



Inês Raquel Nunes da Cruz

Requalificação Urbana

Análise de Dados Estatísticos da Primeira Fase de Inquirição Realizada aos Operadores e Utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Relatório de Estágio no âmbito do Mestrado em Sociologia, sob orientação do Professor Doutor Pedro Góis,
Apresentada à Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra

Setembro/2018



UNIVERSIDADE DE COIMBRA



FEUC FACULDADE DE ECONOMIA
UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Inês Raquel Nunes da Cruz

Requalificação Urbana

Análise de Dados Estatísticos da Primeira Fase de Inquirição Realizada aos Operadores e Utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Relatório de Estágio no âmbito do Mestrado em Sociologia,
apresentada à Faculdade de Economia da Universidade de
Coimbra para a obtenção do grau de Mestre

Orientador: Professor Doutor Pedro Góis

Coimbra, 2018

Resumo

A expansão e o crescimento das cidades para a sua área periférica, iniciada nas últimas décadas do século XX, deu origem a um dos muitos desafios das cidades modernas: como manter ativos os centros das cidades. A constante degradação dos seus edifícios e monumentos, consequência do envelhecimento e do desgaste das suas estruturas físicas aumenta a desertificação das áreas anteriormente centrais na vivência urbana. A reabilitação urbana assume, neste sentido, um dos componentes essenciais das políticas das cidades modernas, que resulta no desenvolvimento de projetos de reabilitação. Estes projetos de desenvolvimento urbano fazem parte de uma estratégia política e financeira de fundos comunitários que são partilhados pelos estados-membros da União Europeia. Em Portugal, a distribuição destes fundos é feita ao nível dos NUTS III e, no caso de Coimbra, foi desenvolvido o Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano que engloba todo um processo de planeamento estratégico de reabilitação urbana que inclui a inquirição das populações afetadas às várias áreas de intervenção urbanística. Este processo de inquirição às populações divide-se em duas fases: na primeira fase, é efetuado uma avaliação de satisfação por inquirição direta às populações alvo dessas zonas realizada numa fase que antecede às obras de reabilitação e, numa segunda fase, é novamente aplicado este processo de inquirição às populações, após a conclusão das obras. Este método permite ir ao encontro dos objetivos do PEDU, que se baseia no aumento de dois graus na escala de satisfação das populações na segunda fase de inquirição, comparada com os resultados da primeira fase. Nesta perspetiva, tendo participado na primeira fase de inquirição aos operadores e utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V, este relatório baseia-se na análise dos dados recolhidos dos inquéritos aplicados a estas duas populações, ao qual é descrito o perfil dos inquiridos, o seu grau de satisfação com aspetos específicos relativos ao mercado municipal bem como a apreciação geral numa escala numérica que varia dos graus de satisfação 1 a 10. Concluída a análise dos dois inquéritos é desenvolvida uma análise comparativa entre os aspetos comuns destas duas populações inquiridas e, para finalizar a análise dos dados recolhidos, fazemos o balanço dos pontos fortes e dos pontos fracos detetados relativamente ao Mercado Municipal D. Pedro V.

Palavras-Chave: Requalificação Urbana; Mercado Municipal D. Pedro V; Operadores; Utilizadores; Inquérito

Abstract

The expansion and growth of cities to the peripheral areas, which started during the last decades of the 20th century, originated one of the many challenges faced by modern cities: how to keep city centres alive. The constant deterioration of the buildings and monuments of the cities, as a consequence of these physical structures' ageing and wear and tear, further increases the desertification of these areas, which were previously central to urban life. In this sense, urban rehabilitation becomes an essential component of the policies in modern cities, resulting in the development of rehabilitation projects. These urban development projects form part of a political and financial strategy for community funds which are shared by the European Union Member-states. In Portugal, these funds are distributed across the NUTS III and, in the case of the city of Coimbra, an Urban Development Strategic Plan was developed involving a whole urban rehabilitation strategic planning process which includes consulting the population that lives in the various areas of urbanistic intervention. This consultation process is divided into two stages. During the first stage, and prior to the rehabilitation works, the population of the affected areas will be directly approached in a survey to find out their level of satisfaction. During the second stage, the population will again be directly approached after the works are completed. This method allows us to comply with the objectives of PEDU, which is based on an increase of two levels in the population's satisfaction scale on the second stage of the consultation, compared with the results of the first stage. In this perspective, having participated in the first stage of the consultation carried out to the operators and users of the Municipal Market D. Pedro V, this report is based on the data collected from the surveys presented to the two populations, which includes a description of the people surveyed, their degree of satisfaction with specific aspects related to the municipal market as well as a general assessment in a numeric scale from 1 to 10. After analysing both surveys, a comparative analysis will be carried out of the common aspects of both populations surveyed and, to finalize the analysis of the data collected, we will take stock of the positive and negative aspects identified regarding the Municipal Market D. Pedro V.

Keywords: Urban Regeneration; Municipal Market D. Pedro V; Operators; Users; Survey

Lista de Abreviaturas

ARU – Área de Reabilitação Urbana

CH – Centro Histórico

CMC – Câmara Municipal de Coimbra

DPU – Divisão de Planeamento Urbano

FEADER – Fundo Europeu Agrícola para o Desenvolvimento Rural

FEAMP – Fundo Europeu dos Assuntos Marítimos e das Pescas

FEDER – Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

FSE – Fundo Social Europeu

IHRU – Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana

IPSS – Instituições Particulares de Solidariedade Social

OE – Objetivo do Eixo

PAMUS – Plano de Ação de Mobilidade Urbana Sustentável

PARU – Planos de Ação de Regeneração Urbano

PCP – Política Comum das Pescas

PEDU – Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano

PI – Prioridade de Investimento

UE – União Europeia

Índice de Figuras

Fotografia de capa: Retirada da internet com referência no site do Mercado Municipal D. Pedro V, autor não referenciado.

Figura 1- Organograma da Organização Interna dos Serviços da Câmara Municipal de Coimbra -----	7
Figura 2 - Esquema das Prioridades da Estratégia Europa 2020 -----	12
Figura 3 - Esquema da Divisão das Prioridades de Investimento do Portugal 2020 -----	13
Figura 4 - Orçamento do Portugal 2020 por cada Programa Operacional distribuído por NUTT -----	19
Figura 5 - Orçamento do Portugal 2020 por Objetivo Temático do PEDU-----	23
Figura 6- Base de Dados dos Inquéritos de Avaliação da Satisfação aos utilizadores do Parque Dr. Manuel Braga-----	35
Figura 7 – Base de Dados dos Inquéritos de Avaliação da Satisfação à População que Desenvolve Atividade Económica na Envolvente do Parque Dr. Manuel Braga -----	37
Figura 8 - Variáveis dos Inquéritos de Avaliação da Satisfação à População que Reside na Envolvente do Parque Dr. Manuel Braga-----	40
Figura 9- Base de Dados dos inquéritos de Avaliação da Satisfação à População que Desenvolve Atividade Económica no Largo do Arnado e Rua Simões de Castro -----	43
Figura 10 - Base de Dados do Inquérito de Avaliação de Satisfação aos Utilizadores do Largo do Arnado e Rua Simões de Castro -----	45
Figura 11 - Base de Dados do Inquérito de Avaliação da Satisfação à População Residente no Largo do Arnado e Rua Simões de Castro-----	47
Figura 12 - Base de Dados do Inquérito de Avaliação da Satisfação aos Operadores do Mercado Municipal D. Pedro V -----	49
Figura 13 – Base de Dados do Inquérito de Avaliação aos Utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V-----	52
Figura 14 – Base de Dados do Inquérito de Avaliação da Satisfação à População Residente na Encosta da Sofia-----	55

Figura 15 - Base de Dados do Inquérito de Avaliação de Satisfação à População que Desenvolve Atividade Económica na Encosta da Rua da Sofia -----	57
Figura 16 - Base de Dados do Inquérito de Avaliação da Satisfação aos Utilizadores da Encosta da Sofia -----	59

Índice de Tabelas

Tabela 1-Estatística das habilitações literárias dos operadores do Mercado Municipal	64
Tabela 2-Identificação dos produtos vendidos no Mercado Municipal.....	65
Tabela 3-Identificação do tempo de atividade dos operadores do Mercado Municipal	67
Tabela 4-Frequência de trabalho do operador do Mercado Municipal.....	67
Tabela 5-Grau de satisfação dos operadores sobre as condições de iluminação no interior do Mercado Municipal.....	68
Tabela 6-Grau de satisfação dos operadores sobre as condições de circulação pedonal no Mercado Municipal.....	69
Tabela 7-Grau de satisfação dos operadores do mercado municipal sobre a variedade na oferta de produtos vendidos	70
Tabela 8-Grau de satisfação dos operadores do mercado municipal relativamente à existência de pontos de venda em espaços improvisados fora das bancas.....	70
Tabela 9 – Grau de satisfação dos operadores do mercado municipal sobre a existência de zonas de pausa para os clientes	71
Tabela 10-Grau de satisfação dos operadores sobre as ações de animação realizadas no mercado municipal.....	72
Tabela 11-Grau de satisfação dos operadores do mercado municipal relativamente às condições de limpeza do espaço interior do mercado	72
Tabela 12 – Grau de satisfação dos operadores sobre o funcionamento e limpeza das casas de banho do mercado	73
Tabela 13-Grau de satisfação dos operadores relativamente ao horário de funcionamento do mercado municipal	74
Tabela 14-Grau de satisfação dos operadores relativamente à facilidade de estacionamento para clientes.....	74
Tabela 15-Grau de avaliação dos operadores sobre as condições térmicas e de climatização do mercado municipal	75
Tabela 16-Grau de satisfação dos operadores sobre as condições de armazenamento dos produtos	76
Tabela 17- Tabela de escala numérica do grau de satisfação geral do operador relativamente ao mercado municipal	78

Tabela 18-Opinião do operador sobre o facto de gostar de trabalhar no mercado municipal	79
Tabela 19-Opinião do operador sobre a necessidade de modernizar o mercado municipal	80
Tabela 20-Opinião do operador relativamente à vantagem de haver restaurante no mercado municipal.....	80
Tabela 21- Opinião dos operadores sobre a atração de novos clientes ao mercado municipal com a abertura de outros tipos de lojas	81
Tabela 22-Opinião dos operadores sobre a necessidade de publicitar mais o mercado municipal.	81
Tabela 23- Opinião do operador sobre a criação de uma zona de esplanada no mercado municipal	82
Tabela 24-Opinião do operador do mercado municipal relativamente à necessidade de reorganizar lojas e bancas.....	82
Tabela 25-Sugestões de mudança 1	84
Tabela 26-Sugestões de mudança 2	85
Tabela 27-Idades dos utilizadores do mercado municipal	87
Tabela 28-Identificação das habilitações literárias dos utilizadores do mercado municipal	88
Tabela 29-Identificação da frequência de deslocação ao mercado municipal da população inquirida não residente na área de influência do mercado municipal	89
Tabela 30- Identificação dos motivos que levam os utilizadores a frequentar o mercado municipal	89
Tabela 31-Motivos que levam os utilizadores a fazer compras no mercado municipal	90
Tabela 32 - Motivos pelos quais os utilizadores não fazem compras no mercado municipal	91
Tabela 33- Grau de satisfação dos utilizadores relativamente às condições de iluminação do mercado municipal.	92
Tabela 34- Grau de satisfação dos utilizadores relativamente às condições de circulação pedonal do interior do mercado municipal	93
Tabela 35- Grau de satisfação dos utilizadores sobre a variedade na oferta dos produtos vendidos no mercado municipal	94
Tabela 36-Grau de satisfação dos utilizadores relativamente à funcionalidade da disposição das lojas do mercado municipal	94
Tabela 37-Grau de satisfação dos utilizadores relativamente à funcionalidade da disposição das bancas do mercado municipal.....	95
Tabela 38-Grau de satisfação dos utilizadores relativamente à existência de produtores em espaços improvisados fora das bancas	96

Tabela 39-Grau de satisfação dos utilizadores sobre as zonas de pausa existentes no mercado municipal.....	96
Tabela 40-Grau de satisfação dos utilizadores relativamente ao número e tipo de ações de animação do mercado municipal	97
Tabela 41-Grau de satisfação dos utilizadores relativamente à limpeza do espaço interior do mercado municipal	98
Tabela 42-Grau de satisfação dos utilizadores sobre o funcionamento e limpeza das casas de banho no mercado municipal	98
Tabela 43-Grau e satisfação dos utilizadores com o horário de funcionamento do mercado municipal.....	99
Tabela 44-Grau de satisfação dos utilizadores com o estacionamento do mercado municipal	100
Tabela 45-Grau de satisfação dos utilizadores relativamente à qualidade do atendimento por parte dos operadores do mercado municipal	100
Tabela 46-Grau de satisfação dos utilizadores do mercado municipal relativamente à confiança nos vendedores.....	101
Tabela 47-Grau de satisfação dos utilizadores relativamente ao ambiente geral do mercado municipal.....	102
Tabela 48- Tabela de escala numérica de avaliação da satisfação global dos utilizadores do mercado municipal.....	103
Tabela 49-Sugestões de melhoria 1.....	104
Tabela 50-Sugestões de melhoria2.....	106

Índice de Anexos

Anexo 1- Tabela representativa do sexo dos operadores do mercado municipal	122
Anexo 2- Tabela de identificação das idades dos operadores do mercado municipal.....	122
Anexo 3- Identificação do estabelecimento dos operadores do mercado municipal	122
Anexo 4- Tabela de cruzamento entre as variáveis da identificação do sexo dos operadores com a variável da identificação do estabelecimento.....	123
Anexo 5 Tabulação cruzada entre o principal produto vendido no mercado municipal com a identificação do estabelecimento	123
Anexo 6- Tabulação cruzada do principal produto vendido e a frequência com que os operadores vão trabalhar	124
Anexo 7- Tabela das sugestões livres dos inquéritos realizados aos operadores do mercado municipal	125
Anexo 8- Tabela da identificação do sexo dos Utilizadores do mercado municipal	125
Anexo 9- Tabela de identificação de residência aos utilizadores do mercado municipal	125

Sumário

Resumo	iv
Abstract	v
Lista de Abreviaturas	vi
Índice de Figuras	vii
Índice de Tabelas	ix
Índice de Anexos	xii
Introdução	1
Capítulo 1 – Apresentação da Entidade de Acolhimento	3
1.1-Poder Local	3
1.2- Câmara Municipal de Coimbra	6
1.3 – Estrutura Orgânica da Câmara Municipal de Coimbra	7
1.4– Departamento de Planeamento e Gestão Urbanística	8
Capítulo 2 – Área Estratégica de Reabilitação Urbana	11
2.1 – Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano (PEDU).....	11
2.2 – Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano de Coimbra.....	13
2.3 – Componentes do PARU de Coimbra.....	16
2.4 – Financiamentos da Estratégia Portugal 2020	19
Capítulo 3 – Atividades Desenvolvidas Durante o Estágio	25
3.1 – Objetivos e Atividades Previstas	25
3.2 – Identificação das Atividades Executadas Durante o Estágio.....	26
3.3 – Inquirição aos Utilizadores do Mercado Municipal.....	28
3.4 – Estrutura dos Inquéritos de Avaliação do Grau de Satisfação dos Operadores do Mercado Municipal D. Pedro V	29
3.5 – Estrutura do Inquérito de Avaliação da Satisfação aos Utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V.....	31
3.6 – Tratamento dos Dados Recolhidos: Codificação e Construção das Variáveis em SPSS.....	34
3.6.1 – Elaboração da Base de Dados do Inquérito de Avaliação de Satisfação aos Utilizadores do Parque Dr. Manuel Braga	35
3.6.2 – Elaboração da Base de Dados do Inquérito de Avaliação de Satisfação à População que Desenvolve Atividade Económica na Envolvente do Parque Dr. Manuel Braga	37
3.6.3 – Elaboração da Base de Dados do Inquérito de Avaliação da Satisfação à População que Reside na Envolvente do Parque Dr. Manuel Braga	40

3.6.4 – Elaboração da Base de Dados do Inquérito de Avaliação da Satisfação à População que Desenvolve Atividade Económica no Largo do Arnado e Rua Simões de Castro	43
3.6.5 – Elaboração da Base de Dados do Inquérito de Avaliação da Satisfação aos Utilizadores do Largo do Arnado e Rua Simões de Castro	45
3.6.6 – Elaboração da Base de Dados do Inquérito de Avaliação da Satisfação à População Residente no Largo do Arnado e Rua Simões de Castro	47
3.6.7 – Elaboração da Base de Dados do Inquérito de Avaliação de Satisfação aos Operadores do Mercado Municipal D. Pedro V.....	49
3.6.8 – Elaboração da Base de Dados do Inquérito de Avaliação de Satisfação aos Utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V.....	52
3.6.9 – Elaboração da Base de Dados do Inquérito de Avaliação da Satisfação à População Residente na Encosta da Sofia	55
3.6.10 – Elaboração da Base de Dados do Inquérito de Avaliação de Satisfação à População que Desenvolve Atividade Económica na Encosta da Sofia	57
3.6.11 – Elaboração da Base de Dados do Inquéritos de Avaliação da Satisfação aos Utilizadores da Encosta da Sofia.....	59
3.7 – Levantamento dos Dados Recolhidos das “Outras Opções” dos Inquéritos de Avaliação do Grau de Satisfação	61
Capítulo 4 – Análise Estatística dos Dados dos Inquéritos realizados aos Operadores e Utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V.....	63
4.1 – Análise dos Dados dos Inquéritos Aplicados aos Operadores do Mercado Municipal D. Pedro V.....	63
4.2 – Análise dos dados dos inquéritos Aplicados aos utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V	87
4.3– Comparação de Aspetos Comuns nos Inquéritos Realizados aos Operadores e Utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V.....	108
4.4 – Pontos Favoráveis e Pontos Desfavoráveis do Mercado Municipal D. Pedro V	111
Conclusão.....	113
Fontes e Bibliografia.....	116
Anexos	121

Introdução

O presente relatório tem como objetivo a caracterização das tarefas desempenhadas e das competências desenvolvidas no decorrer do estágio curricular na Câmara Municipal de Coimbra no Departamento de Planeamento e Gestão Urbanística, situada na Praça 8 de Maio, Casa Aninhas, no período decorrente entre os dias 18 de Dezembro de 2017 até ao dia 16 de Abril de 2018, com um total de 560 horas sob a orientação da socióloga do departamento, Dra. Paula Albuquerque.

O relatório é composto por quatro temáticas de desenvolvimento e uma conclusão final. O primeiro capítulo é composto pela caracterização da entidade de acolhimento com uma breve reflexão das competências legais associadas ao Poder Local, passando para a caracterização das competências da Câmara Municipal de Coimbra, a sua organização interna, com especial enfoque para a caracterização das competências do Departamento de Planeamento e Gestão Urbanística ao qual ocorreu o estágio.

O segundo capítulo aborda a contextualização temática das atividades desenvolvidas no estágio inseridas no programa europeu de financiamento do Portugal 2020. Este segundo capítulo apresenta uma descrição do Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano (PEDU) de Coimbra e das Áreas de intervenção urbanísticas das ARU-Baixa Coimbra e ARU-Rio Coimbra onde se integram as quatro áreas de regeneração urbana e requalificação dos espaços públicos que foram trabalhados durante o período de estágio: Encosta da Sofia; Praça do Arnado e Rua Simões de Castro; Parque Dr. Manuel Braga e o Mercado Municipal D. Pedro V.

O terceiro capítulo aborda a descrição das atividades desenvolvidas no decorrer do estágio académico e de todo o processo executado em torno do tratamento de dados, dos inquéritos realizados a três tipos de população alvo: que detêm atividade económica na área de influência; utilizadores; residentes e operadores no caso dos inquéritos realizados no Mercado Municipal D. Pedro V.

O quarto capítulo é composto pela análise dos dados estatísticos realizado aos operadores e utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V que está integrado na requalificação urbana da ARU-Baixa Coimbra. Cada inquérito é analisado de forma isolada e subdividido em três categorias: na primeira categoria, é desenvolvido o perfil do

inquirido, ou seja, é feita a caracterização dos dois tipos de população inquirida; a segunda categoria de análise corresponde à avaliação do grau de satisfação das populações sobre aspetos específicos do Mercado Municipal, a terceira categoria de análise corresponde às sugestões de mudança que as várias populações inquiridas sugerem como alterações possíveis a serem efetuadas no Mercado Municipal. A importância destas sugestões, na perspetiva do PEDU, é a elevação do grau de satisfação em pelo menos dois graus na tabela numérica de apreciação global de satisfação, que, após a conclusão das obras de intervenção e, através da comparação do grau de satisfação da primeira fase de inquirição com a segunda fase, é possível detetar a eficácia e funcionalidade das alterações feitas em prol da população. Para finalizar este quarto capítulo, é feito o balanço geral dos pontos comuns entre os inquéritos realizados aos operadores e aos utilizadores do Mercado Municipal e elaborada uma reflexão sobre os pontos favoráveis e os pontos desfavoráveis do Mercado Municipal através da análise dos dados recolhidos.

Capítulo 1 – Apresentação da Entidade de Acolhimento

O estágio foi realizado na Câmara Municipal de Coimbra no Departamento de Planeamento e Gestão Urbanística, situada na Praça 8 de Maio, Casa Aninhas, no período decorrente entre os dias 18 de Dezembro de 2017 até ao dia 16 de Abril de 2018, com um total de 560 horas sob a orientação da socióloga Dra. Paula Albuquerque.

Com um total de 143.396 habitantes¹ distribuídos por 18 freguesias: Almalaguês; Antuzede e Vil de Matos; Assafarge e Antanhol; Brasfemes; Ceira; Cernache; Coimbra (Sé Nova, Santa Cruz, Almedina e São Bartolomeu); Eiras e São Paulo de Frades; Santa Clara e Castelo Viegas; Santo António dos Olivais; São João do Campo; São Martinho de Árvore e Lamarosa; São Martinho do Bispo e Ribeira de Frades; São Silvestre; Souselas e Botão; Taveiro, Ameal e Arzila; Torres do Mondego; Trouxemil e Torre de Vilela que se estende numa área de 319km². Coimbra insere-se na NUTS III Região Coimbra, ocupando uma posição estratégica central entre as áreas metropolitanas de Lisboa e Porto, é sede de município e capital distrital composto por 17 concelhos: Arganil; Cantanhede; Coimbra; Condeixa-a-Nova; Figueira da Foz; Góis; Lousã; Mira; Miranda do Corvo; Montemor-o-Velho; Oliveira do Hospital; Pampilhosa da Serra; Penacova; Penela; Soure; Tábua e Vila Nova de Poiares. Coimbra é a cidade mais populosa da região centro, integrado num sistema urbano multipolar conjuntamente com as cidades de Aveiro, Viseu e Leiria.²

1.1-Poder Local

A República Portuguesa é um Estado de Direito Democrático baseado na soberania popular. É um estado unitário em que a sua organização democrática compreende a existência de autarquias locais, respeitando a sua organização e o funcionamento do seu regime de autonomia, da descentralização democrática e da administração pública.

As autarquias locais, na região continental, são constituídas pelas Freguesias, pelos Municípios e pelas Regiões Administrativas que se caracterizam por ser “pessoas

¹ Dados de 2011 da Associação Nacional de Municípios Portugueses

² Fonte: Formulário de Candidatura do Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano da Câmara Municipal de Coimbra.

coletivas territoriais dotadas de órgãos representativos” que visam a prossecução de interesses próprios das populações respetivas.

O Estado transfere as suas competências para as autarquias locais e para as entidades intermunicipais, sendo as atribuições, a promoção e salvaguarda dos interesses próprios das respetivas populações através do exercício pelos respetivos órgãos das suas competências legais previstas na lei³:

- a) De consulta;
- b) De planeamento;
- c) De investimento
- d) De gestão;
- e) De licenciamento e controlo prévio;
- f) De fiscalização; (Artigo 3.º do Regime Jurídico das Autarquias Locais)

As atribuições do município são constituídas pela promoção e salvaguarda dos interesses próprios das respetivas populações em articulação com as freguesias nos seguintes domínios⁴ (Artigo 23.º do Regime Jurídico das Autarquias Locais):

- a) Equipamento rural e urbano;
- b) Energia;
- c) Transportes e comunicações;
- d) Educação, ensino e formação profissional;
- e) Património, cultura e ciência;
- f) Tempos livres e desporto;
- g) Saúde;
- h) Ação social;
- i) Habitação;
- j) Proteção civil;
- k) Ambiente e saneamento básico;
- l) Defesa do consumidor;
- m) Promoção do desenvolvimento;

³ Regime Jurídico das Autarquias Locais Lei nº 75/2013 de 12 de Setembro artigo 3º Competências

⁴ Regime Jurídico das Autarquias Locais Lei nº 75/2013 de 12 de Setembro artigo 23º Atribuições do município

- n) Ordenamento do território e urbanismo;
- o) Polícia municipal;
- p) Cooperação externa;

No Artigo 33º do Regime Jurídico das Autarquias Locais estão representadas as 55 competências das Câmaras Municipais, sendo as mais relevantes para a temática das atividades do estágio as seguintes competências⁵:

Alínea a) Elaborar e submeter à aprovação da assembleia municipal os planos necessários à realização das atribuições municipais; Alínea b) Participar, com outras entidades, no planeamento que diretamente se relacione com as atribuições do município, emitindo parecer a submeter a apreciação e deliberação da assembleia municipal; Alínea c) Elaborar e submeter a aprovação da assembleia municipal as opções do plano e a proposta do orçamento, assim como respetivas revisões; Alínea d) Executar as opções do plano e orçamento, assim como aprovar as suas alterações; Alínea f) Aprovar os projetos, programas de concurso, cadernos de encargos e a adjudicação de empreitadas e aquisição de bens e serviços, cuja autorização de despesa lhe caiba; Alínea l) Discutir e preparar com os departamentos governamentais e com as juntas de freguesia contratos de delegação de competências e acordos de execução; Alínea o) Deliberar sobre as formas de apoio a entidades e organismos legalmente existentes, nomeadamente com vista à execução de obras ou à realização de eventos de interesse para o município; Alínea p) Deliberar sobre as formas de apoio a entidades e organismos legalmente existentes, nomeadamente com vista à execução de obras ou à realização de eventos de interesse para o município; Alínea r) Colaborar no apoio a programas e projetos de interesse municipal, em parceria com entidades da administração central; Alínea t) Assegurar, incluindo a possibilidade de constituição de parcerias, o levantamento, classificação, administração, manutenção, recuperação e divulgação do património natural, cultural, paisagístico e urbanístico do município, incluindo a construção de monumentos de interesse municipal; Alínea w) Ordenar, precedendo vistoria, a demolição total ou parcial ou a beneficiação de construções que ameacem ruína ou constituam perigo para a saúde ou segurança das pessoas; Alínea bb) Executar as obras, por administração direta ou empreitada; Alínea ee) Criar, construir e gerir instalações, equipamentos, serviços, redes de circulação, de transportes, sob administração municipal; Alínea qq) Administrar o domínio público municipal; Alínea rr) Deliberar sobre estacionamento de veículos nas vias públicas e demais lugares públicos; Alínea aaa) Deliberar sobre a participação do município em projetos e ações de cooperação descentralizada, designadamente no âmbito da União Europeia e da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa;" (MarcadorPosição2)

⁵ Regime Jurídico das Autarquias Locais Lei nº 75/2013 de 12 de Setembro artigo 33º Competências materiais

1.2- Câmara Municipal de Coimbra

O Regulamento Interno da Estrutura Orgânica dos Serviços Municipais da Câmara Municipal de Coimbra, aprovado pela Assembleia Municipal na sessão ordinária de 29 de Abril de 2014, estabelece o modelo da sua estrutura orgânica tendo em vista a promoção de uma administração municipal mais eficiente e moderna, que serve os cidadãos, empresas, empresários e todos os que com ela entrem em relação, conferindo eficácia, qualidade, agilidade e eficiência. O regulamento também estabelece e define o funcionamento e respetivas competências dos serviços municipais e dos seus dirigentes, os níveis de direção e a sua hierarquia, que articulam o município e os seus serviços numa lógica de simplificação e racionalização dos serviços municipais e dos procedimentos administrativos e de aproveitamento dos recursos disponíveis. Assentes nos princípios do interesse público, promovem a melhoria das condições gerais de vida, de trabalho e de lazer dos seus munícipes, bem como o desenvolvimento económico e social e cultural do Município, na gestão sustentável dos recursos disponíveis e na procura de um serviço público de qualidade, orientados pelos princípios de unidade e eficiência de ação, da aproximação dos serviços aos cidadãos, da racionalização de meios e da eficiência na afetação de recursos públicos, da melhoria quantitativa e qualitativa do serviço prestado e da garantia de participação dos cidadãos. Para além dos princípios constitucionais aplicáveis à atividade administrativa descritas no Código do Procedimento Administrativo, o Município segue os seguintes princípios gerais de organização⁶:

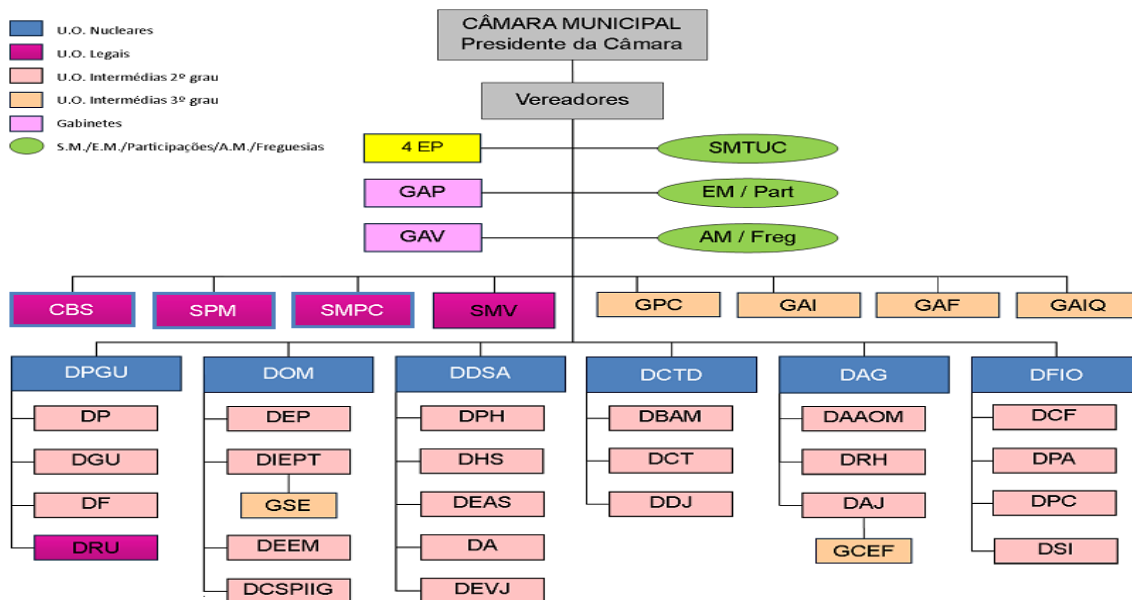
- a) Da administração aberta;
- b) Da Eficiência e Eficácia;
- c) Da Coordenação dos Serviços e Racionalização dos Circuitos Administrativos;
- d) Da Simplicidade nos Procedimentos;
- e) Da Gestão Participada;
- f) Da Dignificação e Valorização dos Trabalhadores;
- g) Do Respeito pela Legalidade;
- h) Da Imparcialidade e Igualdade

⁶ Regulamento Interno da Estrutura Orgânica dos Serviços Municipais da Câmara Municipal de Coimbra, Edital nº 66/2014

1.3 – Estrutura Orgânica da Câmara Municipal de Coimbra

O modelo da estrutura orgânica é caracterizado pela organização interna dos serviços que obedecem ao modelo de estrutura orgânica hierarquizada, constituída por uma estrutura nuclear e uma estrutura flexível.

Figura 1- Organograma da Organização Interna dos Serviços da Câmara Municipal de Coimbra



Fonte: Relatório de Gestão da CMC de 2014⁷

A estrutura nuclear corresponde à organização interna dos serviços da Câmara Municipal e comporta nove (9) unidades orgânicas nucleares que são constituídos por seis departamentos municipais: (Coimbra C. M., Regulamento Interno da Estrutura Organica dos Serviços Municipais da Câmara de Coimbra, 2014)

- a) Departamento de Planeamento e Gestão Urbanística (DPGU)
- b) Departamento de Obras Municipais (DOM);
- c) Departamento de Cultura, Turismo e Desporto (DCTD);
- d) Departamento de Desenvolvimento Social e Ambiente (DDSA);
- e) Departamento de Administração Geral (DAG);
- f) Departamento Financeiro e de Inovação Organizacional (DFIO);
- g) Serviço de Polícia Municipal (SPM);
- h) Companhia de Bombeiros Sapadores (CBS);
- i) Serviço Municipal de Proteção Civil (SMPC);

⁷<https://www.cm-coimbra.pt/index.php/servicos/documentacao-geral/menu-area-de-ficheiros/economia/8560-relatorio-de-gestao-2014-1/file>

1.4– Departamento de Planeamento e Gestão Urbanística

Ao Departamento de Planeamento e Gestão Urbanística são atribuídas duas competências, uma no domínio do planeamento territorial e outra no domínio da gestão urbanística e reabilitação urbana.

