

PLANO ESTRATÉGICO DOS MERCADOS MUNICIPAIS DE OEIRAS





Título: **PLANO MUNICIPAL DOS MERCADOS DE OEIRAS (2025 – 2033)**

Coordenação estratégica:

Vereadora Susana Duarte

Coordenação técnica:

DAQV, Sílvia Breu

GATPI, Filipa Marrecas Ferreira

UPAG, Ana Catarina Cabrita

Autoria:

Sérgio Serra,

Ana Gago,

Luís Crucho,

Cristina André,

Catarina Freire Rocha.

INDICE

PREFÁCIO	3
NOTA INTRODUTÓRIA	4
PREÂMBULO	6
1. Os Mercados Municipais: Pilares da Identidade Urbana e da Coesão Social	11
2. Enquadramento Histórico e Sociológico	13
3. Enquadramento Estratégico e Parcerias	17
4. Análise da Situação Atual	27
Quadro 1: Análise SWOT	33
5. Objetivos Estratégicos	35
Quadro 2: Definição dos Objetivos Estratégicos	35
6. Estratégias de Desenvolvimento	37
Quadro 3: Estratégias de Desenvolvimento	38
7. Plano de Ação	39
Quadro 4: Plano de Ação	40
8. Orçamento e Recursos	44
9. Monitorização e Avaliação	47
Quadro 5: Indicadores de Desempenho dos objetivos estratégicos	47
10. Conclusão	50



PREFÁCIO

Os Mercados Municipais de Oeiras representam muito mais do que simples espaços de comércio. São locais de encontro, de identidade, de cultura e de memória coletiva. Em Oeiras, reconhecemos neles um papel essencial na coesão social, na dinamização económica local e na valorização de produtos e produtores de proximidade.

O presente Plano Estratégico dos Mercados Municipais de Oeiras (2025-233) nasce da ambição de reposicionar estes equipamentos como espaços modernos, vivos e atrativos, preparados para responder aos desafios do presente e do futuro, sem perder a sua alma tradicional.

Num território que se quer cada vez mais sustentável, inovador e centrado nas pessoas, os nossos mercados têm potencial para se tornarem verdadeiros polos de desenvolvimento local — espaços multifuncionais que acolham comércio, gastronomia, cultura, inovação e comunidade. Este plano estratégico aponta o caminho através de uma visão integrada, propõe estratégias e ações claras, e traça um rumo partilhado com comerciantes, cidadãos e demais agentes locais.

A sua elaboração resultou de um processo participado, assente na análise rigorosa da realidade atual. Acreditamos que só com esta base é possível garantir intervenções eficazes, sustentáveis e verdadeiramente transformadoras.

Convido todos os munícipes, comerciantes e parceiros institucionais a conhecerem este plano, a participarem ativamente na sua concretização e a fazerem parte de um movimento que valoriza o comércio local, dinamiza a economia circular e reforça o sentido de comunidade em Oeiras.

Com determinação, visão e cooperação, Oeiras está a construir o futuro dos nossos mercados e com eles, um concelho mais forte, inclusivo e vibrante.

Isaltino Moraes

Presidente da Câmara Municipal de Oeiras



NOTA INTRODUTÓRIA

Os Mercados Municipais nascem, em Oeiras, no século XX, como estruturas de modernização dos Mercados de levante, dotando-os de estruturas com condições para garantir a higiene e a segurança em relação à saúde pública, para comerciantes e munícipes. Sendo estes, essencialmente estruturas de “Arquitetura do Estado Novo”, com espaços amplos e traça modernista, respondendo às necessidades inerentes ao aumento de população à época.

Assumimos assim, o propósito que vai muito além, dos atuais projetos de dinamização e promoção dos Mercados, ouvindo a comunidade, criando uma visão partilhada e integrada, concretizada ao longo destes três anos.

Idealizando este plano, através da criação de uma rede de mercados, sustentada numa agregação dos vários stakeholders, para o desenvolvimento sustentável suportado no aumento da qualidade da oferta e na melhoria da experiência do cliente.

Sem descurar a recuperação, reorganização e redefinição da função destes espaços, contribuindo para uma reaproximação às comunidades, para além do papel social e económico, que deverá ser preservado, uma vez que contribuem para a economia local, através do abastecimento de produtos diferenciados e da criação de emprego.

Queremos mercados abertos à comunidade e que funcionem de fora para dentro, entreligando a função social dos mercados, a par com a dimensão cultural, educacional, ambiental, desempenhando um papel crucial na promoção de hábitos alimentares saudáveis, fomentando circuitos curtos de comercialização e produção, com valorização da produção local e na dinamização da economia regional.

É essencial uma nova abordagem dos Mercados, correndo riscos e desafiando o futuro, avançando para projetos digitais, pioneiros na Área Metropolitana de Lisboa, de forma a alcançar um sentido de pertença da nossa comunidade, especialmente num mundo cada vez mais digital e individualista.



Carregando o imenso legado de comércio, comunidade e cultura que molda a alma de Oeiras, abraçámos com paixão o compromisso de projetar com o Plano Municipal dos Mercados de Oeiras as próximas décadas. Sabemos de onde vimos e temos clareza sobre o caminho que queremos seguir — porque só quem conhece, confia. Mais do que preservar as 'Memórias dos Mercados', é tempo de sonhar, planear e construir o seu futuro!

Susana Duarte

Vereadora com o Pelouro das Feiras e Mercados

PREÂMBULO

O presente Plano Estratégico foi elaborado pelos serviços municipais recolhendo contributos de diversas unidades orgânicas, designadamente a Unidade de Planeamento e Apoio à Gestão que assegura a gestão destes equipamentos, mas também do Gabinete de Assessoria Técnica e Promoção do Investimento e do Gabinete de Inteligência Territorial.

Os trabalhos tiveram início em fevereiro de 2023 correspondendo à necessidade de criar uma estratégia para os Mercados Municipais reconhecendo e sublinhando a sua relevância económica e social de outrora, mas também relançando estes equipamentos na assunção do papel que devem desempenhar na promoção da alimentação saudável, na aproximação dos pequenos produtores aos consumidores e na redução dos circuitos de distribuição.

Por outro lado, a criação deste documento permitirá a realização de uma compilação de dados e a identificação de necessidades que servirão de base à elaboração de candidaturas a programas e financiamentos europeus.

Os mercados municipais de Oeiras, localizados na região costeira de Portugal desempenham um papel fundamental na vida cotidiana dos residentes e no cenário comercial local. Como centros de atividade comercial, estes mercados assumem uma posição multifacetada, oferecendo uma variedade de produtos frescos e autênticos e desempenhando um papel vital na promoção da identidade cultural e no fomento do espírito comunitário.

Situados no coração de cada uma das freguesias do concelho de Oeiras, estes mercados municipais são verdadeiras jóias que encapsulam a tradição, a história e a autenticidade da

região. Com as suas bancas coloridas, adornadas de produtos locais de qualidade, estes espaços têm sido uma parte essencial da vida dos Oeirenses há por várias gerações.

O 'Plano Estratégico Mercados Municipais', surge de uma necessidade reorientação e dinamização deste conjunto de equipamentos, no qual se procura responder aos novos desafios e oportunidades que atualmente se configuram, procurando garantir que estes espaços tradicionais se possam transformar em modernos e dinâmicos centros de comércio, cultura e convívio, sem que se perca o cariz tradicional que os caracteriza.

O Município de Oeiras detém condições excecionais e únicas a nível nacional de integrar projetos relacionados com o sistema alimentar, acolhendo no seu território variadíssimas entidades de reconhecido mérito e *know how*, nas áreas da alimentação, agricultura e economia do mar, não só relacionadas com a investigação e formação, mas também, com empresas deste setor, e com a própria população que se encontra sensibilizada para estas matérias. É facilmente reconhecido o potencial que pode ser obtido na criação de sinergias - numa perspetiva de complementaridades - entre as diversas entidades, designadamente a própria Área Metropolitana de Lisboa (AML), e o contributo que pode ser dado para um desenvolvimento mais sustentável da região, através da conjugação do planeamento alimentar com o planeamento territorial. Nesta perspetiva, é importante a definição de uma estratégia de planeamento e gestão do sistema alimentar que possa ser refletida, não só ao nível dos instrumentos territoriais, mas também em planos estratégicos e orientadores relacionados com estas matérias.

Em 2018 o solo de produção agrícola da AML correspondia a 38% do território (COS, 2018), sendo que desta percentagem, 12% correspondem a alimentos produzidos em Portugal para consumo nacional (FoodLink, 2022:9), o que vem sublinhar a importância do seu papel no sistema alimentar urbano.

Quanto a Oeiras, trata-se de um Concelho com cerca de 4.600 ha, detendo atualmente uma área total classificada pelo PDMO2022 como solo rustico de cerca de 640 ha (aprox. 14 % do território). De sublinhar sobretudo a área a que corresponde à "Ex-Estação Agronómica

Nacional”, considerada pelo PDMO (2022) como especialmente vocacionada para a agricultura, sendo classificada e qualificada pela carta de ordenamento deste plano como Solo Rústico - Espaço Agrícola.

Tal resulta no cariz particularmente urbano do concelho de Oeiras, destacando-se, na perspetiva do sistema alimentar, na área do “consumo”, nomeadamente no contexto mais alargado da AML. Neste contexto, a definição de um plano estratégico para os mercados municipais não só é relevante, como oportuno e primordial, tendo em vista o aprimoramento da vocação deste território e respetivo contributo no quadro da Estratégia de Transição Alimentar na Área Metropolitana de Lisboa (ETA-AML).

A justificação para elaboração deste plano parece-nos bastante evidente dado que entendemos que devem ser considerados todos os impactos da globalização assim como as relevantes mudanças nos padrões de consumo.

A necessidade da criação de uma rede de fornecimento de alimentos frescos de alta qualidade nutricional, aliada a um serviço de proximidade, determina que o executivo municipal, os comerciantes locais e a comunidade em geral colaborem no sentido de revitalizar os mercados municipais, preservando as suas raízes culturais e históricas enquanto, de forma simultânea, se abraçam os novos fenómenos e desafios associados à inovação e à sustentabilidade, designadamente a alimentar.

O principal objetivo deste plano traduz-se numa visão partilhada e integrada para o futuro dos mercados municipais de Oeiras, através da criação de uma rede de mercados, sustentada numa agregação dos intervenientes, para o desenvolvimento sustentável suportado no aumento da qualidade da oferta e na melhoria da experiência do cliente.

