




Relatório Público de Participação

Economia de Proximidade:
Resultados da participação coletiva

 Relatório dos resultados do processo de participação pública, desenvolvido em 2024, sobre o comércio local da cidade

Câmara Municipal de Lisboa
Maio de 2025



Índice

CONSTRUIR LISBOA OUVINDO A CIDADE		6
INTRODUÇÃO		7
MESAS REDONDAS	PRINCIPAIS PROPOSTAS E RECOMENDAÇÕES POR ÁREAS ESTRATÉGICAS	7
QUESTIONÁRIO ONLINE	COMERCIANTES	12
	Perfil dos respondentes	15
	Desafios sentidos pelos comerciantes	15
	Medidas prioritárias que devem ser tomadas pela CML	15
	Expetativas para o negócio e atividade a curto, médio e longo prazo	16
	Perfil Sociodemográfico dos respondentes	17
	Questão aberta aos comerciantes	20
	Conclusões	21
	CONSUMIDORES	21
	Locais de compra	22
	Frequência com que faz compras, por local específico	23
	Meios de transporte	24
	Satisfação com o comércio	25
	Conclusões	31

SESSÕES PARTICIPATIVAS PRESENCIAIS	32
A. Comerciantes – Desafios Identificados Propostas	32
B. Comerciantes da Rua da Prata e Rua dos Franqueiros – Foco Territorial Propostas	33
C. Cidadãos – Consumidores (residentes, estudantes e trabalhadores) Propostas	33
Avaliação das sessões pelos participantes	33
PRINCIPAIS CONTRIBUTOS RECOLHIDOS	34
CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES	34
ANEXOS	34

RELATÓRIO PÚBLICO DE PARTICIPAÇÃO

CONSTRUIR LISBOA OUVINDO A CIDADE

O comércio de proximidade é muito mais do que uma atividade económica — é um elemento essencial da identidade e da vitalidade dos bairros de Lisboa. É nas lojas, nos mercados e nos pequenos negócios que se constroem relações de confiança, se dinamizam as ruas e se promove a coesão social.

Mais do que um setor económico, o comércio local da cidade é um pilar identitário que distingue Lisboa de tantas outras capitais europeias — uma cidade onde tradição e inovação convivem lado a lado, todos os dias.

Este relatório é o reflexo de um processo participado, aberto à escuta ativa dos comerciantes e consumidores. Nele reunimos contributos valiosos, desafios partilhados e aspirações coletivas que vão orientar a construção de políticas públicas mais eficazes, realistas e inclusivas e, em particular, a nossa Estratégia para a Economia de Proximidade. Queremos apoiar quem, com dedicação diária, mantém viva a cidade e responde às novas exigências, sem perder a autenticidade que faz de Lisboa um lugar único.

Agradeço a todos os comerciantes, entidades e cidadãos que participaram neste processo. O seu envolvimento é decisivo para uma cidade que se quer mais justa, moderna e inovadora.

Lisboa é feita de todos e para todos. Uma cidade dinâmica, inovadora e humana, onde o comércio de proximidade continuará a ter um papel central na construção de um futuro mais justo e sustentável. Onde a sua memória histórica e identidade perdurarão por vários anos.

Continuaremos a trabalhar lado a lado com quem faz da proximidade uma força, e da cidade um espaço para todos.

Diogo Moura

Vereador da Economia e Inovação
Câmara Municipal de Lisboa

RELATÓRIO PÚBLICO DE PARTICIPAÇÃO ECONOMIA DE PROXIMIDADE

INTRODUÇÃO

A revitalização do comércio local e tradicional é um desafio central para uma cidade viva, equilibrada e inclusiva. Com base nesse princípio, a Câmara Municipal de Lisboa (CML) promoveu, ao longo de 2024, um conjunto de ações de auscultação pública sobre a temática **“Economia de Proximidade | Comércio e Serviços”**.

O objetivo foi ouvir comerciantes, agentes do setor, residentes e demais cidadãos que se deslocam à cidade para trabalhar ou estudar, para compreender os hábitos de consumo, identificar os principais desafios, definir prioridades e recolher sugestões para modernizar e dinamizar o comércio de rua, através de um processo colaborativo e transparente.

Este relatório resume os contributos recolhidos através de um processo de auscultação que decorreu em três momentos:

- **Mesas redondas** com especialistas, associações e entidades representativas.
- **Questionário online** dirigido a consumidores (residentes e não residentes, que trabalham e estudam em Lisboa) e comerciantes.
- **Sessões participativas** presenciais com consumidores e comerciantes.

Foi adotada uma abordagem mista, combinando métodos qualitativos e quantitativos, incluindo momentos de reflexão coletiva com ferramentas de escuta ativa. Estes momentos permitiram recolher perspetivas concretas e realistas sobre o presente e o futuro do comércio de proximidade em Lisboa.

*Realizado em colaboração com a Divisão de Participação do Departamento de Relação com o Município e Participação.

MESAS REDONDAS

Foram realizadas duas mesas redondas, com curadoria e moderação do Gabinete do Vereador com o Pelouro da Economia e Inovação, que reuniram representantes de associações empresariais, especialistas, académicos e técnicos municipais.

1. Mesa de 2 de fevereiro de 2024 – Revitalizar a Baixa de Lisboa

Este encontro teve como foco a revitalização do comércio na Baixa de Lisboa, com participação de empresários, académicos, lojistas e especialistas, que debateram o futuro desta zona histórica.

Principais propostas e recomendações por áreas estratégicas:

- **Espaço público e segurança:** Reforço da limpeza urbana e da iluminação, instalação de câmaras de videovigilância e presença policial como fatores-chave para devolver segurança e atratividade à Baixa.
- **Segurança e limpeza:** Reforço da iluminação, presença policial, videovigilância e limpeza contínua. Dinamização cultural.
- **Planeamento e gestão urbana:** Criação de uma agência de promoção territorial e uma entidade de governação integrada, capaz de articular Freguesias, Administração Central, sociedade civil e setor privado – Criação de entidade gestora para Baixa-Chiado. Gestão partilhada entre entidades públicas e privadas. Urbanismo comercial adaptativo que acompanhe as mudanças do setor. Estabelecer unidades de gestão local para acompanhar e monitorizar estratégias de desenvolvimento urbano.
- **Apoio ao comércio local e tradicional:** Subsídios para lojas históricas. Plano de marketing municipal. Programas de capacitação e incentivos à digitalização. Propostas para campanhas de valorização das Lojas com História e incentivos à ocupação de espaços devolutos por negócios criativos. Criar a figura do “gestor comercial local” para apoiar os negócios e otimizar a gestão do comércio.
- **Dinamização comercial:** Ocupação temporária de espaços devolutos por artistas, criadores e novos negócios. Bolsa de espaços comerciais com rendas acessíveis para apoiar novos negócios. Planeamentos de mix de negócios equilibrado. Estabelecer parcerias com proprietários detentores de ativos estratégicos não utilizados.
- **Política fiscal e arrendamento:** Criação de medidas para conter a especulação imobiliária, promover contratos estáveis e atrair novos negócios com rendas acessíveis. Criar incentivos fiscais para empresas que investem em marketing e publicidade – a Baixa de Lisboa como destino comercial e turístico.
- **Licenciamento e regulação:** Revisão da legislação sobre arrendamento comercial. Realizar pilotos para avaliar eficácia de medidas no território antes da aplicação definitiva de normativos. Medidas contra a especulação. Rever o Plano de Pormenor da Baixa-Chiado.
- **Mobilidade e infraestruturas:** Ordenamento do estacionamento. Desenvolver estratégias de mobilidade urbana que combinem transporte público, estacionamento, cargas e descargas, e opções de entrega.

- **Monitorização:** Estabelecer um sistema de avaliação de impacto, que permita vir a ajustar as estratégias conforme necessário. Promover a figura do “gestor comercial local”.

Conclusões e próximos passos:

Os próximos passos envolvem a implementação de projetos-piloto, revisão regulatória e ações de capacitação e apoio ao comércio tradicional.

2. Mesa de 7 de maio de 2024 – Economia de Proximidade: Desafios e soluções

Esta mesa reuniu representantes de associações do setor e entidades municipais. Participaram diversas associações representativas do setor do comércio e serviços da cidade de Lisboa, nomeadamente:

- União de Associações do Comércio e Serviços (UACS)
- Associação Avenida
- Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP)
- Associação da Baixa Pombalina
- Associação Portuguesa de Centros Comerciais (APCC)
- Associação da Economia Digital (ACEPI)

Estas associações contribuíram com um conjunto alargado de propostas, sugestões e preocupações partilhadas, destacando-se:

- **Licenciamento e regulação:** Necessidade de rever o licenciamento zero e de planear estrategicamente a ocupação do território por tipologia de comércio.
- **Planeamento comercial:** Plano estratégico de ordenamento comercial por bairro para evitar homogeneização da oferta comercial e garantir diversidade. Controlo sobre a transformação de lojas em hotéis.
- **Segurança e Requalificação do espaço público:** Combate à venda ambulante ilegal. Soluções de acolhimento digno para pessoas em situação de sem-abrigo. Reforço do policiamento e instalação de equipamentos de vigilância em zonas críticas (Avenida da Liberdade, Baixa Pombalina). Novas infraestruturas de apoio, requalificação do mobiliário urbano e zonas verdes, para melhorar a atratividade e a experiência de compra.
- **Digitalização e modernização:** Incentivos à presença online dos pequenos comerciantes e à adoção de novas tecnologias. Criação de programas de capacitação de microempresas, incentivos financeiros para modernização digital e maior visibilidade online.

- **Descentralização turística:** Propostas para atrair consumidores e turistas a outras zonas da cidade, como Marvila, Beato e Lumiar, descongestionando o centro histórico.
- **Mobilidade:** Descentralização do turismo. Criação de zonas de tomada e largada de passageiros. Melhor comunicação sobre cortes e condicionamentos de trânsito.
- **Promoção do comércio local e combate à descaracterização do comércio tradicional:** reforço do programa e definição de **estratégias específicas de promoção para as “Lojas com História”**. Criação de mapas e itinerários comerciais temáticos. Experimentação de pop-up stores e incubação de negócios.
- **Esplanadas:** revisão de regulamentação para um melhor ordenamento do espaço público. Licenciamento mais simples e flexível, equilibrando os interesses comerciais com a qualidade do espaço urbano.
- **Revisão das regras sobre feiras e mercados temporários,** com o objetivo de evitar distorções na concorrência com o comércio estabelecido.
- Sugestões de adoção de **modelos de gestão inspirados em centros comerciais** (na Baixa Pombalina), com enfoque em estratégias de marketing e fidelização de clientes.

Os vários contributos reforçaram a necessidade de uma abordagem colaborativa entre o município e as estruturas representativas do setor, garantindo a construção de políticas ajustadas às realidades do território.

Conclusões e próximos passos:

As associações têm um papel crucial no implemento de medidas concretas e no acompanhamento das propostas.

O Vereador Diogo Moura encerrou a sessão reconhecendo a necessidade de:

- Rever a estratégia de ordenamento comercial, ajustando o plano da Baixa Pombalina.
- Fortalecer a segurança e fiscalização, especialmente contra a venda ambulante ilegal.
- Apoiar a transição digital dos comerciantes, criando incentivos e programas de capacitação.
- Rever a regulamentação de esplanadas e espaço público, garantindo equilíbrio entre comércio e qualidade de vida.
- Criar canais de comunicação mais eficazes entre a CML e as associações, garantindo colaboração contínua.

QUESTIONÁRIO ONLINE

Disponibilizado em outubro de 2024, o questionário reuniu **2084 respostas válidas:** 192 de comerciantes e 1880 de consumidores.

O questionário dividiu-se perante dois públicos distintos: foi realizado um questionário para consumidores e outro para comerciantes, organizado em três áreas temáticas.

ÁREAS TEMÁTICAS

HÁBITOS DE CONSUMO

<Definição dos hábitos de consumo	Comerciantes de todas as zonas do Município de Lisboa: Comerciante(s), proprietário(s) e trabalhador(es).
<Identificar as áreas preferenciais para a realização de compras	
<Descrição dos fatores determinantes na realização de determinadas compras	Consumidores: Cidadãos (residentes, estudantes e trabalhadores na cidade de Lisboa).

MODERNIZAÇÃO E DINAMIZAÇÃO DO COMÉRCIO

<Identificar a origem e quais principais problemas que afetam o comércio local e tradicional.	Comerciantes de todas as zonas do Município de Lisboa: Comerciante(s), proprietário(s) e trabalhador(es).
<Apresentar soluções para corrigir as dificuldades identificadas.	
<Assinalar e caracterizar as zonas que carecem de uma intervenção mais urgente.	

HÁBITOS DE CONSUMO

<Perceber as necessidades formativas face às dinâmicas e modernização do setor.

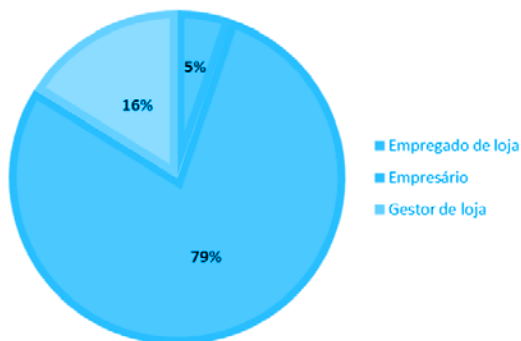
Comerciantes de todas as zonas do Município de Lisboa: Comerciante(s), proprietário(s) e trabalhador(es).