No plano das competências no domínio do planeamento territorial:

a) Coordenar e assegurar o planeamento urbano integrado no município; b) Assegurar a realização de estudos, divulgação, dinamização e execução do plano estratégico do município; c) Assegurar o ordenamento do território municipal; d) Assegurar o planeamento do espaço público, das redes de mobilidade e transporte; e) Promover a monitorização urbana; f) Assegurar a elaboração e monitorização da aplicação e revisão dos regulamentos municipais com impacto direto na administração do território; g) Configurar e propor o modelo de desenvolvimento urbano no que concerne às políticas municipais de uso de solos. (Coimbra, Regulamento Interno da Estrutura Organica dos Serviços Municipais da Câmara de Coimbra, 2014)

No domínio da gestão urbanística e reabilitação urbana:

a) Apoiar o executivo na conceção e implementação da política municipal de gestão urbanística e reabilitação urbana, nomeadamente na recuperação e utilização de edifícios reabilitados, degradados e ou devolutos; b) Elaborar, propor e divulgar regras de intervenção urbanística nas zonas urbanas consolidadas; c) Definir e assegurar a aplicação de normas e critérios uniformes para os procedimentos de informação prévia, licenciamento, comunicação prévia e autorização de utilização das operações urbanísticas e conexas, promovendo a desmaterialização e simplificação dos procedimentos; d) Emitir parecer prévio nas operações urbanísticas isentas de controlo prévio, quando a lei o imponha; e) Assegurar a eficaz e eficiente execução dos instrumentos de gestão territorial, nomeadamente, através da informação prévia, licenciamento, comunicação prévia e autorização de utilização de operações urbanísticas e conexas ou outras com impacto urbanístico e ou paisagístico; f) Assegurar a fiscalização no âmbito de operações urbanísticas e conexas, para controlo de legalidade e monitorização do controlo prévio das operações urbanísticas; g) Assegurar as ações de vistoria necessárias no âmbito da execução de operações urbanísticas licenciadas, comunicadas ou autorizadas; h) Assegurar as vistorias previstas na lei, designadamente para a emissão de autorização de utilização e constituição da propriedade horizontal; i) Promover a dinamização e a gestão da participação municipal nas áreas de reabilitação urbana, em que seja entidade gestora o município e nos centros históricos; j) Promover a execução e acompanhar as obras de recuperação e reabilitação do edifício e espaço público das áreas referidas no ponto anterior; k) Promover a dinamização e a gestão da participação municipal nas áreas de reabilitação urbana em que o município seja a entidade gestora e nos centros históricos; m) Analisar candidaturas e propor participações a atribuir no âmbito de programas especiais de recuperação e reabilitação de edifícios degradados de propriedade municipal e dos privados, acompanhando os procedimentos pré-contratuais de empreitada e fiscalizando a execução destas candidaturas e empreitadas, em articulação com as unidades orgânicas competentes sobre as matérias; n) Assegurar a eficaz e eficiente execução dos instrumentos de gestão territorial, nomeadamente, através da informação prévia, licenciamento, comunicação prévia ou autorização de

utilização de operações urbanísticas e conexas, nas áreas de reabilitação urbana em que o município seja a entidade gestora e centros históricos; l) Analisar, informar e dar parecer em todos os assuntos relacionados com o edificado no município, nomeadamente, direitos de preferência, benefícios fiscais e atos avulsos resultantes de operações urbanísticas, ou de programas de reabilitação nas áreas de reabilitação urbana em que o município seja a entidade gestora. ⁸ (Coimbra, Regulamento Interno da Estrutura Organica dos Serviços Municipais da Câmara de Coimbra, 2014)

⁸ Regulamento Interno da Estrutura Orgânica dos Serviços Municipais da Câmara Municipal de Coimbra, Edital nº 66/2014

Capítulo 2 – Área Estratégica de Reabilitação Urbana

O estágio enquadra-se nos trabalhos do Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano de Coimbra (PEDU) que prevê várias intervenções urbanísticas no Município. As atividades desenvolvidas no decorrer do estágio enquadram-se nas ARU Beira Rio Coimbra e ARU Baixa Coimbra, correspondentes ao Plano de Ação de Regeneração Urbana da Câmara Municipal de Coimbra.

2.1 – Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano (PEDU)

O PEDU é um instrumento de programação municipal e planeamento financeiro que, através de fundos comunitários, enquadrados no acordo de parceria entre Portugal e a União Europeia do plano Portugal 2020⁹, promove três áreas de desenvolvimento estratégico municipal, a “Mobilidade Sustentável”; a “Inclusão Social” e, a “Regeneração Urbana” nos municípios que adiram ao Plano Orçamental para 2014-2020. Cada Município deve apresentar no seu PEDU as prioridades de Investimento que estejam inscritas no eixo urbano dos domínios da Mobilidade Urbana Sustentável, da Regeneração das Áreas de Reabilitação Urbana e da Inclusão de Comunidades Socialmente Desfavorecidas.

- **Mobilidade Urbana Sustentável**¹⁰– PI 4.5 PAMUS - Promoção de estratégias de baixo teor de carbono para todos os tipos de territórios, nomeadamente as zonas urbanas, incluindo a promoção da mobilidade urbana multimodal sustentável e medidas de adaptação relevantes para a sua atenuação.

“As intervenções de promoção da Mobilidade Urbana Sustentável, que se pretende apoiar, devem estar ancoradas em estratégias de baixo teor de carbono, incluindo a promoção da mobilidade urbana multimodal sustentável e, como tal, focadas nas medidas dirigidas ao sistema de mobilidade com o objetivo da redução das emissões de gases com efeito de estufa, bem como da diminuição da intensidade energética. Por sua vez, em termos de mobilidade, o objetivo é o aumento da quota do transporte público e dos modos suaves (pedonal e bicicleta), em particular, nas deslocações urbanas associadas à mobilidade quotidiana.” (União Europeia, 2015) p.9

⁹ “Trata-se do Acordo de Parceria adotado entre Portugal e a Comissão Europeia que reúne a atuação dos 5 Fundos Europeus Estruturais e de Investimento, apresentado em Setembro de 2016”

¹⁰ Dados disponíveis no EIDT-99-2015-03

https://www.portaldahabitacao.pt/opencms/export/sites/portugal/pt/portugal/reabilitacao/pedu/pedu_aviso.pdf

Figura 2 - Esquema das Prioridades da Estratégia Europa 2020

Prioridades UE2020	Objetivos Temáticos (OT)
Crescimento Inteligente	<ol style="list-style-type: none"> 1. reforçar a investigação, o desenvolvimento tecnológico e a inovação 2. melhorar o acesso às tecnologias da informação e da comunicação, bem como a sua utilização e qualidade 3. reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas e dos sectores agrícola (para o FEADER), das pescas e da aquicultura (para o FEAMP)
Crescimento Sustentável	<ol style="list-style-type: none"> 4. apoiar a transição para uma economia com baixas emissões de carbono em todos os sectores 5. promover a adaptação às alterações climáticas e a prevenção e gestão de riscos 6. proteger o ambiente e promover a eficiência dos recursos 7. promover transportes sustentáveis e eliminar os estrangulamentos nas principais redes de infraestruturas
Crescimento Inclusivo	<ol style="list-style-type: none"> 8. promover o emprego e apoiar a mobilidade laboral 9. promover a inclusão social e combater a pobreza 10. investir no ensino, nas competências e na aprendizagem ao longo da vida 11. reforçar a capacidade institucional e uma administração pública eficiente

Fonte: Agência para o Desenvolvimento e Coesão, I.P. ¹¹

- **Regeneração Urbana** – PI 6.5 PARU – Adoção de medidas destinadas a melhorar o ambiente urbano, a revitalizar as cidades, recuperar e descontaminar zonas industriais abandonadas, a reduzir a poluição do ar e promover medidas de redução de ruído. Atua no âmbito territorial dos Centros Históricos e zonas industriais abandonadas.
- **Regeneração Urbana Associada a Comunidades Desfavorecidas**¹² – PI 9.8 PAICD – Concessão de apoio à regeneração física, económica e social das comunidades desfavorecidas em zonas urbanas e rurais.

“ (...) O município deve desenvolver este planeamento com enfoque na comunidade residente, partindo da identificação da mesma, das suas necessidades e integrando as respostas necessárias em matéria de dimensão física, económica, social e ambiental. Só podem existir intervenções no nível físico quando acompanhadas com intervenções de natureza social. Num mesmo

¹¹<https://www.portugal2020.pt/Portal2020/Media/Default/Docs/COMUNICACAO/Portugal2020%2019%20Dez%2014.pdf>

¹²Dados disponíveis no EIDT-99-2015-03

https://www.portaldahabitacao.pt/opencms/export/sites/portal/pt/portal/reabilitacao/pedu/pedu_aviso.pdf

território, e para uma mesma comunidade desfavorecida. a regeneração física e económica é enquadrada na PI 9.8 e a regeneração social na PI 9.1” (União Europeia, 2015) p.12

O PEDU deve integrar a previsão de intervenções que venham a ser promovidas por todos os agentes, sejam promotores públicos ou privados, autarquias, IHRU e IPSS, bem como a previsão da participação dos vários atores, associando o volume financeiro global para cada tipo de entidade.

Figura 3 - Esquema da Divisão das Prioridades de Investimento do Portugal 2020

		Domínios Transversais	
		Abordagem Territorial	Reforma da Administração Pública
Domínios Temáticos	Competitividade e Internacionalização	Objetivos temáticos (OT) centrais: OT 1 - Reforçar a investigação, o desenvolvimento tecnológico e a inovação OT 2 - Melhorar o acesso às TIC, bem como a sua utilização e qualidade OT 3 - Reforçar a competitividade das PME e dos setores agrícola das pescas e da aquíicultura OT 7 - Promover transportes sustentáveis e eliminar estrangulamentos nas redes de Infraestruturas OT 11 - Reforçar a capacidade institucional das autoridades públicas e das partes interessadas e a eficiência da administração pública	
	Inclusão Social e Emprego	OT centrais: OT 8 - Promover a sustentabilidade e a qualidade do emprego e apoiar a mobilidade dos trabalhadores OT 9 - Promover a inclusão social e combater a pobreza e a discriminação	
	Capital Humano	OT central: OT 10 - Investir na educação, na formação e na formação profissional para a aquisição de competências e a aprendizagem ao longo da vida	
	Sustentabilidade e Eficiência no Uso de Recursos	OT centrais: OT 4 - Apoiar a transição para uma economia de baixo teor de carbono em todos os setores OT 5 - Promover a adaptação às alterações climáticas e a prevenção e gestão dos riscos OT 6 - Preservar e proteger o ambiente e promover a utilização eficiente dos recursos	

Fonte: Agência para o Desenvolvimento e Coesão, I.P

2.2 – Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano de Coimbra

O Município de Coimbra desenvolveu o seu formulário de candidatura ao PEDU em Setembro de 2015, tendo sido aprovado pela comissão Diretiva do Programa Operacional do Centro (Centro 2020) no dia 16 de Maio de 2016 e foi contratualizada com a Autoridade de Gestão do Programa Operacional Regional do Centro no dia 31 de Maio de 2016, tendo sido entregue ao Portugal 2020 em Setembro do mesmo ano.

A estratégia apresentada assenta em 4 eixos e 15 objetivos estratégicos resultantes da articulação entre o diagnóstico realizado, os planos estratégicos e setoriais existentes para a cidade e a região bem como para as especificidades do PEDU.

- **Eixo 1 – Qualificar o transporte público e promover a mobilidade suave:** Centra-se na criação das condições necessárias para que a mobilidade em Coimbra se concentre na utilização do transporte público e dos modos suaves, proporcionando a estruturação, expansão e qualificação das ciclovias e rede pedonal com ligação a espaços residenciais, equipamentos escolares e *interfaces modais*, permitindo a sua utilização nas deslocações do dia-a-dia em condições de segurança e conforto.
 - 1) OE 1.1 – Criar uma rede ciclável urbana e reforçar a rede pedonal;
 - 2) OE 1.2 – Promover a mobilidade inteligente;
 - 3) OE 1.3 – Apostar na intermodalidade;
 - 4) OE 1.4 – Priorizar e qualificar o transporte público;

- **Eixo 2 – Revitalizar o coração da cidade:** O reforço da atratividade, competitividade e dinamismo de Coimbra são fatores fulcrais, que só podem ser alcançados com a reafirmação do seu coração como elemento central e de coesão do sistema urbano, contribuindo assim para a estruturação em rede das diferentes coroas e polaridades urbanas, com base no conjunto de aspetos diferenciadores e geradores de atração, que mais nenhum espaço da cidade pode oferecer: a multifuncionalidade, o património cultural e o potencial turístico.
 - 1) OE 2.1 – Densificar a multifuncionalidade;
 - 2) OE 2.2 – Valorizar o património cultural;
 - 3) OE 2.3 – Reforçar o papel de referência nas áreas da saúde, ciência, educação e investigação;
 - 4) OE 2.4 – Desenvolver o turismo;

- **Eixo 3 – Reabilitar o edificado e qualificar o ambiente urbano:** Pretende garantir a qualificação física da cidade através da adequação das habitações aos padrões de vida atual, a sua modernização e a reabilitação dos espaços de comércio e um espaço público de qualidade e inclusivo que potencie a sua utilização em conforto e segurança. A sustentabilidade ambiental, o recreio e o lazer são hoje

indissociáveis dos novos padrões de urbanidade. Pretende articular as duas margens do rio com a malha urbana de forma a reforçar a principal referência física local, paisagística e simbólica da cidade.

- 1) OE 3.1 – Promover a reabilitação do edifício;
- 2) OE 3.2 – Valorizar a paisagem e consolidar a continuidade ecológica;
- 3) OE 3.3 – Valorizar o ambiente urbano;

- **Eixo 4 – Reforçar a coesão e a inclusão social:** Pretende garantir que Coimbra proporciona, a todos os seus cidadãos, as condições necessárias a um desenvolvimento saudável e recompensador em todas as fases da vida, com particular atenção às necessidades dos idosos e das famílias e à fixação dos jovens. Para além de uma atuação transversal direcionada para grupos específicos, pretende-se realizar intervenções integradas e territorialização, orientadas para as comunidades/territórios mais desfavorecidos, onde existe uma concentração de carências e fenómenos de exclusão.

- 1) OE 4.1 – Apoiar as famílias e os idosos;
- 2) OE 4.2 – Reforçar as ligações dos jovens com a cidade;
- 3) OE 4.3 – Aumentar as competências e a empregabilidade;
- 4) OE 4.4 – Integrar as comunidades e os territórios mais vulneráveis;

Áreas a serem intervencionadas:

- **Mobilidade urbana**
- Construção da 1.ª fase da rede ciclável de Coimbra (troço Coimbra B / Vale das Flores / Portela) e de um sistema de estacionamento de bicicletas;
- Construção de percursos pedonais;
- Introdução de um sistema de tarifário integrado nos transportes públicos e de informação em tempo real aos utentes;
- Introdução de sistemas de gestão inteligente de tráfego;

- **Regeneração urbana**
- Requalificação de espaços públicos - Encosta da Sofia, Praça do Arnado e Rua Simões de Castro, Parque Dr. Manuel Braga e Terreiro da Erva;
- Requalificação de um vasto conjunto de ruas na Alta e Baixa, incluindo a Rua da Sofia;
- Valorização do Largo da Sé Velha, do percurso Universidade – Arco de Almedina e da Praça do Comércio;
- Refuncionamento do Mercado D. Pedro V;
- Reabilitação da Casa das Cruzes;

- **Regeneração urbana para as comunidades desfavorecidas**
- Reabilitação de edificado de carácter social dos Bairros do Ingote;
- Reabilitação de espaço público dos Bairros do Ingote

2.3 – Componentes do PARU de Coimbra

O PARU de Coimbra incide a área das três ARU de Coimbra: Coimbra Alta; Coimbra Baixa e Coimbra Rio sendo partes integrantes do CH da cidade. A sua intervenção estratégica assenta em 6 Eixos e 33 objetivos estratégicos, centrados em domínios fundamentais para a afirmação de um CH forte e dinâmico do ponto de vista social, económico e cultural, com condições ambientais e urbanas com um papel central na coesão do sistema urbano policêntrico.

- **Eixo 1 - Densificar a multifuncionalidade**

Procura manter e valorizar as funções instaladas, introduzindo novas funções que assegurem uma maior diversidade de oferta, aumentando a capacidade de atração de pessoas, atividades e investimentos.

- 1) OE 1.1 – Consolidar o modelo multifuncional;
- 2) OE 1.2 – Valorizar a relação do edifício com o espaço público;
- 3) OE 1.3 – Promover a requalificação do comércio;
- 4) OE 1.4 – Promover a reabilitação do parque edificado;

- 5) OE 1.5 – Introduzir diferentes tipologias de habitação;
- 6) OE 1.6 – Promover a indústria criativa;
- 7) OE 1.7 – Potenciar os equipamentos existentes;

- **Eixo 2 – Reforçar conexões e facilitar a mobilidade**

Assegura ligações mais eficientes entre o centro e as coroas urbanas com uma forte articulação interna. A eliminação de barreias físicas e psicológicas no território, assegurando uma leitura urbana de continuidade e o incremento da mobilidade.

- 1) OE 2.1 – Valorizar os eixos urbanos estruturais;
- 2) OE 2.2 – Reforçar as ligações entre as margens do Mondego;
- 3) OE 2.3 – Promover um transporte publico mais eficiente e ambientalmente mais sustentável;
- 4) OE 2.4 – Ordenar o estacionamento;
- 5) OE 2.5 – Fomentar a mobilidade suave;
- 6) OE 2.6 – Diminuir o impacto do tráfego rodoviário;

- **Eixo 3 – Valorizar a paisagem e consolidar a continuidade ecológica**

Fundamental para a qualificação do CH, valorizando a paisagem que reflete a estratificação do território nos diferentes momentos históricos que constituem um elemento identitário.

- 1) OE 3.1 – Consolidar a Estrutura Ecológica Municipal;
- 2) OE 3.2 – Articular e valorizar os espaços verdes do CH;
- 3) OE 3.3 – Reforçar a centralidade do Mondego e articulares as duas margens;
- 4) OE 3.4 – Dar continuidade à vertente do Mondego e articulares as duas margens;
- 5) OE 3.5 – Valorizar a qualidade cénica da área de intervenção e salvaguardar as panorâmicas visuais cidade-rio e rio-cidade;
- 6) OE 3.6 – Promover a eficácia e sustentabilidade dos sistemas naturais no interior da área urbana;

- **Eixo 4 – Valorizar o ambiente urbano**

Dá especial atenção ao espaço público enquanto elemento fulcral de urbanidade e cidadania, ambiente urbano mais qualificado e um CH mais atrativo e sustentável.

- 1) OE 4.1 – Valorizar e articular o espaço público e promover a sua vertente multifuncional;
- 2) OE 4.2 – Dinamizar as relações de proximidade e de vizinhança;
- 3) OE 4.3 – Incrementar a mobilidade pedonal numa rede multifuncional;
- 4) OE 4.4 – Melhorar a segurança e a limpeza no espaço público;
- 5) OE 4.5 – Promover soluções e coeficientes;

- **Eixo 5 – Valorizar o património cultural**

Conservação e valorização do património material e imaterial, com especial destaque para os bens classificados como Património Mundial, a promoção e diversificação da oferta cultural, através da criação de instalações de novos equipamentos e da dinamização da programação cultural.

- 1) OE 5.1 – Valorizar o património edificado;
- 2) OE 5.2 – Valorizar a Rua da Sofia como polo de conhecimento;
- 3) OE 5.3 – Diversificar e promover a oferta cultural;
- 4) OE 5.4 – Apoiar a classificação da Universidade de Coimbra, Alta e Sofia a Património Mundial da UNESCO;
- 5) OE 5.5 – Consolidar a “marca Coimbra”;

- **Eixo 6 – Desenvolver o turismo**

Como uma das atividades económicas que mais pode contribuir para o acréscimo de capacidade competitiva e de projeção de Coimbra nos âmbitos nacional e internacional.

- 1) OE 6.1 – Valorizar a Universidade de Coimbra como grande polo de atração cultural e turístico;
- 2) OE 6.2 – Aumentar e diversificar a oferta hoteleira;

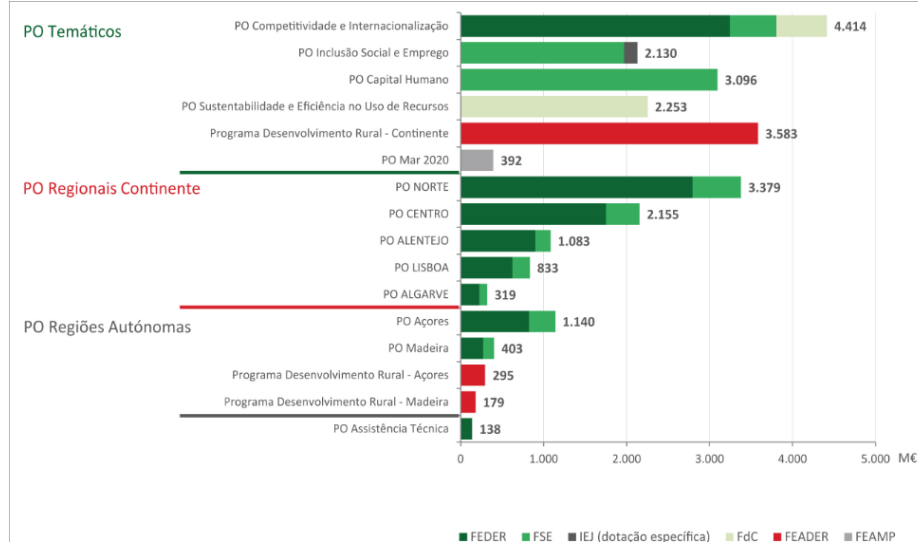
- 3) OE 6.3 – Valorizar e articular o património edificado numa ótica de exploração turística;
- 4) OE 6.4 – Promover o conhecimento do CH da cidade e as atividades culturais e turísticas;

2.4 – Financiamentos da Estratégia Portugal 2020

Estima-se que os apoios financeiros concedidos pela Estratégia Europa 2020, destinados a operações de reabilitação e revitalização urbana em Portugal correspondem à quantia de 25 mil milhões de euros até ao ano de 2020. Este investimento distribui-se por 5 Fundos Europeus Estruturais de Investimento: FEDER; Fundo de Coesão; FSE; FEADER e FEAMP, que definem os princípios da estratégia política de desenvolvimento económico; social e territorial.

Os apoios destinados às operações de reabilitação e revitalização urbana são concedidos através de instrumentos financeiros reembolsáveis ou sob a forma de apoios não reembolsáveis.

Figura 4 - Orçamento do Portugal 2020 por cada Programa Operacional distribuído por NUTT



Fonte: Portugal 2020¹³

¹³ Obtido em: <https://www.portugal2020.pt/Portal2020/o-que-e-o-portugal2020>

- **Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional: FEDER**

O FEDER foi instituído em 1975 com o objetivo de financiar ajuda estrutural através de Programas de Desenvolvimento Regional orientados para as regiões menos desenvolvidas que atua numa estratégia global e integrada com outros fundos estruturais.

O FEDER financia os seguintes Programas de Desenvolvimento Regional:

- a) Promove o desenvolvimento social e económico;
- b) Fomenta a inovação e a sociedade de informação;
- c) Valoriza o potencial endógeno e o desenvolvimento sustentável das regiões;
- d) Apoio a infraestruturas de base;
- e) Apoia infraestruturas sociais nos domínios da educação, integração social, saúde e cultura;
- f) Apoia a modernização das atividades económicas através de infraestruturas e de sistemas de incentivos ao sector empresarial;
- g) Apoia ações de investigação e de desenvolvimento científico e tecnológico;

- **Fundo Social Europeu: FSE**

O FSE é o principal instrumento da política social comunitária e a sua génese remonta a 1960. Proporciona assistência financeira às políticas de educação e de formação profissional, tendo em vista a promoção do emprego e a integração no mercado de trabalho.

O FSE apoia os seguintes programas:

- a) Apoia programas de formação profissional;
- b) Apoia a requalificação e a criação de postos de trabalho;
- c) Apoia a igualdade de oportunidades no mercado de trabalho;
- d) Apoia a promoção de mão-de-obra qualificada;
- e) Apoia o reforço do potencial humano no setor de investigação e desenvolvimento;

- **Fundo de Coesão**

O Fundo de Coesão destina-se aos Estados-Membro cujo Rendimento Nacional Bruto (RNB) por habitante seja inferior a 90% da média da EU. Tem como objetivo a redução das disparidades económicas e sociais, bem como promove o desenvolvimento sustentável entre os Estados-Membro.

O Fundo de Coesão apoia as seguintes iniciativas:

- a) Apoia projetos relacionados com a energia ou transportes, desde que beneficiem o ambiente em termos de eficiência energética, utilização de energias renováveis, desenvolvimento dos transportes ferroviários, apoio à intermodalidade e o reforço dos transportes públicos;
- b) O Fundo de Coesão é gerido pela DG REGIO (Direção-Geral da Política Regional e Urbana) na Comissão Europeia, promovendo a aprovação dos projetos candidatos pelos Estados-membros beneficiários com taxas de comparticipação de 85% do investimento elegível;

- **Fundo Europeu Agrícola para o Desenvolvimento Rural: FEADER**

Este instrumento tem como objetivo o reforço da política de desenvolvimento rural da EU e de simplificar a sua implementação. Tem como objetivo contribuir para melhorar os seguintes aspetos:

- a) Fomenta a transferência de conhecimentos e a inovação nos setores agrícola, florestal e das zonas rurais;
- b) Reforça a viabilidade e a competitividade de todos os tipos de agricultura e incentivar as tecnologias agrícolas inovadoras e a gestão sustentável das florestas;
- c) Promove a organização de cadeias alimentares, o bem-estar animal e a gestão de riscos na agricultura;
- d) Restaura, preserva e melhora os ecossistemas relacionados com a agricultura e as florestas;

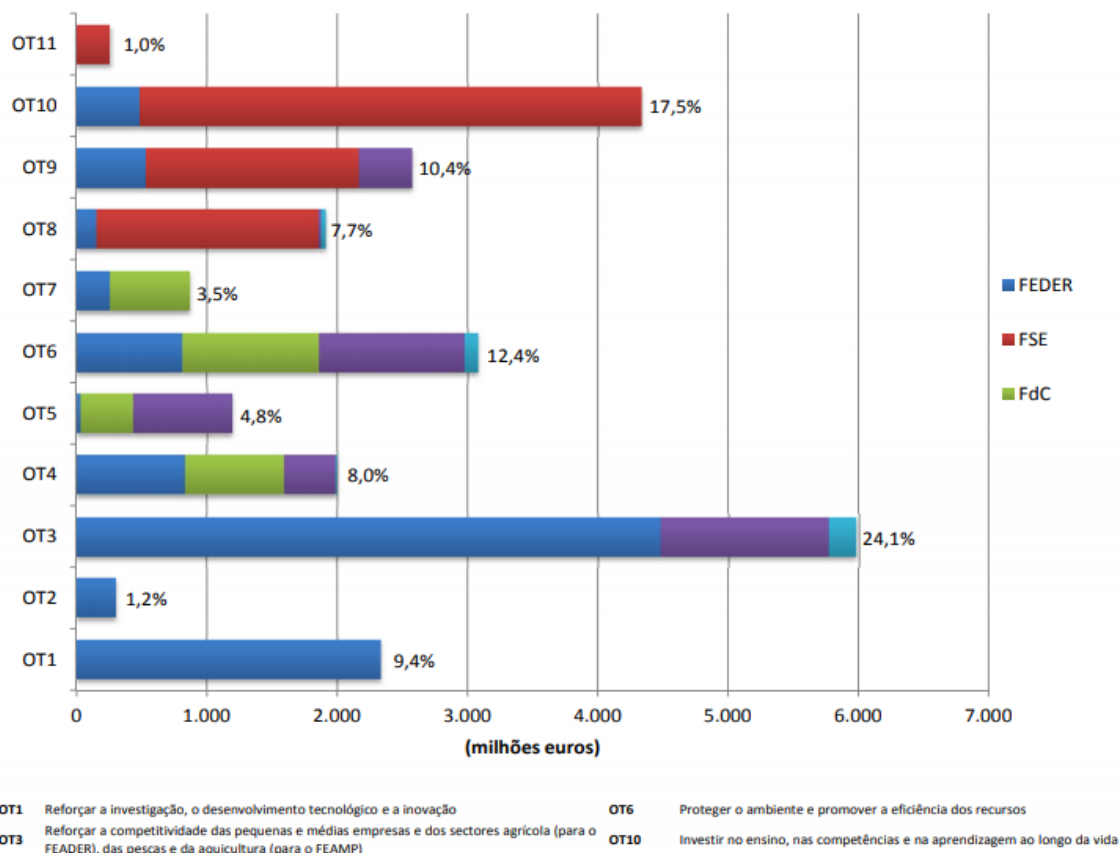
- e) Promove a utilização eficiente dos recursos e apoia a transição para uma economia de baixo teor de carbono e resistentes às alterações climáticas nos setores agrícola, alimentar e florestal;
- f) Promove a inclusão social, a redução da pobreza e o desenvolvimento económico das zonas rurais;

- **Fundo Europeu dos Assuntos Marítimos e das Pescas: FEAMP**

O FEAMP é um fundo para políticas marítimas e das pescas da UE criado para o período de 2014 a 2020. Este fundo promove a recuperação da economia europeia através do crescimento e da criação de emprego. Conta com um orçamento total de 6 mil milhões de euros, concedido ao sector das pescas, aquicultura e transformação promovendo igualmente para um desenvolvimento sustentável destes sectores. Este fundo apoia:

- a) Incentiva a pesca e a aquicultura de forma sustentável;
- b) Ajuda os pescadores na transição para uma pesca sustentável;
- c) Promove uma pesca e uma aquicultura competitiva, ambientalmente sustentável, economicamente viáveis e socialmente responsáveis;
- d) Fomenta a execução do PCP;
- e) Fomenta o desenvolvimento e a execução da Política Marítima Integrada;
- f) Promove o desenvolvimento territorial equilibrado e inclusivo nas zonas de pesca e aquicultura;
- g) Melhoramento da recolha dos dados científicos de controlo e fiscalização das pescas;
- h) Apoia o desenvolvimento e criação de emprego nas zonas costeiras;

Figura 5 - Orçamento do Portugal 2020 por Objetivo Temático do PEDU



Fonte: Agência para o Desenvolvimento e Coesão, I. P.

Em relação à estratégia de desenvolvimento urbano para Coimbra, segundo informação divulgada pela Câmara Municipal, a totalidade do valor do investimento aprovado é de 19.882.352,94 euros. 69.678.380,00 São fundos financiados pelo FEDER, correspondente a 73% do total, 4.030.333,00 euros são financiados pelo FSE, correspondente a 4,2% do investimento e um investimento privado que possa ascender os 10.616.500,00 euros. O conjunto destes três planos de ação representam um investimento total de 95.054.368,00 euros.¹⁴

¹⁴ <https://www.cm-coimbra.pt/index.php/areas-de-intervencao/urbanismo/portugal-2020>

Capítulo 3 – Atividades Desenvolvidas Durante o Estágio

Enquadradas no PEDU de Coimbra, as estratégias e metas dos Indicadores do Desempenho (realizações e resultados) para os anos de 2018 a 2023 apontam para o indicador de resultados definido para as prioridades de investimento das PI 6.5¹⁵ e PI 9.8¹⁶ que correspondem ao aumento do grau de satisfação dos residentes que habitam em áreas com estratégias integradas de desenvolvimento urbano, cujo grau de satisfação é medido numa escala numérica de 1 a 10. Para garantir o cumprimento deste indicador, são realizados inquéritos de satisfação aos residentes das áreas a intervencionar em duas fases distintas: a primeira fase, que é o objeto de estudo deste relatório, consiste a inquirição numa fase anterior à execução da obra e uma segunda fase que corresponde à inquirição no período após a execução da obra estar concluída.

3.1 – Objetivos e Atividades Previstas

O Estágio teve como objetivo a aplicação de competências sociológicas em atividades de Planeamento, visando a participação nos trabalhos a decorrer do Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano de Coimbra (PEDU), que prevê várias intervenções urbanísticas no Município. Assumindo a realização de atividades previamente estabelecidas, compostas por cinco tarefas complementares entre si, constituem uma parte essencial das tarefas realizadas do DPGU da Câmara Municipal de Coimbra e dos objetivos do PEDU de Coimbra.