A reorganização e redefinição da função destes espaços de eleição proporcionará a criação de um compromisso de todos os atores envolvidos para, através de novas formas de organização empresarial, contribuir para uma reaproximação com as comunidades onde estes equipamentos se inserem.

Os mercados atualmente, devem continuar a ocupar um papel social e económico, que deverá ser preservado, uma vez que contribuem para a economia local, através do abastecimento de produtos diferenciados e da criação de emprego.

Nesta nova perspetiva que gostaríamos de atribuir à função social dos mercados, entendemos ser de acrescentar a dimensão cultural e ambiental, na forma de polos agregadores de eventos diversificados, convívios e divulgação de informação pertinente e numa dimensão ambiental quer dos produtos que oferece, quer na criação de novas necessidades, aprendizagens e apropriações, quer ainda de uma perspetiva de alimentação saudável, de práticas de sustentabilidade e de novas formas de produção.

No planeamento estratégico a questão da transição alimentar ganha também uma relevância particular uma vez que estes espaços desempenham um papel crucial na promoção de hábitos alimentares saudáveis, na valorização da produção local e na dinamização da economia regional. Por outro lado, é hoje plenamente aceite que os mercados municipais representam não apenas locais de venda de alimentos como também espaços de encontro e de interação social onde se pode promover uma alimentação mais consciente e sustentável.

Em primeiro lugar os mercados municipais desempenham um papel importante na sensibilização e na educação dos consumidores sobre a importância de uma alimentação equilibrada e nutritiva. Ao disponibilizarem uma ampla variedade de produtos frescos, locais e sazonais, estes espaços incentivam a escolha de alimentos mais saudáveis, promovendo assim hábitos

alimentares positivos e contribuindo para a prevenção de doenças relacionadas com a alimentação.

Além disso, os mercados municipais assumem-se como importantes plataformas de apoio aos produtores locais e regionais e à agricultura familiar permitindo-lhes escoar os seus produtos diretamente para os consumidores sem intermediários. Esta proximidade entre produtores e consumidores não só valoriza os produtos locais e a identidade cultural da região como também contribui para o desenvolvimento económico e social das comunidades rurais. No contexto da transição alimentar os mercados municipais podem ainda desempenhar um papel relevante na promoção de práticas agrícolas mais sustentáveis e na redução do impacto ambiental da produção de alimentos. Ao privilegiarem a comercialização de produtos orgânicos, de baixo impacto ambiental e produzidos de forma sustentável, estes espaços públicos incentivam uma maior consciencialização ambiental por parte dos produtores e dos consumidores, contribuindo assim para a preservação dos recursos naturais e a mitigação das alterações climáticas.

Por último, os mercados municipais devem ainda ser encarados como espaços de inovação e de experimentação onde se podem testar novos modelos de negócio e parcerias entre produtores, comerciantes e consumidores. Através da promoção de feiras temáticas, *workshops*, degustações e outras atividades, é possível envolver a comunidade local na definição de estratégias para uma alimentação mais saudável, sustentável e inclusiva.

Pretendemos que os nossos 'Mercados Municipais' sejam equipamentos embaixadores da sustentabilidade local, designadamente, que acolham uma nova cultura de fazer, tornando-se promotores de produtos de eleição, de promoção de uma nova forma de vivência, mais saudável e equilibrada e de redução do desperdício alimentar.

1. Os Mercados Municipais: Pilares da Identidade Urbana e da Coesão Social

A história das cidades é uma narrativa entrelaçada de transformações, onde os ‘Mercados Municipais’ ocupam um lugar de destaque como testemunhas vivas do pulsar da vida comunitária ao longo dos séculos. Estes enclaves tradicionais, impregnados de história e de cultura, desempenharam papéis multifacetados desde o abastecimento alimentar à coesão social. Contudo, à medida que os ventos da modernidade sopram sobre as paisagens urbanas surge a necessidade premente de se reavaliar e revitalizar estas instituições emblemáticas. Estes espaços, outrora vibrantes e pulsantes, lutam agora para manter a sua relevância num mundo cada vez mais dominado pela conveniência e pela modernidade.

Os ‘Mercados Municipais’ têm sido, ao longo dos séculos, mais do que simples locais de comércio. São verdadeiros ícones da identidade urbana, testemunhas vivas da história e da cultura de uma comunidade. Desde os mercados medievais até aos mercados modernos, estas verdadeiras instituições desempenharam um papel vital no tecido social e económico das cidades enquanto espaços de interação humana, de troca de ideias e de produtos e da preservação das tradições locais.

Contudo, nos últimos tempos, os ‘Mercados Municipais’ têm enfrentado desafios significativos que ameaçam a sua existência. O avanço do comércio *online*, a expansão dos supermercados e a descentralização das atividades comerciais para as periferias urbanas têm contribuído para a diminuição da relevância dos mercados tradicionais.

Além disso, a degradação do património edificado e a falta de investimento nas infraestruturas têm levado à deterioração física destes espaços, afastando ainda mais os consumidores.

É fundamental reconhecermos que os ‘Mercados Municipais’ têm um valor intrínseco que vai além da sua função comercial. São espaços de encontro e de convívio, onde pessoas de diferentes

origens se reúnem para partilhar experiências, sabores e histórias. Esta interação social é essencial para a coesão e para o sentido de pertença das comunidades urbanas, especialmente num mundo cada vez mais digital e individualista.

Além disso, os ‘Mercados Municipais’ desempenham um papel crucial na promoção da sustentabilidade ambiental e no apoio aos produtores locais. Ao se privilegiarem os produtos frescos e sazonais, provenientes da agricultura local, e ou de circuitos curtos, os mercados contribuem para a redução da pegada ecológica e para o desenvolvimento de uma economia mais sustentável. Além disso, ao promover o comércio justo e a proximidade entre produtores e consumidores, estes espaços públicos ajudam também a fortalecer as comunidades locais e a preservar a diversidade cultural.

Neste sentido a revitalização dos ‘Mercados Municipais’ emerge como uma prioridade para as cidades modernas. Esta revitalização não deve ser encarada como uma simples questão de reabilitação urbana, mas sim como uma oportunidade para promover a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento económico local. Investir na modernização das infraestruturas, na promoção de uma oferta diversificada e na criação de espaços de convívio e lazer são passos fundamentais neste processo. Ademais, é crucial envolver todas as partes interessadas nesta jornada de renovação, desde as autoridades locais e os comerciantes, até às organizações da sociedade civil e às comunidades locais. Somente através de uma abordagem colaborativa e participativa será possível desbloquear todo o potencial destes espaços públicos como catalisadores de transformação urbana e social.

Desta forma os ‘Mercados Municipais’ representam não apenas uma parte integrante da herança cultural das cidades como também um motor de desenvolvimento económico, social e ambiental. Ao sabermos reconhecer e valorizar a importância destas instituições estaremos em

melhores condições para construir cidades mais resilientes, inclusivas e sustentáveis para as gerações futuras.

2. Enquadramento Histórico e Sociológico

O presente capítulo oferece uma exploração abrangente do enquadramento histórico e sociológico que tem moldado os mercados municipais de Oeiras ao longo das décadas. Estes mercados, com raízes profundamente entrelaçadas com a história da região, transcendem a simples função comercial, emergindo como testemunhas silenciosas das transformações sociais, económicas e culturais que têm permeado a comunidade.

Em Portugal, em termos históricos, nomeadamente no período compreendido entre 1925 e 1945, a arquitetura e o urbanismo refletem uma época de tensão marcada pelo contexto pós-Primeira Guerra Mundial com debates entre a inovação e a tradição. Neste domínio histórico os 'Mercados Municipais' representam um exemplo bem concreto do embate entre a tradição e a modernidade na arquitetura portuguesa durante o período abordado. Inseridos no contexto da consolidação do regime autoritário do 'Estado Novo' estes mercados refletem a iniciativa estatal e municipal na construção de novas infraestruturas para atender às necessidades da população.

Em Oeiras estes mercados foram parte integrante da 'Arquitetura do Estado Novo', caracterizada pela sua gradual definição e afirmação através da intervenção pública. Como elementos urbanos, os mercados municipais não só atendiam às necessidades práticas de abastecimento populacional como também se tornavam espaços simbólicos de poder e modernização promovidos pelo regime. O projeto arquitetónico dos 'Mercados Municipais de Oeiras' refletia os debates estéticos da época, entre o racional-funcionalismo modernista e a estética tradicionalista. A sua construção e *design* podem ter sido influenciados por uma síntese destas

correntes incorporando elementos tanto da arquitetura contemporânea quanto de formas mais tradicionais, de acordo com as diretrizes estéticas e ideológicas do regime.

Desta forma, os 'Mercados Municipais de Oeiras' integram o contexto mais amplo da tensão entre a modernidade e a tradição na arquitetura portuguesa do período, representando um ponto de convergência entre as diferentes correntes estéticas e ideológicas que marcaram essa época de transição e instabilidade. Assim, contribuem para enriquecer a nossa compreensão da complexidade dos debates culturais e arquitetónicos deste período histórico em Portugal.

Paralelamente ao se discutir a importância dos 'Mercados Municipais de Oeiras' estamos a enfatizar o embate entre a tradição e a modernidade na arquitetura portuguesa durante o período do Estado Novo. Destacamos como estes mercados representam não apenas estruturas físicas como também símbolos de poder e modernização promovidos pelo regime autoritário. Além disso, ao abordarmos os debates estéticos da época e a influência do racional-funcionalismo modernista estamos a reconhecer a complexidade das influências arquitetónicas presentes nos 'Mercados Municipais de Oeiras'. Essa síntese entre elementos tradicionais e contemporâneos, evidenciada nos mercados, reflete os conflitos estéticos e ideológicos característicos do período.

Ao longo dos anos, os 'Mercados Municipais de Oeiras' evoluíram de pontos de venda de produtos essenciais para espaços multifuncionais, refletindo a adaptabilidade e resiliência inerentes à sua arquitetura e *layout* distintivos. Estes espaços físicos não são meramente locais de comércio; tornaram-se também guardiões do património, portadores de uma herança cultural rica e complexa que oferece um vislumbre da história da região e da sua identidade única. Além da sua função económica, os mercados desempenham um papel social crucial, estabelecendo conexões entre pessoas de diversas origens e estratos sociais. Estes equipamentos transformam-se em centros sociais efervescentes onde os visitantes e comerciantes partilham histórias,

experiências e laços comunitários. A sociologia destes espaços revela uma teia intrincada de relações humanas, promovendo a coesão social e um senso tangível de pertença à comunidade.

