



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

# Estudo exploratório da relação entre Economia Circular e Economia da Partilha: motivações dos clientes

Trabalho Final na modalidade de Relatório de Estágio apresentado à  
Universidade Católica Portuguesa para obtenção do grau de mestre em Gestão  
com especialização em Gestão de Serviços

por

Luísa Maria Costa Reis Correia da Cruz

sob orientação de  
Prof. Doutor Jorge Manuel Soares Julião

Católica Porto Business School  
março de 2017



# Agradecimentos

À minha família, à minha mãe, ao meu pai e ao meu irmão, pelo incentivo, compreensão e ajuda durante esta fase do meu percurso académico. Aos meus amigos, agradeço o apoio recebido.

Um agradecimento ao meu orientador, Professor Doutor Jorge Manuel Soares Julião, pelos conselhos, paciência e disponibilidade apresentada ao longo de todo este caminho.

Um agradecimento especial a todos os colaboradores da empresa Inovamais, pela rápida e simpática integração e pela resposta ao questionário elaborado, nomeadamente ao departamento de Consultoria, o qual tornou o estágio curricular numa aprendizagem constante. Em particular, agradeço ao meu colega Pedro Correia pela ajuda na filtragem de dados em Excel e, em especial, neste departamento, agradeço à Eng. Mónica Azevedo pela ajuda dada no uso da ferramenta SPSS.



# Resumo

O trabalho final de mestrado exposto apresenta como questão de investigação “Tendo em conta as preocupações sociais, económicas e ambientais inerentes à Economia Circular e Economia da Partilha, qual o impacto que estas características têm na escolha do consumidor?”. Sendo esta a linha orientadora de toda a dissertação, os objetivos definidos para resposta à questão proposta apoiam-se essencialmente na caracterização da Economia Circular e Economia da Partilha e na enumeração dos seus benefícios e relação entre elas. Finalmente, são abordadas as motivações dos seus clientes, ou seja, os motivos que os levam a usufruir de negócios de partilha.

Com o intuito de responder à questão e aos objetivos, foi realizada uma revisão bibliográfica, na qual é apresentado um panorama geral dos temas abordados. O tema Economia da Partilha evidencia essencialmente dois exemplos de negócios conhecidos: Uber e Airbnb. Sendo este um estudo exploratório e como complemento à revisão bibliográfica, foi realizado um questionário de forma a recolher dados primários que produzissem respostas relacionadas com os objetivos propostos previamente.

De um modo geral, os objetivos propostos foram, depois de análise, respondidos, tendo sido concluído que as motivações dos clientes na utilização dos negócios da Economia da Partilha têm relação positiva com os benefícios que caracterizam a Economia Circular. Em particular, os fatores que mais influenciam a escolha do consumidor prendem-se com o custo do bem/serviço, o impacto na redução de desperdício e a reutilização de bens que não estão a ser utilizados no momento.

Palavras-chave: Economia Circular, Economia da Partilha, clientes, motivações



# Abstract

The final master's work aims to respond to the following research question "Given the social, economic and environmental concerns inherent in the Circular Economy and Sharing Economy, what impact do these characteristics have on consumer choice?", which is the guideline of the entire dissertation. The objectives defined are a way to responde to the question and they are essentially based on the characterization of the Circular Economy and Economy of Sharing, their respective benefits and relation between both, adding a focus on the motivations of the clients, that is, the reasons that lead them to take advantage of sharing business.

In order to answer the question and the objectives, a bibliographical review was carried out, in which a general overview of the themes is presented, according to several authors that are important in the areas in analise. The Sharing Economy topic essentially highlights two well-known business examples: Uber and Airbnb. As an exploratory study and as a complement to the bibliographic review, a questionnaire was conducted in order to collect primary data that produced answers related to the previously objectives defined.

In general, the proposed objectives were, after analysis, answered and it was concluded that the motivations of the customers in the use of Sharing Economy Business have a positive relation with the benefits that characterize the Circular Economy, being the factors that most influence the choice of the individual the cost, the reduction of waste and the reuse of goods that are not being used at the time.