- “Trabalho com uma equipa pluridisciplinar que participa na conceção dos questionários, dada a especificidade das operações urbanísticas em causa;
- Avaliação do grau de satisfação das populações envolvidas;
- Aplicação de Inquéritos por questionamento às várias populações envolvidas;
- A participação no tratamento dos dados recolhidos e posterior elaboração de relatório;

¹⁵ “Adoção de medidas destinadas a melhorar o ambiente urbano, a revitalizar as cidades, recuperar e descontaminar zonas industriais abandonadas, incluindo zonas de reconversão, a reduzir a poluição do ar e a promover medidas de redução de ruído;” (Associados, 2015)

¹⁶ Concessão de apoio à regeneração física, económica e social das comunidades desfavorecidas em zonas urbanas e rurais. (Associados, 2015)

- A realização de diagnósticos Sociológicos;”

3.2 – Identificação das Atividades Executadas Durante o Estágio

Em conformidade com os objetivos do PEDU de Coimbra, que visa a elaboração de inquéritos de avaliação do grau de satisfação das populações residentes; que exerce atividade económica e que utilizam as áreas abrangentes nas estratégias de desenvolvimento urbano da Câmara Municipal de Coimbra, foram desenvolvidos pela equipa da CMC 11 inquéritos para 4 das áreas de intervenção que se integram no ARU da Baixa de Coimbra, que abrange as zonas urbanas da Rua da Sofia e Encosta da Rua da Sofia; os quarteirões adjacentes à Avenida Fernão de Magalhães; o Canal do Metro Mondego e Terreiro da Erva e a Rua Olímpio Nicolau onde se integra o Mercado Municipal D. Pedro V e, na ARU da Beira Rio de Coimbra, que abrange a zona do Parque Dr. Manuel Braga. Todo o processo de planeamento, execução e tratamento dos dados requer uma abordagem que obedece a etapas bem definidas que vão desde a definição dos objetivos a serem analisados até ao seu resultado final. Quanto há minha participação neste processo como estagiária, dei início às minhas atividades na fase de planeamento da execução de inquirição.

Após a definição da estratégia de inquirição, realizaram-se no Mercado Municipal D. Pedro V, a inquirição presencial aos utilizadores e aos seus operadores. Concluído este processo, foi realizada a validação dos inquéritos, que consiste na confirmação das respostas recolhidas, da sua codificação e do levantamento das “outras opções” para suporte de papel e, posteriormente, agrupadas por temáticas e organizadas por tabelas. O levantamento dos dados de “outras opções” possibilita uma análise mais detalhada dos problemas e necessidades identificados pelas populações inquiridas nas várias áreas a serem intervencionadas pelo PEDU de Coimbra. Após esta fase, procedeu-se à construção das bases de dados em SPSS de 11 Inquéritos e foram introduzidos os respetivos códigos nas variáveis correspondentes.

As 11 bases de dados criadas em SPSS correspondem aos seguintes inquéritos:

- “Inquérito de Avaliação de Satisfação aos Utilizadores da Encosta da Sofia”;

- “Inquérito de Avaliação de Satisfação à População que Desenvolve Atividade Económica na Encosta da Sofia”;
- “Inquérito de Avaliação de Satisfação à População Residente na Encosta da Rua da Sofia”;
- “Inquérito de Avaliação de Satisfação aos Utilizadores do Parque Dr. Manuel Braga”;
- “Inquérito de Avaliação de Satisfação à População que Desenvolve Atividade Económica na Envoltente do Parque Dr. Manuel Braga”;
- “Inquérito de Avaliação de Satisfação da População que Reside na Envoltente do Parque Dr. Manuel Braga”;
- “Inquérito de Avaliação de Satisfação à População que Desenvolve Atividade Económica no Largo do Arnado e Rua Simões de Castro”;
- “Inquérito de Avaliação de Satisfação aos Utilizadores do Largo do Arnado e Rua Simões de Castro”;
- “Inquérito de Avaliação de Satisfação à População Residente no Largo do Arnado e Rua Simões de Castro”;
- “Inquérito de Avaliação da Satisfação aos Utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V”;
- “Inquérito de Avaliação da Satisfação aos Operadores do Mercado Municipal D. Pedro V”;

Após a introdução dos dados dos inquéritos já codificados nas respetivas bases de dados, foi realizado uma primeira análise estatística, com o objetivo de identificar possíveis falhas na introdução dos dados e proceder à respetiva correção. Concluídas as verificações e reformulações dos dados, iniciou-se a análise estatística dos dados dos inquéritos de avaliação da satisfação aos Utilizadores e aos Operadores do Mercado Municipal D. Pedro V. Em modo de resumo, identificando por etapas todo o percurso de execução do estágio, é possível identificar os seguintes passos:

1. Participação em reuniões de equipa para definição de estratégias de inquirição e avaliação do ponto de situação;

2. Aplicação dos inquéritos no terreno;
3. Validação e Codificação dos inquéritos;
4. Transcrição das “Outras” opções de resposta para suporte de papel; a sua organização por “assunto” e elaboração de tabela descritiva;
5. Criação da base de dados dos inquéritos em SPSS;
6. Introdução dos dados codificados nas respetivas bases de dados;
7. Verificação e correção de dados mal introduzidos nas respetivas bases de dados;
8. Elaboração do relatório dos dados obtidos;

3.3 – Inquirição aos Utilizadores do Mercado Municipal

Na primeira reunião com a equipa de inquirição da CMC, realizada nos primeiros dias de estágio, ficaram estabelecidas as estratégias a adotar no processo de inquirição aos diversos “públicos-alvo” do Mercado Municipal.

A inquirição aos utilizadores do Mercado Municipal decorreu entre os dias 8 a 19 de Janeiro de 2018. Os inquéritos foram aplicados no terreno pelos estagiários, de forma presencial, nas manhãs de segunda-feira a quinta-feira durante as duas semanas de inquirição. O objetivo de inquirição aos utilizadores consistia numa amostra representativa da população que utiliza o mercado municipal de um total de 100 inquéritos, com uma amostra simétrica entre inquiridos do sexo masculino e inquiridos do sexo feminino. Foi também solicitado uma amostra variada em relação à idade dos inquiridos, no entanto, dado o curto período de tempo para inquirição, a resistência a responder a inquéritos e pelo facto de a maioria dos utilizadores corresponderem a uma faixa etária acima dos 60 anos, este objetivo de amostragem não foi totalmente conseguido.

Relativamente à inquirição aos operadores do mercado, o método de inquirição foi também presencial, com uma duração relativamente idêntica à aplicada aos utilizadores do mercado, tendo sido da responsabilidade da equipa da CMC, que foi dividida por zonas (zona do peixe; zona dos legumes; zona dos talhos; etc.).

3.4 – Estrutura dos Inquéritos de Avaliação do Grau de Satisfação dos Operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Em conformidade com os objetivos do PEDU de Coimbra, que visa a elaboração de inquéritos de avaliação do grau de satisfação das populações residentes; que exerce atividade económica e que utilizam as áreas abrangentes nas estratégias de desenvolvimento urbano da Câmara Municipal de Coimbra, sendo o Mercado Municipal D. Pedro V uma das áreas abrangentes desta estratégia, foram desenvolvidos pela CMC dois inquéritos de avaliação do grau de satisfação aos Operadores e aos Utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V.

Tratando-se de “grupos alvo” distintos, a estrutura dos inquéritos foi elaborada de forma adaptada a cada tipo de população a ser inquirida. Assim, foram desenvolvidos dois modelos de inquérito distintos:

- “Inquérito de Avaliação de Satisfação aos Operadores do Mercado Municipal D. Pedro V”;
- “Inquérito de Avaliação de Satisfação aos Utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V”.

Relativamente à estrutura do Inquérito aplicado aos Operadores do Mercado Municipal D. Pedro V, é composto por seis grupos de questão:

- Identidade do Inquirido (Grupo I), composta por três questões de identificação:
 - Sexo;
 - Idade;
 - Habilitações Literárias
- Identificação do Estabelecimento (Grupo II), composta por três questões de identificação:
 - Identificação do estabelecimento: Loja ou Banca
 - Principal Produto vendido

Na questão 2.1 (Principal Produto Vendido) do inquérito realizado aos Operadores do Mercado Municipal apenas são identificados dez produtos, no entanto, através da

opção “Outro, qual?” foi possível identificar mais cinco produtos (mercearia/charcutaria; queijo e laticínios; cafés, restaurantes e afins; padaria e venda de bens diversos)

- Atividade (grupo III), é composto por duas questões que pretendem identificar o tempo que o operador trabalha no mercado e a regularidade com que vai trabalhar por semana.
- Opinião acerca do Mercado (grupo IV) corresponde ao grau de satisfação do operador relativamente a cada aspeto específico do funcionamento do mercado: iluminação; condições de circulação dentro do mercado; a variedade de oferta de produtos; a existência de pontos de venda fora das bancas; zonas de descanso para clientes; ações de animação; limpeza geral do interior do mercado; funcionamento e higiene das casas de banho; o horário de funcionamento do mercado; a facilidade de estacionamento para clientes; condições térmicas e condições de armazenamento dos produtos para os operadores. A cada um destes itens é atribuído uma escala de satisfação que varia de 1 a 4 (1 – insatisfeito; 2 – pouco satisfeito; 3 – satisfeito; 4 – totalmente satisfeito) e 5 que corresponde a “não responde” ou “não sabe”.
- O grupo V é composto por uma escala numérica que representa o grau de satisfação geral de cada operador, numa escala de 1 a 10, relativamente ao Mercado e a escala de atitude, afirmativa ou negativa, relativamente à opinião pessoal de cada operador relativamente aos seguintes itens:
 - Gosto de trabalhar no Mercado;
 - O Mercado precisa ser modernizado;
 - Se houvesse restaurantes no Mercado era mais vantajoso para todos;
 - Deviam abrir lojas diferentes das existentes que atraíssem novos clientes;
 - É preciso publicitar mais o Mercado;
 - É preciso reorganizar as lojas e bancas;
 - Devia criar-se uma zona de esplanada;

- O grupo VI é composto por dois subgrupos. O primeiro é composto por uma tabela de escolha fechada de dez alterações a efetuar no mercado e duas opções que possibilitam ao operador identificar as alterações que cada operador mudaria no Mercado de forma livre. As opções de mudança apresentadas correspondem à integração de novos serviços prestados ao cliente, como a criação de restaurantes e esplanadas; zonas para crianças; entrega de compras ao domicílio; carrinhos de supermercado para facilitar o transporte das compras dentro do mercado facilitando o seu transporte e diminuindo o peso que cada cliente carrega à mão. Para além da comodidade e da criação de novas ofertas de consumo no Mercado, estão ainda equacionados a criação de atividades culturais e de lazer, é o caso dos *workshops* de culinária; feiras temáticas; etc. Ou ainda o melhoramento das condições físicas do espaço, como por exemplo, o embelezamento do edifício, ou o facto de o operador não pretender que sejam feitas quaisquer alterações no mercado. O segundo subgrupo é uma questão aberta que possibilita o operador a manifestar outras sugestões a serem implementadas no Mercado ou a possibilidade de fazer comentários onde manifestem o seu descontentamento com alguns aspetos específicos.

3.5 – Estrutura do Inquérito de Avaliação da Satisfação aos Utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Relativamente à estrutura do inquérito aplicado aos Utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V, é composto por cinco grupos de questão:

- Identidade do Inquirido e principais motivos que o levam a frequentar o Mercado Municipal (Grupo I), composta por seis questões de identificação:
 - Sexo;
 - Idade;
 - Habilitações Literárias
 - Reside na zona? Sim/Não;

- Com que frequência passa aqui? É composto pelas seguintes opções de escolha fechada: “Todos os dias”; “2 a 3 vezes por semana”; “3 ou 4 vezes por mês” e “raramente”;
- Quais as razões que o trazem aqui? É composto pelas seguintes opções de escolha fechada: “Trabalho na zona”; “Deslocação casa/escola”; “Deslocação casa/trabalho”; “vem fazer compras ao Mercado”; “Visita a monumentos e/ou passeio” e uma opção de escolha aberta: “Outra razão, qual?”;
- O Grupo II é composto por uma questão que pretende saber se o utilizador costuma fazer compras no Mercado, a resposta varia entre o Sim e o Não, sendo que para cada uma das respostas suscita a identificação do motivo. Caso o inquirido responda afirmativamente, ou seja, faz compras no Mercado Municipal, é-lhe pedido que identifique a principal razão (figura 2), podendo optar por um dos 6 motivos já identificados no inquérito no ponto 2.1, caso nenhuma das opções sugeridas corresponda ao motivo principal, o inquérito disponibiliza uma pergunta aberta à sua identificação. Os motivos identificados no inquérito são compostos pelas seguintes opções:
 - “Trabalho na zona”
 - “Os produtos são frescos”
 - “Os produtos são mais baratos”
 - “Os produtos têm mais qualidade que no supermercado”
 - “Tem confiança nos vendedores”
 - “Gosta do ambiente/experiência do mercado”
 - “Outra razão. Qual?”

Caso o inquirido responda negativamente à questão “Costuma fazer compras no Mercado?” é-lhe pedido que identifique a principal razão podendo optar por uma das cinco opções identificadas no ponto 2.2 do inquérito ou, caso nenhuma se aplique, tem a possibilidade que identificar o motivo através da opção aberta. Caso o inquirido não faça compras no Mercado, o inquérito termina nesta questão, após a identificação de um dos seguintes motivos:

- “ É mais confortável ir ao supermercado”

- “A qualidade não está garantida”
 - “Os preços tornam-se mais caros”
 - “Não tenho onde guardar as compras durante o dia”
 - “Não é confortável andar a fazer compras com as mãos cheias de sacos”
 - “Outra razão. Qual?”
- O Grupo III pretende a identificação do grau de satisfação de cada utilizador relativamente a cada um dos aspetos específicos apresentados sobre o Mercado Municipal. O grau de satisfação varia numa escala de 1 a 5, 1 – insatisfeito; 2 – pouco satisfeito; 3 – satisfeito; 4 – totalmente satisfeito; 5 – não responde ou não sabe.

Os aspetos específicos identificados no inquérito relativos ao Mercado Municipal são compostos por quinze situações inerentes ao seu funcionamento, desde a iluminação às condições de circulação pedonal dentro do espaço interior do Mercado, das zonas de pausa que possibilitam ao utilizador parar para beber café ou simplesmente se sentar. Questiona a satisfação com a limpeza e higiene, tanto do espaço interior como das casas de banho, passando ao funcionamento e distribuição/organização do espaço interior e da funcionalidade das bancas; lojas e produtores, fazendo a apreciação do grau de satisfação com a oferta/variedade de escolha dos produtos para venda, da qualidade do atendimento e da confiança nos vendedores. Para finalizar, questiona a facilidade do estacionamento para fazer compras e o horário de funcionamento do Mercado.

- O grupo IV é composto por uma escala numérica de 1 a 10, sobre uma apreciação global de satisfação de cada utilizador face ao Mercado Municipal. Neste grupo, o inquirido deve assinalar com uma cruz o número que traduz o seu grau de satisfação, sendo o 1 correspondente ao “totalmente insatisfeito”, o 5 corresponde a “moderadamente satisfeito” e o 10 corresponde a “totalmente satisfeito”.
- O Grupo V é composto por dois subgrupos. O primeiro é composto por uma tabela de escolha fechada composta por dez alterações possíveis de implementar no mercado, e duas opções de escolha livre que possibilitam ao

utilizador sugerir outras alterações a implementar que considere relevantes. As opções de mudança apresentadas no inquérito têm como objetivo o melhoramento das condições existentes do mercado e à integração de novos serviços que garantam uma maior satisfação do utilizador. As propostas de escolha apresentadas são diversas, desde a criação de espaços dedicados às crianças à criação de restaurantes e de esplanada no exterior do mercado bem como o alargamento do horário de funcionamento em horário noturno com atividades de lazer. É ainda proposto a criação de ações de animação do mercado e de *workshops* de culinária. Criar-se-ia um sistema de entrega de compras ao domicílio e, dentro do espaço do mercado, colocar-se-iam carrinhos de compras iguais aos do supermercado. Relativamente ao espaço físico, é proposto o embelezamento do edifício ou a opção de não mudar nada no mercado. O segundo subgrupo é uma questão aberta que possibilita o operador a manifestar outras sugestões ou opiniões relativamente ao mercado.

3.6 – Tratamento dos Dados Recolhidos: Codificação e Construção das Variáveis em SPSS

Após a recolha dos dados em inquérito, elaborou-se a validação e codificação dos dados para as quatro ARU de Coimbra. A cada área a intervencionar, foram submetidos três tipos de inquérito diferentes, adaptados ao tipo de população a ser inquirida.

Relativamente ao ARU da Beira Rio de Coimbra, a área inquirida corresponde ao Parque Dr. Manuel Braga, foram codificados três modelos de inquérito adaptados às populações inquiridas: “Utilizadores”; “Residentes” e que “Desenvolvem Atividade Económica” e introduzidos numa base de dados em SPSS após a criação das variáveis.

3.6.1 – Elaboração da Base de Dados do Inquérito de Avaliação de Satisfação aos Utilizadores do Parque Dr. Manuel Braga

Relativamente às variáveis dos Inquéritos de Avaliação da Satisfação aos Utilizadores do Parque Dr. Manuel Braga, foram criadas 20 variáveis, cada variável é composta por diferentes códigos de rótulos, dependendo das opções de resposta presentes em cada uma das variáveis.

Figura 6- Base de Dados dos Inquéritos de Avaliação da Satisfação aos utilizadores do Parque Dr. Manuel Braga

	Nome	Tipo	Largura	Decimais	Rótulo	Valores	Omisso	Colunas	Alinhar	Medida	Papel
1	NºInq	Numérico	3	0		Nenhum	Nenhum	7	Direito	Desconhecido	Entrada
2	Sexo	Numérico	1	0	Sexo	{1, Masculin...	Nenhum	6	Direito	Desconhecido	Entrada
3	Idade	Numérico	1	0	Idade	{1, - 18 ano...	Nenhum	7	Direito	Desconhecido	Entrada
4	Hab_Literarias	Numérico	1	0	Habilitações Lit...	{1, Não com...	Nenhum	13	Direito	Desconhecido	Entrada
5	reside	Numérico	1	0	Reside perto do...	{1, sim}...	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
6	Frequencia	Numérico	1	0	Frequência co...	{1, Todos o...	Nenhum	11	Direito	Desconhecido	Entrada
7	Razões	Numérico	1	0	Razões pelas q...	{1, Trabalho...	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
8	Iluminação_...	Numérico	1	0	Iluminação do p...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
9	conforto	Numérico	1	0	Conforto do pav...	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
10	Beleza	Numérico	1	0	Beleza do parque	{1, insatisfei...	Nenhum	12	Direito	Desconhecido	Entrada
11	Diversidade	Numérico	1	0	Diversidade de ...	{1, insatisfei...	Nenhum	11	Direito	Desconhecido	Entrada
12	Facilidade	Numérico	1	0	Facilidade de a...	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
13	Limpeza	Numérico	1	0	Limpeza do par...	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
14	Papeleiras	Numérico	1	0	Existência de p...	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
15	Eventos	Numérico	1	0	Realização de ...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
16	Instalações	Numérico	1	0	Nº de instalaçõ...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
17	Segurança	Numérico	1	0	Segurança das ...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
18	Outro	Numérico	1	0	Outro tipo de s...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
19	Global	Numérico	2	0	Apreciação global	{1, Totalme...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
20	Sugestões	Numérico	2	0	Sugestão de m...	{1, não mud...	Nenhum	12	Direito	Desconhecido	Entrada
21	Sugestões_2	Numérico	2	0	Sugestão de m...	{1, não mud...	Nenhum	12	Direito	Desconhecido	Entrada
22											
23											
24											
25											

Origem: Base de Dados aos Utilizadores do Parque Manuel Braga

O primeiro rótulo corresponde à variável do “sexo do inquirido”, é composto por 2 valores de codificação: 1 – “Masculino”; 2 – “Feminino”.

O segundo rótulo corresponde à variável “idade do/a inquirido/a” e é composta por 6 valores de codificação: 1 – “ – 18 anos”; 2 – “18 a 24 anos”; 3 – “25 a 34 anos”; 4 – “35 a 44 anos”; 5 – “45 a 54 anos”; 6 – “55 a 64 anos”; 7 – “65 e mais anos”.

O terceiro rótulo corresponde à variável “Nível de escolaridade mais alta que completou”, é composta por 7 valores de codificação: 1 – “Não completou nenhum grau de ensino”; 2 – “1º ciclo do ensino básico”; 3 – “2º ciclo do ensino básico”; 4 – “3º ciclo do ensino básico”; 5 – “Ensino secundário”; 6 – “Ensino superior”; 7 – “Doutoramento”;

O quarto rótulo corresponde à variável “Reside perto do parque”, é composta por 3 valores de codificação: 1 – “Sim”; 2 – “Não” e 99 – “Não responde”.

O quinto rótulo corresponde à variável “Frequência com que utiliza o parque” e é composto por 5 valores de codificação: 1 – “Todos os dias”; 2 – “Semanalmente”; 3 – “2 a 3 vezes por mês”; 4 – “Algumas vezes por ano” e 5 – “Tendencialmente quando há eventos”. Nesta variável não foi previsto no inquérito a possibilidade de inquiridos que estivessem a frequentar o parque como turistas, pelo que considero que está em falta o valor de “primeira vez que estou no parque”.

O sexto rótulo corresponde à variável “Razões pelas quais vai ao parque” e é composto por 7 valores de codificação: 1 – “Trabalho na zona”; 2- “Deslocação para o trabalho”; 3 – “Gosta de estar/passear no parque”; 4 – “Vem praticar atividade física”; 5 – “Visita ao museu da água”; 6 – “Vem ao restaurante”; 7 – “Outra razão”.

As variáveis “Iluminação do parque”; “Conforto do pavimento do parque”; “Beleza do parque”; “Diversidade de árvores e plantas”; “Facilidade de acesso ao parque”; “Limpeza do parque”; “Existência de papeleiras”; “Realização de eventos no parque”; “Número de instalações sanitárias públicas no parque”; “Segurança das condições físicas do parque” e, “Outro tipo de segurança (policiamento), são compostos por 5 valores de codificação: 1 – “Insatisfeito”; 2 – “Pouco satisfeito”; 3 – “Satisfeito”; 4 – “Totalmente satisfeito”; 5 – “Não sabe/não responde”.

O décimo oitavo rótulo corresponde à variável “Apreciação global” que no inquérito corresponde á tabela numérica do grau de satisfação geral e é composta por 10 valores codificados: 1- “Totalmente insatisfeito”; os códigos numéricos 2; 3 e 4 não têm correspondência; 5 – “Medianamente satisfeito”; os códigos numéricos 6; 7; 8 e 9 não têm correspondência; 10 – “Totalmente Satisfeito”.

As duas últimas variáveis correspondem às “Sugestões de Melhoria” e “Sugestões de Melhoria 2” e são compostas por 11 valores de codificação: 1 – “Não mudava nada”; 2 – “Colocava mais bebedouros”; 3 – “Colocava um piso mais confortável”; 4 – “Prolongava o parque até à ponte de St. Clara”; 5 – “Colocava instalações sanitárias públicas”; 6 - “Colocava um quiosque de venda de jornais e revistas”; 7 – “Organizava mais eventos

Culturais”; 8 – “Abatia as árvores em mau estado”; 9 – “Melhorava as condições de acesso para as pessoas com mobilidade condicionada”; 10 – “Outra 1”; 11 – “Outra 2”.

Foram introduzidos os valores codificados na base de dados do SPSS o total de 98 inquéritos válidos.

3.6.2 – Elaboração da Base de Dados do Inquérito de Avaliação de Satisfação à População que Desenvolve Atividade Económica na Envolve do Parque Dr. Manuel Braga

Relativamente às variáveis dos Inquéritos de Avaliação da Satisfação à População que Desenvolve Atividade Económica na Envolve do Parque Dr. Manuel Braga, foram criadas 28 variáveis, cada variável é composta por diferentes números/códigos de rótulos, dependendo das opções de resposta presentes em cada uma das variáveis.

Figura 7 – Base de Dados dos Inquéritos de Avaliação da Satisfação à População que Desenvolve Atividade Económica na Envolve do Parque Dr. Manuel Braga

	Nome	Tipo	Largura	Decimais	Rótulo	Valores	Omissão	Colunas	Alinhar	Medida	Papel
1	N°inq	Númérico	2	0		Nenhum	Nenhum	7	Direito	Desconhecido	Entrada
2	Sexo	Númérico	1	0	Sexo do/a inq...	{1. Masculin...}	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
3	Proprietário	Númérico	1	0	Propriedade do ...	{1. Proprietá...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
4	Tempo	Númérico	1	0	Tempo a que d...	{1. Menos d...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
5	Idade	Númérico	1	0	Idade do/a inq...	{1. 18 - 24 a...}	Nenhum	11	Direito	Desconhecido	Entrada
6	Habilitações	Númérico	1	0	Nível de escolar...	{1. Não com...}	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
7	Tipo_act	Númérico	2	0	Tipo de activida...	{1. Comérci...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
8	Iluminação	Númérico	1	0	Iluminação do p...	{1. insatisfei...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
9	Conforto	Númérico	1	0	Conforto do pav...	{1. insatisfei...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
10	Beleza	Númérico	1	0	Beleza do parque	{1. insatisfei...}	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
11	Adequação	Númérico	1	0	Adequação da ...	{1. insatisfei...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
12	Manutenção	Númérico	1	0	Manutenção da ...	{1. insatisfei...}	Nenhum	12	Direito	Desconhecido	Entrada
13	Limpeza	Númérico	1	0	Limpeza do par...	{1. insatisfei...}	Nenhum	11	Direito	Desconhecido	Entrada
14	Papeleiras	Númérico	1	0	Existência de p...	{1. insatisfei...}	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
15	Eventos	Númérico	1	0	Utilização do p...	{1. insatisfei...}	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
16	Concertos	Númérico	1	0	Realização de ...	{1. insatisfei...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
17	Feira_Livro	Númérico	1	0	Realização da f...	{1. insatisfei...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
18	Desportivos	Númérico	1	0	Realização de ...	{1. insatisfei...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
19	Ruído	Númérico	1	0	Ruído provocad...	{1. insatisfei...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
20	Facilidade	Númérico	1	0	Facilidade de a...	{1. insatisfei...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
21	Restaurante	Númérico	1	0	Estética do res...	{1. insatisfei...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
22	Gelateria	Númérico	1	0	Estética da gel...	{1. insatisfei...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
23	Segurança	Númérico	1	0	Segurança das ...	{1. insatisfei...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
24	Outro	Númérico	1	0	Outro tipo de s...	{1. insatisfei...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
25	Contributo	Númérico	1	0	Contributo da e...	{1. insatisfei...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada

Origem: Base de Dados da Atividade Económica da Envolve do Parque Manuel Braga

O primeiro rótulo corresponde à variável do “sexo do inquirido”, é composto por 2 valores de codificação: 1 – “Masculino”; 2 – “Feminino”. O segundo rótulo corresponde à variável “Propriedade do negócio/atividade/estabelecimento”, composto por 2 valores de codificação: 1 – “proprietário”; 2 – “gerente ou equivalente”.

O terceiro rótulo corresponde à variável “Tempo a que desempenha funções”, composto por 4 valores de codificação: 1 – “menos de 1 ano”; 2 – “entre 1 e 3 anos”; 3 – “entre 4 e 9 anos”; 4 – “mais de 10 anos”.

O quarto rótulo corresponde à variável “idade do/a inquirido/a” e é composta por 6 valores de codificação: 1 – “18 a 24 anos”; 2 – “25 a 34 anos”; 3 – “35 a 44 anos”; 4 – “45 a 54 anos”; 5 – “55 a 64 anos”; 6 – “65 e mais anos”.

O quinto rótulo corresponde à variável “Nível de escolaridade mais alta que completou”, é composta por 7 valores de codificação: 1 – “Não completou nenhum grau de ensino”; 2 – “1º ciclo do ensino básico”; 3 – “2º ciclo do ensino básico”; 4 – “3º ciclo do ensino básico”; 5 – “Ensino secundário”; 6 – “Ensino superior”; 7 – “Doutoramento”.

O sexto rótulo corresponde à variável “Tipo de atividade económica” e é composto por 12 valores de codificação: 1 – “Comércio de bens alimentares”; 2 – “Comércio de retalho de roupas”; 3 – “Comércio de retalho de artigos para o lar”; 4 – “Comércio de retalho de produtos de estética e cabeleireiros”; 5 – “Serviços pessoais (cabeleireiro, estética, etc.)”; 6 – “Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis”; 7 – “Atividades jurídicas e contabilidade”; 8 – “Restauração e similares”; 9 – “Alojamento”; 10 – “Artigos medicinais e ortopédicos”; 11 – “Banca ou seguros”; 12 – “Outra. Qual?”;

As variáveis “Iluminação do parque”; “Conforto do pavimento”; “Beleza do parque”; “Adequação da zona para passear e estar”; “Manutenção das árvores e outras espécies vegetais”; “Limpeza do parque”; “Existência de papelarias”; “Utilização do parque para a realização de eventos”; “Realização de concertos de música no parque”; “Realização da feira do livro no parque”; “Realização de eventos desportivos no parque”; “Ruído provocado pelos eventos”; “Facilidade de acesso ao parque”; “Estética do restaurante que existe no parque”; “Estética da gelataria que existe no parque”; “Segurança das condições do parque”; “Outro tipo de segurança (policimento, tipo de frequência social, etc.)”; “Contributo da existência do parque para a atração de clientes”; e o “Aumento das vendas decorrentes dos eventos que ocorrem no parque”, correspondem a variáveis de avaliação do grau de satisfação, composto por 5 valores de codificação: 1 – “Insatisfeito”; 2 – “Pouco satisfeito”; 3 – “Satisfeito”; 4 – “Totalmente satisfeito”; 5 – “Não sabe/não responde”.

A vigésima sexta variável corresponde á “Apreciação Global” que no inquérito corresponde á tabela numérica do grau de satisfação geral e é composta por 10 valores codificados: 1- “Totalmente insatisfeito”; os códigos numéricos 2; 3 e 4 não têm correspondência; 5 – “Medianamente satisfeito”; os códigos numéricos 6; 7; 8 e 9 não têm correspondência; 10 – “Totalmente Satisfeito”.

As duas últimas variáveis correspondem às “Sugestões de Melhoria” e “Sugestões de Melhoria 2” e são compostas por 7 valores codificados: 1 – “Não mudava nada”; 2 – “Criava mais uma passadeira para facilitar o circuito de peões no parque e estabelecimentos”; 3 - “ Dinamizava o parque com mais eventos”; 4 – “Colocava um piso mais confortável para os peões”; 5 – “Melhorava a iluminação como medida de segurança”; 6 – “Outra”; 7 – “Outra 2”. Foram introduzidos os valores codificados na base de dados SPSS o total de 16 Inquéritos válidos.

3.6.3 – Elaboração da Base de Dados do Inquérito de Avaliação da Satisfação à População que Reside na Envolve do Parque Dr. Manuel Braga

Relativamente às variáveis dos Inquéritos de Avaliação de Satisfação aplicados aos residentes da área envolvente ao Parque da Cidade, foram criadas 30 variáveis, cada variável é composta por diferentes números/códigos de rótulos, dependendo das opções de resposta presentes em cada uma das variáveis.

Figura 8 - Variáveis dos Inquéritos de Avaliação da Satisfação à População que Reside na Envolve do Parque Dr. Manuel Braga

	Nome	Tipo	Largura	Decimais	Rótulo	Valores	Omissão	Colunas	Alinhar	Medida	Papel
8	Costuma	Numérico	1	0	Costuma ir ao parque	{1, Sim}	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
9	Frequência	Numérico	1	0	Frequência com que utiliza o parq...	{1, Todos o...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
10	Razão	Numérico	1	0	Razões para ir ao parque	{1, Desloca...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
11	Razão2	Numérico	1	0	Razões para ir ao parque	{1, Desloca...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
12	Iluminação	Numérico	1	0	Iluminação do parque	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
13	Conforto	Numérico	1	0	Conforto do pavimento	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
14	Beleza	Numérico	1	0	Beleza do parque	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Nominal	Entrada
15	Adequação	Numérico	1	0	Adequação da zona para passear...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
16	Manutenção	Numérico	1	0	Manutenção das árvores e outars...	{1, insatisfei...	Nenhum	12	Direito	Nominal	Entrada
17	Limpeza	Numérico	1	0	Limpeza do parque	{1, insatisfei...	Nenhum	11	Direito	Nominal	Entrada
18	Papeleiras	Numérico	1	0	Existência de papeleiras	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Nominal	Entrada
19	Eventos	Numérico	1	0	Utilização do parque para a realiz...	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Nominal	Entrada
20	Concertos	Numérico	1	0	Realização de concertos de músi...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
21	Feira_Livro	Numérico	1	0	Realização da feira do livro no par...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
22	Desportivos	Numérico	1	0	Realização de eventos desportivo...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
23	Ruído	Numérico	1	0	Ruído provocado pelos eventos	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
24	Facilidade	Numérico	1	0	Facilidade de acesso ao parque	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
25	Restaurante	Numérico	1	0	Estética do restaurante que exist...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
26	Gelateria	Numérico	1	0	Estética da gelateria que existe n...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
27	Segurança	Numérico	1	0	Segurança das condições do parq...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
28	Outro	Numérico	1	0	Outro tipo de segurança (policiam...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
29	Global	Numérico	2	0	Apreciação global	{1, Totalme...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
30	Mudar	Numérico	2	0	Sugestões de mudança	{1, não mud...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
31	Mudar2	Numérico	2	0	Sugestões de Melhoria 2	{1, não mud...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada

Origem: Base de Dados Dos Residentes da Envolve do Parque Manuel Braga

O primeiro rótulo corresponde à variável “Reside permanentemente na zona” que é composta por dois valores codificados: 1- “sim” e 2 – “não”.