Em paralelo à evolução da sociedade, os mercados tenderam a adaptar-se e a incorporar novas funções e recursos sem perder a essência que os torna queridos para a comunidade. O processo de transformação que estes espaços têm experimentado ao longo das décadas reflete não apenas mudanças comerciais, mas também mudanças nas dinâmicas urbanas e nas preferências culturais. O contínuo compromisso em evoluir preservando e mantendo a sua identidade histórica demonstra a habilidade inata dos `Mercados Municipais de Oeiras` em navegar pelas complexidades de uma sociedade em constante mudança. À medida em que vão evoluindo e se vão adaptando aos novos contextos sociais e económicos, os mercados municipais vão-se configurando como pilares históricos e sociais contribuindo para o enriquecimento da vida da comunidade e integrando simultaneamente a identidade coletiva.

À medida que a região avança no século XXI, os mercados continuam a ser uma expressão tangível da conexão entre o passado e o presente servindo como espaços que evocam e inspiram a criação de novas memórias. Desempenham um papel não apenas na economia local como também na construção de uma narrativa social mais ampla.

Como locais onde a tradição encontra a inovação, os `Mercados Municipais de Oeiras` permanecem um reflexo autêntico da alma da comunidade, uma arena onde as histórias individuais e coletivas se entrelaçam numa dança contínua de cultura, comércio e interação humana.

Contudo, o contexto histórico global também desempenhou um papel intrincado na evolução destes mercados. À medida que mudanças geopolíticas, avanços tecnológicos e movimentos culturais reverberavam pelo mundo, influências diversas e complexas encontraram o seu

caminho até estes mercados, enriquecendo a variedade de produtos e as perspectivas e experiências oferecidas.

Os 'Mercados Municipais de Oeiras', embora enraizados na sua história local, foram moldados pela correnteza de eventos globais, transformando-se em microcosmos dinâmicos onde a identidade local se encontra com as correntes mais amplas da cultura e do comércio internacional. Neste sentido, o enquadramento histórico global destaca a interconexão dos mercados municipais com o mundo ao seu redor. As mudanças globais e as tendências sociais têm influenciado tanto a evolução física quanto a dinâmica social destes espaços e a compreensão destas influências tem oferecido *insights* valiosos sobre a trajetória destes mercados ao longo do tempo.

Ao considerarmos esta interseção entre o local e o global, os 'Mercados Municipais de Oeiras' representam um equilíbrio delicado entre preservação cultural e adaptação às forças mutáveis do contexto histórico global, criando uma identidade única e resiliente que vai permanecendo/resistindo, ainda que com uma clara menor quantidade de comerciantes e de clientes, e alguma obsolescência das infraestruturas e da oferta de horários.

3. Enquadramento Estratégico e Parcerias

O cenário que se perspetiva a nível global em 2050 é de que o aumento da população estimado seja acolhido pelas áreas urbanas, e neste quadro, prevê-se que 80% dos alimentos disponíveis venha a ser consumido nas cidades, o que vem exigir resiliência não só a todo o sistema alimentar, mas também ao próprio território, no qual se incluem os mercados. Acresce ainda, uma crise de saúde face às más escolhas alimentares e uma crise climática que tem impacto na produção alimentar. Com estes pressupostos a temática da “Transição Alimentar” está na ordem do dia, sendo considerado um enorme desafio no que respeita à sustentabilidade global.

A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável¹, subscrita pelo conjunto dos Estados Membros das Nações Unidas, em vigor desde 2016, visa, a nível global, a definição de prioridades de aspirações para o desenvolvimento sustentável numa visão para 2030. Neste quadro, a agenda estabeleceu um conjunto de 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e metas, tendo em vista encetar uma caminhada comum e global, com enfoque no alcance da sustentabilidade das áreas críticas para a Humanidade.

O presente Plano Estratégico dos Mercados Municipais, no âmbito da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, pretende contribuir para os seguintes ODS:

“Objetivo 2 – Erradicar a fome, alcançar a segurança alimentar, melhorar a nutrição e promover a agricultura sustentável

Erradicar a fome em todo o mundo. Garantir o acesso de todas as pessoas a alimentos seguros, nutritivos e suficientes durante todo o ano. Acabar com todas as formas de desnutrição. Garantir sistemas sustentáveis de produção de alimentos. Implementar práticas agrícolas resilientes que aumentem a produtividade e a produção e que ajudem a manter os ecossistemas.

“Objetivo 7 – Garantir o acesso a fontes de energia fiáveis, sustentáveis e modernas para todos

¹ ODS - Objetivos Desenvolvimento Sustentável. Consultado a 09/08/2024 em: <https://ods.pt/>

Garantir o acesso universal a energia renovável e acessível para todos. Aumentar a participação das energias renováveis no mix global de energia. Reforçar a cooperação internacional para facilitar o acesso à pesquisa e tecnologia de energia limpa. Expandir a infraestrutura e atualizar a tecnologia para fornecer serviços de energia modernos e sustentáveis para todos nos países em desenvolvimento.”

“Objetivo 8 – Promover o crescimento económico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos

Garantir o desenvolvimento económico inclusivo e sustentável em todo o mundo. Alcançar níveis mais altos de produtividade económica por meio da diversificação, atualização tecnológica e inovação. Alcançar emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos, inclusive para jovens e pessoas com deficiência. Alcançar salário igual para trabalho de igual valor.”

“Objetivo 11 - Tornar as cidades e comunidades inclusivas, seguras, resilientes e sustentáveis

Construir cidades e sociedades sustentáveis em todo o mundo. Garantir o acesso de todos a uma habitação adequada, segura e acessível. Aumentar a capacidade de planeamento e gestão integrados e sustentáveis de aglomerados humanos. Reduzir o impacto ambiental adverso das cidades, prestando atenção especial à qualidade do ar e à gestão de resíduos.

“Objetivo 12 - Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis

Reduzir o desperdício global de alimentos na produção e consumidor. Alcançar a gestão ambientalmente saudável de produtos químicos ao longo de seu ciclo de vida. Reduzir substancialmente a geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reutilização.”

“Objetivo 13 - Adotar medidas urgentes para combater as alterações climáticas e os seus impactos

Tomar medidas urgentes para combater as mudanças climáticas e seus impactos. Fortalecer a resiliência e a capacidade de adaptação aos perigos e desastres naturais relacionados ao clima. Integrar soluções e medidas de mudança climática nas políticas, estratégias e planejamento nacionais. Melhorar a educação sobre mitigação das mudanças climáticas, redução de impacto e alerta precoce.”

A Estratégia Regional de Lisboa, AML, Lisboa 2030 no Domínio 2, relativo à Sustentabilidade Ambiental e Alimentar e Mitigação de Riscos Naturais, subdomínio do Sistema Alimentar e Desenvolvimento Rural, sublinha a existência de “áreas com ocupação agrícola e florestal, o que lhe confere características distintivas, no contexto das demais regiões capitais da UE. Em 2009, os espaços agroflorestais abrangiam cerca de 170 mil hectares, correspondendo a aproximadamente 57% da área total da AML. Esta situação territorial e económica abre oportunidades extremamente relevantes, tanto para uma atividade agrícola exportadora, como para o desenvolvimento de um sistema alimentar urbano que importa potenciar.” (AML et al., 2020:75). Este subdomínio assenta em duas prioridades, do qual importa referir a 1.^a que se refere a robustecer o sistema alimentar urbano aumentando a resiliência alimentar metropolitana, designadamente no que toca aos mercados locais.

“Prioridade 1: Robustecer o sistema alimentar urbano aumentando a resiliência alimentar metropolitana

1. Dinamizar o desenvolvimento de cadeias curtas de produção e consumo de bens agrícolas através da sensibilização de produtores e da criação de estruturas de armazenamento, transporte e venda.

2. Sensibilizar e educar os consumidores para a qualidade dos produtos locais e para as vantagens económicas e ambientais do consumo de produtos de proximidade, promovendo alimentos saudáveis a preços acessíveis para todos.

3. Valorizar a produção local, especialmente dos produtos abrangidos por regimes de qualidade – DOP, IGT, ETG, produção biológica e integrada, e outras práticas de produção sustentável (como a agricultura de precisão, a agroecologia e a agro silvicultura), promovendo formas inovadoras de proteção de colheitas de pragas e doenças, assegurando a segurança alimentar.

4. Modernizar os mercados locais, dotando-os de condições de funcionamento, comercialização e acolhimento, atrativas para produtores e consumidores, disponibilizando, inclusive por meios digitais, informações mais completas aos consumidores sobre a origem, o valor nutricional e a pegada ambiental dos alimentos.

5. Incentivar o papel das compras públicas para abastecimento de refeitórios escolares na dinamização das cadeias curtas.”

Ao nível local é de relevar o Plano de Ação de Energia e Clima de Oeiras (PAECO 2030+), desenvolvido pelo Município e recentemente aprovado pela Assembleia Municipal². Como se sabe, o atual cenário relativo às alterações climáticas é inegável, perspetivando-se um acentuar dos respetivos impactes e riscos para pessoas e bens e para o meio ambiente, sublinhando também os prejuízos inestimáveis que podem daí advir na produção alimentar, não obstante o setor da agricultura não ser representativo no território de Oeiras. O contexto de instabilidade dos fenómenos ambientais e climáticos globais reforça a relevância de tornar o território mais resiliente, e como tal, existe responsabilidade dos decisores na promoção e elaboração de

² Aprovada por maioria pela Assembleia Municipal de Oeiras através da Deliberação de 18/02/2025, sobre a proposta da Câmara PD n.º 1296/2024 aprovada em reunião de 08/01/2025.

estudos e instrumentos técnicos que visem a procura de soluções que promovam a adaptação do território às situações de vulnerabilidade e à mitigação possível, ao nível local, das alterações climáticas. Neste domínio, o Município de Oeiras tendo em vista a implementação de políticas na área da transição energética, emissões de CO₂ e de adaptação às alterações climáticas, tendo promovido a elaboração dos estudos necessários à caracterização, diagnóstico, e consequentemente estabelecido um conjunto de objetivos estratégicos e medidas tendentes quer à redução das emissões de Gases com Efeito de Estufa, quer de adaptação aos novos cenários climáticos.

