

# 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

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

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

# 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.

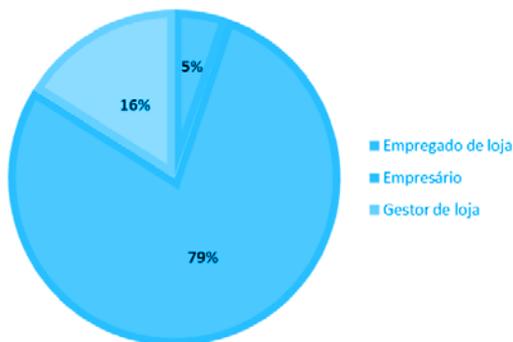
Comerciantes de todas as zonas do Município de Lisboa: Comerciante(s), proprietário(s) e trabalhador(es).

### Comerciantes

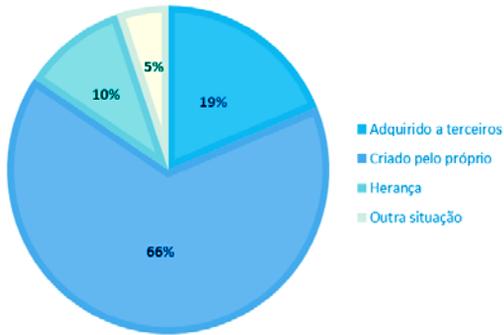
Perfil dos respondentes

- 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%).

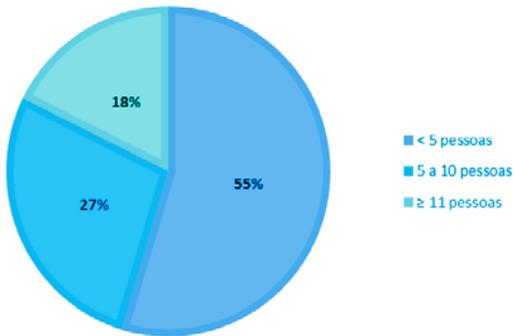
### Como se identifica?



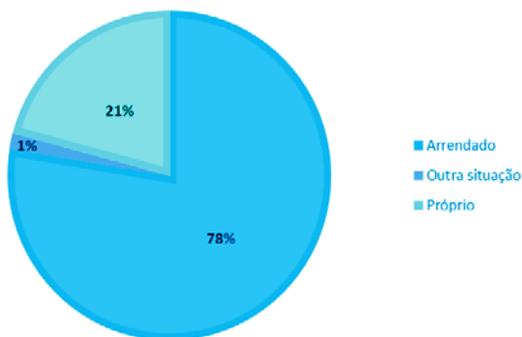
## Origem do Estabelecimento/Negócio | Situação do Negócio



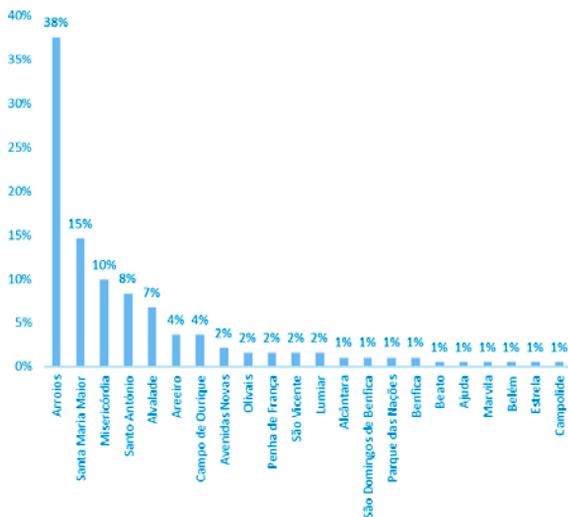
## Recursos Humanos | N.º Trabalhadores p/ estabelecimento



### 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)



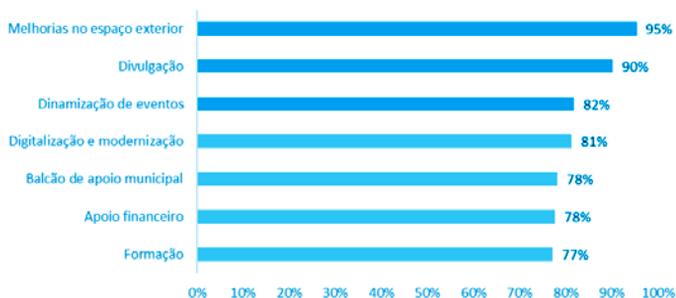
### Medidas prioritárias que devem ser tomadas pela CML

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)



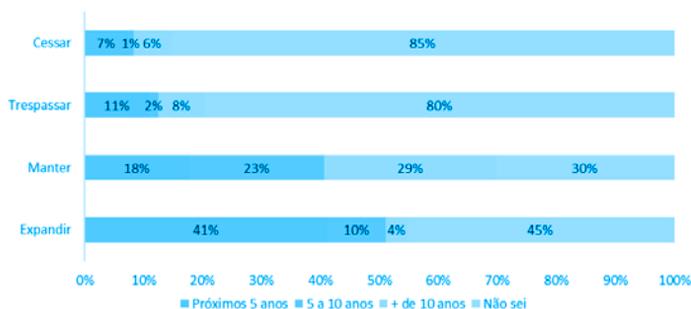
### Expectativas para o negócio a curto, médio e longo prazo

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.