Comerciantes

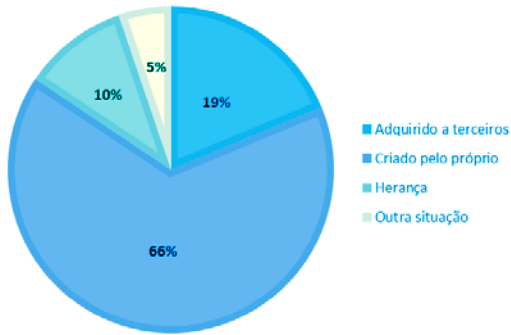
Perfil dos respondentes

- 66% criaram os próprios negócios.
- 78% arrendam os espaços dos seus estabelecimentos.
- Setores principais de atividade: restauração, bebidas e vestuário.
- 55% dos estabelecimentos têm menos de 5 trabalhadores.
- Localização com mais participantes no questionário: freguesia do Arroios (38%).

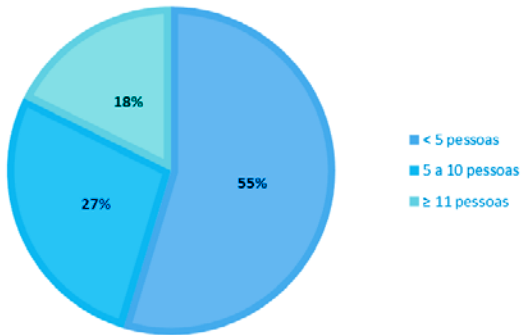
Como se identifica?



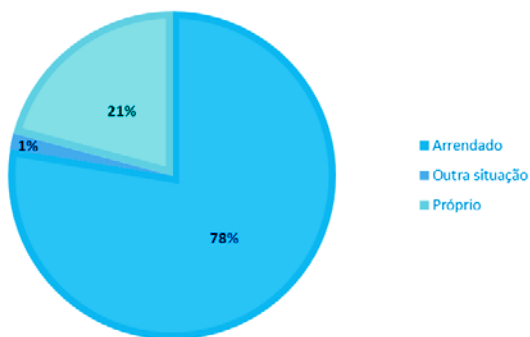
Origem do Estabelecimento/Negócio | Situação do Negócio



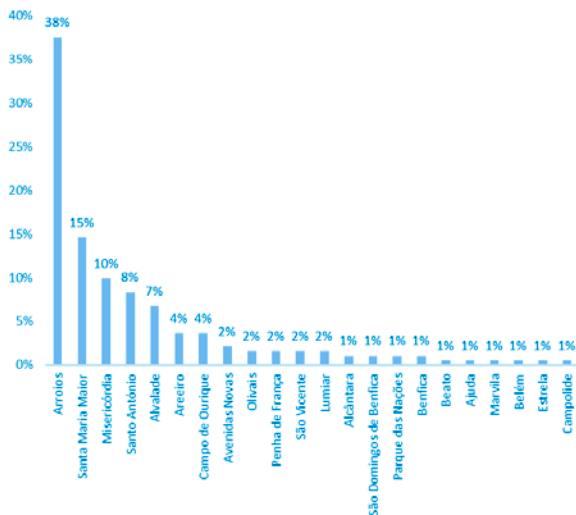
Recursos Humanos | N.º Trabalhadores p/ estabelecimento



Propriedade do Imóvel



Localização (freguesia) do estabelecimento



Nota: O perfil até aqui descrito dos indivíduos que responderam ao questionário não deve ser confundido com o perfil do comércio na cidade.

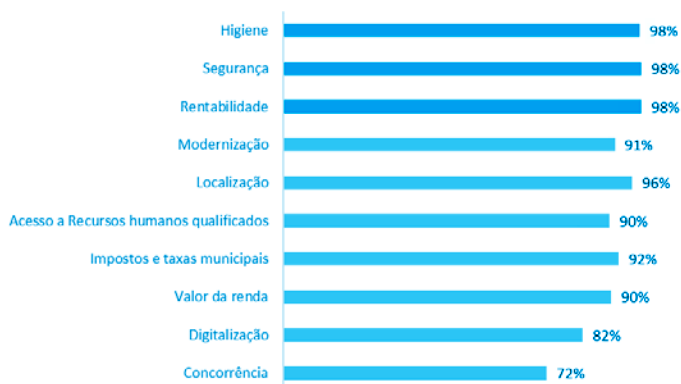
Desafios sentidos pelos comerciantes

No questionário foram apresentados um conjunto de potenciais desafios à atividade dos comerciantes: Localização; Valor da renda; Impostos e taxas municipais; Rentabilidade; Higiene; Segurança; Acesso a Recursos Humanos qualificados; Concorrência; Modernização; Digitalização.

Foi pedido para fazerem uma avaliação do grau de importância de cada um destes desafios, tendo-se destacado: Higiene, Segurança, e Rentabilidade. 98% das respostas classificaram estes desafios como importantes ou muito importantes.

Por sua vez, a Concorrência e a Digitalização foram os que apresentaram uma menor importância para quem respondeu ao questionário, embora apresentem uma percentagem alta de classificações como importante ou muito importante: 72% e 82%, respetivamente.

Desafios (Mt. Importante + Importante)



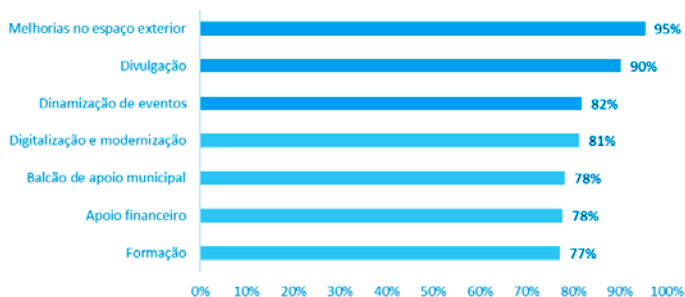
Medidas prioritárias que devem ser tomadas pela CML

O mesmo procedimento foi solicitado relativamente à importância de iniciativas que a Câmara Municipal de Lisboa deve adotar de apoio aos comerciantes.

95% das respostas revelam a importância de iniciativas camarárias para melhorar o espaço exterior, 90% para divulgação dos negócios e produtos locais, 82% para a dinamização de eventos, 81% para a digitalização e modernização dos negócios e estabelecimentos, 78% para a existência e regular funcionamento de um balcão de apoio municipal exclusivo para questões relacionadas com o comércio,

78% para iniciativas de apoio financeiro, e 77% das respostas revelam a importância grande de iniciativas de formação para os comerciantes (empresários, gestores e empregados).

Iniciativas CMLisboa (Mt. Importante + Importante)



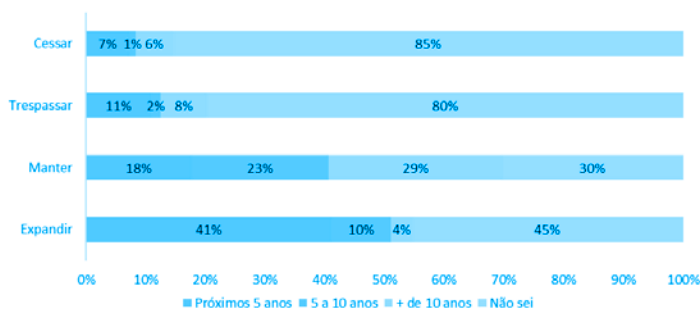
Expectativas para o negócio a curto, médio e longo prazo

As expectativas para a atividade dos estabelecimentos/negócios dos comerciantes foram igualmente questionadas, para três universos temporais: curto prazo (próximos 5 anos), médio prazo (entre 5 a 10 anos) e longo prazo (mais de 10 anos).

Verifica-se uma grande incerteza face à cessação e à venda das empresas, com 85% e 80%, respetivamente, a não identificar um período temporal para que tal se suceda, ou se sequer se vai suceder. 7% afirma que uma cessação poderá ocorrer no curto prazo, enquanto 11% acredita que o seu negócio poderá ser trespassado no mesmo período.

41% pretendem expandir o seu negócio nos próximos 5 anos, com 23% a perspetivar manter os seus negócios nos próximos 5 a 10 anos, e 29% vêem continuidade a longo prazo (num período superior a 10 anos).

Expetativas para a atividade a curto, médio e longo prazo.



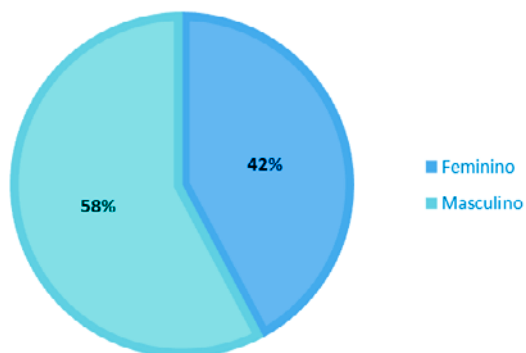
Perfil Sociodemográfico dos respondentes

Em termos de género, 58% dos participantes identificou-se como Homem, enquanto 42% como Mulher, não havendo respostas para a opção “Outro”, embora constante das opções de resposta.

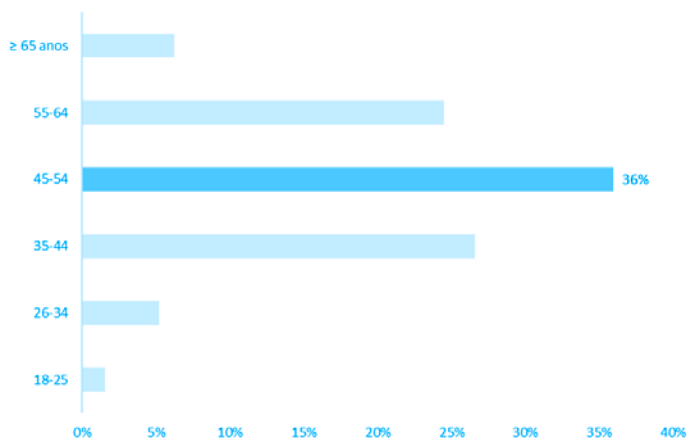
A maior concentração de participantes no questionário está entre 45-54 anos (36%), seguido dos escalões compreendidos entre os 35 e os 44 anos, e entre os 55 e os 64 anos.

Os mais jovens e os mais idosos foram os que menos participaram, seja por falta de envolvimento ou de interesse, ou simplesmente por a percentagem maior de respostas corresponder ao Comerciante – Empresário e Gestor de Loja.

Género



Faixa etária

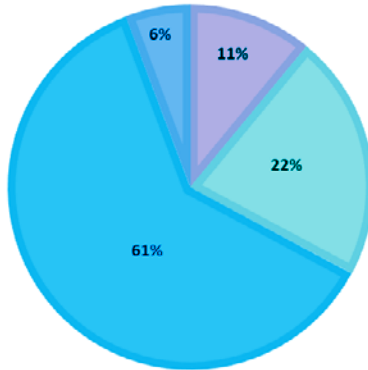


As nacionalidades dos participantes no questionário não evidenciam a multiculturalidade dos comerciantes da cidade, uma vez que 85% (164) das respostas são de portugueses, 6% (12) respostas de brasileiros e as restantes respostas de indivíduos oriundos de outras nacionalidades.

Quanto ao nível de escolaridade dos comerciantes que responderam, 61% (muito significativo) detêm o Ensino Superior, 22% o Ensino Secundário, 11% o Ensino Básico e 6% "outro". Estes valores demonstram uma alta qualificação dos participantes, com 83% a deterem a escolaridade obrigatória em Portugal – o 12º ano (Ensino Secundário).

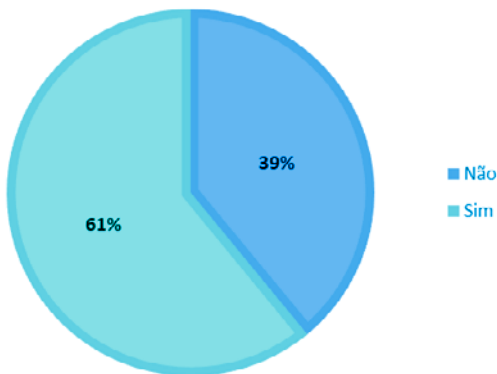
Nível de escolaridade

■ Ensino Básico ■ Ensino Secundário ■ Ensino Superior ■ Outro

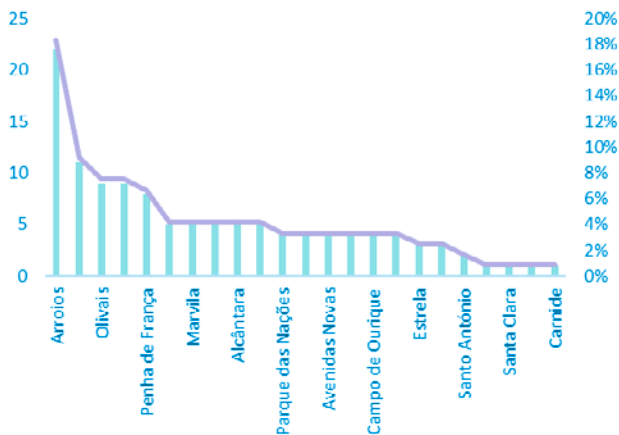


Apesar de todos os comerciantes deterem os seus negócios e estabelecimentos na cidade de Lisboa, 39% não reside na capital. Dos 61% que vivem, o grande destaque vai para a freguesia de Arroios (11%), onde, recorde-se, se concentram a maioria das empresas dos participantes.

