



Marta Clara Gomes Tavares da Fonseca

O comércio em áreas urbanas antigas: o caso da Baixa de Coimbra

Relatório de Estágio no âmbito do Mestrado em Sociologia, sob orientação do Professor Doutor Elísio Estanque, apresentado à Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra

Coimbra, 2009



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Marta Clara Gomes Tavares da Fonseca

***O comércio em áreas urbanas antigas: o caso da Baixa de
Coimbra***

Relatório de Estágio no âmbito do Mestrado em Sociologia, sob orientação do Professor Doutor Elísio Estanque, apresentado à Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra

Coimbra, 2009



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

AGRADECIMENTOS

São muitos aqueles a quem gostaria de expressar os meus sinceros agradecimentos. Por ter consciência de que não teria alcançado este ponto na minha formação académica sem a ajuda, companheirismo e amizade de muitas das pessoas que tive o prazer de conhecer, sinto que os devo mencionar aqui. Não por necessidade de colocar no papel com receio de correr o risco de esquecer, porque tal não me parece possível, mas sim porque este relatório é não apenas meu, mas também é vosso.

Assim, gostaria de expressar os meus agradecimentos...

Ao Professor Doutor Elísio Estanque, meu orientador de estágio, pelas sugestões e críticas construtivas a que sempre me habituou, mas também, pelo incentivo.

Ao Engenheiro Sidónio Simões, Supervisor de estágio, pela simpatia com que me recebeu no GCH e a disponibilidade que sempre demonstrou para trocar ideias e opiniões relativas ao Centro Histórico de Coimbra, mais concretamente ao comércio da Baixa de Coimbra.

A todos os técnicos e funcionários do GCH, pela disponibilidade e simpatia com que me receberam, o que fez com que desde logo me sentisse “em casa”.

A todos os inquiridos, porque sem a sua disponibilidade e a amabilidade, de alguns, todo o trabalho de campo desenvolvido teria sido bem mais difícil.

À minha colega de estágio, Susana Silva, pelo apoio e por tantos momentos partilhados.

Aos meus colegas de mestrado, por estes dois anos de convivência e de partilha de conhecimento.

Ao Luís Correia, o colega de Évora, por, apesar de longe, ter estado sempre disponível para responder às minhas dúvidas.

Às minhas duas meninas, Bé e Rita, que têm o dom de me fazer sorrir em momentos menos bons. E por não terem levado a mal o facto de eu ter decorado a nossa sala com livros e folhas de papel nos últimos meses.

Aos meus amigos, Pedro Martins, Pedro Dias, Crasto, Marisa, por terem compreendido a falta da minha presença e atenção, e em especial ao Diogo, a quem

recorro quando o computador “cisma em se portar mal” e também pelo apoio que me deu quando tudo parecia não estar a correr bem.

Aos meus pais e à minha irmã, que são o meu orgulho e a minha fonte de motivação, sem vocês não seria possível, não só pela questão financeira, mas também por entenderem, e mesmo quando tal não acontece, porque por vezes é demasiado difícil e complicado, estarem sempre ao meu lado.

A todos o meu muito obrigada.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO.....	1
1. A BAIXA DE COIMBRA E O COMÉRCIO: PERSPECTIVAS DE UMA ESTAGIÁRIA 2	
2. ANÁLISE DO INQUÉRITO AOS COMERCIANTES DA BAIXA DE COIMBRA.....	18
2.1 Caracterização da amostra	18
2.2 Caracterização da actividade comercial na Baixa de Coimbra	20
2.3 Formação e novas tecnologias	22
2.4 Investimento.....	25
2.5 Opinião sobre a Baixa de Coimbra.....	26
2.6 Conclusões	29
3. ANÁLISE DO INQUÉRITO AOS VISITANTES/PASSANTES DA BAIXA DE COIMBRA	31
3.1 Caracterização da amostra	31
3.2 Análise dos dados obtidos	33
3.3 Conclusões	45
4. ANÁLISE DO INQUÉRITO AOS VISITANTES/PASSANTES DO CENTRO COMERCIAL DOLCE VITA DE COIMBRA.....	49
4.1 Caracterização da amostra	49
4.2 Análise dos dados obtidos	51
4.3 Conclusões	61
CONCLUSÃO	65
BIBLIOGRAFIA.....	69

LISTA DE SIGLAS

ACIC	Associação Comercial e Industrial de Coimbra
APBC	Agência para a Promoção da Baixa de Coimbra
CAE-REV. 3	Classificação Portuguesa de Actividades Económicas, Revisão 3
CMC	Câmara Municipal de Coimbra
GCH	Gabinete para o Centro Histórico
IERU	Instituto de Estudos Regionais e Urbanos da Universidade de Coimbra
PS	Partido Socialista
PSD	Partido Social Democrata
QREN	Quadro de Referência Estratégico Nacional
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
SRU	Sociedade de Reabilitação Urbana
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico I	19
Grupo etário dos inquiridos	
Gráfico II	20
Habilitações literárias dos inquiridos	
Gráfico III	22
Ocupação dos edifícios	
Gráfico IV	23
Necessidade de formação	
Gráfico V	23
Intenção de investir em formação	
Gráfico VI	23
Possui computador	
Gráfico VII	24
Intenção de adquirir computador	
Gráfico VIII	24
Ligação à internet	
Gráfico IX	25
Problemas que afectam a actividade comercial	
Gráfico X	25
Intenção de investir	
Gráfico XI	26
Tipo de investimento	
Gráfico XII	27
Aspectos que favorecem o comércio na Baixa de Coimbra	
Gráfico XIII	27
Aspectos que menos favorecem o comércio na Baixa de Coimbra	

Gráfico XIV	28
"Dar vida" à Baixa de Coimbra	
Gráfico XV	32
Grupo etário dos inquiridos	
Gráfico XVI	32
Grupo etário dos inquiridos por sexo	
Gráfico XVII	33
Habilitações literárias dos inquiridos	
Gráfico XVIII	33
Condição perante o trabalho	
Gráfico XIX	34
Tipo de comércio que prefere	
Gráfico XX	34
Tipo de comércio onde tem por hábito efectuar compras	
Gráfico XXI	35
Hábito de fazer compras na Baixa de Coimbra	
Gráfico XXII	35
Hábito de efectuar compras na Baixa de Coimbra por sexo	
Gráfico XXIII	35
Hábito de efectuar compras na Baixa de Coimbra pelo tipo de comércio que prefere	
Gráfico XXIV	36
Tipo de comércio onde tem por hábito efectuar compras pelo tipo de comércio que prefere	
Gráfico XXV	36
Tipo de comércio onde tem por hábito efectuar compras pelo hábito de efectuar compras na Baixa de Coimbra	
Gráfico XXVI	37
Tipo de produtos que tem por hábito adquirir na Baixa de Coimbra	

Gráfico XVII	37
Regularidade com que efectua compras na Baixa de Coimbra	
Gráfico XXVIII	38
Como se desloca para efectuar compras na Baixa de Coimbra	
Gráfico XXIX	39
Frequência com que vai à Baixa de Coimbra	
Gráfico XXX	39
Frequência com que vai à Baixa de Coimbra por sexo	
Gráfico XXXI	40
Motivos que levam os inquiridos a deslocarem-se à Baixa de Coimbra	
Gráfico XXXII	41
Motivos por frequência com que se descolam à Baixa de Coimbra	
Gráfico XXXIII	41
Motivos porque não se desloca à Baixa de Coimbra	
Gráfico XXXIV	42
Frequência com que se desloca à baixa de Coimbra ao fim-de-semana	
Gráfico XXXV	42
Motivos que levam os inquiridos a deslocarem-se ao fim-de-semana à Baixa de Coimbra	
Gráfico XXXVI	43
Classificação de aspectos relativos ao comércio da Baixa de Coimbra	
Gráfico XXXVII	44
Tipo de estabelecimentos comerciais que fazem falta na Baixa de Coimbra	
Gráfico XXXVIII	45
Tipo de equipamentos que fazem falta na Baixa de Coimbra	
Gráfico XXXIX	49
Grupo etário dos inquiridos	
Gráfico XL	50
Habilitações literárias dos inquiridos	

Gráfico XLI	50
Condição perante o trabalho	
Gráfico XLII	51
Condição perante o trabalho por sexo	
Gráfico XLIII	51
Frequência das idas ao Centro Comercial	
Gráfico XLIV	52
Motivos que levam os inquiridos a deslocarem-se ao Centro Comercial	
Gráfico XLV	53
Frequência das idas ao Centro Comercial	
Gráfico XLVI	53
Motivos que levam os inquiridos a deslocarem-se ao Centro Comercial ao fim-de-semana	
Gráfico XLVII	54
Hábito de fazer compras no Centro Comercial	
Gráfico XLVIII	54
Tipo de produtos que tem por hábito adquirir no Centro Comercial	
Gráfico XLIX	54
Regularidade com que efectua compras no Centro Comercial	
Gráfico L	55
Regularidade com que efectua compras no Centro Comercial por frequência com que vai ao Centro Comercial	
Gráfico LI	55
Como se desloca para efectuar compras no Centro Comercial	
Gráfico LII	56
Tipo de comércio que prefere	
Gráfico LIII	56
Tipo de comércio que prefere por grupo etário	

Gráfico LIV	57
Hábito de efectuar compras na Baixa de Coimbra	
Gráfico LV	57
Hábito de efectuar compras na Baixa de Coimbra pelo tipo de comércio que prefere	
Gráfico LVI	58
Motivos que levam os inquiridos a fazer compras na Baixa de Coimbra	
Gráfico LVII	58
Motivos que levam os inquiridos a não fazer compras na Baixa de Coimbra	
Gráfico LVIII	59
Classificação de aspectos relativos ao comércio no Centro Comercial	
Gráfico LIX	60
Tipo de estabelecimentos comerciais que fazem falta na Baixa de Coimbra	
Gráfico LX	60
Tipo de equipamentos que fazem falta na Baixa de Coimbra	

RESUMO

O presente relatório é o resultado de um estágio curricular realizado no Gabinete para o Centro Histórico da Câmara Municipal de Coimbra, no âmbito do Mestrado em Sociologia. Este estágio teve como objecto de estudo a Baixa de Coimbra e, em particular, o comércio aí presente. Sendo que, para tal, foi necessário recolher informação sobre os estabelecimentos comerciais situados nesta zona da cidade, bem como a opinião dos comerciantes e serviços, e também de consumidores, acerca da Baixa de Coimbra e do comércio.

Sendo assim, para a recolha de informação, a escolha recaiu nos inquéritos por questionário, aos comerciantes e serviços presentes na Baixa e aos visitantes/passantes da Baixa, Alta e do Centro Comercial Dolce Vita de Coimbra. Durante os quatro meses de estágio foram inquiridas 562 pessoas.

Neste relatório é apresentada a análise dos inquéritos aos comerciantes da Baixa e aos visitantes/passantes da Alta e Centro Comercial Dolce Vita de Coimbra, assim como as principais conclusões que foram obtidas.

São também apresentadas algumas ideias que estão na base da observação efectuada aquando do trabalho de inquirição. Desta forma, foi possível, juntamente com os dados obtidos através dos inquéritos, perceber alguns dos problemas identificados, quer pelos comerciantes quer pelos possíveis consumidores dos estabelecimentos comerciais da Baixa de Coimbra.

O trabalho desenvolvido durante o estágio curricular permitiu aprofundar conhecimentos sobre a realidade do chamado comércio tradicional em áreas urbanas antigas, como é o caso da Baixa de Coimbra.

PALAVRAS-CHAVE: Comércio tradicional, Comerciantes, Baixa de Coimbra, Centro Histórico, Inquéritos.

ABSTRACT

This report is the result of a curricular training held in Gabinete para o Centro Histórico of Coimbra's City Hall, under a Master's in Sociology. This training had as subject of study the Coimbra's Downtown and, particularly the trade there. For that, it was necessary collecting data about the shops of this city area, as well as the opinion of the traders and services, and also the consumers, about the Coimbra's Downtown and trade.

This being the case, for collecting data, the choice relapsed in the survey questionnaire, to Downtown's traders and services, and also to Downtown's, Uptown's, and Coimbra's Dolce Vita Shopping Centre visitors/passers-by. During the four months of training, 562 people were surveyed.

In this report is present the analysis of the Downtown's, Uptown's and Coimbra's Dolce Vita Shopping Centre surveys, as well as the main conclusions that were obtained.

Are also presented some ideas underlying the observation that took place during the job inquiry. Thus it was possible, jointly with the data obtained through surveys, understand some identified problems, either by the traders or by the prospective buyers of the Coimbra's Downtown shops.

The work developed in the curricular training allowed to deepen knowledge about the reality of the so called traditional trade in old urban areas, such as Coimbra's Downtown.

KEYWORDS: Tradicional trade, Traders, Coimbra's Downtown, Historic Center, Surveys.

INTRODUÇÃO

O presente relatório é relativo ao estágio curricular efectuado no Gabinete para o Centro Histórico (GCH) da Câmara Municipal de Coimbra (CMC), no âmbito do 2º Ciclo de Estudos da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, no Mestrado em Sociologia.

O estágio teve início no dia 16 de Fevereiro de 2009 e terminou no dia 7 de Julho de 2009, tendo assim uma duração de 19 semanas (de segunda-feira a quinta-feira). É necessário referir que o horário cumprido, foi o mesmo que o dos restantes funcionários do GCH (9h00-12h30 e 14h00-17h30). A instituição de acolhimento foi o já referido Gabinete para o Centro Histórico da Câmara Municipal de Coimbra, situado no Arco de Almedina, na Baixa da cidade, e decorreu sob a supervisão do Engenheiro Sidónio Simões, Director do GCH, e sob a orientação do Professor Doutor Elísio Estanque.

Nesta altura da minha formação optei pelo estágio curricular porque, como já tive uma pequena experiência em trabalho de investigação com a dissertação de licenciatura, concluí que seria uma mais-valia ter também uma pequena experiência profissional, antes de entrar no mercado do trabalho. A escolha da instituição para realizar o estágio, prende-se com o facto de o GCH combinar duas temáticas pelas quais me interessava e que me motivam na área da sociologia que são os centros históricos e o poder local.

Actualmente, é comum ouvir-se falar na reabilitação dos centros históricos ou áreas urbanas antigas e na preservação do património (seja ele natural ou arquitectónico), quer em discursos políticos quer em blogues de cidadãos anónimos na internet.

Há diversos momentos históricos que marcam a evolução das cidades até à contemporaneidade como, por exemplo, a Revolução Industrial e o fim da Segunda Guerra Mundial. Se, com o primeiro, há um forte crescimento da população urbana, que leva ao início de um processo de periferização das funções produtivas, arrastando consigo a classe média, com o segundo a situação não se inverte, antes pelo contrário, o desenvolvimento urbano não passa pelo retorno ao antigo centro, mas sim pela “fuga” para a periferia. (Fortuna, 1995 e Peixoto, 2006a).

Com o crescimento das zonas periféricas das cidade, o centro urbano foi perdendo algum do seu dinamismo, tornando-se "... na área mais velha, mais pobre e mais decadente do conjunto urbano." (Fortuna, 1995: 2). Assim, podemos concluir que a noção de centro histórico está também associada a todo o processo de desenvolvimento das cidades e da consequente decadência dos centros urbanos.

É neste contexto que, a partir de 1980, surge uma mudança nas políticas urbanas que passam a ser mais direccionadas para a preservação, conservação do património e para a reabilitação das áreas urbanas antigas em detrimento da expansão do processo de urbanização a novas áreas. (Fortuna, 1995, Peixoto, 2006a). Como refere Vítor Ferreira, dá-se início a "... um processo que, metaforicamente, poderíamos designar de "renascimento urbano", a que passou a ficar associada uma outra atitude face à cidade." (2001: 13).

Se por um lado a noção de centro histórico está intimamente relacionada com o crescimento e desenvolvimento das cidades e com a existência de novos espaços urbanos centrais, por outro lado, não podemos separá-la da noção de património. Isto porque, e de acordo com Paulo Peixoto (2006a), a relação que se estabelece entre centro histórico e património deve-se, ao facto de a descoberta deste último corresponder a uma segunda vida das áreas urbanas antigas. De certa forma, com a valorização do património urbano, os centros históricos adquirem uma nova funcionalidade, como por exemplo, ao nível do turismo. E, assim, de uma área urbana desprezada e esquecida, passa a ser valorizada e a estar presente nas agendas políticas.

É necessário também referir, que a descoberta do património e a consequente valorização dos centros históricos está associada ao fenómeno da globalização, devido à consequente e crescente competitividade que se estabeleceu entre as cidades, tendo em conta que estas passam a ter um maior protagonismo à escala global. Daí a necessidade de exaltar as especificidades locais como, por exemplo, é o caso do património arquitectónico. (Peixoto, 1997). A título meramente exemplificativo, temos o caso de Coimbra e Évora, em Portugal, ou de Mérida em Espanha, onde a especificidade do património existente em cada uma delas é uma forma de se demarcarem das demais cidades.

Tendo em conta que, actualmente, como também já referimos, os centros históricos estão a passar por um processo de viragem entre a decadência e o desprezo para a revalorização e a consciência patrimonial, é necessário salientar a importância que o comércio tem nesse processo, como parte integrante desse espaço urbano.

A função comercial tem sido uma das características dos centros urbanos e, por isso, tem acompanhado a evolução das cidades e o desenvolvimento do processo de urbanismo.

O aparecimento das novas formas de comércio¹ provocou um impacto profundo no chamado comércio tradicional não só devido ao aumento de competitividade de preços, mas também devido a uma nova realidade comercial que os novos formatos oferecem como é, por exemplo, o caso do estacionamento gratuito e do horário de abertura/encerramento. Um outro aspecto a ter em consideração é o facto de o surgimento das novas formas de comércio produzir "... alterações profundas na organização comercial urbana que perde a característica da centralidade, uma vez que estas estruturas tendem a ocupar áreas relativamente grandes e com localização periférica." (Salgueiro, 1992: 301).

Tendo em conta a relação estreita que existe entre o comércio a retalho e os centros urbanos, o impacto do surgimento das novas formas comerciais fez-se também sentir, de uma forma indirecta, nas áreas urbanas antigas, isto porque houve uma diminuição de vendas no comércio tradicional dos centros urbanos o que, conseqüentemente, originou o encerramento de alguns estabelecimentos comerciais. (Balsas, 1999). Desta forma, os centros urbanos perdem também alguma da actividade e atractividade, por força do comércio aí instalado e tornam-se ainda mais decadentes.

Uma das formas que tem sido utilizada com o objectivo de devolver a atractividade às áreas urbanas antigas e ao comércio aí presente, é a pedonalização de ruas². De acordo com Paulo Peixoto, esta é uma forma de "... no contexto do estado actual de

¹ Hipermercados, supermercados, centros comerciais, lojas de desconto, etc..

² A Baixa de Coimbra é um exemplo claro disto mesmo, em que todo o eixo que vai da Praça 8 de Maio até ao Largo da Portagem, passou a ter acesso restrito a peões.

competição global em que as cidades se encontram, retirar vantagens da possibilidade de conjugar as virtudes de um centro histórico com um centro de lazer.” (1995: 152).

Devido à relação próxima que se estabelece entre os centros urbanos e o comércio, podemos afirmar que a evolução de um influencia directamente o outro. Desta forma, a revitalização do comércio está intimamente relacionada com a reabilitação urbana e vice-versa. (Balsas, 1999 e 2002; Barreta, 2007). Isto porque o comércio mantém, também, “... estreitos laços a outras áreas da política urbana como sejam, por exemplo, a habitação, os transportes, o turismo e a reabilitação do espaço construído, sendo também veículo privilegiado no que se refere à relação entre a população (residente ou outra) com a própria cidade.” (Barreta, 2007: 44).

Tendo em conta a relação próxima que se estabelece entre o comércio dito tradicional e as áreas urbanas antigas, sendo que a Baixa de Coimbra é um verdadeiro exemplo disso mesmo, o estágio no GCH desenvolveu-se no âmbito desta temática.

O presente relatório começa por, no primeiro capítulo, apresentar o trabalho que foi desenvolvido no âmbito do estágio, e também, algumas reflexões sobre o que foi sendo observado. De certa forma, é a “história” de um estágio que foi vivido intensamente, e nela também são descritos os anseios e dificuldades de uma socióloga na sua primeira experiência de trabalho. Mas também é, por outro lado, uma “história” entre muitas que a Baixa de Coimbra tem para oferecer, a quem por lá se “perde” e por ela se encanta, como foi o caso.

Nos capítulos que se seguem são apresentados três relatórios elaborados durante o estágio no GCH. O primeiro é relativo ao inquérito aos comerciantes da Baixa de Coimbra, sendo o segundo no âmbito do inquérito aplicado aos visitantes/passantes da Alta de Coimbra e, por fim, o terceiro diz respeito ao inquérito aos visitantes/passantes do Centro Comercial Dolce Vita de Coimbra. Assim, é apresentada a análise dos dados obtidos nos três inquéritos e as respectivas conclusões.

Por último, é apresentada a conclusão do presente relatório, em que se pretende não só fazer um balanço geral do estágio como do conhecimento adquirido.

1. A BAIXA DE COIMBRA E O COMÉRCIO: PERSPECTIVAS DE UMA ESTAGIÁRIA

No dia 16 de Fevereiro entrei pela primeira vez num “mundo” diferente. Aquele que hoje muitos procuram e alguns não encontram... o mundo do trabalho! Por pouco tempo, é pena, mas vale a experiência e o que com ela se aprende.

Desde a altura que redigi a minha dissertação de licenciatura, em 2007, que imaginava esse dia rodeado de ansiedade e nervosismo, mas tal como muito do que se tenta “viver” antes da altura, aconteceu exactamente o contrário...

Às nove da manhã entrei pela primeira vez, juntamente com a minha colega de estágio Susana Silva, no Gabinete do Centro Histórico da Câmara Municipal de Coimbra. Não sei se foi por o edifício do GCH estar situado no Arco de Almedina, em que ao passar a porta dá a impressão de estarmos a entrar “dentro” do referido Arco, o que dá a sensação de uma visita turística a um qualquer monumento, ou se pelo sorriso simpático com que nos recebeu a D. Rosa, mas o tempo que passámos à espera de ser recebidas pelo Director e nosso Supervisor, passou calmamente e deu-me a oportunidade de ter uma primeira noção do ambiente à minha volta.

Nesta primeira reunião com o Engenheiro Sidónio conversámos sobre as nossas expectativas relativamente ao estágio e as razões que nos levaram a escolher o GCH. Essa questão para mim foi crucial, pois o GCH foi desde o primeiro momento a minha primeira escolha. Na altura, falei-lhe de um trabalho desenvolvido no primeiro ano do Mestrado, que de certa forma me “abriu” os horizontes para a temática das cidades, património e centros históricos. Mas, agora, que o estágio já terminou, coloco novamente essa questão a mim própria e percebo que essa “curiosidade” e interesse me acompanha desde criança. Não podia ver uma única placa informativa que indicasse um castelo que não “obrigasse” os meus pais a parar e a ver tudo. Ou mesmo quando decidi ir para o curso de sociologia e o facto de a primeira aula que me ficou na memória na faculdade ter terminado ao som dos sons de Coimbra, desde o aviso da chegada do comboio à estação até ao EFERREÁ dos estudantes. Foi esse interesse em conhecer o passado pelos olhos do presente, aliado a todo o conhecimento adquirido durante o período de estudante, que fez com que a minha escolha recaísse no GCH.

Ao longo desta primeira reunião, fomos debatendo com o Engenheiro Sidónio, as actividades que poderíamos desenvolver durante o estágio, tendo em conta as necessidades do GCH e a nossa área de conhecimento, a Sociologia. Assim, decidiu-se que iríamos colaborar em mais uma “capítulo” de uma candidatura da Câmara Municipal de Coimbra, com a colaboração da Associação Comercial e Industrial de Coimbra e da Agência para a Promoção da Baixa, ao Quadro de Referência Estratégico Nacional³, que já estava a ser desenvolvido pelo GCH, e no qual a nossa área de conhecimento era uma mais-valia. A nossa função, enquanto estagiárias de sociologia no GCH, era de preparar um inquérito aos comerciantes e serviços presentes na Baixa da cidade, e fazer a respectiva análise dos dados.

Tendo em conta que o prazo do GCH para a entrega deste “capítulo” era 30 de Abril, foi estabelecido como prazo final para a entrega dos dois relatórios dos inquéritos aplicados, o dia 15 do mesmo mês. Assim sendo, o primeiro problema com que me debati, e que em parte me acompanhou ao longo de todo o estágio, foram os prazos a cumprir, o que tende a ser um problema comum nos dias de hoje, fortemente marcados pela competitividade. Logo, este estágio foi, também por isto, uma experiência enriquecedora, porque permitiu que tivesse de lidar com o stresse de um prazo curto e com a responsabilidade perante esse mesmo prazo.

Após a reunião, o Engenheiro Sidónio proporcionou-nos uma visita guiada pelos três andares que compõem o edifício do GCH, apresentou-nos a todos os funcionários que lá trabalham e, por fim, levou-nos à sala onde trabalha a socióloga do GCH e onde nós também iríamos trabalhar durante os quatro meses seguintes. Foi geral a simpatia de todos e a disponibilidade para ajudar em qualquer dúvida que fosse aparecendo. Desde logo me apercebi que o ambiente de trabalho era descontraído e sem grandes formalismos, o que contribuiu para uma adaptação rápida e tranquila.

³ No momento de candidatura ao Eixo 2– Desenvolvimento das Cidades e dos Sistemas Urbanos do Programa Operacional Regional do Centro (MaisCentro), concretamente ao instrumento de política Parcerias para a Regeneração Urbana, no Regulamento específico não estavam previstas acções de desenvolvimento económico. Assim, a Comissão Ministerial de Coordenação do MaisCentro decidiu uma nova tipologia de acções económicas. Desta forma, foi proposto que se elaborasse um novo “capítulo” (Estratégia de Eficiência Colectiva) económico, a juntar à candidatura inicial, com o objectivo de desenvolver acções de fomento económico do comércio e serviços da área de intervenção da candidatura.

Um outro aspecto interessante, é o facto de pessoas de diferentes áreas do conhecimento trabalharem lado a lado, com uma grande proximidade, e muitas vezes com o mesmo objectivo. De certa forma, fico com a noção de que o GCH é uma só equipa multidisciplinar, o que mais tarde vim a perceber que é fundamental, de forma a alcançar o objectivo da salvaguarda e protecção do património do centro histórico de Coimbra, na óptica de que este não compreende apenas fachadas de edifícios, mas também as pessoas que habitam, trabalham e visitam o centro histórico da cidade, pretendendo-se que cada vez mais o visitem/habitem.

Após o primeiro contacto com o espaço e as pessoas, foi altura de começar a delinear o inquérito que viria a ser aplicado aos comerciantes da Baixa de Coimbra. Este processo durou uma semana porque, tal como já referi, o tempo urgia. Assim, e depois de uma visita à biblioteca do GCH onde consultei alguns livros relativos à Baixa da cidade, preparou-se um inquérito que, no dia 23 de Fevereiro, foi discutido em reunião com o Engenheiro Sidónio. Nesta reunião, onde também estava presente, para além das duas estagiárias, a socióloga do GCH, Dra. Anabela Manta, surgiram novas questões que foram acrescentadas.

A questão da necessidade de construir uma amostra relativa aos comerciantes devido à impossibilidade de inquirir todos os comerciantes da Baixa de Coimbra por uma questão de tempo disponível, foi também debatida em reunião. Assim, optou-se por fazer uma selecção por ruas. Foram escolhidas treze ruas⁴, que se encontram dispersas pelas oito zonas que constituem a área de intervenção da SRU⁵ na Baixa de Coimbra. A escolha destas artérias, prende-se com o facto de ser nelas que o comércio é mais intenso e concentrado. A metodologia adoptada para a recolha de informação sobre a opinião dos comerciantes da Baixa de Coimbra foi um inquérito por questionário de administração indirecta.

Relativamente à estrutura e às questões que compõem o inquérito que foi aplicado aos comerciantes e aos serviços presentes na Baixa de Coimbra, a sua construção teve que

⁴ Rua da Sota, Largo da Sota, Rua dos Esteireiros, Praça do Comércio, Rua Eduardo Coelho, Rua das Padeiras, Rua da Louça, Largo da Portagem, Rua Ferreira Borges, Rua Visconde da Luz, Praça 8 de Maio, Rua da Sofia, Escadas de São Bartolomeu

⁵ Coimbra Viva SRU - Sociedade de Reabilitação Urbana de Coimbra

ter em consideração os dados que eram necessários recolher tendo em conta o objectivo final.