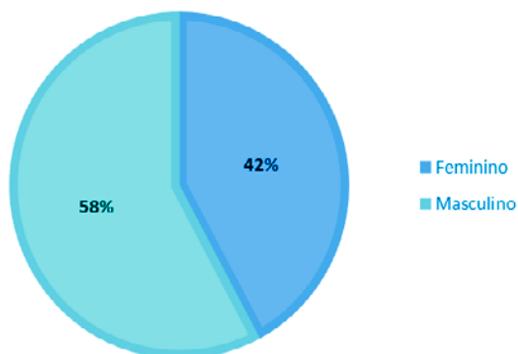
## Perfil Sociodemográfico dos respondentes

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.

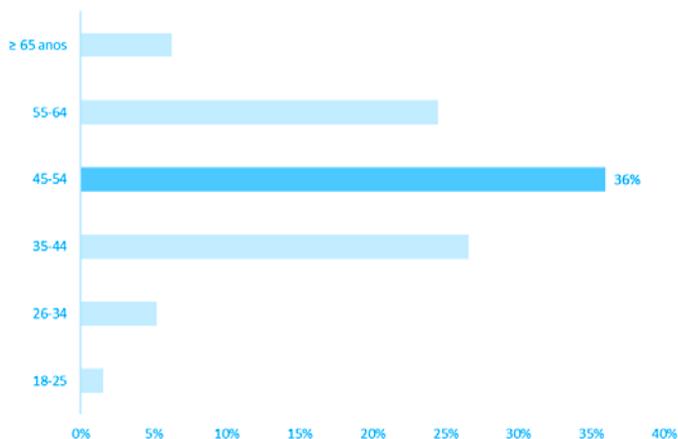
A maior concentração de participantes no questionário está entre 45-54 anos (36%), seguido dos escalões compreendidos entre os 35 e os 44 anos, e entre os 55 e os 64 anos.

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

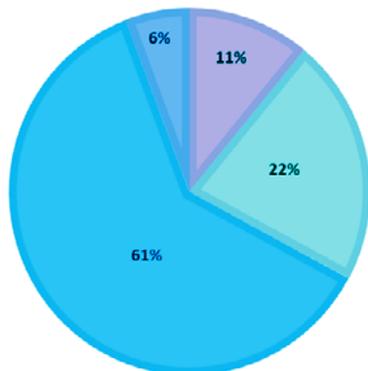


As nacionalidades dos participantes no questionário não evidenciam a multiculturalidade dos comerciantes da cidade, uma vez que 85% (164) das respostas são de portugueses, 6% (12) respostas de brasileiros e as restantes respostas de indivíduos oriundos de outras nacionalidades.

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).

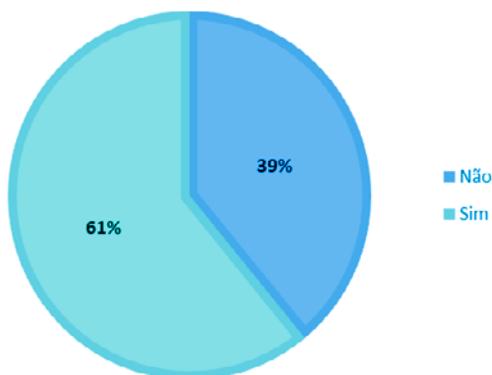
## Nível de escolaridade

■ Ensino Básico ■ Ensino Secundário ■ Ensino Superior ■ Outro

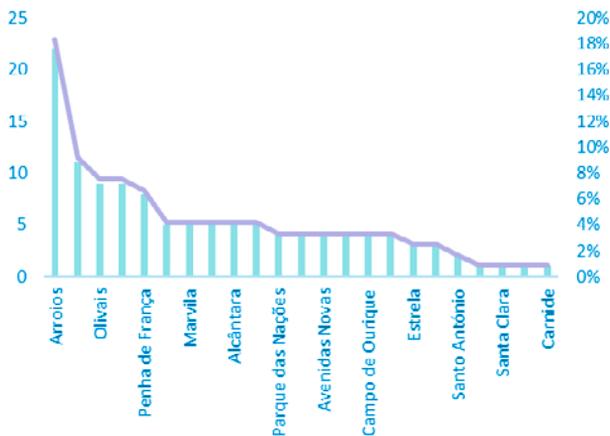


Apesar de todos os comerciantes deterem os seus negócios e estabelecimentos na cidade de Lisboa, 39% não reside na capital. Dos 61% que vivem, o grande destaque vai para a freguesia de Arroios (11%), onde, recorde-se, se concentram a maioria das empresas dos participantes.