Os estudos desenvolvidos pelo Município, que recolhem enquadramento na Estratégia Europeia de Adaptação às Alterações Climáticas e na Estratégia Nacional de Adaptação às Alterações Climáticas, bem como na legislação vigente de referência, originaram a elaboração do seguinte conjunto de documentos que serviram de apoio técnico-científico à elaboração do Plano de Ação de Energia e Clima de Oeiras (PAECO 2030+): Plano Municipal de Adaptação às Alterações Climáticas³; atualização do Plano de Ação de Energia Sustentável de Oeiras (PAESO); e Matriz energética de Oeiras 2008-2020 e muito brevemente ao Plano Municipal de Agricultura Urbana. O PAECO 2030+ constitui-se assim, como uma ferramenta de apoio e suporte às opções estratégicas do Município, bem como, no que respeita à implementação e monitorização das ações a concretizar no território, com o objetivo de minimizar e adaptar o contexto urbano do Município, à possibilidade de resistir a fenómenos relacionados com alterações temporárias ou definitivas relacionadas com o clima.

³ PMAACO: Estudos de Caracterização e Diagnóstico das Vulnerabilidades Atuais e Estudos de Identificação das Vulnerabilidades Climáticas Futuras. Consultado a 09/08/2024 em:
<https://oeirasinterativa.oeiras.pt/dadosabertos/dataset/pmaaco-sumario-executivo>

PMAACO: Estudo Técnico - Análise Científica: Tomo. Consultado a 09/08/2024 em:
<https://oeirasinterativa.oeiras.pt/dadosabertos/dataset/pmaaco-estudo-tecnico-analise-cientifica-tomo-1>

PMAACO: Cadernos Setoriais. Consultado a 09/08/2024 em:
<https://oeirasinterativa.oeiras.pt/dadosabertos/dataset/estudo-tecnico-para-pmaaco-cadernos-setoriais>

A visão estratégica do PAECO 2030+ de fazer de Oeiras uma Cidade Sustentável, levou à definição dos seguintes objetivos estratégicos:

1. Proteger e assegurar o bem-estar das pessoas em contexto de alterações climáticas;
2. Assegurar a continuidade da competitividade da economia tendo em conta os riscos climáticos do território;
3. Melhorar e promover a resiliência climática das infraestruturas construídas e naturais às alterações climáticas;
4. Promover o conhecimento e o envolvimento da comunidade no que respeita às alterações climáticas e respetivos impactos.

No âmbito do suprarreferido quadro de referência estratégico, o Município de Oeiras tem ainda vindo a participar ativamente como parceiro em três iniciativas (redes, projetos e programas) de relevo ao nível da Área Metropolitana de Lisboa: (i) *Estratégia para a Transição Alimentar (ETA)*; (ii) *AML-Alimenta*; (iii) *FoodLink*. Relativamente a estes projetos:

A *Estratégia para a Transição Alimentar (ETA)* foi apresentada pela AML em junho de 2023, sendo coordenada pela AML e CCDRLVT, com a colaboração do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, sendo apontada como uma peça importante no modelo de desenvolvimento regional da área metropolitana de Lisboa e na consolidação da região como um território mais sustentável e dinâmico. A ETA visa a promoção de um sistema alimentar, sustentável, inclusivo, resiliente, seguro e diversificado, tendo em vista proporcionar a toda a população o acesso a alimentos saudáveis, minimizando o desperdício e preservando o ambiente.

A ETA tem o compromisso de agir colaborativamente no contexto de políticas nacionais e europeias, tendo uma abordagem participativa dos 18 municípios da AML, assenta em seis eixos estruturantes com um total de 18 ações. No âmbito desta estratégia, e no que toca aos mercados sublinham-se os eixos: 2 – Modernização e implementação de novas soluções de transformação, comercialização e distribuição de alimentos; eixo 3 – Incentivo ao consumo saudável e sustentável; eixo 4 – Organização de circuitos de recolha e modernização dos sistemas de tratamento e valorização de resíduos orgânicos alimentares.

AML-Alimenta é um projeto coordenado pela AML, CCDRLVT e Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, desenvolvido no âmbito do Plano Nacional para a Alimentação Equilibrada e Sustentável da Rede Rural Nacional que conta com um conjunto diversificado de parceiros, e que tem como objetivo a promoção da alimentação saudável e sustentável, da dieta mediterrânica e o combate ao desperdício alimentar na Área Metropolitana de Lisboa. O projeto pretende contribuir para a aplicação, acompanhamento e avaliação de políticas de desenvolvimento na área da alimentação equilibrada e saudável. A AML-Alimenta está fortemente relacionado com os mercados locais, procurando que os mesmos valorizem a produção local, deem maior relevância à dieta Mediterrânica, à alimentação sustentável, ao combate ao desperdício alimentar, através de ações de promoção e de marketing eficazes, da modernização das estruturas, da diversificação da oferta, do trabalho em rede e da promoção da sustentabilidade ambiental. Neste âmbito, a AML-Alimenta encontra-se a desenvolver a estratégia de valorização dos mercados locais da AML, que assentou na auscultação dos gestores dos mercados e dos produtores agrícolas que comercializam nesses mercados.

FoodLink

A FoodLink, que foi apresentada oficialmente a 7 de junho de 2022, é uma Rede para a Transição Alimentar na Área Metropolitana de Lisboa definida como *“um conjunto diverso de territórios, iniciativas e atores da AML que têm como objetivo o planeamento e a gestão do seu sistema alimentar.”*, sendo a sua ambição promover a Transição Alimentar justa, inclusiva, segura, saudável e sustentável até 2030, bem como agir colaborativamente, no quadro das políticas nacionais e europeias. São parceiros da FoodLink, 35 entidades⁴, entre entidades públicas, academia/ investigação, setor empresarial, organização de cidadãos, entre outras. O FoodLink encontra-se alinhado com as estratégias Internacionais, Nacionais e Regionais no que toca ao horizonte 2030, designadamente no que toca: Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) – Agenda das Nações Unidas 2030; Pacto Ecológico Europeu; Estratégia do Prado ao Prato; Estratégia da Biodiversidade 2030; Plano Estratégico do PAC 2023-2027; Programa Nacional da Política de Ordenamento do Território (PNPOT); Agenda de Inovação para a Agricultura 2030 – Terra Futura; Plano Metropolitano para as Alterações Climáticas; Estratégia Regional Lisboa 2030; e Estratégia Regional de Especialização Inteligente 2030.

A participação do Município nas três iniciativas - ***Estratégia para a Transição Alimentar (ETA), AML-Alimenta, e Foodlink*** - que incidem sobre o território da AML, tem sido um contributo positivo e valioso no desenvolvimento do presente Plano Estratégico dos Mercados, indo este último ao encontro das orientações que têm vindo a ser trabalhadas por um conjunto alargado e diversificado de parceiros (administração local e regional, academia, outras entidades públicas e privadas com variada experiência e perspetivas), no que respeita ao sistema alimentar e à sua relação com o território, à transição alimentar e aos mercados locais.

⁴ FoodLink – Rede para a transição alimentar na AML – Relatório de balanço de atividades 2022/2023. Consultado a 09/08/2024 em: https://www.ccdr-lvt.pt/wp-content/uploads/2023/12/FoodLink_Relatorio-atividades_2022_2023_27_11_2023_final_publicacao.pdf

O presente Plano constitui um instrumento de planeamento setorial profundamente alinhado com os princípios, objetivos e ambição do Plano de Desenvolvimento Estratégico do Município de Oeiras (PDEMO) para o período 2021–2025.

Com este documento, pretende-se operacionalizar, no domínio específico dos mercados municipais, a visão estratégica global do Município: **“Exceder as expectativas dos cidadãos, mediante políticas públicas inovadoras e territorialmente sustentáveis que garantam o bem-estar e a qualidade de vida em Oeiras.”**

A estrutura do Plano dos Mercados reflete os valores do PDEMO — inovação, coesão social e territorial, sustentabilidade, participação e responsabilidade ambiental — e contribui de forma concreta para vários dos **13 Eixos/Objetivos Estratégicos do Município**, entre os quais se destacam:

- **Objetivo 01 – Território Inteligente e Ordenamento Urbano Sustentável:** A requalificação dos mercados e a integração nos centros urbanos promove a revitalização do tecido urbano e a valorização dos espaços públicos, assegurando uma ocupação mais eficiente, sustentável e coesa do território.
- **Objetivo 02 – Ambiente e Alterações Climáticas:** O plano promove circuitos curtos de comercialização, combate ao desperdício alimentar e práticas ambientalmente responsáveis, em consonância com os compromissos locais com a Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), nomeadamente os ODS 12 (Produção e Consumo Sustentáveis) e ODS 13 (Ação Climática).
- **Objetivo 05 – Desenvolvimento Económico:** Os mercados são reconhecidos como motores da economia local, promovendo o comércio de proximidade, o empreendedorismo e a valorização dos produtos locais e sazonais, fortalecendo a identidade económica do território.

- **Objetivo 09 – Capital da Cultura e Turismo:** A valorização cultural dos mercados — enquanto espaços de património e memória coletiva — integra-se nos esforços de reforço da atratividade turística e de valorização do legado histórico de Oeiras.
- **Objetivo 10 – Coesão Social e Desporto:** Os mercados são equipamentos de proximidade e sociabilidade que reforçam a coesão comunitária, sendo revalorizados enquanto espaços de encontro, partilha intergeracional e inclusão social.
- **Objetivo 12 – Governação Local e Modernização Administrativa:** A elaboração deste plano responde ao princípio de uma gestão municipal estratégica, participada e baseada em evidências, em linha com as metodologias de avaliação de desempenho e com o sistema de planeamento integrado do Município (PDE/GOP/SIADAP).

Em sintonia com a orientação estratégica do Município de Oeiras, os mercados municipais surgem neste plano como **equipamentos âncora da transição alimentar urbana**, com impacto nos domínios da saúde pública, sustentabilidade e desenvolvimento económico local, contribuindo também para a implementação da **Estratégia de Transição Alimentar da Área Metropolitana de Lisboa (ETA-AML)**.

Este plano representa, assim, uma visão integrada e multidimensional para os mercados municipais, que respeita a tradição e identidade locais, enquanto projeta estes espaços para o futuro, articulando as dimensões **social, económica, cultural e ambiental** do desenvolvimento sustentável. Através dele, o Município reforça o seu compromisso de liderar pela inovação e pela proximidade, em resposta aos desafios contemporâneos e às aspirações da sua comunidade.