Reside em Lisboa? Sim/Não



Se vive em Lisboa, em que freguesia?



Questão aberta aos Comerciantes

O questionário inclui uma questão aberta, e de resposta opcional:

Quais os principais desafios com que os comerciantes se deparam no exercício da sua atividade?

Verificam-se 38 respostas, destacando-se, por ordem de importância, os seguintes temas que surgem como os mais representativos no conjunto das respostas dadas:

- 1) Higiene Urbana, Espaço Público e Segurança (Limpeza de ruas, contentores com maior capacidade, horários de recolha adequados aos horários das lojas. Este tema obteve a unanimidade dos comerciantes, que identificam ainda problemas de espaço público, iluminação e falta de mobiliário urbano. Sugerem a instalação de videovigilância e consideram o portal “Na Minha Rua” útil, mas insuficiente.)
- 2) Mobilidade/acessibilidade e estacionamento
- 3) Fiscalização e regulamentação (Licenciamento Zero, pressão imobiliária, concorrência grandes cadeiras, hotelaria, arrendamentos)
- 4) Falta de coesão dos comerciantes (articulação entre associações do setor)
- 5) Falta de valorização dos bairros

6) Outros (ex. criação de uma plataforma com informação prática e apoio jurídico, bem como a disponibilização de formação ajustada às necessidades reais dos negócios e consumidores.)

Conclusões

Os resultados revelam um tecido comercial com forte representação de microempresas, com 55% dos estabelecimentos a empregar menos de 5 pessoas.

A maioria (66%) declarou ter criado o negócio de raiz.

Os principais problemas identificados foram:

- Higiene urbana e segurança (98% apontaram como importantes ou muito importantes).
- Valor da renda e instabilidade contratual.
- Concorrência desleal e perda de identidade comercial.
- Falta de apoio na digitalização e modernização.

Em contrapartida, consideram prioritário que a CML:

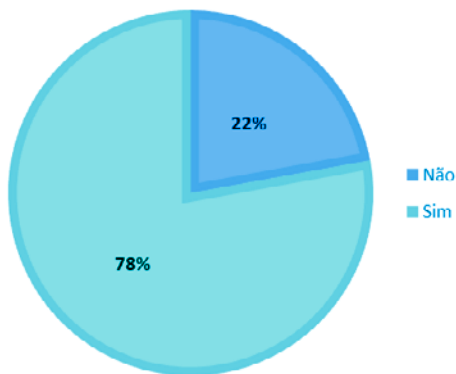
- Melhore o espaço público (95%).
- Dinamize eventos e campanhas de promoção (82%).
- Ofereça apoio à formação e à digitalização (77% e 81%, respetivamente).

Consumidores

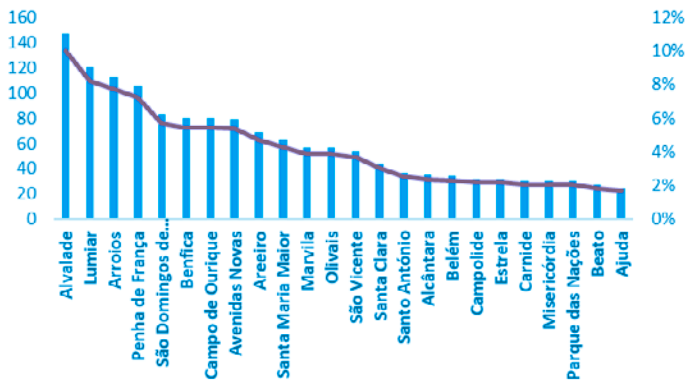
Residência

Verifica-se que 78% (1464) dos participantes no questionário reside em Lisboa, sendo que os restantes 22%, embora não residam, trabalham e/ou estudam e/ou fazem compras na cidade. A maioria dos residentes vivem nas freguesias de Alvalade, Lumiar, Arroios e Penha de França.

Reside em Lisboa?



Se reside em Lisboa, qual a freguesia?

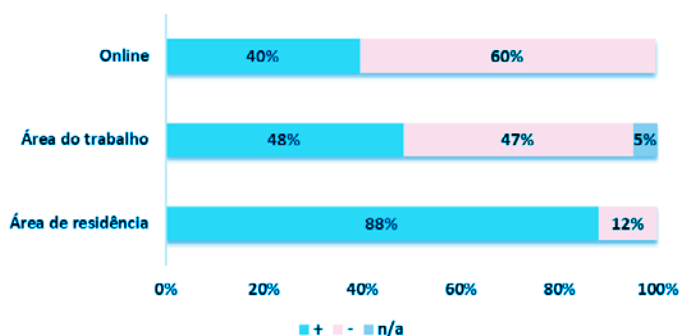


Locais de compra

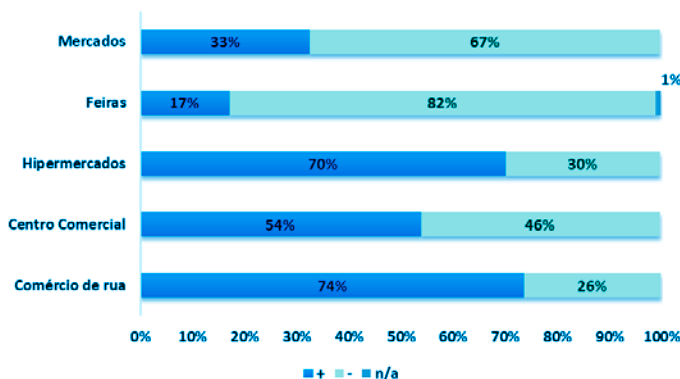
- Local preferido de compras: área de residência (88%).
- Compras *online* são as menos frequentes (60%).
- Na Área do Trabalho as respostas dividem-se, com 48% das respostas a indicarem uma maior frequência e 47% uma menor frequência.

- Locais específicos onde fazem compras frequentes: comércio de rua (74%), hipermercados (70%), centros comerciais (54%).
- Os Centros Comerciais são mais frequentes que infrequentes, mas com uma correlação de forças mais igualitária: 54%-46%.
- Os Mercados e as Feiras são os locais de menor eleição, com 82% e 67% das respostas a mostrarem pouca frequência nestes locais.

Frequência com que faz compras: AR, AT, Online



Frequência com que faz compras, por local específico



Meios de transporte

O questionário contemplou uma questão relacionada com o meio de transporte utilizado para realizar as compras. É relevante a percentagem de quem se desloca exclusivamente através de viatura própria para fazer compras, mesmo na área de trabalho.

- Área de residência: 31% vão a pé, 17,7% de carro e 46,6% usam meios combinados.
- Área de trabalho: 42% ida a pé, 28,2% utiliza múltiplos meios e 17,4% usa carro.

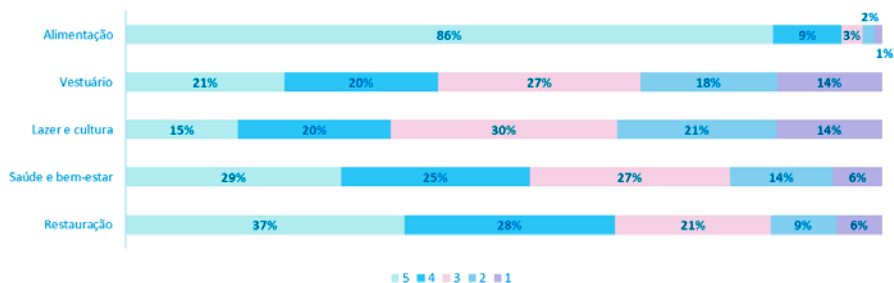
Frequência de compra por categoria em loja física

Num enfoque nas compras realizadas em loja física, aos consumidores foi pedido para medirem (1 a 5) a frequência com que compram bens de cinco categorias pré-definidas:

- Alimentação: a nota 5 predominou (80%)
- Vestuário: a avaliação mais frequente foi nota 3 (27%)
- Lazer e Cultura: a avaliação mais frequente foi nota nota 3 (30%)
- Saúde e Bem-estar: nota 5 (29%)
- Restauração: nota 5 (37%)

A diferença entre classificações, nas categorias Saúde e Bem-estar e Restauração, foi muito reduzida, como é constatável pelo gráfico abaixo.

Loja física: frequência com que adquire os bens



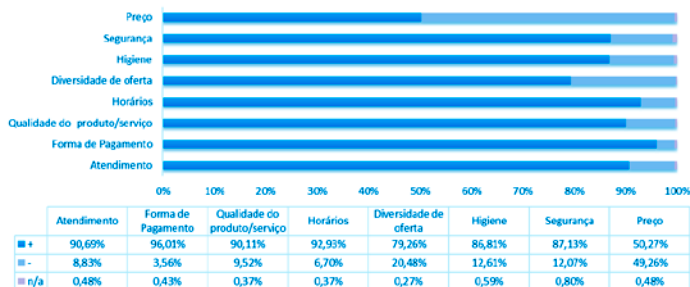
Satisfação com o comércio

Após a medição da frequência, foi pedida uma avaliação da satisfação face a alguns aspetos relacionados com as categorias de bens considerados: Preço, Segurança, Higiene, Diversidade da Oferta, Horários, Qualidade do Produto/Serviço, Forma de pagamento, e Atendimento.

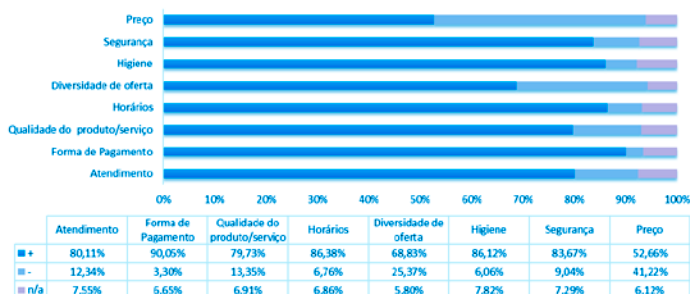
Nas categorias da Alimentação, Vestuário, Lazer e Cultura, e Saúde e Bem-estar, os participantes classificam positivamente todas os aspetos em avaliação, com o pior indicador a ser o Preço em todas estas categorias. Na Alimentação, o Preço recebeu nota positiva de 50,27% das respostas; 52,66% no Vestuário; 54,10% no Lazer e Cultura; 56,65% na Saúde e Bem-estar.

A exceção verifica-se na Restauração. Os participantes classificam positivamente (e num registo semelhante às demais categorias) todos os aspetos, excetuando o indicador Preço; as respostas avaliam negativamente os preços no setor da Restauração, numa proporção de 49,95%.

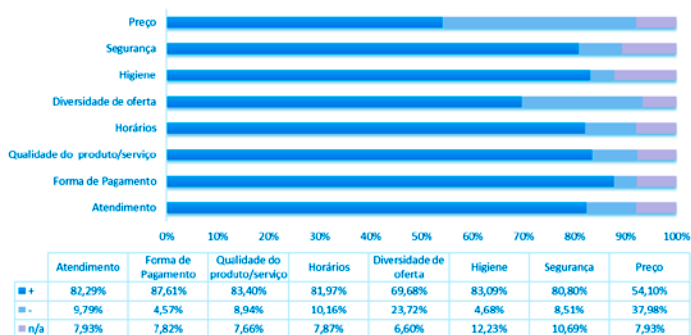
Loja física: Alimentação (grau de satisfação)



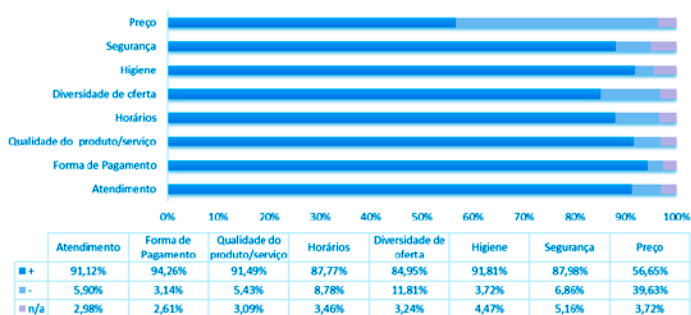
Loja física: Vestuário (grau de satisfação)



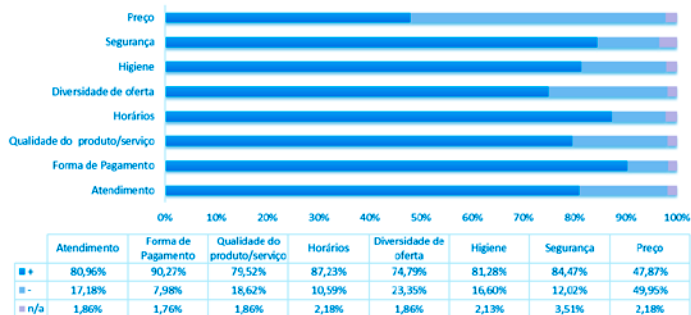
Loja física: Lazer e Cultura (grau de satisfação)



Loja física: Lazer e Bem-estar (grau de satisfação)



Loja física: Restauração (grau de satisfação)



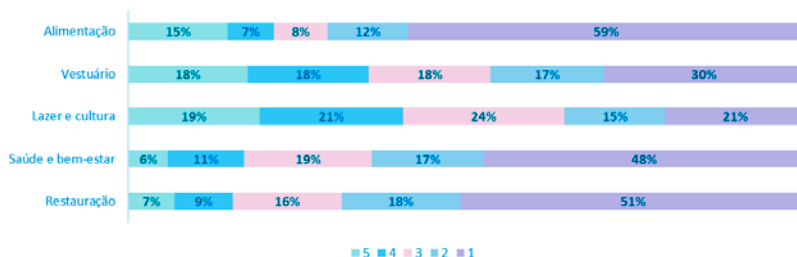
Compras Online

Quanto às compras em Loja *online*, o questionário contemplou a medição (1 a 5) da frequência com que os participantes fazem compras nesse formato em cada uma das cinco categorias.