## 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:

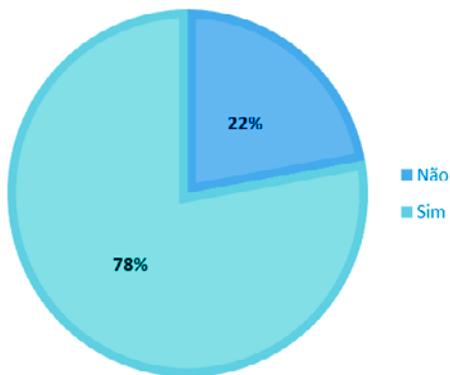
- Melhore o espaço público (95%).
- Dinamize eventos e campanhas de promoção (82%).
- Ofereça apoio à formação e à digitalização (77% e 81%, respetivamente).

## **Consumidores**

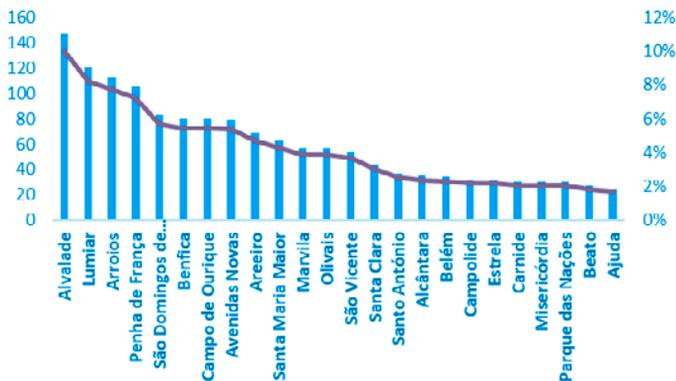
### **Residência**

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

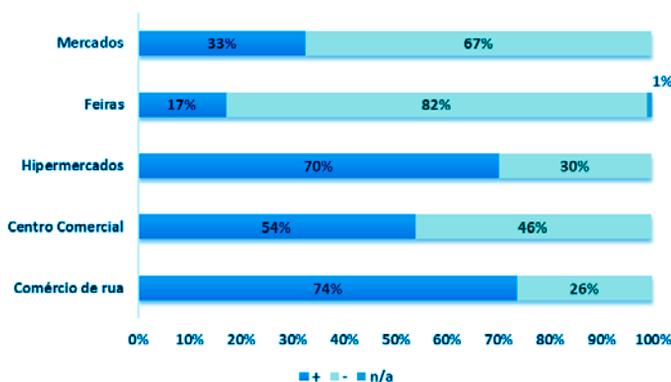
- Local preferido de compras: área de residência (88%).
- Compras *online* são as menos frequentes (60%).
- Na Área do Trabalho as respostas dividem-se, com 48% das respostas a indicarem uma maior frequência e 47% uma menor frequência.

- 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 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.

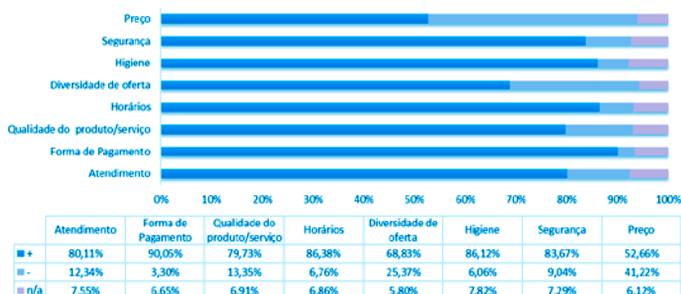
Nas categorias da Alimentação, Vestuário, Lazer e Cultura, e Saúde e Bem-estar, os participantes classificam positivamente todas os aspetos em avaliação, com o pior indicador a ser o Preço em todas estas categorias. Na Alimentação, o Preço recebeu nota positiva de 50,27% das respostas; 52,66% no Vestuário;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



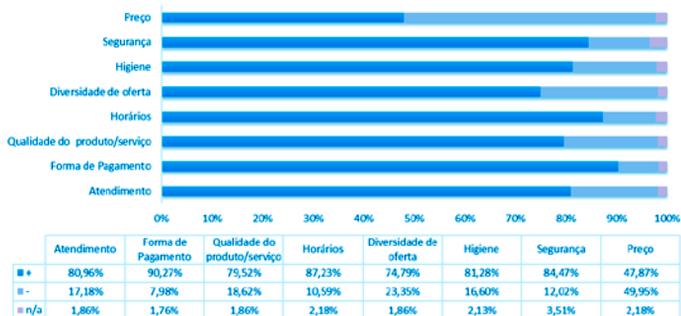
### Loja física: Lazer e Cultura (grau de satisfação)