Devo salientar o facto de que todas as reuniões que tive ao longo do estágio com o meu Supervisor e Director do GCH, e mesmo com outros funcionários do GCH, foram-no sempre num ambiente que estimulava a participação de todos, o que é fundamental para o bom termo do projecto em que se trabalha.

Com o inquérito delineado e aprovado pelas estagiárias, Supervisor e pela socióloga do GCH, no dia 25 de Fevereiro foi aplicado o pré-teste na Rua Direita e no Terreiro da Erva. Com o pré-teste foi possível perceber que existiam algumas questões que levantavam algumas dúvidas aos inquiridos, principalmente no caso dos mais velhos. Também percebemos o quanto as questões relativas ao investimento levavam os inquiridos a justificarem a sua resposta, na grande maioria das vezes negativa.

A aplicação do pré-teste na Rua Direita fez também com que me apegasse de uma outra realidade paralela àquela em que vive a Baixa de Coimbra. Lembro-me de um dos inquiridos desta rua, em particular. Uma pessoa do sexo masculino, de uma idade avançada, que mantém o seu estabelecimento fechado à chave. Batemos à porta, identificámo-nos, explicámos ao que vínhamos e ele prontamente nos recebeu. Quase como que instintivamente lhe perguntei o porquê de manter a porta fechada, ou se era algo pontual. O senhor sorriu e explicou-me que mantinha a porta fechada, com o conhecimento dos clientes habituais, devido à insegurança que tinha vindo a sentir nos últimos tempos. Sem ser questionado, começou a explicar que com as obras para o Metro Mondego muitos comerciantes saíram daquela rua, que quase ninguém por ali passava e que, para além disso, com o Centro de Apoio ao Toxicodependente mesmo ali ao fundo da rua, esta era, no seu entender, mal frequentada, o que fazia com que as pessoas tivessem receio e evitassem passar por ali. Após obter resposta, ao inquérito dirigi-me novamente para a rua e, então, apercebi-me que diversas pessoas (todos do sexo masculino) se tinham vindo a juntar no fundo da rua e olhavam para nós com um misto de curiosidade e desconfiança.

Mais tarde, e ao longo das diversas conversas que fui mantendo com os comerciantes da Baixa de Coimbra no âmbito da aplicação do inquérito, fui reparando que, quando

abordavam a questão da segurança, davam sempre alguns exemplos, e entre eles a Rua Direita marcava quase sempre presença.

De facto, esta rua tem sido alvo de diversas obras devido à futura passagem do metro de superfície. E, quando acima me refiro a uma realidade paralela, relativamente à Rua Direita e à Baixa da cidade, quero com isto salientar as diferenças relativamente à movimentação de pessoas e número de estabelecimentos comerciais existentes (que no caso da Rua Direita é bastante reduzido).

No dia 26 de Fevereiro, após pequenas alterações relativamente à linguagem utilizada, iniciou-se o processo de inquirição nas ruas seleccionadas para a amostra. Este processo ficou concluído após três semanas, no dia 19 de Março. Foram inquiridos 283 comerciantes. Devo salientar que este trabalho foi desenvolvido pelas duas estagiárias e pela socióloga do GCH.

Foi durante o trabalho de campo que fui tendo real consciência da importância que o comércio desempenha nesta zona da cidade, não só ao nível económico, mas também social e cultural, devido às dinâmicas que se estabelecem entre o comércio e o espaço urbano envolvente.

Antes de entrar na faculdade, o que conhecia de Coimbra era apenas o percurso turístico. Enquanto estudante na cidade, fui diversas vezes à Baixa de Coimbra, a passeio ou para fazer compras, mas sempre me restringi muito ao eixo pedonal que vai da Praça 8 de Maio ao Largo da Portagem.

Relativamente às ruas da Baixinha, movimentava-me facilmente em todas elas, mas mais devido à facilidade de orientação que tenho, do que por real conhecimento, porque foram muito poucas as vezes que por lá tinha passado. Assim, foi quase como que conhecer uma nova Baixa, com ruas estreitas, em que na grande maioria o rés-do-chão dos edifícios são ocupados por estabelecimentos comerciais. Um outro aspecto curioso é que, em ruas como a Rua das Padeiras ou a Rua da Louça, os comerciantes não se limitam a expor nas montras das lojas e penduram nas paredes do edifício os artigos que comercializam. Até mesmo, e poderá parecer exagerado, os cheiros são diferentes, devido às frutas, legumes, queijos e demais produtos alimentares expostos em algumas ruas, como é o caso, por exemplo, da Rua das Padeiras.

É a movimentar-me diariamente por estas ruas, durante o período em que decorreu o trabalho de campo, que me dou conta que o comércio é uma característica incontornável desta zona da cidade. Assim, concordo com João Barreta quando este refere que “quando se pensa, por hipótese na cidade onde nascemos, vivemos ou trabalhamos, e focalizamos a imagem do seu centro, quase de imediato nos surgem diversos pontos de referência de índole comercial.” (2007: 40). A Baixa de Coimbra é um bom exemplo disto mesmo. Apesar das referências históricas e patrimoniais, que os turistas procuram, como é o caso da Igreja de Santa Cruz, a Baixa está associada ao comércio, e é essa a imagem que mais nos fica no pensamento, e é dela que nos lembramos quando nos referimos a esta zona da cidade.

Ao longo de todo o período de trabalho de campo que foi realizado durante o estágio, deparei-me com diversas situações, desde a simpatia e disponibilidade das pessoas, até à má educação e agressividade. Normalmente, os inquiridos que se mostravam mais antipáticos e mesmo agressivos, eram-no mal nos identificávamos como estagiárias da CMC e explicávamos ao que vínhamos. Em alguns destes casos ainda foi possível aplicar o inquérito, noutros não houve essa possibilidade. Lembro-me de um inquirido que mal me identifiquei e lhe expliquei o objectivo da minha “visita”, começou imediatamente a elevar o tom de voz enquanto culpava a CMC pelos problemas com que a Baixa se debate, não me dando hipótese sequer de intervir. O comerciante falava tão alto e estava tão agitado que chamou a atenção de algumas pessoas que passavam pela rua, inclusivamente da minha colega de estágio que estava na altura a inquirir na loja em frente.

Realmente, o facto de nos apresentarmos como estagiárias do GCH foi, em alguns casos, um obstáculo que, com alguma paciência foi ultrapassado. Noutros casos, como o exemplo que acima referi, foi impossível. Esta relutância em responder ao inquérito, também muitas vezes, ficou a dever-se à Baixa de Coimbra ser muitas vezes objecto de interesse e estudo por parte de estudantes e, por isso, já terem respondido a diversos inquéritos.

No que diz respeito à duração da aplicação do inquérito, posso dizer que, em média, demorava uns quinze minutos. Mas tudo dependia do movimento do estabelecimento comercial que, por vezes, obrigava a que se interrompesse a aplicação do inquérito. Para além disso, deparei-me com diversos comerciantes que se alongavam em diversas

questões, tentando sempre justificar-se. Esta situação, normalmente acontecia nas questões relativas ao investimento e aos aspectos que favorecem e desfavorecem o comércio na Baixa de Coimbra⁶. Houve mesmo situações em que cheguei a estar mais de uma hora a ouvir os comerciantes.

Relativamente a estes casos, é possível distinguir dois tipos de discursos: um, o mais usual, em que os comerciantes quase que identificavam a CMC, em alguns casos concretamente o GCH, como os únicos “culpados” dos diversos problemas da Baixa e do comércio tradicional a que se iam referindo; outro tipo de discurso, mais raro, foi o de alguns comerciantes que “culpavam” outros comerciantes. Esta situação fez-me por vezes ponderar, até que ponto as opções políticas de cada um não pudessem estar a influenciar a opinião que iam formulando. A conclusão a que cheguei é que, de facto, isso pode ter acontecido em alguns casos, mas não me pareceu de todo algo recorrente, até pelo facto de a maioria dos que defenderam o discurso menos favorável à CMC, tanto criticavam as orientações camarárias do PSD como as do PS.

As críticas que fui ouvindo dos comerciantes em relação aos seus “vizinhos” estavam, na sua maioria relacionadas com a falta de empreendedorismo e, até mesmo, com a falta de participação e interesse na Agência para a Promoção da Baixa de Coimbra⁷. Volto a referir que este tipo de discurso era menos usual, mas não é por isso que deixa de ter significado. A APBC poderá vir a desempenhar um papel fundamental na dinamização e revitalização do comércio da Baixa de Coimbra mas, para tal, é necessário que os comerciantes se unam em prol dos mesmos objectivos. E, para isso, é necessário que participem, discutam ideias e formas de acção e decidam colectivamente. Acima de tudo, os comerciantes têm de ver a APBC como uma mais-valia. E sendo uma mais-valia para eles, também o será para o centro histórico e, até mesmo, para a cidade.

⁶ Consultar anexo I.

⁷ “... é uma Associação sem fins lucrativos constituída desde 2004 e que tem por objectivo promover a Baixa de Coimbra enquanto Centro Comercial a Céu Aberto dinamizando comércio e serviços, e enquanto área em que se conjugam Comércio, Cultura, Turismo e Lazer.” (APBC, (2009), “Quem somos”. Página consultada em 12 de Setembro de 2009, disponível em http://www.baixadecoimbra.com/index.php?option=com_content&view=article&id=46&Itemid=34).

De certa forma, é necessário mudar mentalidades. Se no passado, o comerciante podia estar “fechado” sobre si mesmo hoje, tal não me parece possível. Toda a evolução que a actividade comercial tem vindo a sofrer teve um impacto profundo no chamado comércio tradicional, não só devido ao aumento de competitividade de preços, mas também devido a uma nova realidade comercial que os novos formatos oferecem, como é, por exemplo, o caso do estacionamento gratuito e do horário de abertura/encerramento.

A experiência de inquirição aos comerciantes da Baixa de Coimbra foi, sem dúvida, enriquecedora. Não só porque aprofundei o meu conhecimento relativamente à “arte” de inquirir, mas também porque me apercebi que, enquanto socióloga, é necessário ter contacto com as pessoas, ouvir e observar. É importante mover-me no meio delas e não limitar-me a um gabinete e a uma secretária.

Passado três semanas do início do processo de inquirição, iniciámos a construção da base de dados no SPSS e, nesse mesmo dia, começámos a inserir os dados. Este foi um processo que fomos combinando com a aplicação do inquérito aos serviços presentes na Baixa de Coimbra.

Devo confessar que trabalhar com o SPSS foi para mim, de certa forma, uma “aventura”. Isto porque, já não trabalhava com o programa desde 2007. Por isso, foi quase como começar do zero, apenas ficaram as noções mais básicas. Mas, com alguma persistência e algumas horas de sono perdidas, foi possível recordar e até mesmo aprender.

A experiência de inquirição aos serviços da Baixa de Coimbra⁸, que iniciámos no dia 30 de Março, foi relativamente diferente da dos comerciantes. Em primeiro lugar, porque o tempo disponível foi ainda mais curto que aquele que tínhamos para o primeiro inquérito. Em segundo lugar, porque, em alguns casos, principalmente em escritórios de advogados e consultórios médicos, passámos mais tempo à espera de sermos recebidas do que a inquirir.

⁸ Foram inquiridos os serviços que estão presentes nas ruas onde foram inquiridos os comerciantes (Rua da Sota, Largo da Sota, Rua dos Esteireiros, Praça do Comércio, Rua Eduardo Coelho, Rua das Padeiras, Rua da Louça, Largo da Portagem, Rua Ferreira Borges, Rua Visconde da Luz, Praça 8 de Maio, Rua da Sofia, Escadas de São Bartolomeu).

A falta de disponibilidade de alguns inquiridos para nos receber, fez com que, em certas situações, o inquérito passasse a ser de administração directa. Para isso, acrescentámos as indicações necessárias para que não houvesse dúvidas relativamente às questões.⁹ Assim, não tivemos oportunidade de contactar directamente com alguns inquiridos.

Nesta etapa, foi fundamental o contributo de algumas funcionárias do GCH que, após uma pequena reunião em que lhes apresentámos o inquérito e explicámos alguns dos procedimentos, vieram connosco para a rua inquirir. Sem o seu contributo teria sido impossível cumprir os prazos estipulados.

Relativamente ao trabalho de campo desenvolvido no âmbito da aplicação dos inquéritos aos serviços da Baixa de Coimbra, o que mais me surpreendeu foi o estado de degradação do interior de alguns dos edifícios. Em plena Rua da Sofia, artéria central da Baixa da cidade, bastante conhecida por ser um local de grande concentração de escritórios de advogados e consultórios médicos, para além do comércio e dos colégios renascentistas¹⁰ que marcam a paisagem desta rua, podemos encontrar edifícios em que a fachada engana quem entra e se depara com um cenário totalmente diferente. Recordo-me de vários exemplos, principalmente no caso dos escritórios de advogados e, mesmo em consultórios médicos, em que o espaço era escuro e poeirento. Houve mesmo uma situação em que, enquanto estava a inquirir, passei boa parte do tempo a espirrar, e saí de lá com o sabor a pó na garganta. Para além disto, deparámo-nos com escadas com buracos e, algumas delas, causavam a impressão de que iriam desabar em qualquer altura.

Um outro aspecto curioso, e que gostaria de referir, foi o facto de ter notado que grande parte dos advogados e médicos que inquiri se ter mostrado quase como que indignados quando lhes colocava questões relativamente à formação e às novas tecnologias¹¹. De certa forma, passaram a ideia de que a formação de uma pessoa

⁹ Consultar anexo II.

¹⁰ Colégio das Artes, Convento de São Domingos, Colégio do Espírito Santo, Colégio do Carmo, Colégio da Graça, Colégio de São Pedro, Colégio de São Tomás, Convento de São Boaventura. Consultar anexo III

¹¹ Consultar anexo II

termina com a licenciatura e que, a partir dessa etapa, não há necessidade de formação adicional. Recordo-me de várias vezes ouvir estes inquiridos dizerem: “Não acha que já tenho formação suficiente? Sou licenciado!”; e diziam-no de uma forma quase como que se eu os estivesse a ofender com a pergunta. Discordo desta ideia pois a formação é algo que é necessário ao longo de toda a vida, até mesmo para que possamos acompanhar os desenvolvimentos que vão surgindo na nossa área de trabalho. Presumo que quando o Ministério da Justiça, do XVII Governo Constitucional, implementou o CITIUS¹², os advogados e funcionários judiciais necessitaram de formação. É por isto que não percebo a arrogância, mesmo quando lhes explicava que, referindo-me a formação, não era necessariamente à formação académica.

Como já havia referido, enquanto decorria o processo de inquirição dos serviços da Baixa de Coimbra, fomos inserindo os dados relativos aos comerciantes e construímos a base de dados em SPSS do inquérito aos serviços. No dia 9 de Abril, após a correcção de alguns erros de inserção detectados na base de dados do SPSS, iniciei a análise.

Tendo em conta que os inquéritos aos comerciantes e aos serviços eram relativamente diferentes, e que por isso tínhamos duas bases de dados distintas (e, também pelo facto de estarmos a sete dias do prazo de entrega dos relatórios), eu e a minha colega de estágio entendemos que seria melhor não realizarmos em conjunto a análise, já que, possivelmente, perderíamos mais tempo. Assim, decidimos que eu ficaria encarregue da análise da base de dados relativa ao inquérito aplicado aos comerciantes e ela ocupar-se-ia da base de dados dos serviços.¹³

¹² “Do latim mais rápido, mais célere é o projecto de desmaterialização dos processos nos tribunais judiciais desenvolvido pelo Ministério da Justiça. Engloba aplicações informáticas para os diversos operadores judiciais: magistrados judiciais e do Ministério Público, funcionários judiciais e mandatários judiciais.” (Ministério da Justiça (2009), “O que é o CITIUS?”. Página consultada em 12 de Setembro de 2009, disponível em <http://www.citius.mj.pt/Portal/article.aspx?ArticleId=0>)

¹³ No capítulo 2 está grande parte do relatório elaborado a partir da análise dos dados relativos ao inquérito aplicado aos comerciantes da Baixa de Coimbra, bem como as respectivas conclusões, que foi entregue no GCH e fez parte da candidatura da CMC/ACIC ao QREN.

Durante estes sete dias, e com autorização do Director do GCH e nosso Supervisor, optámos por elaborar os relatórios acima referidos em casa, essencialmente por uma questão de tempo, tendo em conta que não precisávamos de nos deslocar para o GCH, e também porque foram dias em que as horas de trabalho se prolongaram bem mais para além daquelas em que o GCH está aberto.

O período de análise dos dados e redação do relatório foi uma experiência extremamente enriquecedora enquanto socióloga. Apesar dos pequenos exercícios desenvolvidos em algumas aulas, tanto no âmbito da licenciatura como no mestrado, nunca tinha realizado nada com esta envergadura. Por isso, e por ter participado em todo o processo (elaboração do inquérito, inquirição, inserções dos dados no SPSS), foi algo bastante motivante.

No dia 15 de Abril entreguei o relatório de análise dos inquéritos aplicados aos comerciantes da Baixa de Coimbra, no prazo anteriormente estipulado. É interessante e positivo, a meu ver, o interesse que alguns funcionários do GCH mostraram em conhecer os resultados apurados.

No dia seguinte, tivemos uma reunião com o Engenheiro Sidónio, para lhe apresentarmos os dois relatórios. Foi, também, nesta reunião, que falámos sobre a nossa próxima tarefa: actualizar alguns dos dados de um estudo do IERU¹⁴ de 2006 sobre a Baixa de Coimbra.

Após uma leitura do estudo do IERU, foi possível concluir que se podiam actualizar alguns dos dados através dos relatórios por nós elaborados e, para além disso, foi também possível perceber que só seria possível uma actualização mais extensa regressando ao terreno. Agora com o intuito de inquirir os visitantes/passantes.

Assim, e após reunirmos com o nosso Supervisor e Director do GCH, no dia 14 de Maio tínhamos três inquéritos prontos: um para os visitantes/passantes da Baixa, outro para os da Alta e, um terceiro, para o Centro Comercial Dolce Vita de Coimbra¹⁵. A ideia inicial era, também, inquirir no Fórum de Coimbra. Chegámos a tentar, mas tendo em conta a localização do dito centro comercial, e o facto de poucas pessoas lá

¹⁴ Instituto de Estudos Regionais e Urbanos da Universidade de Coimbra

¹⁵ Consultar anexos IV, V e VI

se deslocarem a pé, obrigaria a pedir autorização à administração do Fórum, o que poderia demorar algum tempo, que não tínhamos.

No caso da Baixa, optámos por inquirir no mercado municipal D. Pedro V, no Largo da Portagem, na entrada da Rua Adelino Veiga e na Rua das Padeiras. A ideia era “cobrir” algumas das entradas da Baixa. Relativamente à Alta, considerámos ser interessante, inquirir na Rua Larga, com o propósito de recolher essencialmente opiniões de estudantes universitários. No Centro Comercial Dolce Vita de Coimbra, e tendo em conta que ambas as entradas dão para o espaço público, não se levantando a questão da autorização, a escolha recaiu na porta oeste. No total foram inquiridas 160 pessoas.

A experiência de trabalho de campo no âmbito dos inquéritos acima referidos foi, consideravelmente diferente daquela que tive, quer com os comerciantes quer com os serviços da Baixa de Coimbra. Por um lado, porque tínhamos de abordar as pessoas na rua, o que fez com que ouvíssemos bem mais recusas que no caso dos comerciantes/serviços. Por outro lado, porque as pessoas não se demonstravam tão disponíveis para falarem connosco para além do que o inquérito pedia.

No caso dos inquéritos realizados aos visitantes/passantes da Baixa da cidade, deram-me oportunidade de observar que, a grande maioria dos turistas que por ali passam, restringem-se ao eixo pedonal. A ideia com que fico, tendo em conta o que fui observando ao longo do estágio, é que os turistas iniciam o seu percurso na Alta até ao Arco de Almedina, e aí entram na Rua Ferreira Borges seguindo, na sua maioria, em direcção ou ao Largo da Portagem ou à Praça 8 de Maio. Para além do eixo pedonal, a Praça do Comércio é outro dos locais da Baixa que costuma ser frequentado por turistas, mas não é comum vermos turistas nas ruas da Baixinha.

A 1 de Junho construimos as três bases de dados no SPSS e, no dia seguinte, começámos a inserir os dados. Foi nesta altura que me apercebi da evolução que tinha tido com a experiência anterior dos inquéritos aos comerciantes/serviços. Os pequenos problemas que iam surgindo já não foram encarados com a mesma ansiedade e nervosismo.

Para a análise dos dados e redacção dos respectivos relatórios, decidimos seguir a estratégia utilizada anteriormente. A minha colega de estágio ficou responsável pela

análise dos dados e relatório do inquérito aos visitantes/passantes da Baixa, enquanto ao meu encargo ficou a análise dos dados e os relatórios dos inquéritos aos visitantes/passantes da Alta e do Centro Comercial Dolce Vita de Coimbra.¹⁶ Para além disto, decidimos também e, pelas mesmas razões anteriormente referidas, elaborar os relatórios em casa. Isto, é claro, com a devida autorização do nosso Supervisor.

No dia 15 de Junho foram entregues no GCH os relatórios relativos ao inquérito aos visitantes/passantes da Baixa e do Centro Comercial Dolce Vita, sendo que o relatório do inquérito aos visitantes/passantes da Alta foi entregue a 24 de Junho. Assim, e tendo agora os dados necessários, foi possível dar continuidade ao estudo comparativo e de actualização de dados, relativo a alguns aspectos do relatório do IERU de 2006.¹⁷

Esta foi uma outra experiência enriquecedora, onde tive a oportunidade de conhecer a evolução que se deu na Baixa de Coimbra nos últimos três anos relativamente a alguns aspectos como, por exemplo, o facto de a frequência de idas à Baixa, tanto à semana como ao fim-de-semana, ter vindo a diminuir, ou o facto de continuar a existir um elevado nível de insatisfação relativamente ao estacionamento disponível nesta zona da cidade.

Com a entrega a 7 de Julho do estudo comparativo, terminou o estágio desenvolvido no GCH. Foi, sem margem para dúvida, uma experiência positiva, não só enquanto socióloga, mas também enquanto residente há alguns anos nesta cidade de mil encantos.

Por outro lado, foi também através deste estágio que me apercebi o quanto as questões relacionadas com a reabilitação de áreas antigas têm feito parte das agendas políticas, principalmente no caso do poder local, e o quanto é necessário que se promova uma maior participação dos cidadãos e dos agentes envolvidos nos processos de reabilitação.

¹⁶ Goataria de referir que os relatórios entregues no GCH foram, sempre, assinados pelas duas estagiárias.

¹⁷ Este estudo foi desenvolvido por mim e pela minha colega de estágio, Susana Silva.

2. ANÁLISE DO INQUÉRITO AOS COMERCIANTES DA BAIXA DE COIMBRA

A presente análise é fruto de um inquérito¹⁸ aplicado aos comerciantes presentes na Baixa de Coimbra, durante o mês de Março de 2009, no âmbito do estágio efectuado no Gabinete para o Centro Histórico da Câmara Municipal de Coimbra.

Devido à impossibilidade de inquirir todos os comerciantes presentes na Baixa de Coimbra, optamos por fazer uma selecção por ruas para construção da amostra. Foram escolhidas treze ruas¹⁹, que se encontram dispersas pelas oito zonas que constituem a área de intervenção da SRU na Baixa de Coimbra. A escolha destas ruas, prende-se com o facto de ser nelas que o comércio é mais intenso e concentrado.

A metodologia adoptada para a recolha de informação sobre a opinião dos comerciantes da Baixa de Coimbra foi um inquérito por questionário de administração indirecta. O objectivo era inquirir os proprietários, mas em alguns casos tal foi impossível e, nesses optou-se por inquirir o gerente ou empregado responsável.

O tratamento e análise dos dados foram efectuados com recurso ao do SPSS (Statistical Package for Social Sciences). Assim, foi possível reunir um conjunto de dados importantes e pertinentes para o estudo em questão.

2.1 Caracterização da amostra

De um total de aproximadamente 900 comerciantes presentes na Baixa de Coimbra (IERU, 2006), foram inquiridos 283. Sendo que, das ruas que foram escolhidas e já citadas, apenas obtivemos 23 recusas. Assim sendo, de um total de 306 comerciantes que constituíam inicialmente a amostra, foram inquiridos 283.

Ao nível da distribuição por ruas, constata-se que a Rua da Sofia (24%) e a Rua Ferreira Borges (18%) são aquelas onde existe um maior número de comerciantes. Tendo em

¹⁸ Consultar anexo I.

¹⁹ Rua da Sota, Largo da Sota, Rua dos Esteireiros, Praça do Comércio, Rua Eduardo Coelho, Rua das Padeiras, Rua da Louça, Largo da Portagem, Rua Ferreira Borges, Rua Visconde da Luz, Praça 8 de Maio, Rua da Sofia, Escadas de São Bartolomeu

conta apenas os dados que se referem às ruas que estão incluídas na Baixinha (Rua da Louça, Rua das Padeiras, Rua Eduardo Coelho), a Rua das Padeiras foi aquela onde obtivemos um maior número de respostas (11%).

Dos 283 inquiridos, 155 são do sexo feminino e 128 do sexo masculino. Este é um dos dados que dá indicação que estamos perante uma amostra representativa, pois segue a tendência nacional no que diz respeito ao facto de nascerem mais mulheres do que homens.

Com o objectivo de uma melhor percepção e análise dos dados, decidimos agrupar os inquiridos em grupos etários (com uma amplitude de onze anos) e não apresentar os dados por ano de nascimento, como é referido no inquérito.

Desta forma, concluímos que o grupo etário mais significativo estatisticamente é o dos 42-52 anos de idade com 29,7%. De salientar que o grupo etário dos 31-41 anos apresenta também um valor expressivo (25,8%). O inquirido mais novo tem 21 anos e o mais velho 87. Dos 283 inquiridos, apenas um se recusou a responder a esta questão.

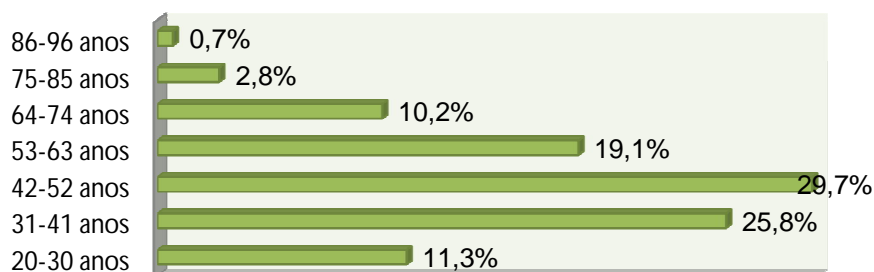


Gráfico I – Grupo etário dos inquiridos

O grupo etário mais jovem é constituído maioritariamente por mulheres (87,5%), enquanto os três grupos etários mais velhos maioritariamente por homens, sendo que os dois grupos etários mais velhos são exclusivamente masculinos.

No que diz respeito às habilitações literárias, 30% têm o 3º Ciclo do Ensino Básico, sendo este o valor modal. É também necessário referir que 28% dos inquiridos completaram o Ensino Secundário e 10% o Ensino Superior. Do total de inquiridos nenhum se inclui na categoria *Não sabe ler nem escrever*.