O segundo rótulo corresponde à variável “Se reside, há quanto tempo”, composta por 4 valores de codificação: 1 – “Menos de um ano”; 2 – “Entre 1 e 3 anos”; 3 – “Entre 4 e 9 anos”; 4 – “Mais de 10 anos”.

O terceiro rótulo corresponde à variável “Se não, qual a situação” composta por 4 valores de codificação: 1 – “Está cá temporariamente por razoes profissionais”; 2 – “Veio estudar para Coimbra”; 3 – “Está temporariamente por razões familiares”; 4 – “Outra. Qual?”.

O quarto rótulo corresponde à variável do “sexo do inquirido”, composto por 2 valores de codificação: 1 – “Masculino”; 2 – “Feminino”.

O quinto rótulo corresponde à variável “Idade do/a inquirido/a” e é composta por 7 valores codificados: 1 – “- de 18 anos”; 2 – “18 – 24 anos”; 3 – “25 – 34 anos”; 4 – “35 – 44 anos”; 5 – “45 – 54 anos”; 6 – “55 – 64 anos”; 7 – “65 e mais anos”.

O sexto rótulo corresponde à variável do “Nível de escolaridade mais alto que completou”, composto por 7 valores codificados: 1 – “Não completou nenhum grau de ensino”; 2 – “1º ciclo do ensino básico”; 3 – “2º ciclo do ensino básico”; 4 – “3º ciclo do ensino básico”; 5 – “Ensino secundário”; 6 – “Ensino superior”; 7 – “Doutoramento”.

O sétimo rótulo corresponde à variável “Costuma ir ao parque”, composto por 3 valores codificados: 1 – “Sim”; 2 – “Raramente”; 3 – “Não”.

O oitavo rótulo é composto pela variável “Frequência com que utiliza o parque”, composto por 5 valores codificados: 1 – “Todos os dias”; 2 – “Semanalmente”; 3 – “2 ou 3 vezes por mês”; 4 – “Algumas vezes por ano”; 5 – “Tendencialmente quando há eventos”.

O nono rótulo corresponde à variável “Razões para ir ao parque”, é composto por 6 valores codificados: 1 – “Deslocação casa trabalho”; 2 – “Gosta de estar/passear no parque”; 3 – “Praticar atividade física”; 4 – “Visitar o Museu da Água”; 5 – “ir ao restaurante”; 6 – “Outra razão”.

O décimo rótulo corresponde à segunda opção de escolha da variável anterior (“Razões para ir ao parque”).

O conjunto das variáveis “Iluminação do parque”; “Conforto do pavimento”; “Beleza do parque”; “Adequação da zona para passear e estar”; “Manutenção das árvores e outras espécies vegetais”; “Limpeza do parque”; “Existência de papeleiras”; “Utilização do parque para a realização de eventos”; “Realização de concertos de música no parque”; “Realização da feira do livro no parque”; “Realização de eventos desportivos no parque”; “Ruido provocado pelos eventos”; “Facilidade de acesso ao parque”; “Estética do restaurante que existe no parque”; “Estética da gelataria que existe no parque”; “Segurança das condições do parque”; “Outro tipo de segurança (policimento, tipo de frequência social, etc.) ”, correspondem a variáveis de avaliação do grau de satisfação,

composto por 5 valores de codificação: 1 – “Insatisfeito”; 2 – “Pouco satisfeito”; 3 – “Satisfeito”; 4 – “Totalmente satisfeito”; 5 – “Não sabe/não responde”.

A vigésima oitava variável corresponde á “Apreciação Global” que no inquérito corresponde á tabela numérica do grau de satisfação geral e é composta por 10 valores codificados: 1- “Totalmente insatisfeito”; os códigos numéricos 2; 3 e 4 não têm correspondência; 5 – “Medianamente satisfeito”; os códigos numéricos 6; 7; 8 e 9 não têm correspondência; 10 – “Totalmente Satisfeito”.

As duas últimas variáveis correspondem às “Sugestões de Melhoria” e “Sugestões de Melhoria 2” e são compostas por 8 valores codificados: 1 – “Não mudava nada”; 2 – “Criava equipamentos de restauração de maior qualidade”; 3 - “ Substituía as árvores em mau estado”; 4 – “Colocava um piso mais confortável para os peões”; 5 – “Melhorava a iluminação como medida de segurança”; 6 – “Colocava mais uma passadeira para facilitar o acesso de peões ao parque”; 7 – “Outra”; 8 – “Outra 2”. Foram introduzidos valores codificados na base de dados do SPSS de 13 inquéritos válidos.

Relativamente às ARU da Baixa de Coimbra, foram codificados e inseridos os dados em SPSS de oito inquéritos distribuídos por três áreas de Intervenção Urbanística:

- Utilizadores; população residente e população que desenvolve atividades económicas na Encosta da Rua da Sofia;
- Utilizadores; população residente e população que desenvolve atividades económicas no Largo do Arnado e Rua Simões de Castro;
- Utilizadores e Operadores do Mercado Municipal D. Pedro V;

3.6.4 – Elaboração da Base de Dados do Inquérito de Avaliação da Satisfação à População que Desenvolve Atividade Económica no Largo do Arnado e Rua Simões de Castro

Foram criadas 30 variáveis para o “Inquérito de Avaliação da Satisfação à População que Desenvolve Atividade Económica no Largo do Arnado e Rua Simões de Castro”, cada variável é composta por diferentes códigos de rótulos que variam conforme a resposta identificada:

Figura 9- Base de Dados dos inquéritos de Avaliação da Satisfação à População que Desenvolve Atividade Económica no Largo do Arnado e Rua Simões de Castro

	Nome	Tipo	Largura	Decimais	Rótulo	Valores	Omisso	Colunas	Alinhar	Medida	Papel
1	Nºinq	Numérico	3	0		Nenhum	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
2	Sexo	Numérico	1	0	Sexo	{1, Masculin...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
3	Proprietário	Numérico	1	0	Propriedade do	{1, propriet...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
4	TempoF	Numérico	1	0	Tempo nas Fun...	{1, Menos d...	Nenhum	8	Direito	Escala	Entrada
5	Idade	Numérico	1	0	Idade	{1, 18 - 24 a...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
6	Hab_Literarias	Numérico	2	0	Habilitações Lit...	{1, Não com...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
7	TipoActivi	Numérico	2	0	Tipo de activida...	{1, Comérci...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
8	Iluminação...	Numérico	1	0	Iluminação da r...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
9	Conforto_pa	Numérico	1	0	Conforto do pav...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
10	Águas_pluvi...	Numérico	1	0	Esgoamento de...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
11	Beleza	Numérico	1	0	Beleza do espa...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
12	Usufruto	Numérico	1	0	Condições físic...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
13	Circuitos	Numérico	1	0	Circuitos de tra...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
14	Intensidade	Numérico	1	0	Fluxo e intensi...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
15	Semáforos	Numérico	1	0	Funcionamento...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
16	Condições	Numérico	1	0	Condições para...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
17	limpeza	Numérico	1	0	Limpeza das ruas	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
18	Lixo	Numérico	1	0	Recolha do lixo	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
19	População	Numérico	1	0	População que ...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
20	Segurança	Numérico	1	0	Segurança	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
21	Adequação	Numérico	1	0	Adequação da ...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
22	Existência	Numérico	1	0	Existência de z...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
23	Acessibilida	Numérico	1	0	Adequação da ...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
24	Atractividade	Numérico	1	0	Atractividade d...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
25	Mobilidade	Numérico	1	0	Adequação do ...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada

Origem: Base de Dados da Atividade Económica no Arnado e Rua Simões de Castro

No primeiro rótulo identificamos a variável “Sexo”, composta por 2 valores codificados: 1 – “Masculino” e 2 – “Feminino”.

O segundo rótulo corresponde à variável “Propriedade do Estabelecimento”, composta por 2 valores codificados: 1 – “Proprietário”; “Gerente ou Equivalente”.

O terceiro rótulo corresponde à variável do “Tempo de Funções” e é composto por 4 valores codificados: 1 – “Menos de 1 ano”; 2 – “1 a 3 anos”; 3 – “4 a 9 anos”; 4 – “Mais de 10 anos”.

O quarto rótulo corresponde à variável da “Idade” e são identificados 6 valores codificados; 1 – “18 a 24 anos”; 2 – “25 a 34 anos”; 3 – “35 a 44 anos”; 4 – “45 a 54 anos”; 5 – “55 a 64 anos” e 6 – “65 e mais anos”.

O quinto rótulo corresponde à variável das “Habilitações Literárias” e é composta por 8 valores codificados: 1 – “ Não completou nenhum grau de ensino”; 2 – “1º ciclo do ensino básico”; 3 – “2º ciclo do ensino básico”; 4 – “3º ciclo do ensino básico”; 5 – “Ensino secundário”; 6 – “Ensino superior”; 7 – “Doutoramento” e 99 – “Não responde”.

O sexto rótulo corresponde à variável do “Tipo de atividade económica”, foram identificados 11 atividades comerciais e duas opções de escolha sem equivalência a atividade desempenhada, sendo composta por 13 valores codificados: 1 – “Comércio de bens alimentares”; 2 – “Comércio de retalho de roupas”; 3 – “Comércio de retalho de artigos para o lar”; 4 – “Comércio a retalho de produtos de estética e cabeleireiro”; 5 – “Serviços pessoais (cabeleireiro, estética, etc.) ”; 6 – “comércio por grosso e a retalho; reparações de veículos automóveis”; 7 – “Atividades jurídicas e de contabilidade”; 8 – “Restauração e similares”; 9 – “Alojamento”; 10 – “Atividades de edição”; 11 – “Banca ou Seguros”; 12 – “Outra”; 99 – “Não responde”.

As variáveis “Iluminação da rua/espço”; “Conforto do pavimento para peões”; “Escoamento de águas pluviais”; “Beleza do espaço público”; “Condições físicas para usufruto do espaço público”; “Circuitos de trânsito”; “Fluxo e intensidade do trânsito”; “Funcionamento dos semáforos”; “Condições para circulação pedonal”; “Limpeza das ruas”; “Recolha do lixo”; “População que frequenta o espaço”; “Segurança”; “Adequação da acessibilidade viária para fornecedores do estabelecimento”; “Existência de zonas de cargas e descargas”; “Adequação de acessibilidade viária para clientes”; “Adequação do espaço público para clientes com mobilidade condicionada”; “Facilidade de estacionamento para clientes”; “Facilidade de estacionamento para empresários” e a variável “Tipo de ocupação dominante” correspondem a variáveis de avaliação do grau de satisfação composto por 5 valores de codificação: 1 – “Insatisfeito”; 2 – “Pouco satisfeito”; 3 – “Satisfeito”; 4 – “Totalmente satisfeito” e 5 – “Não sabe/Não responde”.

A vigésima oitava variável corresponde à “Apreciação Global”, no inquérito é representado por uma escala numérica do grau de satisfação geral e é composta por 10

valores codificados: 1- “Totalmente insatisfeito”; 5 – “Medianamente satisfeito”; 10 – “Totalmente satisfeito”, as escalas numéricas “2”; “3”; “4”; “6”; “7”; “8” e “9” não têm correspondência.

As duas últimas variáveis correspondem às “Sugestões de Melhoria 1” e “Sugestões de Melhoria 2” e são compostas por 8 valores codificados: 1 – “Não mudava nada”; 2 – “Criava rotunda junto ao Arnado para melhorar o trânsito”; 3 – “Alargava os passeios”; 4 – “Colocava um piso mais confortável para os peões”; 5 – “Embelezava o espaço público”; 6 – “Outra”; 7 – “Outra” e 99 – “Não responde”. Foram introduzidos valores codificados na base de dados do SPSS de 34 inquéritos válidos.

3.6.5 – Elaboração da Base de Dados do Inquérito de Avaliação da Satisfação aos Utilizadores do Largo do Arnado e Rua Simões de Castro

Relativamente aos inquéritos de avaliação de satisfação aos utilizadores do Largo do Arnado e da Rua Simões de Castro, foram criadas 20 variáveis. Cada variável é composta por diferentes códigos de rótulos que variam conforme a resposta identificada:

Figura 10 - Base de Dados do Inquérito de Avaliação de Satisfação aos Utilizadores do Largo do Arnado e Rua Simões de Castro

	Nome	Tipo	Largura	Decimais	Rótulo	Valores	Omissão	Colunas	Alinhar	Medida	Papel
1	Nºinq	Numérico	3	0		Nenhum	Nenhum	7	Direito	Desconhecido	Entrada
2	Sexo	Numérico	1	0	Sexo	{1, Masculin...	Nenhum	6	Direito	Desconhecido	Entrada
3	Idade	Numérico	1	0	Idade	{1, 18 anos)...	Nenhum	7	Direito	Desconhecido	Entrada
4	Hab_Literarias	Numérico	1	0	Habilitações Lit...	{1, Não com...	Nenhum	13	Direito	Desconhecido	Entrada
5	reside	Numérico	1	0	Reside na zona...	{1, sim)...	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
6	Frequencia	Numérico	1	0	Dos não reside...	{1, Todos o...	Nenhum	11	Direito	Desconhecido	Entrada
7	Razões	Numérico	1	0	Razões pelas q...	{1, Trabalho...	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
8	Iluminação...	Numérico	1	0	Iluminação da r...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
9	condicoes	Numérico	1	0	Condições para...	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
10	Escoamento	Numérico	1	0	Escoamento da...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
11	Beleza	Numérico	1	0	Beleza do espa...	{1, insatisfei...	Nenhum	12	Direito	Desconhecido	Entrada
12	Aurbano	Numérico	1	0	Ambiente Urbano	{1, insatisfei...	Nenhum	11	Direito	Desconhecido	Entrada
13	Facilidade	Numérico	1	0	Facilidade de e...	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
14	Limp	Numérico	1	0	Limpeza das R...	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
15	Papeleiras	Numérico	1	0	Existência de p...	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
16	Diversidade	Numérico	1	0	Diversidade de p...	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
17	População	Numérico	1	0	População que ...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
18	Segurança	Numérico	1	0	Segurança	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
19	Global	Numérico	2	0	Apreciação Glo...	{1, Totalme...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
20	Mudar	Numérico	2	0	Sugestões de ...	{1, não mud...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
21	Mudar2	Numérico	2	0	Sugestões de ...	{1, não mud...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
22											
23											
24											

Origem: Base de Dados dos Utilizadores do Arnado e Rua Simões de Castro

No primeiro rótulo identificamos a variável “Sexo”, composta por 2 valores codificados: 1 – “Masculino” e 2 – “Feminino”.

O segundo rótulo representa a variável da “Idade” e é composta por 6 valores codificados; 1 – “18 a 24 anos”; 2 – “25 a 34 anos”; 3 – “35 a 44 anos”; 4 – “45 a 54 anos”; 5 – “55 a 64 anos” e 6 – “65 e mais anos”.

O terceiro rótulo corresponde à variável das “Habilitações Literárias” e é composta por 7 valores codificados: 1 – “ Não completou nenhum grau de ensino”; 2 – “1º ciclo do ensino básico”; 3 – “2º ciclo do ensino básico”; 4 – “3º ciclo do ensino básico”; 5 – “Ensino secundário”; 6 – “Ensino superior” e 7 – “Doutoramento”.

O quarto rótulo corresponde à variável “Reside na zona” e é composto por 2 valores de codificação: 1 – “Sim”; 2 – “Não”.

O quinto rótulo corresponde à variável “Dos não residentes, com que frequência utiliza a zona” e é composto por 5 valores codificados: 1 – “Todos os dias”; 2 – “2 a 3 vezes por semana”; 3 – “3 ou 4 vezes por mês”; 4 – “Raramente” e 5 – “Nunca, está a passar por acaso”.

O sexto rótulo corresponde à variável “Razões que o/a trazem aqui” e é composto por 6 valores codificados: 1 – “Trabalho na zona”; 2 – “Deslocação casa/escola”; 3 – “Deslocação casa/trabalho”; 4 – “Compras ou serviços”; 5 – “Visita a monumentos e/ou passeio” e o valor de código 6 que corresponde à opção “Outra razão”.

As variáveis “Iluminação da rua/espço”; “Condições para a circulação pedonal”; “Escoamento das águas pluviais”; “Beleza do espaço público”; “Ambiente urbano”; “Facilidade de estacionamento”; “Limpeza das ruas”; “Existência de papelarias”; “Diversidade de atividades”; “População que frequenta o espaço” e a variável “Segurança” correspondem a variáveis de avaliação do grau de satisfação e são compostos por 5 valores de codificação: 1 – “Insatisfeito”; 2 – “Pouco satisfeito”; 3 – “Satisfeito”; 4 – “Totalmente satisfeito” e 5 – “Não sabe/Não responde”.

O décimo oitavo rótulo corresponde à variável da “Apreciação Global” no inquérito é representada por uma escala numérica do grau de satisfação geral e é composta por 10 valores codificados: 1- “Totalmente insatisfeito”; 5 – “Medianamente satisfeito”; 10 – “Totalmente satisfeito”, as escalas numéricas “2”; “3”; “4”; “6”; “7”; “8” e “9” não têm correspondência.

Os dois últimos rótulos correspondem às variáveis de “Sugestões de mudança 1” e “Sugestões de mudança 2” e são compostas por 8 valores de codificação: 1 – “Não mudava nada”; 2 – “Alargava os passeios”; 3 – “Colocava um piso mais confortável”; 4 – “Embelezava a zona”; 5 – “Regulava o trânsito”; 6 – “Outra 1”; 7 – “Outra 2” e o código 99 que corresponde a “Não responde”. Foram introduzidos os valores codificados na base de dados do SPSS de 100 inquéritos válidos.

3.6.6 – Elaboração da Base de Dados do Inquérito de Avaliação da Satisfação à População Residente no Largo do Arnado e Rua Simões de Castro

Relativamente aos inquéritos de avaliação de satisfação à População Residente no Largo do Arnado e da Rua Simões de Castro, foram criadas 24 variáveis. Cada variável é composta por diferentes códigos de rótulos que variam conforme a resposta identificada:

Figura 11 - Base de Dados do Inquérito de Avaliação da Satisfação à População Residente no Largo do Arnado e Rua Simões de Castro

	Nome	Tipo	Largura	Decimais	Rótulo	Valores	Omissão	Colunas	Alinhar	Medida	Papel
1	NºInq	Numérico	3	0		Nenhum	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
2	residZ	Numérico	1	0	Reside na zona	{1, Sim}...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
3	TempoResid	Numérico	1	0	Tempo de resid...	{1, < 1 ano}...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
4	Sit_não_res...	Numérico	1	0	Não reside per...	{1, Está te...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
5	Sexo	Numérico	1	0	Sexo	{1, Masculin...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
6	Idade	Numérico	1	0	Idade	{1, 18 anos}...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
7	Hab_Literarias	Numérico	1	0	Habilitações Lit...	{1, Não com...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
8	Iluminação_...	Numérico	1	0	Iluminação da r...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
9	conforto_pe...	Numérico	1	0	Conforto do pav...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
10	aguas_pluvi...	Numérico	1	0	Escoamento de...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
11	Beleza	Numérico	1	0	Beleza do espa...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
12	passrear	Numérico	1	0	Adequação da ...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
13	estacionam...	Numérico	1	0	Facilidade de e...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
14	circuitos	Numérico	1	0	Circuitos de tra...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
15	intensidade	Numérico	1	0	Intensidade do ...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
16	semáforos	Numérico	1	0	Funcionamento...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
17	ambiente	Numérico	1	0	Ambiente urban...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
18	circulação	Numérico	1	0	Condições para...	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
19	limpeza	Numérico	1	0	Limpeza das ruas	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
20	papeleiras	Numérico	1	0	Existência de p...	Nenhum	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
21	lixo	Numérico	1	0	Recolha do lixo	Nenhum	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
22	população	Numérico	1	0	População que ...	Nenhum	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
23	segurança	Numérico	1	0	Segurança	Nenhum	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
24	global	Numérico	2	0	grau de satisfa...	{1, Totalme...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada

Origem: Base de Dados dos Residentes do Arnado e Rua Simões de Castro

No primeiro rótulo identificamos a variável “Reside na zona” e é composta por 2 valores codificados: 1 – “Sim” e 2 – “Não”, na sequência de uma resposta positiva, o segundo rótulo corresponde à variável “Tempo de residência na zona” e é composta por 4 valores codificados: 1 – “Menos de 1 ano”; 2 – “De 1 a 3 anos”; 3 – “De 4 a 9 anos” e o valor

4 – “10 ou mais anos”. Caso a sequência da resposta à primeira variável seja negativa, os motivos são identificados na terceira variável “Não reside permanentemente/situação” e é composta por 3 valores codificados: 1 – “Está temporariamente por razões profissionais”; 2 – “Estudante” e 3 – “Está temporariamente por razões familiares”.

O quarto rótulo é composto pela variável “Sexo” e é composta por 2 valores de codificação: 1 – “Masculino” e 2 – “Feminino”.

O quinto rótulo corresponde à variável da “Idade” e é composto por 6 valores codificados: 1 – “18 anos”; 2 – “19 a 24 anos”; 3 – “25 a 34 anos”; 4 – “35 a 44 anos”; 5 – “45 a 54 anos” e o valor 6 – “65 e mais anos”.

O sexto rótulo corresponde à variável “Habilitações Literárias” e é composto por 7 valores codificados: 1 – “Não completou nenhum grau de ensino”; 2 – “1º ciclo do ensino básico”; 3 – “2º ciclo do ensino básico”; 4 – “3º ciclo do ensino básico”; 5 – “Ensino secundário”; 6 – “Ensino superior” e 7 – “Doutoramento”.

As variáveis “Iluminação da rua/espço”; “Conforto do pavimento para peões”; “Escoamento de águas pluviais”; “Beleza do espaço público”; “Adequação da zona para passear e fazer compras”; “Facilidade de estacionamento”; “Circuitos de trânsito”; “Intensidade do trânsito”; “Funcionamento dos semáforos”; “Ambiente urbano para residir”; “Limpeza das ruas”; “Existência de papelarias”; “Recolha do lixo”; “População que frequenta o espaço” e a variável “Segurança” correspondem a variáveis de avaliação do grau de satisfação e são compostas por 5 valores codificados: 1 – “Insatisfeito”; 2 – “Pouco satisfeito”; 3 – “Satisfeito”; 4 – “Totalmente satisfeito” e o valor 5 que corresponde à codificação de “Não responde/não sabe”.

A vigésima segunda variável corresponde à variável da “Apreciação Global” no inquérito é representada por uma escala numérica do grau de satisfação geral e é composta por 10 valores codificados: 1- “Totalmente insatisfeito”; 5 – “Medianamente satisfeito”; 10 – “Totalmente satisfeito”, as escalas numéricas “2”; “3”; “4”; “6”; “7”; “8” e “9” não têm correspondência.

Os dois últimos rótulos correspondem às variáveis de “Sugestões de mudança 1” e “Sugestões de mudança 2” e são compostas por 7 valores de codificação: 1 – “Não mudava nada”; 2 – “Criava rotunda junto ao Arnado para melhorar o trânsito”; 3 –

“Alargava o passeio”; 4 – “Colocava um piso mais confortável para os peões”; 5 – “Embelezava o espaço público”; 6 – “Outra 1” e 7 – “Outra 2”. Foram introduzidos valores codificados na base de dados do SPSS de 50 inquéritos válidos.

3.6.7 – Elaboração da Base de Dados do Inquérito de Avaliação de Satisfação aos Operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Relativamente aos Inquéritos de Avaliação do Grau de Satisfação aos Operadores do Mercado Municipal D. Pedro V, foram criadas 29 variáveis. Cada variável é composta por diferentes códigos de rótulos que variam conforme a resposta identificada:

Figura 12 - Base de Dados do Inquérito de Avaliação da Satisfação aos Operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

	Nome	Tipo	Largura	Decimais	Rótulo	Valores	Omisso	Colunas	Alinhar	Medida
5	ID	Númérico	2	0	Identificação estabelecimento	{1, Loja}...	Nenhum	5	Direito	Nominal
6	Principal	Númérico	2	0	Principal produto vendido	{1, carne}...	Nenhum	8	Direito	Nominal
7	Tempo	Númérico	2	0	Tempo de atividade no Mercado	{1, um ano ...	Nenhum	7	Direito	Nominal
8	Frequencia	Númérico	2	0	Frequência com que vai trabalhar	{1, Todos o ...	Nenhum	9	Direito	Nominal
9	Iluminação_...	Númérico	2	0	Iluminação do Mercado	{1, insatisfei...	Nenhum	15	Direito	Nominal
10	Condições	Númérico	2	0	Condições para a circulação pedonal	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Nominal
11	Variedade	Númérico	2	0	Variedade na oferta de produtos	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Nominal
12	Existência	Númérico	2	0	Existência de pontos de venda em espaços improvisados fora das bancas	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Nominal
13	Zonas	Númérico	2	0	Zonas de pausa para os clientes enquanto fazem as compras	{1, insatisfei...	Nenhum	6	Direito	Nominal
14	Animação	Númérico	2	0	Nº e Tipo de ações de animação do mercado	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Nominal
15	LimpezaM	Númérico	2	0	Limpeza do espaço interior do mercado	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Nominal
16	Funcioname...	Númérico	2	0	Funcionamento e limpeza das casas de banho do mercado	{1, insatisfei...	Nenhum	13	Direito	Nominal
17	Horário	Númérico	2	0	Horário de funcionamento do Mercado	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Nominal
18	Facilidade	Númérico	2	0	Facilidade de estacionamento para clientes	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Nominal
19	Termicas	Númérico	2	0	Condições térmicas e de climatização	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Nominal
20	Armazenam...	Númérico	2	0	Condições de armazenamento dos produtos	{1, insatisfei...	Nenhum	12	Direito	Nominal
21	Global	Númérico	2	0	Apreciação Global	{1, Totalme...	Nenhum	7	Direito	Nominal
22	Trabalhar	Númérico	2	0	Gosto de trabalhar no mercado	{1, sim}...	Nenhum	9	Direito	Nominal
23	Modernizado	Númérico	2	0	O Mercado precisa ser modernizado	{1, sim}...	Nenhum	8	Direito	Nominal
24	Restaurantes	Númérico	2	0	Se houvesse restaurantes no mercado era mais vantajoso para todos	{1, sim}...	Nenhum	8	Direito	Nominal
25	Lojas	Númérico	2	0	Abrir lojas diferentes aumenta atratividade para novos clientes	{1, sim}...	Nenhum	8	Direito	Nominal
26	Publicitar	Númérico	2	0	É preciso publicitar mais o Mercado	{1, sim}...	Nenhum	8	Direito	Nominal
27	Organizar	Númérico	2	0	É preciso reorganizar lojas e bancas	{1, sim}...	Nenhum	8	Direito	Nominal
28	Esplanada	Númérico	2	0	Devia criar-se zona de esplanada	{1, sim}...	Nenhum	9	Direito	Nominal
29	Sugestões	Númérico	2	0	Sugestões de melhoria 1	{1, Não mud...	Nenhum	8	Direito	Nominal

Origem: Base de Dados dos Operadores do Mercado Municipal

No primeiro rótulo identificamos a variável “Sexo”, composta por 3 valores codificados: 1 – “Masculino” e 2 – “Feminino” e 99 – “Não responde”.

O segundo rótulo representa a variável da “Idade” e é composta por 8 valores codificados; 1 – “- 18 anos”; 2 – “18 a 24 anos”; 3 – “25 a 34 anos”; 4 – “35 a 44 anos”; 5 – “45 a 54 anos”; 6 – “55 a 64 anos”; 7 – “65 e mais anos” e o valor de código 99 que corresponde a “Não responde”.

O terceiro rótulo corresponde à variável das “Habilitações Literárias” e é composta por 8 valores codificados: 1 – “ Não completou nenhum grau de ensino”; 2 – “1º ciclo do ensino básico”; 3 – “2º ciclo do ensino básico”; 4 – “3º ciclo do ensino básico”; 5 – “Ensino secundário”; 6 – “Ensino superior” e 7 – “Doutoramento” e 99 – “Não responde”.

O quarto rótulo corresponde à variável da “Identificação do estabelecimento” e é composto por 3 valores codificados: 1 – “Loja”; 2 – “Banca” e 99 – “Não responde”.

O quinto rótulo corresponde à variável “Principal produto vendido” e é composto por 15 valores codificados: 1 – “ Carne”; 2 – “Peixe”; 3 – “Frutas e/ou Legumes”; 4 – “Flores”; 5 – “Roupas”; 6 – “ Artesanato”; 7 – “Ourivesaria”; 8 – “Cabeleireiro”; 9 – “Perfumaria”; 10 – “Sapatos e malas”; 11 – “Mercearia/Charcutaria”; 12 – “Queijo e Laticínios”; 13 – “Cafés, Restaurante e afins”; 14 – “Padaria”; 15 – “Venda de bens diversos”.

O sexto rótulo corresponde à variável “Tempo de atividade no Mercado” e é composto por 5 valores codificados: 1 – “Um ano ou menos”; 2 – “2 a 5 anos”; 3 – “6 a 10 anos”; 4 – “11 ou mais anos” e 99 – “Não responde”.

O sétimo rótulo corresponde à variável “Frequência com que vai trabalhar” e é composto por 5 valores codificados: 1 – “Todos os dias”; 2 – “2 a 3 vezes por semana”; 3 – “Só sexta-feira e ao sábado”; 4 – “Outra situação” e 99 – “Não responde”.

As variáveis “Iluminação do Mercado”; “Condições para a circulação pedonal”; “Variedade na oferta de produtos”; “Existência de pontos de venda em espaços improvisados fora das bancas”; “Zonas de pausa para os clientes enquanto fazem compras”; “Nº e tipo de ações de animação do mercado”; “Limpeza do espaço interior do mercado”; “Funcionamento e limpeza das casas de banho do mercado”; “Horário de funcionamento do mercado”; “Facilidade de estacionamento para clientes”; “Condições térmicas e de climatização” e, “Condições de armazenamento dos produtos”, correspondem a variáveis de avaliação do grau de satisfação e são compostos por 6 valores de codificação: 1 – “Insatisfeito”; 2 – “Pouco satisfeito”; 3 – “Satisfeito”; 4 – “Totalmente satisfeito”; 5 – “Não sabe/Não responde” e 99 – “Não responde”.

A vigésima variável corresponde à variável da “Apreciação Global” no inquérito é representada por uma escala numérica do grau de satisfação geral e é composta por 10

valores de escala e 11 valores codificados: 1- “Totalmente insatisfeito”; 5 – “Medianamente satisfeito”; 10 – “Totalmente satisfeito”, as escalas numéricas “2”; “3”; “4”; “6”; “7”; “8” e “9” não têm correspondência e 99 – “Não responde”.

As variáveis “Gosto de trabalhar no mercado”; “O mercado precisa ser modernizado”; “Se houvesse restaurantes no mercado era mais vantajoso para todos”; “Abrir lojas diferentes aumenta atratividade para novos clientes”; “É preciso publicitar mais o mercado”; “É preciso reorganizar lojas e bancas” e a variável “Devia criar-se zona de esplanada” correspondem a variáveis de opinião e são constituídas por 4 valores codificados: 1 – “Sim”; 2 – “Não”; 3 – “Não sabe/não responde” e 99 – “Não responde”.

Os dois últimos rótulos correspondem às variáveis de “Sugestões de melhoria 1” e “Sugestões de melhoria 2” e são compostas por 11 valores de codificação: 1 – “Não mudava nada”; 2 – “Reorganizava as lojas de modo a ter circuitos de compras mais funcionais”; 3 – “Reorganizava as bancas de modo a ter circuitos de compras mais funcionais”; 4 – “Embelezava o edifício do Mercado”; 5 – “Fazia ações de animação no Mercado”; 6 – “Criava zona de restauração no Mercado”; 7 – “Abria o Mercado à noite, com atividades de lazer”; 8 – “Organizava *Workshops* de culinária para o público”; 9 – “Outra 1”; 10 – “Outra 2” e 99 – “Não responde”. Foram introduzidos valores codificados na base de dados do SPSS de 118 inquéritos.

