**Comércio Local: Plataforma Digital para Impulsionar a Visibilidade e Colaboração entre Pequenos e Médios Negócios Locais**

Professor:

Ana Raquel Costa Saraiva - A101455  
André Filipe Basulo Esteves - PG57839  
Bruna Alexandra Gama Alves - PG57824  
José Duarte Lobo Alves - PG 55897  
Livia Pérez Bettero – PG 52762  
Tomás Alves Tavares Santa - PG 57618

Índice

[1. Proposta de Valor 3](#_heading=h.gjdgxs)

[1.1 Cliente-Alvo 3](#_heading=h.30j0zll)

[1.2 Objetivo 3](#_heading=h.1fob9te)

[1.3 Costumer Jobs (Tarefas e necessidades do cliente) 3](#_heading=h.3znysh7)

[1.4 Pains (Dores e desafios) 4](#_heading=h.2et92p0)

[1.5 Gains (Benefícios esperados) 5](#_heading=h.tyjcwt)

[1.6 Products & Services 6](#_heading=h.3dy6vkm)

[1.7 Pain Relievers (Soluções para aliviar as dores) 7](#_heading=h.1t3h5sf)

[1.8 Gain Creators (Formas de criar valor) 8](#_heading=h.4d34og8)

[1.9 Fundamentos da Inovação Digital aplicáveis à Proposta de Valor 11](#_heading=h.2s8eyo1)

[2. Customer Discovery 12](#_heading=h.17dp8vu)

[3. Entrevistas e Pesquisa com Comerciantes Locais 13](#_heading=h.3rdcrjn)

[3.1 Questões elaboradas 13](#_heading=h.26in1rg)

[3.2 Seleção de comerciantes locais para entrevista 14](#_heading=h.lnxbz9)

[3.3 Entrevistas aos negócios Locais 14](#_heading=h.35nkun2)

1. Proposta de Valor
   1. Cliente-Alvo

Pequenos e médios comerciantes que atuam em mercados locais, especialmente aqueles que enfrentam desafios para se destacar em meio à concorrência, atrair novos clientes e utilizar de forma eficaz ferramentas digitais de marketing e gestão.

* 1. Objetivo

Impulsionar o comércio local por meio de uma plataforma digital que centralize e simplifique as principais operações dos comerciantes, promovendo maior visibilidade, colaboração entre negócios e o aumento das vendas. A plataforma oferece soluções acessíveis e intuitivas para facilitar a gestão dos estabelecimentos, permitindo que os comerciantes se concentrem no crescimento de seus negócios.