A Alimentação e a Restauração são as categorias com menor frequência, com avaliações nível 1 a registarem mais de 50%. Saúde e Bem-estar segue-se, com 48%. No Vestuário, a classificação mais vezes escolhida é igualmente nível 1, mas numa proporção menos significativa (30%).

A única exceção é o Lazer e Cultura, onde a resposta mais frequente foi nível 3, contudo a distribuição das respostas nesta categoria foi muito idêntica entre si.

Loja Online: frequência com que adquire os bens



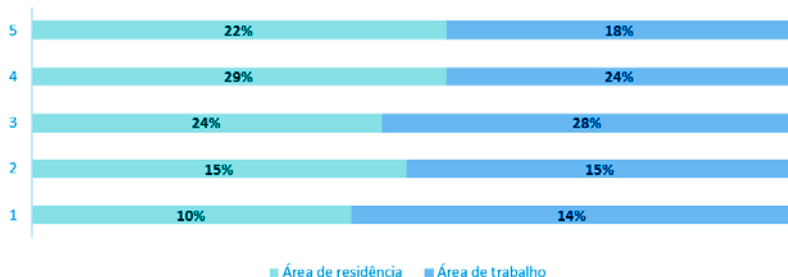
Grau de satisfação geral com a oferta comercial

Foi pedido aos consumidores avaliarem o seu grau de satisfação com a oferta comercial, tanto na sua Área de Residência como na sua Área de Trabalho, numa escala de 1 a 5.

Na Área de Residência as respostas predominam no campo positivo, com 51% a darem avaliação níveis 4 e 5, contra 25% a darem avaliação níveis 1 e 2.

Na Área de Trabalho o cenário é idêntico, contudo menos positivo. 42% dão avaliações positivas (níveis 4 e 5), enquanto 29% dão avaliações negativas (níveis 1 e 2).

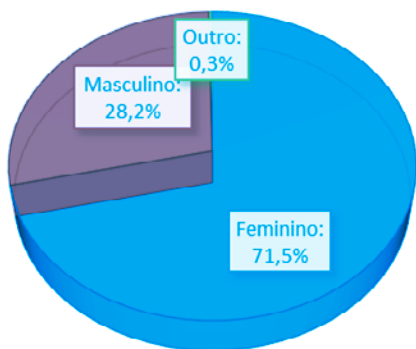
Oferta Comercial (grau de satisfação)



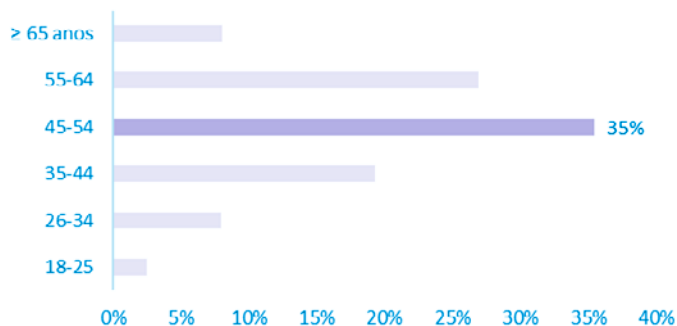
Perfil sociodemográfico dos respondentes (consumidores)

- Género: 71,5% dos consumidores identifica-se como Mulher, 28,2% como Homem e 0,3% identifica-se com outro género.
- A faixa etária dos 45-54 anos é a dominante (35%), seguindo-se a dos 55-64 anos (27%) e a dos 35-44 anos (19%). Os escalões mais jovens, nomeadamente entre os 18 e os 25 anos, e o escalão mais idoso, a partir dos 65, são os que menos responderam, à semelhança do que aconteceu com os Comerciantes.

Género (consumidores)

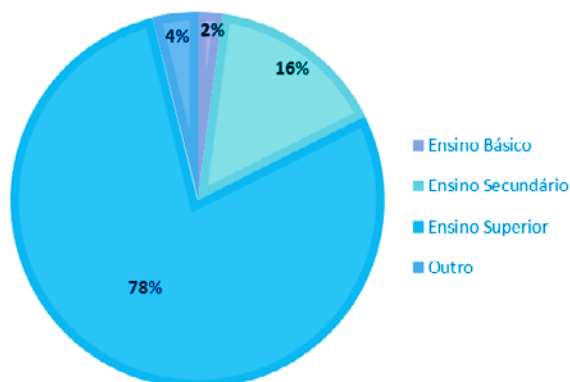


Faixa Etária (consumidores)



- Quanto à nacionalidade dos consumidores participantes, verifica-se uma grande disparidade entre portugueses e estrangeiros, sendo que 1796 das 1880 respostas, ou seja 96%, são de portugueses, com Brasil e Espanha a fecharem o pódio com 1% cada, dispersando-se os restantes 2% por diversas outras nacionalidades.
- 78% dos consumidores detêm o Ensino Superior, 16% o Ensino Secundário, 2% o Ensino Básico, e 4% Outro. À semelhança dos comerciantes, estes valores demonstram uma participação marcada essencialmente pelas elevadas qualificações.

Nível de escolaridade (consumidores)



Questão aberta aos Consumidores

O questionário inclui uma questão aberta, e de resposta opcional:

De que forma o comércio tradicional deverá ser dinamizado em Lisboa?

Os participantes responderam livremente, sem opções definidas, obtendo-se uma diversidade de respostas de entre as 1694 que apresentaram conteúdo. Pela dificuldade inerente em apresentar respostas tão diversas, agruparam-se as mesmas em cinco indicadores hierarquicamente ordenados com o objetivo de ressaltar o que foi mais indicado, como desafio ou sugestão:

- 1) **Licenciamento, Ordenamento do território e Fiscalização:** Tornar o licenciamento mais estratégico para garantir variedade de lojas nos bairros, com regras claras e fiscalização que evite a repetição de negócios iguais e promova comércio mais atrativo.
- 2) **Proteção e modernização das Lojas com história e comércio de proximidade:** Criar apoios financeiros e fiscais para ajudar as lojas históricas e o comércio local a modernizarem-se. Promover campanhas de divulgação, criar uma marca local, rendas mais acessíveis e formação em digitalização e novas tecnologias, e a renovação das lojas unindo tradição e inovação para garantir a sua sustentabilidade.
- 3) **Espaço público:** Investir na renovação do espaço público com mais limpeza – recolha de lixo e horários adequados e ainda espaços próprios para a deposição do lixo produzido pelos comerciantes –, melhor mobiliário urbano, iluminação e mais zonas verdes. Reforçar a segurança com maior presença policial ou videovigilância, tornando os bairros comerciais mais seguros e apelativos.
- 4) **Mobilidade e estacionamento:** Para melhorar o acesso às zonas comerciais, propõe-se alargar os passeios, reforçar o transporte público e criar melhores condições para a mobilidade pedonal. No que respeita ao estacionamento, surgem duas visões distintas: uma defende a criação de mais lugares, incluindo parques subterrâneos, para facilitar o acesso de quem se desloca de carro; outra propõe uma redução do estacionamento à superfície, privilegiando a mobilidade sustentável e o usufruto do espaço público.
- 5) **Horários:** Reduzir os horários das grandes superfícies. Incentivar o comércio de rua a adotar horários mais flexíveis, para ser mais competitivo, incluindo aberturas ao fim de semana ou em períodos mais tardios. Harmonizar os horários entre zonas comerciais pode tornar a experiência de compra mais conveniente e atrativa para os consumidores.

Resumo das sugestões do questionário online para um comércio local mais atrativo e dinâmico:

- **Diversificação do comércio:** Incentivar a variedade de produtos e serviços, evitando a saturação do mercado com lojas semelhantes, por meio de uma regulamentação inteligente de licenciamento.
- **Apoios financeiros e fiscais:** Oferecer apoio estrutural às lojas históricas e ao comércio de proximidade, como incentivos fiscais, programas de digitalização e publicidade.
- **Melhoria do espaço público:** Investir na renovação de mobiliário urbano, mais áreas verdes e na melhoria da limpeza para criar ambientes mais agradáveis e seguros.
- **Infraestrutura e mobilidade:** Melhorar a infraestrutura de transportes públicos, criar espaços pedonais e otimizar o estacionamento.
- **Flexibilidade de horários:** Incentivar o comércio local a adotar horários mais flexíveis, aumentando a competitividade e a acessibilidade para os consumidores.

Conclusões do questionário (consumidores)

A esmagadora maioria dos consumidores inquiridos reside em Lisboa (78%) e revela hábitos de compra centrados na área de residência. O comércio de rua é o tipo de comércio mais frequentado (74%), seguido dos hipermercados (70%). Em geral, os consumidores revelaram altos níveis de satisfação em aspetos como atendimento, qualidade e higiene (>80%).

As principais preocupações dos consumidores incluem:

- Preço dos produtos (em todas as categorias, o fator menos bem classificado, especialmente na restauração).
- Falta de diversidade e excesso de lojas iguais por bairro.
- Má qualidade do espaço público, incluindo passeios e mobiliário urbano degradado.

Sugestões frequentes:

- Redução de taxas municipais para pequenos negócios.
- Apoio à preservação das Lojas com História.
- Valorização do comércio nos roteiros turísticos e nas escolas.
- Incentivos à sustentabilidade e à economia circular.

SESSÕES PARTICIPATIVAS PRESENCIAIS

Entre novembro e dezembro de 2024, realizaram-se quatro sessões participativas presenciais, com um máximo de 30 participantes por sessão, na Sala de Exposições dos Paços do Concelho. A metodologia combinou dinâmicas de grupo em mesa redonda com ferramentas de Design Thinking, com duração de 2 horas cada.

As sessões dividiram-se por perfis:

- A. Comerciantes de várias zonas do município
- B. Comerciantes da zona entre a Rua da Prata e Rua dos Fanqueiros (área projeto piloto)
- C. Cidadãos: residentes, estudantes e trabalhadores na cidade

A. Comerciantes – Desafios Identificados:

- **Mudanças demográficas e pressão turística** que alteram os hábitos de consumo
- **Falta de regulação específica**, com excesso de licenciamento e pouca diversidade comercial
- **Espaço público e mobilidade limitados**, com dificuldades de acessibilidade e falta de estacionamento
- **Dificuldade em atrair sucessores** para negócios familiares
- Elevados custos de formação e digitalização

Propostas:

- Definição de **regulamentação diferenciada** para cada tipo de negócio
- Criação de um **gestor comercial local**
- **Campanhas de comunicação e dinamização** em parceria com a CML
- Melhoria da **logística urbana**: horários de cargas/descargas e regras de estacionamento
- Criação de uma **plataforma digital municipal** de apoio ao comércio local

B. Comerciantes da Rua da Prata e Rua dos Fanqueiros – Foco Territorial

- **Higiene urbana deficiente** e falta de penalizações para comportamentos indevidos
- **Segurança** (pedidos de reforço do policiamento e iluminação pública)
- **Formação prática** em atendimento, marketing, primeiros socorros e idiomas

Propostas:

- Melhor articulação entre entidades para recolha de lixo e limpeza
- Incentivos para criação de **lojas digitais** ou bairros comerciais digitais
- Promoção de **parcerias entre comerciantes e setor cultural** para dinamizar ruas com comércio devoluto

C. Cidadãos – Consumidores (residentes, estudantes e trabalhadores)

- **Falta de apoio financeiro e jurídico** aos pequenos negócios
- Degradação do espaço público e **excesso de publicidade exterior**
- Poucas práticas de **sustentabilidade e economia circular**
- Perceção de que o comércio tradicional está em desvantagem face às grandes superfícies

Propostas:

- Encerramento de grandes superfícies ao domingo para beneficiar o comércio local
- Criação de bairros comerciais com **identidade própria**
- Campanhas educativas nas escolas sobre comércio local
- Maior **visibilidade do comércio nos transportes públicos** e roteiros turísticos

Avaliação das sessões pelos participantes

As sessões foram bem avaliadas pelos participantes, que valorizaram a oportunidade de debate e o ambiente colaborativo. Foram apontadas algumas

sugestões de melhoria, como o reforço da acústica da sala e o aumento do tempo para discussão.

Principais contributos recolhidos

- Necessidade de requalificação do espaço urbano.
- Incentivos à modernização e digitalização do comércio.
- Maior articulação entre entidades públicas e setor privado.
- Fortalecimento de eventos de dinamização e divulgação.
- Estratégias para fixar talento e atrair novos negócios.

Conclusão e recomendações

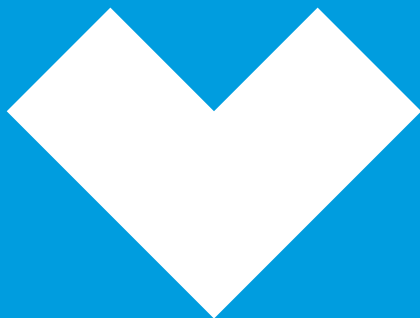
A auscultação pública evidenciou o papel central do comércio de proximidade na vida urbana de Lisboa. Destacam-se cinco grandes áreas prioritárias:

- 1. Requalificação do espaço público** e promoção de zonas comerciais agradáveis e seguras.
- 2. Apoio efetivo à digitalização e modernização dos pequenos negócios.**
- 3. Valorização do comércio histórico e tradicional**, com incentivos específicos.
- 4. Planeamento comercial estratégico**, que evite a homogeneização das lojas e promova a diversidade.
- 5. Maior articulação entre CML, comerciantes e associações**, com canais permanentes de comunicação.