3.6.8 – Elaboração da Base de Dados do Inquérito de Avaliação de Satisfação aos Utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Relativamente à construção da base de dados em SPSS das variáveis correspondentes ao “Inquérito de Avaliação da Satisfação aos Utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V”, identificam-se 27 variáveis. Cada variável é composta por diferentes códigos de rótulos que variam conforme a resposta identificada.

Figura 13 – Base de Dados do Inquérito de Avaliação aos Utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V

	Nome	Tipo	Largura	Decimais	Rótulo	Valores	Omisso	Colunas	Alinhar	Medida	Papel
4	Hab_Literarias	Numérico	1	0	Habilitações Literárias	{1, Não com...	Nenhum	13	Direito	Nominal	Entrada
5	reside	Numérico	1	0	Reside na zona do mercado	{1, sim}...	Nenhum	9	Direito	Nominal	Entrada
6	Frequencia	Numérico	1	0	Dos não residentes na zona do mercado, com que frequência ali passam	{1, Todos o...	Nenhum	11	Direito	Nominal	Entrada
7	Razões	Numérico	1	0	Razões pelas quais está na zona	{1, Trabalho...	Nenhum	9	Direito	Nominal	Entrada
8	Costuma	Numérico	1	0	Costuma fazer compras no Mercado	{1, sim}...	Nenhum	10	Direito	Nominal	Entrada
9	Porquê	Numérico	1	0	Porque faz compras no mercado	{1, Trabalho...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
10	PorqueNao	Numérico	1	0	Porque não faz compras no mercado	{1, É mais c...	Nenhum	10	Direito	Nominal	Entrada
11	Iluminação...	Numérico	1	0	Iluminação do Mercado	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
12	condicoes	Numérico	1	0	Condições para a circulação pedonal	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Nominal	Entrada
13	Variedade	Numérico	1	0	Variedade na oferta de produtos	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
14	Funcionalid...	Numérico	1	0	Funcionalidade da disposição das lojas	{1, insatisfei...	Nenhum	12	Direito	Nominal	Entrada
15	Func.bancas	Numérico	1	0	Funcionalidade da disposição das bancas	{1, insatisfei...	Nenhum	11	Direito	Nominal	Entrada
16	Existência	Numérico	1	0	Existência de produtores em espaços improvisados fora das bancas	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Nominal	Entrada
17	Zonas	Numérico	1	0	Zonas de pausa enquanto se fazem as compras	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
18	animação	Numérico	1	0	Nº e Tipo de ações de animação do mercado	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Nominal	Entrada
19	LimpezaM	Numérico	1	0	Limpeza do espaço interior do mercado	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Nominal	Entrada
20	Funcioname...	Numérico	1	0	Funcionamento e limpeza das casas de banho do mercado	{1, insatisfei...	Nenhum	13	Direito	Nominal	Entrada
21	Horário	Numérico	1	0	Horário de funcionamento do Mercado	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
22	Facilidade	Numérico	1	0	Facilidade de estacionamento para vir fazer compras	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Nominal	Entrada
23	Qualidade	Numérico	1	0	Qualidade do atendimento	{1, insatisfei...	Nenhum	10	Direito	Nominal	Entrada
24	Confiança	Numérico	1	0	Confiança nos vendedores	{1, insatisfei...	Nenhum	10	Direito	Nominal	Entrada
25	Ambiente	Numérico	1	0	Ambiente geral do mercado	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Nominal	Entrada
26	Global	Numérico	2	0	Apreciação Global	{1, Totalme...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
27	Mudar	Numérico	2	0	Sugestões de mudança	{1, não mud...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
28	Mudar2	Numérico	2	0	Sugestões de Melhoria 2	{1, Não mud...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada

Origem: Base de Dados dos Utilizadores do Mercado Municipal

No primeiro rótulo identificamos a variável “Sexo”, composta por 2 valores codificados: 1 – “Masculino” e 2 – “Feminino”.

O segundo rótulo representa a variável da “Idade” e é composta por 7 valores codificados; 1 – “- 18 anos”; 2 – “18 a 24 anos”; 3 – “25 a 34 anos”; 4 – “35 a 44 anos”; 5 – “45 a 54 anos”; 6 – “55 a 64 anos”; 7 – “65 e mais anos”.

O terceiro rótulo corresponde à variável das “Habilitações Literárias” e é composta por 7 valores codificados: 1 – “Não completou nenhum grau de ensino”; 2 – “1º ciclo do ensino básico”; 3 – “2º ciclo do ensino básico”; 4 – “3º ciclo do ensino básico”; 5 – “Ensino secundário”; 6 – “Ensino superior” e 7 – “Doutoramento”.

O quarto rótulo corresponde à variável “Reside na zona do mercado” e é composta por 2 valores codificados: 1 – “Sim” e 2 – “Não”.

O quinto rótulo é composto pela variável “Dos não residentes na zona do mercado, com que frequência ali passam” e é composto por 4 valores codificados: 1 – “Todos os dias”; 2 – “2 a 3 vezes por semana”; 3 – “3 ou 4 vezes por mês” e o valor 4 – “Raramente”. Nesta sequência, o sexto rótulo corresponde à variável “Razões pelas quais está na zona” e é composto por 6 valores codificados: 1 – “Trabalho na zona”; 2 – “Deslocação casa/escola”; 3 – “Deslocação casa/trabalho”; 4 – “Vem fazer compras ao mercado”; 5 – “Visita a monumentos e/ou passeio” e o valor 6 – “Outra razão”.

O sétimo rótulo corresponde à variável “Costuma fazer compras no mercado” e é composto por 2 valores codificados: 1 – “Sim” e 2 – “Não”. Na sequência da variável anterior, o oitavo rótulo corresponde à variável “Porque faz compras no mercado” e é composto por 8 valores codificados: 1 – “Trabalha na zona”; 2 – “Os produtos são frescos”; 3 – “Os produtos são mais baratos”; 4 – “Os produtos têm mais qualidade que no supermercado”; 5 – “Confiança nos vendedores”; 6 – “Ambiente/experiência do mercado”; 7 – “Outra razão” e o valor 99 – “Não responde”, o nono rótulo corresponde à variável “Porque não faz compras no mercado” e é composto por 6 valores codificados: 1- “É mais confortável ir ao supermercado”; 2 – “A qualidade não está garantida”; 3 – “Os preços tornam-se mais caros”; 4 – “Não tenho onde guardar as compras durante o dia”; 5 – “Não é confortável andar a fazer as compras com as mãos cheias de sacos” e o valor 6 – “Outra”.

As variáveis “Iluminação do Mercado”; “Condições para a circulação pedonal”; “Variedade na oferta de produtos”; “Funcionalidade da disposição das lojas”; “Funcionalidade da disposição das bancas”; “Existência de produtores em espaços improvisados fora das bancas”; “Zonas de pausa enquanto se fazem compras”; “Nº e tipo de ações de animação no mercado”; “Limpeza do espaço interior do mercado”; “Funcionamento e limpeza das casas de banho do mercado”; “Horário de funcionamento do mercado”; “Facilidade de estacionamento para vir fazer compras”; “Qualidade do atendimento”; “Confiança nos vendedores” e a variável “Ambiente geral do mercado” correspondem a variáveis de avaliação do grau de satisfação e são compostos por 5 valores de codificação: 1 – “Insatisfeito”; 2 – “Pouco satisfeito”; 3 – “Satisfeito”; 4 – “Totalmente satisfeito”; 5 – “Não sabe/Não responde”.

O vigésimo quinto rótulo corresponde à variável da “Apreciação Global” no inquérito é representada por uma escala numérica do grau de satisfação geral e é composta por 10 valores de escala: 1- “Totalmente insatisfeito”; 5 – “Medianamente satisfeito”; 10 – “Totalmente satisfeito”, as escalas numéricas “2”; “3”; “4”; “6”; “7”; “8” e “9” não têm correspondência.

Os dois últimos rótulos correspondem às variáveis de “Sugestões de melhoria 1” e “Sugestões de melhoria 2” e são compostas por 12 valores de codificação: 1 – “Não mudava nada”; 2 – “Embelezava o edifício”; 3 – “Ações de animação no mercado”; 4 – “Criava zona de restauração no mercado”; 5 – “Abria o mercado à noite com atividades de lazer”; 6 – “Organizava *Workshops* de culinária”; 7 – “Criava zona para crianças estarem em segurança enquanto os pais fazem compras”; 8 – “Colocava carrinhos como no supermercado”; 9 – “Criava sistema de entregas”; 10 – “Criava espaço exterior de esplanada”; 11 – “Outra1” e o valor 12 – “Outra2”. Foram introduzidos valores codificados na base de dados do SPSS o total de 100 inquéritos realizados aos Utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V.

3.6.9 – Elaboração da Base de Dados do Inquérito de Avaliação da Satisfação à População Residente na Encosta da Sofia

Relativamente à base de dados dos Inquéritos de Avaliação do Grau de Satisfação à População Residente na Encosta da Sofia foram construídas um total de 20 variáveis.

Figura 14 – Base de Dados do Inquérito de Avaliação da Satisfação à População Residente na Encosta da Sofia

	Nome	Tipo	Largura	Decimais	Rótulo	Valores	Omisso	Colunas	Alinhar	Medida	Papel
1	NºInq	Numérico	2	0		Nenhum	Nenhum	7	Direito	Nominal	Entrada
2	Reside	Numérico	1	0	Reside permanentemente na zona	{1, Sim}...	Nenhum	6	Direito	Nominal	Entrada
3	Qt_tempo	Numérico	1	0	Se reside, há quanto tempo	{1, Menos de u...	Nenhum	10	Direito	Nominal	Entrada
4	Situação	Numérico	1	0	Se não, qual a situação	{1, Está cá tem...	Nenhum	13	Direito	Nominal	Entrada
5	Sexo	Numérico	1	0	Sexo do/a inquirido/a	{1, Masculino}...	Nenhum	9	Direito	Nominal	Entrada
6	Idade	Numérico	1	0	Idade do/a inquirido/a	{1, - de 18 anos...	Nenhum	11	Direito	Nominal	Entrada
7	Habilitações	Numérico	1	0	Nível de escolaridade mais alto que completou	{1, Não comple...	Nenhum	9	Direito	Nominal	Entrada
8	Iluminação	Numérico	1	0	Iluminação da rua	{1, insatisfeito}...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
9	Conforto	Numérico	1	0	Conforto do pavimento	{1, insatisfeito}...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
10	Escoamento	Numérico	1	0	Escoamento das águas pluviais	{1, insatisfeito}...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
11	Beleza	Numérico	1	0	Beleza do espaço	{1, insatisfeito}...	Nenhum	9	Direito	Nominal	Entrada
12	Habitação	Numérico	1	0	Condições físicas de acesso à habitação	{1, insatisfeito}...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
13	Espaço_púb...	Numérico	1	0	Condições físicas para usufruto do espaço público	{1, insatisfeito}...	Nenhum	12	Direito	Nominal	Entrada
14	Estacionam...	Numérico	1	0	Facilidade de estacionamento	{1, insatisfeito}...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
15	Limpeza	Numérico	1	0	Limpeza das ruas	{1, insatisfeito}...	Nenhum	11	Direito	Nominal	Entrada
16	Papeleiras	Numérico	1	0	Existência de papeleiras	{1, insatisfeito}...	Nenhum	9	Direito	Nominal	Entrada
17	População	Numérico	1	0	População que frequenta o espaço	{1, insatisfeito}...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
18	Segurança	Numérico	1	0	Segurança	{1, insatisfeito}...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
19	Global	Numérico	2	0	Apreciação global	{1, Totalmente i...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
20	Mudar	Numérico	2	0	Sugestões de mudança	{1, Criava uma ...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
21	Mudar2	Numérico	2	0	Sugestões de mudança 2	{1, Criava uma ...	Nenhum	8	Direito	Nominal	Entrada
22											
23											
24											

Origem: Base de Dados dos Residentes da Encosta da Sofia

O primeiro rótulo é composto pela variável “Reside permanentemente na zona” e é composto por 2 valores de codificação: 1 – “Sim” e 2 – “Não”, na sequência de uma resposta positiva (segunda variável), é perguntado ao inquirido há quanto tempo reside na zona, sendo o inquérito composto por quatro alternativas de resposta cujo valor de codificação é: 1 – “Menos de 1 ano”; 2 – “Entre 1 a 3 anos”; 3 – “Entre 4 e 9 anos” e o valor 4 – “Mais de 10 anos”. Em caso de resposta negativa à primeira variável, é questionado ao inquirido sobre a situação que o trás ao local. Esta pergunta corresponde à terceira variável e é composta por 4 valores codificados: 1 – “Está cá temporariamente por razões profissionais”; 2 – “Veio estudar para Coimbra”; 3 – “Está temporariamente por razões familiares” e o valor 4 que corresponde a “Outra. Qual”.

O quarto rótulo é composto pela variável “Sexo do inquirido” e é composto por dois valores de codificação: 1 - “Masculino” e 2 – “Feminino”.

O quinto rótulo é composto pela variável da “Idade do inquirido” e é composto pelos seguintes valores de codificação: 1 – “Menos de 18 anos”; 2 – “Dos 18 aos 24 anos”; 3 – “Dos 25 aos 34 anos”; 4 – “Dos 35 aos 44 anos”; 5 – “Dos 45 aos 54 anos”; 6 – “Dos 55 aos 64 anos” e o valor codificado 7 que corresponde a “65 e mais anos”.

O sexto rótulo é composto pela variável do “Nível de escolaridade mais alta que completou” e é composta por 7 valores codificados: 1 – “Não completou nenhum grau de ensino”; 2 – “1º ciclo do ensino básico”; 3 – “2º ciclo do ensino básico”; 4 – “3º ciclo do ensino básico”; 5 – “Ensino secundário”; 6 – “Ensino superior” e 7 – “Doutoramento”.

As variáveis “Iluminação da rua”; “Conforto do pavimento”; “Escoamento das águas pluviais”; “Beleza do espaço”; “Condições físicas de acesso à habitação”; “Condições físicas para usufruto do espaço público”; “Facilidade de estacionamento”; “Limpeza das ruas”; “Existência de papeleiras”; “População que frequenta o espaço” e a variável “Segurança” correspondem a variáveis de avaliação do grau de satisfação e são compostas por 5 valores de codificação: 1 – “Insatisfeito”; 2 – “Pouco satisfeito”; 3 – “Satisfeito”; 4 – “Totalmente satisfeito” e o valor codificado 5 que corresponde a “Não sabe ou não responde”.

A décima oitava variável corresponde à “Apreciação global” e é composta por uma tabela de escala numérica do grau de satisfação geral e é composta por 10 valores de escala: 1- “Totalmente insatisfeito”; 5 – “Medianamente satisfeito”; 10 – “Totalmente satisfeito”, as escalas numéricas “2”; “3”; “4”; “6”; “7”; “8” e “9” não têm correspondência.

Os dois últimos rótulos correspondem às variáveis “Mudar 1” e “Mudar 2” que são caracterizadas por serem uma questão de escolha múltipla (composta por uma ou duas opções) e é composta por 6 valores de codificação: 1 – “Criava uma zona verde para usufruto público”; 2 – “Criava um espaço público de lazer para crianças”; 3 – “Colocava um piso mais confortável”; 4 – “Outra. Qual?”; 5 – “Outra. Qual?” e o valor codificado 6 – “Não mudava nada”. Foram introduzidos na base de dados do SPSS o conjunto de codificações de 38 inquiridos correspondente ao total dos residentes da Encosta da Sofia que foram inquiridos.

3.6.10 – Elaboração da Base de Dados do Inquérito de Avaliação de Satisfação à População que Desenvolve Atividade Económica na Encosta da Sofia

Relativamente à construção da base de dados em SPSS das variáveis correspondentes ao “Inquérito de Avaliação da Satisfação à População que Desenvolve Atividade Económica na Encosta da Sofia”, identificam-se 25 variáveis. Cada variável é composta por diferentes códigos de rótulos que variam conforme a resposta identificada.

Figura 15 - Base de Dados do Inquérito de Avaliação de Satisfação à População que Desenvolve Atividade Económica na Encosta da Rua da Sofia

	Nome	Tipo	Largura	Decimais	Rótulo	Valores	Omisso	Colunas	Alinhar	Medida	Papel
1	NºInq	Numérico	2	0	Nenhum	Nenhum	Nenhum	7	Direito	Desconhecido	Entrada
2	Sexo	Numérico	1	0	Sexo do/a inquirido/a	{1, Masculino...}	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
3	Proprietário	Numérico	1	0	Propriedade do negócio/ atividade/ estabelecimento	{1, Proprietário...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
4	Tempo	Numérico	1	0	Tempo a que desempenha funções	{1, Menos de 1 ano...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
5	Idade	Numérico	1	0	Idade do/a inquirido/a	{1, 18 - 24 anos...}	Nenhum	11	Direito	Desconhecido	Entrada
6	Habilitações	Numérico	1	0	Nível de escolaridade	{1, Não completada...}	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
7	Tipo_act	Numérico	2	0	Tipo de actividade	{1, Comercial...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
8	Iluminação	Numérico	1	0	Iluminação da rua	{1, insatisfeito...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
9	Conforto	Numérico	1	0	Conforto do pavimento	{1, insatisfeito...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
10	Escoamento	Numérico	1	0	Escoamento da água	{1, insatisfeito...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
11	Atractividade	Numérico	1	0	Atractividade da zona	{1, insatisfeito...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
12	Trânsito	Numérico	1	0	Intensidade do trânsito	{1, insatisfeito...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
13	Limpeza	Numérico	1	0	Limpeza das ruas	{1, insatisfeito...}	Nenhum	11	Direito	Desconhecido	Entrada
14	Lixo	Numérico	1	0	Recolha do lixo	{1, insatisfeito...}	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
15	População	Numérico	1	0	População que frequenta	{1, insatisfeito...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
16	Segurança	Numérico	1	0	Segurança das ruas	{1, insatisfeito...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
17	Fornecedores	Numérico	1	0	Adequação da oferta	{1, insatisfeito...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
18	Carga_Desc.	Numérico	1	0	Existência de zonas de estacionamento	{1, insatisfeito...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
19	Acessibilidade	Numérico	1	0	Adequação da oferta	{1, insatisfeito...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
20	Atractividade	Numérico	1	0	Atractividade da zona	{1, insatisfeito...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
21	Mobilidade	Numérico	1	0	Adequação da oferta	{1, insatisfeito...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
22	Estacionam.	Numérico	1	0	Facilidade de estacionamento	{1, insatisfeito...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
23	Ocupação	Numérico	1	0	Tipo de ocupação	{1, insatisfeito...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
24	Global	Numérico	2	0	Apreciação global	{1, Totalmente insatisfeito...}	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada

Origem: Base de Dados Atividade Económica da Encosta da Sofia

O primeiro rótulo é composto pela variável “Sexo do/a Inquirido/a” e é composto por dois valores codificados: 1 – “Masculino” e 2 – “Feminino”. O segundo rótulo corresponde à variável “Proprietário do negócio/ atividade/ estabelecimento” e é composto por dois valores codificados: 1 – “Proprietário”; 2 – “Gerente ou equivalente”. O terceiro rótulo é composto pela variável “Tempo a que desempenha funções” e é composto por quatro valores codificados: 1 – “Menos de 1 ano”; 2 – “Entre 1 e 3 anos”; 3 – “Entre 4 e 9 anos” e o valor codificado 4 – “Mais de 10 anos”.

O quarto rótulo corresponde à variável “Idade do/a inquirido/a” e é composto por 6 valores de codificação: 1 – “18 a 24 anos”; 2 – “25 a 34 anos”; 3 – “35 a 44 anos”; 4 – “45 a 54 anos”; 5 – “55 a 64 anos” e 6 – “65 e mais anos”.

O quinto rótulo corresponde à variável “Habilitações Literárias” e é composto por 7 valores de codificação: 1 – “Não completou nenhum grau de ensino”; 2 – “1º ciclo do ensino primário”; 3 – “2º ciclo do ensino básico”; 4 – “3º ciclo do ensino básico”; 5 – “Ensino Secundário”; 6 – “Ensino superior”; 7 – “Doutoramento”.

O sexto rótulo corresponde à variável “Tipo de atividade económica” e é composto por 12 valores codificados: 1 – “Comércio de bens alimentares”; 2 – “Comércio a retalho de roupas”; 3 – “Comércio a retalho de artigos para o lar”; 4 – “Comércio a retalho de produtos de estética e cabeleireiro”; 5 – “Serviços pessoais (cabeleireiro, estética, etc.) ”; 6 – “Comércio por grosso e a retalho, reparação de veículos automóveis”; 7 – “Atividades jurídicas e de contabilidade”; 8 – “Restauração e similares”; 9 – “Alojamento”; 10 – “Atividades de edição”; 11 – “Banca ou seguros”; 12 – “Outra. Qual”.

As variáveis “Iluminação da rua/espço público”; “Conforto do pavimento para a circulação de peões”; “Escoamento das águas pluviais”; “Beleza do espaço público”; “Fluxo e intensidade do trânsito”; “Condições para a circulação pedonal”; “Limpeza das ruas”; “Recolha do lixo”; “População que frequenta o espaço”; e a variável “Segurança” correspondem ao grau de satisfação do grupo das opiniões acerca dos aspetos urbanos e é composto por 5 valores de codificação: 1 – “Insatisfeito”; 2 – “Pouco satisfeito”; 3 – “Satisfeito”; 4 – “Totalmente satisfeito” e 5 – “ns/nr”.

As variáveis “Adequação da acessibilidade viária para fornecedores do estabelecimento”; “Existência de zonas de cargas e descargas”; “Adequação da acessibilidade viária para clientes”; “Atratividade do espaço público para clientes”; “Adequação do espaço público para clientes com mobilidade condicionada (cadeiras de rodas, carrinhos de bebé, idosos) ”; “Facilidade de estacionamento para clientes”; “Facilidade de estacionamento para empresários” e “Tipo de ocupação dominante” correspondem ao grau de satisfação acerca da influência que estas características têm na atividade de cada inquirido e são compostas por 5 valores de codificação do grau de satisfação: 1 – “Insatisfeito”; 2 – “Pouco satisfeito”; 3 – “Satisfeito”; 4 – “Totalmente satisfeito” e 5 – “ns/nr”.

O vigésimo terceiro rótulo corresponde à variável da “Apreciação global” e é composta por uma tabela de escala numérica do grau de satisfação geral e é composta por

10 valores de escala: 1- “Totalmente insatisfeito”; 5 – “Medianamente satisfeito”; 10 – “Totalmente satisfeito”, as escalas numéricas “2”; “3”; “4”; “6”; “7”; “8” e “9” não têm correspondência.

Os dois últimos rótulos correspondem às variáveis de “Sugestões de melhoria 1” e “Sugestões de melhoria 2” e são compostas por 6 valores codificados: 1 – “Não mudava nada”; 2 – “Alargava os passeios”; 3 – “Colocava um piso mais confortável”; 4 – “Embelezava o espaço público”; 5 – “Outra1. Qual?” e o valor 6 – “Outra2. Qual?”. Foram introduzidos na base de dados do SPSS os códigos correspondentes a um total de 5 inquéritos.

3.6.11 – Elaboração da Base de Dados do Inquéritos de Avaliação da Satisfação aos Utilizadores da Encosta da Sofia

Relativamente aos inquéritos de avaliação de satisfação aos utilizadores na Encosta da Rua da Sofia, foram criadas 19 variáveis. Cada variável é composta por diferentes códigos de rótulos que variam conforme a resposta identificada:

Figura 16 - Base de Dados do Inquérito de Avaliação da Satisfação aos Utilizadores da Encosta da Sofia

	Nome	Tipo	Largura	Decimais	Rótulo	Valores	Omissão	Colunas	Alinhar	Medida	Papel
1	Nºinq	Numérico	3	0		Nenhum	Nenhum	7	Direito	Desconhecido	Entrada
2	Sexo	Numérico	2	0	Sexo	{1, Masculin...	Nenhum	6	Direito	Desconhecido	Entrada
3	Idade	Numérico	2	0	Idade	{1, - 18 ano...	Nenhum	7	Direito	Desconhecido	Entrada
4	Hab_Literarias	Numérico	1	0	Habilitações Literárias	{1, Não com...	Nenhum	13	Direito	Desconhecido	Entrada
5	reside	Numérico	1	0	Reside na encosta da Sofia	{1, sim}...	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
6	Frequencia	Numérico	2	0	Dos não residentes nesta zona , com que frequência a utilizam	{1, Todos o...	Nenhum	11	Direito	Desconhecido	Entrada
7	Razões	Numérico	2	0	Razões pelas quais está na zona	{1, Trabalho...	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
8	Iluminação_...	Numérico	1	0	Iluminação da rua / espaço	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
9	conforto	Numérico	1	0	Condições para a circulação pedonal	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
10	Escoamento	Numérico	1	0	Escoamento das águas pluviais	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
11	Beleza	Numérico	1	0	Beleza do espaço público	{1, insatisfei...	Nenhum	12	Direito	Desconhecido	Entrada
12	condições	Numérico	1	0	Condições físicas para usufruto do espaço público	{1, insatisfei...	Nenhum	11	Direito	Desconhecido	Entrada
13	Facilidade	Numérico	1	0	Facilidade de estacionamento	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
14	Limp	Numérico	1	0	Limpeza das Ruas	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
15	Papeleiras	Numérico	1	0	Existência de papeleiras	{1, insatisfei...	Nenhum	9	Direito	Desconhecido	Entrada
16	População	Numérico	1	0	População que frequenta o espaço	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
17	Segurança	Numérico	1	0	Segurança	{1, insatisfei...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
18	Global	Numérico	2	0	Apreciação Global	{1, Totalme...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
19	Mudar	Numérico	2	0	Sugestões de mudança	{1, não mud...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
20	Mudar2	Numérico	2	0	Sugestões de Melhoria 2	{1, não mud...	Nenhum	8	Direito	Desconhecido	Entrada
21											
22											
23											
24											
25											

Origem: Base de Dados dos Utilizadores da Encosta da Sofia

No primeiro rótulo identificamos a variável “Sexo”, composta por 2 valores codificados: 1 – “Masculino” e 2 – “Feminino”.

O segundo rótulo representa a variável da “Idade” e é composta por 6 valores codificados; 1 – “18 a 24 anos”; 2 – “25 a 34 anos”; 3 – “35 a 44 anos”; 4 – “45 a 54 anos”; 5 – “55 a 64 anos” e 6 – “65 e mais anos”.

O terceiro rótulo corresponde à variável das “Habilitações Literárias” e é composta por 7 valores codificados: 1 – “Não completou nenhum grau de ensino”; 2 – “1º ciclo do ensino básico”; 3 – “2º ciclo do ensino básico”; 4 – “3º ciclo do ensino básico”; 5 – “Ensino secundário”; 6 – “Ensino superior” e 7 – “Doutoramento”.

O quarto rótulo corresponde à variável “Reside na Encosta da Sofia” e é composto por 2 valores de codificação: 1 – “Sim” e 2 – “Não”. No seguimento deste segundo grupo de inquirição, caso o inquirido responda que não reside na Encosta da Sofia, o inquirido é questionado sobre a frequência com que utiliza a zona e as razões da frequência, sendo que, para a variável da frequência dos não residentes, são identificados 6 valores codificados correspondentes a: 1 “Todos os dias”; 2 – “2 a 3 vezes por semana”; 3 – “3 ou 4 vezes por mês”; 4 – “Raramente”; 5 – “Nunca, está a passar por acaso” e o valor 99 correspondente a “Não responde”. Relativamente às razões da frequência da zona pelo inquirido, são identificáveis 7 valores de codificação: 1 – “Trabalho na zona”; 2 – “Deslocação casa/escola”; 3 – “Deslocação casa/trabalho”; 4 – “Compras ou serviços”; 5 – “Visita a monumentos e/ou passeio”; 6 – “Outra razão” e o valor codificado 99 – “Não responde”.

As variáveis “Condições de circulação pedonal”; “Escoamento das águas pluviais”; “Beleza do espaço público”; “Condições físicas para usufruto do espaço público”; “Facilidade de estacionamento”; “Limpeza das ruas”; “Existência de papelarias”; “População que frequenta o espaço” e, a variável “Segurança” correspondem a variáveis de avaliação do grau de satisfação e são compostas por 5 valores de codificação: 1 – “Insatisfeito”; 2 – “Pouco satisfeito”; 3 – “Satisfeito”; 4 – “Totalmente satisfeito” e o valor codificado 5 que corresponde a “Não sabe ou não responde”.

A décima sétima variável corresponde à “Apreciação Global”, que no inquérito é representada por uma escala numérica do grau de satisfação geral composta por 10 valores de escala e 11 valores codificados: 1- “Totalmente insatisfeito”; 5 – “Medianamente

satisfeito”; 10 – “Totalmente satisfeito”, as escalas numéricas “2”; “3”; “4”; “6”; “7”; “8” e “9” não têm correspondência e 99 – “Não responde”.

As últimas variáveis correspondem às duas mudanças que cada inquirido sugere para alterações a serem efetuadas na zona, dentro das possibilidades sugeridas no inquérito estão codificado 7 valores: 1 – “Não mudava nada”; 2 – “Alargava os passeios”; 3 – “Colocava um piso mais confortável”; 4 – “Embelezava a zona”; 5 – “Regulava o trânsito” 6 – “Outra 1” e 7 – “Outra 2”. Foram introduzidos na base de dados do SPSS os códigos correspondentes a um total de 96 inquéritos.

3.7 – Levantamento dos Dados Recolhidos das “Outras Opções” dos Inquéritos de Avaliação do Grau de Satisfação

Relativamente às “Outras Opções”, que fazem parte da estrutura de inquirição das razões que não são sugeridas diretamente aos inquiridos ou, no caso dos comerciantes, o tipo de estabelecimento do qual são proprietários ou gerentes e não constam especificamente da estrutura do inquérito, foram efetuados os levantamentos dos respetivos dados, ordenados por temáticas de identificação caso os dados fossem semelhantes, e procedeu-se à construção de uma tabela com o número respetivo de inquiridos identificados para cada secção de resposta. Estes dados retirados dos inquéritos, servem de base para criar novos valores de codificação que serão introduzidos nas respetivas bases de dados de modo a permitirem uma informação mais completa dos dados obtidos. Das 11 bases de dados criadas em período de estágio, apenas os dados referentes à identificação dos estabelecimentos dos operadores do mercado municipal foram acrescentados e rotulados na base de dados, todos os outros dados transcritos de outros inquéritos, não foram adicionados nas respetivas bases de dados.

Capítulo 4 – Análise Estatística dos Dados dos Inquéritos realizados aos Operadores e Utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V

A inquirição aos Operadores e Utilizadores do Mercado Municipal decorreu entre os dias 8 e 18 de Janeiro, foram inquiridos presencialmente pela equipa interna da Câmara Municipal, 118 operadores dos quais, 3 operadores recusaram responder ao inquérito, sendo a amostra total de operadores do mercado municipal constituído por 115 que representam a totalidade da população de operadores do mercado municipal. Relativamente aos utilizadores do mercado municipal, a sua inquirição foi efetuada de forma presencial pelos estagiários e a amostra representativa é composta por um total de 100 inquiridos.

4.1 – Análise dos Dados dos Inquéritos Aplicados aos Operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Perfil do Operador do Mercado Municipal D. Pedro V:

Os Operadores do Mercado Municipal de Coimbra são maioritariamente constituídos por vendedores do sexo feminino que representam 78% dos operadores. A percentagem de operadores do sexo masculino tem uma representação de 19,5%¹⁷, com uma faixa etária predominante entre os 65 ou mais anos que constitui 49,2% que representam 58 dos operadores do mercado municipal. Entre os 55 e os 64 anos, identificam-se 24 operadores que representam 20,3% do total de operadores do mercado municipal. Entre os 45 e os 54 anos, identificam-se 25 operadores que representam 21,2% do total de operadores do mercado municipal, entre os 35 e os 44 anos identificam-se 7 operadores que representam 5,9% do total de operadores do mercado municipal e apenas 1 operador, tem uma idade compreendida entre os 25 e os 34 anos. Estes dados sugerem que a população de operadores do mercado municipal é envelhecida, constituído por 69,5% operadores com idade igual ou superior a 55 anos¹⁸.

¹⁷ Tabela anexo 1

¹⁸ Tabela anexo 2.