* 1. Costumer Jobs (Tarefas e necessidades do cliente)
* **Manter o negócio visível e atrativo para os clientes**: Os comerciantes precisam garantir que seus estabelecimentos estejam sempre em destaque, tanto para os clientes atuais quanto para os potenciais. Isso envolve a criação de uma presença constante e envolvente, especialmente em um cenário de mercado competitivo e saturado, onde a visibilidade é essencial para se diferenciar.
* **Aumentar o fluxo de clientes, especialmente aqueles dispostos a pagar por produtos ou serviços especializados**: Atrair clientes que valorizam a qualidade e estão dispostos a pagar por produtos ou serviços diferenciados é crucial para os comerciantes que oferecem opções especializadas. Esses clientes são vitais para o crescimento sustentável do negócio, já que tendem a retornar e se tornarem clientes fiéis.
* **Divulgar seus produtos e serviços de forma eficiente, utilizando ferramentas acessíveis e fáceis de usar**: Comerciantes locais muitas vezes não têm tempo ou conhecimento técnico para criar campanhas complexas. Eles precisam de soluções práticas e acessíveis para promover seus produtos, que não exijam habilidades avançadas de marketing digital, mas que sejam eficazes na atração de clientes.
* **Facilitar a gestão de informações do comércio e entender melhor as necessidades locais**: A gestão de dados, como vendas, inventário e preferências de clientes, pode ser um desafio. Os comerciantes necessitam de uma maneira simplificada de gerenciar essas informações, permitindo uma melhor compreensão das demandas locais e uma tomada de decisão mais eficiente, que ajude a adaptar suas ofertas.
* **Promover a colaboração com outros comerciantes para criar sinergias e melhorar a competitividade local**: A colaboração entre comerciantes locais pode ser uma estratégia poderosa para enfrentar desafios comuns e aumentar a visibilidade de todos. Trabalhar em conjunto pode gerar iniciativas como promoções conjuntas, eventos locais e campanhas colaborativas que beneficiem a comunidade comercial como um todo, aumentando a competitividade e o apelo da área para os consumidores.
  1. Pains (Dores e desafios)
* **Dificuldade de se destacar no mercado local, principalmente devido à concorrência elevada**: Em mercados locais saturados, os comerciantes enfrentam o desafio de atrair a atenção de consumidores que têm várias opções à disposição. A falta de recursos, tempo ou estratégias adequadas para se diferenciarem de outros negócios dificulta o sucesso, resultando em estagnação nas vendas e baixa visibilidade.
* **Baixo alcance de divulgação, muitas vezes por falta de marketing adequado**: Muitos pequenos e médios comerciantes não possuem estratégias de marketing bem definidas ou não têm acesso às ferramentas necessárias para alcançar um público maior. Como resultado, sua visibilidade é limitada, e a falta de conhecimento em marketing digital torna difícil competir com empresas maiores ou mais tecnológicas que têm campanhas eficazes.
* **Falta de tempo e conhecimento para utilizar ferramentas de marketing digital e gestão de negócios**: Os comerciantes locais muitas vezes desempenham vários papéis ao mesmo tempo, deixando pouco tempo ou recursos para se dedicarem ao aprendizado e à implementação de ferramentas digitais para promover ou gerir seus negócios. Isso acaba limitando a capacidade de aproveitar os benefícios de marketing online, gestão de clientes ou até mesmo análise de vendas.
* **Isolamento dentro da própria comunidade, com pouca colaboração entre comerciantes**: A falta de iniciativas colaborativas e de redes de apoio entre os próprios comerciantes pode levar ao isolamento, onde cada negócio trabalha de forma independente, sem aproveitar as sinergias que podem surgir da cooperação. Isso reduz o potencial de criar eventos ou campanhas conjuntas que poderiam aumentar a visibilidade e atrair mais clientes para todos os envolvidos.