4. Análise da Situação Atual

Os Mercados Municipais de Oeiras (MMO) são elementos enraizados na essência cultural e histórica desta região costeira de Portugal, desempenhando papéis distintos, cada um com suas características únicas:

Mercado Municipal de Oeiras:

Situado no centro histórico de Oeiras, este mercado é um testemunho da tradição e vitalidade da área. Com uma área de aproximadamente 2.400 metros quadrados o mercado oferece uma rica experiência sensorial, com as suas bancas coloridas, vitrais tradicionais e aroma tentador de produtos frescos. A variedade de produtos, como frutas, legumes, peixes frescos, produtos de panificação e queijos, reflete a diversidade culinária da região. O mercado atrai tanto os moradores locais na procura de autenticidade e conveniência, assim como os turistas na procura de uma amostra genuína da cultura local.

A gestão é uma colaboração entre a entidade municipal e os comerciantes, unindo esforços para manter a atmosfera tradicional e atender às necessidades da comunidade.

A ocupação atual deste equipamento é a seguinte:

MAPA DE OCUPAÇÃO	
N.º Bancas Ocupadas	26
N.º Bancas Vagas	42
N.º Lojas Ocupadas	8
N.º Lojas Vagas	1

Mercado Municipal de Porto Salvo:

Localizado em Porto Salvo, numa área residencial, este mercado desempenha um papel vital na vida cotidiana dos moradores locais, desde 1999. Com cerca de 400 metros quadrados, o mercado possui uma sensação acolhedora, refletindo o calor da comunidade que serve. A estrutura abriga uma variedade de quiosques e bancas que oferecem produtos frescos, regionais e locais. Os seus clientes principais são os habitantes dos bairros próximos que veem no mercado uma fonte confiável de alimentos frescos e de qualidade, bem como de produtos essenciais.

A ocupação atual deste equipamento é a seguinte:

MAPA DE OCUPAÇÃO	
N.º Lojas Ocupadas	18
N.º Lojas Vagas	0

Mercado Municipal de Algés:

Localizado à beira do Rio Tejo, o “Mercado de Algés”, com cerca de 1100 metros quadrados afeto ao mercado tradicional é mais do que um simples espaço de comércio. É um símbolo vivo da identidade cultural e histórica da região, cuja história remonta ao século XIX. Nos últimos anos, este icónico mercado tem sido palco de transformações significativas, refletindo não apenas as mudanças económicas e sociais da região como também a evolução dos hábitos de consumo e a procura por espaços multifuncionais.

Ao longo das décadas, o 'Mercado de Algés' testemunhou uma diversidade de atividades comerciais, desde a venda de produtos frescos até à gastronomia típica da região. No entanto, com o avanço da globalização e a proliferação de supermercados e grandes cadeias de distribuição, o mercado tradicional viu-se confrontado com desafios crescentes para se manter relevante e atrativo para a comunidade local. Neste contexto de mudança, o 'Mercado de Algés' tem procurado reinventar-se, adotando uma abordagem inovadora que combina tradição e modernidade. Uma das iniciativas mais marcantes foi a introdução de eventos culturais e gastronómicos, que não só atraíram novos públicos como também promoveram a valorização dos produtos locais e a preservação das tradições culinárias. Além disso, o mercado tem sido alvo de intervenções arquitetónicas e de requalificação urbana, visando criar um espaço mais funcional e atraente para os visitantes.

A preservação da arquitetura original e a integração de elementos contemporâneos têm sido uma prioridade, garantindo que o 'Mercado de Algés' mantenha o seu charme histórico, enquanto se adapta às exigências do século XXI. Assim, o desafio para os responsáveis pela atual gestão do 'Mercado de Algés' será o de encontrar um equilíbrio delicado entre a revitalização do espaço e a preservação da sua identidade e acessibilidade. Este equilíbrio requer uma abordagem holística, que envolva não apenas a requalificação física do espaço como também a promoção de políticas inclusivas que garantam a participação ativa de todos os segmentos da comunidade.

Na medida em que o 'Mercado de Algés' continua o seu caminho de transformação é importante reconhecermos o seu papel não apenas como um centro de comércio, mas também como símbolo de resiliência e de adaptação às mudanças. Ao preservarmos a sua história e as suas tradições, enquanto abraça a inovação e a modernidade, o 'Mercado de Algés' pretende afirmar-se como um património cultural vivo, enraizado no passado, mas voltado para o futuro.

A ocupação atual deste equipamento é a seguinte:

MAPA DE OCUPAÇÃO	
N.º Bancas Ocupadas	60
N.º Bancas Vagas	11
N.º Lojas Ocupadas	8
N.º Lojas Vagas	0

Mercado Municipal de Linda-a-Velha:

Há décadas que este mercado é o ponto de encontro dos habitantes locais onde se trocam não apenas produtos frescos e artesanato regional como também conversas animadas e histórias de vida. No entanto, nos últimos anos, este espaço emblemático tem enfrentado desafios significativos à medida que se debate entre a preservação da tradição e a necessidade de se adaptar aos tempos modernos.

Com as mudanças nos padrões de consumo e o surgimento de grandes superfícies comerciais nos arredores, o Mercado de Linda-a-Velha viu-se confrontado com uma redução gradual no número de visitantes e comerciantes. O ritmo acelerado da vida moderna e a conveniência oferecida pelos grandes centros comerciais têm levado muitos habitantes locais a procurar alternativas mais práticas para as suas compras diárias, ameaçando assim a sobrevivência deste mercado tradicional. No entanto, longe de se render à pressão da modernidade, o Mercado de Linda-a-Velha procura resistir com determinação, adotando uma abordagem inovadora com o objetivo de atrair novos públicos e revitalizar o espaço. Não obstante, apesar dos esforços louváveis, o Mercado de Linda-a-Velha enfrenta ainda desafios significativos no seu caminho para a revitalização. Atualmente, este mercado, devido à falta de condições estruturais, relativas à segurança, encontra-se encerrado para avaliação e obras.

Assim, o futuro do Mercado de Linda-a-Velha depende não só da sua capacidade de se adaptar às exigências do mercado contemporâneo como também, do apoio e envolvimento da comunidade local e das autoridades municipais. A preservação deste património cultural vivo é fundamental não apenas para a identidade de Linda-a-Velha assim como para a salvaguarda das tradições e saberes ancestrais que fazem deste espaço um lugar único e especial.

Mercado Municipal de Paço de Arcos:

No coração da vila de Paço de Arcos, no concelho de Oeiras, ergue-se um espaço com 1150 metros quadrados, que transcende o tempo: o Mercado Municipal de Paço de Arcos. Desde sua inauguração, em 1948, este mercado tradicional tem sido muito mais do que um mero local de comércio; é também um ponto de encontro vital onde se cruzam os aromas, sabores e histórias que caracterizam a região.

Conhecido pela sua rica variedade de produtos frescos, o mercado é um paraíso para os amantes da boa gastronomia. Das frutas e legumes mais coloridos ao peixe fresco ainda brilhante pescado na nossa costa, passando pelas carnes suculentas, queijos aromáticos e produtos regionais de sabor inigualável, aqui encontramos a essência da cozinha portuguesa na sua forma mais autêntica.

Mas o 'Mercado Municipal de Paço de Arcos' é muito mais do que uma simples feira de alimentos. É um lugar onde as histórias da comunidade se entrelaçam, onde os sorrisos dos vendedores e a conversa dos clientes criam uma atmosfera acolhedora e familiar. É um espaço onde se pode encontrar de tudo um pouco, desde artesanato a flores frescas e especiarias exóticas, assim como pães quentes e doces tentadores, cada produto contando sua própria história de tradição e qualidade.

Para os habitantes locais, o mercado é um ponto de referência incontornável nas suas vidas diárias. É onde se encontram com amigos e vizinhos, onde trocam receitas e segredos culinários, onde se mantêm vivas as tradições e os costumes que definem a identidade desta comunidade tão especial. Para os visitantes, o mercado é uma janela para a alma de Paço de Arcos. É onde se pode experimentar a verdadeira essência desta encantadora vila costeira, onde se pode sentir o pulsar da vida local e saborear o que há de melhor na gastronomia portuguesa.

A ocupação atual deste equipamento é a seguinte:

MAPA DE OCUPAÇÃO	
N.º Bancas Ocupadas	32
N.º Bancas Vagas	61
N.º Lojas Ocupadas	8
N.º Lojas Vagas	1

Mercados Municipais de Carnaxide e de Queijas

Apesar da gestão dos Mercados Municipais de Carnaxide e de Queijas se encontrar atualmente sobre a alçada da União de Freguesias de Carnaxide e Queijas, é recomendado que o presente Plano Estratégico dos Mercados Municipais seja adotado na gestão destes dois equipamentos.

O Mercado Municipal de Carnaxide, com uma área de construção de cerca de 2.000,00 m², encontra-se inserido numa zona maioritariamente residencial. Trata-se de um edifício do final da década de 80, cuja arquitetura se diferencia dos restantes mercados.

No que toca ao Mercado de Queijas, o equipamento tem uma localização central privilegiada, tirando partido da proximidade ao jardim, parque infantil, e do espaço confinante adornado de esplanadas, bem como disponibilidade de um parque de estacionamento.

Mas como podem estes mercados ser competitivos e atrativos num mundo moderno, em rápida transformação social e económica? Entendemos que uma das formas de respondermos a esta questão é começarmos por tentar obter uma compreensão abrangente dos fatores internos e externos que impendem sobre estes equipamentos. Desta forma, estaremos mais capazes de conseguir traçar um caminho estratégico mais informado procurando garantir que os mercados continuem a ser uma parte vibrante e valiosa da vida local.

Para começar a obter uma compreensão mais abrangente uma das soluções possíveis é a utilização de um instrumento de gestão conhecido: A análise SWOT. Um instrumento de apoio à gestão muito eficaz que nos irá permitir iniciar um processo de reflexão, da forma mais orientada do ponto de vista da análise, dos novos desafios que atualmente enfrentam, assim como, maximizar as oportunidades que moldarão certamente o desenvolvimento dos referidos mercados municipais de Oeiras.