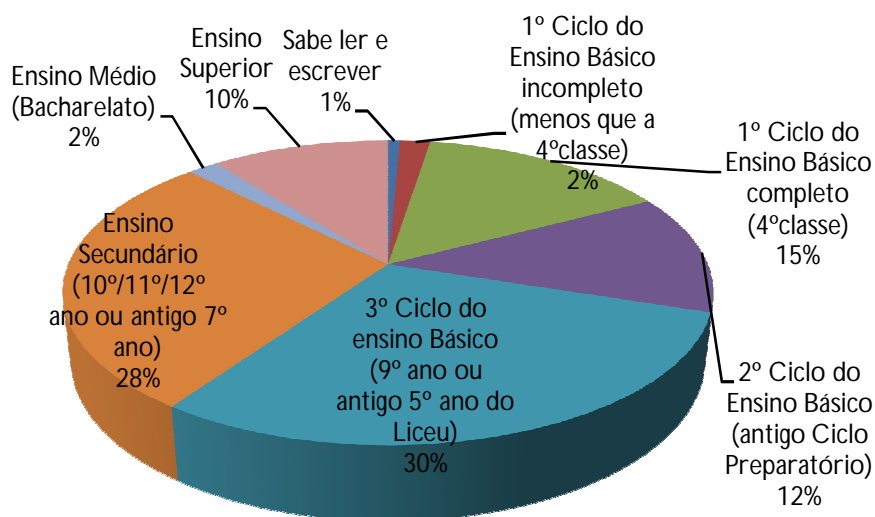


Gráfico II – Habilitações literárias dos inquiridos

No caso específico do sexo masculino, o valor modal corresponde igualmente ao do total da amostra (*3º Ciclo do Ensino Básico*) com 28,9%. No entanto, no sexo feminino, o valor modal altera-se, e passa a ser o Ensino Secundário, com 37,4%.

2.2 Caracterização das actividades comerciais da Baixa de Coimbra

A actividade comercial que predomina na baixa de Coimbra é a retalhista com 85,9%. Os restaurantes, cafés, pastelarias e padarias ocupam o segundo lugar com 10,2%. Podemos, assim, afirmar que, ao nível da actividade comercial, a Baixa de Coimbra caracteriza-se por um comércio essencialmente retalhista e com uma presença significativa de restaurantes, cafés, pastelarias e padarias, sendo que a actividade grossista não é representativa (0,7%).

No que diz respeito à classificação da actividade económica (CAE Rev3) constatamos que a actividade predominante é a do comércio a retalho de vestuário para adultos, em estabelecimentos especializados (código CAE Rev3: 47711), 22%.

Relativamente à natureza jurídica dos estabelecimentos comerciais presentes na Baixa de Coimbra, a maioria são sociedades por quotas (54,4%), verificando-se no entanto, que os empresários em nome individual têm uma presença significativa (25,4%). Um outro dado interessante, é o facto de existirem apenas dois estabelecimentos

comerciais em que a sociedade é uma comandita por acções e outra uma comandita simples. Tendo em linha de conta que no passado estas eram sociedades comerciais usuais, verifica-se uma evolução significativa na própria natureza jurídica dos estabelecimentos comerciais.

Os estabelecimentos comerciais presentes na Baixa de Coimbra, caracterizam-se também por serem maioritariamente arrendados (79,2%). Dos 283 comerciantes inquiridos, apenas 17% se identificou como proprietário do espaço. De referir que 2,8% não sabem ou não respondem²⁰.

As actividades comerciais presentes na Baixa de Coimbra, caracterizam-se também pela sua antiguidade. Dos 283 estabelecimentos comerciais que compõem a amostra, o mais antigo iniciou a sua actividade em 1815. Sendo que existem três estabelecimentos que iniciaram a actividade no século XIX e que ainda hoje se mantêm. Da primeira metade do século XX, existem 24 estabelecimentos comerciais e, na segunda metade do século XX há 128 estabelecimentos. Desde o início do Século XXI iniciaram actividade comercial 91 inquiridos. Do total da amostra, 36 não sabem ou não respondem.

Desta forma, o valor modal é o ano de 2008, em que iniciaram actividade 19 estabelecimentos comerciais. O ano de 1992 representa o valor da mediana. Sendo que, neste caso, o valor da moda é superior ao da mediana, podendo-se afirmar que a maioria dos estabelecimentos comerciais presentes na Baixa de Coimbra iniciou a actividade após 1992. É também importante referir que desde o início de 2009 já abriram 11 estabelecimentos comerciais.

A ocupação dos edifícios foi outro dos aspectos em que o inquérito incidiu. Assim sendo, podemos constatar que a grande maioria dos comerciantes apenas ocupa o rés-do-chão dos edifícios (63,5%). Um outro valor que vale a pena referir é os 15,1% para o Rés-do-chão e 1º andar e 11% para a ocupação de todo o edifício.

²⁰ Estes casos verificaram-se quando por impossibilidade do proprietário do estabelecimento foram inquiridos o empregado responsável.

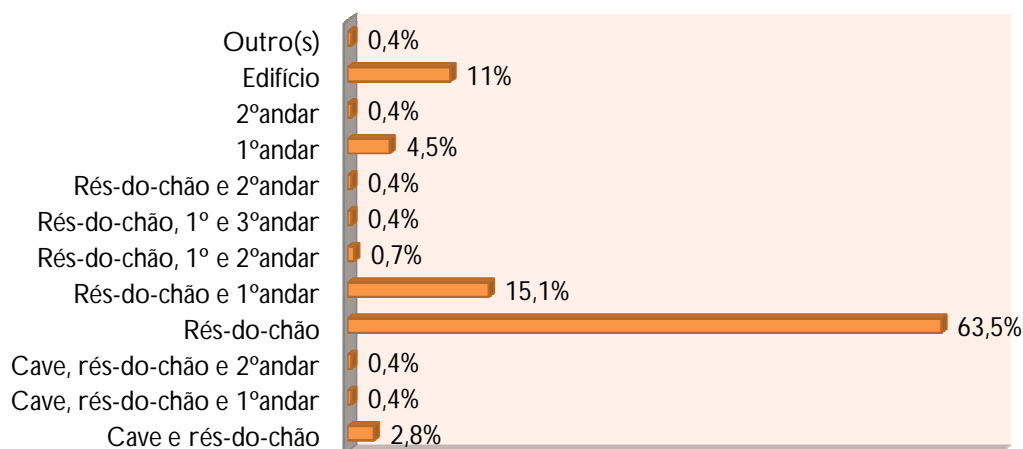


Gráfico III – Ocupação dos edifícios

Em relação aos *franchisings*, a sua presença é pouco significativa. Dos 282²¹ inquiridos que responderam a esta questão, apenas 3,2% responderam afirmativamente. Deste 9 estabelecimentos comerciais que são *franchisings*, um está situado na Rua Eduardo Coelho, um na Rua das Padeiras, um na Rua da Sofia, dois na Rua Visconde da Luz e quatro na Rua Ferreira Borges.

A maioria dos comerciantes da baixa tem um estabelecimento comercial. É no entanto relevante o facto de 99 dos 283 inquiridos terem mais do que um estabelecimento comercial em Coimbra, sendo que destes, 68 se localizam na Baixa de Coimbra.

2.3 Formação e novas tecnologias

A formação e as novas tecnologias foram outros dois aspectos que foram abordados neste inquérito.

Assim, tal como o gráfico IV ilustra, no que diz respeito às necessidades de formação por parte dos funcionários, a maioria dos inquiridos é da opinião que os funcionários do seu estabelecimento comercial não têm qualquer necessidade de formação.

²¹ Um dos inquiridos, do total da nossa amostra de 283, não sabe ou não responde.

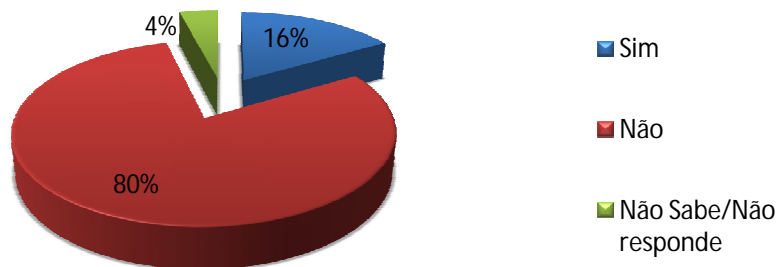


Gráfico IV – Necessidade de formação

Analisando os dados verificamos que, apesar de apenas 17% dos inquiridos ser da opinião de que os funcionários necessitam de formação, 26%, do total dos 283 inquiridos da amostra, têm intenção de vir a investir em formação e 22% dos inquiridos não sabe ou não responde (gráfico V).

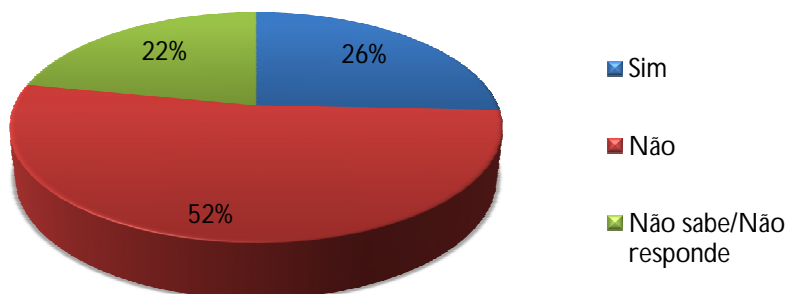


Gráfico V – Intenção de investir em formação

Em relação às novas tecnologias, mais concretamente ao uso de um computador no estabelecimento comercial, os valores são muito próximos, entre aqueles que têm e os que não têm computador (gráfico VI).

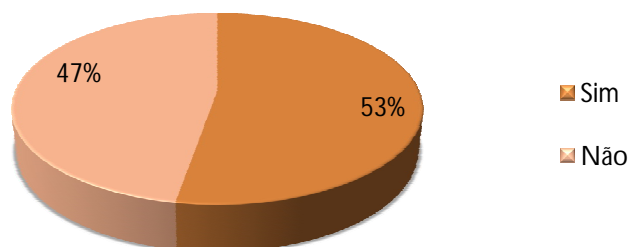


Gráfico VI – Possui computador

Daqueles que não têm computador no estabelecimento comercial (134 inquiridos), 83,5% diz não sentir a sua necessidade. E quando questionados se ponderam vir a

adquirir um computador para o estabelecimento comercial, 74% responde negativamente o que demonstra um certo avesso a novas tecnologias.

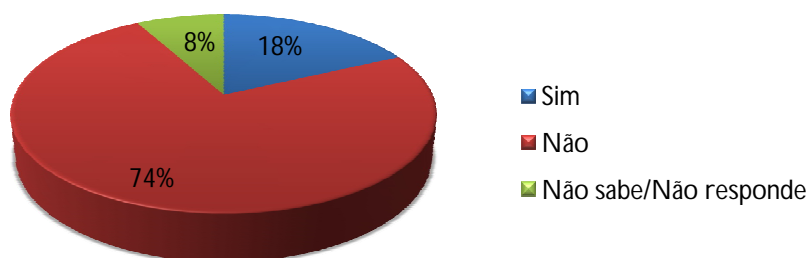


Gráfico VI – Intenção de adquirir computador

Quanto à ligação à internet, a maioria dos que tem computador no estabelecimento comercial tem também ligação à internet, como ilustra o gráfico VIII.

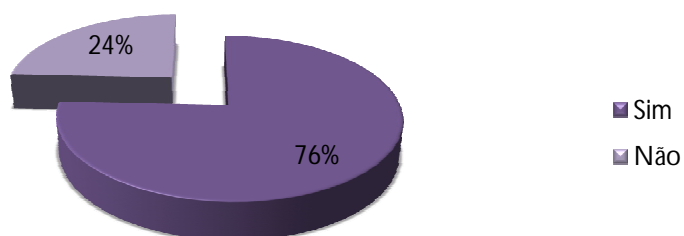


Gráfico VIII – Ligação à internet

Relativamente às operações para que usualmente utilizam o computador, a maioria dos inquiridos referiu os pagamentos, pesquisas e correio electrónico.

Questionados acerca dos problemas que afectam a actividade comercial na Baixa de Coimbra, dos 283 inquiridos, 10 *Não sabe/Não responde*. A opção que obteve um maior número de respostas foi a *Falta de estacionamento* (30,7%). E em segundo lugar aparece a *Falta de clientela* com 26,2% (gráfico IX).



Gráfico IX – Problemas que afectam a actividade comercial

Tanto no caso do sexo masculino como no caso do sexo feminino, o valor modal é a *Falta de estacionamento*, com 29,3% e 32%, respectivamente. Em todos os grupos etários a opção mais escolhida foi a *Falta de estacionamento* seguida da *Falta de clientela*²². Excepção para os inquiridos dos 20-30 anos em que a opção com um maior número de respostas é também a *Falta de estacionamento* mas, a diferença está na segunda opção, em que a mais escolhida é a *Segurança*.

2.4 Investimento

Os inquiridos foram também questionados acerca da intenção em investir no estabelecimento comercial e, em caso afirmativo, era solicitado para que especificassem que tipo de investimento. Do total de inquiridos, tal como o gráfico X ilustra, 40% tem intenção de investir no seu estabelecimento comercial.



Gráfico X – Intenção de investir

²² O grupo etário dos 53-63 anos assinala em primeiro lugar a Falta de Clientela e só depois e falta de estacionamento, mas a diferença entre eles não é estatisticamente significativa.

Daqueles que responderam afirmativamente, 57,3% são do sexo masculino e 42,7% do sexo feminino. Um outro aspecto a ter em conta é o facto de serem aqueles que pertencem ao grupo etário 42-52 anos que, em comparação com os restantes grupos etários, estão mais propensos ao investimento. No caso das habilitações literárias, aqueles que possuem o 3º Ciclo do Ensino Básico e o Ensino Secundário, são os que obtêm percentagens mais elevadas de respostas afirmativas.

Quanto ao tipo de investimento, as respostas centram-se principalmente nas *Obras de remodelação* (30%) e também nos *Equipamentos de exposição e decoração* (26%).

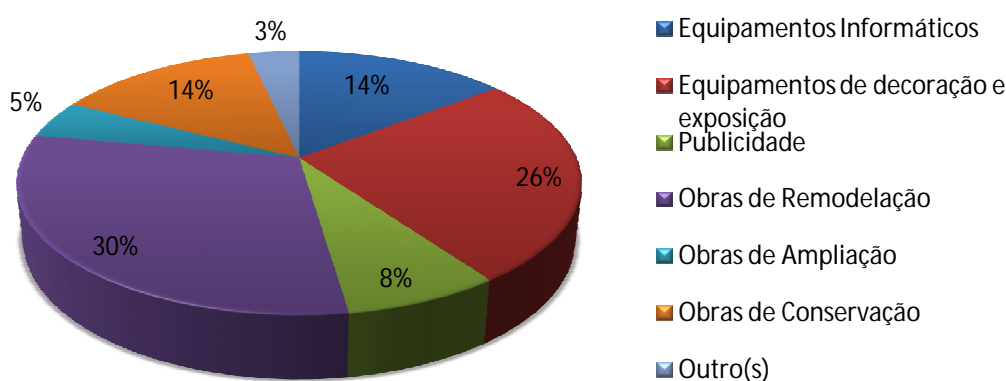


Gráfico XI – Tipo de investimento

2.5 Opinião sobre a Baixa de Coimbra

Ao longo do inquérito, os comerciantes foram sendo inquiridos, também, acerca da sua opinião relativamente ao comércio na Baixa de Coimbra, nomeadamente, os aspectos que favorecem o comércio na Baixa, os que desfavorecem, o que se pode fazer para dar vida à Baixa e quais os problemas com que se debatem na actividade.

Assim sendo, quando questionados acerca dos aspectos que favorecem o comércio na Baixa de Coimbra, 23 dos 283 inquiridos *Não sabe/Não responde*. Quer isto dizer que, dos 260 inquiridos, obtivemos 424 respostas válidas, isto porque, cada inquirido poderia indicar no máximo três opções.

Analisados os resultados desta questão, a maioria aponta a *Qualidade do atendimento* como sendo o aspecto que mais favorece o comércio desta zona da cidade (42,2%). Seguida da *Variiedade de escolha* com 18,4% de respostas.

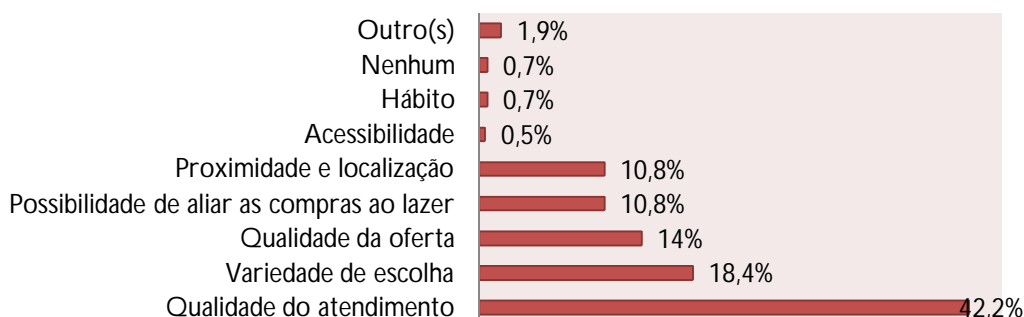


Gráfico XII – Aspectos que favorecem o comércio na Baixa de Coimbra

No caso dos aspectos que menos favorecem o comércio na Baixa de Coimbra, obtivemos resposta de 281 inquiridos (2 inquiridos *Não sabem/Não respondem*). O aspecto indicado mais vezes pelos inquiridos foi a *Falta de estacionamento* (34,4%). É também estatisticamente significativa a *Concorrência das grandes superfícies* (20,2%) e a *Falta de segurança* (19,6%). Os aspectos que foram menos evidenciados pelos inquiridos são: *Encerramento das ruas ao trânsito* (0,5%), *Falta de estacionamento gratuito* (0,9%) e a *Concorrência das outras lojas* (1,4%).

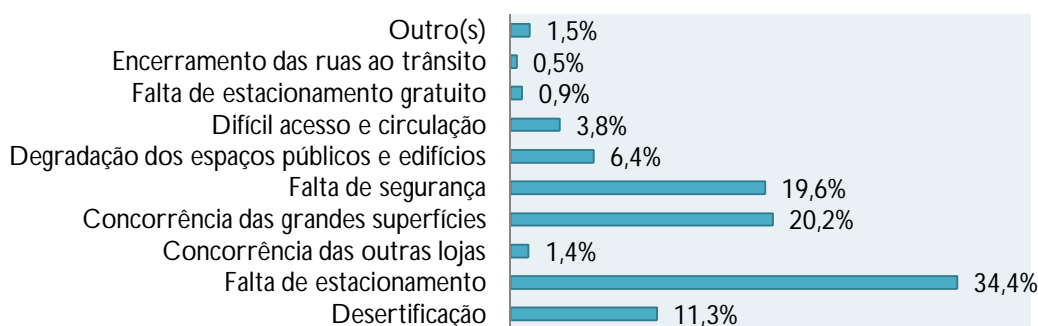


Gráfico XIII – Aspectos que menos favorecem o comércio na Baixa de Coimbra

Analisando os dados pelo grupo etário dos inquiridos, podemos concluir que em todos eles o valor modal corresponde ao da amostra (*Falta de estacionamento*). O mesmo acontece quando a análise é feita através das habilitações literárias dos inquiridos.

Os comerciantes foram também questionados acerca da sua opinião relativamente às medidas a tomar para “dar vida” á Baixa de Coimbra. De referir que, do total de 283 inquiridos, 12 Não sabe/Não responde.

Esta foi a questão em que mais vezes os inquiridos recorreram à opção *Outro(s). Qual?*. Assim sendo, do total de respostas, 18,3% são em outras opções não presentes no

inquérito, sendo elas: *Rejuvenescer a Baixa de Coimbra*, *Criar estacionamento gratuito*, *Criar mais estacionamento*, *Circulação do trânsito na Baixa de Coimbra*, *Reduzir o número de grandes superfícies*, *Mais segurança* e *Outro(s)*²³.

Para a maioria dos comerciantes, o mais indicado a fazer para revitalizar a Baixa de Coimbra é *Realizar iniciativas de animação sócio-cultural* e *Melhorar as condições das habitações/edifícios* (cada uma com 20%). Em segundo lugar, referem que deve-se *Promover uma maior organização do comércio*, com 19,7%, não existindo assim diferenças estatisticamente significativas entre esta opção e os valores modais.

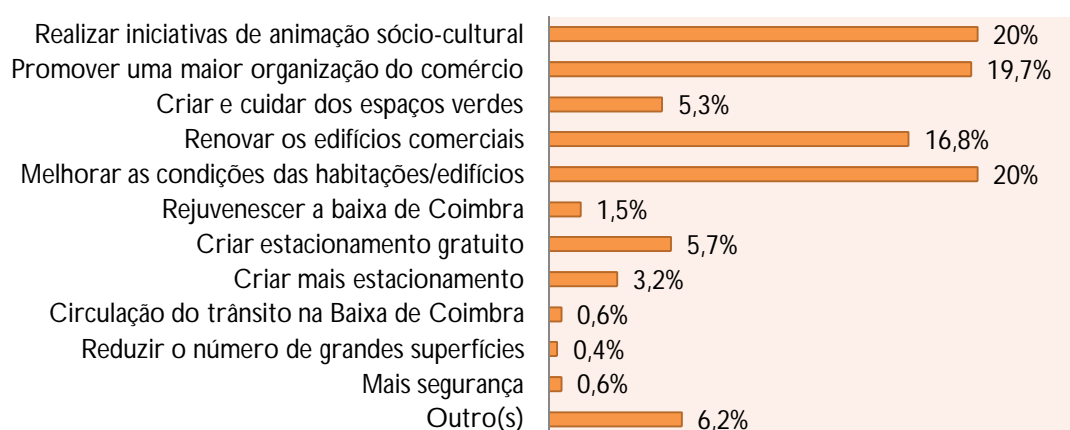


Gráfico XIV – “Dar vida” à Baixa de Coimbra

Fazendo uma análise dos dados relativos a esta questão, verificamos que o valor modal nos inquiridos do sexo masculino é a opção *Melhorar as condições das habitações/edifícios*, enquanto no sexo feminino é *Promover uma maior organização do comércio*.

2.6 Conclusões

Ao longo da apresentação dos resultados avançaram-se algumas análises, importando agora efectuar um balanço sumário das principais conclusões.

²³ No Outro(s) estão agrupadas aquelas que foram referidas por pelo menos de três inquiridos.

A actividade comercial principal da Baixa de Coimbra é o comércio a retalho (85,9%). Sendo que o mais expressivo é o comércio a retalho de vestuário para adulto, em estabelecimentos especializados (21%).

Relativamente à necessidade de formação, é expressivo o facto de 80% dos comerciantes ser da opinião que os seus funcionários não necessitam de formação e, apenas 26% ponderam investir em formação.

Na área das novas tecnologias, pouco menos de metade (47%) dos comerciantes tem computador e, destes, 76% tem ligação à internet. Dos inquiridos que não possuem computador no estabelecimento comercial, a grande maioria (83,5%) não sente necessidade de adquirir um e 74% não pondera vir a adquirir um computador. A discrepância dos números permite concluir que mesmo sem sentirem necessidade, há uma pequena parte de inquiridos que pensa vir a adquirir um computador.

No que diz respeito à ocupação dos edifícios, constata-se que a grande maioria dos comerciantes ocupa apenas o rés-do-chão (63,5%) mas é importante chamar-se à atenção para o facto de uma boa parte ocupar todo o edifício ou várias fracções, o que de certa forma não só não contribui para a fixação de residentes na Baixa de Coimbra como contribui directamente para a insegurança, nomeadamente nocturna, bem como para a diminuição do potencial número de clientes.

A *Falta de estacionamento* (34,4%), de *Segurança* (19,6%) e a *Concorrência das grandes superfícies* (20,2%) são aspectos que foram salientados pelos comerciantes, como aqueles que menos favorecem o comércio da Baixa. Mas, quando questionados acerca das medidas a tomar para “dar vida à Baixa”, a maioria indica a *Realização de iniciativas de animação sócio-cultural* (20%), a *Promoção de uma maior organização dos comerciantes* (19,7%), a *Melhoria das condições das habitações/edifícios* (20%) e a *Renovação dos espaços comerciais* (16,8%).

Assim sendo, comparando as respostas dadas às duas questões (Aspectos que menos favorecem o comércio na Baixa de Coimbra e “Dar vida” à Baixa) é visível que a *Falta de estacionamento* decresce consideravelmente de uma questão para a outra, pois quando questionados acerca de medidas a efectuar para “dar vida” à Baixa, apenas uma minoria refere a questão do estacionamento (3,2% para a *Criação de mais estacionamento* e 5,7% para *Criar estacionamento gratuito*). Note-se que na questão “dar

vida" à Baixa não estava expressa qualquer hipótese acerca de estacionamento, ao contrário do que aconteceu na questão acerca dos aspectos que menos favorecem, e tal foi propositado, como forma a perceber até que ponto seria algo realmente marcante na opinião do inquirido.

É de salientar o facto de apenas 1,5% dos inquiridos ter indicado o rejuvenescimento da Baixa como uma medida para "dar vida" a esta zona da cidade, não sendo assim referida a necessidade da fixação de residentes.

Quando é referido por 19,7% dos inquiridos que um dos aspectos que pode "dar vida" à Baixa é a promoção de uma maior organização do comércio e dos comerciantes, tal facto não se compreende devido à existência de uma Agência de Promoção da Baixa.

Uma grande parte dos inquiridos indica a *Melhoria das condições das habitações/edifícios* (20%) e *Renovação dos espaços comerciais* (16,8%) como aspectos fundamentais para "dar vida à Baixa", porém, apenas perto de metade (40%) tem intenção de investir. E dos que referem ter intenção de investir, apenas 44% refere as *Obras de conservação e de remodelação*, podendo, face ao anteriormente referido, que os comerciantes não são uma "parte" activa na reabilitação da área onde desenvolvem a sua actividade.

3. ANÁLISE DO INQUÉRITO AOS VISITANTES/PASSANTES DA ALTA DE COIMBRA

A presente análise é fruto de um inquérito²⁴ aplicado aos visitantes/passantes na Alta de Coimbra, mais concretamente na Rua Larga.

A metodologia adoptada para a recolha de informação sobre a opinião dos visitantes/passantes da Alta de Coimbra acerca do comércio tradicional presente na Baixa da cidade, foi um inquérito por questionário de administração indirecta.

Os inquéritos foram aplicados na Rua Larga, freguesia da Sé Nova, durante o dia 20 de Maio de 2009. A escolha do local de inquirição deve-se ao facto de ser um local de bastante movimento, por aí estarem localizadas algumas das faculdades da Universidade de Coimbra e por esta rua se encontrar na zona candidata a Património Mundial da UNESCO²⁵

O tratamento e análise dos dados foram efectuados com recurso ao SPSS (Statistical Package for Social Sciences). Assim, foi possível reunir um conjunto de dados importantes e pertinentes para o estudo em questão.

3.1 Caracterização da amostra

Ao longo do dia 20 de Março de 2009 foram inquiridas 40 pessoas na Rua Larga da Alta de Coimbra. Do total dos inquiridos existe uma distribuição igual (50%) no que diz respeito ao número de homens e mulheres.

Com o objectivo de uma melhor percepção e análise dos dados, decidimos agrupar os inquiridos em grupos etários (com uma amplitude de dez anos) e não apresentar os dados por ano de nascimento, como é referido no inquérito.

Podemos assim concluir que o grupo etário mais significativo estatisticamente é o dos *Menos de 18 a 24 anos* com 75%. Tal deve-se ao facto de o local de inquirição

²⁴ Consultar anexo V.

²⁵ Consultar anexo VII.

caracterizar-se por lá se encontrarem algumas das Faculdades da Universidade de Coimbra.

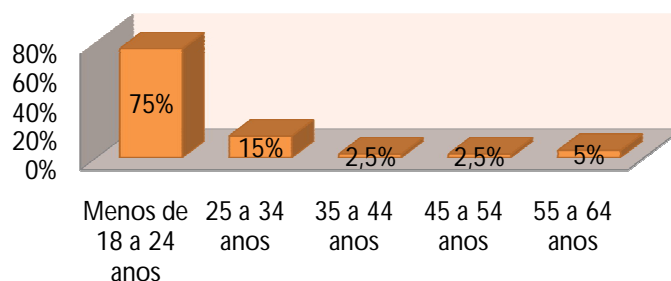


Gráfico XV – Grupo etário dos inquiridos

Ao analisar os dados por sexo concluímos que, tanto no sexo masculino como no sexo feminino, o valor modal é semelhante ao da amostra (*Menos de 18 a 24 anos*) e distribuído igualmente pelos dois sexos com 50%. No grupo etário dos *25 a 34 anos* 83,3% são do sexo masculino e 16,7% do sexo feminino. Os restantes grupos etários são exclusivamente compostos por inquiridas do sexo feminino, num total de 4 (*35 a 44 anos* com uma inquirida, *45 a 54 anos* com uma inquirida, *55 a 64 anos* com duas inquiridas).