* **Custo elevado de soluções digitais tradicionais, como publicidade paga e criação de websites**: Soluções digitais robustas, como anúncios pagos ou a criação de sites profissionais, muitas vezes são inacessíveis para pequenos e médios comerciantes devido ao custo elevado. Isso impede que esses negócios tenham uma presença digital relevante e eficiente, dificultando ainda mais a competição com empresas maiores.
* **Pouco conhecimento das soluções digitais existentes, o que dificulta a adoção de novas ferramentas**: Muitos comerciantes locais não têm familiaridade com as opções digitais disponíveis, seja por falta de experiência ou por falta de orientação e suporte. Isso gera uma barreira significativa à adoção de ferramentas que poderiam melhorar a gestão do negócio, aumentar a visibilidade e atrair mais clientes. Sem esse conhecimento, muitos acabam não se beneficiando das inovações tecnológicas que poderiam alavancar seus negócios.
  1. Gains (Benefícios esperados)
* **Aumento de vendas, atraindo novos clientes e incentivando a fidelização**: Com a implementação de estratégias de marketing digital e uma maior visibilidade no mercado local, os comerciantes podem atrair novos clientes de forma contínua. Além disso, a fidelização torna-se uma realidade, já que os clientes que se sentem bem atendidos e engajados tendem a retornar, gerando vendas recorrentes e criando uma base de consumidores leais.
* **Maior visibilidade dentro da comunidade local e online, facilitando o reconhecimento e o crescimento**: A plataforma proposta proporcionará aos comerciantes uma presença mais forte tanto na comunidade local quanto no ambiente digital. A visibilidade aprimorada ajuda a destacar seus produtos e serviços, facilitando a identificação por parte dos consumidores, o que resulta em um aumento da clientela e, consequentemente, no crescimento do negócio.
* **Promoção da colaboração entre comerciantes, criando um ambiente mais integrado e solidário**: A colaboração entre comerciantes é essencial para criar uma rede forte e solidária que se beneficia mutuamente. Com a plataforma, os comerciantes poderão trabalhar juntos em campanhas conjuntas, eventos temáticos ou promoções, aumentando o alcance e a visibilidade de todos, o que favorece o crescimento coletivo e o fortalecimento do comércio local.
* **Promoção da colaboração entre comerciantes, criando um ambiente mais integrado e solidário**: A colaboração entre comerciantes é essencial para criar uma rede forte e solidária que se beneficia mutuamente. Com a plataforma, os comerciantes poderão trabalhar juntos em campanhas conjuntas, eventos temáticos ou promoções, aumentando o alcance e a visibilidade de todos, o que favorece o crescimento coletivo e o fortalecimento do comércio local.
* **Diferenciação do negócio através de campanhas e estratégias de marketing inovadoras**: Ao oferecer campanhas de marketing personalizadas e inovadoras, a plataforma ajuda os comerciantes a se diferenciarem da concorrência. A possibilidade de criar uma identidade própria e exclusiva para o negócio permite destacar suas ofertas, atraindo clientes que buscam algo único e especializado, o que fortalece a marca no mercado local.
  1. Products & Services
* **Plataforma digital**: Uma solução completa que centraliza as principais funções necessárias para o sucesso dos pequenos e médios comerciantes. A plataforma integra ferramentas de **marketing**, **gestão** e **visibilidade**, permitindo que os comerciantes administrem seus negócios de forma simples e eficiente, sem a necessidade de investir em múltiplos sistemas. Ela facilita a criação de campanhas de marketing digital, o monitoramento de vendas e o controle de estoque, tudo em um único ambiente.
* **Roteiros temáticos**: Um sistema de organização que classifica os comerciantes e seus produtos ou serviços em categorias específicas, criando **roteiros temáticos** que facilitam a navegação e a descoberta por parte dos consumidores. Isso permite que os clientes encontrem facilmente os tipos de produtos ou serviços que procuram, incentivando a conexão entre negócios complementares e ajudando a atrair clientes com interesses específicos, como moda, gastronomia, ou serviços de saúde e bem-estar.