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



### Loja física: Restauração (grau de satisfação)



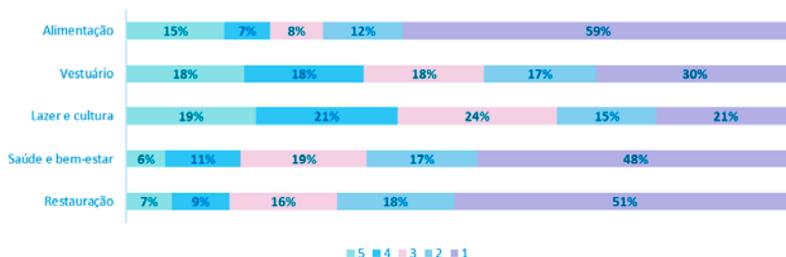
## Compras Online

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



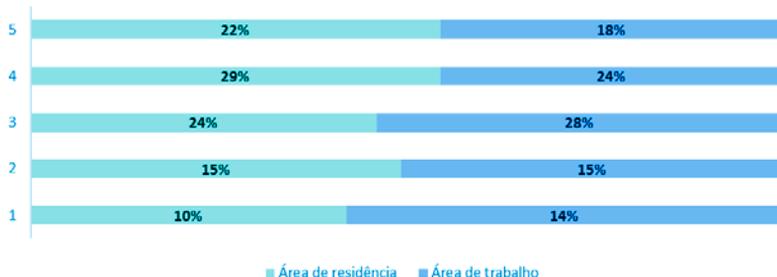
### Grau de satisfação geral com a oferta comercial

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).

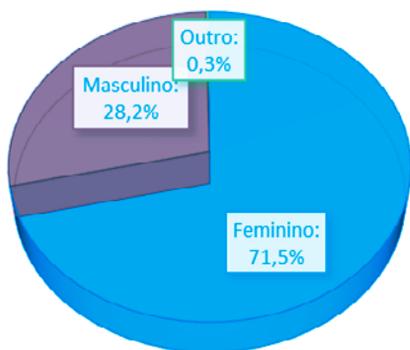
### Oferta Comercial (grau de satisfação)



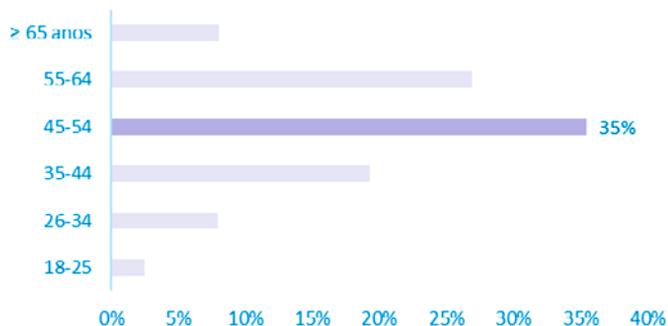
### Perfil sociodemográfico dos respondentes (consumidores)

- 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)

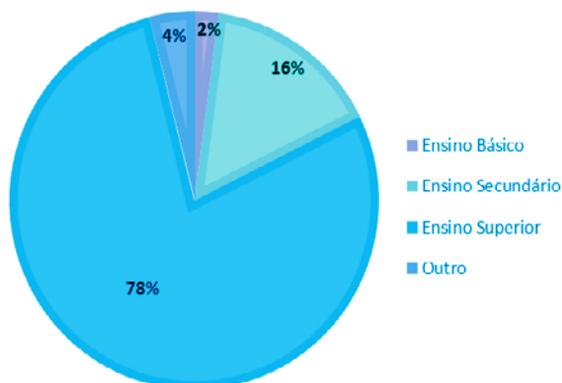


## Faixa Etária (consumidores)



- 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

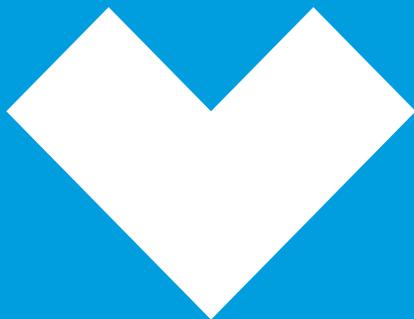
A auscultação pública evidenciou o papel central do comércio de proximidade na vida urbana de Lisboa. Destacam-se cinco grandes áreas prioritárias:

- 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**

<b>Índice tabelas</b>	4
<b>Índice gráficos</b>	4
<b>1. Designação do Projeto:</b>	5
<b>2. Enquadramento</b>	5
<b>3. Público-alvo</b>	5
<b>4. Objetivos do Processo Participativo</b>	5
<b>5. O Processo Participativo</b>	5
<b>5.1 Inquérito (Online)</b>	5
<b>5.2 Sessões Participativas (Presenciais)</b>	6
<b>6. Metodologia/Estratégia</b>	7
<b>7. Análise e apresentação dos dados recolhidos nas sessões</b>	9
<b>7.1. Síntese dos dados</b>	19
<b>8. Avaliação das Sessões Participativas</b>	21
<b>9. Conclusões e Recomendações</b>	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 Município 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><b>Demografia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Mudanças demográficas e turísticas que alteram os hábitos de consumo e geram uma procura diversificada.</li> </ul> <p><b>Normas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 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.</li> <li>○ Delegação de responsabilidades nas Juntas de Freguesia não contribui, muitas vezes, para organizar e gerir o espaço público.</li> </ul> <p><b>Espaço Público:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Acessibilidade em várias áreas da cidade compromete a mobilidade e o consumo.</li> </ul> <p><b>Sustentabilidade:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Falta de sucessores e dificuldades económicas estão associados ao encerramento de pequenos negócios.</li> </ul>	<p><b>Normas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Implementação de uma regulamentação mais específica para cada tipo de negócio, com fiscalização rigorosa.</li> <li>○ Proteção ao comércio tradicional e identitário de Lisboa, com medidas de valorização, fiscalização e incentivos para comerciantes e consumidores.</li> <li>○ Gestão proativa pela Câmara Municipal de Lisboa, incidindo na antecipação de problemas e ações rápidas e eficientes.</li> </ul>