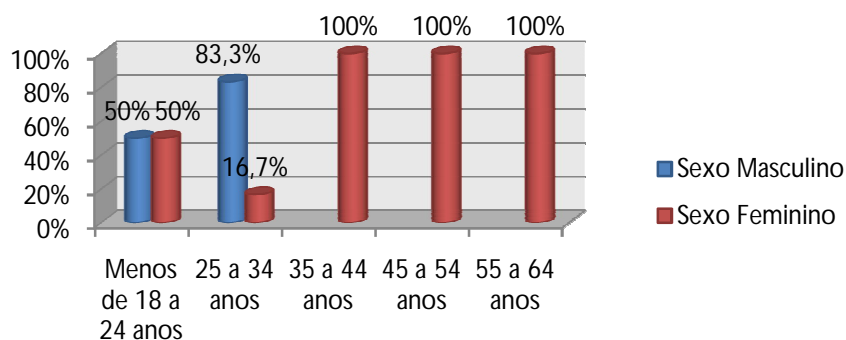


Gráfico XVI – Grupo etário dos inquiridos por sexo

No caso das habilitações literárias, a maioria (quase $\frac{3}{4}$ do total dos inquiridos) está representada na categoria *Ensino Secundário*. Como é visível no gráfico XVII, o total dos inquiridos encontram-se em 4 categorias, sendo o *Ensino Secundário* o valor modal seguido do *Ensino Superior* com 20%, do *3º Ciclo do Ensino Básico* com 5% e do *Ensino Médio* com 2,5%.

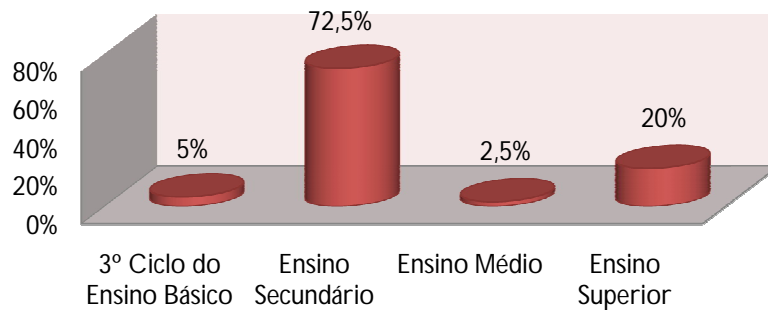


Gráfico XVII – Habilitações literárias dos inquiridos

No que concerne á condição perante o trabalho, conclui-se que a grande maioria dos inquiridos são *Estudantes* (75%).

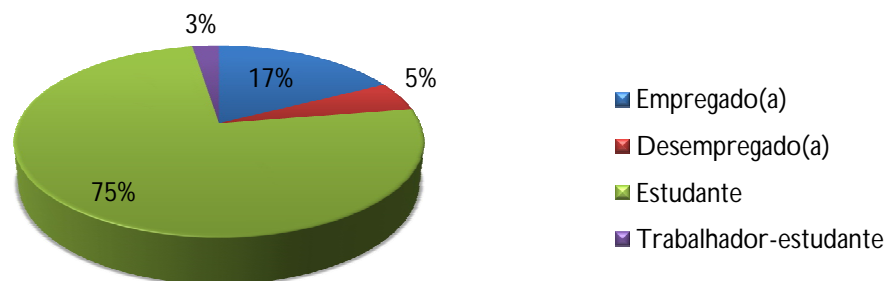


Gráfico XVIII – Condição perante o trabalho

Em suma, para além do facto de a nossa amostra ser repartida igualmente por sexos, o grupo etário estatisticamente significativo é o *Menos de 18 a 24 anos* (75% do total da amostra), o valor modal do grau de ensino completo corresponde à categoria *Ensino Secundário* com 72,5% e os Estudantes correspondem a $\frac{3}{4}$ da amostra.

Assim, concluímos que a grande maioria dos inquiridos que compõem a amostra são estudantes universitários.

3.2 Análise dos dados obtidos

Quando questionados acerca do tipo de comércio que preferem, a maioria dos inquiridos indica os *Centro Comerciais* (62,5%).

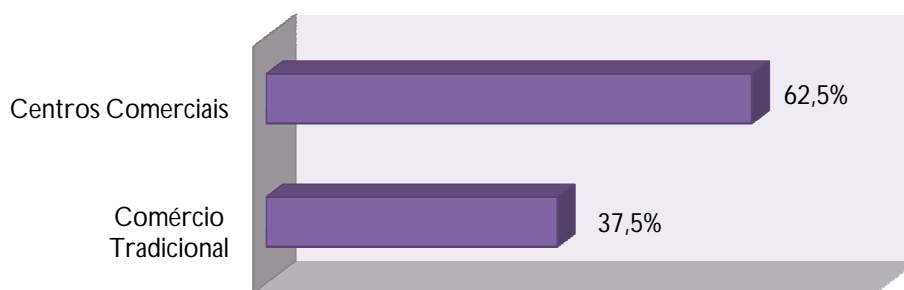


Gráfico XIX – Tipo de comércio que prefere

Do total dos 25 inquiridos que dizem preferir os *Centros comerciais*, 60% são do sexo feminino. Relativamente aqueles que dizem preferir o *Comércio tradicional* 66,7% são do sexo masculino. É também importante referir que de um total de 75% de *Estudantes*, 80% prefere os *Centros Comerciais*.

A escolha pelos *Centros comerciais* aumenta quando se questiona os inquiridos acerca de onde têm por hábito efectuar as suas compras. Sendo que, neste caso, 85% dos inquiridos indica ter o hábito de ir às compras aos *Centros comerciais* e, apenas 15% refere o *Comércio tradicional*.

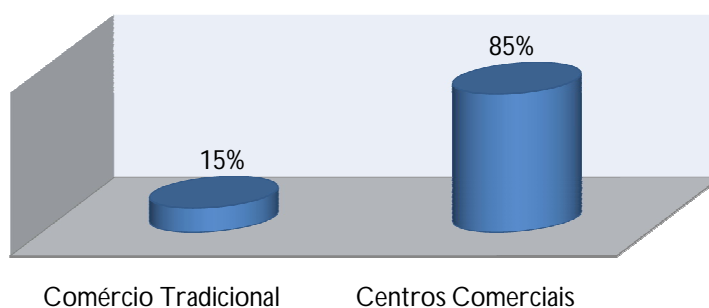


Gráfico XX – Tipo de comércio onde tem por hábito efectuar compras

Do total de inquiridos do sexo masculino, 90% diz ter por hábito efectuar as suas compras nos *Centros Comerciais*, enquanto no total das mulheres são 80%.

Sendo a análise efectuada pela comparação entre o tipo de comércio que preferem e o tipo de comércio onde têm por hábito efectuar as suas compras verificamos que daqueles que referem preferir o *Comércio tradicional* 66,7% costuma ir às compras aos *Centros Comerciais*.

Relativamente ao *Comércio tradicional* presente na Baixa de Coimbra, 62,5% indica ter por hábito fazer compras nesta zona da cidade.

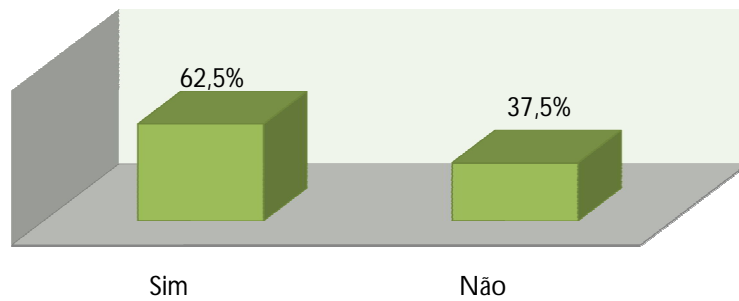


Gráfico XXI – Hábito de efectuar compras na Baixa de Coimbra

Existem diferenças estatisticamente significativas quando a análise é feita através do sexo dos inquiridos. Assim, do total de homens, 55% diz ter por hábito efectuar compras na Baixa de Coimbra. No caso do total de mulheres, a percentagem aumenta para 70%.

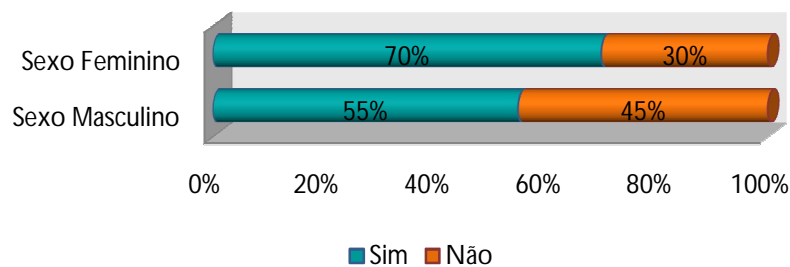


Gráfico XXII – Hábito de efectuar compras na Baixa de Coimbra por sexo

De referir que, daqueles que dizem preferir os *Centros comerciais*, 64% diz ter o hábito de efectuar compras na Baixa de Coimbra, enquanto 36% diz não ter o hábito de fazer compras nesta zona da cidade. No caso dos que referem preferir o *Comércio tradicional*, 60% tem o hábito de ir às compras na Baixa de Coimbra.

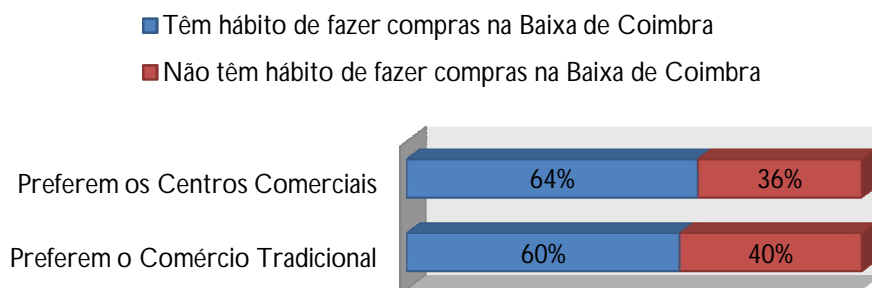


Gráfico XXIII – Hábito de efectuar compras na Baixa de Coimbra pelo tipo de comércio que prefere

No caso de a análise ser pelo tipo de comércio que preferem e o tipo de comércio onde costumam efectuar as suas compras, apenas 33,3% daqueles que dizem preferir o *Comércio tradicional* diz também efectuar as suas compras no *Comércio tradicional*, enquanto 66,7% refere ter por hábito efectuar as suas compras nos *Centros comerciais*. Do total dos 25 inquiridos (62,5%) que dizem preferir os *Centros comerciais* apenas 4% refere ter por hábito efectuar compras no *Comércio tradicional* enquanto 96% afirma ter o hábito de fazer compras nos *Centros Comerciais*.

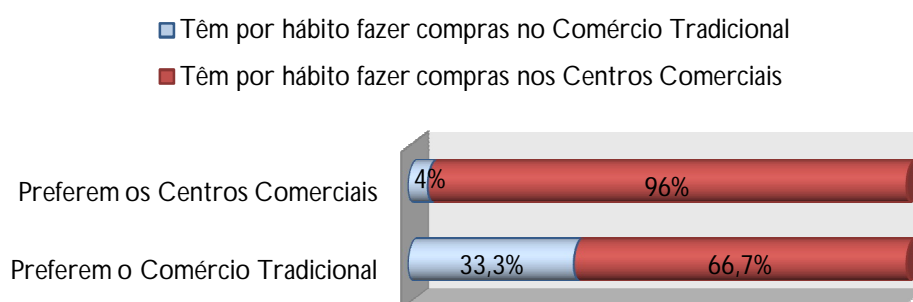


Gráfico XXIV – Tipo de comércio onde têm por hábito de efectuar compras pelo tipo de comércio que prefere

Um outro aspecto a ter em consideração é o facto de que daqueles que têm por hábito efectuar compras no *Comércio tradicional*, 83,5% costuma fazer compras na Baixa de Coimbra. Contudo, dos que indicam ter por hábito fazer compras nos Centros comerciais, 58,8% referem ter o costume de fazer compras na Baixa de Coimbra, tal como é visível no gráfico XXV.

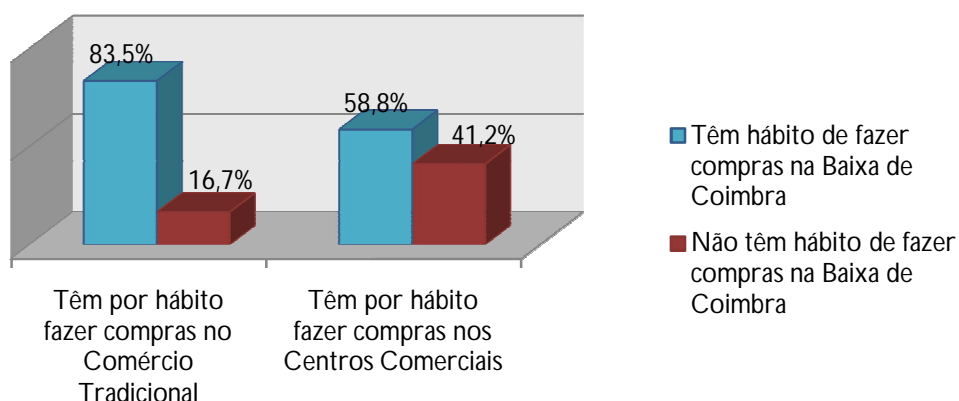


Gráfico XXV – Tipo de comércio onde têm por hábito de efectuar compras pelo hábito de efectuar compras na Baixa de Coimbra

Do total de 25 inquiridos que disse ter por hábito efectuar compras na Baixa de Coimbra, 64% indica o *Vestuário* como sendo o produto que costuma adquirir nesta zona da cidade. Os *Bens alimentares* estão também representados com 24%, o *Calçado* com 8% e os equipamentos para o lar com 4%, tal como é visível no gráfico XXVI.

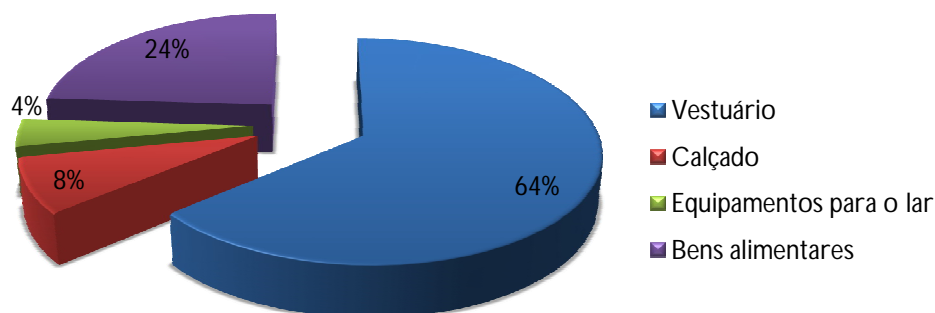


Gráfico XXVI – Tipo de produtos que têm por hábito adquirir na Baixa de Coimbra

A regularidade com que os inquiridos efectuem compras na Baixa de Coimbra foi também abordada. Desta forma, constatamos que 80% dos inquiridos vai às compras a esta zona da cidade *Mensalmente* (32%) ou *Ocasionalmente* (48%). *Diariamente* apenas 8% dos inquiridos e *Semanalmente* 12%.

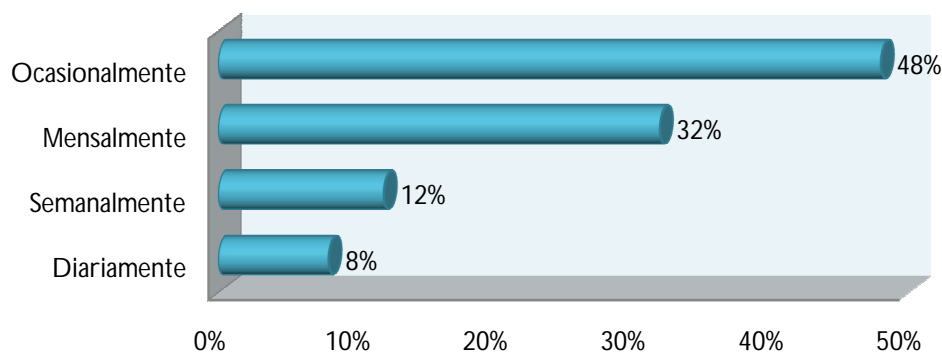


Gráfico XXVII – Regularidade com que efectua compras na Baixa de Coimbra

Um outro aspecto abordado por este inquérito foi o modo como os inquiridos se deslocam para a Baixa de Coimbra. Assim, os *Transportes públicos* representam o valor modal com 44% e a deslocação *A pé* apresenta um valor aproximado com 36%. O *Transporte próprio* é aquele que recolhe menos preferência com 20%, mas ainda assim significativo, tal como é ilustrado pelo gráfico XXVIII.

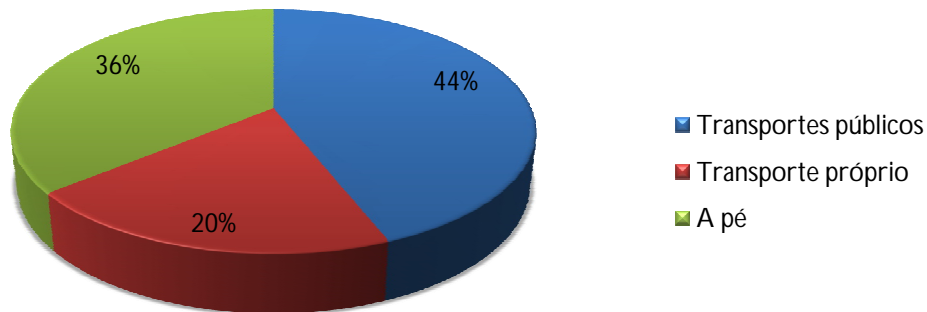


Gráfico XXVIII – Como se desloca para efectuar compras na Baixa de Coimbra

De referir que, daqueles que utilizam os *Transportes públicos*, 36,4% são homens e 63,6% mulheres. Dos que se deslocam *A pé* 55,6% são mulheres e 44,4% homens. Os inquiridos do sexo masculino são aqueles que têm uma maior preferência para se deslocarem à Baixa de Coimbra através de *Transporte próprio* (60%).

Se a análise for pelo grupo etário modal (75%) da nossa amostra (*Menos de 18 a 24 anos*) constata-se que 50% dos inquiridos vai a pé, 33,3% de *Transportes públicos* e 16,7% de *Transporte próprio*. Concluimos também, através do cruzamento com a condição perante o trabalho dos inquiridos, que aqueles que indicaram deslocar-se *A pé* são Estudantes.

Este caso explica-se pelo facto de a caracterização da nossa amostra indicar que estamos perante maioritariamente estudantes universitários. Logo, deve-se ter em conta que o *Transporte próprio*, como por exemplo o automóvel, não é um bem de acesso fácil a muitos estudantes, pelo facto de muitos deles não terem rendimentos próprios.

O inquérito elaborado não se cingiu apenas à relação entre as idas à Baixa da cidade e os estabelecimentos comerciais que aí se podem encontrar, mas também procurou obter informação um pouco mais geral relativamente à frequência com que os inquiridos se deslocam a esta zona da cidade e quais os principais motivos pelo qual o fazem.

Desta forma, conclui-se que 30% dos inquiridos vai *Todos os dias* à Baixa de Coimbra, 27,5% *1 vez por semana*, 20% apenas *Ocasionalmente*, 15% *2/3 vezes por semana*, e 7,5% *1 vez por mês*.

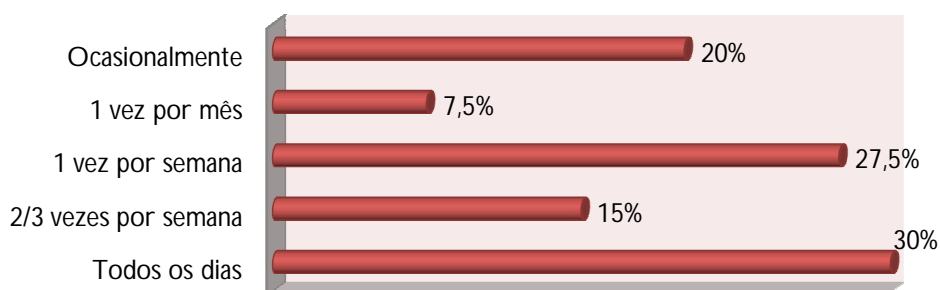


Gráfico XXIX – Frequência com que vai à Baixa de Coimbra

De referir que, dos 30% que indicam ir á Baixa *Todos os dias*, 75% são do sexo feminino. Contudo, apenas os homens indicam ir *2/3 vezes por semana*. No caso dos inquiridos que dizem ir apenas *Ocasionalmente*, maioritariamente são homens (75%). No que concerne às habilitações literárias, ao grupo etário e à condição perante o trabalho, os resultados seguem as conclusões retiradas na caracterização da nossa amostra, isto é, os valores modais reportam-se aos estudantes universitários.

Tendo em linha de conta os dados obtidos acerca da frequência com que os inquiridos se deslocam à Baixa de Coimbra pelo sexo destes, podemos verificar que os homens vão mais *2/3 vezes por semana* (30%) ou *Ocasionalmente* (30%) e que as mulheres têm por hábito ir *Todos os dias* (45%) ou *1 vez por semana* (35%), tal como é possível constatar através do gráfico XXX.

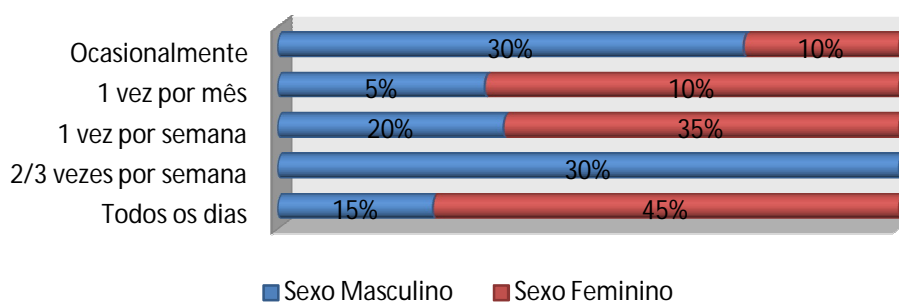


Gráfico XXX – Frequência com que vai à Baixa de Coimbra por sexo

Relativamente aos motivos que levam os inquiridos à Baixa de de Coimbra, concluímos que quase metade o faz *De passagem para o emprego ou habitação* (47,5%), 17,5% por *Passeio ou lazer*, 17,5% para *Encontro com colegas/amigos/familiares*, 10% para *Compras* e 7,5% porque habitam nesta zona da cidade. De salientar o facto de apenas 10% do total

dos 40 inquiridos ter referido como principal motivo para ir à Baixa de Coimbra a ida às *Compras*.

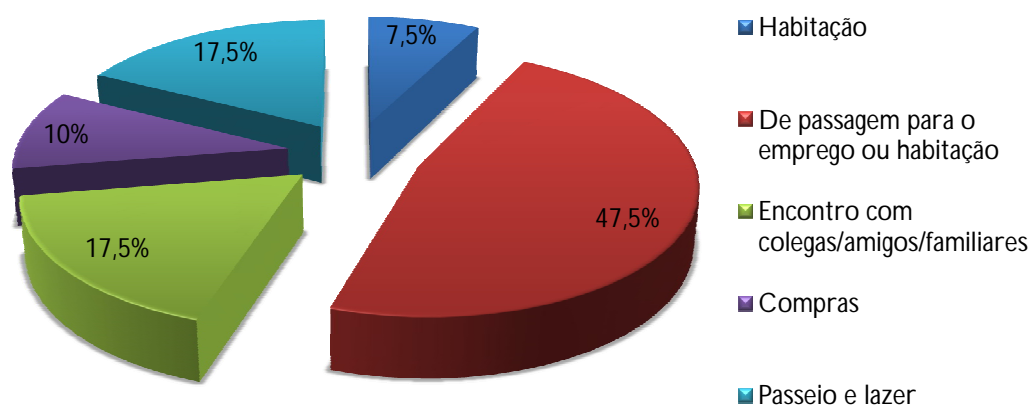


Gráfico XXXI – Motivos que levam os inquiridos a deslocarem-se à Baixa de Coimbra

Como se pode ver através do gráfico XXXII, é possível verificar que aqueles que dizem ir à Baixa de Coimbra *Todos os dias* (30%) têm como principais motivos o facto de ser uma zona *De passagem para o emprego/habitação* (75%) ou por lá habitarem (25%). Verifica-se que os inquiridos que vão *2/3 vezes por semana* (15%) o fazem também por estarem *De passagem para o emprego ou habitação* (50%), para *Encontro com colegas/amigos/familiares* (33,3%) ou por *Passeio e lazer* (16,7%). Dos 27,5% que referem ir *1 vez por semana*, 54,5% é por estarem *De passagem para o emprego ou habitação*, 27,3% para *Encontro com colegas/amigos/familiares* e 18,3% por *Passeio e lazer*. Já no caso daqueles 7,5% que indicam apenas ir à Baixa de Coimbra *1 vez por mês*, 33,3% é também por ser um local *De passagem para o emprego ou habitação* e, a maioria, 66,7% por *Compras*. Por fim, os 20% que apenas se deslocam a esta zona da cidade *Ocasionalmente*, metade é para *Passeio e lazer*, 25% para *Encontro com colegas/amigos/familiares* e 25% para *Compras*.

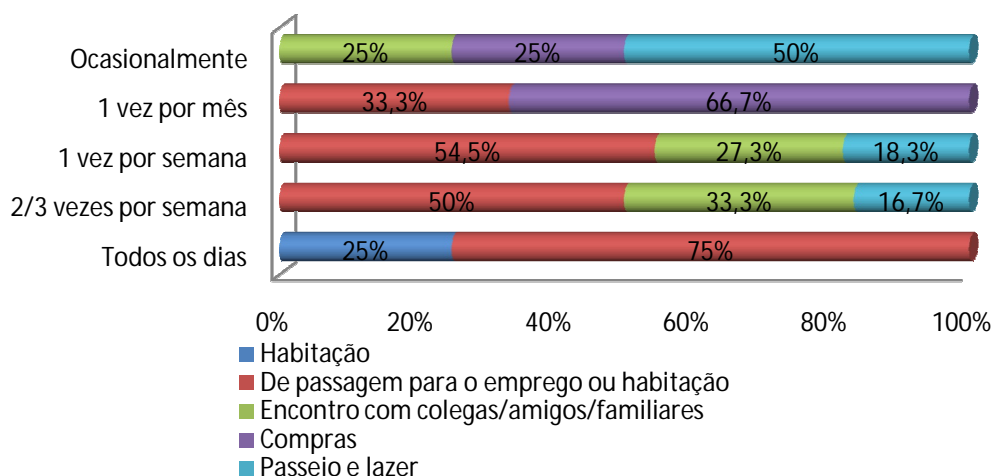


Gráfico XXXII – Motivos por frequência com que se deslocam à Baixa de Coimbra

Aos inquiridos que referiram deslocar-se à Baixa de Coimbra apenas *Ocasionalmente* (20%) foi-lhes colocada uma outra questão acerca dos motivos pelos quais não frequentam de uma forma mais assídua esta zona da cidade. Acontece que cada um dos inquiridos indicou um motivo diferente, desde preferir outro tipo de estabelecimentos comerciais, a falta de hábito, a localização, a degradação dos estabelecimentos comerciais, a falta de segurança, o facto de preferir os Centros Comerciais e a distância (cada um 14,3%, respectivamente).