* **Publicação de produtos e serviços**: Uma **vitrine digital personalizada** que oferece aos comerciantes uma plataforma para divulgar suas ofertas de forma clara e atraente. Com essa funcionalidade, os comerciantes podem descrever seus produtos, apresentar promoções, e destacar serviços diferenciados, tudo de maneira acessível. Essa personalização permite criar um catálogo online que reflete a identidade do negócio, melhorando a visibilidade e atraindo um público mais amplo, tanto online quanto localmente.
  1. Pain Relievers (Soluções para aliviar as dores)
* **Visibilidade instantânea**: A plataforma proporciona aos comerciantes uma **exposição imediata** no mercado local, resolvendo o problema de se destacar em um ambiente competitivo. Ao centralizar os negócios em um espaço digital acessível, a plataforma aumenta a visibilidade de cada comerciante dentro da comunidade local, tornando mais fácil para os clientes descobrirem novos serviços e produtos.
* **Utilização fácil e intuitiva**: A plataforma foi projetada para ser **extremamente acessível**, permitindo que comerciantes sem habilidades técnicas possam utilizá-la de forma eficiente. Isso elimina a necessidade de investir em treinamento especializado ou contratar terceiros para gerenciar sua presença digital, já que a interface é intuitiva e fácil de navegar, com ferramentas simplificadas para gerenciar marketing, vendas e comunicação com clientes.
* **Custo acessível**: A plataforma oferece uma solução **econômica e viável**, especialmente em comparação com métodos tradicionais, como campanhas publicitárias pagas e o desenvolvimento de websites personalizados. Ao ser financeiramente acessível, a plataforma permite que pequenos e médios comerciantes, muitas vezes com orçamentos limitados, se beneficiem de uma presença digital robusta sem comprometer seu fluxo de caixa.
* **Gestão simplificada**: Com ferramentas integradas que permitem a **gestão eficiente do negócio**, a plataforma facilita o controle de estoque, monitoramento de vendas, gestão de clientes e acompanhamento de campanhas de marketing. Isso economiza tempo e reduz o esforço administrativo, permitindo que os comerciantes foquem no crescimento de seus negócios, sem precisar gerenciar múltiplos sistemas.
  1. Gain Creators (Formas de criar valor)
* **Aumento de vendas**: A plataforma gera **maior visibilidade** para os comerciantes, facilitando a divulgação de seus produtos e serviços de forma eficaz. Com a possibilidade de alcançar um público maior e mais segmentado, os comerciantes podem aumentar significativamente o fluxo de clientes, resultando em um crescimento direto nas vendas.
* **Conexão direta com a comunidade**: A plataforma promove uma **conexão mais próxima** entre os comerciantes e a comunidade local. Ao facilitar interações mais frequentes e significativas, ela fortalece a fidelização dos clientes, criando um ambiente de **engajamento constante**, onde os consumidores se sentem mais inclinados a apoiar negócios locais e retornar com mais frequência.
* **Campanhas de marketing diferenciadas**: A plataforma permite que os comerciantes criem **campanhas de marketing personalizadas**, adequadas às suas necessidades e ao perfil de seus clientes. Isso ajuda a destacar os produtos e serviços específicos de cada comércio, permitindo que cada negócio crie uma **identidade única** e uma estratégia de marketing que realmente ressoe com seu público-alvo, diferenciando-os da concorrência.
* **Promoção de eventos temáticos**: A plataforma oferece ferramentas que permitem aos comerciantes organizar e promover **eventos específicos** e **temáticos**, como promoções sazonais ou feiras locais. Esses eventos atraem públicos interessados, gerando um aumento no fluxo de clientes durante o período do evento e criando uma experiência envolvente que reforça a presença dos comerciantes no mercado.

