

negócios iniciativas

Este suplemento faz parte integrante do Jornal de Negócios n.º 4271, de 25 de junho de 2020, e não pode ser vendido separadamente.

O salto brusco do comércio digital

- ☛ Crise mostrou urgência de estar online
- ☛ O novo normal do comerciodigital.pt
- ☛ A plataforma para acelerar a transição

Pedro Siza Vieira

“Serviços de proximidade são importantes”

Alexandre Nilo Fonseca

“Estamos a criar algo verdadeiramente útil”

João Bica



NEGÓCIOS INICIATIVAS COMÉRCIO DIGITAL

“Não há tempo a perder para se tornar digital”

“A crise também aguça a necessidade. Se alguém tinha dúvidas se deveria fazer um site e comércio online, esta crise mostrou que tem mesmo de fazer e quanto mais cedo o fizer melhor”, diz Alexandre Nilo Fonseca.

FILIPE S. FERNANDES

O ponto de situação em abril, com dados pré-covid, mostrava que o programa Comércio Digital nas cidades onde se realizaram as primeiras 50 sessões do roadshow, “se verificara um maior número de registos de domínio.pt e a criação de novos sites”, refere Alexandre Nilo Fonseca, presidente da ACEPI. Adianta que “um número significativo de empresas, que não passou pelo roadshow, ouviu falar no programa, acedeu ao site, foi impactado pela publicidade, pela informação nos jornais, na televisão, na rádio”, e “cerca de 25% das empresas de comércio e serviços conheciam o projeto”.

“O projeto comércio digital teve uma vasta penetração nas micro, pequenas e médias empresas. Muitas manifestaram interesse depois de ouvirem falar do programa, ficaram mais sensíveis, perceberam a relevância de estar online, e a intenção de se digitalizarem tinha aumentado significativamente”, explica Alexandre Nilo Fonseca. A conclusão era muito positiva, reforçava a ideia de que, tendo ainda um ano de projeto pela frente e 100 sessões por realizar, o modelo estava a funcionar e que era útil e relevante.

Estava planeado para 7 de abril de 2020 fazer o lançamento de 50 espaços de comércio digital em associações de comércio, mas “nos dias de hoje é impensável”, sublinha Alexandre Nilo Fonseca, que admite que tudo mude dentro de quatro ou cinco meses



João Torres, secretário do Estado do Comércio, e Alexandre Nilo Fonseca, presidente da ACEPI.

e se possa reforçar de novo o modelo presencial.

Alexandre Nilo Fonseca considera que este período de confinamento devido à covid-19 alterou a forma como os consumidores utilizam a internet, com maior recurso às compras online, ao homebanking e aos serviços online. “Há mais portugueses a usar o digital e a fazer compras online”, refere o presidente da ACEPI sublinhando que houve também uma transição em termos de maturidade, com os utilizadores básicos a desenvolverem competências mais avançadas de acesso a mais serviços, e a comprar mais em sites nacionais.

Do lado das empresas houve necessidade de preparar as operações, com a área alimentar e a eletrónica a crescer muito neste período. “Houve um aumento da oferta digital portuguesa e o desenvolvimento do comércio eletrónico de proximidade, com o aparecimento de market places setoriais e mais comerciantes a disponibilizar pagamentos eletrónicos”, sublinha.

As voltas da pandemia

Com a pandemia de covid-19 foi necessário desmaterializar toda a operação do comércio eletrónico.pt. “Isto implicou, porque se trata de fundos públicos, a reprogra-

mação do projeto, com a nova afetação das verbas, o redesenho do projeto, do site, desenvolvimento de novos tutoriais, novos conceitos, cursos na Academia Digital, preenchimento do diretório”.

Este é o momento certo para recomençar, refere Alexandre Nilo Fonseca, “até porque ainda temos muito tempo pela frente”. Diz que ajustaram a mira e que os destinatários do programa são não só os empresários que não têm presença online, mas também os empresários que neste período de confinamento, criaram, à pressa e sem grande planeamento, a sua primeira presença digital. Estes podem ter

formação na Academia Digital e acesso a webinars de grande qualidade, em que podem melhorar os seus conhecimentos”.