#### Modernização e Dinamização do Comércio

<p><b>Normas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Adaptação do modelo das grandes superfícies ao comércio de rua e as obras na cidade.</li> </ul> <p><b>Espaço Público:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Higiene urbana e segurança, logística.</li> <li>○ 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.</li> <li>○ Modernização dos estabelecimentos.</li> </ul> <p><b>Comunicação/Meios:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Dinamização do comércio por meio de campanhas de comunicação, atração de consumidores para o comércio tradicional.</li> </ul> <p><b>Modelo de Funcionamento:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Dificuldades para fixar e motivar trabalhadores.</li> </ul>	<p><b>Normas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Rever as zonas de cargas e descargas por meio de uma legislação e regulamento mais adequados.</li> <li>○ Promover uma maior diversidade comercial, com levantamento das atividades e implementação de quotas para evitar a proliferação de lojas de souvenirs.</li> <li>○ Assegurar que o comércio tradicional tenha as mesmas condições de limpeza, segurança e acessibilidade das grandes superfícies.</li> <li>○ Cumprir prazos nas obras e incentivar a sustentabilidade com a utilização de carros elétricos.</li> <li>○ Criar condições para fixação de trabalhadores, como habitação e programas de formação.</li> </ul> <p><b>Espaço Público:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Melhorar a acessibilidade, mobilidade, estacionamento.</li> <li>○ Reorganizar urbanisticamente a cidade.</li> </ul> <p><b>Segurança:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Melhorar a segurança através de videovigilância, mais policiamento e melhorar a iluminação, combater a mendicância.</li> </ul> <p><b>Comunicação/Meios</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 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.</li> <li>○ Preservar a identidade do comércio lisboeta e ao mesmo tempo procurar a inovação.</li> </ul>
---	--



**Câmara Municipal de Lisboa**  
**Secretaria-Geral**

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação  
Divisão da Participação

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

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

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

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



**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:**

<b>Desafios</b>	<b>Sugestões</b>
<p><b>Normas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Apoios a custos elevados para aderir às novas tecnologias, para os pequenos comerciantes.</li><li>○ Horários limitados de funcionamento de estabelecimentos e mercados, o que restringe o acesso dos consumidores.</li></ul> <p><b>Espaço público:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Falta de estacionamento adequado nas áreas comerciais, dificultando o acesso dos consumidores ao comércio local.</li><li>○ Gestão do espaço público, questões relacionadas com limpeza e organização das áreas comerciais.</li></ul>	<p><b>Normas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ CML a apoiar financeiramente os comerciantes nos custos de publicidade e/ou criação de sites.</li><li>○ 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.</li><li>○ Desenvolver programas de apoio para proporcionar rendas mais acessíveis aos negócios de bairro, incentivando a sua permanência e crescimento na cidade.</li><li>○ Propor a abertura dos mercados municipais aos domingos de manhã, para atrair mais clientes durante o fim de semana.</li><li>○ Liberalizar os horários de funcionamento dos estabelecimentos comerciais respeitando a Lei do Ruído e garantindo o conforto da comunidade local.</li><li>○ A CML deve disponibilizar espaços e lojas municipais para apoiar o desenvolvimento de negócios locais e dar maior visibilidade ao comércio de bairro.</li></ul> <p><b>Espaço Público:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Melhorar a higiene urbana em esplanadas.</li></ul> <p><b>Formação:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Investir na formação e humanização do atendimento ao cliente, criando uma experiência mais personalizada e acolhedora.</li></ul> <p><b>Comunicação/Meios:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Criar uma plataforma digital exclusiva para os comerciantes para facilitar a presença online e a divulgação.</li><li>○ Incluir informações sobre o comércio local nos roteiros de turismo, mupis (painéis publicitários), transportes públicos (como carris, comboios e metro) e espaços municipais (mercados).</li><li>○ Incentivar e promover as compras online como uma extensão do comércio tradicional.</li><li>○ Investir na melhoria da sinalética das lojas, tornando-a mais atrativa e acessível para os consumidores.</li><li>○ Desenvolver campanhas de divulgação para promover o comércio tradicional e aumentar a visibilidade das lojas de bairro.</li></ul>



