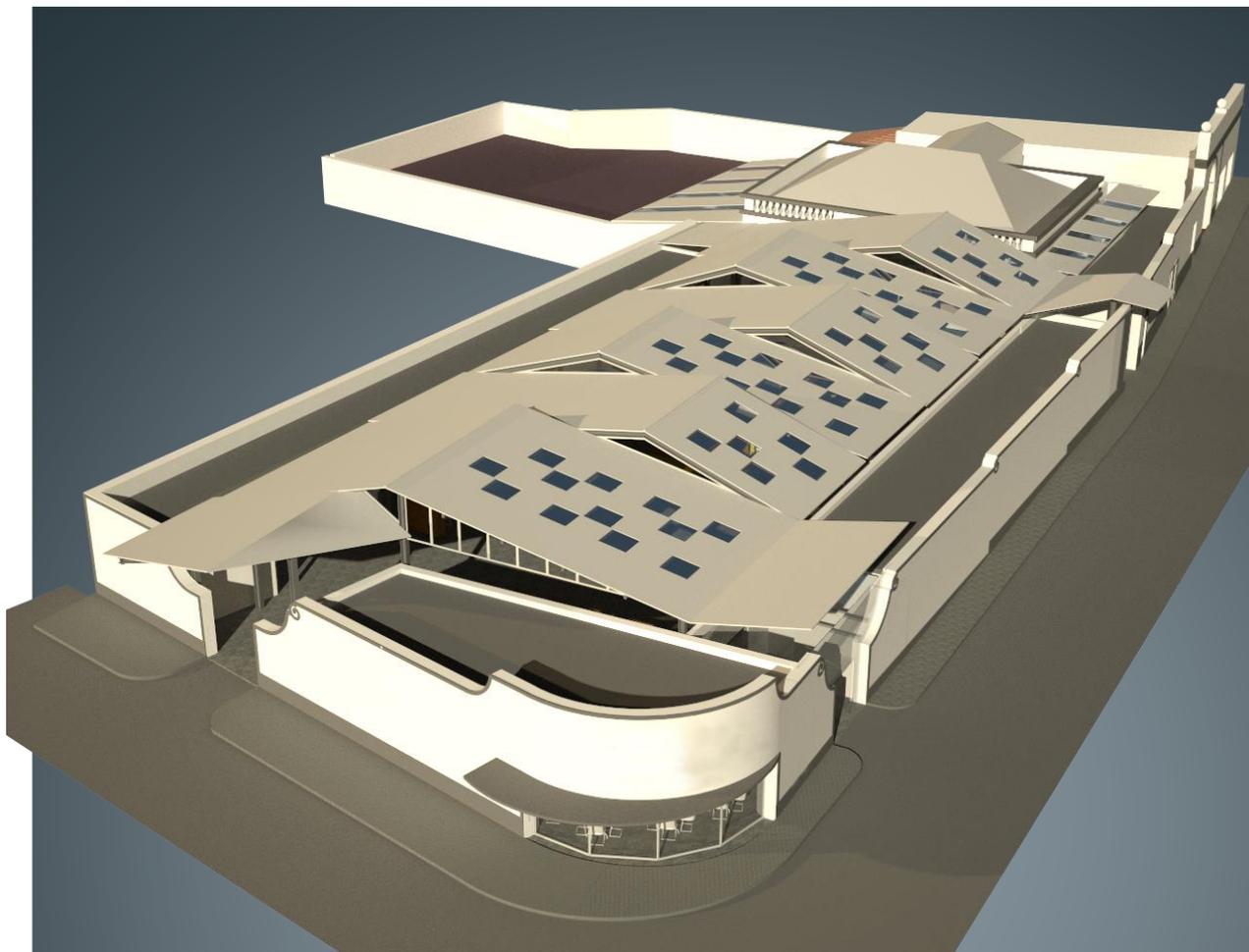


2018



# Missão, visão e eixos estratégicos do MERCADO enquanto CENTRO DE ACOLHIMENTO EMPRESARIAL DA HORTA

*no coração da Horta!*

## Introdução

A implementação do novo conceito de MERCADO enquanto Centro de Acolhimento Empresarial da Horta será tanto mais eficaz quanto se enquadrar e associar numa macroescala à Marca da Cidade da Horta e, numa microescala a uma Estratégia de Acolhimento Empresarial, Marketing e Publicidade nos seguintes domínios:

- Estabelecimento da **missão** e **visão** para o Mercado / Centro de Acolhimento Empresarial da Horta.