Tabela 1-Estatística das habilitações literárias dos operadores do Mercado Municipal

		Habilitações Literárias			
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Não completou nenhum grau de ensino	12	10,2	10,2	10,2
	Ensino primário	56	47,5	47,5	57,6
	2º Ciclo do ensino básico	16	13,6	13,6	71,2
	3º Ciclo do ensino básico	14	11,9	11,9	83,1
	Ensino secundário	14	11,9	11,9	94,9
	Ensino superior	3	2,5	2,5	97,5
	Não responde	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Relativamente ao grau de escolaridade dos operadores, podemos concluir que 47,5% dos operadores completou o ensino primário, o que corresponde a 56 operadores do mercado municipal. Dos operadores que não completaram nenhum grau de ensino, identificam-se 12 operadores que representam 10,2% da população. É possível concluir que mais de metade do total dos operadores tem um grau de ensino bastante baixo, 57,6% do total dos operadores não completou nenhum grau de escolaridade ou tem uma escolaridade na ordem do ensino primário. Esta realidade, tendo em conta as idades e a escolaridade destes operadores, vai ao encontro da realidade educacional que existia em Portugal no início da segunda metade do século XX, cujo ensino obrigatório situava-se no ensino primário. Apenas 3 dos operadores têm formação ao nível do ensino superior e, 14 operadores concluíram o ensino secundário e representam 11,9% dos operadores. Com igual percentagem identificam-se os operadores que completaram o terceiro ciclo do Ensino básico e, 13,6% dos operadores completaram o 2º ciclo do ensino básico.

Relativamente aos produtos vendidos no mercado municipal, foram identificados 14 atividades económicas: a venda de carne; a venda de peixe; a venda de frutas e legumes; a venda de flores; a venda de roupas; ourivesaria; cabeleireiro; perfumaria; a venda de sapatos e malas; mercearia e charcutaria; queijo e lacticínios; cafés, restaurante e afins; padaria e a venda de bens diversos que são comercializados em espaço de venda em loja

ou banca¹⁹. Mais de metade dos operadores exerce a sua atividade económica em espaço de banca, com uma percentagem de 54,2% do total dos inquiridos, dos quais, 58 são vendedoras do sexo feminino e 6 dos vendedores em banca do sexo masculino. Quanto à venda em espaço de loja, identificam-se 51 operadores, dos quais 34 são do sexo feminino e 17 do sexo masculino que no total, constituem 43,2% dos operadores que exercem a sua atividade económica no mercado municipal em espaço de loja²⁰.

Tabela 2-Identificação dos produtos vendidos no Mercado Municipal

Principal produto vendido

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Carne	18	15,3	15,3	15,3
	Peixe	15	12,7	12,7	28,0
	Frutas e/ou legumes	55	46,6	46,6	74,6
	Flores	4	3,4	3,4	78,0
	Roupas	7	5,9	5,9	83,9
	Ourivesaria	1	,8	,8	84,7
	Cabeleireiro	1	,8	,8	85,6
	Perfumaria	1	,8	,8	86,4
	Sapatos e malas	1	,8	,8	87,3
	Mercearia / charcutaria	3	2,5	2,5	89,8
	Queijo e laticínios	3	2,5	2,5	92,4
	Cafés, restaurantes e afins	2	1,7	1,7	94,1
	Padaria	3	2,5	2,5	96,6
	Venda de bens diversos	1	,8	,8	97,5
	99	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Dos 14 produtos comercializados no mercado municipal, 3 são comercializados em espaço de banca que correspondem à venda de Frutas e Legumes com um total de 52 bancas de venda identificadas; 9 bancas de venda de peixe identificadas e 3 bancas de venda de flores²¹. Do total dos produtos vendidos em banca, a venda de Frutas e Legumes representa o produto mais vendido em espaço de banca que constitui 46,6% do total da oferta do mercado. A venda de peixe representa o segundo produto mais vendido em

¹⁹ Tabela anexo 3

²⁰ Tabela anexo 4

²¹ Tabela anexo 5

espaço de banca com 9 espaços comerciais identificados, representando 12,7% dos operadores do mercado municipal, por último, identifica-se a venda de flores com 3 espaços de venda identificados, representando 3,4% da oferta total de venda de flores do mercado.

Relativamente à comercialização de produtos em espaço de Loja, o principal produto identificado é a venda de Carne que corresponde a 15,3% dos produtos mais vendidos no mercado municipal, distribuídos por 18 espaços de comercialização em Loja. A comercialização de roupas no mercado municipal corresponde ao segundo produto mais vendido em loja com uma representação de 5,9% distribuídos por 7 espaços de comercialização identificados. A comercialização de Queijos e Lacticínios; Padaria e Mercearia/Charcutaria têm um impacto de comercialização de 2,5% para cada espaço de venda, sendo identificadas 3 lojas para a comercialização para cada um dos três produtos identificados. Os dois cafés/restaurante representam 1,7% da oferta total do mercado. Por último, o mercado oferece uma loja de comercialização de “Venda de Bens Diversos”; Perfumaria; Ourivesaria; uma loja de venda de Sapatos e Malas e um Cabeleireiro que representam 0,8% (cada espaço identificado) do total de produtos vendidos no mercado municipal²². A comercialização de Frutas e Legumes e a comercialização de Peixe, são os únicos produtos vendidos no mercado que utiliza estes dois tipos de espaço de venda (Banca e Loja), poder-se-á justificar, no caso da venda de peixe, com a distinção entre a venda de peixe fresco em banca e a venda de peixe congelado ou em salmoura (bacalhau) em espaço de loja. A distinção destes produtos não foi contabilizada para efeitos estatísticos, no entanto, é possível verificar a existência de 6 lojas de venda de peixe congelado e 9 bancas para a venda de peixe fresco. Relativamente à comercialização de frutas e legumes em espaço de loja, identificam-se 3 espaços de venda, localizadas no primeiro piso, enquanto a venda de legumes e frutas no piso térreo do mercado é todo comercializado em espaço de banca, com um total de 52 vendedores identificados.

²² Estes dados estatísticos foram elaborados tendo em conta a análise de quatro tabelas em simultâneo: A identificação do estabelecimento; Principal Produto vendido; cruzamento das tabelas do sexo dos inquiridos com a identificação do estabelecimento e o cruzamento das tabelas do principal produto vendido no mercado com a identificação do estabelecimento

Tabela 3-Identificação do tempo de atividade dos operadores do Mercado Municipal

Tempo de atividade no Mercado

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Um ano ou menos	1	,8	,8	,8
	2 a 5 anos	2	1,7	1,7	2,5
	6 a 10 anos	1	,8	,8	3,4
	11 ou mais anos	110	93,2	93,2	96,6
	Não responde	4	3,4	3,4	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Relativamente ao tempo de atividade no Mercado Municipal, identificam-se 110 operadores que representam 93,2% dos operadores que exercem a sua atividade económica no mercado municipal entre 11 ou mais anos²³. Entre os 6 e os 10 anos de atividade comercial no mercado municipal identifica-se apenas um operador; entre 2 a 5 anos de atividade no mercado identificam-se 2 operadores e apenas 1 dos operadores exerce a sua atividade económica até ao máximo de 1 ano.

Tabela 4-Frequência de trabalho do operador do Mercado Municipal

Frequência com que vai trabalhar

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Todos os dias	70	59,3	59,3	59,3
	2 a 3 vezes por semana	18	15,3	15,3	74,6
	Só à sexta-feira e ao sábado	12	10,2	10,2	84,7
	Outra situação	14	11,9	11,9	96,6
	Não responde	4	3,4	3,4	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

²³ Não foram caracterizados nos inquéritos, no entanto, alguns constam de uma informação mais pormenorizada do tempo de atividade de alguns dos operadores no mercado, estes dados podem ser agrupados em seis décadas: entre 11 a 20 anos de trabalho no mercado identifica-se 1 operador; entre 21 a 30 anos de trabalho no mercado foram identificados 8 dos operadores; entre 31 a 40 anos de trabalho no mercado identificam-se 21 operadores; entre 41 a 50 anos de trabalho no mercado identificaram-se 9 operadores; entre 51 a 60 anos de trabalho no mercado identificaram-se 11 operadores e entre os 61 ou mais anos de trabalho no mercado identificam-se 3 operadores.

O Mercado Municipal tem um funcionamento de segunda-feira a sábado entre o horário das 7h e as 19h. Os dias com maior movimentação de clientes correspondem à sexta-feira e ao sábado, podendo estar ligado a esta maior movimentação de clientes nestes dois dias da semana, identificam-se 12 operadores que só vêm trabalhar para o mercado municipal às sextas-feiras e sábados. No que respeita a uma frequência de trabalho diário, identificam-se 70 operadores que representam 59,3% do total dos operadores. Numa regularidade laboral entre duas a três vezes por semana, identificam-se 18 operadores e, numa outra situação, identificam-se 14 operadores.

Fazendo a comparação entre a frequência de trabalho dos operadores e os produtos que são vendidos, facilmente se constata o aumento da venda de legumes e frutas, que muitas vezes, são comercializados em espaços improvisados fora das bancas, sendo este o único produto cujo operador apenas comercializa no mercado municipal às sextas-feiras e sábados²⁴. Todos os outros produtos, são comercializados todos os dias da semana.

Satisfação dos Operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

A estratégia de inquirição da CMC passa pela análise do grau de satisfação dos operadores relativamente a 12 aspetos específicos do funcionamento interno do mercado municipal.

Tabela 5-Grau de satisfação dos operadores sobre as condições de iluminação no interior do Mercado Municipal

		Iluminação do Mercado			
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Insatisfeito	5	4,2	4,2	4,2
	Pouco satisfeito	12	10,2	10,2	14,4
	Satisfeito	85	72,0	72,0	86,4
	Totalmente satisfeito	12	10,2	10,2	96,6
	Ns/nr	1	,8	,8	97,5
	Não responde	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

²⁴ Tabela anexo 6

Na avaliação da satisfação sobre as condições de iluminação do mercado municipal, 72% dos inquiridos, equivalente a 85 operadores, considera-se satisfeito e 10,2%, correspondente a 12 operadores, posicionam-se no grau de totalmente satisfeito.

A acumulação destes dois indicadores de satisfação positiva representa 82,2% dos inquiridos. Já numa avaliação com indicadores de satisfação negativos, a percentagem de operadores que se considera insatisfeito com a iluminação do mercado municipal corresponde a 4,2% e 10,2% considera-se pouco satisfeito. A percentagem acumulativa para uma avaliação negativa das condições de iluminação do mercado é composta por 14,4% do total dos operadores.

Tabela 6-Grau de satisfação dos operadores sobre as condições de circulação pedonal no Mercado Municipal

		Condições para a circulação pedonal			
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Insatisfeito	18	15,3	15,3	15,3
	Pouco satisfeito	29	24,6	24,6	39,8
	Satisfeito	55	46,6	46,6	86,4
	Totalmente satisfeito	10	8,5	8,5	94,9
	Ns/nr	3	2,5	2,5	97,5
	Não responde	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Nas condições de circulação pedonal do mercado municipal, identificam-se 46,6% operadores, que se consideram satisfeitos com as condições do piso do mercado municipal, sendo apenas representado por 8,5%, os operadores que se consideram totalmente satisfeito. Estes dois indicadores de avaliação de satisfação positiva representa 55,1% dos inquiridos e, 39,8% avalia negativamente as condições de circulação pedonal dos quais, 24,6% dos operadores considera-se pouco satisfeito e 15,3% manifesta insatisfação com as condições do piso para a circulação pedonal.

Tabela 7-Grau de satisfação dos operadores do mercado municipal sobre a variedade na oferta de produtos vendidos

Variedade na oferta de produtos

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Insatisfeito	12	10,2	10,2	10,2
	Pouco satisfeito	42	35,6	35,6	45,8
	Satisfeito	46	39,0	39,0	84,7
	Totalmente satisfeito	14	11,9	11,9	96,6
	Ns/nr	1	,8	,8	97,5
	Não responde	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Em relação à variedade na oferta de produtos para venda no mercado municipal, 39% dos operadores está satisfeito com a variedade de produtos vendidos e 11,9%, equivalente a 14 operadores, consideram-se totalmente satisfeitos. Relativamente aos operadores que se consideram pouco satisfeitos com a variedade na oferta de produtos, correspondem a 35,6% dos inquiridos, cerca de 42 operadores e 12 que se consideram insatisfeitos correspondendo a 10,2% do total dos operadores. No total, 45,8% dos operadores inquiridos avalia negativamente o seu grau de satisfação na variedade da oferta dos produtos existentes no mercado municipal e 50,8% dos operadores avalia positivamente o seu grau de satisfação relativamente à variedade na oferta de produtos do mercado municipal.

Tabela 8-Grau de satisfação dos operadores do mercado municipal relativamente à existência de pontos de venda em espaços improvisados fora das bancas

Existência de pontos de venda em espaços improvisados fora das bancas

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Insatisfeito	31	26,3	26,3	26,3
	Pouco satisfeito	21	17,8	17,8	44,1
	Satisfeito	37	31,4	31,4	75,4
	Totalmente satisfeito	15	12,7	12,7	88,1
	ns/nr	11	9,3	9,3	97,5
	Não responde	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Questionados sobre a existência de pontos de venda em espaços improvisados fora das bancas, 31,4%, dos operadores considera-se satisfeito e, 12,7% dos operadores manifesta-se totalmente satisfeito com a existência de pontos de venda em espaços improvisados fora das bancas. Numa avaliação de insatisfação relativamente a estes espaços improvisados, posicionam-se 26,3% operadores e 17,8%, avaliam o seu grau de satisfação como estando pouco satisfeitos com a existência destes espaços improvisados. No total, 44,1% dos operadores atribui negativamente a sua satisfação com a existência destes espaços improvisados de venda de produtos e, 44% dos operadores considera positiva a sua existência.

Tabela 9 – Grau de satisfação dos operadores do mercado municipal sobre a existência de zonas de pausa para os clientes

Zonas de pausa para os clientes enquanto fazem as compras

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Insatisfeito	32	27,1	27,1	27,1
	Pouco satisfeito	39	33,1	33,1	60,2
	Satisfeito	33	28,0	28,0	88,1
	Totalmente satisfeito	4	3,4	3,4	91,5
	ns/nr	7	5,9	5,9	97,5
	Não responde	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

No que respeita ao grau de satisfação dos operadores relativamente às zonas de pausa para os clientes fazerem compras, 33,1% dos operadores do mercado considera-se pouco satisfeito, já 28% dos operadores consideram-se satisfeitos com as zonas de pausa para os clientes descansarem durante as suas compras, 27,1% dos operadores considera-se insatisfeito e apenas 3,4% está totalmente satisfeito com as zonas de pausa para os clientes enquanto fazem compras no mercado. Numa avaliação geral, a maioria dos operadores, 60,2%, considera os espaços existentes para os seus clientes fazerem pausa

enquanto fazem as suas compras, insuficiente e, 31,3% dos operadores considera o número já existente de espaços de pausa para os clientes descansarem como sendo suficientes.

Tabela 10-Grau de satisfação dos operadores sobre as ações de animação realizadas no mercado municipal

Nº e Tipo de ações de animação do mercado

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Insatisfeito	34	28,8	28,8	28,8
	Pouco satisfeito	48	40,7	40,7	69,5
	Satisfeito	26	22,0	22,0	91,5
	Ns/nr	7	5,9	5,9	97,5
	Não responde	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Questionados sobre o grau de satisfação no número e tipo de ações de animação do mercado, 40,7% dos operadores considera-se pouco satisfeito e 28,8% de operadores avalia o seu grau de satisfação como insatisfeitos. A percentagem acumulativa de valores negativos na avaliação da satisfação do número e tipo de ações de animação existentes no mercado municipal é de 69,5% do total dos operadores, já numa percentagem de avaliação positiva, 22% dos operadores considera-se satisfeito com as ações de animação realizadas no mercado municipal. 7 Operadores não manifestaram opinião relativamente a este aspeto.

Tabela 11-Grau de satisfação dos operadores do mercado municipal relativamente às condições de limpeza do espaço interior do mercado

Limpeza do espaço interior do mercado

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Insatisfeito	3	2,5	2,5	2,5
	Pouco satisfeito	20	16,9	16,9	19,5
	Satisfeito	78	66,1	66,1	85,6
	Totalmente satisfeito	12	10,2	10,2	95,8
	Ns/nr	2	1,7	1,7	97,5
	Não responde	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Relativamente à limpeza do espaço interior do mercado, 66,1% dos operadores considera-se satisfeito e 10,2% dos operadores consideram-se totalmente satisfeitos.

Relativamente aos operadores que se consideram pouco satisfeitos identificam-se 16,9% dos operadores tendo sido identificados 3 dos operadores que se consideram insatisfeitos com as condições de limpeza do mercado.

De forma geral, a avaliação da satisfação com as condições de limpeza do espaço interior do mercado municipal é positiva e é representada por 76,3% do total dos operadores. Por outro lado, 19,5% dos operadores avaliam negativamente a limpeza do espaço interior do mercado municipal.

Tabela 12 – Grau de satisfação dos operadores sobre o funcionamento e limpeza das casas de banho do mercado

Funcionamento e limpeza das casas de banho do mercado

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Insatisfeito	6	5,1	5,1	5,1
	Pouco satisfeito	32	27,1	27,1	32,2
	Satisfeito	59	50,0	50,0	82,2
	Totalmente satisfeito	14	11,9	11,9	94,1
	ns/nr	4	3,4	3,4	97,5
	Não responde	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Metade dos operadores, 50%, estão satisfeitos com o funcionamento e limpeza das casas de banho do mercado municipal, e 11,9% está totalmente satisfeito. A percentagem total de operadores que avalia positivamente o seu grau de satisfação sobre este aspeto específico no mercado é de 61,9%. Relativamente ao grupo de operadores que se considera pouco satisfeito com as condições de funcionamento e limpeza das casas de banho do mercado, corresponde a 27,1% dos operadores e 5,1% considera-se insatisfeito. Quanto à percentagem acumulativa da avaliação negativa efetuada pelos operadores, a sua representação é constituída por 32,2% do total dos inquiridos.

Tabela 13-Grau de satisfação dos operadores relativamente ao horário de funcionamento do mercado municipal

Horário de funcionamento do Mercado

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Insatisfeito	4	3,4	3,4	3,4
	Pouco satisfeito	13	11,0	11,0	14,4
	Satisfeito	84	71,2	71,2	85,6
	Totalmente satisfeito	14	11,9	11,9	97,5
	Não responde	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Na avaliação do grau de satisfação dos operadores relativamente ao horário de funcionamento do mercado municipal, 71,2% dos operadores considera-se satisfeito e 11,9% dos operadores consideram-se totalmente satisfeitos. Numa apreciação de insatisfação identificam-se 4 operadores e, 11% dos operadores estão pouco satisfeito com o horário de funcionamento do mercado municipal. Numa apreciação global, a grande maioria dos operadores, 83,1%, considera o horário de funcionamento do mercado municipal com valores de satisfação positiva e, 14,4% de operadores que manifestam descontentamento.

Tabela 14-Grau de satisfação dos operadores relativamente à facilidade de estacionamento para clientes

Facilidade de estacionamento para clientes

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Insatisfeito	72	61,0	61,0	61,0
	Pouco satisfeito	28	23,7	23,7	84,7
	Satisfeito	10	8,5	8,5	93,2
	ns/nr	5	4,2	4,2	97,5
	Não responde	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Relativamente à facilidade de estacionamento para clientes, 61% dos operadores considera-se insatisfeito e 23,7% dos operadores considera-se pouco satisfeito, o que faz

um total de 84,7% de operadores que estão descontentes com o estacionamento do mercado para os seus clientes, apenas 10 dos operadores, 8,5%, consideram-se satisfeito com a facilidade de estacionamento que o mercado oferece aos seus clientes.

Tabela 15-Grau de avaliação dos operadores sobre as condições térmicas e de climatização do mercado municipal

		Condições térmicas e de climatização			
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Insatisfeito	40	33,9	33,9	33,9
	Pouco satisfeito	30	25,4	25,4	59,3
	Satisfeito	40	33,9	33,9	93,2
	Totalmente satisfeito	1	,8	,8	94,1
	ns/nr	4	3,4	3,4	97,5
	Não responde	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Relativamente às condições térmicas e de climatização do mercado municipal, a percentagem de operadores que se posicionam numa apreciação satisfatória e numa apreciação de insatisfação é a mesma, representam 33,9% dos operadores do mercado para cada uma das duas situações apresentadas. Na posição de pouco satisfeito posicionam-se de 25,4% dos operadores, 30 dos inquiridos e apenas 1 operador considera-se totalmente satisfeito. É visível que a apreciação geral do grau de satisfação dos operadores relativamente às condições térmicas e de climatização oferecidas pelo mercado municipal é na sua maioria negativa, com uma percentagem acumulativa de 59,3% para uma percentagem de 34,8% que fazem uma avaliação positiva relativamente ao grau de satisfação das condições térmicas e de climatização do mercado municipal.

Tabela 16-Grau de satisfação dos operadores sobre as condições de armazenamento dos produtos

Condições de armazenamento dos produtos

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Insatisfeito	12	10,2	10,2	10,2
	Pouco satisfeito	10	8,5	8,5	18,6
	Satisfeito	48	40,7	40,7	59,3
	Totalmente satisfeito	10	8,5	8,5	67,8
	ns/nr	35	29,7	29,7	97,5
	Não responde	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Nas condições de armazenamento dos produtos, 40,7% dos operadores considera-se satisfeito e 8,5% dos operadores está totalmente satisfeito. A percentagem de operadores que se considera insatisfeito com as condições de armazenamento dos produtos corresponde a 10,2% dos operadores e 8,5% estão pouco satisfeitos com as condições de armazenamento dos produtos. A percentagem de Operadores que não souberam avaliar este aspeto do mercado é constituída por 29,7% do total, ou seja, 35 dos operadores inquiridos não souberam avaliar as condições de armazenamento de produtos que o mercado municipal dispõe para os seus operadores. O Balanço geral da avaliação do grau de satisfação positiva é composta pelo total de 49,2% dos operadores e 18,6% dos operadores avalia negativamente as condições de armazenamento dos produtos. Possivelmente, 29,7% dos operadores não utilizam os espaços de armazenamento de produtos do mercado municipal.

Das avaliações do grau de satisfação dirigidas aos operadores relativamente a 12 aspetos específicos do mercado municipal, é possível identificar 8 aspetos cuja apreciação de satisfação é de carater positivo e 4 dos aspetos identificados do mercado foram avaliados com graus de satisfação maioritariamente com valores negativos de satisfação.

Relativamente a estes aspetos de avaliação negativa, identificam-se as “Zonas de pausa para os clientes enquanto fazem compras”, com uma avaliação do grau de satisfação no “Pouco Satisfeito”, 33,1% dos inquiridos, e uma percentagem acumulativa de 60,2% de operadores que avaliam esta condição específica do mercado municipal com valores negativos. O segundo aspeto identificado é o “Número e tipo de ações de animação do

mercado”, que também atinge um grau de satisfação com maior incidência para o “Pouco Satisfeito”, com uma percentagem identificada de 40,7% dos posicionamentos e uma percentagem acumulativa negativa de 69,5% do total dos operadores inquiridos. O terceiro aspeto identificado com avaliação geral negativa corresponde à “Facilidade de estacionamento para clientes”, com uma percentagem de insatisfação de 61% e acumulativa negativa de 84,7%. Por último, as “Condições térmicas e de climatização” atingem a mesma percentagem dos graus de avaliação de insatisfação e de satisfação com uma percentagem de 33,9% para cada grau identificado, no entanto, a percentagem acumulativa de valores negativos é superior aos valores positivos, o que coloca a avaliação deste aspeto específico numa posição de “ponto fraco” do mercado municipal.

Relativamente aos aspetos de avaliação positiva, nenhum aspeto específico do mercado municipal atinge um grau de satisfação situado no “Totalmente Satisfeito”, no entanto, destacam-se dois aspetos específicos cuja percentagem acumulativa positiva atinge uma representação de mais de 80%. É o caso da iluminação do mercado municipal, com uma percentagem acumulativa positiva de 82,2% de identificação. O outro aspeto que sobressai é o horário de funcionamento do mercado municipal com uma percentagem acumulativa de avaliação positiva de 83,1%. Relativamente ao aspeto identificado com maior número de isenção de respostas identifica-se as condições de armazenamento de produtos com 35 operadores que não manifestaram o seu grau de satisfação, o que poderá ser um indicador de que 35 dos 115 operadores que responderam ao inquérito, não utilizam o armazém do mercado municipal.

Tabela 17- Tabela de escala numérica do grau de satisfação geral do operador relativamente ao mercado municipal

		Apreciação Global			
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Totalmente insatisfeito	5	4,2	4,2	4,2
	2	3	2,5	2,5	6,8
	3	7	5,9	5,9	12,7
	4	5	4,2	4,2	16,9
	Medianamente satisfeito	55	46,6	46,6	63,6
	6	10	8,5	8,5	72,0
	7	13	11,0	11,0	83,1
	8	6	5,1	5,1	88,1
	9	4	3,4	3,4	91,5
	Totalmente Satisfeito	1	,8	,8	92,4

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Numa apreciação global do grau de satisfação dos operadores em relação ao mercado municipal, tendo em conta uma escala numérica que varia entre os graus de satisfação 1 a 10, correspondendo o grau 1 a totalmente insatisfeito e o grau 10 a totalmente satisfeito. É possível verificar, segundo a tabela numérica, que os graus de satisfação geral do mercado são bastante díspares, os seus posicionamentos variam em todos os graus da tabela numérica, desde o grau mais negativo, considerado como totalmente insatisfeito, até ao grau mais elevado de satisfação que representa o grau totalmente satisfeito.

Seguindo a escala numérica numa posição ascendente, identificam-se 5 operadores que atribuem o seu grau geral de satisfação com o mercado municipal no 1º grau da tabela numérica com uma percentagem de 4,2% do total dos operadores. No grau 2 da tabela numérica, posicionaram-se 3 dos operadores, correspondente a 2,5%, no grau 3 com a percentagem de 5,9% são identificados o posicionamento de 7 dos operadores, já no grau 4, posicionam-se 5 operadores, o equivalente a 4,2% do total dos operadores. Tendo em conta que estes graus situados na tabela numérica correspondem a posicionamentos de caráter negativo, a percentagem acumulativa dos diversos graus de insatisfação é de 16,9%. Num posicionamento a meio da tabela numérica, sendo este o grau com maior

ocorrência, 55 dos operadores classificam o seu grau de apreciação global a meio da tabela, posicionando-se no grau 5 com uma percentagem de 46,6% do total dos inquiridos. No grau 6 da escala numérica posicionam-se 10 operadores, equivalente a 8,5%. Com maior frequência comparativamente ao posicionamento no grau anterior, são identificados 11% dos inquiridos, no grau 8 da tabela numérica posicionaram-se 6 operadores equivalente a 5,1% do total dos inquiridos, no grau 9 identificam-se 4 dos operadores com uma representação de 3,4% e na escala 10 apenas se identifica 1 posicionamento.

Podemos concluir, tendo em conta os dados estatísticos, que o posicionamento da apreciação global dos operadores do mercado municipal situa-se no grau 5 da tabela numérica, o que corresponde a medianamente satisfeito.

Para além da identificação da satisfação dos operadores relativamente a aspetos específicos do mercado municipal, a CMC inclui na sua estratégia de inquirição a opinião favorável ou desfavorável dos operadores relativamente sete itens apresentados.

Tabela 18-Opinião do operador sobre o facto de gostar de trabalhar no mercado municipal

		Gosto de trabalhar no mercado			
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Sim	111	94,1	94,1	94,1
	Não	2	1,7	1,7	95,8
	Ns / nr	2	1,7	1,7	97,5
	Não responde	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Questionados sobre o facto de gostarem de trabalhar no mercado, 94,1% dos operadores respondeu que sim e, 2 dos operadores responderam que não gostam de trabalhar no mercado municipal, o equivalente a 1,7% dos inquiridos. Na mesma percentagem, encontram-se o número de não resposta.

Tabela 19-Opinião do operador sobre a necessidade de modernizar o mercado municipal

O Mercado precisa ser modernizado

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Sim	96	81,4	81,4	81,4
	Não	14	11,9	11,9	93,2
	Ns / nr	5	4,2	4,2	97,5
	Não responde	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Relativamente à modernização do mercado municipal, 81,4% dos operadores concorda com a sua modernização e 11,9% discorda. A percentagem de operadores que não manifestou opinião sobre a necessidade de modernização do mercado municipal é de 4,2% o que corresponde a 4 dos 115 inquiridos.

Tabela 20-Opinião do operador relativamente à vantagem de haver restaurante no mercado municipal

Se houvesse restaurantes no mercado era mais vantajoso para todos

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Sim	73	61,9	61,9	61,9
	Não	28	23,7	23,7	85,6
	Ns / nr	14	11,9	11,9	97,5
	Não responde	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Na opinião sobre a vantagem de ter um restaurante no mercado, iria trazer benefícios para todos, 61,9% dos operadores concorda, 23,7% dos operadores discorda. 11,9% não manifestou a sua opinião de forma positiva ou negativa.

Tabela 21- Opinião dos operadores sobre a atração de novos clientes ao mercado municipal com a abertura de outros tipos de lojas

Abrir lojas diferentes aumenta atratividade para novos clientes

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Sim	108	91,5	91,5	91,5
	Não	6	5,1	5,1	96,6
	Ns / nr	1	,8	,8	97,5
	Não responde	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Confrontados com a questão da atratividade de novos clientes ao mercado municipal com a abertura de lojas diferentes das já existentes, 91,5% dos operadores consideram que esta medida seria positiva e aumentaria a atratividade de novos clientes, por outro lado, 5,1% dos operadores considera que a abertura de outro tipo de lojas no mercado não iria aumentar a atratividade de novos clientes.

Tabela 22-Opinião dos operadores sobre a necessidade de publicitar mais o mercado municipal

É preciso publicitar mais o Mercado

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Sim	105	89,0	89,0	89,0
	Não	3	2,5	2,5	91,5
	Ns / nr	7	5,9	5,9	97,5
	Não responde	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Relativamente à necessidade de aumentar a publicidade do mercado municipal, 89% dos operadores consideram esta medida essencial para a promoção dos produtos do mercado e, 2,5% considera que não é necessário. A percentagem de operadores que não soube responder a esta questão é de 5,9%, equivalente a 7 operadores.

Tabela 23- Opinião do operador sobre a criação de uma zona de esplanada no mercado municipal

Devia criar-se zona de esplanada

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Sim	88	74,6	74,6	74,6
	Não	15	12,7	12,7	87,3
	Ns / nr	12	10,2	10,2	97,5
	Não responde	3	2,5	2,5	100,0

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Relativamente à criação de uma esplanada no mercado municipal, 74,6% considera esta medida positiva e 12,7% considera que não se devia criar uma zona de esplanada no espaço do mercado municipal. A percentagem de não resposta é de 10,2%, o equivalente a 10 operadores.

Tabela 24-Opinião do operador do mercado municipal relativamente à necessidade de reorganizar lojas e bancas

É preciso reorganizar lojas e bancas

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Sim	74	62,7	62,7	62,7
	Não	33	28,0	28,0	90,7
	Ns / nr	8	6,8	6,8	97,5
	Não responde	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Em relação à reorganização das lojas e bancas, 62,7% dos operadores concorda com a sua reorganização e 28% dos operadores não concorda, a percentagem de não resposta é de 6,8%.

Sugestões de alterações a efetuar no mercado municipal: opinião dos operadores

No que refere às sugestões de melhoria a serem implementadas no mercado municipal, a Câmara Municipal de Coimbra selecionou oito alterações possíveis, entre elas identificam-se as seguintes opções: “Não mudava nada”; “Reorganizava as lojas de modo a ter circuitos de compras mais funcionais”; “Reorganizava as bancas de forma a ter circuitos de compras mais funcionais”; “Embelezava o edifício do mercado”; “Fazia ações de animação no mercado”; “Criava zona de restauração no mercado”; “Abria o mercado à noite com atividades de lazer” e, “Organizava *Workshops* de culinária para o público”. Entre as oito opções disponíveis encontram-se duas opções de sugestões livres, referenciadas na tabela de frequências como “outra 1” e “outra 2”. O número de opiniões livres contabilizadas nas duas tabelas de frequência de sugestões de mudança atinge as 82 respostas, transcritas e agrupadas em novas tabelas, no entanto, não foram adicionadas como novos rótulos na base de dados pelo que, a sua análise é efetuada numa tabela separada. No que refere a estes dados, foram identificados 15 novos rótulos a introduzir na base de dados para análise estatística. Estes novos dados referem-se ao disciplinamento do estacionamento para clientes; a ocupação de lojas fechadas; a publicitação do mercado para atrair novos clientes; alteração do horário de funcionamento do mercado; a introdução de mais multibancos; a alteração do regulamento do mercado municipal; a inovação do mercado municipal; a adaptação das condições de climatização do mercado para cada estação do ano; a diversificação do comércio; a abertura de correios no mercado; o aumento do espaço das lojas; passadeira antiderrapante na zona do peixe; criação de zonas de lazer; culinária patrocinada com produtos do mercado e, a proteção do comércio tradicional²⁵.