“Este novo programa tem um nível de ambição e de especialização muito maior do que era anteriormente, porque não se limitou a retirar a parte física e presencial e a passá-la para o digital, o que era impossível de fazer, assumiu uma nova configuração”, salienta Alexandre Nilo Fonseca. “Agora é muito importante que as associações regionais, locais e de comerciantes, juntamente com as campanhas de comunicação, consigam atrair os comerciantes para o programa mas também sensibilizar os consumidores que devem procurar sites de confiança.”

“A crise também aguça a necessidade. Se alguém tinha dúvidas se deveria fazer um site e comércio online, esta crise mostrou que tem mesmo de fazer e quanto mais cedo o fizer melhor”, diz Alexandre Nilo Fonseca. “Não há tempo a perder”. Esta transição para o digital não é “fácil de fazer nem está ao alcance de qualquer um”, admite.

É preciso não esquecer que havia dois milhões de portugueses que nunca tinham utilizado a internet, entre os quais estão, provavelmente, alguns comerciantes e prestadores de serviços. “Em muitos casos estamos perante pessoas sem experiência digital e a quem se propõe que crie um site, uma presença digital, uma página nos media sociais, compreender o que o SEO pretende, perceber isto tudo não é linear”. Acrescenta que, mesmo pessoas que sabem utilizar o online para o quotidiano, “é um desafio passar para esta componente de negócio. Por isso é que a Academia Digital complementada pelos webinars e pelos tutoriais são tão importantes”. ■

João Bica

A covid-19 mostrou a importância do comércio de proximidade

Para Pedro Siza Vieira, ministro da Economia e da Transição Digital, o programa **comerciodigital.pt** é fundamental para a digitalização do comércio e serviços de proximidade, que se podem abrir ao mundo mas também à sua vizinhança.

Esta segunda fase do programa Comércio Eletrónico é “muito importante”, referiu Pedro Siza Vieira, ministro da Economia e da Transição Digital, na apresentação das iniciativas de reconfiguração do **comercioeltronico.pt**. Recordou que na apresentação desta iniciativa em Leiria em fevereiro de 2019 constatava-se que havia uma muito baixa penetração do comércio digital no país. “Tínhamos poucas pessoas a comprar online e os que compravam faziam-no sobretudo em sites estrangeiros. Tínhamos poucas empresas de comércio com presença online e, na altura, estávamos a fazer o apelo para a necessidade de trazer as empresas do comércio para uma presença digital, assegurar que dessa forma chegavam a um universo mais alargado de consumidores, mas que, mesmo para os consumidores locais, era indispensável as empresas terem uma presença online”.

“Era um programa ambicioso na escala, chegar a 50 mil empresas e permitir-lhes ter uma presença digital básica, mas também era relativamente realista nos objetivos. Assegurar a formação e um conjunto de apoios muito básicos para que as empresas passassem

a ter a possibilidade de ter um endereço eletrónico, uma caixa de e-mail e uma ferramenta para montar um simples site ou uma presença numa rede social”, referiu Pedro Siza Vieira. Havia a necessidade de “trazer o nosso comércio para o universo digital e para novas formas de interação com os consumidores”.

A mudança com a covid-19

De repente “aconteceu a covid-19, que teve impactos trágicos e dolorosos na nossa atividade económica”, disse Pedro Siza Vieira. Acrescentou que trouxe duas mudanças muito importantes. A primeira é que, em todo o mundo, as pessoas se aperceberam da importância crucial que a atividade comercial tem para o bem-estar e para o modo de vida. Os operadores comerciais revelaram-se essenciais ao funcionamento da vida coletiva. Reforçou que “a crise da covid-19 mostrou-nos bem a importância do comércio e dos serviços de proximidade ao público”.

A segunda mudança foi a importância do digital. “Sem o contacto digital teria sido mais difícil assegurar o acesso a bens e a serviços fundamentais. Permitiu a mui-



Sem o contacto digital teria sido mais difícil assegurar o acesso a bens e serviços fundamentais durante a crise da covid-19.

PEDRO SIZA VIEIRA
Ministro da Economia e da Transição Digital

Todos os formatos de comércio são importantes, mas os de proximidade têm um papel cada vez mais importante na satisfação dos consumidores.