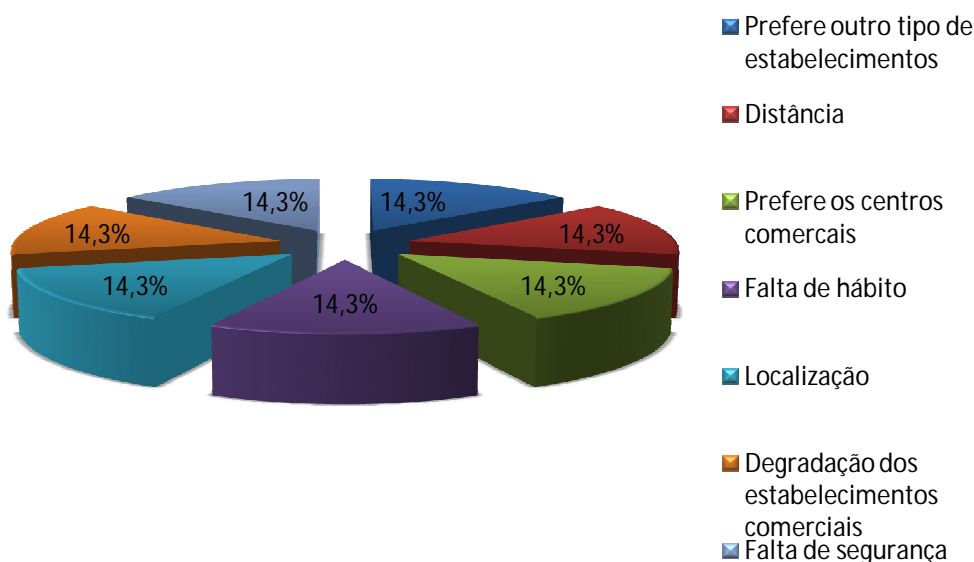


Gráfico XXXIII – Motivos porque não se deslocam à Baixa de Coimbra

É estatisticamente significativa a alteração de valores que se dá quando questionamos os inquiridos acerca da frequência com que vai à baixa de Coimbra, concretamente ao

fim-de-semana. Assim, temos como valor modal o *Nunca* (65%), o que pode ficar a dever-se ao facto de a nossa amostra se caracterizar por ser constituída maioritariamente por estudantes universitários, que têm por hábito deslocarem-se a casa dos pais para passar o fim-de-semana. Assim sendo, de um total de 35% dos inquiridos, 25% diz ir à Baixa de Coimbra *Ocasionalmente*, já 5% refere que se desloca a esta zona da cidade *Todos/quase todos os fins de semana*, enquanto que 2,5% vai *2/3 fins de semana*, tal como aqueles que vão *1 fim-de-semana por mês* (2,5%).

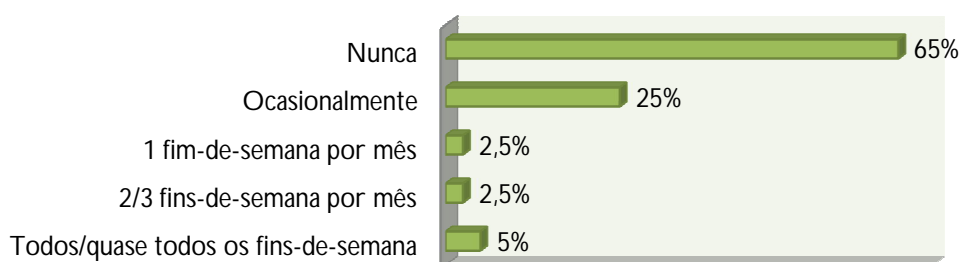


Gráfico XXXIV – Frequência com que se deslocam à Baixa de Coimbra ao fim-de-semana

Os motivos relacionados com a deslocação ao fim-de-semana à Baixa de Coimbra são, maioritariamente, o *Passeio e lazer* (57,1%). As *Compras* também ocupam um lugar de destaque com 28,6%, sendo que o *Encontro com colegas/amigos/familiares* é apenas referido por 7,1% dos inquiridos, tal como a *Habitação*. De salientar que estes valores reportam-se a 35% do total dos inquiridos, pois tal como já foi acima referido, 65% referem *Nunca* ir à Baixa de Coimbra ao fim-de-semana.

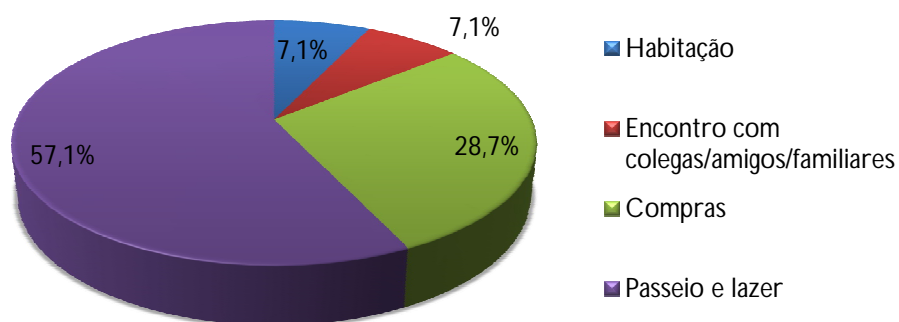


Gráfico XXXV – Motivos que levam os inquiridos a deslocarem-se à Baixa de Coimbra ao fim-de-semana

É de salientar que no total do número de mulheres, 42,9% referem ter como motivo para ir à Baixa de Coimbra ao fim-de-semana as *Compras*, enquanto que a maioria dos homens indica o *Passeio e lazer* (85,7%).

No inquérito que deu mote ao presente relatório foi igualmente proposto aos inquiridos que classificassem diversos aspectos relativos ao comércio na Baixa de Coimbra através de uma escala (Muito Bom, Bom, Razoável, Mau), dando-lhes sempre a hipótese de indicarem Não sabe/Não responde.

Assim, os aspectos que foram abordados são os seguintes: qualidade do atendimento, qualidade da oferta, variedade de produtos, localização, horário de abertura/encerramento, rapidez do serviço, estacionamento, transportes públicos.

Como é ilustrativo no gráfico XXXVI, apenas o *Estacionamento* e o *Horário de abertura/encerramento* obtiveram a classificação de *Mau*, com 82,6% e 17,4% respectivamente. É também notório que, no geral, a classificação de *Muito Bom* e *Mau* não assume uma posição preponderante, mas sim a de *Bom* e *Razoável*.

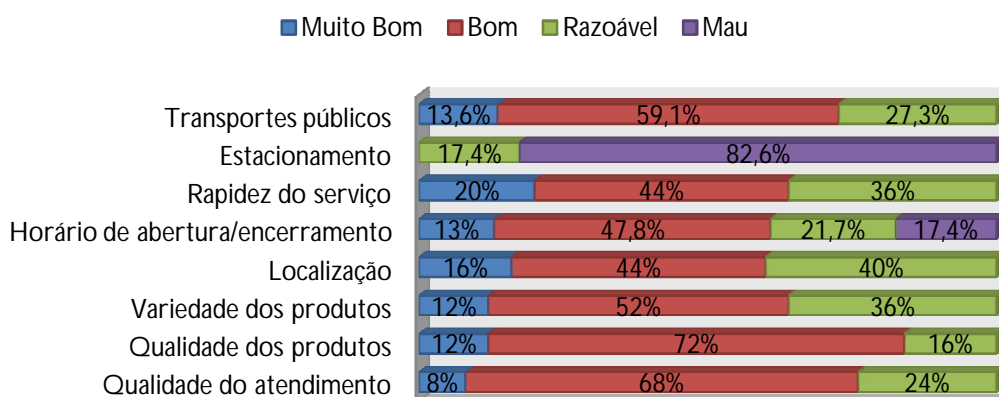


Gráfico XXXVI – Classificação de aspectos relativos ao comércio na Baixa de Coimbra

Procurou-se também recolher informação sobre os estabelecimentos comerciais e equipamentos que os inquiridos julgam fazer falta na Baixa de Coimbra. No que diz respeito a estas duas questões, é de assinalar que, em ambas, mais de metade dos inquiridos optaram pela hipótese *Não sabe/Não responde* (70% no caso dos estabelecimentos e 65% nos equipamentos).

Assim sendo, e no caso dos 30% que optaram por responder à questão relativa aos estabelecimentos comerciais que julgam fazer falta na Baixa de Coimbra, 50% é da opinião que não faz falta nenhum tipo de estabelecimento, o que se pode concluir que estes estão satisfeitos com a oferta que existe nesta zona da cidade ou, então, desconhece-a. A outra metade dos inquiridos refere lojas de animais (16,8%), garrafeiras (8,3%), clubes de vídeo (8,3%), lojas de marcas (8,3%) e uma FNAC (8,3%), sendo que para além da referência genérica a lojas de marcas, esta foi a única especificada.

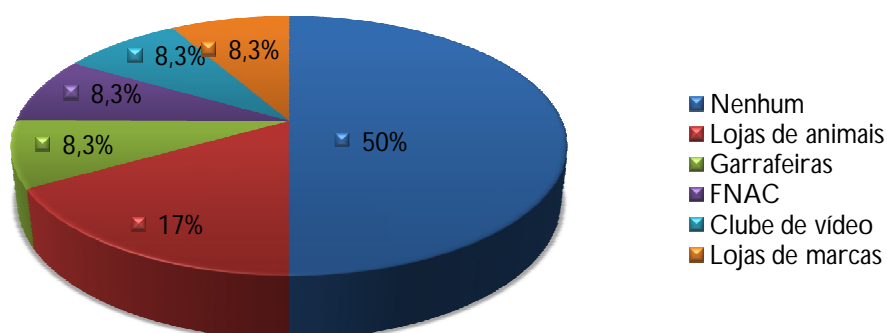


Gráfico XXXVII – Tipo de estabelecimentos comerciais que fazem falta na Baixa de Coimbra

Quanto ao tipo de equipamentos que fazem falta na Baixa de Coimbra, dos 35% inquiridos que responderam a esta questão, 28,6% indica parques de estacionamento e 21,4% é da opinião que não faz falta nenhum equipamento nesta zona da cidade, sendo estes aqueles que obtiveram maior número de respostas, num total de 50% dos inquiridos. Os restantes 50% indicaram a necessidade de bares (14,4%), de espaços culturais (14,3%), discotecas (7,1%), de equipamentos desportivos (7,1%) e sistemas de vigilância nocturna (7,1%).

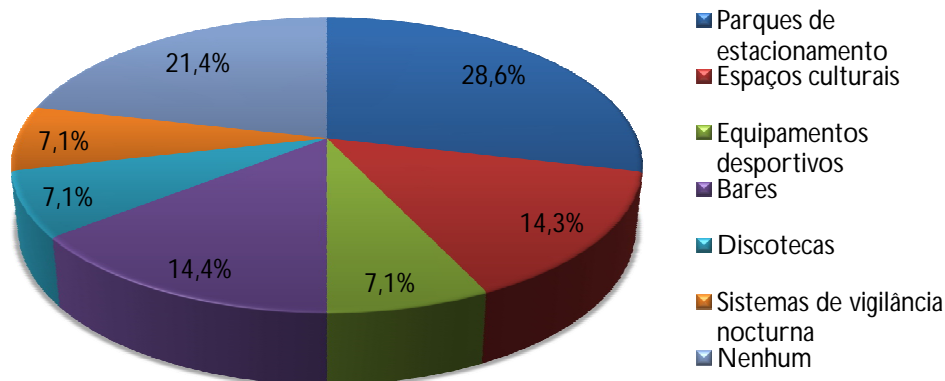


Gráfico XXXVIII – Tipo de equipamentos que fazem falta na Baixa de Coimbra

3.3 Conclusões

Diversos foram os aspectos abordados, muitos os dados e informação pertinente que foi, assim, possível apurar. Alguns, de certa forma, mais surpreendentes que outros.

As conclusões que são possíveis fazer de tudo o que foi acima descrito estão, sem qualquer dúvida, intrinsecamente relacionadas com a amostra à qual foi aplicado o inquérito. Assim sendo, é possível fazer uma breve caracterização de algumas preferências e opiniões dos estudantes universitários da cidade de Coimbra relativamente, não só ao comércio (quer o chamado tradicional quer os centros comerciais) como à sua perspectiva e “relação” com a Baixa de Coimbra e o seu comércio.

É notório que, no que diz respeito ao tipo de comércio, as preferências recaem sobre os Centros Comerciais. Contudo, é de salientar que o comércio tradicional da Baixa de Coimbra continua a ter uma presença significativa, tendo em conta que 62,5% dos inquiridos refere ter por hábito fazer compras nesta zona da cidade. Um outro aspecto relevante é o facto que dos inquiridos que dizem ter por hábito efectuar compras no Comércio tradicional, 83,5% costuma fazer compras na Baixa de Coimbra. Por outro lado, dos que dizem ter por hábito efectuar compras nos Centros Comerciais, pouco mais de metade (58,8%) refere, também, que costuma fazer compras na Baixa da cidade.

No que diz respeito ao tipo de produtos, é de salientar que apenas foram referidos quatro de entre muitos que se podem encontrar, actualmente, na Baixa de Coimbra. A questão que agora se coloca é se os produtos que o comércio da Baixa tem para oferecer captam a atenção e preferências dos jovens de hoje. Tal não se pode afirmar através dos dados recolhidos, mas estes levantam, pelo menos, a dúvida.

É também necessário salientar o facto de 72,5% dos inquiridos referir que vai à Baixa de Coimbra *Todos os dias* (30%), ou *2/3 vezes por semana* (15%) ou *1 vez por semana* (27,5%). Podemos, assim, constatar a afluência que esta zona da cidade tem durante o período de uma semana, deste grupo específico de pessoas (estudantes universitários).

De realçar é o facto de serem apenas aqueles que se deslocam à Baixa da cidade *1 vez por mês* ou *Ocasionalmente* que o fazem com o objectivo de ir às compras. Por outro lado, os que referem frequentar a Baixa *Todos os dias*, fazem-no porque lá habitam ou porque estão de passagem para o emprego ou para a habitação.

Conclui-se, assim, que a Baixa de Coimbra caracteriza-se por ser também uma zona *De passagem para o emprego ou habitação*, o que faz todo o sentido tendo em linha de conta o número de serviços, quer públicos (como é o caso dos serviços municipais, tribunais, etc.) quer privados (escritórios de advogados, consultórios médicos, etc.), e de estabelecimentos comerciais que estão presentes nesta zona da cidade. Por outro lado, e tendo em conta as conclusões retiradas da caracterização da nossa amostra, pode-se afirmar que este caso fica também a dever-se ao facto de uma das estações ferroviárias da cidade se encontrar na Baixa e, de esta ser frequentemente utilizada pelos estudantes universitários nas suas deslocações ao fim-de-semana.

Relativamente aos motivos indicados pelos inquiridos para não se deslocarem assiduamente à Baixa da cidade, realça-se o facto de que os 20% que responderam a esta questão (tal como já foi acima referido apenas responderam a esta questão aqueles que indicaram ir à Baixa *Ocasionalmente*) terem indicado sempre motivos diferentes uns dos outros. Mas, mesmo assim, é de salientar o terem referido a Falta de hábito, a Degradação dos estabelecimentos comerciais e a Falta de segurança. Salientam-se estes pelos seguintes motivos: a Falta de hábito, por se ter em conta o facto de mais de metade dos inquiridos ter respondido Nenhum aquando da questão acerca dos estabelecimentos/equipamentos que possam fazer falta à Baixa, o que pode

demonstrar a falta de interesse e conhecimento; a Degradação dos estabelecimentos comerciais, por este poder ser um dos factores que faz com que 62,5% dos inquiridos prefira os centros comerciais da cidade; a Falta de segurança, por 7,1% terem indicado a necessidade de sistemas de vigilância nocturna.

Outro aspecto que se deve destacar são os dados relativamente à frequência com que os inquiridos vão à Baixa ao fim-de-semana, pois 65% diz *Nunca* lá ir e 25% refere que apenas vai *Ocasionalmente*. Tendo em conta que esta é uma zona da cidade que faz parte da zona tampão da candidatura a Património Mundial da UNESCO (anexo II), onde está presente o Museu Municipal, onde o comércio tem uma presença tão marcante, onde está o Teatro da Cerca de São Bernardo, entre outros atractivos culturais e patrimoniais, é necessário que se levante a questão e se encontre uma resposta. Acima de tudo, é importante que se criem iniciativas para que esta situação se altere.

No que diz respeito especificamente ao comércio, é de salientar que, de 35% do total dos inquiridos, apenas 28,7% destes, referem que se deslocam até à Baixa de Coimbra para fazer compras. A questão que se coloca é até que ponto não estarão estes valores relacionados com o facto de serem muitos os comerciantes que optam por encerrar o seu estabelecimento durante o fim-de-semana e, especialmente no período da tarde de Sábado, e este, em particular, devido ao facto de a amostra se caracterizar por ser maioritariamente composta por estudantes universitários.

Quanto aos diferentes aspectos que foram propostos aos inquiridos para que estes os classificassem com recurso a uma escala (Muito Bom, Bom, Razoável, Mau), é necessário destacar que apenas o *Estacionamento* (82,6%) e o *Horário de abertura/encerramento* (17,4%) obtiveram a classificação de *Mau*. Sendo que o *Estacionamento*, para além de 82,6% dos inquiridos o classificarem de *Mau*, os restantes 17,4% consideram-no, apenas, *Razoável*. Já no caso do *Horário de abertura/encerramento*, para além da classificação de *Mau* (17,4%), 21,7% dos inquiridos considera-o *Razoável*, 47,8% Bom e 13% de *Muito Bom*. Podemos assim concluir que, 39,1% dos inquiridos não tem uma opinião muito favorável relativamente aos horários praticados pelos comerciantes da Baixa de Coimbra. No que diz respeito ao *Estacionamento*, e tendo em conta que foi o único aspecto que não obteve nenhum *Bom* ou *Muito Bom*, e em que a

grande maioria o considera *Mau* (82,6%), pode-se considerar que este é o aspecto, de entre aqueles que foram propostos no inquérito, que mais desagrada aos inquiridos.

De entre os diferentes aspectos propostos para classificação, deve-se salientar a *Qualidade dos produtos*, em que o Muito Bom e o Bom é atribuído por 84% dos inquiridos (12% e 72% respectivamente). Os *Transportes públicos* também é um dos aspectos que é evidenciado por 72,7% dos inquiridos, que lhes atribuem uma classificação de Muito Bom (13,6%) e Bom (59,1%).

É ainda necessário referir que, tendo em conta os valores apurados para a classificação de Muito Bom para os diferentes aspectos, a Qualidade de atendimento é aquele que tem um valor mais reduzido (8%).

Quanto ao tipo de estabelecimento comercial e equipamentos que poderão fazer falta na Baixa de Coimbra, mais de metade dos inquiridos optou por indicar Não sabe/Não responde. É de reter e ter em atenção estes dados, pois pode isto significar algum desinteresse ou falta de conhecimento, o que, de uma forma ou de outra, é preocupante. Por outro lado, é de referir o facto de metade dos inquiridos indicar que não falta *Nenhum* estabelecimento comercial na Baixa de Coimbra e de, para 21,4%, não faltar *Nenhum* equipamento. Para além disto, e no caso dos equipamentos, 28,6% indica a falta de *Parques de estacionamento*, o que é de certa forma coerente tendo em conta a classificação obtida, e acima referida, da classificação dada ao *Estacionamento*. Um outro aspecto que é de realçar são os dados obtidos para a necessidade de estabelecimentos de diversão nocturna (no total de 21,5% de inquiridos, 14,4% referem os *Bares* e 7,1% as *Discotecas*) e de equipamentos culturais (14,3%).

4. ANÁLISE DO INQUÉRITO AOS VISITANTES/PASSANTES DO CENTRO COMERCIAL DOLCE VITA DE COIMBRA

A presente análise é fruto de um inquérito²⁶ aplicado a quem entrava/saía da porta oeste do Centro Comercial Dolce Vita na freguesia de Santo António dos Olivais, em Coimbra, no dia 21 de Maio de 2009.

A metodologia adoptada para a recolha de informação foi um inquérito por questionário de administração indirecta. O tratamento e análise dos dados foram efectuados com recurso ao SPSS (Statistical Package for Social Sciences).

4.1 Caracterização da amostra

A amostra é composta por 40 inquiridos, sendo que a distribuição por sexos é igual (50%).

De maneira a que os dados fossem facilmente interpretados, decidimos agrupar os inquiridos em grupos etários (com uma amplitude de dez anos) e não apresentar os dados por ano de nascimento, como é referido no inquérito.

Desta forma, podemos concluir que o grupo etário modal é o *Menos de 18 a 24 anos* com 25%. De salientar que o grupo etário 25 a 34 anos apresenta também um valor expressivo (20%).

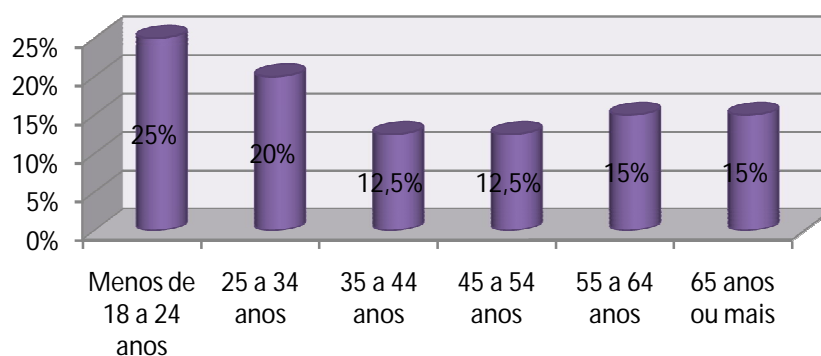


Gráfico XXXIX – Grupo etário dos inquiridos

²⁶ Consultar anexo VI.

Relativamente à análise por cruzamento do grupo etário pelo sexo dos inquiridos, podemos verificar que no caso do sexo masculino o valor modal corresponde ao grupo etário *Menos de 18 a 24 anos* e *35 a 44 anos*, com 23,8%, cada um. No caso do sexo feminino, o valor modal é 36,8%, presente na categoria *25 a 34 anos*.

Ao nível das habilitações literárias, do total dos inquiridos, 32,5% têm como grau de ensino completo o *Ensino superior*, 25% o *Ensino secundário*, 15% o *2º e 3º Ciclo do ensino básico* e 12,5% o *1º Ciclo do ensino básico*. De realçar que mais de metade dos inquiridos (57,5%) obtiveram habilitações superiores à actual escolaridade obrigatória.

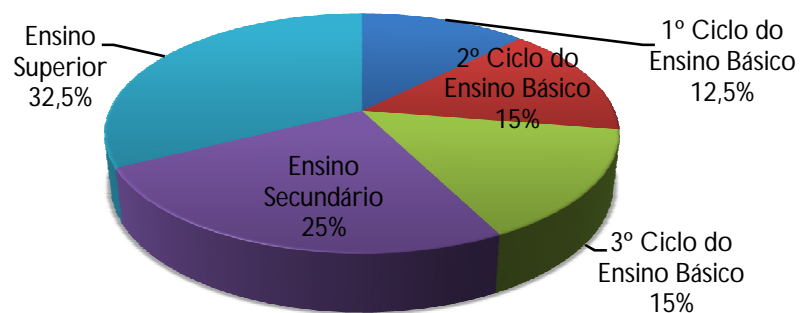


Gráfico XL – Habilitações literárias dos inquiridos

No caso específico do sexo masculino, a categoria modal das habilitações literárias é o *Ensino Secundário* (33,4%), enquanto no sexo feminino é o *Ensino superior* (47,3%).

Do total de inquiridos, é importante referir que 55% encontram-se *Empregados*, 20% estão *Reformados*, 17,5% são *Estudantes* e 7,5% estão *Desempregados*.

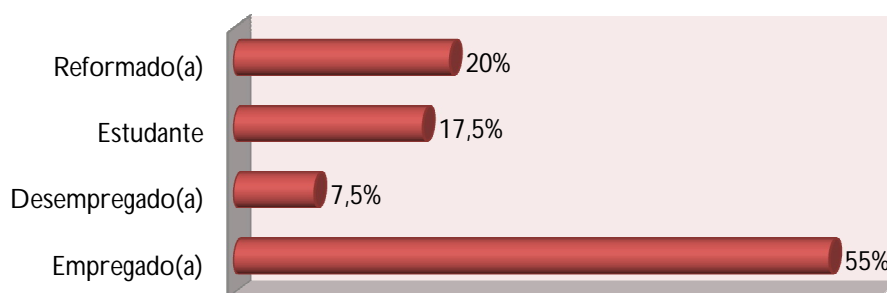


Gráfico XLI – Condição perante o trabalho

Ao analisar os dados por sexo, podemos depreender que dos 55% que estão *Empregados*, 54,5% são do sexo masculino e 45,5% do sexo feminino. No caso dos 7,5% de inquiridos que referiram estar *Desempregados*, 33,3% são homens, enquanto

66,7% são mulheres. No caso dos Estudantes (17,5%), a maioria são do sexo feminino com 71,4%, sendo que os homens são 28,6%. Dos 20% que estão Reformados, $\frac{3}{4}$ são do sexo masculino.

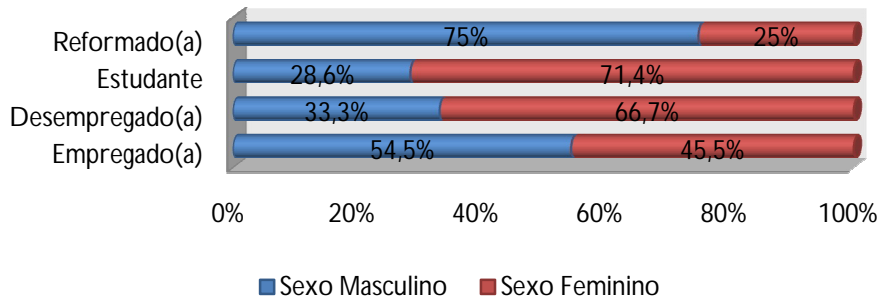


Gráfico XLII – Condição perante o trabalho por sexo

Em suma, para além do facto de a nossa amostra ser repartida igualmente por sexos (50% respectivamente), o grupo etário modal é o *Menos de 18 a 24 anos* (25%) seguido do *25 a 34 anos* (20%). O *Ensino superior* é a habilitação literária com um maior número de inquiridos (32,5%) e, no que diz respeito à condição perante o trabalho, pouco mais de metade dos inquiridos estão *Empregados* (55%).

4.2 Análise dos dados obtidos

No que concerne à frequência com que os inquiridos vão ao Centro Comercial, verifica-se que 40% vão *2/3 vezes por semana*, sendo este o valor modal. Podemos verificar através do gráfico XLIII que, no período de uma semana, 85% dos inquiridos vão ao Centro Comercial.

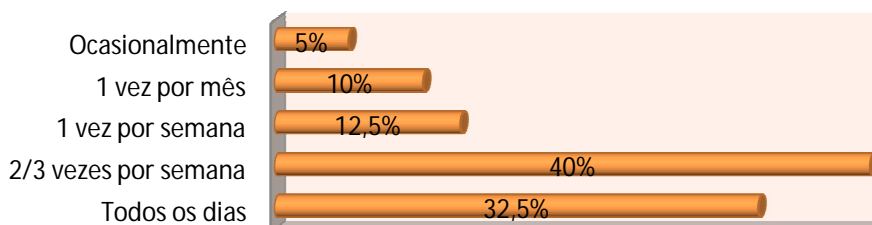


Gráfico XLIII – Frequência das idas ao Centro Comercial

A análise dos dados acima referidos por sexos indica que do total dos homens 38,1% (valor modal) vai ao Centro Comercial *Todos os dias*, enquanto no caso das mulheres o valor modal é 47,4% na categoria *2/3 vezes por semana*.

De referir ainda que a grande maioria daqueles que são *Estudantes* (85,7%) vão ao Centro Comercial *2/3 vezes por semana*. Metade dos *Reformados* indica a categoria *Todos os dias*, tal como 40,9% dos *Empregados*. Por fim, 66,7% dos *Desempregados* refere ir ao Centro Comercial *1 vez por semana*. É de salientar que na análise da frequência ao Centro Comercial pela condição no trabalho, os valores das categorias *1 vez por mês* e *Ocasionalmente* são muito reduzidos, chegando mesmo a ser nulos.

Entre os motivos que levam os inquiridos ao Centro Comercial estão, as *Compras* (45%), o *Emprego* (20%), *Passeio e lazer* (15%), o *Encontro com colegas/amigos/familiares* (8%), *Refeições* (5%), por uma questão de *Proximidade* (5%) e o *Cinema* (2%).