**Câmara Municipal de Lisboa**  
**Secretaria-Geral**

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação  
Divisão da Participação

<b>Consumidores - Residentes   Estudantes   Trabalhadores na Cidade de Lisboa</b>	
<b>Modernização e Digitalização do Comércio:</b>	
<b>Desafios</b>	<b>Sugestões</b>
<b>Modelo de funcionamento:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Falta de espaços adequados e acessíveis para promover e desenvolver os negócios locais.</li><li>○ Desunião entre os comerciantes locais, dificultando a resolução de problemas comuns e a promoção de ações conjuntas.</li><li>○ Necessidade de melhorar a experiência do cliente no comércio local.</li></ul>	<b>Produtos/Meios</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Criar um cartão de benefícios digital (APP) para promover o comércio de Lisboa, com vantagens para o consumidor e incentivos para compras locais.</li><li>○ Disponibilizar um guia físico e digital, acerca dos estabelecimentos comerciais da cidade, facilitando o acesso às informações sobre os serviços existentes.</li><li>○ 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.</li><li>○ Organizar e promover mais eventos que atraiam consumidores ao comércio tradicional.</li><li>○ Estimular o comércio de proximidade a integrar práticas de vendas online, permitindo maior flexibilidade e alcance para os consumidores.</li></ul> <b>Modelo de Funcionamento:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ 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.</li></ul>

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



## 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><b>Normas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Regular o licenciamento do comércio, com maior fiscalização.</li><li>○ Licenciamento zero.</li><li>○ 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).</li><li>○ Favorecimento de <i>startups</i> em detrimento de estabelecimentos tradicionais e locais.</li><li>○ Necessidade de apoios financeiros para a abertura de lojas e para o comércio de proximidade.</li><li>○ Taxas elevadas, como as de MB e outras taxas relacionadas.</li></ul> <p><b>Espaço Público:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Falta de espaços verdes próximos do comércio local.</li><li>○ Desaparecimento da identidade dos bairros, com a homogeneização do comércio e a perda de características locais.</li></ul> <p><b>Formação:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Falta de literacia informática, especialmente nos comerciantes com mais idade.</li></ul> <p><b>Comunicação/Meios:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Necessidade de maior investimento no comércio online.</li><li>○ Modernizar o comércio local com apoio online, como a criação de sites e painéis digitais, com informação sobre as lojas e os seus produtos.</li></ul> <p><b>Modelo de Funcionamento:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Desumanização do comércio.</li></ul>	<p><b>Normas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Acabar com o licenciamento zero para garantir que o comércio local tenha um controlo mais rigoroso.</li><li>○ Preservação do comércio tradicional, incentivar lojas específicas.</li><li>○ Promoção de lojas com história, através da preservação do património material das lojas antigas.</li><li>○ Apoios financeiros para facilitar a abertura de lojas no comércio local.</li><li>○ Redução das taxas de MB e isenção de IMI para estabelecimentos comerciais locais, de modo a aliviar a carga tributária.</li><li>○ Incentivos ao uso de transportes públicos com passes gratuitos para residentes nos bairros históricos e <i>vouchers</i> para o comércio local.</li></ul> <p><b>Espaço Público:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Incentivar o comércio local próximo dos espaços verdes ou parques infantis, criando ambientes agradáveis para os consumidores.</li></ul> <p><b>Formação:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Formação em informática para comerciantes com mais idade, garantindo que possam adaptar-se à digitalização do mercado.</li></ul> <p><b>Produtos/Meios:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Promoção de visitas guiadas para divulgar o comércio local e sensibilizar os turistas sobre a identidade dos bairros e as suas comunidades.</li><li>○ 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.</li></ul> <p><b>Modelo de Funcionamento:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Privilegiar a relação humana no comércio para melhorar a experiência de compra.</li><li>○ Falta de envolvimento dos moradores e comerciantes nas decisões sobre o comércio local.</li></ul>

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

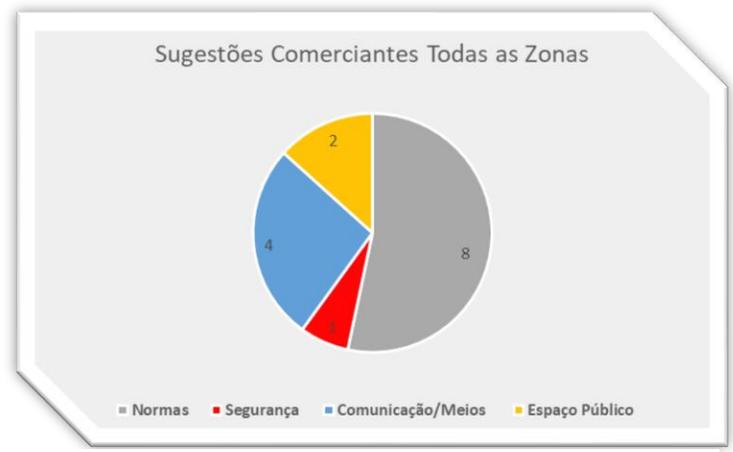


Gráfico 2: Sugestões Comerciantes Todas as Zonas

- 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)**.