A Câmara Municipal de Lisboa compromete-se a dar continuidade ao diálogo com todos os interessados, devolvendo os resultados da auscultação à comunidade e preparando futuras ações participativas, com base nas propostas aqui sistematizadas.

ANEXO

Relatório do Processo Participativo Economia de Proximidade, pela Divisão de Participação



Ficha técnica

Título do Relatório:

Economia de Proximidade: Resultados da Participação Pública

Autores:

Divisão de Estudos e Prospetiva

Departamento de Emprego, Empreendedorismo e Empresas

Direção Municipal de Economia e Inovação

Instituição:

Câmara Municipal de Lisboa

Resumo:

Relatório dos resultados do processo de participação pública, desenvolvido em 2024, sobre o comércio local da cidade.



Lisboa
Economia
e Inovação



Divisão da Participação

Economia de Proximidade - Comércio

Relatório do Processo Participativo



Câmara Municipal de Lisboa
Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação
Divisão da Participação

Economia de Proximidade - Comércio

Relatório do Processo Participativo

Divisão da Participação

Elsa Mendes, Florbela Fidalgo, Rui Antunes, Timóteo Barrocas

Fevereiro 2025



Câmara Municipal de Lisboa
Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Município e Participação
Divisão da Participação

Índice

Índice tabelas	4
Índice gráficos	4
1. Designação do Projeto:	5
2. Enquadramento	5
3. Público-alvo	5
4. Objetivos do Processo Participativo	5
5. O Processo Participativo	5
5.1 Inquérito (Online)	5
5.2 Sessões Participativas (Presenciais)	6
6. Metodologia/Estratégia	7
7. Análise e apresentação dos dados recolhidos nas sessões	9
7.1. Síntese dos dados	19
8. Avaliação das Sessões Participativas	21
9. Conclusões e Recomendações	30



Câmara Municipal de Lisboa

Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Município e Participação
Divisão da Participação

Índice tabelas

Tabela 1: Resumo das Sessões Participativas.....	6
Tabela 2: Dados categorizados dos Comerciantes de Todas as Zonas do Município de Lisboa	11
Tabela 3: Dados categorizados dos Comerciantes Entre a Rua da Prata e a Rua dos Fanqueiros	13
Tabela 4: Dados categorizados dos Consumidores – Residentes, Estudantes e Trabalhadores na Cidade de Lisboa	16
Tabela 5: Dados Categorizados dos Consumidores – Residentes, Estudantes e Trabalhadores na Cidade de Lisboa	18
Tabela 6: Idade dos Participantes.	21

Índice gráficos

Gráfico 1: Desafios Comerciantes Todas as Zonas	19
Gráfico 2: Sugestões Comerciantes Todas as Zonas	19
Gráfico 3: Sugestões Comerciantes Entre a Rua da Prata e a Rua dos Fanqueiros.....	19
Gráfico 4: Desafios Consumidores Todas as Zonas	20
Gráfico 5: Sugestões Consumidores Todas as Zonas	20
Gráfico 6: Importância do Tema em Debate	22
Gráfico 7: Programa da Sessão – Adequação ao Tema.....	22
Gráfico 8: Dinâmicas Desenvolvidas na Sessão.....	22
Gráfico 9: Instalações e Condições Ambientais	23
Gráfico 10: Duração da Sessão	23
Gráfico 11: Grau de Satisfação com a Sessão	23
Gráfico 12: Tempo da Sessão, para o Tema.....	26
Gráfico 13: Ambiente favorável ao debate na Sessão	26
Gráfico 14: Conforto para intervenções durante a Sessão.....	26
Gráfico 15: Após a Sessão, informação e preparação	27
Gráfico 16: Integração dos contributos nos resultados da Sessão	27
Gráfico 17: Disponibilidade para Participar em outras Sessões Participativas	27
Gráfico 18: Recomendação a outras Pessoas a Colaboração em Sessões Participativas	28
Gráfico 19: Expectativa quanto à Aplicação, pela CML, das Propostas Apresentadas na Sessão	28



Câmara Municipal de Lisboa

Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação

Divisão da Participação

1. Designação do Projeto:

Processo Participativo – Economia de Proximidade – Estratégia para o Comércio da Cidade de Lisboa

2. Enquadramento

A Câmara Municipal de Lisboa está a dinamizar um Projeto Integrado para o Comércio na Cidade de Lisboa, desenvolvido pelo Departamento de Emprego, Empreendedorismo e Empresas (DEEE), da Direção Municipal de Economia e Inovação (DMEI), em conjunto com os vários setores de atividade, com vista a transformar o comércio local e tradicional, melhorar a experiência de compra, fortalecer a economia de proximidade e dar voz ativa aos comerciantes e aos cidadãos em geral.

Neste sentido, considerou-se importante auscultar os comerciantes e o público em geral, para que se sentissem parte ativa do processo.

3. Público-alvo

- Comerciantes (*entre a Rua da Prata e Rua dos Fanqueiros*)
- Comerciantes (*todas as zonas do Município de Lisboa*)
- Cidadãos (*residentes, estudantes e trabalhadores na cidade de Lisboa*)

4. Objetivos do Processo Participativo

- Envolver os interessados no processo de dinamização e modernização do comércio da cidade.
- Ouvir e compreender os desejos e preocupações dos comerciantes e consumidores.
- Melhorar a qualidade da decisão com recurso ao processo participativo.

5. O Processo Participativo

5.1 Inquérito (Online)

O objetivo consistiu em auscultar os hábitos de consumo da população e conhecer os desafios dos comerciantes de Lisboa, incidido em três Áreas Temáticas: Hábitos de Consumo | Modernização e Dinamização do Comércio | Formação e Digitalização do Comércio.

Foram recolhidas as opiniões dos residentes, estudantes, trabalhadores e comerciantes do Município de Lisboa, resultando em 2084 respostas.



Câmara Municipal de Lisboa
Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação
Divisão da Participação

O inquérito foi alojado no Portal LisboaParticipa da Divisão da Participação, no período de 1 a 31 de outubro de 2024.

5.2 Sessões Participativas (Presenciais)

Foram realizadas quatro sessões participativas com os públicos-alvo distintos (ver quadro infra - Tabela 1- Resumo das Sessões Participativas).

As Sessões foram limitadas a 30 participantes, considerados por ordem de inscrição e garantindo a representatividade de todas as freguesias da cidade de Lisboa.

As inscrições para as sessões Participativas foram promovidas no Portal Lisboa Participa, da Divisão da Participação.

Público	Presenças	Data e Hora	Local
Comerciantes (<i>todas as zonas do Município de Lisboa</i>)	25	7 de novembro, 5ª. feira, das 19h30 às 21h30	Paços do Concelho Sala de Exposições
Consumidores (<i>residentes, estudantes e trabalhadores na cidade de Lisboa</i>)	17	21 de novembro, 5ª. feira, das 19h30 às 21h30	
Consumidores (<i>residentes, estudantes e trabalhadores na cidade de Lisboa</i>)	5	28 de novembro, 5ª. feira, das 19h30 às 21h30	
Comerciantes (<i>entre a Rua da Prata e Rua dos Fanqueiros</i>)	21	5 de dezembro, 5ª. feira, das 19h30 às 21h30	

Tabela 1: Resumo das Sessões Participativas



Câmara Municipal de Lisboa
Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Município e Participação
Divisão da Participação

6. Metodologia/Estratégia

As práticas participativas afiguraram-se como um momento de partilha e de contributos para as temáticas em apreço.

A metodologia adotada nas 4 sessões foi “Discussão em Mesa Redonda” e teve como premissa a interação dos participantes, organizados por grupos para discussão de várias temáticas.

As sessões foram dinamizadas por quatro Facilitadores da Divisão da Participação e quatro Anotadoras da Direção Municipal de Economia e Inovação.

Sessão - Comerciantes - todas as zonas do município de Lisboa (7 de novembro de 2024)

- Auscultação em três rondas, 20 minutos por ronda, as temáticas discutidas incidiram nos **Hábitos de Consumo e Modernização e Dinamização do Comércio, Formação e Digitalização do Comércio.**
- A reflexão recaiu, nos **desafios e respetivas sugestões** relativamente às temáticas propostas.
- O Facilitador e o Anotador fizeram uma síntese das opiniões dos participantes registadas nas três rondas.
- No final da Sessão, cada Facilitador de mesa, num total de três, apresentou uma temática.



Câmara Municipal de Lisboa

Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação
Divisão da Participação

Sessão - Comerciantes entre a Rua da Prata e a Rua dos Fanqueiros (5 de dezembro de 2024)

- Através de cartões, os participantes, foram convidados, a debater aleatoriamente os seguintes temas: **Sustentabilidade, Higiene Urbana, Logística (cargas e descargas), Formação, Ações de Dinamização, Segurança, Modernização e Digitalização, Representatividade** e um **cartão sem temática** para discussão livre.
- A reflexão recaiu nas sugestões de melhoria em relação aos temas em debate.
- O Facilitador e o Anotador fizeram uma síntese das opiniões dos participantes.
- Ao longo da sessão, utilizou-se a técnica do *Design Thinking* que refletiu os contributos dos participantes.
- No final da Sessão foi feita uma apresentação de algumas ideias debatidas, expressas no painel.

Sessão - Consumidores: residentes, estudantes e trabalhadores na cidade de Lisboa (21 de novembro)

- Auscultação em duas rondas, 30 minutos por ronda, das seguintes temáticas: **Hábitos de Consumo e Sustentabilidade Ambiental | Modernização e Digitalização do Comércio.**
- A reflexão recaiu, nos **desafios e respetivas sugestões** relativamente às temáticas propostas.
- Ao longo da sessão, utilizou-se a técnica do *Design Thinking* que refletiu os contributos dos participantes.
- No final da Sessão foi feita uma apresentação de algumas ideias debatidas, expressas no painel.



Câmara Municipal de Lisboa

Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação

Divisão da Participação

Sessão – Consumidores: *residentes, estudantes e trabalhadores na cidade de Lisboa* (28 de novembro de 2024)

- Auscultação em duas rondas, 30 minutos por ronda, das seguintes temáticas: **Hábitos de Consumo e Sustentabilidade Ambiental | Modernização e Digitalização do Comércio**
- A reflexão recaiu, nos **desafios e respetivas sugestões** relativamente às temáticas propostas.
- Ao longo da sessão, utilizou-se a técnica do *Design Thinking* que refletiu os contributos dos participantes.
- No final da Sessão foi feita uma apresentação de algumas ideias debatidas, expressas no painel.

7. Análise e apresentação dos dados recolhidos nas sessões

Os dados recolhidos nas sessões foram objeto de análise e categorizados da seguinte forma:

- **Demografia:** Corresponde a movimentos demográficos e turísticos que influenciam os Hábitos de consumo.
- **Normas:** Conjunto de programas e legislação para regular o comércio.
- **Espaço Público:** Situações relacionadas com o urbanismo e o planeamento urbano que interferem com o dia a dia do comércio.
- **Segurança:** Está relacionada com ações de proteção, que envolvem iniciativas de policiamento e gestão urbana.
- **Formação:** Inclui ações de sensibilização e de capacitação profissional.
- **Comunicação/Meios:** Conjunto de ações de dinamização relacionadas com captação de consumidores para o comércio local.
- **Sustentabilidade:** Refere-se ao uso eficiente dos recursos sustentáveis e à continuidade do comércio local.
- **Produtos/Meios:** Criação de instrumentos analógicos e digitais para promover o comércio local.
- **Modelo de Funcionamento:** Refere-se à estrutura/organização do comércio local.

Sessão de 07-11-2024

Comerciantes - Todas as Zonas do Município de Lisboa

Hábitos de Consumo

Desafios:	Sugestões
<p>Demografia</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Mudanças demográficas e turísticas que alteram os hábitos de consumo e geram uma procura diversificada. <p>Normas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Massificação e a falta de regulação no licenciamento de atividades prejudicam a diversidade comercial, o excesso de licenciamento tem impacto negativo na oferta de produtos e serviços. ○ Delegação de responsabilidades nas Juntas de Freguesia não contribui, muitas vezes, para organizar e gerir o espaço público. <p>Espaço Público:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Acessibilidade em várias áreas da cidade compromete a mobilidade e o consumo. <p>Sustentabilidade:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Falta de sucessores e dificuldades económicas estão associados ao encerramento de pequenos negócios. 	<p>Normas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Implementação de uma regulamentação mais específica para cada tipo de negócio, com fiscalização rigorosa. ○ Proteção ao comércio tradicional e identitário de Lisboa, com medidas de valorização, fiscalização e incentivos para comerciantes e consumidores. ○ Gestão proativa pela Câmara Municipal de Lisboa, incidindo na antecipação de problemas e ações rápidas e eficientes.