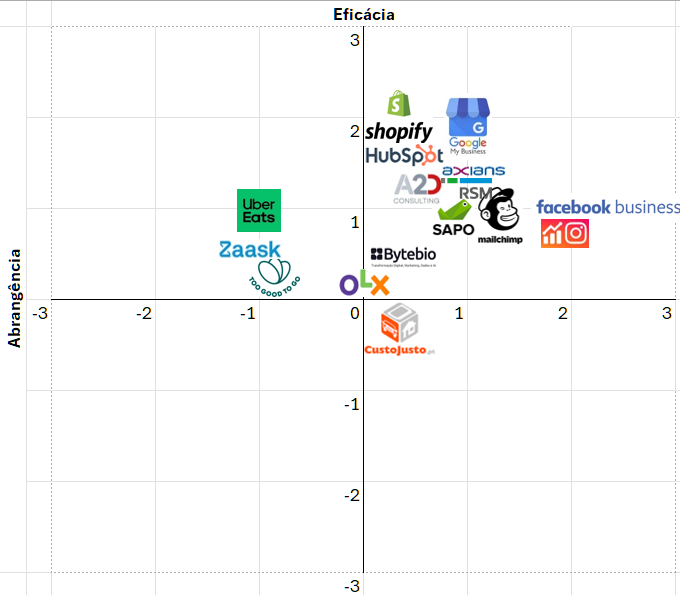
Uma imagem contendo Texto

Descrição gerada automaticamente

* 1. Fundamentos da Inovação Digital aplicáveis à Proposta de Valor

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Conceito** | **Definição** | **Aplicação na Proposta de Valor** |
| **Generativity** | Capacidade de um sistema de gerar novos usos e funcionalidades através da interação de seus usuários, sem depender exclusivamente dos criadores. | A plataforma permite que comerciantes criem suas próprias campanhas, promoções e eventos temáticos, adaptando-a às suas necessidades específicas, gerando valor de maneira contínua e independente. |
| **Convergence** | Integração de diferentes tecnologias e funcionalidades em um único sistema ou plataforma, criando uma solução mais completa e eficiente. | A plataforma reúne marketing, gestão e divulgação em um só lugar, oferecendo uma solução integrada para os comerciantes, evitando a necessidade de múltiplos sistemas e simplificando suas operações. |
| **Network Effects** | O valor de um produto ou serviço aumenta à medida que mais pessoas o utilizam, criando um ciclo de crescimento e atraindo novos usuários. | À medida que mais comerciantes aderem à plataforma, ela se torna mais valiosa, aumentando a visibilidade dos negócios e atraindo mais consumidores e comerciantes, gerando um efeito de rede positivo. |
| **Flexible Affordances** | Característica de um sistema que permite diferentes usos e funcionalidades, conforme as necessidades dos usuários, sem ser restritivo. | A plataforma oferece diversas ferramentas flexíveis, como criação de campanhas personalizadas e gestão simplificada, permitindo que os comerciantes adaptem o uso conforme suas necessidades. |
| **Distributed Innovation** | Processo no qual a inovação é gerada de forma colaborativa por diferentes entidades, com conhecimento distribuído entre várias fontes. | A plataforma facilita a colaboração entre comerciantes e clientes, permitindo que as inovações surjam através das interações entre diferentes agentes locais, como eventos conjuntos e promoções cruzadas. |

* 1. Concorrentes Potenciais



|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Serviço | Justificativa | Pontos Fortes | Pontos Fracos | Eficácia | Abrangência |
| Google My Business | Permite aos comerciantes locais terem presença nos resultados de busca e mapas do Google | Alta visibilidade em buscas locais, fácil de configurar | Limitações em marketing avançado, não oferece gestão ou colaboração entre comerciantes | 2 | 1 |
| Sapo Empresas | Plataforma portuguesa que oferece soluções de publicidade digital e criação de websites para pequenos negócios | Serviço local com bom conhecimento do mercado português | Foco principalmente em publicidade digital, sem gestão completa de negócios | 1 | 1 |
| Shopify | Plataforma de e-commerce popular com suporte para criação de lojas online, gestão de estoque e marketing | Solução completa para e-commerce, integração de pagamentos | Custo elevado e necessidade de conhecimento técnico, mais voltado para e-commerce | 2 | 0 |
| Too Good To Go | Plataforma para venda de alimentos excedentes, ajudando comerciantes locais a evitar desperdício | Boa para o setor de alimentação, foco em sustentabilidade | Limitada a negócios de alimentos, sem gestão ou marketing abrangente | 0 | -1 |
| Uber Eats | Plataforma de delivery para restaurantes e mercados locais | Conveniência para o setor de alimentação, logística integrada | Alto custo de comissões, restrito ao setor de alimentos | 1 | -1 |
| OLX | Marketplace para venda de produtos variados, usado por pequenos comerciantes | Grande alcance, baixo custo para listar produtos | Foco em vendas individuais, sem suporte para fidelização ou marketing digital | 0 | 0 |
| CustoJusto.pt | Marketplace português que permite aos comerciantes vender produtos online | Visibilidade no mercado português | Menos eficaz para negócios que buscam clientes recorrentes e ferramentas de marketing | 0 | 0 |
| Mailchimp | Plataforma de e-mail marketing, CRM e automação de marketing | Ferramentas de CRM e automação de e-mail avançadas | Curva de aprendizado e custo alto para planos completos | 1 | 1 |
| HubSpot | Plataforma de CRM e marketing digital para gerenciar clientes e campanhas | CRM avançado e ferramentas de automação de marketing | Complexo e caro, mais adequado para negócios maiores | 2 | 0 |
| Facebook para Empresas | Rede social popular onde comerciantes locais podem criar perfis e promover negócios | Alta visibilidade, publicidade segmentada | Exige investimento em anúncios pagos, curva de aprendizado em marketing digital | 1 | 2 |
| Instagram para Empresas | Rede social visual, ideal para promoção de produtos e serviços locais | Alta visibilidade e engajamento, fácil de usar | Necessidade de conhecimento em marketing para maximizar alcance | 1 | 2 |
| Zaask | Plataforma de contratação de serviços que conecta comerciantes locais a clientes | Boa visibilidade para prestadores de serviços locais | Limitada a serviços específicos, não aplicável a todos os comércios locais | 0 | -1 |
| Axians Portugal | Consultoria especializada em transformação digital com forte presença em Portugal | Soluções avançadas de transformação digital | Serviços voltados para empresas de médio a grande porte; custo elevado | 2 | 1 |
| A2D Consulting | Consultoria com abordagem adaptada ao mercado português, oferecendo metodologias reconhecidas | Personalização para o contexto local | Foco em empresas maiores e não específico para pequenos comércios | 2 | 1 |
| Bytebio | Consultoria com foco em inteligência artificial e digitalização de negócios | Alta tecnologia e IA aplicadas ao digital | Custo elevado e complexidade técnica para pequenos comerciantes | 2 | 0 |
| RSM Portugal | Fornece consultoria em confiança digital e transformação digital, incluindo gestão de sistemas | Experiência em auditoria e TI digital | Foco em empresas maiores e requisitos complexos de TI | 2 | 1 |