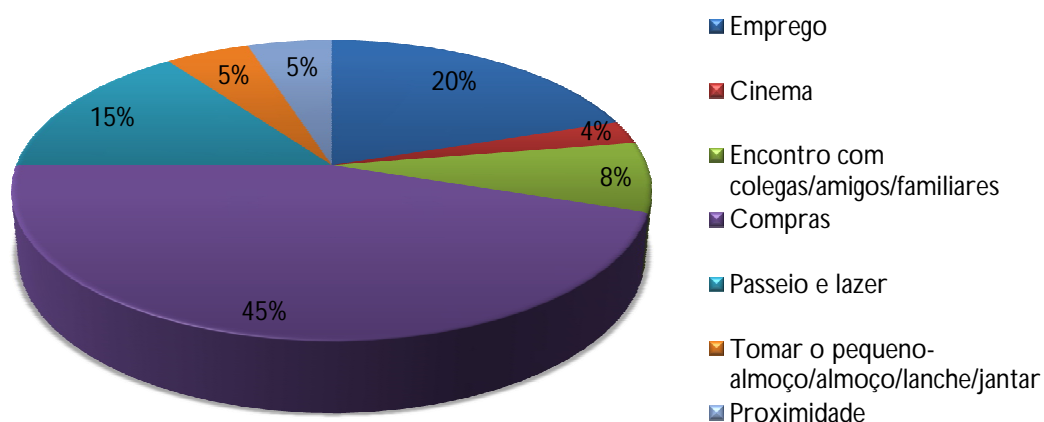


Gráfico XLIV – Motivos que levam os inquiridos a descolarem-se ao Centro Comercial

Em relação à frequência ao fim-de-semana, o valor modal é 25% na categoria *Todos/quase todos os fins-de-semana* mas, importa salientar, que 22,5% dos inquiridos indica *Nunca* ir ao Centro Comercial ao fim-de-semana, tal como 22,5% indica ir *2/3 fins-de-semana por mês*.

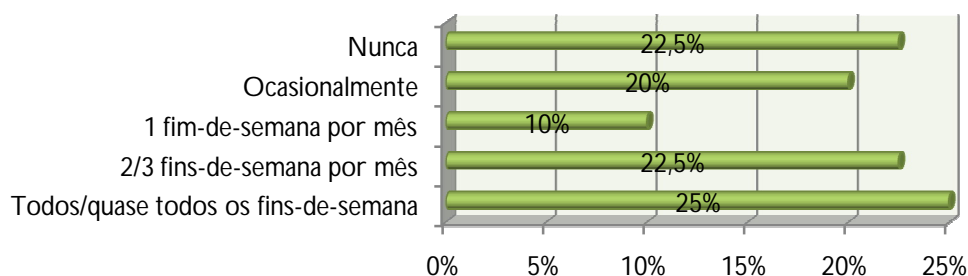


Gráfico XLV – Frequência das idas ao Centro Comercial no fim-de-semana

Como é visível no gráfico XLVI, de entre os motivos que levam os inquiridos ao fim-de-semana ao Centro Comercial, os que mais se destacam são as *Compras* (38,7%), *Passeio e lazer* (25,8%) e *Emprego* (19,4%).

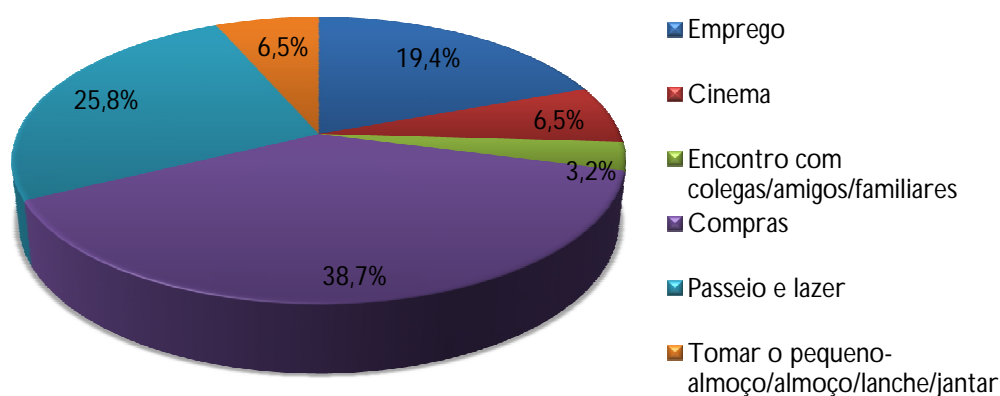


Gráfico XLVI – Motivos que levam os inquiridos a descolarem-se ao Centro Comercial ao fim-de-semana

Comparando os motivos que levam os inquiridos a ir ao Centro Comercial à semana e ao fim-de-semana constatamos que as *Compras*, o *Passeio e lazer* e o *Emprego* continuam a ser os principais motivos, com ligeiras variações de percentagem, sendo a mais significativa na categoria *Passeio e lazer* (15% durante a semana e 25,8% ao fim-de-semana).

Do total de inquiridos, 97,5% refere ter o hábito de fazer compras no Centro Comercial.

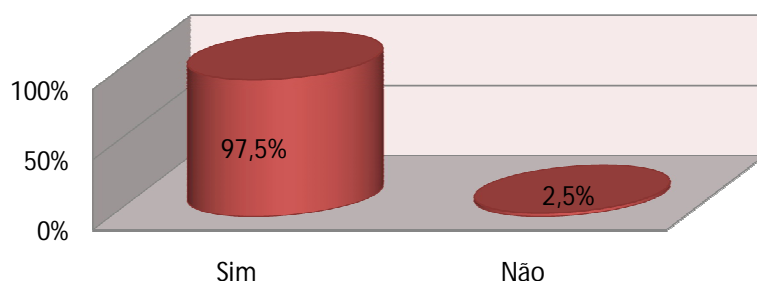


Gráfico XLVII – Hábito de fazer compras no Centro Comercial

Os produtos que os inquiridos indicam como sendo aqueles que têm por hábito comprar no Centro Comercial são os Bens alimentares (54%) e o Vestuário (41%). Também referem os Equipamentos para o lar (3%) e os artigos de Perfumaria (2%), mas com valores que não são estatisticamente significativos.

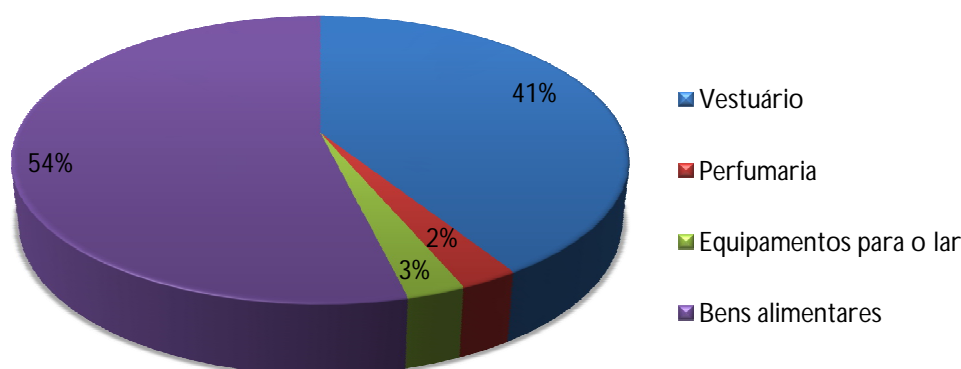


Gráfico XLVIII – Tipo de produtos que têm por hábito adquirir no Centro Comercial

Os inquiridos foram também questionados acerca da regularidade com que efectuem compras no Centro Comercial. Assim, verificamos que perto de metade fá-lo Semanalmente (48,7) e poucos são os que o fazem numa base diária (7,7%).

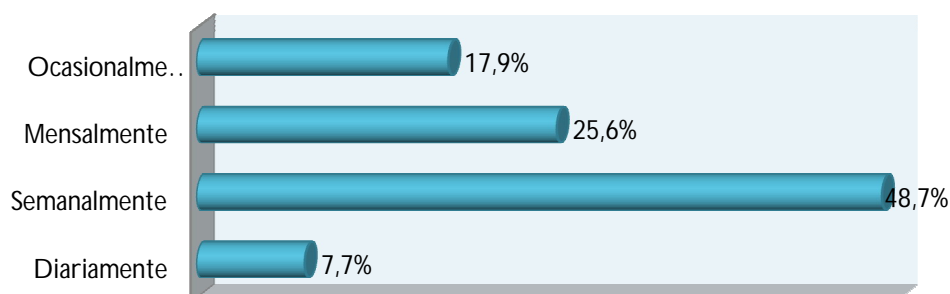


Gráfico XLIX – Regularidade com que efectua compras no Centro Comercial

De referir que do total de inquiridos do sexo masculino, o valor modal é 45% na categoria Semanalmente, tal como o sexo feminino com 47,4%.

Ao analisar-se os dados da regularidade com que os inquiridos efectuam compras no Centro Comercial com os da frequência com que lá vão, verifica-se que dos que vão *Todos os dias* mais de metade (61,5%) efectua compras *Semanalmente*, tal como os que vão *2/3 vezes por semana* (56,3%). De estranhar é o facto de que aqueles que dizem ir ao Centro Comercial *1 vez por mês*, fazerem, na sua maioria (67,7%), *Semanalmente* compras no Centro Comercial, como se pode verificar pelo gráfico L. Verificamos assim incoerência nas respostas dadas.

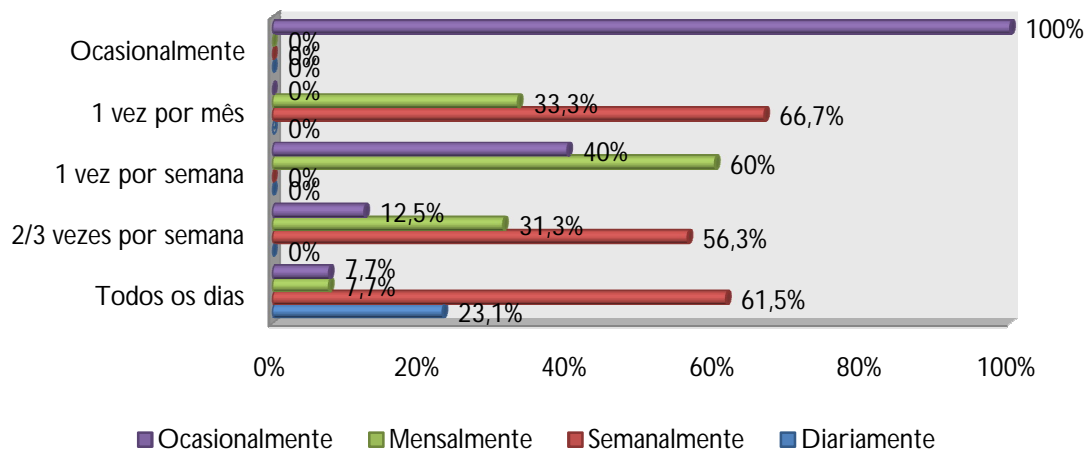


Gráfico L – Regularidade com que efectua compras no Centro Comercial por frequência com que vai ao Centro Comercial

Um outro aspecto abordado por este inquérito foi o modo como os inquiridos se deslocam para o Centro Comercial. Assim, o *Transporte próprio* representam o valor modal com 51% e a deslocação *A pé* obteve 36%. Os *Transportes públicos* são aqueles que recolhem menos preferência com 13%, tal como é ilustrado pelo gráfico LI.

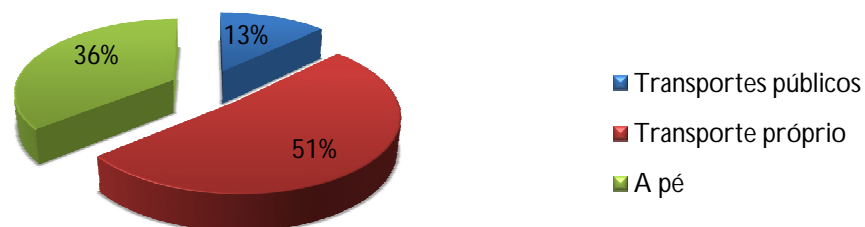


Gráfico LI – Como se desloca para efectuar compras no Centro Comercial

De salientar que dos 13% que referem utilizar os *Transportes públicos*, 80% são do sexo masculino e 20% do sexo feminino. Relativamente à análise por sexos dos que utilizam Transporte próprio, 50% são do sexo masculino e 50% do sexo feminino. No caso dos que se deslocam A pé, verifica-se que 57,1% são mulheres e 42,9% são homens.

Questionados acerca do tipo de comércio que preferem, 72,5% dos inquiridos indicam os *Centros comerciais*, como é possível confirmar através do gráfico LII.



Gráfico LII – Tipo de comércio que prefere

Destes, 48,3% são do sexo masculino e 51,7% do sexo feminino. Dos 25% que dizem preferir o *Comércio tradicional*, 60% são homens e 40% mulheres.

Se a análise for realizada pelo grupo etário dos inquiridos, constatamos que os grupos etários mais jovens são os que revelam ter uma maior preferência pelos *Centros comerciais*. Tal como é ilustrado pelo gráfico LIII, os dois grupos etários mais velhos são aqueles em que há igualdade de valores.

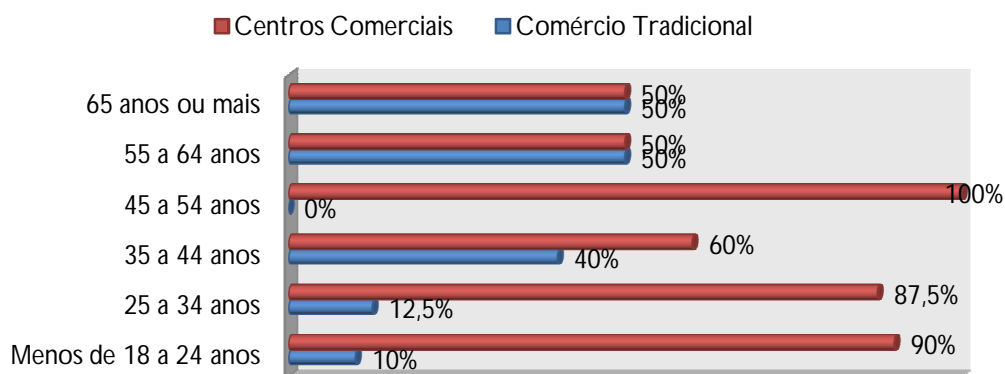


Gráfico LIII – Tipo de comércio que prefere por grupo etário

É de salientar que tanto no caso de a análise do tipo de comércio que preferem ser feita pelas habilitações literárias ou pela condição perante o trabalho dos inquiridos, os *Centros comerciais* são sempre a categoria com o valor modal. No caso dos *Estudantes*, a preferência recai na totalidade nos *centros comerciais*.

Na parte final do inquérito colocaram-se questões relativas à Baixa de Coimbra e ao comércio que aí marca presença. Questionaram-se os inquiridos acerca de terem ou não hábito de efectuar compras na Baixa da cidade. Os resultados apurados revelam que 70% não tem por hábito efectuar compras nesta zona da cidade.

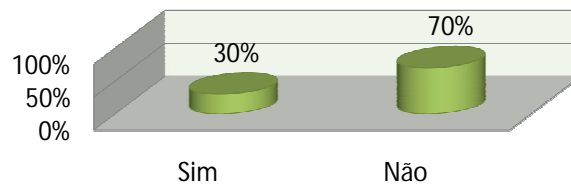


Gráfico LIV – Hábito de efectuar compras na Baixa de Coimbra

Dos 30% de inquiridos que indicam ter por hábito efectuar compras na Baixa de Coimbra, 41,7% são do sexo masculino e 58,3% do sexo feminino.

Ao cruzarem-se os dados relativos ao hábito de fazer compras na Baixa de Coimbra com o tipo de comércio que os inquiridos indicam preferir, podemos concluir que dos 27,5% inquiridos que dizem preferir o Comércio tradicional, 60% não tem por hábito efectuar compras na Baixa de Coimbra. Dos 72,5% que referiram ter preferência pelos Centros comerciais, 72,4% habitualmente não compra na Baixa da Cidade.

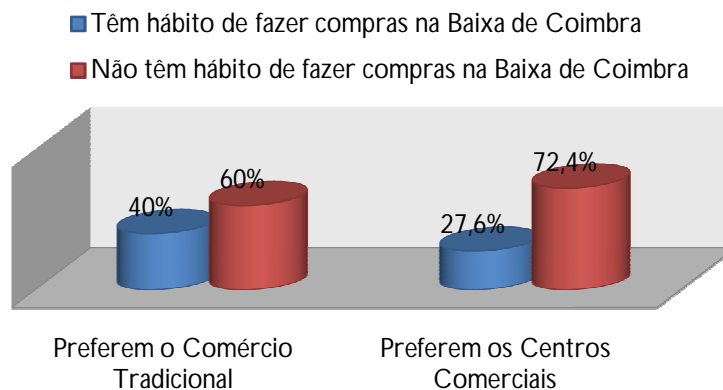


Gráfico LV – Hábito de efectuar compras na Baixa de Coimbra pelo tipo de comércio que prefere

Dependendo da resposta dada pelos inquiridos à questão de ter ou não hábito de efectuar compras na Baixa de Coimbra, foi lhes solicitado que indicassem os motivos pelos quais vão ou não às compras a esta zona da cidade.

Assim, dos 30% de inquiridos que afirmaram ter o hábito de ir à Baixa de Coimbra às compras, 33,3% indicou como motivo a Possibilidade de aliar as compras ao lazer, 33,3% a Variedade de escolha, 16,7% a Proximidade e localização e 16,7% a Qualidade do atendimento.

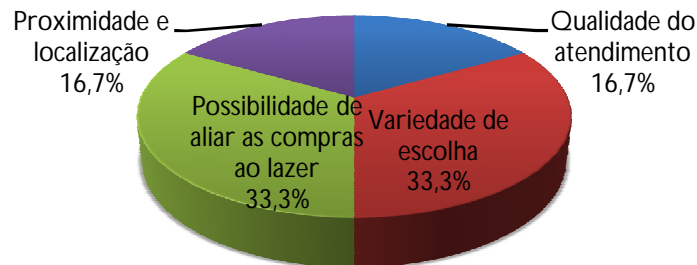


Gráfico LVI – Motivos que levam os inquiridos a fazer compras na Baixa de Coimbra

Do total de homens que referiram ter o hábito de fazer compras na Baixa, 60% menciona a *Possibilidade de aliar as compras ao lazer* e 40% a *Qualidade do atendimento*. No caso dos inquiridos do sexo feminino, 57,1% fazem menção à *Variedade de escolha*, 28,6% à *Proximidade e localização* e 14,3% à *Possibilidade de aliar as compras ao lazer*.

Relativamente aos motivos indicados pelos inquiridos que dizem não ter por hábito ir às compras à Baixa, como é perceptível no gráfico LVII, o valor modal é 31% na categoria *Falta de estacionamento*, sendo que é também estatisticamente significativo o facto de 24,1% referir que *Prefere ir ao Centro Comercial*.

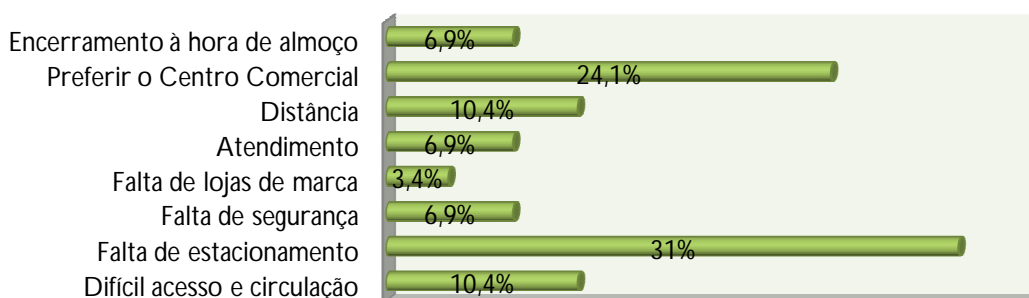


Gráfico LVII – Motivos que levam os inquiridos a não fazer compras na Baixa de Coimbra

Tendo em conta a análise dos dados pelo sexo dos inquiridos conclui-se que no caso das mulheres, a categoria que obtem um maior número de respostas é a *Falta de*

estacionamento (41,7%). No total dos inquiridos do sexo masculino, verificamos que a categoria com o valor modal é a *Prefere ir ao Centro Comercial* (29,4%). Porém, é estatisticamente significativo o valor que corresponde à categoria *Falta de estacionamento* (23,5%). De salientar que, do total de 6,9% dos inquiridos que referem a *Falta de segurança*, todos são do sexo masculino. Contudo, a categoria *Falta de lojas de marca* (3,4%) é apenas referida pelas mulheres.

No que concerne ao grupo etário modal (*Menos de 18 a 24 anos*), podemos concluir que 75% *Prefere os centros comerciais* e 25% refere a *Distância*.

Foi proposto aos inquiridos que dessem a sua opinião, com recurso a uma escala (Muito Bom, Bom, Razoável, Mau), acerca de diversos aspectos relativos ao comércio presente no Centro Comercial e seus meios de acesso.

Assim, verifica-se que as categorias que obtiveram a classificação de Mau foram o Horário de abertura/encerramento (7,7%), os Transportes públicos (7,1%), o Estacionamento (2,9%) e a Variedade de produtos (2,5%). É também notório que a Localização é aquela que reúne a melhor classificação, tendo em conta que é esta que compreende o valor modal do Muito bom, metade dos inquiridos considera ser Bom e apenas 12,5% Razoável.

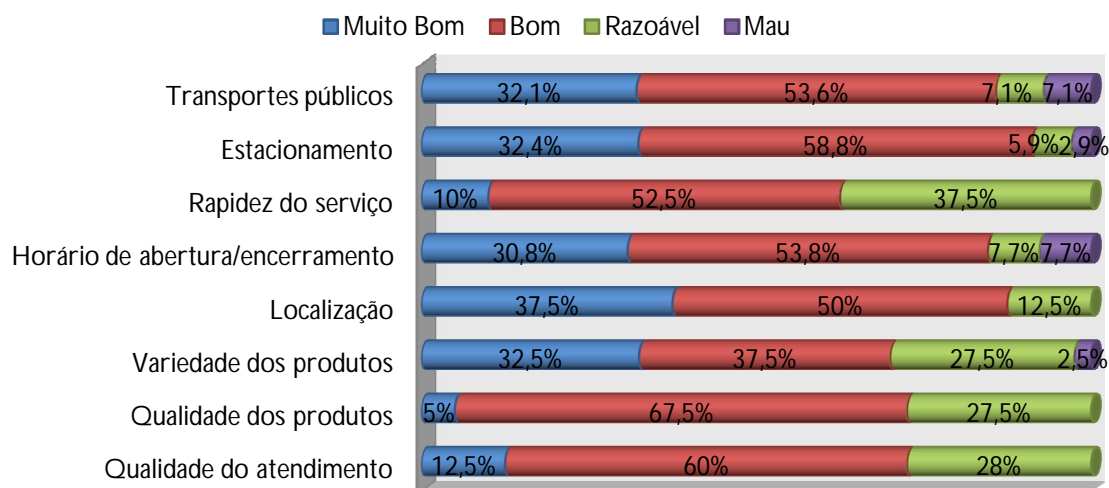


Gráfico LVIII – Classificação de aspectos relativos ao comércio no Centro Comercial

Nas duas últimas questões do inquérito não houve resposta por parte da maioria dos inquiridos. Na questão acerca do tipo de estabelecimento comercial que poderá fazer falta na Baixa de Coimbra, 72,5% dos inquiridos encontram-se na categoria *Não*

sabe/Não responde, no caso da questão acerca do tipo de equipamento são $\frac{3}{4}$ dos inquiridos.

Desta forma, do total de inquiridos (27,5%) que respondeu à questão acerca do tipo de estabelecimento que pode fazer falta na Baixa, 36,4% mencionam Lojas de marca, 18,2% Lojas mais modernas e 9% Hipermercados. De destacar o facto de 36,4% ser da opinião que à Baixa de Coimbra não faz falta nenhum tipo de estabelecimento comercial.

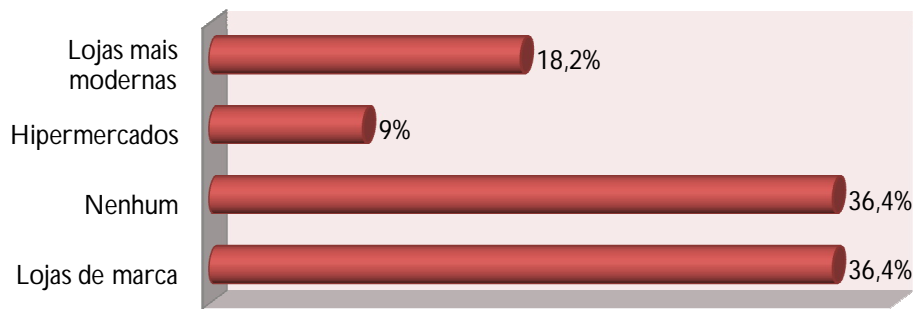


Gráfico LIX – Tipo de estabelecimentos comerciais que fazem falta na Baixa de Coimbra

Quanto ao tipo de equipamentos que possam fazer falta na Baixa de Coimbra, do total de inquiridos que responderam à questão (25%), 40% refere os *Parques de estacionamento*, 20% *Centros culturais/exposições* e 20% *Cafés, restaurantes, bares*. De salientar que, tal como na questão relativa aos estabelecimentos comerciais, houve inquiridos a indicar que *Nenhum* (20%) equipamento faz falta na Baixa da cidade, tal como é visível através do gráfico LX.

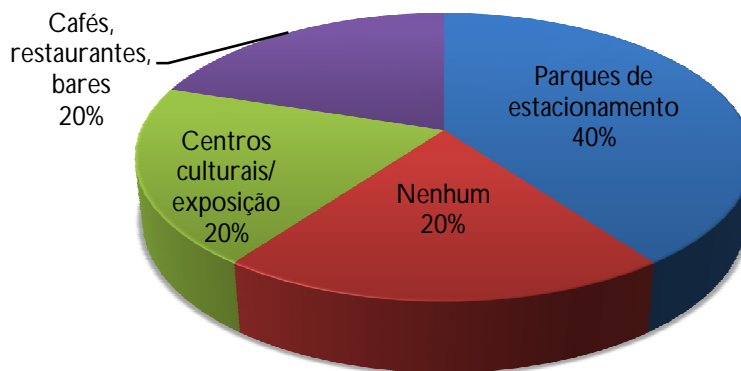


Gráfico LX – Tipo de equipamentos que fazem falta na Baixa de Coimbra

4.3 Conclusões

Terminada a apresentação dos resultados, importa fazer um balanço sumário e uma análise mais aprofundada dos dados já apresentados.

É importante reter alguns dos dados anteriormente apresentados. Assim, conclui-se que 72,5% dos inquiridos prefere o Centro Comercial, que 97,5% tem por hábito efectuar compras no Centro Comercial e que 48,7% efectua compras no Centro Comercial *Semanalmente*. Para além disto, 70% diz não ter por hábito efectuar compras na Baixa de Coimbra.

Um outro aspecto relevante, é o facto de 85% dos inquiridos irem ao Centro Comercial, pelo menos uma vez no período de uma semana. E, no caso concreto da frequência ao fim-de-semana, $\frac{1}{4}$ dos inquiridos indicou ir *Todos/quase todos os fins-de-semana*. Desta forma, pode-se demonstrar que, actualmente, é grande a afluência de pessoas aos Centros Comerciais.

Os motivos que levam as pessoas a frequentar os Centros Comerciais são os mais diversos, desde *Compras* ou por *Passeio e Lazer*. Poderá então ser este um dos motivos que fazem com que um grande número de pessoas se reuna no mesmo espaço, pelo facto de poderam aliar as compras ao passeio e lazer, mesmo no caso de um espaço fechado como é o Dolce Vita de Coimbra.

Relativamente aos bens que são adquiridos, constatamos que a maioria são *Bens alimentares* (54%) e *Vestuário* (41%). De certa forma, tal conclusão era esperada, tendo em conta que, o espaço do Centro Comercial é maioritariamente ocupado por lojas desta natureza.