JOÃO VIEIRA LOPES
Presidente da CCP



tos operadores económicos e empresas de comércio manter a atividade, e aos consumidores portugueses familiarizarem-se com as compras online e com os pagamentos eletrónicos. Ganharam confiança, e o que acelerou muito toda a logística associada ao comércio digital como os marketplaces, onde os consumidores podem contactar com a oferta de bens e serviços”.

João Vieira Lopes, presidente da Confederação de Comércio e Serviços, considerou este “projeto de uma importância estratégica grande porque é um desafio que se coloca ao comércio e serviços de proximidade para se adaptar aos novos paradigmas tanto em modelos de negócios como pelas aspirações dos consumidores. Esta crise acabou por ser um impulso neste novo tipo de abordagem”.

Referiu que nesta crise o volume de comércio eletrónico mais que duplicou até em setores tradicionais como o alimentar. Houve uma atração de novos consumidores e, acima de tudo, num país com a estrutura etária de Portugal houve uma iniciação ao digital de consumidores de faixas etárias mais elevadas, que deixou de ser um exclusivo das gerações mais novas.

Compras portuguesas

“Pela primeira vez os sites mais utilizados eram portugueses”, sublinhou João Vieira Lopes. O que permite, na sua opinião, dar “um salto qualitativo em termos de consolidação deste tipo de comércio de proximidade. Todos os formatos de comércio são importantes, mas os de proximidade têm um papel cada vez mais importante na satisfação dos interesses dos consumidores.

Salientou que para que este projeto se desenvolva é necessário que as diversas associações comerciais e empresariais que existem no país sejam polos dinamizadores já que o objetivo é ambicioso, pretende-se atingir 50 mil pontos de venda de comércio e serviços.

Em Portugal, o comércio e os serviços envolvem mais de um milhão de pessoas, por isso estes projetos são importantes para a manutenção de empregos e da empregabilidade e o rejuvenescimento do tecido empresarial. Por isso, defendeu a continuidade do programa para além de abril de 2021, na medida em que “é uma alavanca de modernização”. ■

Programa para acelerar a transição digital

A ideia do **comerciodigital.pt não é enfraquecer o comércio de proximidade, é torná-lo mais forte, afirma João Torres, secretário de Estado do Comércio, Serviços e Defesa do Consumidor.**

O programa Comércio Digital foi lançado no início de 2019 e propunha-se promover a digitalização básica de 50 mil empresas do comércio e serviços de proximidade. Durante o primeiro ano da sua atividade, foram realizadas 50 sessões presenciais, desta iniciativa da ACEPI em articulação com a CCP - Confederação de Comércio e Serviços de Portugal e um conjunto de parceiros associados “que pretendia motivar e mobilizar a base capilar no nosso tecido económico do comércio e dos serviços, alertando e sensibilizando para importância da sua digitalização”, explica João Torres, secretário de Estado do Comércio, Serviços e Defesa do Consumidor.

“Com a pandemia de covid-19 concluímos que teríamos de reconfigurar o programa porque as sessões de base

presencial têm hoje um novo enquadramento para continuar a assegurar essa digitalização mas com um reforço dos meios digitais”, revela João Torres.

Sublinha as principais alterações como o novo site **comerciodigital.pt**, onde se encontram várias valências reforçadas, desde um diretório com um conjunto vasto de iniciativas que surgiram no período da covid-19 para dar a conhecer as múltiplas iniciativas de negócio no setor do comércio, serviços e restauração, o reforço da Academia Digital, que tem um grande conjunto de vídeos tutoriais gratuitos que ajudam a promover a transição de negócios de rua para um contexto digital. Salienta que “passa a ser disponibilizada uma linha telefónica gratuita que ajudará os empresários, sobretudo os microempresários, a esclarecer dúvidas,

ultrapassar dificuldades para poderem assegurar a sua presença digital”, que é o 800 100 236.