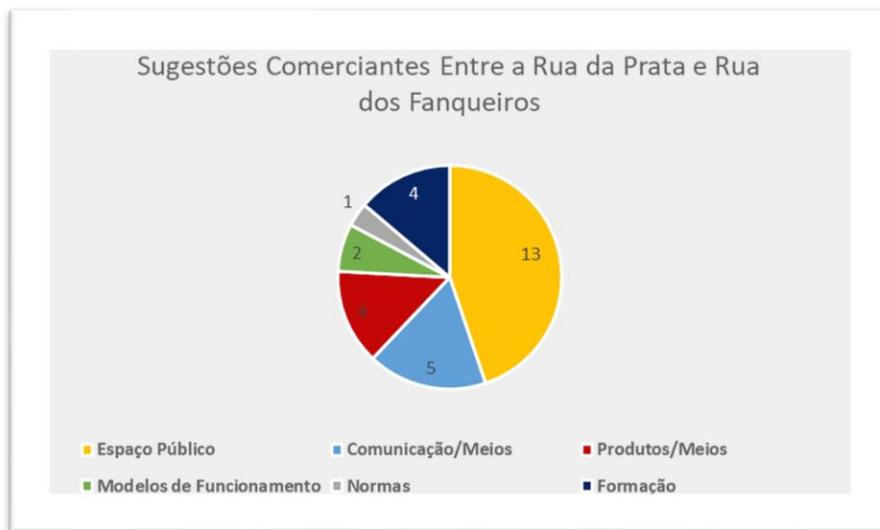


Gráfico 3: Sugestões Comerciantes Entre a Rua da Prata e a Rua dos Fanqueiros

- 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 Múncipe 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.

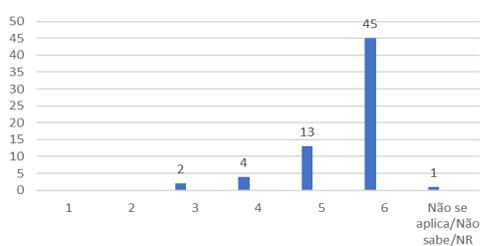


**Câmara Municipal de Lisboa**  
**Secretaria-Geral**

Departamento de Relação com o Múncipe 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**

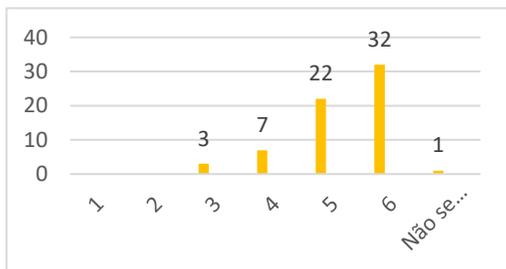


Verificou-se que a grande maioria dos participantes considerou a importância do tema em debate como muito positiva.

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

Gráfico 6: Importância do Tema em Debate

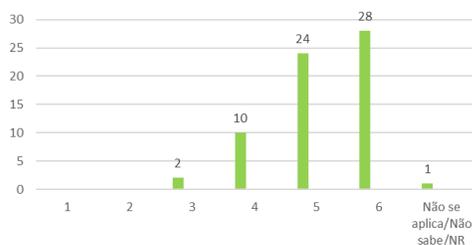
**Questão: Programa da Sessão - Adequação ao Tema**



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

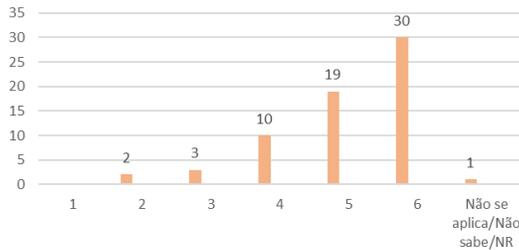




**Câmara Municipal de Lisboa**  
**Secretaria-Geral**

Departamento de Relação com o Município e Participação  
Divisão da Participação

**Questão: Instalações e Condições Ambientais**

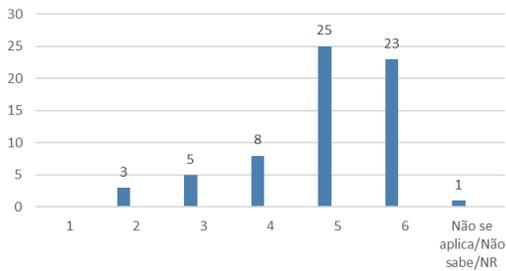


A sala de exposições dos Paços do Concelho foi o espaço onde decorreram as quatro sessões participativas; tendo agradado a grande parte dos participantes.