1. Customer Discovery

Nesta fase, o foco do projeto é validar as hipóteses sobre os problemas que os pequenos e médios comerciantes enfrentam no mercado local e entender profundamente suas necessidades. O objetivo é garantir que a plataforma digital proposta realmente resolva esses problemas e ofereça valor tangível para os comerciantes.

**Hipóteses de Problema**

*Essas hipóteses precisam ser testadas diretamente com os comerciantes para entender se realmente representam os problemas mais urgentes.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Hipóteses de Problema** | **Descrição** | **Base Documental** |
| **Baixa Visibilidade no Mercado Local** | Os pequenos e médios comerciantes têm dificuldades em alcançar um público mais amplo devido à baixa visibilidade online e local. | Falta de alcance digital e concorrência elevada são problemas recorrentes. |
| **Dificuldade em Aumentar o Fluxo de Clientes** | Comerciantes têm dificuldades em atrair novos clientes, especialmente os que pagam por serviços especializados. | Comerciantes precisam de maior fluxo de clientes e fidelização. |
| **Falta de Conhecimento Técnico e Ferramentas Digitais** | Pequenos e médios comerciantes não têm conhecimento técnico suficiente para utilizar ferramentas de marketing digital e gestão. | Falta de tempo e formação dificultam a adoção de soluções digitais. |
| **Isolamento e Falta de Colaboração entre Comerciantes** | Comerciantes locais operam de forma isolada, sem aproveitar oportunidades de colaboração. | Relatórios indicam pouca integração entre os comerciantes. |
| **Custo Elevado de Soluções Digitais Tradicionais** | Soluções tradicionais de marketing digital, como publicidade paga e websites, são inacessíveis financeiramente para comerciantes. | O custo elevado de soluções digitais é uma dor comum. |
| **Falta de Tempo para Implementar Soluções Digitais** | Comerciantes não possuem tempo para aprender e implementar novas ferramentas digitais devido à sobrecarga de tarefas. | Tempo limitado dos comerciantes impede a adoção de novas tecnologias. |
| **Baixo Alcance de Divulgação devido à Concorrência** | A concorrência elevada impede que comerciantes se destaquem e obtenham alcance significativo com seus esforços de marketing. | Concorrência elevada foi citada como uma barreira para o crescimento. |
| **Falta de Diferenciação dos Produtos e Serviços** | Comerciantes locais têm dificuldade em destacar aspectos únicos de seus produtos, limitando a diferenciação no mercado. | A necessidade de campanhas diferenciadas foi identificada como uma expectativa dos comerciantes. |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **HubSpot** | Plataforma de CRM e marketing digital para gerenciar clientes e campanhas | CRM avançado e ferramentas de automação de marketing | Complexo e caro, mais adequado para negócios maiores | 2 | 0 |
| **Facebook para Empresas** | Rede social popular onde comerciantes locais podem criar perfis e promover negócios | Alta visibilidade, publicidade segmentada | Exige investimento em anúncios pagos, curva de aprendizado em marketing digital | 1 | 2 |
| **Instagram para Empresas** | Rede social visual, ideal para promoção de produtos e serviços locais | Alta visibilidade e engajamento, fácil de usar | Necessidade de conhecimento em marketing para maximizar alcance | 1 | 2 |
| **Zaask** | Plataforma de contratação de serviços que conecta comerciantes locais a clientes | Boa visibilidade para prestadores de serviços locais | Limitada a serviços específicos, não aplicável a todos os comércios locais | 0 | -1 |