Key words: Circular Economy, Sharing Economy, clients, motivations



# Índice

<b>Agradecimentos</b> .....	<b>iii</b>
<b>Resumo</b> .....	<b>v</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>vii</b>
<b>Índice</b> .....	<b>ix</b>
<b>Índice de Figuras</b> .....	<b>xi</b>
<b>Lista de Acrónimos</b> .....	<b>xiii</b>
<b>Introdução</b> .....	<b>15</b>
<b>1. Enquadramento</b> .....	<b>15</b>
<b>2. Motivação</b> .....	<b>16</b>
<b>3. Objetivos</b> .....	<b>18</b>
<b>4. Empresa de acolhimento</b> .....	<b>19</b>
<b>5. Estrutura</b> .....	<b>20</b>
<b>Revisão de Literatura</b> .....	<b>21</b>
<b>1. Economia Circular</b> .....	<b>21</b>
1.1. Introdução .....	21
1.2. Economia Circular como nova abordagem .....	24
1.3. Princípios e benefícios da Economia Circular .....	28
1.4. Modelos de negócio na Economia Circular .....	32
<b>2. Economia da partilha</b> .....	<b>37</b>
2.1. Conceito de Economia da Partilha .....	37
2.2. Fatores relacionados com a Economia da Partilha.....	40
2.3. Exemplos de Economia da Partilha .....	47
<b>Metodologia</b> .....	<b>51</b>
<b>1. Questão de investigação</b> .....	<b>51</b>
<b>2. Revisão de Literatura</b> .....	<b>52</b>
<b>3. Questionário</b> .....	<b>53</b>
3.1. Desenho do questionário.....	54
3.2. Desenvolvimento das questões .....	61
3.2.1. Questões gerais .....	61
3.2.1.1. Questões gerais para utilizadores de negócios da Economia da Partilha .....	62
3.2.2. Uber e Airbnb .....	63

<b>Apresentação dos resultados.....</b>	<b>65</b>
1. <b>Características sociodemográficas.....</b>	<b>65</b>
2. <b>Questões gerais .....</b>	<b>68</b>
2.1. Questões gerais para utilizadores de negócios da Economia da Partilha .....	74
3. <b>Uber .....</b>	<b>88</b>
4. <b>Airbnb.....</b>	<b>92</b>
<b>Discussão dos resultados .....</b>	<b>97</b>
1. <b>Apresentar uma caracterização da Economia Circular e seus benefícios...98</b>	
2. <b>Apresentar uma caracterização da Economia da Partilha e seus benefícios</b>	
100	
3. <b>Identificar uma relação teórica entre a Economia Circular e a Economia da</b>	
<b>Partilha.....</b>	<b>102</b>
4. <b>Identificar motivações dos clientes no uso de negócios de partilha.....</b>	<b>104</b>
5. <b>Identificar relação entre motivações da Economia da Partilha e da</b>	
<b>Economia Circular, segundo a literatura .....</b>	<b>105</b>
<b>Conclusões .....</b>	<b>107</b>
<b>Bibliografia .....</b>	<b>109</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>115</b>
1. <b>Questionário.....</b>	<b>115</b>