Modernização e Dinamização do Comércio

<p>Normas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Adaptação do modelo das grandes superfícies ao comércio de rua e as obras na cidade. <p>Espaço Público:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Higiene urbana e segurança, logística. ○ A sustentabilidade e a aplicação do conceito da "Cidade dos 15 minutos" são desafios importantes, assim como a melhoria do espaço público e a proteção das Lojas com História. ○ Modernização dos estabelecimentos. <p>Comunicação/Meios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Dinamização do comércio por meio de campanhas de comunicação, atração de consumidores para o comércio tradicional. <p>Modelo de Funcionamento:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Dificuldades para fixar e motivar trabalhadores. 	<p>Normas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Rever as zonas de cargas e descargas por meio de uma legislação e regulamento mais adequados. ○ Promover uma maior diversidade comercial, com levantamento das atividades e implementação de quotas para evitar a proliferação de lojas de souvenirs. ○ Assegurar que o comércio tradicional tenha as mesmas condições de limpeza, segurança e acessibilidade das grandes superfícies. ○ Cumprir prazos nas obras e incentivar a sustentabilidade com a utilização de carros elétricos. ○ Criar condições para fixação de trabalhadores, como habitação e programas de formação. <p>Espaço Público:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Melhorar a acessibilidade, mobilidade, estacionamento. ○ Reorganizar urbanisticamente a cidade. <p>Segurança:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Melhorar a segurança através de videovigilância, mais policiamento e melhorar a iluminação, combater a mendicância. <p>Comunicação/Meios</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Dinamizar o comércio com ações culturais, repensar os mercados de rua, controlar eventos e aumentar a comunicação através de campanhas e criação de um Canal Lisboa. ○ Preservar a identidade do comércio lisboeta e ao mesmo tempo procurar a inovação.
---	--



Câmara Municipal de Lisboa
Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação
Divisão da Participação

Comerciantes - Todas as Zonas do Município de Lisboa	
Formação e Digitalização	
Desafios:	Sugestões
<p>Formação:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Elevados custos com a formação de trabalhadores, especialmente em empresas com alta rotatividade. <p>Modelo de Funcionamento:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Dificuldades em identificar áreas de negócios que necessitam de digitalização e os custos altos para implementá-la.○ Algumas empresas priorizam a proximidade com os clientes em vez de investir na transformação digital.	<p>Formação:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Reduzir as horas de formação obrigatória para 40h.○ Promover a formação de empresários mais velhos e oferecer cursos em áreas como vendas, marketing, vitrinismo, estratégia de vendas e gestão financeira. <p>Comunicação/Meios:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Criação de um canal online na CML para sugestões, publicidade ao comércio local. nas rádios e TVs públicas.○ Apoio da CML na criação de sites <p>Normas:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Criação de um programa de apoio à digitalização.

Tabela 2: Dados categorizados dos Comerciantes de Todas as Zonas do Município de Lisboa



Câmara Municipal de Lisboa

Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação

Divisão da Participação

Sessão de 05-12-2024

Comerciantes – Entre a Rua da Prata e a Rua dos Fanqueiros Sugestões

Higiene Urbana/Sustentabilidade

Espaço Público

- Melhoria na gestão de resíduos: reorganização da recolha do lixo, aumento da frequência e instalação de mais ecopontos subterrâneos.
- Fiscalização e penalização: penalizar quem suja as ruas, maior fiscalização dos hábitos de higiene da população.
- Mais pilómetros.
- Controlo de pragas: combate a ratos, baratas e pombos, especialmente na zona da baixa.
- Redução da poluição visual: limpeza de fachadas, vidros e letreiros e fiscalização de propagandas comerciais.
- Incentivo ao uso de sacos reutilizáveis

Modernização e Digitalização

Comunicação/Meios:

- Uso de QR Codes em roteiros comerciais.
- Melhoria da comunicação entre comerciantes e a Câmara Municipal de Lisboa.
- Criação de um site para lojas tradicionais e implementação de um bairro digital com Wi-Fi gratuito.
- Roteiro digital para mapear lojas e serviços com filtros temáticos.
- Apoio ao comércio local, incentivar lojas de referência e regular a abertura de novos negócios.

Ações de Dinamização

Produtos/Meios:

- Decoração e revitalização urbana: pavimentação artística, espaços verdes e aumento de zonas pedonais.
- Criação de eventos culturais e feiras para promover o comércio local.
- Recuperação de tradições: incentivo a ofícios antigos e lojas históricas.
- Iniciativas para atrair turistas e residentes: elétrico gratuito em determinadas zonas, concursos culturais e parcerias com escolas de arte.



Câmara Municipal de Lisboa

Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação

Divisão da Participação

Comerciantes – Entre a Rua da Prata e a Rua dos Fanqueiros	
Representatividade	
Modelos de Funcionamento:	
<ul style="list-style-type: none">○ Incentivo ao associativismo entre comerciantes para fortalecer o comércio local.○ Organização de encontros e debates com comerciantes para discutir melhorias.	
Segurança	
Espaço Público:	
<ul style="list-style-type: none">○ Aumento do policiamento (inclusive à paisana) e videovigilância.○ Melhor iluminação pública para reforçar a segurança.○ Intervenção em relação às trotinetas, regulamentar a utilização.○ Soluções para moradores de rua, além de melhorias na acessibilidade.	
Logística Cargas e Descargas	
Normas:	
<ul style="list-style-type: none">○ Melhor regulamentação de horários de cargas e descargas para minimizar o tráfego.	
Espaço Público:	
<ul style="list-style-type: none">○ Ampliação do estacionamento para cafés, galerias e trabalhadores locais.○ Transformação de algumas ruas em pedonais para melhorar a mobilidade urbana.	
Formação	
Formação:	
<ul style="list-style-type: none">○ Capacitação em técnicas de marketing, atendimento e informática.○ Cursos de idiomas (português e inglês).○ Primeiros socorros, segurança e higiene no trabalho.○ Campanhas de sensibilização de higiene urbana.	

Tabela 3: Dados categorizados dos Comerciantes Entre a Rua da Prata e a Rua dos Fanqueiros



Câmara Municipal de Lisboa

Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação

Divisão da Participação

Sessão dia 21/11/2024

Consumidores - Residentes Estudantes Trabalhadores na Cidade de Lisboa	
Hábitos de Consumo e Sustentabilidade Ambiental	
Desafios	Sugestões
<p>Normas:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Necessidade de mais apoio financeiro, jurídico e formativo para pequenos estabelecimentos. <p>Espaço Público:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Passeios danificados.○ Excesso de <i>outdoors</i> publicitários.○ Esplanadas.○ Falta de higiene urbana. <p>Sustentabilidade:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Desperdício de produtos e recursos e estabelecimentos com poucas práticas de reutilização e economia circular.○ Zona da Baixa com pouca oferta de produtos que atendem a critérios sustentáveis. <p>Modelo de Funcionamento:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Encerramento do Comércio Tradicional.○ Competitividade com Grandes Superfícies.○ Necessidade de uma rede promotora dos distintos comerciantes e produtores locais.○ Promover a diversidade de produtos, principalmente biológicos e frescos, em zonas específicas da cidade.	<p>Normas:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Propostas de redução de taxas municipais.○ Apoio a rendas elevadas.○ Prolongamento de horários de funcionamento.○ Melhoramento do planeamento das áreas comerciais.○ Incentivo à Competitividade: Encerramento de grandes superfícies aos domingos, redução de horário de funcionamento das grandes superfícies e incentivo à oferta de produtos específicos do comércio tradicional.○ Apoiar financeiramente a eficiência energética. <p>Espaço Público:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Melhorar a fiscalização e a organização do espaço público com incidência na conservação dos passeios, iluminação e controlo do ruído.○ Reabilitar áreas em extinção e organizar a cidade em bairros comerciais com maior diversidade de ofertas. <p>Formação</p> <ul style="list-style-type: none">○ Promover o comércio tradicional nas escolas.○ Apoio jurídico, promover formação para pequenos negócios em áreas como gestão e sustentabilidade.○ Sensibilização para o tratamento de resíduos e adotar medidas para promover a sustentabilidade nos negócios.○ Incentivar a comercialização de produtos mais sustentáveis (sem plástico). <p>Sustentabilidade:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Fomentar práticas de consumo consciente, como a reutilização de produtos e materiais e promover a colaboração entre comunidades e voluntários. <p>Modelo de Funcionamento:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Criar uma rede colaborativa entre comerciantes e produtores locais, favorecendo a comercialização de produtos biológicos e sustentáveis.



Câmara Municipal de Lisboa

Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação

Divisão da Participação

Consumidores - Residentes | Estudantes | Trabalhadores na Cidade de Lisboa

Modernização e Digitalização do Comércio:

Desafios	Sugestões
<p>Normas:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Apoios a custos elevados para aderir às novas tecnologias, para os pequenos comerciantes.○ Horários limitados de funcionamento de estabelecimentos e mercados, o que restringe o acesso dos consumidores. <p>Espaço público:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Falta de estacionamento adequado nas áreas comerciais, dificultando o acesso dos consumidores ao comércio local.○ Gestão do espaço público, questões relacionadas com limpeza e organização das áreas comerciais.	<p>Normas:</p> <ul style="list-style-type: none">○ CML a apoiar financeiramente os comerciantes nos custos de publicidade e/ou criação de sites.○ A CML e Juntas de Freguesia devem regular a distribuição e localização do mobiliário urbano digital, considerando a harmonia visual, identidade e possíveis melhorias no <i>design</i> de alguns estabelecimentos locais.○ Desenvolver programas de apoio para proporcionar rendas mais acessíveis aos negócios de bairro, incentivando a sua permanência e crescimento na cidade.○ Propor a abertura dos mercados municipais aos domingos de manhã, para atrair mais clientes durante o fim de semana.○ Liberalizar os horários de funcionamento dos estabelecimentos comerciais respeitando a Lei do Ruído e garantindo o conforto da comunidade local.○ A CML deve disponibilizar espaços e lojas municipais para apoiar o desenvolvimento de negócios locais e dar maior visibilidade ao comércio de bairro. <p>Espaço Público:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Melhorar a higiene urbana em esplanadas. <p>Formação:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Investir na formação e humanização do atendimento ao cliente, criando uma experiência mais personalizada e acolhedora. <p>Comunicação/Meios:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Criar uma plataforma digital exclusiva para os comerciantes para facilitar a presença online e a divulgação.○ Incluir informações sobre o comércio local nos roteiros de turismo, mupis (painéis publicitários), transportes públicos (como carris, comboios e metro) e espaços municipais (mercados).○ Incentivar e promover as compras online como uma extensão do comércio tradicional.○ Investir na melhoria da sinalética das lojas, tornando-a mais atrativa e acessível para os consumidores.○ Desenvolver campanhas de divulgação para promover o comércio tradicional e aumentar a visibilidade das lojas de bairro.



Câmara Municipal de Lisboa
Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação
Divisão da Participação

Consumidores - Residentes Estudantes Trabalhadores na Cidade de Lisboa	
Modernização e Digitalização do Comércio:	
Desafios	Sugestões
Modelo de funcionamento: <ul style="list-style-type: none">○ Falta de espaços adequados e acessíveis para promover e desenvolver os negócios locais.○ Desunião entre os comerciantes locais, dificultando a resolução de problemas comuns e a promoção de ações conjuntas.○ Necessidade de melhorar a experiência do cliente no comércio local.	Produtos/Meios <ul style="list-style-type: none">○ Criar um cartão de benefícios digital (APP) para promover o comércio de Lisboa, com vantagens para o consumidor e incentivos para compras locais.○ Disponibilizar um guia físico e digital, acerca dos estabelecimentos comerciais da cidade, facilitando o acesso às informações sobre os serviços existentes.○ Criar espaços ou bolsas de estacionamento reservados aos utilizadores do comércio local, com a implementação de um sistema de recompensas, como descontos ou benefícios para quem estacionar nessas áreas.○ Organizar e promover mais eventos que atraiam consumidores ao comércio tradicional.○ Estimular o comércio de proximidade a integrar práticas de vendas online, permitindo maior flexibilidade e alcance para os consumidores. Modelo de Funcionamento: <ul style="list-style-type: none">○ A CML e as Juntas de Freguesia devem promover o associativismo local, incentivando a colaboração entre as lojas para resolver problemas comuns e fortalecer o comércio tradicional, criando uma rede de apoio mútuo.