Propõe-se identificar **a missão do MERCADO** como:

- Acolhimento da Comunidade Empresarial, estimulando o empreendedorismo, onde as empresas satisfaçam as suas necessidades e promovam múltiplas relações sociais;
- Promoção de produtos e serviços que integrem ou valorizem o património endógeno seja agroalimentar, artesanal, etnográfico, paisagístico, arquitetónico, cultural, náutico e marítimo, etc. potenciando a sua fruição e interligando valências;
- Incentivo à criação de uma rede interna entre os empresários que se instalem no MERCADO, estimulando a comercialização de produtos e serviços, entre si.
- Fornecer soluções de trabalho inovadoras e flexíveis, onde as empresas encontrem as infraestruturas ideais para o início ou crescimento do seu negócio, a custos controlados e acessíveis;
- Potenciar e incentivar o cuidado na apresentação dos produtos (vitrinismo) e serviços, enquanto ferramentas de valorização e promoção;
- Centro de convivência social em paralelo com a vertente empresarial e turística;
- Potenciador de oportunidades de criação de emprego;
- Promotor da sustentabilidade social, económica e ambiental.

A **definição da visão** depende do estabelecimento de **eixos estratégicos** e prioritários de intervenção que poderão ser:

- **VIDA e CRIATIVIDADE:** Pretende-se que o MERCADO seja um espaço de interatividade, não só como espaço de desenvolvimento empresarial, mas também como ponto de referência e criatividade na vivência do Centro Histórico. Será um acelerador de oportunidades e catalisador da criatividade.

- **MOTOR:** Procura-se estabelecer o MERCADO como impulsionador dos serviços e comércio de proximidade no Centro Histórico, como gerador de emprego, empreendedorismo e desenvolvimento económico.
- **SUSTENTABILIDADE:** Reforçar o MERCADO como uma referência na promoção da sustentabilidade social, económica e ambiental.

Como sejam:

EIXO ESTRATÉGICO	OBJETIVOS	MEDIDAS	INDICADORES
A. VIDA e CRIATIVIDADE	A1. Reforçar o MERCADO como equipamento revitalizador do Centro Histórico da Horta	MA1a. Implementar uma agenda promocional estabelecendo eventos e dias para atrair investidores, cidadãos e turistas  Workshops diversos Feiras temáticas Eventos culturais/empresariais/ /comerciais	IA1a. Nº de eventos agendados  IA1b. Nº de pessoas envolvidas
	A2. Promover uma imagem de marca do MERCADO enquanto Centro de Acolhimento Empresarial da Horta, dinamização social e turística	MA2a. Conceção de uma imagem de marca que unifique as empresas aqui representadas e com a qual os utentes se identifiquem;  MA2b. Página de internet e facebook de divulgação das empresas e da programação anual	IA2a. Medição da afluência  IA2b. Medição da evolução de vendas/serviços prestados
B. O MERCADO COMO MOTOR	B1. Dinamizar os produtos e serviços endógenos	MB1a. Criar um espaço-âncora no corpo de apoio à gestão, que servirá como referência face à qualidade de atendimento, produtos e serviços prestados.  MB1b. Criar Feiras periódicas de promoção dos produtos e serviços endógenos  MB1c. Mobilizar atores e entidades locais	IB1a. Nº de eventos agendados  IB1b. Nº de pessoas envolvidas  IB1c. Estatística de vendas ou serviços prestados
	B2. Promover o emprego e o aparecimento de PME's (Pequenas e Médias Empresas)	MB2a. Conceder majorações aos empresários que criem postos de trabalho de forma direta e indireta	IB2a. Contabilizar o nº de funcionários diretos e indiretos