# Índice de Figuras

<b>Figura 1:</b> Definições da Economia Circular (Macarthur, 2015b).....	27
<b>Figura 2:</b> Estrutura ReSOLVE .....	29
<b>Figura 3:</b> Sumário dos fatores potenciadores da Economia da Partilha (Martin, 2015) .....	42
<b>Figura 4:</b> Sumário dos fatores criticados da Economia da Partilha (Martin, 2015).....	43
<b>Figura 5:</b> Esquema da lógica se seguimento do questionário elaborado.....	55
<b>Figura 6:</b> Gráfico circular da percentagem das idades dos inquiridos .....	66
<b>Figura 7:</b> Gráfico circular da percentagem das habilitações literárias dos inquiridos.....	67
<b>Figura 8:</b> Gráfico circular da percentagem do género dos inquiridos .....	67
<b>Figura 9:</b> Gráfico de barras com o número de respostas a afirmar o conhecimento de cada termo ou o não conhecimento de nenhum .....	68
<b>Figura 10:</b> Gráfico de barras com o número de respostas a afirmar a periodicidade de execução de cada atividade referida.....	70
<b>Figura 11:</b> Gráfico de barras com o número de respostas a afirmar a utilização, ou não dos serviços de Economia da Partilha mencionados .....	72
<b>Figura 12:</b> Gráfico de barras com o número de respostas a afirmar o grau de concordância com as afirmações acerca da Economia da Partilha e Economia Circular.....	76
<b>Figura 13:</b> Gráfico de barras com o número de respostas acerca da preferência entre alugar e comprar berbequins ou roupa de luxo.....	78
<b>Figura 13:</b> Gráfico circular com o número de respostas, em percentagem, acerca da preferência entre alugar um quarto no hotel ou no site Airbnb .....	79

<b>Figura 14:</b> Gráfico circular com o número de respostas, em percentagem, acerca da preferência entre apanhar um táxi ou um Uber .....	80
<b>Figura 15:</b> Gráfico de barras com o número de respostas sobre o grau de concordância com os determinantes da Economia da Partilha relevantes na escolha de um serviço de partilha .....	82
<b>Figura 16:</b> Gráfico de barras com o número de respostas sobre o grau de concordância com as características da Economia Circular que podem influenciar a escolha de um negócio de partilha.....	85
<b>Figura 17:</b> Gráfico circular com o número de respostas, em percentagem, da visão dos inquiridos da definição do serviço da Uber .....	88
<b>Figura 18:</b> Gráfico circular com o número de respostas, em percentagem, sobre a frequência do uso dos serviços de “ride-hailing” .....	90
<b>Figura 19:</b> Gráfico circular com o número de respostas, em percentagem, da visão dos inquiridos da definição do serviço da Airbnb .....	92
<b>Figura 20:</b> Gráfico circular com o número de respostas, em percentagem, acerca da possibilidade de alugar a própria habitação em plataformas como Airbnb.....	94

## Lista de Acrónimos

### *Acrónimo*

<i>BCSD Portugal</i>	Conselho Empresarial para o desenvolvimento sustentável
<i>CIRAIG</i>	Centre international de référence sur le cycle de vie des produits, procédés et services
<i>CO2</i>	Carbon Dioxide
<i>EBSCO</i>	Elton B. Stephens Company
<i>GPS</i>	Global Positioning System
<i>PIB</i>	Produto Interno Bruto
<i>SIFIDE</i>	Sistema de Incentivos Fiscais à I&D Empresarial
<i>SPSS</i>	Statistical Package for the Social Sciences
<i>UCLA</i>	University of California, Los Angeles
<i>USD</i>	United States Dollar



# Introdução

## 1. Enquadramento

Atualmente, o modelo de consumo de recursos, no qual a maioria da Economia assenta, é o da Economia linear que consiste na extração de matérias primas, seguido da sua transformação e, no final do uso, estes materiais resultam em resíduos que são descartados, ou seja, que não são aproveitados, terminando assim o ciclo destes materiais (Macarthur, 2013). No entanto, tem se vindo a desenvolver um novo modelo, o da Economia Circular, com o intuito de reaproveitar os resíduos e continuar o ciclo produtivo. O aumento dos preços das matérias primas e a volatilidade de preços nos materiais, aliados aos recursos finitos escassos e aumento da população mundial são fatores determinantes para a mudança de mentalidade neste paradigma (Conselho Empresarial Para o Desenvolvimento Sustentável, 2015). A Economia Circular é vista como uma solução para geração de resíduos, escassez de recursos e benefícios económicos sustentáveis (Lieder & Rashid, 2015), o que a tornou uma consequência da Economia Linear.