Mais três apoios

“Não queremos acabar com os estabelecimentos físicos, queremos levar o comércio de rua para o contexto digital e essa dualidade é um fator de competitividade muito significativo para um setor que tem um peso estruturante na economia tanto pelo número de empresas como de postos de trabalho, VAB ou volume de negócios”, sublinha João Torres. “O programa Comércio Digital tem um foco na digitalização básica mas, de alguma forma, tem uma correspondência com três medidas anunciadas no Programa de Estabilização Económica e Social que o Governo apresentou há cerca de três semanas”, afirma João

Torres. São três as medidas. A iniciativa **Comércio.pt** que se propõe acelerar a passagem para o contexto digital de um vasto de conjunto de empresas com enfoque nas transações eletrónicas e nas vendas online. Depois o programa **Adaptar 2.0**, que é a evolução de um programa que já teve uma primeira edição, para adaptações dos estabelecimentos e das frentes de loja ao contexto da pandemia com um conjunto de despesas elegíveis alargado. Uma terceira iniciativa tem a ver com a mobilização do fundo de modernização do comércio com o objetivo de incentivar e dinamizar o comércio local e a prestação de serviços de proximidade, nas perspetivas da inovação na gestão, da cooperação entre operadores económicos e da qualificação da evidência física. ■

NEGÓCIOS INICIATIVAS COMÉRCIO DIGITAL

O novo normal do comerciодigital.pt

O site foi reformulado, existe um número de telefone gratuito para apoio, na Academia Digital há sete cursos disponíveis e ainda estão programados webinars semanais.

Bruno Teixeira Pires



O programa Comércio Digital foi reformulado por causa da covid-19 e reforçado financeiramente.

Em 16 de junho de 2020, o programa Comércio Digital, iniciado em fevereiro de 2019, foi reformulado para corresponder aos novos tempos marcados pela pandemia da covid-19, que implicou a alteração do modelo presencial de divulgação, e a criação de 50 espaços de comércio digital no país foi suspensa. “Foi necessário desmaterializar toda a operação, criar novas linhas”, refere Alexandre Nilo Fonseca, presidente da ACEPI.

O programa Comércio Digital é uma iniciativa conjunta da ACEPI e da CCP (Confederação do Comércio e dos Serviços de Portugal), apoiado pelo Governo português e cofinanciada pelo COMPETE 2020, Portugal 2020 e União Europeia/FEDER, com o intuito de promover a digitalização de mais de 50 mil empresas da área do comércio e dos serviços em Portugal. Como referiu João Torres, secretário de Estado, “o programa tem um financiamento inicial, por via dos fundos comunitários, superior a 1,2 milhões de euros, mas já foi reforçado”.

Segundo Alexandre Nilo Fonseca, “estamos a criar algo que é verdadeiramente útil para ajudar os comerciantes, vai permitir ace-

lerar, e muito, a adoção por parte dos consumidores e dos comerciantes” do comércio eletrónico.

O período de confinamento devido à pandemia de covid-19 acelerou a adoção da internet entre os portugueses e comerciantes, uma tendência que se vai manter. Portugal era “o país da Europa onde os portugueses mais compravam fora do país”, mas a pandemia

e as restrições e impedimentos logísticos propiciaram o “desenvolvimento do comércio local”, tanto “na perspetiva do consumidor como das empresas”.

Comerciодigital.pt reformulado

Com mais negócios a transitar para o digital, ou a apostar em melhorar a sua presença online, o programa Comércio Digital lançou um novo website – (<https://www.comerciодigital.pt/>) –, que surge com os menus/seções reformulados, que agora incluem informação sobre como Obter Ajuda; Como Fazer; Estar Informado, um diretório com legislação, novos programas, projetos, e ainda uma componente de dicas, tutoriais, tendo em vista apoiar os comerciantes na digitalização do negócio. Porque como diz o mote do novo site, “na internet os negócios não param”.

As sete lições para um negócio online

A Academia Comércio Digital é uma plataforma online que disponibiliza conteúdos formativos e ferramentas de capacitação para a economia digital de forma gratuita e em português. O objetivo é apoiar os empresários do comér-

cio e serviços na digitalização dos seus negócios, de forma a poderem ganhar novos clientes e a expandirem-se para novos mercados.

