



Proposta de Lei n.º 38/XV/1.^a
(Aprova o Orçamento de Estado para 2023)

Proposta de Aditamento

Ao abrigo das disposições constitucionais e regimentais aplicáveis, o Grupo Parlamentar do Partido CHEGA apresenta a seguinte proposta de aditamento:

TÍTULO I

Disposições gerais

CAPÍTULO VIII

Outras disposições

Artigo 137.º - A

Projeto de aplicação da tecnologia de Realidade Aumentada
para interação direta entre Produtor e Consumidor (área alimentar)

O Governo em articulação com a Agência Nacional de Inovação e com DECO – Associação portuguesa para a Defesa do Consumidor, elabora um aplicativo (APP) de Realidade Aumentada para ser utilizado em smartphone, tablet ou computador, que permita estabelecer uma interação entre o consumidor e o produtor no que concerne ao setor alimentar.

Nota justificativa:

Conforme o boletim económico do Banco de Portugal de outubro deste ano, a inflação - medida pela variação anual do Índice Harmonizado de Preços no Consumidor - deverá aumentar de 0,9% em 2021 para 5,9% em 2022, refletindo as pressões inflacionistas externas.

Como é natural, o seu impacto estará ligado à evolução dos preços dos diversos bens e serviços, sendo expectável o aumento significativo no valor do cabaz alimentar de cada família. E, como refere este relatório do Banco de Portugal, "as estimativas da inflação por características das famílias apresentadas (...) são importantes para avaliar os efeitos distributivos da subida dos



preços e podem ser úteis para informar as políticas públicas orientadas para a mitigação do aumento do custo de vida".

Também de acordo com dados da OCDE, verifica-se que a inflação relativa aos preços dos bens alimentares em agosto em Portugal foi de 15,3%, enquanto a média na OCDE foi de 15%, na União Europeia de 14% e na Zona Euro de 12,4%, a que se acresce que não apresenta sinais de abrandamento, sendo que em Portugal a inflação dos preços dos produtos frescos atingiu o recorde dos últimos 32 anos, que, de acordo com o INE subiu para 16,9% em setembro último. Perante este cenário, a interação entre produtor e consumidor tende a ser um vetor de transparência sobre os preços, métodos de produção e de qualidade, sem esquecer os conselhos e as respostas às mais diversas questões sobre bens alimentares.

Criar um elo direto de ligação entre o produtor e o consumidor para além de possibilitar identificar os melhores preços, reflete o reconhecimento e a dignificação do trabalho dos produtores.

Mais do que estar no centro das relações digitais que podem ser estabelecidas entre pessoas, pode-se afirmar, que as comunidades que compartilhem um mesmo interesse, sem estabelecer limites de fronteiras, poderiam "derrubar o muro" entre produtores e consumidores.

É nessa perspetiva, que a solução tecnológica, de Realidade Aumentada, que sobrepõe imagens digitais através de captações do mundo real feita pelo visor dos telemóveis, entregando um resultado composto dos dois elementos, pode facultar aos consumidores o acesso direto à tipologia e ao preço dos produtos.

Uma das grandes vantagens da realidade aumentada é justamente a possibilidade de interação entre o consumidor, o produto e as informações adicionais, com estímulo visual e interação. Por isso, o facto de muitos produtos e espaços de retalho no setor alimentar ainda serem estáticos, não justifica o facto do seu conteúdo também o ser.

Sendo verdade que um meio prático de conectar o consumidor entre o mundo real e o virtual é o QR Code, em que basta ter um smartphone, com uma aplicação de leitura, para ter acesso a informações sobre o que está a comprar, saber os seus benefícios, entre outros conteúdos, a Realidade Aumentada permite estabelecer uma interação entre o consumidor e o produtor, sendo uma forma de dar mais credibilidade ao que se está a vender, além de contribuir para que o cliente tenha uma visão mais próxima face ao seu potencial interesse em realizar a compra.



A Realidade Aumentada é uma das mais eficazes formas de proporcionar uma experiência semelhante ao ambiente totalmente físico, pela qualidade imersiva que traz ao comércio online, em que de acordo com um estudo publicado pelo Statista (www.statista.com), estima-se que até 2024 mais de 800 milhões de pessoas utilizem realidade aumentada pelos seus telemóveis e que atinga o marco dos 1,73 mil milhões de utilizadores.

Pelo exposto, conclui-se que a aposta nesta tecnologia é uma forma de garantir uma maior proximidade entre produtores e consumidores, funcionando como integração de informações virtuais com o espaço real, numa perspetiva de contribuir para a perceção dos melhores preços de uma forma simples e direta.

São Bento, 11 de novembro de 2022

O Grupo Parlamentar do Partido CHEGA,

André Ventura - Bruno Nunes – Diogo Pacheco de Amorim - Filipe Melo - Gabriel Mithá Ribeiro
- Jorge Galveias - Pedro Frazão - Pedro Pessanha - Pedro Pinto - Rita Matias - Rui Afonso - Rui
Paulo Sousa