Tabela 4: Dados categorizados dos Consumidores – Residentes, Estudantes e Trabalhadores na Cidade de Lisboa



Câmara Municipal de Lisboa

Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação

Divisão da Participação

Sessão de 28.11.2024

Consumidores - Residentes Estudantes Trabalhadores na Cidade de Lisboa	
Hábitos de Consumo e Sustentabilidade Ambiental	
Desafios	Sugestões
<p>Espaço Público:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Falta de estacionamento adequado nas áreas supramencionadas.○ Excesso de trotinetas nos passeios que prejudicam a mobilidade pedonal.○ Higiene urbana:○ Falta de limpeza eficiente, especialmente nas freguesias de Santa Catarina, Benfica e Penha de França.○ Em Alfama, dificuldades para reciclar e falta de infraestruturas adequadas.○ Fiscalizar migrantes que vivem nas lojas (nas zonas de Morais Soares, Jacinto Nunes, Mouzinho de Albuquerque - Alto de S. João), o que gera preocupação quanto à segurança e uso desadequado dos espaços comerciais. <p>Modelo de Funcionamento:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Redução do comércio tradicional (mercearias, talhos, padarias, etc.) nas freguesias de Santa Catarina, S. Vicente, Santa Maria Maior, Penha de França e Alfama.○ Comércio excessivamente direcionado para turistas, com preços elevados e ofertas mais dirigidas para turistas do que para os residentes locais.○ Ausência de supermercados médios em Santa Catarina, sendo os existentes pequenos, cheios e com pouca variedade, priorizando bebidas e produtos embalados.○ Lojas com muitos <i>néons</i> em Santa Catarina que afetam a estética local.	<p>Normas:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Reduzir taxas aplicadas ao comércio de proximidade para garantir a sua continuidade.○ Rigor na fiscalização para garantir o bom funcionamento do comércio e evitar excessos, como por exemplo migrantes a dormirem nas lojas.○ Limitação no licenciamento de novos negócios, especialmente de bares em zonas residenciais.○ Limitar o número de lojas do mesmo ramo e fiscalizar as lojas com múltiplas valências.○ Proibição de esplanadas que ocupam o espaço de estacionamento nas vias públicas, como na Av^a. General Roçadas e Rua dos Heróis de Quionga. <p>Espaço Público:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Investir mais em limpeza, especialmente na calçada e nos contentores de lixo existentes.○ Sensibilização dos turistas sobre os hábitos de higiene urbana.○ Criar planos de reciclagem mais eficazes envolvendo a Câmara Municipal de Lisboa (CML) e as Juntas de Freguesia.○ Ampliar os locais de recolha de lixo, como pilhas, óleos e garrafas e promover incentivos criativos (exemplo: obras de arte feitas com garrafas).○ Mais formação e campanhas pedagógicas sobre reciclagem.○ Mais fiscalização para evitar a utilização indevida de lojas como espaços de habitação, e limitar a concentração de lojas com o mesmo ramo de atividade. <p>Mobilidade:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Melhorar os transportes públicos, com horários mais frequentes e alargados (por exemplo, metro com horários mais extensos).○ Aumentar o número de TVDE para complementar a mobilidade pública.



Câmara Municipal de Lisboa

Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação

Divisão da Participação

Consumidores - Residentes Estudantes Trabalhadores na Cidade de Lisboa	
Modernização e Digitalização do Comércio	
Desafios	Sugestões
<p>Normas:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Regular o licenciamento do comércio, com maior fiscalização.○ Licenciamento zero.○ Maior controlo do licenciamento, para evitar excesso de lojas com o mesmo ramo de atividade (Perda de lojas com atividade própria, como tabacarias, que estão a desaparecer).○ Favorecimento de <i>startups</i> em detrimento de estabelecimentos tradicionais e locais.○ Necessidade de apoios financeiros para a abertura de lojas e para o comércio de proximidade.○ Taxas elevadas, como as de MB e outras taxas relacionadas. <p>Espaço Público:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Falta de espaços verdes próximos do comércio local.○ Desaparecimento da identidade dos bairros, com a homogeneização do comércio e a perda de características locais. <p>Formação:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Falta de literacia informática, especialmente nos comerciantes com mais idade. <p>Comunicação/Meios:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Necessidade de maior investimento no comércio online.○ Modernizar o comércio local com apoio online, como a criação de sites e painéis digitais, com informação sobre as lojas e os seus produtos. <p>Modelo de Funcionamento:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Desumanização do comércio.	<p>Normas:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Acabar com o licenciamento zero para garantir que o comércio local tenha um controlo mais rigoroso.○ Preservação do comércio tradicional, incentivar lojas específicas.○ Promoção de lojas com história, através da preservação do património material das lojas antigas.○ Apoios financeiros para facilitar a abertura de lojas no comércio local.○ Redução das taxas de MB e isenção de IMI para estabelecimentos comerciais locais, de modo a aliviar a carga tributária.○ Incentivos ao uso de transportes públicos com passes gratuitos para residentes nos bairros históricos e <i>vouchers</i> para o comércio local. <p>Espaço Público:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Incentivar o comércio local próximo dos espaços verdes ou parques infantis, criando ambientes agradáveis para os consumidores. <p>Formação:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Formação em informática para comerciantes com mais idade, garantindo que possam adaptar-se à digitalização do mercado. <p>Produtos/Meios:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Promoção de visitas guiadas para divulgar o comércio local e sensibilizar os turistas sobre a identidade dos bairros e as suas comunidades.○ Criação de mais iniciativas de auscultação dos cidadãos, nas quais a Câmara Municipal de Lisboa (CML) deve fazer o levantamento das necessidades dos bairros e assegurar uma distribuição proporcional das lojas. <p>Modelo de Funcionamento:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Privilegiar a relação humana no comércio para melhorar a experiência de compra.○ Falta de envolvimento dos moradores e comerciantes nas decisões sobre o comércio local.

Tabela 5: Dados Categorizados dos Consumidores – Residentes, Estudantes e Trabalhadores na Cidade de Lisboa

7.1. Síntese dos dados



Gráfico 1: Desafios Comerciantes Todas as Zonas

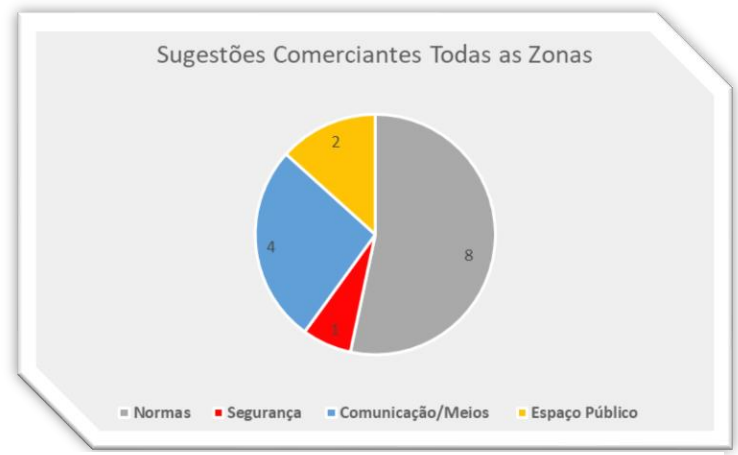


Gráfico 2: Sugestões Comerciantes Todas as Zonas

- Dos **desafios mencionados** pelos comerciantes de todas as zonas, destacam-se as categorias do **Espaço Público (4)** e o **Modelo de Funcionamento (3)** como preocupações mais mencionadas.
- Quando às **sugestões**, **evidenciam-se** as categorias relativas às **Normas (8)** e à **Comunicação/Meios (4)**.

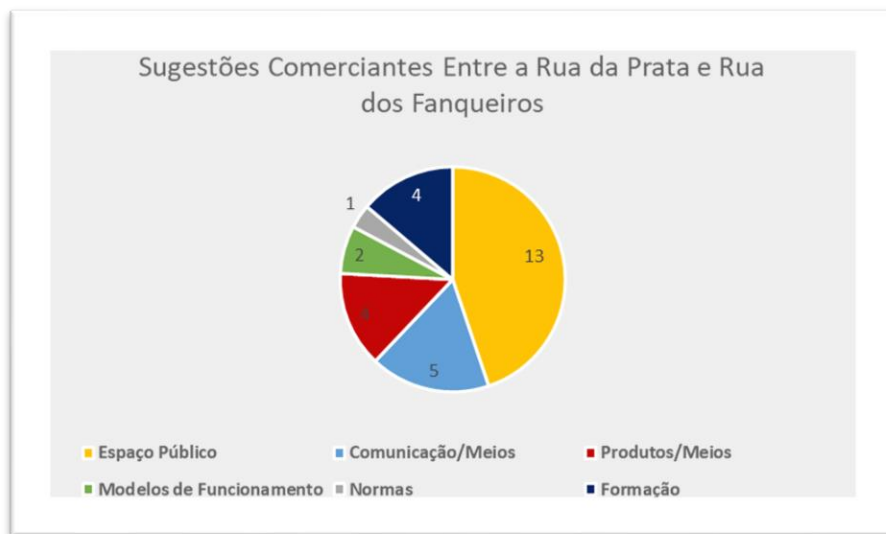


Gráfico 3: Sugestões Comerciantes Entre a Rua da Prata e a Rua dos Fanqueiros

- As sugestões apresentadas pelos Comerciantes entre a Rua da Prata e a Rua dos Fanqueiros incidiram em maior número nas categorias **Espaço Público (13)** **Comunicação/Meios (5)**, seguindo-se as categorias **Produtos/Meios (4)** e **Formação (4)**.



Câmara Municipal de Lisboa
Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação
Divisão da Participação



Em relação aos desafios dos consumidores presentes nas duas sessões, verificou-se uma maior preocupação com os assuntos relacionados com as categorias do **Espaço Público (14)** e **Modelo de Funcionamento (12)**.

Gráfico 4: Desafios Consumidores Todas as Zonas

Relativamente às sugestões dos Consumidores de Todas as Zonas presentes nas duas sessões, destacam-se as categorias **Espaço Público (10)**, **Produtos/Meios (7)** e **Formação (6)**.



Gráfico 5: Sugestões Consumidores Todas as Zonas



Câmara Municipal de Lisboa

Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Município e Participação

Divisão da Participação

8. Avaliação das Sessões Participativas

A avaliação das Sessões, por parte dos participantes, é um instrumento fundamental de acompanhamento e melhoria dos processos participativos.

No final de cada uma das quatro Sessões, os participantes tiveram oportunidade de proceder à avaliação individual, através de uma Ficha de Avaliação.

Caracterização dos Participantes

Género

30



32



Verificou-se um equilíbrio quanto à participação do género **masculino** (45%) e **feminino** (49%), sendo que 5% não responderam à questão.

Nível de Escolaridade

Verificou-se que as pessoas com **licenciatura** (46%) e **mestrado** (18%), foram as que participaram em maior número.

Licenciatura 30



Mestrado 12

Idade (anos)

Até 30	30 - 39	40 - 49	50 - 59	60 - 69	70 ou +	NR
3	9	18	14	12	5	4
5%	14%	28%	22%	18%	8%	6%

As faixas etárias mais participativas situaram-se entre os **40-49 anos** (28%), seguidamente entre os **50-59** (22%) e os **60-69** (18%).

Tabela 6: Idade dos Participantes.

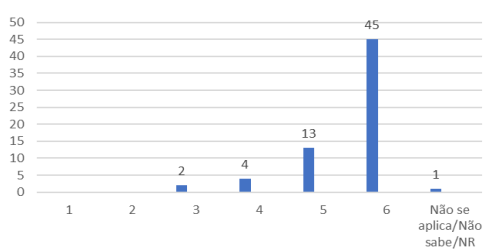


Câmara Municipal de Lisboa
Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Município e Participação
Divisão da Participação

Nos tópicos infra, em apreço, solicitou-se uma apreciação na Escala de 1 a 6, correspondendo 1 a uma apreciação "muito negativa" e 6 a uma apreciação "muito positiva".

Questão: Importância do Tema em Debate

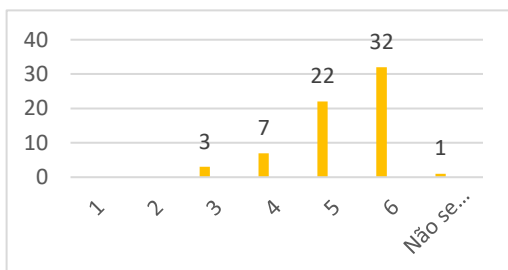


Verificou-se que a grande maioria dos participantes considerou a importância do tema em debate como muito positiva.

Na **pontuação máxima 6 (45 participantes)** e na **pontuação 5 (13 participantes)**.

Gráfico 6: Importância do Tema em Debate

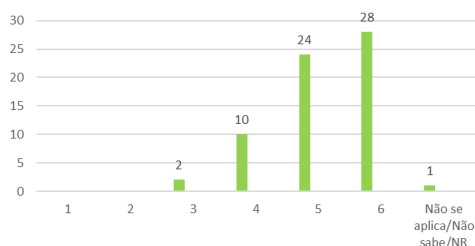
Questão: Programa da Sessão - Adequação ao Tema



Constatou-se que um número significativo de participantes considerou o programa da sessão-adequação ao tema com o valor máximo, **32 participantes pontuaram com 6 e 22 participantes na escala 5.**

Gráfico 7: Programa da Sessão – Adequação ao Tema

Questão: Dinâmicas desenvolvidas na Sessão



As dinâmicas desenvolvidas nas sessões foram do agrado da maioria dos participantes, **28 participantes pontuaram-nas na apreciação mais positiva e 24 participantes na escala 5.**

Gráfico 8: Dinâmicas Desenvolvidas na Sessão

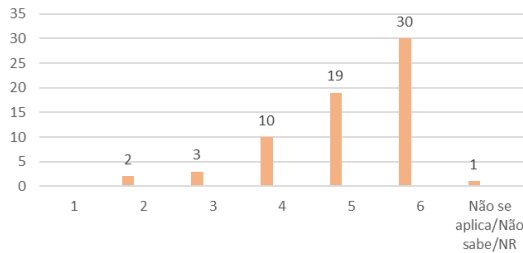




Câmara Municipal de Lisboa
Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Município e Participação
Divisão da Participação

Questão: Instalações e Condições Ambientais

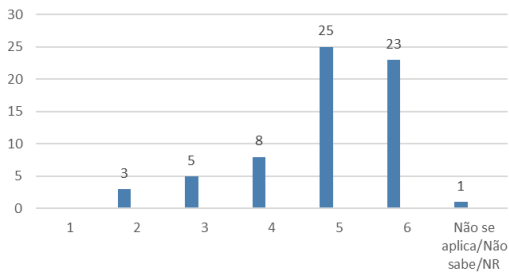


A sala de exposições dos Paços do Concelho foi o espaço onde decorreram as quatro sessões participativas; tendo agradado a grande parte dos participantes.