Quadro 1: Análise SWOT

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
<ul style="list-style-type: none"> • A rica herança cultural e histórica dos mercados cria um apelo autêntico que atrai tanto os moradores quanto os visitantes; • A sua localização central e a presença em áreas residenciais potenciam um fluxo constante de clientes; • A diversidade de produtos frescos e tradicionais reflete a riqueza gastronómica local; • Importa registar ainda os relevantes princípios de sustentabilidade (económico, social e ambiental), a transição alimentar e a qualidade dos produtos vendidos; • A colaboração entre o executivo municipal e as associações de comerciantes fortalece a gestão e a conexão e integração comunitária; • Território altamente vocacionado para o “consumo” 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de atratividades, dada à inadequação dos equipamentos. infraestrutura, embora carregue um pendor tradicional, precisa de melhorias para acomodar as necessidades modernas e proporcionar uma experiência mais confortável.; • A ausência de uma estratégia de <i>marketing</i> sólida e de uma presença <i>online</i> dificulta a expansão do alcance dos mercados. • Ineficiência dos horários dos mercados, face às necessidades dos clientes; • O Município não tem vocação produtiva; • Falta de estacionamento • Necessidade de investimento na infraestrutura; • falta de disponibilidade dos produtores e vendedores de venderem no mercado.

OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> • Novos hábitos de consumo: crescente procura por produtos locais, orgânicos e artesanais cria uma oportunidade para ampliar as ofertas do mercado; • Qualidade dos produtos comercializados e atendimento personalizado; • A expansão da variedade de produtos e serviços ao nível da AML pode atrair um público mais amplo. Valorização do atendimento personalizado. Consumidores mais exigentes.; • O uso estratégico de redes sociais e <i>marketing</i> digital pode alcançar novos públicos e rejuvenescer o interesse; • A participação do Município de Oeiras como parceira dos projetos do FoodLink, ETA-Estratégia para a Transição Alimentar; e AML-Alimenta, é uma oportunidade para os mercados fazerem networking, trocaram experiências, e ir ao encontro da estratégia alimentar a uma escala mais alargada.; • 38% do solo da AML tem potencial de produção agrícola 	<ul style="list-style-type: none"> • A concorrência de supermercados modernos e de grandes superfícies comerciais impacta o fluxo de clientes, especialmente aqueles que procuram comodidade, representando um desafio para os mercados municipais; • Envelhecimento da população; • Mudanças nos padrões de consumo e preferências dos clientes podem impactar a procura; • Possíveis turbulências económicas podem afetar o poder de compra dos clientes e, conseqüentemente, as suas visitas aos mercados; • Marcante insuficiência gestonária. Inexistência de uma política para o comércio; • Falta de investimento e financiamento público ao nível nacional, nos mercados; • Existência de 114 bancas vagas; • Existência de 2 lojas vagas.

Esta análise fornece *insights* cruciais sobre a situação atual dos mercados municipais de Oeiras, bem como uma compreensão das forças internas e externas que influenciam o seu funcionamento. Com base nestes *insights* consideramos ser possível desenvolver estratégias robustas que permitam garantir o desenvolvimento contínuo e a vitalidade dos mercados municipais, mantendo a autenticidade e atendendo às necessidades evolutivas dos Oeirenses e de todos os outros que visitem o Território de Oeiras.

5. Objetivos Estratégicos

A definição dos objetivos estratégicos é uma etapa fundamental no processo de desenvolvimento dos Mercados Municipais de Oeiras.

Estes objetivos representam marcos claros e mensuráveis que direcionam os esforços em direção a um futuro mais promissor e mais inovador. Ao identificarmos as metas específicas para áreas-chave, como a experiência do cliente, a diversificação de produtos, a sustentabilidade e o envolvimento comunitário, os objetivos estratégicos fornecem uma base sólida para a tomada de decisão informada e a alocação eficaz dos recursos. Este capítulo explora de maneira concisa e detalhada os objetivos estratégicos definidos, destacando a sua importância na definição das ações implementadas, enquanto contribuem simultaneamente para a criação de mercados municipais de excelência que atendam as necessidades em constante evolução da comunidade e dos futuros visitantes. Tendo presente este desiderato podemos observar em seguida no Quadro 2 os 5 objetivos estratégicos que traçámos, as respetivas metas a atingir assim como as ações estratégicas que as suportam.

Quadro 2: Definição dos Objetivos Estratégicos

Objetivo 1	Aumentar o Fluxo de Clientes e Visitantes.
Meta	Aumentar o número médio de visitantes anuais nos mercados em 5 % no primeiro ano e 10% nos seguintes.
Ações estratégicas	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolver campanhas de <i>marketing</i> local direcionadas para atrair moradores de bairros próximos; • Realizar eventos temáticos sazonais, como festivais gastronómicos e feiras culturais, para atrair visitantes de outras áreas; • Reforçar a presença online dos mercados por meio de um site atraente e ativo nas redes sociais, promovendo ofertas especiais e informações relevantes.
Objetivo 2	Incrementar a Oferta de Produtos e Serviços.
Meta	Incrementar a oferta de produtos locais e regionais (AML), orgânicos e artesanais disponíveis nos mercados em 15% nos próximos dois anos.

<p>Ações estratégicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estabelecer parcerias com produtores locais/ AML para fornecer uma gama mais ampla de produtos frescos e orgânicos; • Incentivar os comerciantes existentes a expandir a sua oferta com produtos artesanais e exclusivos; • Introduzir áreas designadas para eventos, <i>workshops</i> e degustações, oferecendo experiências interativas aos clientes.
<p>Objetivo 3</p>	<p>Melhorar a Experiência do Cliente.</p>
<p>Meta</p>	<p>Aumentar a satisfação dos clientes em relação à experiência de compra em pelo menos 10% nos primeiros dois anos.</p>
<p>Ações estratégicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Investir na renovação das infraestruturas proporcionando espaços de qualidade mais confortáveis e mais acessíveis; • Implementar programas de formação empresarial (e outros) para os comerciantes/empresários em atendimento ao cliente, em comunicação e em novas tecnologias digitais; • Introduzir sistemas de <i>feedback</i>, como caixas de sugestões e pesquisas de satisfação, para melhor entender e responder às necessidades dos clientes.
<p>Objetivo 4</p>	<p>Promover a Sustentabilidade e as práticas Ecológicas.</p>
<p>Meta</p>	<p>Aumentar a taxa de reciclagem de resíduos em 20% até ao fim de 2027.</p>
<p>Ações estratégicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar programas de reciclagem e de compostagem em parceria com organizações locais; • Incentivar a eliminação de plásticos de uso único por parte dos comerciantes e promover embalagens ecológicas; • Sensibilizar os clientes sobre práticas sustentáveis por meio de campanhas de consciencialização e eventos educativos.
<p>Objetivo 5</p>	<p>Fortalecer o envolvimento da Comunidade Local.</p>
<p>Meta</p>	<p>Aumentar a participação da comunidade local em eventos e atividades dos mercados em 25%.</p>
<p>Ações estratégicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar reuniões regulares com representantes locais para discutir ideias, preocupações e sugestões; • Organizar eventos sociais e culturais, como feiras de artesanato e apresentações musicais, para atrair e envolver os moradores; • Criar um programa de voluntariado para envolver membros da comunidade na operação e promoção dos mercados.

Ao definirmos estes objetivos estratégicos claros e mensuráveis, o 'Plano Estratégico' visa orientar o desenvolvimento dos mercados municipais de Oeiras de uma maneira mais eficaz e direcionada. Cada objetivo reflete uma área-chave de melhoria e inovação o que permite garantir que os mercados se tornem, não apenas locais de comércio, mas também destinos vibrantes que enriqueçam a vida da comunidade local e atraiam visitantes de todos os lugares do mundo.

6. Estratégias de Desenvolvimento

No âmbito do desenvolvimento de espaços comerciais icónicos e culturalmente significativos, como os Mercados Municipais de Oeiras, a formulação de estratégias adequadas desempenha um papel crucial na consecução de objetivos ambiciosos. A abordagem de estratégias de desenvolvimento não apenas permite a adaptação às mudanças contemporâneas, assim como capacita a revitalização e a expansão das capacidades locais resultando em benefícios tangíveis tanto para a comunidade local quanto para os futuros visitantes. A criação de estratégias de desenvolvimento requer uma análise profunda da situação atual, um entendimento das tendências de mercado em constante evolução e a identificação de oportunidades únicas que esses espaços oferecem. Ao alinhar as estratégias com a visão mais ampla da preservação do património cultural e do enriquecimento da experiência do cliente, é possível traçar um caminho claro para aprimorar a atratividade, a sustentabilidade e o impacto positivo destes mercados. As estratégias de desenvolvimento podem abranger uma ampla gama de áreas, incluindo o aumento do fluxo de visitantes, a diversificação da oferta de produtos e serviços, a promoção de práticas sustentáveis e a construção de uma comunidade envolvida e coesa. A implementação bem-sucedida dessas estratégias exige uma abordagem holística que considere a alocação de recursos, a coordenação de esforços e a avaliação contínua dos progressos.

Neste capítulo, exploraremos detalhadamente as estratégias de desenvolvimento escolhidas para os Mercados Municipais de Oeiras. Cada estratégia foi meticulosamente selecionada para refletir as necessidades específicas e as aspirações da comunidade procurando oferecer um plano prático e mensurável que transforme os mercados em centros vibrantes de comércio, cultura e convívio. A análise profunda das estratégias proporcionará *insights* valiosos sobre como cada ação se encaixa no panorama geral do desenvolvimento dos Mercados Municipais de Oeiras contribuindo para uma visão abrangente de um futuro mais promissor e enriquecedor. Neste âmbito observemos em seguida o Quadro 3.

Quadro 3: Estratégias de Desenvolvimento

Estratégia 1	Melhoria das Infraestruturas
	<ul style="list-style-type: none"> Realizar reformas, modernizações e requalificação/ reabilitação do edificado para proporcionar um ambiente atraente, seguro, funcional e acessível a todos. Investir em áreas de convivência, bancadas, iluminação, entre outros.
Estratégia 2	Diversificação de Produtos e Serviços
	<ul style="list-style-type: none"> Incentivar a inclusão de produtos locais e regionais (AML), orgânicos e artesanais:
Estratégia 3	Marketing e Promoção
	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolver uma estratégia de marketing abrangente incluindo presença <i>online</i> (site do município, redes sociais e criação de um site dedicado aos mercados municipais de Oeiras), campanhas publicitárias locais e parcerias com influenciadores locais; Desenvolver estratégias dirigidas à sensibilização para o consumo local e consciente.
Estratégia 4	Envolvimento da Comunidade
	<ul style="list-style-type: none"> Promover a integração nas estratégias de responsabilidade social de entidades empresariais, designadamente através da atribuição de formação, bolsas de estudo ou microfinanciamentos a empreendedores, produtores ou artesãos em fase inicial dos seus projetos.