Uma dúvida subsiste quando se cruzam os dados relativos á regularidade com que efectuam compras no Centro Comercial e à frequência das idas ao Centro Comercial. Isto porque, aqueles que dizem ir ao Centro Comercial *1 vez por mês*, fazem, na sua maioria (67,7%), *Semanalmente* compras no Centro Comercial. Poder-se-ia afirmar, por exemplo, que existe um erro de inserção dos dados,. Tal não se sucedeu, pelo que se deduz haver incoerência nas respostas dos inquiridos. A questão que se pode levantar é se as compras que estes dizem efectuar semanalmente não serão de bens alimentares, em grandes superfícies de distribuição alimentar. Estas grandes superfícies estão presentes em grande parte dos Centros Comerciais, mas até que ponto as

peças não farão uma distinção inconsciente entre o espaço que elas ocupam e o espaço ocupado pelas restantes lojas? De facto, na grande maioria dos Centros Comerciais, existe uma “divisão” arquitectónica (muitas vezes por pisos, em que as grandes superfícies ocupam, geralmente, o piso inferior) entre as grandes superfícies de distribuição alimentar e as lojas de vestuário, calçado, perfumaria, etc.. “Divisão” essa que, muitas vezes, implica que as pessoas nem sequer são “forçadas” a passar pelas restantes lojas durante o seu percurso para adquirir bens alimentares. Assim, pode-se concluir que há incoerência mas que esta é compreensível.

No que se refere ao meio como os inquiridos se deslocam para ir ao Centro Comercial, é de salientar que a grande maioria (87%) utiliza o *Transporte próprio* (51%) ou vai *A pé* (36%). Tal facto pode estar relacionado com a localização central do Centro Comercial Dolce Vita de Coimbra e com o parque de estacionamento disponível. De referir que, se no caso daqueles que utilizam o *Transporte próprio* e os que vão *A pé* não existem diferenças estatisticamente significativas entre sexos, o mesmo não acontece com os que se deslocam nos *Transportes públicos*, em que 80% são do sexo masculino e 20% do sexo feminino.

É também importante salientar que dos que dizem preferir o Comércio tradicional (25%), 60% são homens e 40% mulheres. Por outro lado, não existem diferenças estatisticamente significativas entre os que dizem preferir o Comércio tradicional e os que preferem os Centros comerciais nos dois grupos etários mais velhos (*55 a 64 anos* e *65 anos ou mais*). E a isto, pode-se ainda acrescentar que, os grupos etários mais jovens (*Menos de 18 a 24 anos* e *25 a 34 anos*) são os que demonstram ter uma maior preferência pelos Centros comerciais. Concluimos assim que, em prol da estabilidade e desenvolvimento/crescimento do Comércio tradicional, é necessário que se identifiquem causas, tendentes a aplicar medidas que tornem, não só o Comércio tradicional mais competitivo como, também, mais atractivo para estes grupos etários.

No que diz respeito aos dados apurados relativamente ao hábito de irem às compras à Baixa de Coimbra, obtiveram-se dados preocupantes, pois 70% dos inquiridos referem não ir habitualmente às compras a esta zona da cidade. Nota-se que dos 27,5% inquiridos que dizem preferir o Comércio tradicional, 60% não tem por hábito ir às compras à Baixa de Coimbra.

Dos que dizem ir à Baixa às compras (30%), os motivos que indicam são a *Possibilidade de aliar as compras ao lazer* (33,3%), a *Variedade de escolha* (33,3%), a *Proximidade e localização* (16,7%) e a *Qualidade do atendimento* (16,7%). De salientar que destes quatro aspectos, apenas os inquiridos do sexo masculino referem a *Qualidade do atendimento*. A *Proximidade e localização* e *Variedade de escolha* é referida apenas pelas mulheres.

Entre os motivos referidos pelos inquiridos para não irem às compras à Baixa da cidade, destaca-se a *Falta de estacionamento* (31%) e o *Prefere o Centro Comercial* (24,1%). Interessante também é o facto de apenas os homens referirem a *Falta de segurança* (com um peso de 11,8% no total dos inquiridos do sexo masculino/6,9% no total de ambos os sexos) como factor para não irem à Baixa às compras, enquanto as mulheres são as únicas a fazer referência à *Falta de lojas de marca* (com um peso de 8,3% no total dos inquiridos do sexo feminino/3,4% no total de ambos os sexos).

Um outro aspecto relevante é o facto de aqueles que indicam o Encerramento das lojas à hora do almoço estarem todos *Empregados* (com um peso de 6,9% no total dos inquiridos/13,3% no total dos *Empregados*). Tal opinião é justificada por este segmento da população não ter a possibilidade de ir às compras no horário que é praticado por muitas das lojas da Baixa de Coimbra. Este aspecto deve-se ter em consideração, pois a abertura das lojas no período de almoço, poderá ser uma forma de fomentar a ida às compras na Baixa. Para além de que, esta zona da cidade caracteriza-se, por albergar diversos postos de trabalho ao nível dos serviços (públicos e privados) e de ser, também, uma zona de passagem para o emprego ou habitação.

Relativamente às questões que foram colocadas acerca dos estabelecimentos comerciais e equipamentos que podem fazer falta à Baixa de Coimbra, é necessário salientar que 72,5% e 75% dos inquiridos optou por indicar *Não sabe/Não responde*, respectivamente. Para além disto, no caso dos estabelecimentos comerciais, 36,4% é da opinião que não faz falta Nenhum e, no caso dos equipamentos 20% refere também *Nenhum*. Estes dados podem levar a concluir-se que existe um distanciamento/desconhecimento das pessoas relativamente a esta zona da cidade, o que é deveras preocupante.

Daqueles que optaram por responder às questão relativa aos estabelecimentos comerciais em falta na baixa de Coimbra, 36,4% refere a *Falta de lojas de marca*. De realçar que este aspecto já tinha sido anteriormente referido, aquando dos motivos que fazem com que os inquiridos não vão à Baixa às compras, e que do total de inquiridos, aqueles que o referiram foram apenas mulheres. Para além deste aspecto, 18,2% indicam *Lojas mais modernas* e 9% *Hipermercados*. Estes dados relevam que é necessário reestruturar-se/modernizar-se a oferta comercial da Baixa de Coimbra.

Ao que aos equipamentos diz respeito, 40% dos inquiridos faz menção aos *Parques de estacionamento*, tal é relevante pelo facto de 31% do total de inquiridos ter indicado, tal como foi acima referido, como factor para não fazer compras na Baixa a *Falta de estacionamento*. Os restantes 40%, referem a necessidade de *Centros culturais/exposição* (20%) e de *Cafés, restaurantes e bares* (20%). A necessidade que os inquiridos indicam de espaços que sejam propícios ao lazer e divertimento é também de ter em conta.

Estes espaços de lazer e divertimento que são mencionados por 40% dos inquiridos, podem ser uma forma de atrair potenciais clientes não só de dia como também durante a noite, o que poderá ser uma boa medida no combate à insegurança e à fixação de pessoas no parque habitacional que a Baixa de Coimbra tem de passar a ter disponível.

CONCLUSÃO

Do trabalho realizado no âmbito do estágio curricular no GCH podemos retirar diversas conclusões. Diferentes formas de actuação, na Baixa de Coimbra, podem (e devem) ser discutidas. Mas num ponto julgo haver concordância entre a CMC, a ACIC, a APBC, os comerciantes e, mesmo, os cidadãos de Coimbra, em que é necessário reabilitar o Centro Histórico da cidade e revitalizar o comércio da Baixa.

Convém salientar que, como já havia referido, um influencia directamente o outro. De facto, não podemos pensar na reabilitação do Centro Histórico de Coimbra, de que a Baixa faz parte, sem termos em consideração uma das suas grandes características, o comércio tradicional.

Mas como poderão ser aplicadas medidas para revitalizar o comércio da Baixa de Coimbra se os próprios comerciantes não se conseguem unir e entender? A meu ver este é um dos grandes problemas com que Baixa se depara, e sem o ultrapassar será difícil que a actual situação do comércio aí presente melhore. É necessário que os comerciantes participem e demonstrem que estão disponíveis para colectivamente e, em conjunto com a APBC, a ACIC e a CMC, delinearem estratégias para que a revitalização do comércio na Baixa venha a ser uma realidade.

Aquando do processo de inquirição dos comerciantes da Baixa, recordo-me de vários inquiridos referirem que a criação de estacionamento gratuito era a solução para o comércio. Um dos comerciantes chegou mesmo a dizer que, como não há espaço para mais estacionamento, deveria construir-se um parque de estacionamento subterrâneo na zona do eixo pedonal (que vai da Praça 8 de Maio até ao largo da Portagem) e da baixinha. Perante tal comentário não tive qualquer reacção, apenas sorri ligeiramente, e continuei a inquirir o comerciante. Mas, tenho de admitir que me custou ficar calada perante tais declarações. Este “episódio”, entre outros, serviu para me aperceber que alguns dos inquiridos não têm consciência que as “soluções” que referem não são minimamente possíveis de concretizar. Mesmo que fosse possível colocar tal medida em acção, o mais certo era a obra vir a ser embargada devido à descoberta de vestígios arqueológicos.

Outro aspecto que deve ser mencionado é o facto de muitos dos inquiridos se referirem às chamadas lojas de produtos chineses. O discurso entre os inquiridos é

semelhante. Começam por referir que este tipo de lojas rouba muitos clientes, que já são demais na Baixa... E acabam por dizer que a culpa é da CMC, que não devida deixar que abrissem mais lojas destas na Baixa de Coimbra. Mas, não percebem que a CMC não pode impedir a abertura de uma loja em função da nacionalidade do proprietário, podendo, se assim procedesse vir mesmo a ser acusada de xenofobia.

O horário de abertura/encerramento é uma outra questão que deveria merecer a atenção dos comerciantes. Durante o período deste estágio tive a oportunidade de observar que as horas de maior afluência de pessoas nas ruas são as horas relativas ao período de almoço e a partir das cinco da tarde. Isto acontece porque, e como já havia feito referência, esta é uma zona da cidade que tem diversos serviços que empregam muitas pessoas e, para além disso, é também para muitas pessoas uma zona de passagem entre o emprego e a habitação. Assim, porque não aproveitam os comerciantes estas horas de maior afluência e continuam a encerrar no período de almoço?

Para além disto, pergunto-me também porque muitos comerciantes passam meses sem fazer qualquer alteração à montra do seu estabelecimento comercial. São várias as lojas, quer no eixo pedonal quer na baixinha, que durante o meu período de estágio mantiveram a mesma montra. Ou, também, o facto de alguns dos estabelecimentos comerciais em que entrei para inquirir, cheirarem a mofo. Tudo isto são situações que só dependem dos comerciantes, e que em nada atraem pessoas à Baixa.

Com tudo isto quero dizer que, para que a Baixa de Coimbra se torne mais atractiva para potenciais clientes, não depende apenas da CMC, da ACIC ou da APBC, depende também dos comerciantes que não podem continuar a viver à espera que tudo volte a ser como um dia foi.

Acima de tudo, a Baixa necessita de ganhar "vida" e, para isso, é necessário que haja mais residentes e mais jovens. O aumento de residentes poderá desempenhar um papel fundamental na recuperação comercial desta zona da cidade e será sempre uma mais-valia. Não só porque estes poderão vir a ser potenciais clientes, mas também porque a sua presença, principalmente durante o período nocturno, poderá ter um efeito positivo no que diz respeito à diminuição de assaltos a estabelecimentos

comerciais. Assim, é importante que se promova a função residencial da Baixa de Coimbra e de todo o Centro Histórico.

Se, em tempos passados, a Baixa era um dos locais escolhidos pelos estudantes universitários para morar, hoje isso já não acontece com regularidade. Tendo em conta, o elevado número de estudantes que a cidade recebe por ano, seria positivo que estes voltassem a escolher a Baixa para morar. Inclusivamente, a criação de um residência universitária nesta zona da cidade, poderia ser uma estratégia positiva e importante, não só para o ambiente urbano (principalmente nocturno), como também para o comércio.

A imagem que nos fica da Baixa de Coimbra é totalmente diferente se a virmos de dia ou se for de noite. Durante o dia existe bastante movimento de pessoas, o que não acontece durante a noite. A sensação que temos é que, a partir do final da tarde e à medida que a noite chega, a Baixa “entra num sono profundo e solitário”. A comparação, no período diurno, entre a semana e o fim-de-semana também é bem demonstrativa que o movimento de pessoas, nesta zona da cidade, está muito relacionado ou com o turismo ou com o emprego.

A este propósito, recordo-me, de a 18 de Abril deste ano, um sábado, Dia Internacional dos Monumentos e Sítios, ter-me dirigido à Baixa, durante a tarde, com o intuito de visitar o Museu da Cidade, na Rua Ferreira Borges, sendo que neste dia, a entrada era gratuita. Qual o meu espanto quando me apercebi que era a única visitante naquela altura, sendo que mais ninguém entrou até à minha saída. Mais surpreendida fiquei quando, ao sair do museu, olho em redor e apenas vejo duas pessoas, que naquele momento estavam a tirar fotografias. Um contraste enorme com o movimento de pessoas que havia presenciado nas semanas anteriores, enquanto procedia à aplicação dos inquéritos aos comerciantes da Baixa. Para além disto, é importante referir que, ao percorrer todo o eixo pedonal, não encontrei mais do que quatro ou cinco lojas abertas ao público.

Assim, medidas como as que têm vindo a ser divulgadas num jornal local, através de publicidade referente à abertura de alguns estabelecimentos comerciais durante todo o

dia de sábado²⁷, são importantes para dinamizar a Baixa da cidade e, conseqüentemente, o comércio aí presente.

É, também, de referir que o sucesso deste tipo de medidas estar na participação dos comerciantes e de outros agentes locais, como é o caso da APBC, da CMC e da ACIC. Assim, é necessário que se continue a trabalhar para motivar a inclusão de todos, nas mais diversas iniciativas. É importante que a APBC, em particular, conte com a colaboração e participação de todos os comerciantes, para que se torne num espaço privilegiado de discussão, reflexão e intervenção. Só assim, no âmbito de um trabalho desenvolvido colectivamente e em prol de todos e da Baixa, será possível construir um futuro para o comércio da Baixa de Coimbra.

O objectivo geral deste estágio foi o de conhecer e analisar a realidade comercial da Baixa de Coimbra. Espero que com o meu contributo enquanto socióloga, e tendo em conta as problemáticas identificadas, seja possível, num futuro breve, delinear uma estratégia de actuação conjunta (autarquia, comerciantes, APBC, ACIC, e outras entidades) para a Baixa de Coimbra.

Em suma, este estágio curricular foi uma componente muito importante na minha formação profissional, pois permitiu-me adquirir competências a diversos níveis e, também, novos conhecimentos. Para além disso, foi também importante pela experiência, ao nível das relações, que se estabeleceram em ambiente de trabalho.

Assim, fico com a clara percepção de que este é um “ensaio”, apesar de curto, essencial para quem, como eu, pretende ingressar no mercado de trabalho a curto prazo pois, para além do que acima referi, dá-nos a possibilidade de perder alguns medos e anseios que são próprios de quem apenas tem a experiência dos bancos da faculdade.

²⁷ Consultar anexo VIII.

BIBLIOGRAFIA

Balsas, Carlos (1999), *Urbanismo comercial em Portugal e a revitalização do centro das cidades*. Lisboa: GEPE.

Balsas, Carlos (2002), *O urbanismo comercial e as parcerias público-privado: para a gestão do centro das cidades, ensinamentos da experiência estrangeira*. Lisboa: GEPE.

Barreta, João (s. d.), *Comércio, Cidade e Projectos de Urbanismo Comercial*. S. l.: s. e..

Bryman, Alan e Cramer, Duncan (2003), *Análise de Dados em Ciências Sociais: Introdução às Técnicas Utilizando o SPSS para Windows*. Oeiras: Celta.

Burguess, Robert G. (2001), *A Pesquisa de Terreno: Uma Introdução*. Oeiras: Celta.

Ferreira, Vítor (2001), *Cidade e Democracia: ambiente, património e espaço público: uma cidadania urbana?*. Lisboa: Departamento de Sociologia do ISCTE.

Foddy, William (2002), *Como Perguntar: Teoria e Prática da Construção de Perguntas em Entrevistas e Questionários*. Oeiras: Celta.

Fortuna, Carlos (1995), "Os centros das nossas cidades: entre a revitalização e a decadência". *Oficina do CES*, 62.

Fortuna (2006), "Centros Históricos e Patrimónios Culturais Urbanos: Uma avaliação e duas propostas para Coimbra". *Oficina do CES*, 254.

Instituto de Estudos Regionais e Urbanos (2006), *Desenvolvimento e implementação de métodos de análise económica de áreas urbanas centrais: o caso de Coimbra*. Coimbra: Instituto de Estudos Regionais e Urbanos.

Peixoto, Paulo (1995), "A sedução do consumo. As novas superfícies comerciais urbanas.". *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 43, 147-170.

Peixoto, Paulo (1997), *Imagens e usos do património urbano no contexto da globalização*. Dissertação de Mestrado em Sociologia. Coimbra: Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra.

Peixoto, Paulo (2003), "Centros históricos e sustentabilidade cultural das cidades". *Sociologia*, 13, 211-226.

Peixoto, Paulo (2006a), "Os centros históricos como formulações metonímicas das cidades", *in idem, O passado ainda não começou: Funções e estatutos dos centros históricos no contexto urbano português*. Tese de Doutoramento em Sociologia. Coimbra: Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, 23-48.

Peixoto, Paulo (2006a), "O património: elixir das políticas urbanas", *in idem, O passado ainda não começou: Funções e estatutos dos centros históricos no contexto urbano português*. Tese de Doutoramento em Sociologia. Coimbra: Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, 49-80.

Salgueiro, Teresa Barata (1992), "Comércio e serviços", *in idem, A cidade em Portugal: uma geografia urbana*. Porto: Edições Afrontamento, 297-342.

ANEXO I

Formulário do inquérito aplicado aos comerciantes da
Baixa de Coimbra

Câmara Municipal de Coimbra
Gabinete para o Centro Histórico

Inquérito às Actividades Económicas da Baixa de Coimbra

Apresentação:

Inquérito realizado pelo Gabinete para o Centro Histórico da Câmara municipal de Coimbra, no âmbito das Actividades Económicas da Baixa de Coimbra. Sendo que, tem por objectivo a recolha de informação acerca das principais dificuldades sentidas pelos comerciantes desta zona da cidade.

Nº do inquérito: L L L L

Zona: L

Nome do Estabelecimento: _____

Rua: _____

Nº de Polícia: _____ Andar: _____

Freguesia: _____

C.A.E.: _____

Actividade Comercial:

Grossista 1

Retalhista 2

Outro 3 Qual? _____

NS/NR -1

1 – Qual a natureza jurídica do seu estabelecimento comercial?

- Sociedade em Nome Colectivo 1
- Sociedade por Quota 2
- Sociedade Anónima 3
- Comandita Simples 4
- Comandita por Acções 5
- Estabelecimento Individual de Responsabilidade Limitada 6
- Estabelecimento Individual de Responsabilidade Ilimitada 7
- Outra. 8Qual? _____
- NS/NR -1

2 – Possui ou não um contrato de *franchising*?

- Sim 1
- Não 2
- NS/NR -1

3 – Qual o tipo de propriedade deste estabelecimento?

- Próprio 1
- Arrendado 2
- Outro. 3Qual? _____
- NS/NR -1

4 – Em que ano iniciou a actividade?

- L L L L
- NS/NR -1

5 – Possui mais do que um estabelecimento comercial em Coimbra?

Sim 1

Não 2(Passar para a P7)

NS/NR -1(Passar para a P7)

6 – Esse outro estabelecimento fica localizado na Baixa de Coimbra?

Sim 1

Não 2

NS/NR -1

7 – Na sua opinião, quais os aspectos que favorecem o comércio na Baixa de Coimbra?
(Responda no máximo a 3 opções)

Qualidade do atendimento 1

Variedade de escolha 2

Qualidade da oferta 3

Possibilidade de aliar as compras ao lazer 4

Proximidade e localização 5

Outro. 6Qual?_____

NS/NR -1

8 – E os aspectos que menos favorecem o comércio na Baixa de Coimbra?
(Responda no máximo a 3 opções)

- | | |
|---|-----------------------------|
| Desertificação | <input type="checkbox"/> 1 |
| Falta de estacionamento | <input type="checkbox"/> 2 |
| Concorrência das outras lojas | <input type="checkbox"/> 3 |
| Concorrência das grandes superfícies | <input type="checkbox"/> 4 |
| Falta de segurança | <input type="checkbox"/> 5 |
| Degradação dos espaços públicos e edifícios | <input type="checkbox"/> 6 |
| Difícil acesso e circulação | <input type="checkbox"/> 7 |
| Outro. <input type="checkbox"/> 8 Qual? _____ | |
| NS/NR | <input type="checkbox"/> -1 |

9 – O que acha que se poderia fazer para dar vida à Baixa?

(Responda no máximo a 3 opções)

- | | |
|---|-----------------------------|
| Realizar iniciativas de animação sócio-cultural | <input type="checkbox"/> 1 |
| Promover uma maior organização do comércio | <input type="checkbox"/> 2 |
| Criar e cuidar dos espaços verdes | <input type="checkbox"/> 3 |
| Renovar os edifícios comerciais | <input type="checkbox"/> 4 |
| Melhorar as condições das habitações/edifícios | <input type="checkbox"/> 5 |
| Outro. <input type="checkbox"/> 6 Qual? _____ | |
| NS/NR | <input type="checkbox"/> -1 |

10 – Quais são os maiores problemas com que se debate na sua actividade?
(Responda no máximo a 3 opções)

- | | |
|---|-----------------------------|
| Falta de clientela | <input type="checkbox"/> 1 |
| Falta de estacionamento | <input type="checkbox"/> 2 |
| Concorrência | <input type="checkbox"/> 3 |
| Mau estado dos edifícios | <input type="checkbox"/> 4 |
| Falta de transportes | <input type="checkbox"/> 5 |
| Falta de pessoal qualificado | <input type="checkbox"/> 6 |
| Segurança | <input type="checkbox"/> 7 |
| Mau estado das ruas | <input type="checkbox"/> 8 |
| Outro. <input type="checkbox"/> 9Qual?_____ | |
| NS/NR | <input type="checkbox"/> -1 |

11 – Acha que os funcionários do seu estabelecimento comercial têm necessidade de formação?

- | | |
|-------|-----------------------------|
| Sim | <input type="checkbox"/> 1 |
| Não | <input type="checkbox"/> 2 |
| NAP | <input type="checkbox"/> -2 |
| NS/NR | <input type="checkbox"/> -1 |

12 – Está a pensar investir em formação?

- | | |
|-------|-----------------------------|
| Sim | <input type="checkbox"/> 1 |
| Não | <input type="checkbox"/> 2 |
| NS/NR | <input type="checkbox"/> -1 |

13 – No seu estabelecimento comercial, existe ou não um computador?

- | | |
|-------|---|
| Sim | <input type="checkbox"/> 1(Passar para a P16) |
| Não | <input type="checkbox"/> 2 |
| NS/NR | <input type="checkbox"/> -1 |

14 – Sente ou não necessidade, no seu estabelecimento comercial, de um computador?

Sim 1

Não 2

NS/NR -1

15 – Pondera vir a adquirir um computador com ligação à internet a curto prazo?

Sim 1(Passar para a P18)

Não 2(Passar para a P18)

NS/NR -1(Passar para a P18)

16 – Tem ou não ligação à internet?

Sim 1

Não 2

NS/NR -1

17 – Para que tipo de operações usa o computador no seu estabelecimento comercial?

Transacções 1

Pagamentos 2

Pesquisas 3

Email 4

Outro. 5 Qual? _____

NS/NR -1

18 – Tem intenção de vir a investir no seu estabelecimento comercial?

Sim 1

Não 2(Passar para dados pessoais)

NS/NR -1(Passar para dados pessoais)

NAP -2 (Passar para dados pessoais)

19 – Que tipo de investimento pretende/gostaria de realizar?

(Responda no máximo a 3 opções)

Equipamentos informáticos 1

Equipamentos de exposição e decoração 2

Publicidade 3

Em obras de:

Remodelação 4

Ampliação 5

Conservação 6

Outro. 7 Qual? _____

NS/NR -1

Dados Pessoais do Inquirido:

Ano de Nascimento: L L L L

Sexo: Masculino 1

Feminino 2

Habilitações Literárias:

Não sabe ler nem escrever 1

Sabe ler e escrever 2

1º Ciclo do Ensino Básico incompleto (menos que a 4ª classe) 3

1º Ciclo do Ensino Básico completo (4ª classe) 4

2º Ciclo do Ensino Básico (antigo Ciclo Preparatório) 5

3º Ciclo do Ensino Básico (9º ano ou antigo 5º ano do Liceu) 6

Ensino Secundário (10º/11º/12º ano ou antigo 7º ano) 7

Ensino Médio (Bacharelato) 8

Ensino Superior 9

Muito obrigada pela sua colaboração!

ANEXO II

Formulário do inquérito aplicado aos serviços presentes
na Baixa de Coimbra

Câmara Municipal de Coimbra
Gabinete para o Centro Histórico

Inquérito às Actividades Económicas da Baixa de Coimbra

Apresentação:

Inquérito realizado pelo Gabinete para o Centro Histórico da Câmara Municipal de Coimbra, no âmbito das Actividades Económicas da Baixa de Coimbra. Sendo que, tem por objectivo a recolha de informação acerca de fracções de uso não residencial e comercial.

Não Preencher

Nº do inquérito: L L L L

Zona: L

Nome do estabelecimento/escritório: _____

Rua: _____

Nº de Polícia: _____ Andar: _____

Freguesia: _____

Classificação da Actividade Económica (CAE) _____

1 – Do ponto de vista da utilização/propriedade onde se insere?

Proprietário 1

Arrendatário 2

Locatário 3

Outro. 4 Qual? _____

Não Sabe/Não Responde -1

2 – Em que ano iniciou a actividade?

L L L L

Não Sabe/Não Responde -1

3 – Quantas pessoas trabalham no seu estabelecimento/escritório?

4 – De acordo com as actuais necessidades do seu estabelecimento/escritório, pondera vir a aumentar o pessoal ao serviço?

Sim 1

Não 2 (Passar para a pergunta 6)

Não Sabe/Não Responde -1

5 – Qual o tipo de contrato que julga ser o mais adequado às suas actuais necessidades?

Contrato de trabalho a prazo certo 1

Contrato de trabalho a prazo incerto 2

Contrato de trabalho a tempo parcial 3

Contrato de prestação de serviços 4

Estágio Profissional 5

Outro. 6 Qual? _____

Não Sabe/Não Responde -1

6 – Acha que o(s) seu(s) funcionário(s) têm necessidade de formação?

Sim 1

Não 2

Não se aplica -2

Não Sabe/Não Responde -1

7 – Está a pensar investir em formação?

Sim 1

Não 2

Não Sabe/Não Responde -1

8 – No seu estabelecimento/escritório, existe ou não um computador?

Sim 1(Passar para a pergunta 11)

Não 2

Não Sabe/Não Responde -1

9 – Sente ou não necessidade, no seu estabelecimento/escritório, de um computador?

Sim 1

Não 2

Não Sabe/Não Responde -1

10 – Pondera vir a adquirir um computador com ligação à internet a curto prazo?

Sim 1(Passar para a pergunta 13)

Não 2(Passar para a pergunta 13)

Não Sabe/Não Responde -1 (Passar para a pergunta 13)

11 – Tem ou não ligação à internet?

Sim 1

Não 2

Não Sabe/Não Responde -1

12 – Para que tipo de operações utiliza o computador no seu estabelecimento/escritório?

Transacções 1

Pagamentos 2

Pesquisas 3

Email 4

Outro. 5 Qual? _____

Não Sabe/Não Responde -1

13 – Tem intenção de vir a investir no seu estabelecimento/escritório?

- | | |
|-----------------------|--|
| Sim | <input type="checkbox"/> 1 |
| Não | <input type="checkbox"/> 2(Passar para Dados Pessoais do Inquirido) |
| Não Sabe/Não Responde | <input type="checkbox"/> -1(Passar para Dados Pessoais do Inquirido) |
| Não se aplica | <input type="checkbox"/> -2(Passar para Dados Pessoais do Inquirido) |

14 – Que tipo de investimento pretende/gostaria de realizar?