30 participantes atribuíram a **escala máxima (6)**, **19 participantes** optaram pela **escala 5** e **10 participantes** num **valor mais intermédio (4)**.

Gráfico 9: Instalações e Condições Ambientais

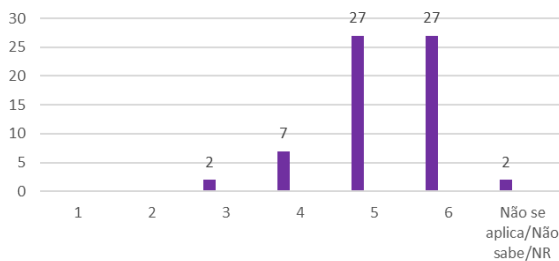
Questão: Duração da Sessão



A **duração** das sessões situou-se entre 2h00 a 2h30m, período que mereceu a **apreciação favorável de um grande número de participantes**, **23** dos quais atribuíram-lhe o **ponto máximo da escala (6)** e **25 participantes** no nível 5 da escala.

Gráfico 10: Duração da Sessão

Questão: Grau de Satisfação com a Sessão



Os participantes ficaram muito satisfeitos com as sessões, de um modo geral, atendendo a que um total de **54 pessoas** as avaliaram nas **escalas máximas (27 na 5 e 27 na 6)**.

Gráfico 11: Grau de Satisfação com a Sessão



Câmara Municipal de Lisboa

Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação

Divisão da Participação

Questão: Atividade de que mais gostou? Porquê?

Comerciantes:

Dos comerciantes participantes que responderam, 26 referenciaram como temáticas preferenciais:

- **A "Modernização e dinamização do comércio" (4)**
- **"Hábitos de consumo" (2)**
- **A importância dos temas em debate (5)**
- **O debate de ideias com outros comerciantes, perceber quais as dificuldades de cada setor e/ou atividade (15)**

Cidadãos:

Dos cidadãos participantes que responderam, 14 referiram as situações que mais lhes agradaram:

- **O debate e a oportunidade de conhecer as opiniões de outros munícipes (9)**
- **A pertinência dos temas em discussão (3)**
- **A partilha sobre hábitos de consumo e sustentabilidade ambiental (1)**
- **Modernização e digitalização do Comércio, porque são bastante necessárias para promover o comércio local (1)**



Câmara Municipal de Lisboa
Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Município e Participação
Divisão da Participação

Questão: Atividade de que menos gostou? Porquê?

Comerciantes:

Obtiveram-se 7 respostas quanto a esta questão:

- Pouco tempo para debate e apresentação de sugestões (3)
- Inadequação do tema "Hábitos de Consumo". "Devido à variedade de negócios existente, este tema divergiu para outros temas" (2)
- Pouca interação entre as mesas (2)

Cidadãos:

Obtiveram-se 3 respostas quanto a esta questão:

- A apresentação final do tema é pouco dinâmica (1)
- Deveria haver mais tempo para debater os temas (1)
- Más condições acústicas/excessivo barulho na sala (1)



Câmara Municipal de Lisboa

Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação

Divisão da Participação

Questão: Considera que o tempo da Sessão foi suficiente, para o tema em debate?

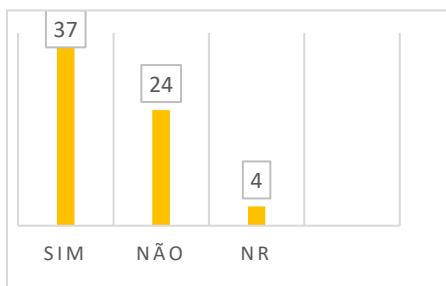


Gráfico 12: Tempo da Sessão, para o Tema

Quanto à questão do tempo da sessão para o debate, **37 participantes consideraram-no suficiente**, ao passo que **24 participantes referiram esse tempo como insuficiente**.

Questão: Considera que os facilitadores que dinamizaram a Sessão criaram um ambiente favorável ao debate?

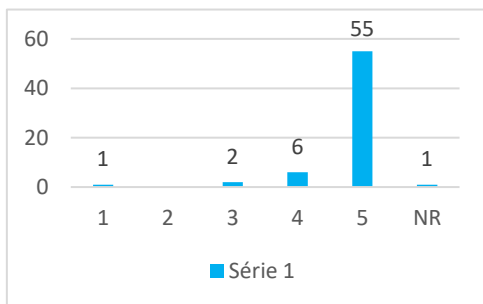


Gráfico 13: Ambiente favorável ao debate na Sessão

A grande maioria dos participantes (**55**) teve uma **opinião muito favorável** no que concerne à dinamização da sessão, tendo-se expressado através da **escala máxima (5)** e **6 participantes na escala 4**.

Questão: Sentiu-se confortável para fazer intervenções durante a Sessão?

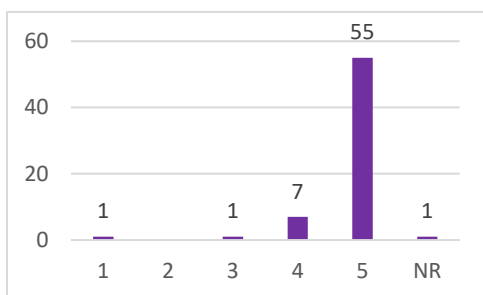


Gráfico 14: Conforto para intervenções durante a Sessão

55 participantes sentiram-se confortáveis durante a sessão, **no nível mais favorável da escala (5)** e **7 participantes no nível a seguir (4)**, pelo que, foi **bastante significativo o conforto dos participantes** no que toca a intervenções durante a sessão.



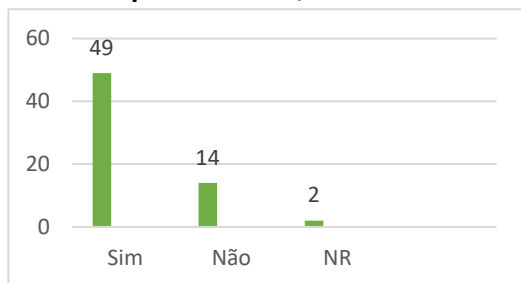
Câmara Municipal de Lisboa

Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação

Divisão da Participação

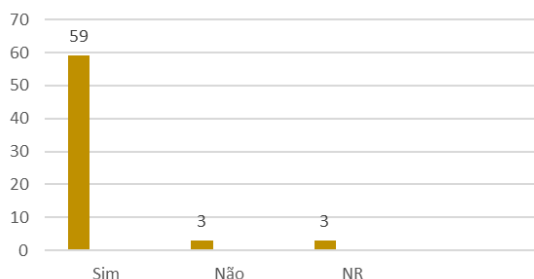
Questão: Após a Sessão, sentiu-se mais informado e preparado sobre o tema debatido?



Um número considerável de **participantes (49)** sentiu-se mais informado e preparado sobre o tema debatido. **14 participantes** não manifestaram a mesma opinião.

Gráfico 15: Após a Sessão, informação e preparação

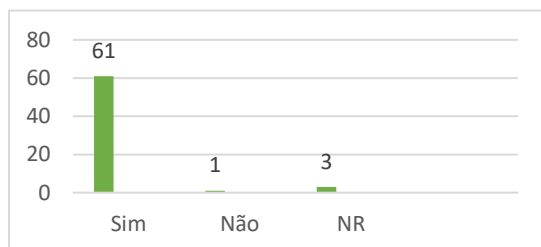
Questão: Sentiu que os seus contributos foram integrados nos resultados da Sessão?



Predominaram, em grande número, **(59 participantes)** que sentiram que os seus contributos foram integrados nos resultados da sessão. Somente **3 participantes** não partilharam da mesma opinião.

Gráfico 16: Integração dos contributos nos resultados da Sessão

Questão: Está disposto a participar em outras sessões participativas?



A quase totalidade dos participantes **(61)** mostrou-se **disponível para participar em outras sessões participativas**. Somente **1 participante** não expressou essa disponibilidade.

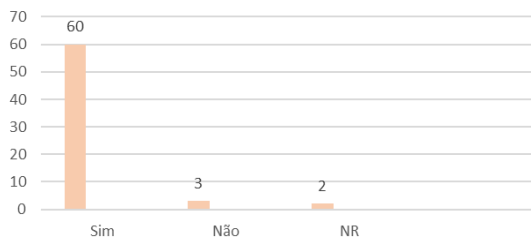
Gráfico 17: Disponibilidade para Participar em outras Sessões Participativas



Câmara Municipal de Lisboa
Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação
Divisão da Participação

Questão: Recomendaria a outras pessoas a colaboração em sessões participativas?

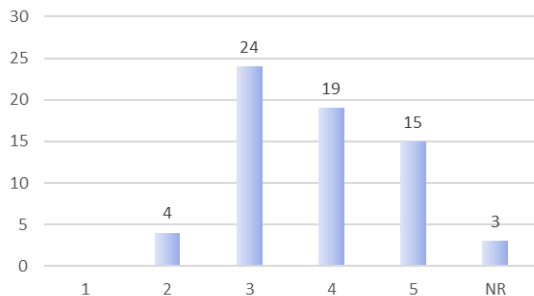


A recomendação a outras pessoas da colaboração em sessões participativas, é manifestada **positivamente por 60 participantes**, apenas **3 participantes** têm **opinião contrária**.

Gráfico 18: Recomendação a outras Pessoas a Colaboração em Sessões Participativas

Questão: Nível de expectativa quanto à aplicação, pela CML, das propostas apresentadas na Sessão

Quanto às expectativas de aplicação, pela CML, das propostas apresentadas na Sessão, (correspondendo 1 a "nulo", 2 a "reduzido", 3 a "moderado", 4 a "elevado" e 5 a "muito elevado").



O maior número de **participantes (24)**, tem **expectativas moderadas**, **19 participantes** têm **expectativas elevadas** e **15 muito elevadas**.
Somente **4 participantes** têm **expectativas reduzidas**.

Gráfico 19: Expectativa quanto à Aplicação, pela CML, das Propostas Apresentadas na Sessão



Câmara Municipal de Lisboa

Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Município e Participação

Divisão da Participação

Questão: Observações, Críticas e Sugestões de Melhoria

Comerciantes:

Obtiveram-se 15 respostas de um total de 46 Comerciantes presentes, quanto a esta questão:

- **4 respondentes sublinham a importância de desenvolver iniciativas pós-sessão, como reuniões periódicas com os comerciantes da baixa e divulgação de projetos que a CML já tenha em preparação.**
- **4 felicitam a CML pela iniciativa. Num destes comentários é referido que "seria uma mais-valia realizar várias sessões, para que se possa continuar a trabalhar em conjunto no sentido de dar novamente vida a Lisboa com o seu comércio e comerciantes locais."**
- **4 participantes apresentam sugestões de melhoria das sessões: A sessão deverá ter maior duração (1); os grupos devem ser menores para haver mais tempo para pensar em soluções (1); mais foco num tema por sessão, com temas mais ligados à realidade do comércio (1); A sala deve ter melhores condições acústicas (1).**
- **3 participantes salientam, como questões e/ou propostas de melhoria para o setor, a necessidade de mais segurança (1) e de melhores acessibilidades ao comércio (1) e a urgência de reduzir *tuck-tuck*, bicicletas e TVDE no centro da cidade (1).**



Câmara Municipal de Lisboa
Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação
Divisão da Participação

Cidadãos:

Dos cidadãos participantes, 11 referiram como situações a melhorar:

- Deverá ser enviado, antes das sessões, um esboço ou material de apoio sobre os assuntos a tratar, para melhor preparação e contributo (3).
- Deverá haver partilha de “*insights*” e de relatório final (1).
- Deverá ser melhorada a acústica da sala (2).
- A dinâmica deverá ser mais centrada na temática, através de pontos focais, para não dispersar os participantes (1).
- Outras temáticas sobre a cidade deveriam ser objeto da mesma atenção, e há muitas: turismo, limpeza da cidade, ruído, fiscalização, segurança (1).
- Deverá haver mais tempo, que permita exposição mais minuciosa (1).
- Louvor à iniciativa, a continuar e disponibilidade para participar em novas iniciativas (2).

9. Conclusões e Recomendações

- O número de participantes no processo participativo foi de 2152, destes 2084 responderam ao Inquérito online e 68 participaram nas sessões Participativas Presenciais.
- As sessões participativas realizadas foram, de forma geral, muito bem acolhidas pelos participantes.
- A maior parte dos participantes expressou um grau de satisfação elevado com as dinâmicas das mesas, destacando a interação enriquecedora e a troca de ideias durante os debates.



Câmara Municipal de Lisboa
Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação
Divisão da Participação

- As dinâmicas propostas foram eficazes para estimular o envolvimento e a cooperação entre os participantes, promovendo um ambiente de partilha de ideias.
- O espaço onde decorreram as sessões é um aspeto a ser considerado em futuras iniciativas. Embora o local tenha proporcionado, de um modo geral, um ambiente adequado, a acústica da sala não foi a mais apropriada.
- Destaca-se a necessidade da devolução dos resultados das sessões aos participantes, como forma de satisfação da sua vontade e de credibilização do processo.
- Não obstante alguns desafios, em termos gerais, as sessões foram muito produtivas e enriquecedoras, alcançando os objetivos a que nos propusemos.
- Por fim, evidencia-se o trabalho colaborativo entre a DMEI e a DP.

