: espaços de trabalho, protocolos de compras com empresas na área da imagem, da produção de materiais, de seguros, etc.
Sustentabilidade	A sustentabilidade deste objetivo tem como base diferentes estratégias, a saber: a) Dinamização de um site online para disponibilização de vendas dos produtos dos artesãos/produtores b) Apoio a criação de portfólios dos artesãos/produtores para aumento das vendas c) Proporcionar uma lógica de proximidade e de coaching aos artesãos/produtores possibilita a criação de dinâmicas próprias e duradoras no tempo de apoio entre os mesmos. d) A aquisição de competências tem duração no tempo e pode ser aplicada não apenas no mercado da alta mas em outros meios. e) Voluntariado empresarial local no acompanhamento aos artesãos/produtores f) Acesso dos artesãos/produtores aos diferentes protocolos de compras da Associação CLIP (design, economato, gráfica, entre outros) g) Um dos promotores do projeto ser uma organização de rede facilita a participação de outras organizações na dinamização das diferentes atividades h) Apoio aos artesãos/produtores participantes do projeto via estágios da Escola de Comércio de Lisboa
	Objetivo Específico de Projeto 3
Descrição	Criar sistemas de comunicação simples e eficazes com a população geral da Alta de Lisboa permitindo uma maior clareza da informação e consequente participação e envolvimento da população naquilo que é desenvolvido no território. Pretende-se desenvolver um conjunto de materiais de comunicação de proximidade espalhados em locais estratégicos da Alta de Lisboa (entrada do lado da Quinta das Conchas, rotunda da saída do Eixo Norte Sul, Rua Tito Morais, etc) que permitam o acesso à informação da generalidade da população da Alta de Lisboa. Tendo por base a divulgação das atividades a realizar-se no Parque Oeste, pretende-se construir de forma participada um mapa com os principais espaços/ofertas da Alta de Lisboa e respetiva sinalética com indicações dos espaços (o mercado, o circuito de manutenção, o quiosque, etc).
Sustentabilidade	A sustentabilidade deste objetivo tem como base diferentes estratégias, a saber: a) O investimento em equipamentos duradouros é apenas inicial e vai durar no tempo

b) Cariz local dos promotores e dos participantes leva a uma maior preservação dos equipamentos adquiridos
c) Parte das inscrições dos feirantes reverter para um fundo de gestão participada melhoria/ manutenção do espaço do parque (Placas, circuito de manutenção, pequenos ajardinamentos)
d) Envolvimento de instituições públicas responsáveis pela manutenção do parque (CML/UIT; JFC; JFL; CML/PM)

CALENDARIZAÇÃO DO PROJETO

Actividade 1	Mercado Ecológico
Recursos humanos	responsável de projeto, produtores para as bancas, mobilização de rua para divulgação
Local: entidade(s)	-
Valor	2425 EUR
Cronograma	Mês 2, Mês 3, Mês 4, Mês 5, Mês 6, Mês 7, Mês 8, Mês 9
Periodicidade	Mensal
Nº de destinatários	820
Objectivos especificos para que concorre	1, 2

Actividade 2	Mercado 2ª Mão
Recursos humanos	vendedores para as bancas; responsável de mercado,
Local: entidade(s)	-
Valor	2425 EUR
Cronograma	Mês 2, Mês 3, Mês 4, Mês 5, Mês 6, Mês 7, Mês 8, Mês 9
Periodicidade	Mensal
Nº de destinatários	820
Objectivos especificos para que concorre	1, 2

Actividade 3	Mercado Design Urbano
Recursos humanos	vendedores para as bancas, responsável de mercado

Local: entidade(s)	-
Valor	2425 EUR
Cronograma	Mês 2, Mês 3, Mês 4, Mês 5, Mês 6, Mês 7, Mês 8, Mês 9
Periodicidade	Mensal
Nº de destinatários	820
Objectivos especificos para que concorre	1, 2

Actividade 4	Dias Mix
Recursos humanos	vendedores para as bancas; responsável de mercado
Local: entidade(s)	-
Valor	3225 EUR
Cronograma	Mês 2, Mês 3, Mês 4, Mês 5, Mês 6, Mês 7, Mês 8, Mês 9
Periodicidade	Mensal
Nº de destinatários	1020
Objectivos especificos para que concorre	1, 2

Actividade 5	Acompanhamento aos produtores locai
Recursos humanos	responsável da formação, responsável apoio técnico, mentores, produtores locais
Local: entidade(s)	-
Valor	8062 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	30
Objectivos especificos para que concorre	1, 2

Actividade 6	Plataforma Online Comercialização

Recursos humanos	responsável de projecto
Local: entidade(s)	-
Valor	963 EUR
Cronograma	Mês 3, Mês 4, Mês 5, Mês 6, Mês 7, Mês 8, Mês 9
Periodicidade	Diário
Nº de destinatários	2000
Objectivos especificos para que concorre	1, 2

Actividade 7	Instalação equipamentos informativo
Recursos humanos	responsável de projecto; equipa de instalação dos paineis
Local: entidade(s)	-
Valor	3365 EUR
Cronograma	Mês 6, Mês 7, Mês 8, Mês 9
Periodicidade	Pontual1 vez
Nº de destinatários	5000
Objectivos especificos para que concorre	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 contratado:

Encargos com pessoal interno	3880 EUR
Encargos com pessoal externo	8200 EUR
Deslocações e estadias	0 EUR
Encargos com informação e publicidade	1650 EUR
Encargos gerais de funcionamento	7060 EUR
Equipamentos	2100 EUR
Obras	0 EUR
Total	22890 EUR
	Montante de apoio financeiro por entidade promotora
Entidade	Associação para a Valorização Ambiental da Alta de Lisboa
Valor	7890 EUR
Entidade	ARAL-Associação de Residentes do Alto do Lumiar
Valor	7280 EUR
Entidade	CLIP - Recursos e Desenvolvimento
Valor	7720 EUR
	Outras fontes de financiamento e respectivos montantes
Entidade	Escola de Comércio de Lisboa
Tipo de apoio	Não financeiro
Valor	4800 EUR
Descrição	Estágios na área comercial e de vitrinismo Formação à medida
Entidade	Condominio Jardins de São Bartolomeu
Tipo de apoio	Não financeiro
Valor	2500 EUR
Descrição	Espaço para guardar material das feiras Apoio na organização do mercado de artigos em 2ª mão Mobilização de moradores de venda livre

---

TOTAIS

Total das Actividades	22890 EUR
Total de Outras Fontes de Financiamento	7300 EUR
Total do Projeto	30190 EUR
Total dos Destinatários	10510