**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

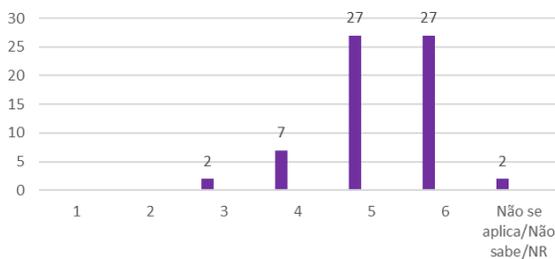
**Questão: Duração da Sessão**



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?**

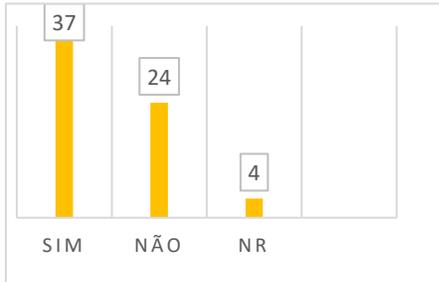


Gráfico 12: Tempo da Sessão, para o Tema

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?**

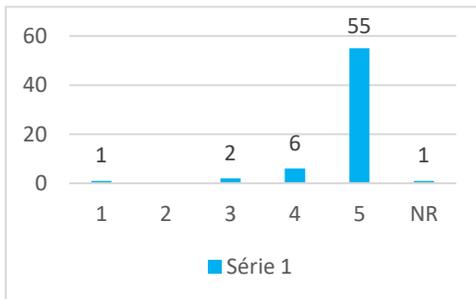


Gráfico 13: Ambiente favorável ao debate na Sessão

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?**

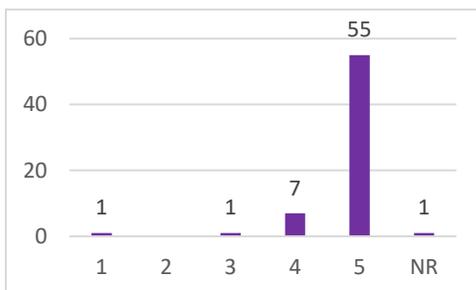


Gráfico 14: Conforto para intervenções durante a Sessão

**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.



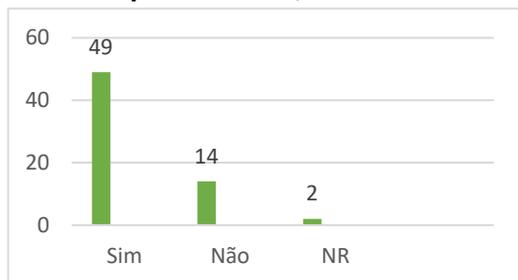
## Câmara Municipal de Lisboa

### Secretaria-Geral

Departamento de Relação com o Múncipe e Participação

Divisão da Participação

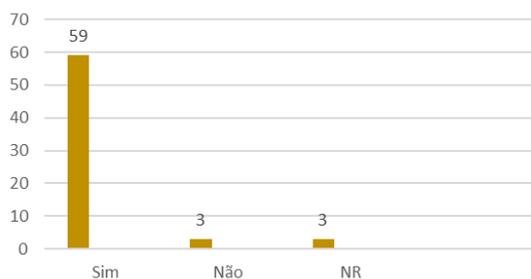
#### Questão: Após a Sessão, sentiu-se mais informado e preparado sobre o tema debatido?



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

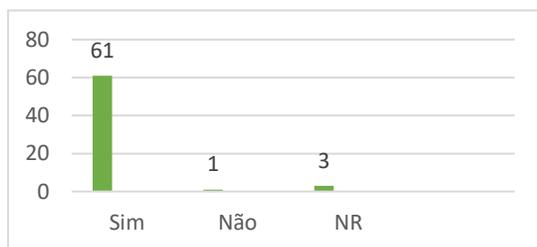
#### Questão: Sentiu que os seus contributos foram integrados nos resultados da Sessão?



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.

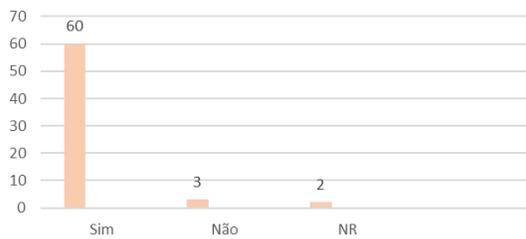
Gráfico 17: Disponibilidade para Participar em outras Sessões Participativas



**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?**

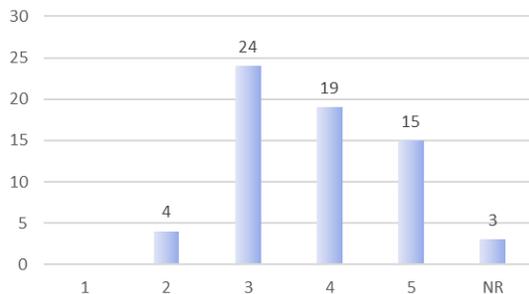


A recomendação a outras pessoas da colaboração em sessões participativas, é manifestada **positivamente por 60 participantes**, apenas **3 participantes** têm **opinião contrária**.

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 Município 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.