²⁵ Tabela anexo 7

Tabela 25-Sugestões de mudança 1

Sugestões de melhoria 1

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Não mudava nada	2	1,7	1,7	1,7
	Reorganizava as lojas de modo a ter circuitos de compras mais funcionais	15	12,7	12,7	14,4
	Reorganizava as bancas de modo a ter circuitos de compras mais funcionais	11	9,3	9,3	23,7
	Embelezava o edifício do Mercado	6	5,1	5,1	28,8
	Fazia ações de animação no Mercado	28	23,7	23,7	52,5
	Criava zona de restauração no Mercado	6	5,1	5,1	57,6
	Abria o Mercado à noite, com atividades de lazer	2	1,7	1,7	59,3
	Organizava workshops de culinária para o público	4	3,4	3,4	62,7
	Outra1	37	31,4	31,4	94,1
	Não responde	7	5,9	5,9	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Analisando a tabela das sugestões de mudança 1, destacam-se três principais alterações sugeridas pelos operadores do mercado municipal: as ações de animação com uma frequência de 28 operadores; a reorganização das bancas com 18 frequências identificadas e a organização das lojas com 15 referências. Nas opções “não alterava nada” e “abria o mercado à noite com atividades de lazer”, são identificadas 2 frequências para cada sugestão de alteração. Já as opções “embeleza o edifício do mercado” e “criava uma zona de restauração no mercado” identificam-se 6 sugestões para cada aspeto. Na organização de *workshop* de culinária, na tabela das sugestões de mudança 1, identificam-se a sugestão de 4 operadores.

Tabela 26-Sugestões de mudança 2

Sugestões de melhoria 2

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Reorganizava as bancas de modo a ter circuitos de compras mais funcionais	7	5,9	5,9	5,9
	Fazia ações de animação no Mercado	8	6,8	6,8	12,7
	Criava zona de restauração no Mercado	13	11,0	11,0	23,7
	Abria o Mercado à noite, com atividades de lazer	5	4,2	4,2	28,0
	Organizava workshops de culinária para o público	15	12,7	12,7	40,7
	Outra1	16	13,6	13,6	54,2
	Outra2	29	24,6	24,6	78,8
	Não responde	25	21,2	21,2	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos operadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Relativamente à segunda tabela de sugestões de mudança, a principal alteração identificada é a organização de *workshops* de culinária com 15 frequências identificadas, a segunda alteração com maior frequência de casos identificados é a criação de uma zona de restauração no mercado, com uma frequência de 13 referências. Na reorganização das bancas de modo a ter circuitos de compras mais funcionais identificam-se 7 sugestões e 8 para a realização de ações de animação no mercado. Relativamente à abertura do mercado em horário noturno para atividades de lazer, identificam-se 5 sugestões.

A soma das frequências das duas tabelas indica que a sugestão de mudança mais sugerida pelos operadores do mercado municipal é a organização de ações de animação, tendo atingido um total de 36 frequências. A segunda sugestão com maior número de frequências é a organização de Workshops de culinária com uma identificação total de 19 operadores. A terceira alteração mais identificada, com o total de 18 frequências é a reorganização das bancas do mercado para melhorar o circuito de compras. Tendo em conta os dados sugeridos pelos operadores, as principais sugestões de mudança identificados são o aumento do estacionamento e a diversificação do comércio no mercado

com a abertura de outro tipo de lojas, com uma referência de 17 operadores para cada uma das sugestões. Com 16 sugestões de mudança encontra-se a necessidade de uma ação de divulgação e dinamização do mercado municipal. A ocupação de lojas fechadas também se considera relevante, tendo sido identificada por 10 operadores. Com uma menor frequência identificam-se as mudanças de embelezamento do mercado com 6 identificações e, a abertura do mercado à noite, com uma frequência total de 7 operadores. Já nas sugestões livres, as alterações com menor frequência remetem para a inovação do mercado; a criação de zonas de lazer; o aumento do espaço das lojas; a passadeira antiderrapante na zona do peixe com apenas um operador identificado²⁶.

²⁶ Dados disponíveis nos inquéritos de avaliação da satisfação aos operadores do mercado municipal D. Pedro V da Câmara Municipal de Coimbra, Departamento de Planeamento Urbanístico.

4.2 – Análise dos dados dos inquéritos Aplicados aos utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V

Perfil Do Utilizador do Mercado Municipal D. Pedro V

A amostra representativa dos utilizadores do mercado municipal é composta por 100 inquéritos válidos, dos quais 57% dos inquiridos são do sexo feminino e 43% são do sexo masculino²⁷.

Tabela 27-Idades dos utilizadores do mercado municipal

		Idade			
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	18 - 24 Anos	2	2,0	2,0	2,0
	25 - 34 Anos	3	3,0	3,0	5,0
	35 - 44 Anos	11	11,0	11,0	16,0
	45 - 54 Anos	14	14,0	14,0	30,0
	55 - 64 Anos	21	21,0	21,0	51,0
	65 e mais anos	49	49,0	49,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

Quase metade dos utilizadores inquiridos, 49% da amostra representativa, têm uma idade entre os 65 anos ou mais anos. Entre as idades dos 55 aos 64 anos, os dados revelam uma percentagem correspondente a 21% da amostra representativa. Nas idades identificadas entre os 45 e os 54 anos a percentagem de inquiridos identificados, corresponde 14%. A percentagem acumulativa de utilizadores com idades dos 18 aos 54 anos é constituída por 30% da amostra representativa, já a percentagem acumulativa de inquiridos entre as idades de 55 anos e mais de 65 representa 70% do total da amostra representativa, o que leva a crer que a grande maioria dos clientes do mercado municipal correspondem a uma faixa etária acima dos 55 anos.

²⁷ Tabela Anexo 8

Tabela 28-Identificação das habilitações literárias dos utilizadores do mercado municipal

		Habilitações Literárias			
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Não completou nenhum grau de ensino	2	2,0	2,0	2,0
	Ensino Primário	30	30,0	30,0	32,0
	2º Ciclo do ensino básico (6º ano)	8	8,0	8,0	40,0
	3º Ciclo do ensino básico (9º ano)	22	22,0	22,0	62,0
	Ensino secundário (11/12º ano)	13	13,0	13,0	75,0
	Ensino superior	23	23,0	23,0	98,0
	Doutoramento	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

Considerando o grau de escolaridade dos inquiridos, constata-se que 30% da amostra representativa completou o ensino primário, 23% dos inquiridos completaram o ensino superior e 22% completou o 3º Ciclo do ensino básico. Com percentagens representativas inferiores encontram-se os utilizadores que não completaram nenhum grau de ensino com uma representação de 2%. Os utilizadores que completaram o 2º ciclo do ensino básico representam 8% da amostra e, com escolaridade na escala de Doutoramento são identificados 2 utilizadores.

Relativamente à proximidade de residência na área de influência do mercado municipal, 38% dos inquiridos residem na sua proximidade e 62% não são residentes da zona do mercado²⁸.

²⁸ Tabela Anexo 9

Tabela 29-Identificação da frequência de deslocação ao mercado municipal da população inquirida não residente na área de influência do mercado municipal

Dos não residentes na zona do mercado, com que frequência ali passam

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Todos os dias	6	6,0	9,7	9,7
	2 a 3 vezes por semana	20	20,0	32,3	41,9
	3 ou 4 vezes por mês	25	25,0	40,3	82,3
	Raramente	11	11,0	17,7	100,0
	Total	62	62,0	100,0	
Omisso	Sistema	38	38,0		
Total		100	100,0		

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

Dos inquiridos que não residem na zona do mercado municipal, 40,3% frequentam o mercado municipal entre 3 ou 4 vezes por mês e com uma frequência de 2 a 3 vezes por semana identificam-se 32,3% dos utilizadores. Com uma percentagem de 17,7%, posicionam-se os utilizadores que frequentam raramente o mercado e, com uma assiduidade diária identificam-se 9,7% dos utilizadores.

Tabela 30- Identificação dos motivos que levam os utilizadores a frequentar o mercado municipal

Razões pelas quais está na zona

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Trabalho na zona	4	4,0	6,5	6,5
	Deslocação casa/ escola	1	1,0	1,6	8,1
	Deslocação casa/ trabalho	1	1,0	1,6	9,7
	Vem fazer compras ao Mercado	42	42,0	67,7	77,4
	Visita a monumentos e/ou passeio	1	1,0	1,6	79,0
	Outra razão	12	12,0	19,4	98,4
	99	1	1,0	1,6	100,0
	Total	62	62,0	100,0	
Omisso	Sistema	38	38,0		
Total		100	100,0		

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

Relativamente à identificação das razões que levam os utilizadores a frequentarem o mercado municipal, 42% dos utilizadores identifica como principal motivo o facto de fazerem compras no mercado. Do total dos utilizadores não residentes na área de influência, 4 frequenta o mercado porque trabalha na zona, 1 utilizador identifica como principal motivo as deslocações de casa para o trabalho e outro utilizador identifica o percurso de casa para a escola. Relativamente a visitar o mercado municipal como sendo um ponto de referência turística, identifica-se 1 inquirido. A percentagem de utilizadores que identifica um outro motivo diferente dos selecionados pelos inquéritos da Câmara Municipal de Coimbra é equivalente a 12% da amostra representativa. O levantamento destes dados adiciona aos motivos já identificados por inquérito a frequência do mercado municipal por constituir rotina de vários anos; acompanhar o patrão nas compras; visitar os amigos operadores e ajudá-los nas suas tarefas diárias; a compra dos produtos no mercado por considerarem serem mais frescos e a qualidade mais viável, principalmente na compra de carne, peixe e legumes. Outros motivos identificados estão relacionados com a disponibilidade dos transportes públicos.

Tabela 31-Motivos que levam os utilizadores a fazer compras no mercado municipal

Porque faz compras no mercado

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Trabalho na zona	5	5,0	5,2	5,2
	Os produtos são frescos	25	25,0	26,0	31,3
	Os produtos são mais baratos	4	4,0	4,2	35,4
	Os produtos têm mais qualidade que no supermercado	15	15,0	15,6	51,0
	Confiança nos vendedores	6	6,0	6,3	57,3
	Ambiente/experiência do mercado	21	21,0	21,9	79,2
	Outra razão	13	13,0	13,5	92,7
	Não responde	7	7,0	7,3	100,0
	Total	96	96,0	100,0	
Omisso	Sistema	4	4,0		
Total		100	100,0		

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

Sobre os motivos que levam os utilizadores a fazerem compras no mercado municipal, identificam-se 26% dos inquiridos que consideram os produtos vendidos no mercado municipal mais frescos comparados a outros locais de venda e, 15,6% dos utilizadores assume que a qualidade dos produtos vendidos no mercado municipal é superior aos vendidos nos supermercados. Assumindo que estes dois motivos são praticamente idênticos, a sua percentagem acumulativa é constituída por 41,6% dos inquiridos que optam por fazer as suas compras no mercado municipal pela qualidade dos produtos vendidos. A percentagem de utilizadores que faz compras no mercado municipal porque confia nos vendedores corresponde a 6,3% e, 4,2% consideram os preços dos produtos mais baratos. Os inquiridos que assumem como principal motivo a experiencia de fazer compras no mercado municipal assume uma percentagem de 21,9% dos utilizadores e, 5,2% realiza as suas compras neste local porque trabalham nas proximidades. Relativamente aos 13 inquiridos que assumem outros motivos que não os identificados em inquirição, apontam como principal motivo a compra isolada de certos alimentos, é o caso do peixe; da carne; das flores e dos legumes ou frutas. Outros motivos identificados é a rotina e a amizade que alguns utilizadores desenvolveram ao longo dos anos com os operadores do mercado²⁹.

Tabela 32 - Motivos pelos quais os utilizadores não fazem compras no mercado municipal

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	É mais confortável ir ao supermercado	1	1,0	25,0	25,0
	Os preços tornam-se mais caros	1	1,0	25,0	50,0
	Outra	2	2,0	50,0	100,0
	Total	4	4,0	100,0	
Omisso	Sistema	96	96,0		
Total		100	100,0		

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

²⁹ Estes dados constam nos inquéritos da CMC

Relativamente aos utilizadores que não fazem compras no mercado municipal, os dois motivos identificados correspondem a uma maior facilidade de fazer compras num supermercado e a outra razão identificada relaciona-se com o preço dos produtos serem mais caros comparando a outros locais de venda.

Através da análise de todos os dados apresentados, podemos considerar que grande parte dos utilizadores inquiridos faz compras no mercado municipal semanalmente ou mensalmente, é uma população maioritariamente com idade igual ou superior a 55 anos e não reside nas proximidades do mercado, o que leva a crer, que se deslocam ao mercado propositadamente para fazer compras. Os principais motivos identificados, que levam estes utilizadores a fazer compras no mercado, prende-se pela qualidade dos produtos, assumindo que os consideram mais frescos comparativamente com outros estabelecimentos comerciais, outro motivo identificado com alguma relevância na análise é a experiência de fazer compras num ambiente de comércio tradicional.

Grau de satisfação dos utilizadores do mercado municipal

Para a avaliação do grau de satisfação dos utilizadores do mercado municipal, consideram-se 15 aspetos do seu funcionamento para análise:

Tabela 33- Grau de satisfação dos utilizadores relativamente às condições de iluminação do mercado municipal.

		Iluminação do Mercado			
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Insatisfeito	1	1,0	1,0	1,0
	Pouco satisfeito	6	6,0	6,3	7,3
	Satisfeito	69	69,0	71,9	79,2
	Totalmente satisfeito	20	20,0	20,8	100,0
	Total	96	96,0	100,0	
Omisso	Sistema	4	4,0		
Total		100	100,0		

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

Na avaliação do grau de satisfação dos utilizadores do mercado municipal relativamente à iluminação do espaço interior, os dados indicam que a percentagem de

utilizadores que se consideram satisfeitos é de 71,9% e 20,8% consideram-se totalmente satisfeitos, a percentagem acumulativa de valores de satisfação positiva corresponde a 92,7% do total dos inquiridos. Numa avaliação de satisfação com indicadores negativos, a percentagem acumulativa representa 7,3% do total dos inquiridos sendo que, 1 utilizador manifesta a sua avaliação como insatisfeito e 6,3% dos operadores posicionam-se como estando pouco satisfeitos com a iluminação do mercado municipal.

Tabela 34- Grau de satisfação dos utilizadores relativamente às condições de circulação pedonal do interior do mercado municipal

Condições para a circulação pedonal

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Insatisfeito	1	1,0	1,0	1,0
	Pouco satisfeito	18	18,0	18,8	19,8
	Satisfeito	55	55,0	57,3	77,1
	Totalmente satisfeito	18	18,0	18,8	95,8
	ns/nr	4	4,0	4,2	100,0
	Total	96	96,0	100,0	
Omisso	Sistema	4	4,0		
Total		100	100,0		

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

Na avaliação das condições do mercado municipal para a circulação pedonal no seu interior, 57,3% dos utilizadores inquiridos considera-se satisfeita e 18,8% avalia a sua satisfação como estando totalmente satisfeitos. A percentagem acumulativa destes dois indicadores de valores positivos corresponde a 76% do total dos inquiridos. Já numa avaliação de satisfação de indicadores negativos, a percentagem acumulativa corresponde a 19,8% do total dos inquiridos dos quais, 18,8% considera-se pouco satisfeito e apenas 1 inquirido considera-se insatisfeito.

Tabela 35- Grau de satisfação dos utilizadores sobre a variedade na oferta dos produtos vendidos no mercado municipal

Variedade na oferta de produtos

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Pouco satisfeito	7	7,0	7,3	7,3
	Satisfeito	51	51,0	53,1	60,4
	Totalmente satisfeito	38	38,0	39,6	100,0
	Total	96	96,0	100,0	
Omisso	Sistema	4	4,0		
Total		100	100,0		

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

Relativamente à variedade na oferta de produtos disponíveis para venda no mercado municipal, 53,1% dos utilizadores considera-se satisfeito com a variedade disponível e, 39,6% considera-se totalmente satisfeito. A percentagem acumulativa de indicadores de satisfação positiva corresponde a 92,7% dos inquiridos. A percentagem de utilizadores que se consideram pouco satisfeitos com a diversidade da oferta de produtos para venda no mercado municipal é de 7,3%.

Tabela 36- Grau de satisfação dos utilizadores relativamente à funcionalidade da disposição das lojas do mercado municipal

Funcionalidade da disposição das lojas

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Pouco satisfeito	4	4,0	4,2	4,2
	Satisfeito	57	57,0	59,4	63,5
	Totalmente satisfeito	34	34,0	35,4	99,0
	ns/nr	1	1,0	1,0	100,0
	Total	96	96,0	100,0	
Omisso	Sistema	4	4,0		
Total		100	100,0		

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

Na avaliação da funcionalidade da disposição das lojas do mercado, os dados indicam que 59,4% dos utilizadores consideram-se satisfeitos e 35,4% dos utilizadores estão totalmente satisfeitos com a funcionalidade da disposição das lojas no mercado municipal, assumindo os valores percentuais destes dois graus de satisfação, percentagem

acumulativa na representação de satisfação positiva corresponde a 94,8% do total dos utilizadores inquiridos. Com indicadores de satisfação negativa, a percentagem que se considera pouco satisfeito corresponde a 4% do total dos utilizadores do mercado municipal.

Tabela 37-Grau de satisfação dos utilizadores relativamente à funcionalidade da disposição das bancas do mercado municipal

Funcionalidade da disposição das bancas

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Insatisfeito	1	1,0	1,0	1,0
	Pouco satisfeito	5	5,0	5,2	6,3
	Satisfeito	59	59,0	61,5	67,7
	Totalmente satisfeito	30	30,0	31,3	99,0
	ns/nr	1	1,0	1,0	100,0
	Total	96	96,0	100,0	
Omisso	Sistema	4	4,0		
Total		100	100,0		

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

Na avaliação da satisfação da funcionalidade da disposição das bancas do mercado municipal, os dados recolhidos demonstram que 61,5% dos utilizadores inquiridos consideram-se satisfeitos e 31,3% consideram-se totalmente satisfeitos. A percentagem acumulativa de indicadores de avaliação de satisfação positiva representa 92,7% dos utilizadores do mercado municipal. Relativamente a indicadores de avaliação negativa, a percentagem acumulativa representativa corresponde a 6,3% do total dos inquiridos.

Tabela 38-Grau de satisfação dos utilizadores relativamente à existência de produtores em espaços improvisados fora das bancas

Existência de produtores em espaços improvisados fora das bancas

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Insatisfeito	6	6,0	6,3	6,3
	Pouco satisfeito	15	15,0	15,6	21,9
	Satisfeito	61	61,0	63,5	85,4
	Totalmente satisfeito	12	12,0	12,5	97,9
	ns/nr	2	2,0	2,1	100,0
	Total	96	96,0	100,0	
Omisso	Sistema	4	4,0		
Total		100	100,0		

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

Relativamente à existência de produtores em espaços improvisados fora das bancas, a percentagem de utilizadores que se considera satisfeito com estes espaços improvisados representa 63,5% da população inquirida e, 12,5% consideram-se totalmente satisfeitos. A percentagem acumulativa de valores positivos é constituída por 76% do total dos utilizadores. Num grau de avaliação de insatisfação posicionam-se 6 dos inquiridos e, com o posicionamento de pouco satisfeito com a existência destes produtores posicionam-se 15,6% utilizadores que fazem um total de 21,9% de percentagem acumulativa de avaliação negativa.

Tabela 39-Grau de satisfação dos utilizadores sobre as zonas de pausa existentes no mercado municipal

Zonas de pausa enquanto se fazem as compras

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Insatisfeito	6	6,0	6,3	6,3
	Pouco satisfeito	28	28,0	29,2	35,4
	Satisfeito	37	37,0	38,5	74,0
	Totalmente satisfeito	12	12,0	12,5	86,5
	ns/nr	13	13,0	13,5	100,0
	Total	96	96,0	100,0	
Omisso	Sistema	4	4,0		
Total		100	100,0		

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

Os valores percentuais dos utilizadores que se consideram satisfeitos com as zonas de pausa existentes no mercado municipal é constituída por 38,5% dos inquiridos, já os utilizadores que se consideram totalmente satisfeitos representam 12,5% dos inquiridos. A percentagem acumulativa de satisfação com valores satisfatórios corresponde a 51,1% do total dos inquiridos. No entanto, 35,4% dos inquiridos avaliaram a sua satisfação com valores negativos, dos quais, 29,2% considera-se pouco satisfeito e 6,3% considera-se insatisfeito com a existência de zonas de pausa durante o período em que ocorrem as suas compras. A percentagem de não resposta atinge os 13,5%.

Tabela 40-Grau de satisfação dos utilizadores relativamente ao número e tipo de ações de animação do mercado municipal

Nº e Tipo de ações de animação do mercado

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Insatisfeito	13	13,0	13,5	13,5
	Pouco satisfeito	27	27,0	28,1	41,7
	Satisfeito	24	24,0	25,0	66,7
	Totalmente satisfeito	4	4,0	4,2	70,8
	ns/nr	28	28,0	29,2	100,0
	Total	96	96,0	100,0	
Omisso	Sistema	4	4,0		
Total		100	100,0		

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

Na avaliação da satisfação dos utilizadores relativamente ao número e tipo de ações de animação que se efetuam no mercado municipal, a percentagem de inquiridos que se posiciona no grau de insatisfação é constituída por 13,5% dos inquiridos, relativamente ao posicionamento de utilizadores no grau de pouco satisfeito identificam-se 28,1% utilizadores. A percentagem acumulativa de avaliação com indicadores negativos é constituída por 41,7% do total dos inquiridos. Com um posicionamento de satisfação posicionam-se 24 inquiridos, com uma representação de 25% dos inquiridos e, numa avaliação totalmente satisfatória posicionam-se 4 dos inquiridos. A percentagem acumulativa de valores positivos na avaliação da satisfação com o número e tipo de ações de animação do mercado municipal representa 29,1% do total dos utilizadores. A

percentagem de utilizadores que não soube posicionar-se em nenhum grau de satisfação representa 29,2% do total dos inquiridos.

Tabela 41-Grau de satisfação dos utilizadores relativamente à limpeza do espaço interior do mercado municipal

Limpeza do espaço interior do mercado

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Pouco satisfeito	6	6,0	6,3	6,3
	Satisfeito	55	55,0	57,3	63,5
	Totalmente satisfeito	35	35,0	36,5	100,0
	Total	96	96,0	100,0	
Omisso	Sistema	4	4,0		
Total		100	100,0		

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

Na avaliação da limpeza do espaço interior do mercado municipal, a percentagem de utilizadores que se considera satisfeita é composta por 57,3% dos inquiridos e 36,5% considera-se totalmente satisfeito. A junção destes indicadores de avaliação positiva corresponde a uma percentagem total de 93,7% dos utilizadores que considera a limpeza do espaço interior do mercado de forma positiva. A percentagem de utilizadores que se posiciona numa apreciação negativa face à limpeza do mercado é composta por 6,3% do total dos inquiridos cujo grau de satisfação manifesta-se de pouca satisfação.

Tabela 42-Grau de satisfação dos utilizadores sobre o funcionamento e limpeza das casas de banho no mercado municipal

Funcionamento e limpeza das casas de banho do mercado

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Insatisfeito	1	1,0	1,0	1,0
	Pouco satisfeito	9	9,0	9,4	10,4
	Satisfeito	32	32,0	33,3	43,8
	Totalmente satisfeito	19	19,0	19,8	63,5
	ns/nr	35	35,0	36,5	100,0
	Total	96	96,0	100,0	
Omisso	Sistema	4	4,0		
Total		100	100,0		

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

Relativamente ao funcionamento e limpeza das casas de banho do mercado municipal, 33,3% dos utilizadores considera-se satisfeito com a higienização e manutenção aplicadas neste espaço. A percentagem de utilizadores que avalia estas condições como estando totalmente satisfeito corresponde a 19,8% dos utilizadores. A percentagem acumulativa de indicadores de avaliação positiva é composta por 53,1% dos utilizadores. Relativamente a indicadores de avaliação negativa, identificam-se 9 utilizadores que se consideram pouco satisfeitos e 1 utilizador que se manifestou insatisfeito com as condições e higienização das casas de banho. A percentagem de utilizadores que não se posicionaram em nenhum grau de satisfação representa 36,5% dos inquiridos.

Tabela 43-Grau e satisfação dos utilizadores com o horário de funcionamento do mercado municipal

Horário de funcionamento do Mercado

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Pouco satisfeito	7	7,0	7,3	7,3
	Satisfeito	46	46,0	47,9	55,2
	Totalmente satisfeito	41	41,0	42,7	97,9
	ns/nr	2	2,0	2,1	100,0
	Total	96	96,0	100,0	
Omisso	Sistema	4	4,0		
Total		100	100,0		

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

Em relação ao horário e funcionamento do mercado municipal, a amostra representativa indica que 47,2% dos utilizadores considera-se satisfeito com o horário disponível para a realização das suas compras e, 42,7% considera-se totalmente satisfeito. A percentagem acumulativa do indicador de satisfação positiva corresponde a 90,6% dos inquiridos. A percentagem de utilizadores que considera o horário de funcionamento do mercado com indicadores negativos é composta por 7,3% da amostra representativa.

Tabela 44-Grau de satisfação dos utilizadores com o estacionamento do mercado municipal

Facilidade de estacionamento para vir fazer compras

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Insatisfeito	10	10,0	10,4	10,4
	Pouco satisfeito	18	18,0	18,8	29,2
	Satisfeito	31	31,0	32,3	61,5
	Totalmente satisfeito	16	16,0	16,7	78,1
	ns/nr	21	21,0	21,9	100,0
	Total	96	96,0	100,0	
Omisso	Sistema	4	4,0		
Total		100	100,0		

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

No que respeita à facilidade de estacionamento para fazer compras no mercado municipal, 10,4% dos utilizadores consideram-se insatisfeitos, 18,8% avaliam o seu grau de satisfação como estando pouco satisfeitos, 32,3% considera-se satisfeito com a facilidade de estacionamento no mercado municipal, na representação de utilizadores que se consideram totalmente satisfeitos posicionam-se 16,7% inquiridos. Já a percentagem de inquiridos que não manifestou qualquer avaliação do grau de satisfação corresponde a 21,9% do total da amostra representativa.

Tabela 45-Grau de satisfação dos utilizadores relativamente à qualidade do atendimento por parte dos operadores do mercado municipal

Qualidade do atendimento

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Insatisfeito	1	1,0	1,0	1,0
	Pouco satisfeito	1	1,0	1,0	2,1
	Satisfeito	36	36,0	37,5	39,6
	Totalmente satisfeito	57	57,0	59,4	99,0
	ns/nr	1	1,0	1,0	100,0
	Total	96	96,0	100,0	
Omisso	Sistema	4	4,0		
Total		100	100,0		

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

Na avaliação da satisfação dos utilizadores sobre a qualidade do atendimento dos operadores do mercado municipal, os dados indicam que 59,4% dos utilizadores está totalmente satisfeito com a qualidade do atendimento e 37,5% considera-se satisfeito. A frequência de utilizadores que avalia negativamente a qualidade do atendimento por parte dos operadores do mercado municipal representa 2,1% dos inquiridos sendo a percentagem de avaliação com indicadores positivos de satisfação representa 96,9% do total dos utilizadores.

Tabela 46-Grau de satisfação dos utilizadores do mercado municipal relativamente à confiança nos vendedores

Confiança nos vendedores

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Pouco satisfeito	1	1,0	1,0	1,0
	Satisfeito	39	39,0	40,6	41,7
	Totalmente satisfeito	56	56,0	58,3	100,0
	Total	96	96,0	100,0	
Omisso	Sistema	4	4,0		
Total		100	100,0		

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

Dos 96 utilizadores que manifestaram o seu posicionamento na avaliação da confiança que depositam nos vendedores do mercado municipal, apenas 1 dos inquiridos considera-se pouco satisfeito, sendo a percentagem de utilizadores que apresenta valores positivos de satisfação composto por 99% da amostra. O grau de satisfação que atinge maior percentagem de identificação representa o posicionamento em totalmente satisfeito com uma percentagem de 58,3% dos inquiridos e numa avaliação de satisfação, posicionam-se 40,6% dos utilizadores do mercado municipal.

Tabela 47-Grau de satisfação dos utilizadores relativamente ao ambiente geral do mercado municipal

Ambiente geral do mercado

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Pouco satisfeito	3	3,0	3,1	3,1
	Satisfeito	54	54,0	56,3	59,4
	Totalmente satisfeito	39	39,0	40,6	100,0
	Total	96	96,0	100,0	
Omisso	Sistema	4	4,0		
Total		100	100,0		

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

Relativamente à avaliação do grau de satisfação geral dos utilizadores do mercado municipal sobre o ambiente geral do mercado, 56,3% dos inquiridos considera-se satisfeito e 40,6% avalia a sua satisfação como estando totalmente satisfeito. Apenas 3 utilizadores consideram a sua avaliação no grau de pouco satisfeitos constituindo uma percentagem de valores de satisfação negativa de 3,1% do total dos inquiridos. Já a percentagem total de valores de satisfação positivos corresponde a 96,9% do total dos inquiridos.

De todas as avaliações efetuadas sobre o grau de satisfação dos utilizadores relativamente aos 15 aspetos específicos do mercado municipal, os dados estatísticos sugerem uma avaliação positiva para 14 dos aspetos identificados. Destes 14 aspetos específicos, dois atingem um grau de avaliação cuja maior frequência de identificação por parte dos utilizadores corresponde ao grau de satisfação “Totalmente Satisfeito”, é o caso da avaliação da qualidade do atendimento, com uma percentagem de 59,4% e 96,9% de percentagem acumulativa de avaliação positiva. O segundo aspeto identificado corresponde à confiança nos vendedores do mercado, com uma percentagem de total satisfação correspondente a 58,3% de inquiridos, com uma percentagem acumulativa de valores positivos na avaliação atinge os 99%. Existe um aspeto específico do mercado municipal que atinge um grau de satisfação negativa, é o caso do Número e tipo de ações de animação no mercado que atinge uma percentagem acumulativa negativa de 41,7% e uma isenção de resposta de 29,2% dos utilizadores. Ainda é possível verificar, segundo os dados em análise, que 6 dos aspetos específicos do mercado municipal não tiveram nenhuma frequência de insatisfação por parte dos utilizadores, que correspondem à variedade na oferta de produtos; funcionalidade da disposição das lojas; limpeza do espaço

interior do mercado; horário de funcionamento do mercado; confiança nos vendedores e, ambiente geral do mercado.

Relativamente à apreciação global, os valores de satisfação são representados numa escala numérica que varia do grau 1 até ao grau 10 de satisfação.

Tabela 48- Tabela de escala numérica de avaliação da satisfação global dos utilizadores do mercado municipal

		Apreciação Global			
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	4	2	2,0	2,1	2,1
	<u>Medianamente Satisfeito</u>	11	11,0	11,5	13,5
	6	9	9,0	9,4	22,9
	7	11	11,0	11,5	34,4
	8	35	35,0	36,5	70,8
	9	17	17,0	17,7	88,5
	<u>Totalmente Satisfeito</u>	11	11,0	11,5	100,0
	Total	96	96,0	100,0	
Omisso	Sistema	4	4,0		
Total		100	100,0		

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

A análise da tabela numérica de apreciação global da satisfação dos utilizadores do mercado municipal não indica posicionamentos de escala inferiores ao grau de satisfação 4, este valor 4, apesar de o considerar como um posicionamento de caráter negativo, está bastante próximo do indicador médio de satisfação, pelo qual o avalio como sendo um posicionamento negativo fraco e consta de uma representação identificativa de 2 utilizadores. Numa apreciação medianamente satisfeito, equivalente ao posicionamento de escala numérica 5, identificam-se 11 utilizadores, no equivalente ao posicionamento de escala 6 identificam-se 9 utilizadores, no posicionamento de escala 7 posicionam-se 11 utilizadores, no posicionamento de escala 8 identificam-se 35 utilizadores sendo este o grau de apreciação global do mercado municipal com maior posicionamento. No posicionamento de apreciação global de escala 9 identificam-se 17 utilizadores e, na escala 10, correspondente a totalmente satisfeito, identificam-se 11 utilizadores.

Sugestões de melhoria a efetuar no mercado municipal

Nas sugestões de melhoria, os inquiridos proporcionam aos utilizadores do mercado municipal a possibilidade de escolherem duas das alterações sugeridas em inquérito ou ainda, a possibilidade de sugerir alterações a efetuar no mercado municipal que não estejam identificadas por inquérito.