EIXO ESTRATÉGICO	OBJETIVOS	MEDIDAS	INDICADORES
C. O MERCADO NA PROMOÇÃO DA SUSTENTABILIDADE	C1a. Assegurar uma boa reciclagem dos RSU		
	C1b. Promover a educação ambiental e para a saúde		IC1a. Monitorização dos ecopontos
	C1c. Promover a recolha e reaproveitamento das águas pluviais para rega e lavagens (infraestruturas já asseguradas em fase de obra)	MC1a. Incentivar os empresários, fornecedores e utentes em geral a contribuir para a recolha seletiva	IC1b. Nº de pessoas envolvidas
	Energias alternativas C1d. Introdução de painéis solares para o aquecimento das águas sanitárias (infraestruturas já asseguradas em fase de obra)	MC1b, c e d. Canalizar para o MERCADO algumas das ações de sensibilização ambiental e de boas práticas na população em idade escolar	IC1c. Estatística da população alcançada
	C1e. A entidade gestora irá aderir à Cartilha da Sustentabilidade dos Açores e incentivar a que os empresários que se instalem no MERCADO a aderirem também	MC1e. Promover ações de sensibilização ambiental e de boas práticas de sustentabilidade e especificamente no âmbito da Cartilha da Sustentabilidade dos Açores	IC1e. Indicadores que venham a ser propostos na adesão à Cartilha da Sustentabilidade

### Melhoria da sustentabilidade

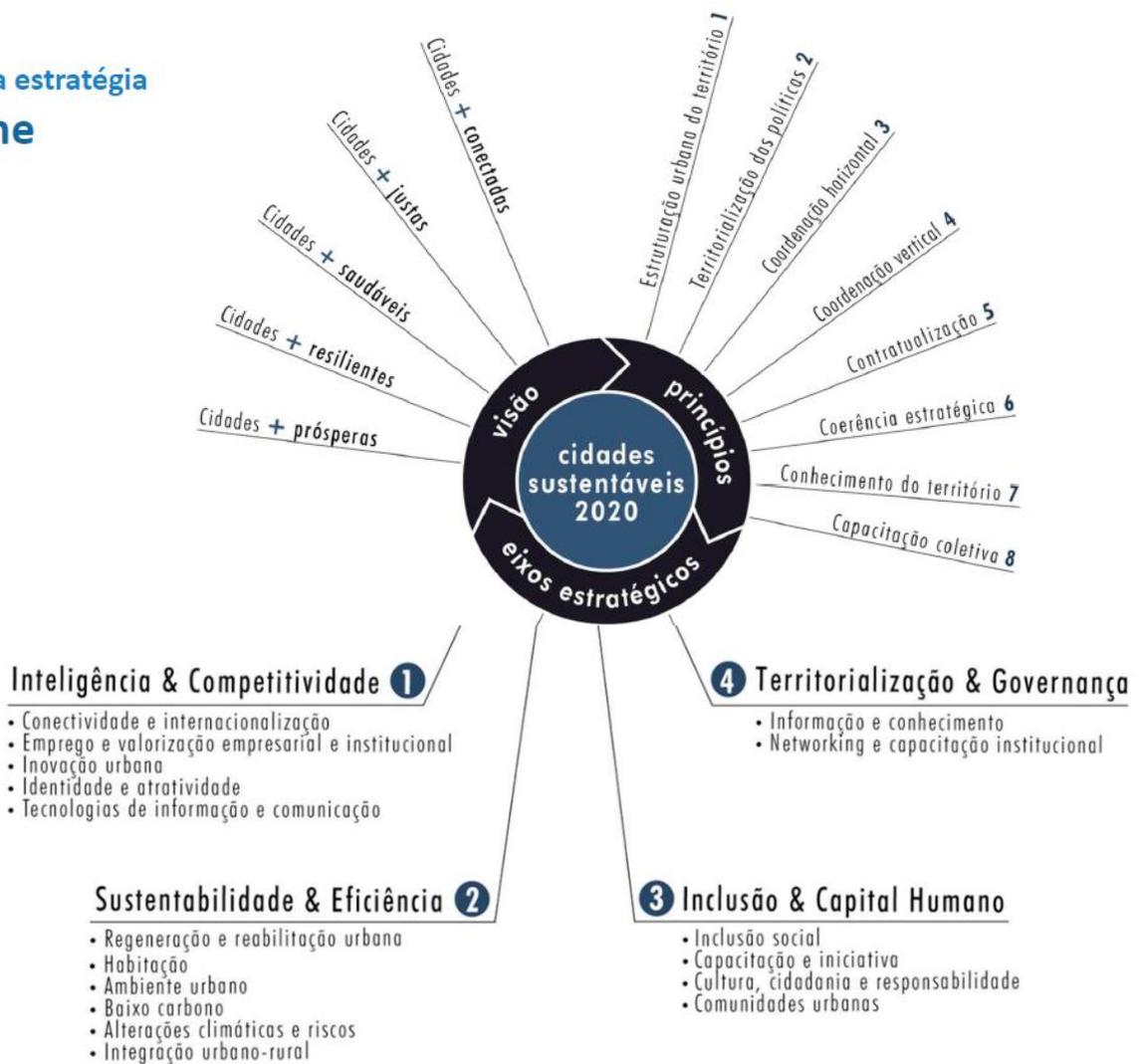
Existe ainda uma preocupação em enquadrar o presente equipamento em pressupostos de melhoria da sustentabilidade, como é o caso da **estratégia “Cidades Sustentáveis 2020”<sup>1</sup>**. É uma mais-valia por si,