* 1. Entrevistas e Pesquisa com Comerciantes Locais

Essa entrevista irá fornecer insights sobre os principais desafios enfrentados pelos comerciantes locais, validando as hipóteses da proposta de valor e ajudando a entender como a plataforma pode ser moldada para atender melhor às necessidades deles. Ela também aborda temas como a adoção de tecnologias, a colaboração entre comerciantes e a gestão eficiente do tempo e dos recursos.

* 1. Guião para Entrevistas

**Consentimento informado**

Bom dia/ Boa tarde/ Boa noite.

Sou estudante do 1º ano do mestrado em Sistemas de Informação da Universidade do Minho e estou a elaborar um projeto de investigação no âmbito da Unidade Curricular de Inovação Digital, do 1º semestre curricular.

Este estudo tem como objetivo compreender como o comércio local utiliza a comunicação enquanto forma de promover o seu negócio. Neste caso, procuramos entender questões relativas a redes sociais, utilização de ferramentas de publicidade digitais, entre outras questões.

Esta entrevista será gravada, garantido o anonimato, assim como a confidencialidade dos dados recolhidos. No final do estudo, todos os dados privados (incluindo as gravações das entrevistas) serão eliminados. Aceita participar?

**Enquadramento da atividade económica**

* Qual é o setor de atividade do seu negócio?
* Quando é que iniciou atividade?
* Qual o número de trabalhadores do seu estabelecimento?
* Qual o horário de funcionamento do seu estabelecimento?
* Concelho de atividade?

**Comunicação**

* *Visibilidade e atração de clientes*
  + Como é que divulga o seu negócio junto da comunidade local?
  + Quais as maiores dificuldades que enfrenta ao tentar atrair novos clientes? Porque é que sente essas dificuldades?
* *Uso de ferramentas digitais e marketing*
  + Utiliza ferramentas digitais para promover os seus produtos e/ou os seus serviços? Através de redes sociais, anúncios pagos, entre outros.
    - Se utiliza, quais foram as maiores dificuldades que sentiu? Porquê?
* *Colaboração e redes de apoio*
  + Já colaborou com outros negócios locais, associações ou semelhantes, em promoções conjuntas ou eventos?
    - Se sim, que avaliação faz dessa experiência?
      * Considera que foi positiva para o crescimento do seu negócio?
* Gestão de tempo e tarefas administrativas
  + Como é que lida com a gestão de redes sociais e atividade de publicidade/marketing através de meio digital?
    - Considera que a forma como lida com estas questões é positiva?
    - Considera que pode haver melhorias na forma como utiliza as ferramentas digitais? Se sim, de que forma?
  1. Seleção de comerciantes locais para entrevista

A lista de comércios foi estruturada a partir da análise de atividades de cada comércio e da localização dos mesmos, de forma que não ficassem demasiado concentrados em uma única região ou área, nem focados em um único ramo de atuação.

Para esta versão atual do relatório, temos seis comércios entrevistados, sendo cinco das entrevistas já transcritas. Existem ainda novas entrevistas a realizar para enriquecer os dados levantados.

1. …

Anexo I - Entrevistas