De acordo com o Conselho Empresarial para o desenvolvimento sustentável (BCSD), o modelo da Economia Circular defende que os resíduos devem ser transformados, com a ajuda da inovação, em potenciais subprodutos ou outros materiais, de forma a promover a reutilização, recuperação e reciclagem. A mesma fonte aponta que a Economia Circular terá um elevado impacto na União Europeia até 2030, com valores como 7% do PIB, 600 000 milhões de euros poupados, 170 000 empregos no sector da gestão de resíduos e uma

redução das emissões de carbono entre os 2% e os 4% (Conselho Empresarial Para o Desenvolvimento Sustentável, 2015).

Em Portugal já existem várias entidades que tentam incorporar no seu processo a Economia Circular, como é o caso da Caixa Geral de Depósitos na matéria da reciclagem de cartões, a Corticeira Amorim no uso total de cortiça, a Jerónimo Martins com a sua política de eco design das embalagens, o Continente ao recolher as rolhas de cortiça e a Lipor através do seu projeto Nutrimais que se baseia na produção de um corretivo agrícola orgânico com a compostagem de resíduos alimentares e verdes.

## 2. Motivação

Os temas Economia Circular e Economia da Partilha têm vindo a ser bastante estudados atualmente por muitos autores. Na área da Economia Circular, Stahel, Bocken, Pearce, Bakker e ainda a Fundação Ellen MacArthur, uma fundação sem fins lucrativos que trabalha com empresas, governos e investigadores com o intuito de acelerar a transição da Economia para a Economia Circular, são exemplos de autores. Já na Economia da Partilha, Botsman, Rogers e Owyang são alguns dos investigadores reconhecidos nesta área. Muitos dos negócios mais prósperos no mercado atual têm como base a Economia da Partilha, como é o caso da Uber ou Airbnb, negócios estes que competem diretamente com métodos tradicionais.

Apesar destes dois temas serem bastante estudados, o seu estudo é conduzido normalmente de forma separada e sem relacionar a ligação existente entre ambos, exemplo desta ramificação é o facto de não existirem artigos disponíveis na pesquisa avançada de bases de dados de publicações científicas, como é exemplo a Emerald e B-on, quando inseridos os termos “circular

economy” e “sharing economy”. Por este motivo, o tema desta dissertação tem como principal objetivo perceber a forma como estes dois modelos se relacionam na perspetiva dos usuários dos negócios da Economia da Partilha.

O foco na parte dos clientes e usuários foi selecionado devido a dois fatores: (i) pelo facto de serem estes que levam ao sucesso, ou não, dos negócios e, por isso, é importante perceber quais as principais motivações dos mesmos para o seu uso; e (ii) por constituírem uma parte à qual é mais simples aceder para a recolha de dados de forma direta, tornando, por sua vez, a informação contida nos dados mais fiável. A Economia da Partilha está diretamente relacionada com os serviços e tendo em conta a área de mestrado Gestão de Serviços, parece pertinente, com base na revisão de literatura, fazer uma articulação direta entre os dois, ao invés de existir apenas um foco na Economia Circular. Tal decisão foi tomada uma vez que este modelo está fortemente relacionado com a reciclagem, matérias-primas, mudanças no desenho dos produtos, poderia facilmente levar a uma abordagem mais relacionada com os produtos e manufatura, tema que não iria ao encontro do mestrado pelo qual a dissertação está a ser redigida.