- Desenvolver projetos experimentais em colaboração com instituições de ensino superior (p.ex. o Instituto Superior Técnico) e entidades empresariais para implementar soluções inovadoras nas áreas de energia renovável, gestão eficiente de resíduos e segurança alimentar.
- Desenvolver parcerias com os stakeholders do Município, designadamente entidades empresariais, universidades, associações, bem como no âmbito do OCV.
- Estabelecer parcerias com entidades sociais para integração socioprofissional de jovens e outros públicos vulneráveis no mercado de trabalho, envolvendo comerciantes como mentores e formadores informais durante processos de requalificação profissional.

Estratégia 5	Desenvolvimento Sustentável
	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar práticas sustentáveis, como reciclagem, redução de resíduos e uso eficiente de recursos; • Promover os circuitos curtos; • Promover a produção e venda de produtos biológicos e ecológicos. • Eficiência Energética;

7. Plano de Ação

O capítulo do 'Plano de Ação' é um passo decisivo na jornada de desenvolvimento dos Mercados Municipais de Oeiras. Com as estratégias estruturadas e os objetivos definidos, estamos em condições de traduzir estas diretrizes em ações tangíveis e mensuráveis. Neste capítulo, iremos detalhar, de forma abrangente, as iniciativas específicas que serão implementadas para alcançar os objetivos delineados no plano estratégico. Cada ação proposta foi cuidadosamente projetada para abordar desafios específicos, aproveitar oportunidades e fortalecer os pontos fortes dos mercados. As ações abrangem uma variedade de áreas, desde a promoção do fluxo de clientes até a sustentabilidade ambiental, passando pela melhoria contínua da experiência do cliente e pelo fortalecimento do envolvimento comunitário.

Para cada ação, forneceremos detalhes sobre os responsáveis pela execução, os prazos para a implementação e os recursos necessários para garantir o sucesso. O foco na clareza, mensurabilidade e coordenação eficaz é a chave para garantir que o 'Plano de Ação' seja executado de maneira eficiente e alcance os resultados desejados.

Este capítulo representa um elo crucial entre as aspirações estratégicas e a realização prática. Ao transformar palavras em ações pretendemos dar vida à visão de um futuro vibrante e revitalizado para os Mercados Municipais de Oeiras.

A implementação diligente dessas ações pavimentará o caminho para um sucesso duradouro, onde os mercados continuarão a ser não apenas pontos de comércio, mas também destinos culturais, sociais e económicos essenciais para a comunidade. Neste âmbito atentemos agora ao Quadro 4.

Quadro 4: Plano de Ação

Ação 1	Aumento do fluxo de clientes e de visitantes
Ações Específicas	<ul style="list-style-type: none"> Investir na renovação do edificado e das infraestruturas, incluindo a melhoria da iluminação, bancas e áreas comuns.
Responsáveis	<ul style="list-style-type: none"> Departamento de Comunicação do Município de Oeiras; Associações de Comerciantes; Equipa de Gestão dos Mercados.
Prazos	<ul style="list-style-type: none"> Campanhas publicitárias contínuas; Calendário de eventos anual; Atualização mensal do site.
Recursos	<ul style="list-style-type: none"> Orçamento de marketing, Equipa de <i>design gráfico</i>, redatores de conteúdo e engenheiros de plataformas <i>web</i>.
Ação 2	Diversificação da Oferta de Produtos e Serviços

Ações Específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Estabelecer parcerias com produtores locais e regionais (AML) para aumentar a oferta de produtos frescos e orgânicos; • Incentivar os comerciantes a introduzir pelo menos uma oferta artesanal ou exclusiva nas suas bancas; • Designar áreas específicas e promover eventos, workshops e degustações sazonais; • Certificação de produtos locais; • Programação de Workshops/Fóruns dedicados à alimentação desportiva; • Criar Bancas Pop Up - espaços temporários ou rotativos nos mercados destinados à venda de produtos de projetos sociais, jovens empreendedores, iniciativas de economia solidária, entre outros.
Responsáveis	<ul style="list-style-type: none"> • Equipa de Gestão dos Mercados; • Associações de Comerciantes;
Prazos	<ul style="list-style-type: none"> • Parcerias estabelecidas ao longo do ano; • Produtos artesanais introduzidos ao longo do ano; • Eventos sazonais planeados anualmente.
Recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Negociação de parcerias; • Incentivos para comerciantes; • Espaço designado para eventos.

Ação 3	Melhoria da Experiência do Cliente
Ações Específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolver e ministrar formação regular aos comerciantes na área do atendimento ao cliente e técnicas de apresentação de produtos; • Implementar caixas de sugestões e pesquisas de satisfação para obter <i>feedback</i> dos clientes; • Adaptar os horários dos mercados às necessidades dos clientes, promover a entrega de produtos no domicílio; • Integração dos comerciantes dos mercados em ações regulares de consultoria e formação, em parceria com a rede de empregabilidade/empreendedorismo do Município, com foco em áreas fundamentais para o sucesso do negócio, como gestão, marketing, vendas e sustentabilidade; • Criação de voucher dirigido aos mercados municipais a incluir no kit de participação de provas desportivas municipais (e.g., Troféu das Localidades; Jogos de Oeiras; Corrida do Tejo; Marginal à Noite, etc.), bem como no âmbito do OCV, incentivando entidades empresarias integradas neste programa a adquirirem nos mercados locais os cabazes entregues no âmbito da Campanha de Natal a famílias vulneráveis ou para oferta aos colaboradores durante a época natalícia; • Desenvolver campanhas publicitárias locais destacando a autenticidade, frescura e variedade dos produtos dos mercados; • Criar um calendário anual de eventos temáticos, como feiras gastronómicas e festivais culturais;

	<ul style="list-style-type: none"> • Criar, atualizar e manter regularmente o site dos mercados, oferecendo informações atualizadas e promoções especiais.
Responsáveis	<ul style="list-style-type: none"> • Equipa de Gestão dos Mercados; • Departamento de Recursos Humanos; • Associação de Comerciantes.
Prazos	<ul style="list-style-type: none"> • Renovações realizadas ao longo do ano • Formação anual • Recolha de <i>feedback</i> contínuo.
Recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Orçamento específico para a renovação; • Equipa de formadores; • Caixas de sugestões e materiais de pesquisa.
Ação 4	Promoção da Sustentabilidade e Práticas Ecológicas
Ações Específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Promover a economia circular através da: Implementação de sistemas de reciclagem e de compostagem em parceria com as organizações locais; • Incentivar o reaproveitamento dos alimentos em fim de vida, através da transformação e criação de novos produtos; • Incentivar os comerciantes a adotar embalagens ecológicas e reduzir o uso de plástico; • Realizar campanhas de consciencialização sobre práticas sustentáveis durante eventos temáticos;
Responsáveis	<ul style="list-style-type: none"> • Departamento Municipal do Ambiente; • Associação Local de Comerciantes; • Equipa de Gestão dos Mercados.
Prazos	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de reciclagem e compostagem implementados ao longo do ano • Incentivos de embalagem introduzidos anualmente; • Campanhas de consciencialização durante os eventos.
Recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Parcerias no âmbito da reciclagem; • Atribuição de incentivos financeiros para comerciantes; • Utilização de materiais específicos de consciencialização.
Ação 5	Fortalecimento e Envolvimento da Comunidade
Ações Específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar reuniões anuais com representantes da comunidade para discutir ideias e obter <i>feedback</i>; • Planear e executar eventos sociais e culturais, como apresentações musicais e feiras de artesanato; • Estabelecer um programa de voluntariado para envolver a comunidade na operação dos mercados, designadamente voluntariado jovem para apoio a seniores na realização de compras nos Mercados Municipais, promovendo a interação intergeracional e a inclusão social;

	<ul style="list-style-type: none"> • Promover a interação do mercado com a comunidade escolar; • Promover a integração nas estratégias de responsabilidade social de entidades empresariais, designadamente através da atribuição de formação, bolsas de estudo ou microfinanciamentos a empreendedores, produtores ou artesãos em fase inicial dos seus projetos. • Desenvolver projetos experimentais em colaboração com instituições de ensino superior (p. ex. o Instituto Superior Técnico) e entidades empresariais para implementar soluções inovadoras nas áreas de energia renovável, gestão eficiente de resíduos e segurança alimentar. • Desenvolver parcerias com os <i>stakeholders</i> do Município, designadamente entidades empresariais, universidades, associações, bem como no âmbito do OCV. • Estabelecer parcerias com entidades sociais para integração socioprofissional de jovens e outros públicos vulneráveis no mercado de trabalho, envolvendo comerciantes como mentores e formadores informais durante processos de requalificação profissional. • Estabelecer um conselho consultivo de representantes da comunidade, comerciantes e autoridades locais para fornecer insights e feedback contínuos.
Responsáveis	<ul style="list-style-type: none"> • Equipa de Gestão do Mercado; • Associação Local de Comerciantes; • Escolas do Concelho;
Prazos	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniões anuais; • Eventos mensais; • Programa de voluntariado lançado anualmente.
Recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Atribuição de um orçamento específico; • Associação Local de Comerciantes; • Caixas de sugestões.

Cada ação delineada neste 'Plano de Ação' é projetada para ser clara, mensurável e diretamente alinhada com os objetivos estratégicos estabelecidos. A alocação de responsabilidades, prazos e recursos garantirá uma implementação eficaz e coordenada de cada ação. A monitorização contínua e a avaliação das atividades garantirão que este Plano Estratégico seja implementado com sucesso proporcionando um futuro vibrante e próspero para os mercados municipais de Oeiras.

8. Orçamento e Recursos

O sucesso da implementação do 'Plano de Ação' para o desenvolvimento dos Mercados Municipais de Oeiras depende da alocação adequada de recursos financeiros, humanos e tecnológicos. Neste capítulo, apresentamos uma estimativa de custos para cada ação delineada no plano, bem como a abordagem para a alocação e gestão dos recursos necessários.

Ação 1: Aumento do Fluxo de Clientes e Visitantes

- Campanhas Publicitárias Locais: estimativa de custo anual de 10.000,00€ para *design* gráfico, materiais impressos, merchandising, e anúncios *online*;
- Eventos Temáticos: orçamento anual de 15.000,00€ para organização, decoração e promoção;
- Atualização do Site: despesas anuais de 5.000,00€ para manutenção do site e gestão de conteúdo.

