HABITAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL Câmara Municipal Lisboa

Programa
Parcerias Locais
BIP/ZIP

Programa BIP/ZIP 2016

Dimensão: Dimensão Ignição

FICHA DE CANDIDATURA

Refª: 006

Mercearia Social da Penha

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	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. Virgilio Lopes
Designação	FRAME 408 associação

IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO

Dimensão	Dimensão Ignição
Designação	Mercearia Social da Penha
BIP/ZIP em que pretende intervir	46. Quinta do Lavrado
ODS 2030	----------

Síntese do Projeto

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

DESCRIÇÃO DO PROJETO

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 constatam 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.
Destinatários preferenciais	Grupos vulneráveis
Temática preferencial	Melhorar a Vida no Bairro
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 optimizar processos.

CALENDARIZAÇÃO DO PROJETO

Actividade 1	Criação da Mercearia Social
Recursos humanos	Coordenador/a Técnicos da Junta de freguesia, Técnicos das entidades parceiras Voluntários
Local: entidade(s)	-
Valor	35000 EUR
Cronograma	Mês 1, Mês 2, Mês 3, Mês 4
Periodicidade	Diário
Nº de destinatários	50

Objectivos especificos para que concorre	1
Actividade 2	Criação de um grupo de gestão
Recursos humanos	Coordenador/a Voluntários Técnicos das entidades Parceiras
Local: entidade(s)	-
Valor	1000 EUR
Cronograma	Mês 1, Mês 2, Mês 3, Mês 4
Periodicidade	Diário
Nº de destinatários	35
Objectivos especificos para que concorre	1, 2, 3
Actividade 3	Comunicação Externa
Recursos humanos	Coordenador/a Voluntários Parceiros Técnicos da Frame Coletivo Técnicos do Forum Dança
Local: entidade(s)	-
Valor	8000 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	9000
Objectivos especificos para que concorre	1, 2, 3
Actividade 4	Angariação de Bens
Recursos humanos	Coordenador/a Voluntários Parceiros Comerciantes Locais

Local: entidade(s)	-
Valor	4000 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	5000
Objectivos especificos para que concorre	1, 2, 3

Actividade 5	Formação em HSA
Recursos humanos	Entidade Formadora certificada Coordenador/a Voluntários Intervenientes
Local: entidade(s)	-
Valor	1000 EUR
Cronograma	Mês 3, Mês 4
Periodicidade	Semanal
Nº de destinatários	35
Objectivos especificos para que concorre	1, 2, 3

Actividade 6	Formação em economia familiar
Recursos humanos	Formador Coordenador/a Voluntários Intervenientes Indivíduos apoiados
Local: entidade(s)	-
Valor	1000 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 especificos 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. Virgilio 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
Nº de destinatários com deficiência / doença mental	5
Nº de destinatários mulheres	0
Nº de destinatários desempregados	0
Nº de destinatários jovens (- de 30 anos)	161
Nº de destinatários idosos (+ de 65 anos)	123
Nº de destinatários imigrantes	23
	Produtos/Elementos tangíveis da intervenção
Nº de produtos concebidos para venda / demonstração	0
Nº de intervenções em edificado para criação de serviços ou atividades dirigidas à Comunidade	2
Nº de intervenções no espaço público	0
Nº de publicações criadas	10
Nº de páginas de Internet criadas	1
Nº de páginas de facebook criadas	1
Nº de vídeos criados	3
Nº de artigos publicados em jornais / revistas	5
Nº de novas organizações criadas (associações / empresas, outros)	0
-	0
-	0

ORÇAMENTO TOTAL DO PROJETO

Financiamento BIP/ZIP solicitado

Encargos com pessoal interno	12000 EUR
Encargos com pessoal externo	0 EUR
Deslocações e estadias	1000 EUR
Encargos com informação e publicidade	8000 EUR
Encargos gerais de funcionamento	4000 EUR
Equipamentos	10000 EUR
Obras	15000 EUR
Total	50000 EUR
	Montante de apoio financeiro por entidade promotora
Entidade	ASCRMPF - Os Fidalgos da Penha
Valor	25000 EUR
Entidade	Junta de Freguesia da Penha de França
Valor	25000 EUR
	Outras fontes de financiamento e respectivos montantes
Entidade	Junta de Freguesia da Penha de França
Tipo de apoio	Não financeiro
Valor	1500 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	1500 EUR
Total do Projeto	51500 EUR
Total dos Destinatários	14620