A nível europeu, a Comissão Europeia desenvolveu um programa de incentivos relacionados com a Economia Circular, no qual definiu diversas metas a serem cumpridas para a redução de resíduos. Ainda, propôs a alocação de fundos no âmbito dos seus programas comunitários, nomeadamente do Horizonte 2020 com um valor de cerca de 650 milhões de euros. Esta aposta da Comissão Europeia na implementação deste novo modelo económico demonstra a sua importância para a sociedade e, associado ao facto da Inovamais, empresa especializada em Consultoria de Inovação, na qual foi realizado o estágio curricular, elaborar candidaturas aos incentivos do Portugal 2020, estes temas relacionam-se com o contexto académico e organizacional. Neste caso, o incentivo relacionado com a Economia Circular é importante para

a empresa, pois pode ser uma forma de suporte de novas candidaturas neste âmbito e criar uma ligação entre empresas de negócios partilhados, elegíveis nestes incentivos, que anteriormente as mesmas poderiam não ter relacionado a sua inserção no tema.

### 3. Objetivos

A questão de investigação que irá basear a dissertação final de mestrado é “Tendo em conta as preocupações sociais, económicas e ambientais inerentes à Economia Circular e Economia da Partilha, qual o impacto que estas características têm na escolha do consumidor?”. De forma a conseguir alcançar o pretendido, ou seja, responder num sentido crítico a esta questão, é necessário desconstruir a mesma de modo a perceber se os concretizo, ou não. Neste sentido, os objetivos a seguir definidos deverão ser precisos e mensuráveis, sendo que estes definem o âmbito de toda a dissertação, delineando até onde vai ser estudado o tema. Assim, os objetivos definidos são:

- Apresentar uma caracterização da Economia Circular e seus benefícios;
- Apresentar uma caracterização da Economia da Partilha e seus benefícios;
- Identificar uma relação teórica entre a Economia Circular e a Economia da Partilha;
- Identificar motivações dos clientes no uso de negócios de partilha;
- Identificar relação entre motivações da Economia da Partilha e da Economia Circular, segundo a literatura.

## 4. Empresa de acolhimento

O tema da dissertação foi proposto no âmbito de estágio curricular realizado durante cinco meses na empresa Inovamais. Inicialmente, o tema era apenas “Economia Circular” sendo que a focalização na Economia da Partilha e respetivas motivações foi decisão posterior, com o apoio da entidade em questão.

A Inova+ é uma consultora de inovação fundada em 1997 com escritórios no Porto, Lisboa, Bruxelas, Varsóvia e Heidelberg e que atua em três principais áreas: *Start*, *Growth* e *Expand*. Conta com cerca de 50 trabalhadores e foi reconhecida como uma das melhores 100 empresas para trabalhar pela revista Visão, em 2016. A área *Start* foca-se essencialmente no apoio a *start-ups* e a estímulos ao empreendedorismo, através de programas de aceleração, incubação, coaching e acesso a financiamentos, entre outros. O *Growth* pode ser a nível nacional ou internacional, sendo que em ambos a base de trabalho é a potencialização da competitividade das empresas através de soluções inovadoras, enquadrando-se principalmente nos programas e incentivos nacionais ligados ao Portugal 2020, na otimização de processos e na inovação empresarial. No âmbito internacional, os incentivos estabelecidos estão enquadrados no programa do horizonte 2020 e têm como principais objetivos ajudar a empresa a alcançar a internacionalização dos seus negócios. Por fim, a área *Expand* aposta no crescimento especializado e inteligente das empresas, principalmente através do uso de tecnologias para a realização de investigação aplicada e de projetos de Investigação e Desenvolvimento (“Inova+,” 2016).

O estágio curricular foi realizado no departamento de Consultoria composto por cerca de 12 colaboradores no Porto e 3 em Lisboa. Este departamento foca-se essencialmente na execução de propostas para os incentivos inerentes ao programa Compete 2020, inserido no Portugal 2020, mas com foco na

competitividade e inovação. Além destes projetos, desenvolvem ainda incentivos fiscais, como é exemplo o Sistema de Incentivos Fiscais à I&D Empresarial (SIFIDE). O departamento de Consultoria insere-se especialmente na área de *Growth* a nível nacional, tendo sempre como principal aposta a inovação e desenvolvimento.