Ação 2: Diversificação da Oferta de Produtos e Serviços

- Parcerias com Produtores Locais e Regionais (AML): custos variáveis de 8.000,00€ por trimestre para aquisição de produtos adicionais;
- Incentivos a Comerciantes: orçamento anual de 5.000,00€ para subsidiar a introdução de produtos artesanais;
- Espaço para Eventos: investimento único de 7.000,00€ para a adaptação de espaços dedicados a eventos sazonais.

Ação 3: Melhoria da Experiência do Cliente

- Renovação dos edifícios e Infraestruturas: estimativa de 50.000,00€ por semestre para melhorias na iluminação, bancas, e áreas comuns de convívio;
- Formação em Atendimento ao Cliente: orçamento anual de 6.000,00€ para contratar formadores e fornecer materiais de formação.
- Feedback dos Clientes: despesas anuais de 2.000,00€ para implementar caixas de sugestões e pesquisas de satisfação.

Ação 4: Promoção da Sustentabilidade e Práticas Ecológicas

- Programas de Reciclagem e Compostagem: orçamento anual de 4.000,00€ para parcerias com organizações locais e custos de operação;
- Incentivos para Embalagens Ecológicas: estimativa de 3.000,00€ por ano para reembolsar comerciantes que adotem embalagens sustentáveis;
- Campanhas de Consciencialização: despesas anuais de 2.500,00€ para a execução de materiais de consciencialização e eventos educativos.

Ação 5: Fortalecimento da Comunidade e Envolvimento

- Eventos Sociais e Culturais: estimativa de 10.000,00€ por ano para planejar e executar eventos mensais;
- Programa de Voluntariado: investimento único de 3.000,00€ para lançar e promover o programa.

A alocação estratégica de recursos financeiros, humanos e tecnológicos é fundamental para impulsionar a implementação eficaz do 'Plano de Ação', garantindo que cada ação seja executada com diligência e que os objetivos estratégicos sejam alcançados de maneira sólida e sustentável.

Esses recursos cuidadosamente geridos servirão como pilares para o crescimento vibrante e a evolução contínua dos mercados municipais de Oeiras, fortalecendo a sua posição como destinos de excelência na comunidade.

Alocação de Recursos:

- **Recursos Financeiros:** será alocado um orçamento anual total de cerca de 180.500,00€ para todas as ações combinadas, com flexibilidade para ajustes conforme necessário;
- **Recursos Humanos:** as equipas de *marketing*, envolvimento comunitário e de gestão dos mercados serão responsáveis pela coordenação e execução das ações, com colaboração da Associação Local de comerciantes e voluntários da comunidade;
- **Recursos Tecnológicos:** será investido em atualizações regulares do site dos mercados, uso de redes sociais para divulgação e sistemas de colheita de *feedback online*.

A gestão eficiente dos recursos garantirá que o 'Plano de Ação' seja executado de maneira eficaz e dentro do orçamento. O compromisso contínuo com a alocação estratégica de recursos financeiros, humanos e tecnológicos contribuirá para o alcance bem-sucedido dos objetivos estratégicos e para a transformação positiva dos mercados municipais de Oeiras.

Em termos financeiros, os mercados municipais de Oeiras não dão lucro, todavia, são de uma relevância não quantificável, no que toca ao seu impacto ao nível social, económico, turístico, cultural, e mesmo na saúde da população, contribuindo para promover a agricultura e a pesca, e a economia local, gerando e mantendo empregos, disponibilizando alimentos da época, mais frescos e menos processados. Geralmente estão bem localizados e acessíveis à população, dando suporte à comunidade local, e permitindo o contato produtor- consumidor, dando apoio aos pequenos produtores que não têm escala para trabalhar com as grandes superfícies.

9. Monitorização e Avaliação

A implementação bem-sucedida do ‘Plano de Ação’ requer um sistema robusto de monitorização e avaliação contínuas que preveja uma avaliação intercalar cujos resultados permitam analisar a necessidade de revisão do plano, assente no progresso e medição dos objetivos estratégicos estabelecidos. Neste capítulo, delinearemos os indicadores de desempenho (*Key Performance Indicator – KPI*) que servirão como marcos mensuráveis para acompanhar a evolução das ações, para além de detalhar a frequência e a respetiva metodologia da avaliação. Observemos o Quadro 5 que nos apresenta os principais ‘Indicadores de Desempenho’:

Quadro 5: Indicadores de Desempenho dos objetivos estratégicos

Objetivo 1: Fluxo de Clientes e Visitantes	<ul style="list-style-type: none"> • KPI: Número médio de visitantes mensais em ambos os mercados; • Fórmula: (Total de visitantes / Número de meses); • Meta: Aumento de 5% no primeiro ano e 10% nos seguintes.
Objetivo 2: Incrementar a Oferta de Produtos e Serviços	<ul style="list-style-type: none"> • KPI: Variedade de produtos adicionais introduzidos em bancas e lojas; • Fórmula: (Número de novos produtos / Total de produtos existentes) x 100; • Meta: Aumento de 15% nos próximos dois anos.
Objetivo 3: Melhorar a Experiência do Cliente	<ul style="list-style-type: none"> • KPI: Índice de Satisfação do Cliente (medido através de pesquisas de satisfação); • Fórmula: (Número de clientes satisfeitos / Total de respostas) x 100; • Meta: Aumento de 10% nos próximos dois anos.
Objetivo 4: Promover a Sustentabilidade e Práticas Ecológicas	<ul style="list-style-type: none"> • KPI: Redução percentual do desperdício de resíduos; • Fórmula: ((Quantidade de resíduos anterior - Quantidade de resíduos atual) / Quantidade de resíduos anterior) x 100; • Meta: Redução de 15% até o final do próximo ano.

Objetivo 5: Fortalecer o envolvimento da Comunidade

- **KPI: Taxa de participação da comunidade em eventos e atividades;**
- **Fórmula: (Número de participantes / Total da população) x 100;**
- **Meta: Aumento de 25%.**

Apresentados os 'Indicadores de Desempenho' a ter em consideração, atendamos agora à definição da 'Frequência e Metodologia de Avaliação':

- A avaliação dos KPIs será realizada anualmente com acompanhamento contínuo;
- As equipas responsáveis pela implementação das ações serão encarregues de reunir dados relevantes e calcular os indicadores de desempenho;
- As pesquisas sobre satisfação serão conduzidas semestralmente com o objetivo de medir a experiência do cliente e a perceção da comunidade;
- Relatórios detalhados serão efetuados a cada trimestre resumindo o progresso em relação aos objetivos e KPIs estabelecidos;
- Os resultados das avaliações serão revistos pela equipa de gestão dos mercados, pela administração municipal e pela associação de comerciantes, permitindo ajustes estratégicos conforme necessário.

A monitorização e avaliação contínuas são cruciais para garantir que o 'Plano de Ação' permaneça no caminho certo, com correções oportunas que permitam atingir os resultados desejados. Esta abordagem interativa e adaptativa garantirá que os mercados municipais de Oeiras alcancem o seu pleno potencial como destinos vibrantes e relevantes para a comunidade e visitantes, enquanto se vão mantendo alinhados com os objetivos estratégicos estabelecidos. A frequência e a metodologia de avaliação, entretanto propostas, visam garantir uma monitorização contínua e abrangente do progresso em relação aos objetivos estratégicos estabelecidos para os mercados municipais de Oeiras.

Por meio de avaliações semestrais, serão reunidos dados relevantes e indicadores-chave de desempenho para cada estratégia, permitindo uma análise rigorosa do alcance de metas e

identificação de áreas de ajuste. A metodologia combina abordagens quantitativas e qualitativas, incluindo análise de dados estatísticos, pesquisas de satisfação dos clientes, *feedback* dos comerciantes e observações diretas. Este processo iterativo de avaliação proporcionará uma compreensão holística do progresso, permitindo a tomada de decisões informadas e a melhoria constante das ações implementadas.

10. Conclusão

O presente 'Plano Municipal Estratégico' delineou um roteiro abrangente e detalhado para o desenvolvimento sustentável e aprimoramento dos mercados municipais de Oeiras. Ao longo deste documento foi explorado a situação atual dos mercados, foram identificadas as oportunidades e desafios e definidos objetivos estratégicos que refletem uma visão ambiciosa para o futuro destes espaços comerciais emblemáticos.

Este documento reconhece a profunda importância cultural, histórica e comunitária dos mercados municipais, evidenciando estes equipamentos, não apenas como locais de transação comercial, mas como pilares fundamentais da identidade local. Através de uma análise abrangente destacámos os pontos fortes que conferem autenticidade e atração aos mercados, bem como as fraquezas que precisam ser superadas para otimizar a experiência do cliente.

Ao mesmo tempo, o plano identificou oportunidades que podem ser exploradas para diversificar e expandir as ofertas dos mercados. As tendências crescentes em direção a produtos locais, e regionais (AML) orgânicos e sustentáveis apresentam um cenário fértil para inovação.

Através da promoção da colaboração com produtores locais e regionais, e da incorporação de práticas ecológicas, os mercados têm o potencial de se tornarem líderes na adoção de uma abordagem mais sustentável para o comércio.

A análise SWOT destacou as ameaças que podem impactar os mercados, como a concorrência de supermercados e as mudanças nas preferências dos consumidores. No entanto, a estratégia delineada neste plano visa mitigar essas ameaças através do fortalecimento da comunidade e da implementação de medidas proativas, e resilientes como estratégias de *marketing* direcionadas e melhorias na experiência do cliente.

Os objetivos estratégicos, definidos com clareza e mensurabilidade, servirão como os pilares sobre os quais as ações serão implementadas. O aumento do fluxo de clientes, a diversificação da oferta de produtos, a melhoria da experiência do cliente, a promoção da sustentabilidade e o fortalecimento da comunidade formam um conjunto abrangente de diretrizes que guiarão as atividades futuras dos mercados municipais de Oeiras.

Por fim, este 'Plano Municipal Estratégico' reflete o compromisso coletivo de todas as partes interessadas - desde as autoridades municipais e comerciantes até os membros da comunidade - em garantir que os mercados municipais de Oeiras continuem a desempenhar um papel vital na vida local e a prosperar em um cenário em constante evolução. Ao implementar as estratégias delineadas neste plano com dedicação e paixão, estamos confiantes de que os mercados municipais de Oeiras se tornarão verdadeiras âncoras da cultura, comércio e convívio na região, beneficiando todos os envolvidos e deixando um legado duradouro para as gerações futuras.

Mercados Municipais, quem conhece confia!

O Mercado Municipal o seu lugar de ontem, de hoje e de amanhã!