

MINUTA^{1 2}

Ao XXIII Congresso Nacional da Juventude Socialista,

Estratégia Nacional de Apoio à Digitalização do Comércio Local

Considerando que:

- Num mercado cada vez mais competitivo, o comércio local imprime a identidade histórica e a memória coletiva (e até familiar) do local onde se encontra inserido, apresentando-se como um serviço diferenciador, com maior proximidade com o cliente e preocupação com os detalhes.
- Atualmente, quando um consumidor final necessita de um determinado produto ou serviço, há uma grande probabilidade do mesmo recorrer aos meios digitais – ao Google ou às redes sociais, por exemplo;
- Isso significa, na prática, que se o negócio tiver uma presença digital, poderá ser facilmente encontrado pelo consumidor; pelo contrário, se não tiver, aquele consumidor irá fazer a sua compra num seu concorrente.
- A pandemia chegou sem avisar e a todos apanhou desprevenidos de modo que, as empresas e o comércio local, em particular, tiveram de se reinventar para sobreviver e as pessoas mudaram a sua forma estar, socializar e viver e, também, os seus hábitos de consumo;
- O reconhecido tratamento personalizado e ambiente intimista deste tipo de comércio acaba por ser ainda mais valorizado num momento de maior distanciamento social e de desafios.
- Segundo um estudo da Oney Bank, 82% dos portugueses (inquiridos) estão dispostos a privilegiar a "produção local/nacional", nas despesas relacionadas com a alimentação.

¹ O preenchimento da Minuta não poderá ultrapassar duas páginas.

² A Moção de Resolução Política não poderá ultrapassar duas páginas, e deverá ser utilizado um tamanho de letra nunca inferior a 12.

A Juventude Socialista propõe:

- O desenvolvimento de uma Estratégia Nacional de Apoio à Digitalização do Comércio Local, financiada pelos fundos do PRR (Plano de Recuperação e Resiliência);
- Essa estratégia priorize a implementação de canais de comércio digital, a incorporação de tecnologia nos modelos de negócio e a desmaterialização de processos de compra e venda entre clientes e fornecedores por via da utilização das ferramentas digitais.
- A criação de estruturas de proximidade, regionais e locais, em parceria com as autarquias, no sentido de apoiar a transição digital de micro, pequenas e médias empresas com atividade comercial, bem como um sistema de incentivos financeiros à digitalização dos modelos de negócio.
- O desenvolvimento de projetos de financiamento para investimento em tecnologia digital em áreas físicas delimitadas. A adesão a estes projetos requer a compreensão por parte das empresas de conceitos como a venda online, promoção, marketing digital, entre outros.
- Para tal, as associações/cooperativas empresariais regionais e locais devem promover ações de formação destinadas especificamente este público-alvo que, em boa parte, possui poucos estudos e está envelhecido.

A Juventude Socialista,

Braga, 17 de dezembro de 2022