Tem sete cursos que se focam nos principais aspetos para a criação de um negócio online, com temas como Diagnóstico e Plano de Comércio Digital; Registo do Domínio e Contas de Email; Criação do Website; Marketing Digital – Redes Sociais; Marketing Digital – Anúncios Digitais; Plataformas Agregadoras de Venda Online; e Loja Online.

“São sete cursos muito práticos”, refere Alexandre Nilo Fonseca, que ensinam desde criar um plano de marketing digital, o site do negócio. O empresário inscreve-se e pode passar a usar estas ferramentas gratuitamente para montar o seu negócio. “Esta é uma forma de dar condições para que ninguém fique para trás”, assegurou Alexandre Nilo Fonseca.

A importância do selo de confiança

O selo Confio.pt é um certificado atribuído aos websites que cumprem as melhores práticas do mercado digital, que funciona como uma garantia para os consumidores na aquisição de produtos e serviços através de comércio eletrónico e na utilização da internet em geral. Tem por base um Código de Conduta e um Regulamento e a sua atribuição depende de um processo de auditoria exigente, independente, objetivo, transparente e íntegro.

Esta é uma iniciativa promovida em conjunto pela ACEPI, DECO e Associação DNS.PT, que no âmbito do Programa Comércio Digital, e de modo a aumentar a confiança online dos portugueses, lançaram uma campanha especial de adesão. O objetivo é facilitar a adoção do selo para as empresas que se candidatem até ao final de setembro de 2020, nomeadamente com a isenção do pagamento da taxa de submissão da candidatura e do pagamento da concessão anual do selo até 31 de dezembro de 2020 e a simplificação do processo de atribuição. Os websites acreditados para Confio podem aderir automaticamente ao selo Confio Europeu da responsabilidade da Ecommerce Europe.

Algumas das empresas mais relevantes que integram o ranking dos 20 maiores sites de comércio eletrónico em Portugal, segundo o estudo anual da ACEPI, já possuem este selo como são os casos

da DPD, o El Corte Inglés, a FNAC, a La Redoute e o MEO ou do site do Serviço Nacional de Saúde.

Voucher 3 em 1

O parceiro .PT oferece vouchers 3 em 1 dirigidos a microempresas e PME portuguesas das áreas do comércio e serviços, para registo de um domínio.pt gratuito pelo período dum ano. Esta oferta inclui também acesso a caixas de email e a ferramentas de construção e alojamento de websites.

Webinars semanais

Visando potenciar a divulgação e o esclarecimento sobre os principais temas, tendências e boas práticas para negócios na internet nesta fase pós-covid-19, o Comércio Digital vai realizar sessões, workshops e seminários online. As inscrições são gratuitas e podem ser efetuadas online: www.comerciодigital.pt/pt/webinars.

Têm normalmente 45 minutos de duração e realizam-se sempre às 17H e os próximos temas são, a 24 junho, “Domínio, Contas e Email Marketing”, por António Lucena de Faria; a 1 de julho, “Academia Comércio Digital”, por António Lucena de Faria; a 8 de julho, “Barómetro DPD: E-shopper 2019”, por Carla Pereira e António Lucena de Faria; a 15 de julho, “Marketing Digital e Redes Sociais”, por António Lucena de Faria; e a 16 de setembro, “Pagamentos Digitais: integração e mobilidade”, pelo Millennium BCP.

Apoio de uma linha telefónica gratuita

A ACEPI criou também uma linha nacional telefónica gratuita de apoio aos comerciantes que precisam de ajuda para começarem a usar as ferramentas digitais nos seus negócios – 800 100 236. Esta linha telefónica presta serviços de atendimento gratuitos tendo em conta os vários níveis de maturidade digital dos comerciantes e dos seus negócios.

Campanha publicitária

Tendo em atenção as alterações dos hábitos das pessoas provocadas pela covid-19, a ACEPI vai reforçar as ações de comunicação e divulgação do programa Comércio Digital nos media, incluindo um mix de televisão, rádio e imprensa e digital. A linha de comunicação da campanha aposta numa comunicação direta, simples e eficaz e privilegia os formatos de vídeo. ■



Estamos a criar algo que é verdadeiramente útil para ajudar os comerciantes.

ALEXANDRE NILO FONSECA
Presidente da ACEPI