<sup>1</sup> Publicada em DR por Resolução do Conselho de Ministros nº 61/2015 de 11 de agosto, disponível na internet em <[http://www.poci-competete2020.pt/admin/images/RCM\\_61\\_2015.pdf](http://www.poci-competete2020.pt/admin/images/RCM_61_2015.pdf)>

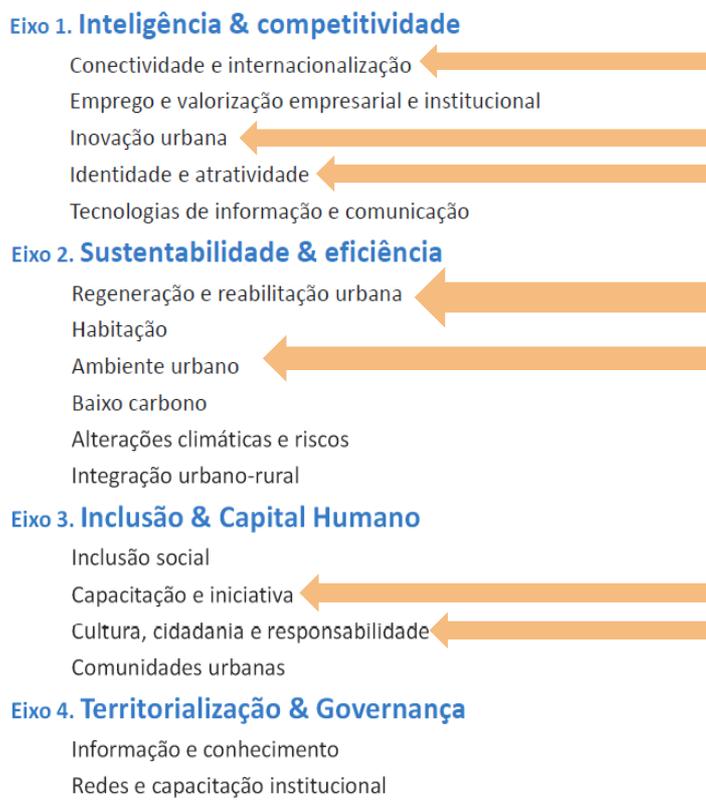
considerando a importância crescente num futuro sustentável das nossas cidades, e no âmbito da candidatura a Fundos Comunitários uma vez que esta estratégia segue os pressupostos estabelecidos no “Portugal 2020”, logo na base dos Fundos Comunitários criados para o nosso País e Região.

“A estratégia “Cidades sustentáveis 2020” configura-se como uma proposta de âmbito nacional, aplicável ao nível local, para um futuro mais sustentável das nossas cidades, articulando uma visão com um conjunto de princípios orientadores e quatro propostas de eixos estratégicos de intervenção.”

**Definir a estratégia**  
**O leme**



O Centro de acolhimento empresarial da Horta enquadra-se em alguns destes eixos estratégicos, nomeadamente nas seguintes medidas orientadoras:



**Construtivamente asseguraram-se quatro medidas de melhoria da sustentabilidade do edifício, nomeadamente:**

- Aproveitamento das águas pluviais (recurso abundante na região estimado em cada m2 de cobertura inclinada a recolha anual de 1000m3) para fins que não para consumo, nomeadamente para lavagens e rega;
- Aproveitamento de energias alternativas, nomeadamente a solar para aquecimento das águas sanitárias;
- Redução do consumo energético, introduzindo luminárias a LED.
- O recurso ao aço para a estrutura da nova cobertura que é um material 100% reciclável e 100% reaproveitável, que pode ser reciclado indefinidamente sem perder qualidade, mantendo inalteradas características como resistência e dureza.