## 5. Estrutura

A dissertação apresentada é dividida em essencialmente quatro partes: revisão de literatura, metodologia, apresentação de resultados e conclusões. A primeira parte foi elaborada com base em pesquisa de vários autores acerca dos temas propostos, nomeadamente Economia Circular e Economia da Partilha. Existem vários estudiosos dos temas, sendo que alguns se sobrepõem nas suas pesquisas, como é o caso da Fundação Ellen MacArthur, Pearce, Stahel, Bocken, entre outros, no campo da Economia Circular e ainda Botsman, Rogers e Owyang ligados ao âmbito da Economia da Partilha. Aliado à revisão bibliográfica, foi ainda necessário desenvolver métodos de análise para os objetivos, neste caso utilizando questionários e disponibilizando-os na Internet, de forma a ter um maior número de respostas e mais diversificadas. Com tais respostas procedeu-se à análise dos resultados e, aliando esta última parte com a primeira resultaram as conclusões, sempre tendo os objetivos já definidos como base.

# Capítulo 1

## Revisão de Literatura

Este primeiro capítulo tem como objetivo apresentar o enquadramento teórico já conhecido acerca dos temas em questão: Economia Circular e Economia da Partilha. A partir da explicação dos temas de acordo com vários autores, são também estudados os benefícios e características principais de ambos e a forma como se interligam, tudo fomentado a partir de estudos prévios de diversos investigadores e interessados nas matérias. Esta secção apresenta uma relação direta com os três primeiros objetivos definidos:

- Apresentar uma caracterização da Economia Circular e seus benefícios;
- Apresentar uma caracterização da Economia da Partilha e seus benefícios;
- Identificar uma relação teórica entre a Economia Circular e a Economia da Partilha.

### 1. Economia Circular

#### 1.1. Introdução

O mundo atual enfrenta alguns problemas societários, económicos e ambientais. O crescimento demográfico e o aumento da riqueza levam ao aumento da procura de recursos, cada vez mais escassos e à consequente degradação do ambiente. Como resultado, metais e materiais, combustíveis

fósseis, alguns alimentos, água potável e solo fértil tornaram-se inacessíveis devido ao aumento do seu valor (Comissão Europeia, 2014). A quantidade de resíduos num período é igual à quantidade de recursos naturais usados, segundo a primeira lei de termodinâmica, pelo facto de não ser possível criar ou destruir energia e matéria, tudo o que é usado como recurso acaba em qualquer lugar do sistema ambiental (Pearce & Turner, 1990), logo é importante minimizar estes parâmetros.

O modelo de Economia Circular tem vindo a ganhar força na sociedade devido às possibilidades de prosperidade ao mesmo tempo que há uma redução da dependência dos bens primários e da energia (Macarthur, 2015a). Estima-se que, na União Europeia, cada indivíduo utilize cerca de 15 toneladas de materiais ao ano, sendo que gera cerca de 4,5 toneladas de resíduos, quase metade depositado em aterros (Comissão Europeia, 2014).

O modelo de Economia Linear de consumo de recursos baseia-se na sequência extrair-produzir-dispor (Macarthur, 2013). As empresas extraem os materiais e matérias primas, usam-nas para manufaturar o produto, vendem ao consumidor e este, por sua vez, descarta quando já não cumpre o seu propósito de compra. Em termos gerais, cerca de 65 mil milhões de toneladas de matéria prima entraram no ciclo produtivo em 2010 e prevê-se que este valor aumente até 82 mil milhões de toneladas em 2020 (Macarthur, 2013). Este modelo económico baseia-se na disponibilidade ilimitada de matérias primas utilizadas nos produtos e serviços, sem existir preocupação em minimizar os impactos ambientais da produção, do consumo dos bens e dos resíduos decorrentes destas atividades da cadeia de valor (Conselho Empresarial Para o Desenvolvimento Sustentável, 2015). O último intuito da economia é criar utilidade e, para tal, é necessário organizar a economia e perceber que um sistema fechado define limites e constrangimentos, o que dificulta o alcance da utilidade (Pearce & Turner, 1990). A economia e o ambiente estão ligados de

várias formas e é possível modelar essas formas, se o ambiente for ignorado então a economia é um sistema linear (Pearce & Turner, 1990).