(Responda no máximo a 3 opções)

- | | |
|---|-----------------------------|
| Equipamentos informáticos | <input type="checkbox"/> 1 |
| Decoração | <input type="checkbox"/> 2 |
| Publicidade | <input type="checkbox"/> 3 |
| Em obras de: | |
| Remodelação | <input type="checkbox"/> 4 |
| Ampliação | <input type="checkbox"/> 5 |
| Conservação | <input type="checkbox"/> 6 |
| Outro. <input type="checkbox"/> 7 Qual? _____ | |
| Não Sabe/Não Responde | <input type="checkbox"/> -1 |

Dados Pessoais do Inquirido:

Ano de Nascimento: L L L L

Sexo:

Masculino 1

Feminino 2

Habilitações Literárias:

Não sabe ler nem escrever 1

Sabe ler e escrever 2

1º Ciclo do Ensino Básico incompleto (menos que a 4ª classe) 3

1º Ciclo do Ensino Básico completo (4ª classe) 4

2º Ciclo do Ensino Básico (antigo Ciclo Preparatório) 5

3º Ciclo do ensino Básico (9º ano ou antigo 5º ano do Liceu) 6

Ensino Secundário (10º/11º/12º ano ou antigo 7º ano) 7

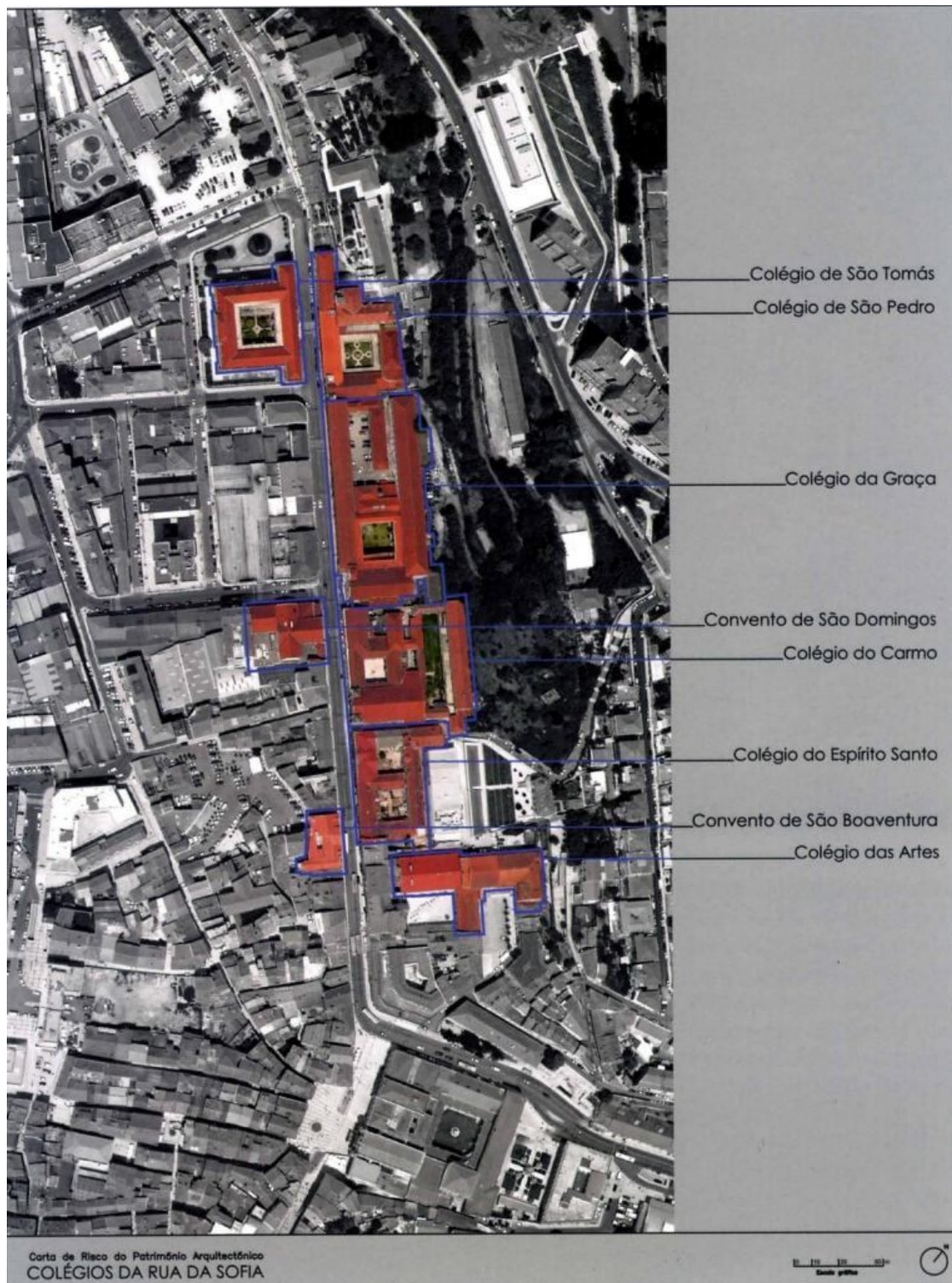
Ensino Médio (Bacharelato) 8

Ensino Superior 9

Muito obrigada pela sua colaboração!

ANEXO III

Imagem dos Colégios Renascentistas da Rua da Sofia



Fonte: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=503390>, Página consultada em 15 de Setembro de 2009

ANEXO IV

Formulário do inquérito aplicado aos visitantes/passantes
da Baixa de Coimbra

Câmara Municipal de Coimbra
Gabinete para o Centro Histórico

Inquérito aos Comportamentos/Atitudes dos Consumidores

Apresentação:

Inquérito realizado pelo Gabinete para o Centro Histórico da Câmara Municipal de Coimbra. Sendo que, tem por objectivo a recolha de informação acerca dos comportamentos e atitudes dos consumidores face ao comércio tradicional na Baixa de Coimbra.

Nº do inquérito: L L L

Local de Inquirição: _____

Freguesia: _____

1 – Com que frequência vêm à Baixa de Coimbra?

Todos os dias 1

2/3 vezes por semana 2

1 vez por semana 3

1 vez por mês 4

Ocasionalmente 5

Não Sabe/Não Responde -1

2 – Qual o principal motivo que o traz a esta zona da cidade?

Emprego 1

Habitação 2

De passagem para o emprego ou habitação 3

Encontro com colegas/amigos/familiares 4

Compras 5

Passeio e lazer 6

Tomar o pequeno-almoço/Almoço/lanche/jantar 7

Outro. 8 Qual? _____

Não Sabe/Não Responde -1

3 – Com que frequência vêm ao fim-de-semana à Baixa de Coimbra?

Todos/quase todos os fins-de-semana 1

2/3 fins-de-semana por mês 2

1 fim-de-semana por mês 3

Ocasionalmente 4

Não Sabe/Não Responde -1

4 – Qual o principal motivo que o traz ao fim-de-semana a esta zona da cidade?

- | | |
|---|-----------------------------|
| Emprego | <input type="checkbox"/> 1 |
| Habitação | <input type="checkbox"/> 2 |
| De passagem para o emprego ou habitação | <input type="checkbox"/> 3 |
| Encontro com colegas/amigos/familiares | <input type="checkbox"/> 4 |
| Compras | <input type="checkbox"/> 5 |
| Passeio e lazer | <input type="checkbox"/> 6 |
| Tomar o pequeno-almoço/Almoçar/lanchar/jantar | <input type="checkbox"/> 7 |
| Outro. <input type="checkbox"/> 8 Qual? _____ | |
| Não Sabe/Não Responde | <input type="checkbox"/> -1 |

5 – Tem por hábito fazer compras nos estabelecimentos comerciais da Baixa de Coimbra?

- | | |
|-----------------------|--|
| Sim | <input type="checkbox"/> 1 |
| Não | <input type="checkbox"/> 2(Passar para a P7) |
| Não Sabe/Não Responde | <input type="checkbox"/> -1 |

6 – Se sim, que tipo de produtos?

- | | |
|---|-----------------------------|
| Vestuário | <input type="checkbox"/> 1 |
| Perfumaria | <input type="checkbox"/> 2 |
| Calçado | <input type="checkbox"/> 3 |
| Equipamentos para o lar | <input type="checkbox"/> 4 |
| Bens alimentares | <input type="checkbox"/> 5 |
| Outro. <input type="checkbox"/> 6 Qual? _____ | |
| Não Sabe/Não Responde | <input type="checkbox"/> -1 |

7 – Com que regularidade efectua compras na Baixa de Coimbra?

Diariamente 1

Semanalmente 2

Mensalmente 3

Ocasionalmente 4

Nunca 5

Outro. 6 Qual? _____

Não Sabe/Não Responde -1

8 – Quais os motivos que o(a) levam a não efectuar compras com regularidade na Baixa de Coimbra? (Passar para a P10)

9 – Como se desloca para efectuar as suas compras na Baixa de Coimbra?

Transportes públicos 1

Transporte próprio 2

Bicicleta 3

A pé 4

Outro. 5 Qual? _____

Não Sabe/Não Responde -1

10 – Que tipo de comércio prefere?

Comércio tradicional 1

Centros comerciais 2

Outro. 3 Qual? _____

Não Sabe/Não Responde -1

11 – Como classifica os seguintes aspectos, relativamente ao comércio na Baixa de Coimbra?

	Muito Bom	Bom	Razoável	Mau	NS/NR
Qualidade do atendimento					
Qualidade dos produtos					
Variedade de produtos					
Localização					
Horários de abertura/encerramento					
Rapidez do serviço					
Estacionamento					
Transportes públicos					

12 – Que tipo de estabelecimento comercial julga fazer falta na Baixa de Coimbra?

13 – Que outro tipo de equipamentos julga fazer falta na Baixa de Coimbra?

Dados Pessoais

Finalmente, gostava de lhe fazer algumas perguntas a seu respeito, apenas para fins estatísticos.

1 – Em que ano nasceu? L L L L

2 – Sexo: Masculino 1

Feminino 2

3 – Que grau de ensino completou?

Não sabe ler nem escrever 1

Sabe ler e escrever 2

1º Ciclo do Ensino Básico incompleto (menos que a 4ª classe) 3

1º Ciclo do Ensino Básico completo (4ª classe) 4

2º Ciclo do Ensino Básico (antigo Ciclo Preparatório) 5

3º Ciclo do ensino Básico (9º ano ou antigo 5º ano do Liceu) 6

Ensino Secundário (10º/11º/12º ano ou antigo 7º ano) 7

Ensino Médio (Bacharelato) 8

Ensino Superior 9

4 – Qual é a sua condição perante o trabalho, está?

Empregado(a) 1

Desempregado(a) 2

Estudante 3

Doméstico(a) 4

Reformado(a) 5

Outro. 6 Qual? _____

Não Sabe/Não Responde -1

Muito obrigada pela sua colaboração!

ANEXO V

Formulário do inquérito aplicado aos visitantes/passantes
da Alta de Coimbra

Câmara Municipal de Coimbra
Gabinete para o Centro Histórico

Inquérito aos Comportamentos/Atitudes dos Consumidores

Apresentação:

Inquérito realizado pelo Gabinete para o Centro Histórico da Câmara Municipal de Coimbra. Sendo que, tem por objectivo a recolha de informação acerca dos comportamentos e atitudes dos consumidores face ao comércio tradicional na Baixa de Coimbra.

Nº do inquérito: L L L

Local de Inquirição: _____

Freguesia: _____

1 – Que tipo de comércio prefere?

Comércio tradicional 1

Centros comerciais 2

Outro. 3 Qual? _____

Não Sabe/Não Responde -1

2 – Habitualmente onde costuma efectuar as suas compras?

Comércio tradicional 1

Centros comerciais 2

Outro. 3 Qual? _____

Não Sabe/Não Responde -1

3 – Tem por hábito fazer compras nos estabelecimentos comerciais da Baixa de Coimbra?

Sim 1

Não 2(Passar para a P5)

Não Sabe/Não Responde -1

4 – Se sim, que tipo de produtos?

Vestuário 1

Perfumaria 2

Calçado 3

Equipamentos para o lar 4

Bens alimentares 5

Outro. 6 Qual? _____

Não Sabe/Não Responde -1

5 – Com que regularidade efectua compras na Baixa de Coimbra?

Diariamente 1

Semanalmente 2

Mensalmente 3

Ocasionalmente 4

Nunca 5 (Passar para a P7)

Outro. 6 Qual? _____

Não Sabe/Não Responde -1

6 – Como se desloca para efectuar as suas compras na Baixa de Coimbra?

Transportes públicos 1

Transporte próprio 2

Bicicleta 3

A pé 4

Outro. 5 Qual? _____

Não Sabe/Não Responde -1

7 – Como classifica os seguintes aspectos, relativamente ao comércio na Baixa de Coimbra?

	Muito Bom	Bom	Razoável	Mau	NS/NR
Qualidade do atendimento					
Qualidade dos produtos					
Variedade de produtos					
Localização					
Horários de abertura/encerramento					
Rapidez do serviço					
Estacionamento					
Transportes públicos					

8 – Que tipo de estabelecimento comercial julga fazer falta na Baixa de Coimbra?

9 – Que outro tipo de equipamentos julga fazer falta na Baixa de Coimbra?

10 – Com que frequência vai à Baixa de Coimbra?

- | | | |
|-----------------------|-----------------------------|-------------------|
| Todos os dias | <input type="checkbox"/> 1 | Passar para a P13 |
| 2/3 vezes por semana | <input type="checkbox"/> 2 | Passar para a P13 |
| 1 vez por semana | <input type="checkbox"/> 3 | Passar para a P13 |
| 1 vez por mês | <input type="checkbox"/> 4 | Passar para a P13 |
| Ocasionalmente | <input type="checkbox"/> 5 | |
| Nunca | <input type="checkbox"/> 6 | |
| Não Sabe/Não Responde | <input type="checkbox"/> -1 | |

11 – Quais os motivos que o(a) levam a não frequentar com regularidade a Baixa de Coimbra? (Passar para a P13)

12 – Qual o principal motivo que o leva a esta zona da cidade?

- | | |
|---|-----------------------------|
| Emprego | <input type="checkbox"/> 1 |
| Habitação | <input type="checkbox"/> 2 |
| De passagem para o emprego ou habitação | <input type="checkbox"/> 3 |
| Encontro com colegas/amigos/familiares | <input type="checkbox"/> 4 |
| Compras | <input type="checkbox"/> 5 |
| Passeio e lazer | <input type="checkbox"/> 6 |
| Tomar o pequeno-almoço/Almoço/lanche/jantar | <input type="checkbox"/> 7 |
| Outro. <input type="checkbox"/> 8 Qual? _____ | |
| Não Sabe/Não Responde | <input type="checkbox"/> -1 |

13- Com que frequência vai ao fim-de-semana à Baixa de Coimbra?

- | | |
|-------------------------------------|--|
| Todos/quase todos os fins-de-semana | <input type="checkbox"/> 1 |
| 2/3 fins-de-semana por mês | <input type="checkbox"/> 2 |
| 1 fim-de-semana por mês | <input type="checkbox"/> 3 |
| Ocasionalmente | <input type="checkbox"/> 4 |
| Nunca | <input type="checkbox"/> 5 (Passar para D. P.) |
| Não Sabe/Não Responde | <input type="checkbox"/> -1 |

14- Qual o principal motivo que o leva ao fim-de-semana a esta zona da cidade?

- | | |
|---|-----------------------------|
| Emprego | <input type="checkbox"/> 1 |
| Habitação | <input type="checkbox"/> 2 |
| De passagem para o emprego ou habitação | <input type="checkbox"/> 3 |
| Encontro com colegas/amigos/familiares | <input type="checkbox"/> 4 |
| Compras | <input type="checkbox"/> 5 |
| Passeio e lazer | <input type="checkbox"/> 6 |
| Tomar o pequeno-almoço/Almoço/lanche/jantar | <input type="checkbox"/> 7 |
| Outro. <input type="checkbox"/> 8 Qual? _____ | |
| Não Sabe/Não Responde | <input type="checkbox"/> -1 |

Dados Pessoais

Finalmente, gostava de lhe fazer algumas perguntas a seu respeito, apenas para fins estatísticos.

1 – Em que ano nasceu? _ _ _ _

2 – Sexo:

Masculino 1

Feminino 2

3 – Que grau de ensino completou?

Não sabe ler nem escrever 1

Sabe ler e escrever 2

1º Ciclo do Ensino Básico incompleto (menos que a 4ª classe) 3

1º Ciclo do Ensino Básico completo (4ª classe) 4

2º Ciclo do Ensino Básico (antigo Ciclo Preparatório) 5

3º Ciclo do ensino Básico (9º ano ou antigo 5º ano do Liceu) 6

Ensino Secundário (10º/11º/12º ano ou antigo 7º ano) 7

Ensino Médio (Bacharelato) 8

Ensino Superior 9

4 – Qual é a sua condição perante o trabalho, está?

Empregado(a) 1

Desempregado(a) 2

Estudante 3

Doméstico(a) 4

Reformado(a) 5

Outro. 6 Qual? _____

Não Sabe/Não Responde -1

Muito obrigada pela sua colaboração!

ANEXO VI

Formulário do inquérito aplicado aos visitantes/passantes
do Centro Comercial Dolce Vita de Coimbra

Câmara Municipal de Coimbra
Gabinete para o Centro Histórico

Inquérito aos Comportamentos/Atitudes dos Consumidores

Apresentação:

Inquérito realizado pelo Gabinete para o Centro Histórico da Câmara Municipal de Coimbra. Sendo que, tem por objectivo a recolha de informação acerca dos comportamentos e atitudes dos consumidores face ao comércio tradicional na Baixa de Coimbra.

Nº do inquérito: L L L

Local de Inquirição: _____

Freguesia: _____

1 – Com que frequência vêm ao Centro Comercial?

Todos os dias 1

2/3 vezes por semana 2

1 vez por semana 3

1 vez por mês 4

Ocasionalmente 5

Não Sabe/Não Responde -1

2 – Qual o principal motivo que o traz aqui?

- | | |
|---|-----------------------------|
| Emprego | <input type="checkbox"/> 1 |
| Cinema | <input type="checkbox"/> 2 |
| Encontro com colegas/amigos/familiares | <input type="checkbox"/> 3 |
| Compras | <input type="checkbox"/> 4 |
| Passeio e lazer | <input type="checkbox"/> 5 |
| Tomar o pequeno-almoço/Almoçar/lanchar/jantar | <input type="checkbox"/> 6 |
| Outro. <input type="checkbox"/> 7 Qual? _____ | |
| Não Sabe/Não Responde | <input type="checkbox"/> -1 |

3 – Com que frequência vêm ao fim-de-semana ao Centro Comercial?

- | | |
|-------------------------------------|-----------------------------|
| Todos/quase todos os fins-de-semana | <input type="checkbox"/> 1 |
| 2/3 fins-de-semana por mês | <input type="checkbox"/> 2 |
| 1 fim-de-semana por mês | <input type="checkbox"/> 3 |
| Ocasionalmente | <input type="checkbox"/> 4 |
| Não Sabe/Não Responde | <input type="checkbox"/> -1 |

4 – Qual o principal motivo que o traz ao Centro Comercial durante o fim-de-semana?

Emprego 1

Cinema 2

Encontro com colegas/amigos/familiares 3

Compras 4

Passeio e lazer 5

Tomar o pequeno-almoço/Almoçar/lanchar/jantar 6

Outro. 7 Qual? _____

Não Sabe/Não Responde -1

5 – Tem por hábito fazer compras nos Centros Comerciais?

Sim 1

Não 2(Passar para a P7)

Não Sabe/Não Responde -1

6 – Se sim, que tipo de produtos?

Vestuário 1

Perfumaria 2

Calçado 3

Equipamentos para o lar 4

Bens alimentares 5

Outro. 5 Qual? _____

Não Sabe/Não Responde -1

7 – Com que regularidade efectua compras no Centro Comercial?

Diariamente 1

Semanalmente 2

Mensalmente 3

Ocasionalmente 4

Nunca 5

Outro. 6 Qual? _____

Não Sabe/Não Responde -1

8 – Como se desloca para efectuar as suas compras no Centro Comercial?

Transportes públicos 1

Transporte próprio 2

Bicicleta 3

A pé 4

Outro. 6 Qual? _____

Não Sabe/Não Responde -1

9– Que tipo de comércio prefere?

Comércio tradicional 1

Centros comerciais 2

Outro. 4 Qual? _____

Não Sabe/Não Responde -1

10 – Tem por hábito fazer compras na Baixa de Coimbra?

- Sim 1(ignorar pergunta 12)
- Não 2(Passar para P12)
- Não Sabe/Não Responde -1

11 – Quais os motivos que o levam a fazer compras na Baixa de Coimbra?

- Qualidade do atendimento 1
- Variedade de escolha 2
- Qualidade da oferta 3
- Possibilidade de aliar as compras ao lazer 4
- Proximidade e localização 5
- Outro. 6Qual? _____
- NS/NR -1

12 – Quais os motivos que o levam a não fazer compras na Baixa de Coimbra?

- Falta de estacionamento 1
- Falta de segurança 2
- Difícil acesso e circulação 3
- Falta de lojas de marca 4
- Atendimento 5
- Encerramento das lojas à hora de almoço 6
- Outro. 7Qual? _____
- NS/NR -1

13 – Como classifica os seguintes aspectos, relativamente aos estabelecimentos comerciais do Centro Comercial?

	Muito Bom	Bom	Razoável	Mau	NS/NR
Qualidade do atendimento					
Qualidade dos produtos					
Variedade de produtos					
Localização					
Horários de abertura/encerramento					
Rapidez do serviço					
Estacionamento					
Transportes públicos					

14 – Que tipo de estabelecimento comercial julga fazer falta na Baixa de Coimbra?

15 – Que outro tipo de equipamentos julga fazer falta na Baixa de Coimbra?

Dados Pessoais

Finalmente, gostava de lhe fazer algumas perguntas a seu respeito, apenas para fins estatísticos.

1 – Em que ano nasceu? L L L L

2 – Sexo:

Masculino 1

Feminino 2

3 – Que grau de ensino completou?

Não sabe ler nem escrever 1

Sabe ler e escrever 2

1º Ciclo do Ensino Básico incompleto (menos que a 4ª classe) 3

1º Ciclo do Ensino Básico completo (4ª classe) 4

2º Ciclo do Ensino Básico (antigo Ciclo Preparatório) 5

3º Ciclo do ensino Básico (9º ano ou antigo 5º ano do Liceu) 6

Ensino Secundário (10º/11º/12º ano ou antigo 7º ano) 7

Ensino Médio (Bacharelato) 8

Ensino Superior 9

4- Qual é a sua condição perante o trabalho, está?

Empregado(a) 1

Desempregado(a) 2

Estudante 3

Doméstico(a) 4

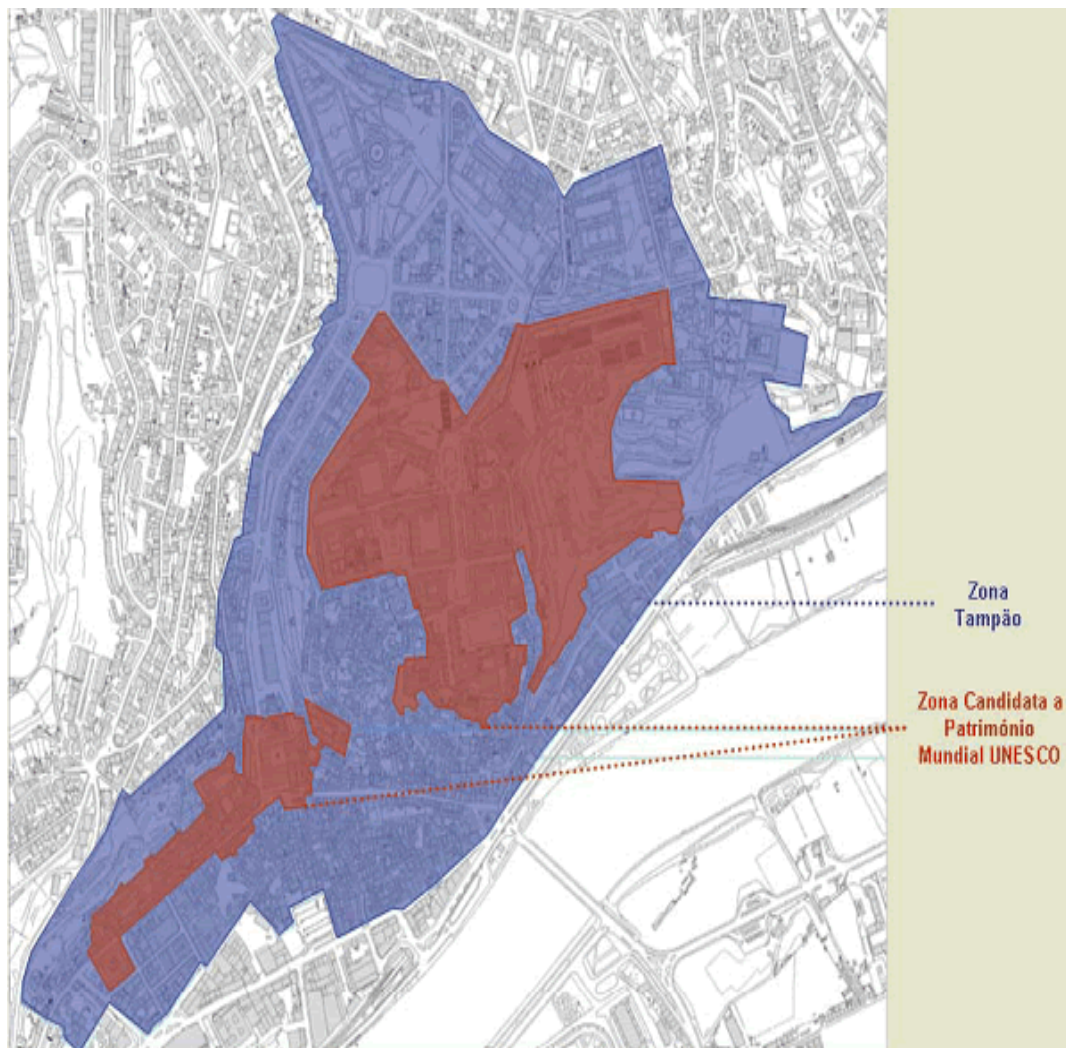
Reformado(a) 5

Outro. 6 Qual? _____

Não Sabe/Não Responde -1

ANEXO VII

Cartografia da zona candidata a Património Mundial da
UNESCO e respectiva zona tampão



Fonte: CMC (s.d.), "A Área de Intervenção". Página consultada em 22 de Junho de 2009

<http://www.cm->

[coimbra.pt/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=309&Itemid=320](http://www.cm-coimbra.pt/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=309&Itemid=320)

ANEXO VIII

Anúncio publicitário à abertura do comércio na Baixa de
Coimbra ao sábado

aos **Sábados**
a **Baixa** marca a diferença!

Sábados:
Aberto todo o dia
e
Descontos*

Lojas Aderentes

Anacar
Balvera
Bib's
Boutique Romy
Bragas Lda, Chapelaria e Camisaria
Casa Coelho
Casa Confinança
Casa das Malhas
Decorame
Diadouro Joalheiros
Encanto da Freiria
Fernandes Oculista
Imperium Óptica
Jóia Jalheiros
Jorge Eliseu

Jorge Mendes Irmão & Cª Lda
Jovisam
Mango
Mayoral - Pronto a Vestir Criança
Modas Veiga
Orquídea Silvestre, Lda
Ourivesaria Cristal
Ourivesaria Ferreira
Paião pelos Trajes
Papalaria Cristal
Pastelaria Sirius, Lda
Perfumaria Ana
Pétala Perfumaria
Pinto & Filhos
Ruben

Salguero's
São Domingos Café
Sapataria Angel
Sapataria Bull's
Sapataria Ecco
Sapataria Paiva
Sapataria Reis de Coimbra
Sapataria Trinitá
Solimoda
Tabacaria Natália
Virgílio Lingerie
Xangai
Xilli

Estacionamento Público Gratuito

Animação
Animação de Rua com o grupo "Roncos e Curiscos"
Exposição de Fotografia "Pintar Com Luz" no Café Santa Cruz
(homenagem a Leonardo Braga Pinheiro)
Maíãs, Doces e Cantares - apoio INATEL e JF S. Bartolomeu

UMA PORTA SEMPRE ABERTA
*Oferta de descontos (de valor a estipular por cada estabelecimento comercial)



Fonte: Diário de Coimbra, 22 de Maio de 2009, pp. 5.