



經濟局

Direcção dos Serviços de Economia

**Resposta à interpelação escrita apresentada pelo deputado à Assembleia
Legislativa, Si Ka Lon**

Em cumprimento das instruções de Sua Excelência o Chefe do Executivo, relativamente à interpelação escrita de 4 de Dezembro de 2020 do Senhor Deputado Si Ka Lon, enviada a coberto do ofício da Assembleia Legislativa n.º 1290/E927/VI/GPAL/2020, de 10 de Dezembro de 2020, e recebida pelo Gabinete do Chefe do Executivo, em 11 de Dezembro de 2020, cumpre-nos responder o seguinte:

Com vista a estimular a vitalidade económica das PME após a epidemia, bem como otimizar constantemente o ambiente de negócios das PME em prol do reforço da competitividade das mesmas, o Governo da RAEM tem, desde Julho de 2020, implementado o Plano das Lojas com Características Próprias, que visa criar imagens distintivas para bairros comunitários e atrair, deste modo, os consumidores e turistas a procederem ao consumo em diversos bairros, bem como apoia, ao mesmo tempo, as micro, pequenas e médias empresas a reforçarem a utilização das plataformas de rede, elevarem o nível da sua gestão operacional, produção e serviços prestados, e empenharem-se em criar não só um ambiente com muita clientela e negócios, mas também uma reputação privilegiada pela prestação de serviços de excelência, a fim de promover o desenvolvimento económico de bairros comunitários.

A primeira fase do referido plano realizou-se na zona da Rua de Cinco de Outubro que possui uma rica história da humanidade, tendo sido alargado o plano à zona das Ilhas no final de Setembro. Nestas duas zonas há um total de 100 lojas com características próprias (incluindo 71 do sector da restauração, 29 do sector do comércio a retalho).

Relativamente à produção das três pinturas murais e à renovação de algumas paredes exteriores na zona da Rua de Cinco de Outubro, os comerciantes e residentes desta zona manifestaram que as referidas medidas são acolhidas, considerando que estas medidas são favoráveis para que sejam atraídos os turistas e os residentes de outros bairros a fazer “*check-in*” nesta zona e assim seja revitalizada a economia da mesma.



Além disso, todas as lojas reconhecidas como as com características próprias encontram-se actualmente visíveis nas plataformas de comércio electrónico de guia da vida quotidiana mais prestigiadas no Interior da China. Segundo os dados relativos às primeiras 50 lojas reconhecidas, disponíveis até Novembro, cada loja registou uma visibilidade média de aproximadamente 60 mil vezes, tendo sido acedida por cerca de 6.500 vezes. Houve também várias destas lojas que ocuparam o primeiro lugar nos rankings estabelecidos pelas diferentes plataformas em termos do mesmo sector, podendo-se assim ver pela divulgação *online* que foram obtidos certos efeitos. Alguns lojistas afirmaram que muitos turistas vieram de propósito para degustar os seus pratos típicos de acordo com os comentários ou apresentações existentes nas plataformas de comércio electrónico de guia da vida quotidiana. Alguns disseram ter a intenção de experimentar, no futuro, as novas formas de promoção populares do Interior da China como a realização da transmissão ao vivo para a venda das mercadorias, numa tentativa de aumentar o volume da venda *online*. Os lojistas reconheceram o aumento, através do plano em causa, do prestígio da sua loja no Interior da China, esperando que, enquanto o número de turistas aumentará gradualmente, a taxa de visibilidade da sua loja subirá ainda mais, fazendo com que o volume de visualização *online* seja, no futuro, convertido eficazmente para o volume de venda *offline*.

No intuito de permitir aos comerciantes melhor utilizarem e familiarizarem-se com as técnicas de uso das plataformas de comércio electrónico, estes Serviços, além de terem disponibilizado as formações complementares, solicitaram os seus colaboradores a deslocarem-se às lojas para a apresentação e demonstração, a fim de que seja aumentada a iniciativa dos comerciantes na exploração das oportunidades de negócio tirando proveito de canais electrónicos. A par disso, foram realizados vários seminários e *workshops* destinados aos comerciantes, nos quais eles obtiveram mais conhecimento sobre a expansão de negócios por meio *online*, tendo conhecido as experiências de sucesso do Interior da China, bem como trocado opiniões entre si sobre como utilizar os meios tecnológicos para aumentar benefícios operacionais. No que concerne à promoção *offline*, estes Serviços ofereceram oportunidades para que as lojas com características próprias participassem nas



澳門特別行政區政府
Governo da Região Administrativa Especial de Macau

經濟局

Direcção dos Serviços de Economia

exposições de grande envergadura, tendo instalado seus pavilhões na 25.^a Feira Internacional de Macau e na 8.^a Expo Internacional de Turismo (Indústria) de Macau, no sentido de que mais participantes presentes se inteirassem destas lojas. E no período da realização das exposições acima mencionadas, estes Serviços organizaram, através da cooperação interdepartamental, ou seja, em colaboração com a Direcção dos Serviços de Turismo e o Instituto de Promoção do Comércio e do Investimento de Macau, visitas guiadas aos bairros comunitários, as quais atraíram bastantes visitantes de convenções e exposições a consumirem in loco nas lojas com características próprias espalhadas por diferentes bairros, e contribuíram para aumentar a eficiência da promoção.

Futuramente serão revistos os resultados das primeiras duas fases do Plano das Lojas com Características Próprias e, caso sejam satisfatórios, continuará a cooperação com as associações comerciais zonais para o alargamento deste plano a outras zonas do território.

Quanto à questão referida na interpelação, relativa à criação das zonas comerciais, no futuro, o Governo irá avançar os respectivos trabalhos de acordo com as orientações traçadas no Plano Director da RAEM. Ao mesmo tempo, estes Serviços irão continuar a realizar, em cooperação com as associações comerciais zonais, actividades festivas de consumo com características comunitárias, criando condições favoráveis para que sejam atraídos os consumidores e turistas a fazer consumo nas micro, pequenas e médias empresas localizadas em diferentes bairros locais, com o objectivo de manter o dinamismo de consumo, alargar a procura interna e apoiar o desenvolvimento das micro, pequenas e médias empresas.

Aos 30 de Dezembro de 2020.

A Directora dos Serviços, substituta,
Chan Tze Wai