## Conceção da Marca ou Identidade Visual do MERCADO e seu logótipo que transmita, de forma intuitiva, os produtos e serviços que aqui serão comercializados

A Marca reúne uma série de conceitos que Kapferer (1998, pág. 190) resume da seguinte forma:

*“Uma marca é ao mesmo tempo signo, palavra, objeto conceito.*

*Signo, pois a marca é multiforme: ela integra os signos figurativos, como os logotipos, os emblemas, as cores, as formas, as embalagens e o design.*

*Palavra, no caso o nome da marca, que é suporte de informação oral ou escrita sobre o produto.*

*Objeto, pois a marca distingue um, ou vários, produtos de outros produtos ou serviços.*

*Conceito, enfim, pois a marca, como todo o signo, tem um significado, ou seja, um sentido.”*

A imagem de marca será utilizada praticamente em toda a comunicação do MERCADO, nomeadamente nos seus documentos administrativos, formulários, cartazes e materiais de divulgação, e será aplicada no desenvolvimento dos projetos e iniciativas da sua responsabilidade ou em parcerias, entre outras.

- Conceção, produção e fornecimento de **senalética** para uniformizar a identificação:
  - Das galerias/lojas fixas; (exemplo: bandeirola a fixar ao pilar metálico na perpendicular à fachada das galerias/lojas) – incluindo: materiais, cores, dimensionamento e modo de fixação, versatilidade na mudança do “utente” da loja/galeria, etc.
  - Dos serviços prestados como o Posto de informação e demais infraestruturas coletivas como o corpo de apoio (refrigeração de produtos), sala multifunções (reuniões e armazenamento do mobiliário pop-up);
  - Das lojas pop-up;
  - Os preçários;
  - Etc;
  
- Conceção, produção e fornecimento de **vestuário e de sacos reutilizáveis** para identificação dos lojistas/galeristas/empresários e uniformização da imagem:
  - Exemplo: avental, T-shirt ou colete, lenço, touca (ex. pessoal da cozinha do restaurante/snack-bar) ou boné etc. com aplicação do logótipo/imagem de marca do MERCADO;Incluindo a definição dos tecidos/telas, cores, forma de aplicação do logótipo/identidade visual do MERCADO;

- Definição de **medidas e respetiva calendarização que promova o acolhimento empresarial<sup>2</sup> e o conceito subjacente ao MERCADO**, assim como estímulo para a criatividade e empreendedorismo<sup>3</sup>.
- Conceção de **Presença nas redes sociais - página web dedicada ao MERCADO e página facebook** (incluindo agenda digital) para a promoção e divulgação do Centro, seus produtos e eventos;
- **Possibilidade de adequação dos serviços prestados pelo MERCADO à estratégia de operacionalização da «Marca Açores»**, considerando a promoção e valorização relevante dos recursos endógenos. Poderá considerar-se uma candidatura dos serviços prestados pelo MERCADO à «Marca Açores»:



*“Os produtos açorianos, considerando-se para este efeito os tradicionais bens transacionáveis e os serviços, nomeadamente o turismo, devem diferenciar-se dos demais concorrentes diretos, por serem originários de uma Região com uma pegada ecológica de elevado valor ambiental.”<sup>4</sup>*

- A preparação de futuros protocolos com vista à prestação de **serviços avançados** aos empresários/utentes do MERCADO numa lógica de pacotes/redes de serviços que complementem a atratividade da implementação/colaboração com este equipamento, em articulação com os empresários sítios no Centro Histórico da Horta. **Para que o MERCADO potencie não só a integração nas suas infraestruturas, mas tenha uma ação mais abrangente de revitalização empresarial do Centro Histórico da Horta.**

O Conselho de Administração da Urbhorta  
Entidade Gestora do MERCADO

<sup>2</sup> Ter em conta a articulação com o Parque Empresarial e Tecnológico preexistente onde o CAEH seria uma eventual catapulta para o crescimento e integração naquela infraestrutura.

<sup>3</sup> Exemplo de Empreendedorismo que podia enquadrar-se no Centro de Acolhimento Empresarial da Horta: Arq.<sup>a</sup> Açoriana cria malas utilizando madeira de criptoméria, couro de fibra de ananás e impressoras 3D, disponível em: <<https://shar.es/1EPRAp>>

<sup>4</sup> Objetivos Estratégicos da Marca Açores disponível em: <<https://www.marcaacores.pt/index.php?op=objetivos>> e consultado a 14 de dezembro de 2018.