Tabela 49-Sugestões de melhoria 1

Sugestões de Melhoria 1

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Não mudava nada	26	26,0	27,1	27,1
	Embelezava o edifício	6	6,0	6,3	33,3
	Ações de animação no mercado	20	20,0	20,8	54,2
	Criava zona de restauração no Mercado	9	9,0	9,4	63,5
	Abria o Mercado à noite com atividades de lazer	2	2,0	2,1	65,6
	Organizava workshops de culinária	7	7,0	7,3	72,9
	Criava uma zona para crianças estarem em segurança enquanto os pais fazem compras	2	2,0	2,1	75,0
	Colocava carrinhos como no supermercado	1	1,0	1,0	76,0
	Criava espaço exterior de esplanada	2	2,0	2,1	78,1
	Outra1	21	21,0	21,9	100,0
	Total	96	96,0	100,0	
Omisso	Sistemae	4	4,0		
Total		100	100,0		

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

Dos 96 utilizadores que deram as suas sugestões para a melhoria das condições do mercado municipal, identificam-se 26 utilizadores que não alteravam nada no mercado,

para além de ser a sugestão com maior identificação por parte dos utilizadores do mercado municipal, pode sugerir uma certa resistência à mudança e, implicitamente, um certo conformismo com o já conhecido, ou então, por outro lado, a satisfação com o que o mercado oferece no momento e as suas condições existentes, são suficientes para estes 26 clientes. No que respeita às alterações a serem efetuadas, a sugestão com maior frequência identificada é o aumento das ações de animação no mercado, com um total de 20 utilizadores que identificam esta alteração como sendo a que mais gostariam de ver concretizada. A segunda sugestão com maior frequência identificada, é a criação de uma zona de restaurante no mercado com o total de 9 utilizadores identificados. A organização de *Workshops* de culinária surge como a terceira alteração sugerida com maior identificação de primeira opção de melhoria, com uma representação de 7 utilizadores inquiridos. A necessidade de embelezamento do edifício do mercado municipal, surge como a quarta principal alteração a efetuar e é sugerida por 6 utilizadores. Relativamente às sugestões de criação de zona para crianças estarem enquanto os pais fazem compras; colocar carrinhos de compras como nos supermercados; criação de um espaço exterior de esplanada e a abertura do mercado à noite com atividades de lazer parecem ser, como primeira sugestão de alteração a efetuar no mercado municipal, pouco significativas para os seus utilizadores.

Tabela 50-Sugestões de melhoria2

Sugestões de Melhoria 2

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Fazia ações de animação no mercado	1	1,0	1,6	1,6
	Criava uma zona de restauração no mercado	5	5,0	7,9	9,5
	Abria o mercado à noite com atividades de lazer	2	2,0	3,2	12,7
	Organizava workshops de culinária, devidamente divulgado	6	6,0	9,5	22,2
	Criava zona para crianças estarem em segurança enquanto os pais fazem compras	5	5,0	7,9	30,2
	Colocava carrinhos como no supermercado	2	2,0	3,2	33,3
	Criava sistema de entregas de compras co domicílio	6	6,0	9,5	42,9
	Criava espaço exterior de esplanada	7	7,0	11,1	54,0
	Outra1	7	7,0	11,1	65,1
	Outra2	7	7,0	11,1	76,2
	99	15	15,0	23,8	100,0
	Total	63	63,0	100,0	
Omisso	Sistema	37	37,0		
Total		100	100,0		

Origem: Base de dados dos utilizadores do mercado municipal

Na tabela da segunda sugestão de melhoria, a alteração a efetuar com maior identificação por parte dos utilizadores do mercado municipal é a criação de um espaço exterior de esplanada com uma frequência identificativa de 7 utilizadores. A segunda opção de alteração corresponde à criação de um sistema de entregas de compras ao domicílio e, a organização de *workshops* devidamente divulgados com 6 frequências identificadas para cada sugestão. Nas sugestões da criação de uma zona de restauração e de uma zona para

crianças estarem enquanto os pais fazem compras, identificam-se 5 utilizadores para cada uma das sugestões indicadas.

Os dados das duas tabelas sugerem, analisando-as uniformemente, que a sugestão de alteração mais identificada pelos utilizadores do mercado é a realização de ações de animação com o total de 21 inquiridos, a segunda alteração a efetuar com o total de 14 frequências é a criação de uma zona de restauração no mercado. Os *workshops* de culinária foram sugeridos por 13 utilizadores inquiridos, a criação de uma zona de esplanada foi identificado por 9 utilizadores, a criação de um espaço para crianças é sugerido por um total de 7 utilizadores, a entrega de compras ao domicílio e o embelezamento do edifício do mercado são alterações sugeridas por 6 utilizadores, já a abertura do mercado à noite com atividades de lazer foi sugestionado por 4 utilizadores e, por ultimo, a colocação de carrinhos de compras iguais às dos supermercados obteve a sugestão de 3 dos 96 inquiridos. Para além das sugestões já identificadas e que constam das opções de sugestão dos inquiridos, foi dada a possibilidade aos utilizadores, caso não concordassem com nenhuma das sugestões apresentadas, a opção de indicarem outras sugestões que considerassem relevantes para o melhor funcionamento do mercado municipal. Segundo as tabelas de sugestões de melhoria 1 e 2, são identificadas 35 sugestões que correspondem á utilização de luvas pelos comerciantes; 3 utilizadores sugerem a substituição das escadas rolantes por rampas rolantes para facilitar o acesso a outros pisos para as pessoas com mobilidade reduzida; 2 utilizadores sugerem o arranjo do telhado do mercado municipal; 4 utilizadores sugerem um marketing mais sugestivo de forma a atrair mais clientes, sobretudo jovens; fazer mais exposições no mercado para além da exposição dos presépios no natal; 3 utilizadores sugerem a criação de um espaço de descanso com bancos; colocar caixotes do lixo no mercado; criar promoções para incentivar a compra no mercado municipal; acrescentar mais multibancos; alugar as lojas fechadas com outros produtos para aumentar a concorrência no mercado, sugerida por 3 utilizadores; aumentar o número de secadores de mãos das casas de banho; alterar o piso do mercado; retirar as bancas improvisadas e promover uma melhor organização dos comerciantes relativamente aos carros de transporte de frutas e legumes; a fusão entre o comércio tradicional e o moderno, por último, o melhoramento do estacionamento com o

alargamento do período de estacionamento gratuito com o total de 8 sugestões identificadas³⁰.

4.3– Comparação de Aspetos Comuns nos Inquéritos Realizados aos Operadores e Utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V

É possível verificar a existência de alguns aspetos comuns nos inquéritos realizados aos operadores e utilizadores do mercado municipal. São referentes à avaliação do grau de satisfação de 9 aspetos específicos do mercado, a apreciação global e as sugestões de mudança a efetuar no mercado municipal.

Relativamente à avaliação do grau de satisfação global, é possível verificar uma separação de 3 graus de satisfação entre os operadores e os utilizadores. Os dados recolhidos nos inquéritos aos operadores indicam uma variação da satisfação entre a escala 1 de total insatisfação e a escala 10 de total satisfação, tendo sido a escala 5, medianamente satisfeito, com 55 identificações que representam 46,6% a mais identificada pelos operadores do mercado municipal. No caso da apreciação global dos utilizadores, a identificação do menor grau de satisfação é representada pela escala 4 da tabela numérica, indo até ao grau totalmente satisfeito (10), tendo sido o grau 8, com uma representação de 36,5%, a que obteve maior número de identificação. Estes dados sugerem um forte descontentamento com o mercado municipal por parte dos operadores que, comparativamente com os dados obtidos na apreciação global aos utilizadores, demonstram um distanciamento de 3 graus numéricos (de grau 5 para grau 8), entre os resultados obtidos na avaliação de ambos os inquéritos.

Na avaliação da satisfação de aspetos específicos do mercado, identificam-se nove avaliações de satisfação comuns: Iluminação do mercado, em ambos os casos, o grau de satisfação com maior representação é o “Satisfeito” com uma frequência de 72% para os operadores e 71,9% para os utilizadores; Condições de circulação pedonal, em ambos os casos, o grau de satisfação com maior representação é o “Satisfeito”, com uma frequência de 46,6% para os operadores e, 57,3% para os utilizadores; Existência de espaços

³⁰ Estes dados estão disponíveis nos inquéritos da Câmara Municipal de Coimbra, Departamento de Planeamento Urbano.

improvisados fora das bancas, em ambos os casos, o grau de satisfação com maior representação é o “Satisfeito”, com uma frequência de 31,4% para os operadores e 63,5% para os utilizadores; Variedade na oferta de produtos, em ambos os casos, o grau de satisfação que atinge a maior frequência de identificação é o “Satisfeito”, com uma frequência representativa de 39% para os operadores e de 53,1% para os utilizadores; Zonas de pausa enquanto se faz compras, relativamente a este aspeto, os graus de satisfação são diferentes, no caso dos operadores, a avaliação da satisfação com maior representação é o “Pouco Satisfeito” com uma frequência de 33,1% para os operadores, no caso do grau de satisfação dos utilizadores, a maior frequência de respostas remete para a avaliação de “Satisfeito” com uma representação de 38,5% de utilizadores; Número e tipo de ações de animação no mercado, em ambos os casos, o grau de satisfação que atinge o maior grau de identificação é o “Pouco Satisfeito”, com uma frequência de 40,7% para os operadores e 28,1% para os utilizadores; Limpeza do espaço interior do mercado, em ambos os casos, o grau de satisfação que atinge o maior grau de identificação é o “Satisfeito”, com uma frequência de 66,1% para os operadores e de 57,3% para os utilizadores; Funcionamento e limpeza das casas de banho do mercado, em ambos os casos, o grau de satisfação com maior frequência identificado é o “Satisfeito”, com uma frequência de 50% para os operadores e 33,3% para os utilizadores; Horário e funcionamento do mercado, em ambos os casos, o um grau de satisfação com maior frequência identificada é o “Satisfeito”, com uma frequência de 71,2% no caso dos operadores e de 47,9% no caso dos utilizadores. Em geral, a avaliação do grau de satisfação de aspetos específicos do mercado municipal coincide entre ambas as populações, sendo a única exceção, o grau de satisfação relativamente às zonas de pausa enquanto se faz compras, que no caso dos operadores, a avaliação com maior número de casos identificados corresponde a pouco satisfeito, e no caso dos utilizadores, a avaliação corresponde a “Satisfeito”.

Na identificação das sugestões de mudança a efetuar no mercado municipal, os inquéritos a ambas as populações do mercado constam de seis sugestões comuns: Não mudava nada; Embelezava o edifício do mercado; Fazia ações de animação no mercado;

Criava uma zona de restauração no mercado; Abria o mercado à noite com atividades de lazer e, Organizava *workshops* de culinária para o público, devidamente divulgados.

Ambas as populações inquiridas sugerem a “não alteração de nada no mercado” municipal, no caso dos inquiridos aos utilizadores, esta sugestão é a mais frequente entre todas as sugestões apresentadas, com uma frequência total de 26 utilizadores identificados e, no caso dos operadores, apenas 2 não faziam qualquer alteração, no total, esta sugestão de não alteração foi sugerida por 28 pessoas num total de 211 inquiridos. Também as Ações de animação no mercado atingem, para ambas as populações, a maior frequência de sugestão, no caso dos operadores, é sugerida por 36 inquiridos e, no caso dos utilizadores, a sua frequência é de 21 sugestões, no total, a necessidade de fazer ações de animação no mercado foi sugerida por 57 inquiridos, o que retrata bem a falta de dinamismo e de aproveitamento do espaço para outras atividades que não seja o comércio. No caso da abertura de uma zona de restauração no mercado, o total de sugestões atinge 35 sugestões identificadas em ambas as populações inquiridas; a abertura do mercado municipal no período da noite com atividades de lazer atinge o total de 11 sugestões e a organização de *workshops* de culinária atinge o total de 32 sugestões. Numa abordagem mais correta, avaliando as três situações (isoladamente e comparativamente), as alterações a efetuar no mercado que ambos os inquiridos sugerem, primeiramente, é a dinamização do mercado municipal com ações de animação; a criação de uma zona de restauração no mercado e a organização de *workshops* de culinária. Outro aspeto comum em ambos os inquiridos, é a necessidade de reorganização do estacionamento.

4.4 – Pontos Favoráveis e Pontos Desfavoráveis do Mercado Municipal D. Pedro V

É possível identificar, com base nos dados recolhidos, alguns dos aspetos favoráveis e aspetos desfavoráveis inerentes ao Mercado Municipal D. Pedro V.

O visível envelhecimento da população de operadores do mercado municipal, constituído por 49,2% operadores com idade igual ou superior a 65 anos, e da população que faz compras no mercado, que corresponde a 49% dos consumidores com idade igual ou superior a 65 anos, é dos primeiros aspetos desfavoráveis que se pode identificar no mercado municipal, sendo uma população envelhecida, a resistência à mudança e à modernização do comércio do mercado pode tornar-se um dos grandes obstáculos a ultrapassar.

Para além de uma população bastante envelhecida, quer de consumidores, quer de operadores, a existência de lojas fechadas e a falta de concorrência interna com outro tipo de produtos mais diversificados, reforça a incapacidade destes operadores competirem com as grandes superfícies comerciais existentes na cidade e, principalmente, as localizadas na sua área periférica. Este fator, em poucos anos pode originar numa desertificação do mercado municipal, consequência de uma má gestão interna, de uma fraca dinamização e aproveitamento do espaço para atividades recreativas e uma publicitação pouco apelativa.

Todos estes fatores contribuem para uma desertificação cada vez maior, incapaz de atrair um público de consumidores mais jovem por falta de adaptação aos seus gostos de consumo, o que pode originar, num curto período de tempo, à extinção do mercado municipal se nada for feito para alterar esta tendência de abandono.

Relativamente aos aspetos positivos, ainda é possível encontrar um serviço de atendimento personalizado, em que a pessoa que vende a fruta ou os legumes, ocupa o mesmo espaço comercial há anos, realidade que não se observa nas grandes superfícies, onde o atendimento ao consumidor é distante, com pouca interação entre vendedor/funcionário e o consumidor. Este aspeto de permanência no local de venda proporciona ao comprador uma maior confiança nos operadores e, em consequência, aumenta a confiança nos produtos que compra, sendo ainda uma forma de interação social

entre comprador e vendedor que, certamente, dá origem a hábitos de consumo habitual. É possível identificar este fator se analisarmos a tabela da frequência com que os utilizadores vão ao mercado, por exemplo, identificam-se apenas 11 utilizadores que raramente fazem compras no mercado, no entanto, 6 utilizadores fazem compras diariamente, 20 utilizadores fazem compras entre duas a três vezes por semana e, 25 utilizadores fazem compras no mercado municipal entre três a quatro vezes por mês.

Conclusão

No dia 17 de Novembro de 1867 inaugurava-se, na sua atual localização, o Mercado Municipal D. Pedro V, mandado construir pelo então presidente da Câmara Municipal de Coimbra, Dr. Manuel dos Santos Pereira Jardim.

A sua construção resulta da necessidade de unificar os três mercados existentes em Coimbra, que até ao século XIX, situavam-se em três zonas da cidade, relativamente próximos uns dos outros: Praça de São Bartolomeu, atualmente Praça do Comércio; o mercado de Sansão que ocupava a frente da fachada principal do Mosteiro de Santa Cruz e por último, o mercado semanal, em frente à Sé Velha, no antigo largo da feira.

No ano de 1872 iniciaram-se as primeiras obras de reparação, construindo-se colunas de ferro para os alpendres. Em 1883 inicia-se a construção dos telhados das barracas de venda e, entre os anos de 1888 e 1899, o mercado é alvo de pontuais reparações, entre elas, o alargamento e vedação do mercado.

No ano de 1907 é construído o atual mercado do peixe e, em 1909, projeta-se a construção do edifício do mercado municipal com uma estrutura em ferro e vidro e, no ano de 1912 constroem-se as primeiras bancas de mármore a pedido das vendedoras de peixe.

Mais obras de melhoramento das condições precárias foram sendo executadas ao longo dos anos, em 1932 iniciam-se as obras de construção do pavilhão central e no ano de 1955 é construído um novo pavilhão da fruta.

A constante degradação das infraestruturas do mercado municipal foram-se acentuando com o passar do tempo, a necessidade de construir um mercado novo, feito de raiz, começou a ser, no ano de 1989, uma questão a ponderar. Este novo projeto foi desenhado pelo Arquiteto Luís Miranda, prevendo a construção de vários pisos: dois subterrâneos para estacionamento; um espaço para restaurante; sala de exposições, um posto de turismo e um auditório. Este projeto ficou parado por vários anos tendo sido reativado na presidência do Dr. Manuel Machado.

No dia 19 de Março de 1999 é apresentado um projeto para a intervenção e remodelação do mercado municipal que previa a demolição do muro da Rua Olímpio Nicolau e o recuo da superfície do mercado com estabelecimentos para a zona exterior, a construção de dois pisos e um parque de estacionamento subterrâneo, conservando-se a

estrutura da zona do peixe. Em 2000 iniciam-se as obras de requalificação do Mercado Municipal D. Pedro V com a supervisão do Engenheiro António Constantino.

Estamos no ano de 2018, e um pouco por toda a Europa, os mercados municipais estão a passar por um processo de modernização, de adaptação aos novos padrões de consumo, não só de bens alimentares, mas também culturais, de lazer, gastronómicos, feiras temáticas, concertos de música, entre outros.

Neste sentido de inovação e adaptação aos novos padrões de consumo, a Câmara Municipal de Coimbra desenvolve, através do PEDU, que tem como objetivo a obtenção de apoio financeiro que apoiem projetos de revitalização urbana na cidade.

Estes apoios financeiros são obtidos pela União Europeia, através do programa de apoio financeiro denominado de Europa 2020, que apoia cada estado-membro que apresenta a sua candidatura. No caso português, o programa de apoio financeiro denomina-se por Portugal 2020, e distribui o seu financiamento por cada NUTS III que apresente o seu PEDU.

O PEDU opera em três modalidades distintas: Mobilidade Sustentável; Inclusão Social e Regeneração Urbana.

No caso específico do Mercado Municipal D. Pedro V, inclui-se na modalidade da Regeneração Urbana, também esta subdividida em áreas de intervenção em três zonas estratégicas, que no caso do mercado, insere-se na ARU Baixa Coimbra.

Para que estes fundos financeiros sejam aprovados, foi necessário à CMC o planeamento de uma estratégia de inquirição às várias populações afetadas a estas zonas em duas fases distintas: uma antes do início das obras de requalificação e outra após a conclusão das obras. O propósito da inquirição é a comparação do grau de satisfação das várias populações nestas duas fases de inquirição, cujo resultado final deve consistir no aumento da satisfação das populações em pelo menos 2 graus, após a conclusão das obras.

No caso dos resultados obtidos na primeira fase de inquirição aos utilizadores e operadores do mercado municipal, é visível uma maior satisfação por parte dos seus utilizadores, que em média, situam o seu grau de satisfação no grau 8 da escala numérica, enquanto que os operadores, em média, situam o seu grau de satisfação no grau 5 da escala numérica. É visível o distanciamento de 3 graus entre a satisfação geral destas duas

populações, o que faz uma média final de satisfação situada entre os graus 6 e 7 da escala numérica. Será necessário, no fim das obras de requalificação do mercado municipal, o resultado médio das populações inquiridas aumente em dois graus na escala de satisfação geral, ou seja, a média do resultado das duas populações tem de ser igual a 8 ou 9 graus na escala numérica de satisfação após a conclusão das obras.

Para que este resultado seja possível, é necessário fazer alterações, não só no espaço físico do mercado, mas também na sua gestão interna. É essencial preservar o comércio tradicional, mas também se torna urgente criar condições que facilitem e incentivem a abertura de novos espaços comerciais com produtos inovadores, com capacidade de atrair consumidores mais jovens.

É necessário dinamizar o mercado, não só com a criação de uma agenda cultural que satisfaça toda a população de Coimbra, mas também com uma programação variada, criativa e inovadora, semelhante ao que já é possível verificar no Mercado do Bolhão, com capacidade de atrair um grande número de pessoas ao mercado, dando-lhe vida, revitalização e principalmente, que evite a desertificação e extinção do nosso Mercado Municipal.

Fontes e Bibliografia

- Agência para o Desenvolvimento e Coesão, I. (s.d.). *Portugal 2020: Objetivos, Desafios e Oportunidades*. (U. Europeia, Ed.) Obtido em 18 de Junho de 2018, de <https://www.portugal2020.pt/Portal2020/Media/Default/Docs/COMUNICACAO/Portugal2020%2019%20Dez%2014.pdf>.
- Andrade, C. S. (15 de Novembro de 2001). Mercado Municipal D. Pedro V - A Sua História. *Jornal de Coimbra*. Obtido em 5 de Setembro de 2018
- Augusto Mateus e Associados. (Setembro de 2015). Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano - Formulário de Candidatura. Coimbra.
- Barbetta, P. A. (2004). *Estatística Aplicada às Ciências Sociais* (5ª Edição ed.). Florianópolis, Brasil: Editora da UFSC.
- Barreta, J. M. (2002). *Organização e Gestão dos Mercados Municipais. Mudar e Inovar para Competir*. (G. -G. Economia, Ed.) Lisboa.
- Campo, N. (Setembro de 2016). *Euroogle Dicionário de Termos Europeus*. Obtido em 20 de Julho de 2018, de <http://euroogle.com/dicionario.asp?definition=557&parent=97>.
- Coimbra, C. M. (25 de Julho de 2014). Regulamento Interno da Estrutura Organica dos Serviços Municipais da Câmara de Coimbra. *Edital nº 66/2014*. Coimbra.
- Coimbra, C. M. (2014). *Relatório de Gestão 2014*. Obtido em 14 de Maio de 2018, de <https://www.cm-coimbra.pt/index.php/servicos/documentacao-geral/menu-area-de-ficheiros/economia/8560-relatorio-de-gestao-2014-1/file>.
- Coimbra, C. M. (Janeiro de 2018). Inquérito de Avaliação da Satisfação aos Operadores do Mercado Municipal D. Pedro V. Coimbra.
- Coimbra, C. M. (Janeiro de 2018). Inquérito de Avaliação da Satisfação aos Utilizadores do Mercado Municipal D. Pedro V . Coimbra.

Coimbra, C. M. (s.d.). Inquérito de Avaliação da Satisfação à População que Desenvolve Atividade Económica na Envoltente do Parque Dr. Manuel Braga. Coimbra.

Coimbra, C. M. (s.d.). Inquérito de Avaliação da Satisfação à População Residente da Envoltente do Parque Dr. Manuel Braga . Coimbra.

Coimbra, C. M. (s.d.). Inquérito de Avaliação da Satisfação à População Residente no Largo do Arnado e Rua Simões de Castro. Coimbra.

Coimbra, C. M. (s.d.). Inquérito de Avaliação da Satisfação aos Residentes da Encosta da Rua da Sofia. Coimbra.

Coimbra, C. M. (s.d.). Inquérito de Avaliação da Satisfação aos Utilizadores da Encosta da Rua da Sofia. Coimbra.

Coimbra, C. M. (s.d.). Inquérito de Avaliação da Satisfação aos Utilizadores do Parque Dr. Manuel Braga . Coimbra.

Coimbra, C. M. (s.d.). Inquérito de Avaliação da Satisfação da População que Desenvolve Atividade Económica na Encosta da Rua da Sofia. Coimbra.

Coimbra, C. M. (s.d.). Inquérito de Avaliação de Satisfação à População que Desenvolve Atividade Económica no Largo do Arnado e Rua Simões de Castro. Coimbra.

Coimbra, C. M. (s.d.). Inquérito de Avaliação de Satisfação aos Utilizadores do Largo do Arnado e Rua Simões de Castro. Coimbra.

Coimbra, C. M. (s.d.). *Mercado Municipal D. Pedro V.* Obtido em 5 de Setembro de 2018, de <http://mercados.cm-coimbra.pt/Default.aspx>.

Coimbra, C. M. (s.d.). *PEDU Apresentação.* Obtido em 3 de Fevereiro de 2018, de <https://www.cm-coimbra.pt/index.php/areas-de-intervencao/urbanismo/portugal-2020/item/4346-plano-estrategico-de-desenvolvimento-urbano-pedu-apresentacao>.

Coimbra, C. M. (s.d.). *Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano*. (C. M. Coimbra, Editor) Obtido em 28 de Janeiro de 2018, de <https://www.cm-coimbra.pt/index.php/areas-de-intervencao/urbanismo/portugal-2020/item/4346-plano-estrategico-de-desenvolvimento-urbano-pedu-apresentacao>.

Coimbra, M. d. (s.d.). *Áreas de Reabilitação Urbana - ARU*. Obtido em 23 de Maio de 2018, de https://www.portaldahabitacao.pt/pt/portal/reabilitacao/ARUs/ARU_paginas/ARUs_Coimbra.html.

Europeia, C. (30 de Julho de 2014). *Decisão de Execução da Comissão*. (Bruxelas, Ed.) Obtido em 23 de Julho de 2018, de https://www.portugal2020.pt/Portal2020/Media/Default/docs/C_2014_5513_PT_ACTE_f.pdf.

Europeia, C. (s.d.). *Agricultura e Desenvolvimento Rural*. Obtido em 20 de Junho de 2018, de https://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020_pt.

Europeia, C. (s.d.). *Direção Geral da Política Regional e Urbana*. Obtido em 19 de Junho de 2018, de http://ec.europa.eu/regional_policy/pt/funding/.

Europeia, C. (s.d.). *Fundo de Coesão*. Obtido em 20 de Junho de 2018, de http://ec.europa.eu/regional_policy/pt/funding/cohesion-fund/.

Europeia, C. (s.d.). *Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional*. Obtido em 20 de Junho de 2018, de http://ec.europa.eu/regional_policy/pt/funding/erdf/.

Europeia, C. (s.d.). *Fundo Social Europeu*. Obtido em 20 de Junho de 2018, de http://ec.europa.eu/regional_policy/pt/funding/social-fund/.

Europeia, U. (Julho de 2014). *Acordo de Parceria 2014-2020*. Obtido em 28 de Maio de 2018, de <http://www.centro.portugal2020.pt/index.php/documentos-gerais>.

- Henriques, M. M. (2015). *Os mercados no século XXI: novas perspetivas de apropriação do espaço público*. Dissertação de Mestrado Integrado em Arquitetura, Faculdade de Arquitetura e Artes da Universidade Lusíada de Lisboa, Lisboa.
- Investimento, C. E.-B. (s.d.). *Fundo Europeu dos Assuntos Marítimos e das Pescas*. Obtido em 14 de Junho de 2018, de https://www.fi-compass.eu/sites/default/files/publications/EMFF_The_european_maritime_and_fisheries_fund_PT.pdf.
- Law, E.-L. A. (5 de Janeiro de 2012). *Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural (FEADER)*. Obtido em 20 de Julho de 2018, de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=LEGISSUM%3A16003>.
- Morais, C. M. (2005). *Escalas de Medida, Estatística Descritiva e Inferência Estatística*. Escola Superior de Educação . Bragança: Instituto Politecnico de Bragança. Obtido em 3 de Agosto de 2018, de <http://www.ipb.pt/~cmmm/conteudos/estdescr.pdf>
- Portugal, G. d. (23 de Julho de 2015). *Instrumentos Financeiros para a eficiência energética e reabilitação urbana*. Obtido em 23 de Julho de 2018, de https://www.portugal2020.pt/Portal2020/Media/Default/Docs/NOTICIAS2020/EficienciaEnerg_Reab_Urb.pdf.
- Portugal2020. (2014). *Brochura Centro2020.pdf*. Obtido em 28 de Março de 2018, de <https://www.portugal2020.pt/Portal2020/Media/Default/Docs/Programas%20Operacionais/BROCHURAS%20PO/BrochuraCentro2020.pdf>.
- Portugal2020. (s.d.). *Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano - PEDU*. (P. 2020, Ed.) Obtido em 2 de Fevereiro de 2018, de https://www.portugal2020.pt/Portal2020/Media/Default/Docs/FAQS/FAQ_PEDU%20.pdf.
- Portuguesa, R. (12 de Setembro de 2013). Regime Jurídico das Autarquias Locais Lei nº 75/2013, de 12 de Setembro. *Lei nº 75/2013, de 12 de Setembro*. Portugal.
- Portugueses, A. N. (2018). *www.anmp.pt*. Obtido em 23 de Maio de 2018, de <https://www.anmp.pt/anmp/pro/mun1/mun205w1.php?dis=06>.

Républica, D. d. (12 de Agosto de 2005). *dre.pt*. Obtido em 3 de Junho de 2018, de <https://dre.pt/application/file/243653>.

União Europeia, P. 2. (2015). *Planos Estratégicos de Desenvolvimento Urbano*. Obtido em 10 de Fevereiro de 2018, de https://www.portaldahabitacao.pt/opencms/export/sites/portal/pt/portal/reabilitacao/pedu/pedu_aviso.pdf.

Anexos

Anexo 1- Tabela representativa do sexo dos operadores do mercado municipal

		Sexo			
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Masculino	23	19,5	19,5	19,5
	Feminino	92	78,0	78,0	97,5
	Não responde	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Anexo 2- Tabela de identificação das idades dos operadores do mercado municipal

		Idade			
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	25 - 34 anos	1	,8	,8	,8
	35 - 44 anos	7	5,9	5,9	6,8
	45 - 54 anos	25	21,2	21,2	28,0
	55 - 64	24	20,3	20,3	48,3
	65 e mais anos	58	49,2	49,2	97,5
	não responde	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Anexo 3- Identificação do estabelecimento dos operadores do mercado municipal

		Identificação do estabelecimento			
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Loja	51	43,2	43,2	43,2
	Banca	64	54,2	54,2	97,5
	Não responde	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Anexo 4- Tabela de cruzamento entre as variáveis da identificação do sexo dos operadores com a variável da identificação do estabelecimento

Tabulação cruzada Sexo * Identificação do estabelecimento

Contagem

		Identificação do estabelecimento			Total
		Loja	Banca	Não responde	
Sexo	Masculino	17	6	0	23
	Feminino	34	58	0	92
	Não responde	0	0	3	3
Total		51	64	3	118

Anexo 5 Tabulação cruzada entre o principal produto vendido no mercado municipal com a identificação do estabelecimento

Tabulação cruzada Principal produto vendido * Identificação do estabelecimento

Contagem

		Identificação do estabelecimento			Total
		Loja	Banca	não responde	
Principal produto vendido	carne	18	0	0	18
	peixe	6	9	0	15
	frutase/ou legumes	3	52	0	55
	flores	1	3	0	4
	roupas	7	0	0	7
	ourivesaria	1	0	0	1
	cabeleireiro	1	0	0	1
	perfumaria	1	0	0	1
	sapatos e malas	1	0	0	1
	mercearia / charcutaria	3	0	0	3
	queijo e laticínios	3	0	0	3
	cafés, restaurantes e afins	2	0	0	2
	padaria	3	0	0	3
	venda de bens diversos	1	0	0	1
	99	0	0	3	3
	Total	51	64	3	118

Tabulação cruzada Principal produto vendido * Frequência com que vai trabalhar

Contagem

		Frequência com que vai trabalhar					Total	
		Todos os dias	2 a 3 vezes por semana	Só à sexta-feira e ao sábado	Outra situação	não responde		
Principal produto vendido	carne	15	0	0	3	0	18	
	peixe	15	0	0	0	0	15	
	frutase/ou legumes	17	14	12	11	1	55	
	flores	2	2	0	0	0	4	
	roupas	6	1	0	0	0	7	
	ourivesaria	1	0	0	0	0	1	
	cabeleireiro	1	0	0	0	0	1	
	perfumaria	1	0	0	0	0	1	
	sapatos e malas	1	0	0	0	0	1	
	mercearia / charcutaria	3	0	0	0	0	3	
	queijo e laticínios	3	0	0	0	0	3	
	cafés, restaurantes e afins	2	0	0	0	0	2	
	padaria	2	1	0	0	0	3	
	venda de bens diversos	1	0	0	0	0	1	
	99	0	0	0	0	3	3	
	Total		70	18	12	14	4	118

Anexo 7- Tabela das sugestões livres dos inquéritos realizados aos operadores do mercado municipal

Sugestões dos operadores do mercado municipal	Frequência
Aumentar o estacionamento	17
Ocupação das lojas fechadas	10
Publicitar/dinamizar o mercado	16
Alteração do horário de funcionamento do mercado	3
Introduzir mais Multibancos	3
Alteração do regulamento do mercado municipal	2
Inovação do mercado municipal	1
Regularização das condições de climatização	5
Diversificação do comércio	17
Correios	2
Zonas de lazer	1
Aumentar espaço de lojas	1
Passadeira antiderrapante na zona do peixe	1
Culinária patrocinada com produtos do mercado	1
Proteção do comércio tradicional	2
Total	82

Origem: Dados manuscritos dos inquéritos

Anexo 8- Tabela da identificação do sexo dos Utilizadores do mercado municipal

		Sexo			
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Masculino	43	43,0	43,0	43,0
	Feminino	57	57,0	57,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Anexo 9- Tabela de identificação de residência aos utilizadores do mercado municipal

		Reside na zona do mercado			
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	sim	38	38,0	38,0	38,0
	nao	62	62,0	62,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