O uso mais prolongado dos produtos irá contribuir na transição para uma sociedade sustentável (W. R. Stahel, 1982). Além disso, vários benefícios económicos advêm da adopção desta abordagem: poupança de 380 mil milhões de USD, por ano, em materiais, num cenário de transição e de 630 mil milhões de USD num cenário avançado, apenas nos sectores de manufatura da União Europeia (Macarthur, 2013). Em termos económicos, as economias vão beneficiar de elevadas poupanças liquidas nos materiais, como já referido, mitigação da volatilidade e riscos de fornecimento, benefícios na empregabilidade, redução de externalidades e resiliência da economia a longo prazo (Macarthur, 2013). A Economia Circular pode ainda contribuir em áreas como a criação de emprego e redução do gás de efeito de estufa (W. R. Stahel, 2014).

A ideia central da Economia Circular é que os sistemas de produção abertos, nos quais os recursos são extraídos, usados para fazer produtos e tornam-se desperdício depois de consumidos, deverão ser substituídos por sistemas nos quais os recursos são reutilizados e existe conservação de energia. A mudança para esta nova abordagem requer uma alteração do paradigma de como os bens são produzidos, colocando a sustentabilidade e os ciclos fechados no centro dos modelos de negócio e organização das indústrias (Preston, 2012). A alteração necessária não é apenas no paradigma mas também na mentalidade atual de que mais vendas significa maiores receitas (Macarthur, 2013).

A Economia Circular é uma abordagem que transformaria a função dos recursos na economia, já que os resíduos provenientes das fábricas passariam a ser inputs valiosos para outros processos e os produtos poderiam ser reparados, reutilizados ou melhorados em alternativa ao atual desperdício vivido (Preston, 2012). Qualquer sistema baseado no consumo em vez de no uso restaurador dos

recursos não renováveis significa perdas de valor significativo e impactos negativos ao longo da cadeia de materiais. Ainda, o sistema linear aumenta a exposição ao risco por parte das empresas, especialmente no aumento do preço dos recursos e falhas de fornecimento (Macarthur, 2013).

## 1.2. Economia Circular como nova abordagem

A Economia Circular é uma abordagem que contrasta com o modelo de negócio de produção linear atual focado na sequência extrair-produzir-usar-dispor e num sistema industrial, altamente condicionado pelo uso de combustíveis fósseis (Bakker et al., 2014 in Bocken et al., 2016). O produto é desenhado para criar o mínimo de desperdício ao permitir que o mesmo seja facilmente reparado ou que os seus materiais sejam reutilizados ou atualizados. A criação de valor é construída com base na longevidade dos bens e novas formas de consumo (Schulte, 2013). A Economia Circular é, de acordo com a Fundação Ellen MacArthur, um sistema industrial restaurador e regenerativo por princípio e desenho (Macarthur, 2015b). Esta substitui o conceito de fim de vida pela política restauradora, através de uma mudança para o uso das energias renováveis, eliminação da utilização de químicos tóxicos, o que diminui a reutilização, e ainda tem como objetivo a eliminação de resíduos devido ao desenho dos materiais, produtos, sistemas e modelos de negócio (Macarthur, 2013). Segundo Stahel (1982), a Economia Circular é um ciclo em espiral que minimiza materiais, fluxos de energia e deterioração ambiental sem restringir crescimento económico ou o progresso técnico e social. Este autor defende a existência de quatro possíveis ciclos na economia: reutilização, reparação, recondicionamento e reciclagem. Os três primeiros utilizam produtos ou componentes usados como fonte para a criação de novos produtos, enquanto que o último usa fragmentos como matérias primas. A Economia Circular pode ser ainda definida como uma sistematização por desenho, ciclos

fechados, restauração, sem desperdício, baseada em eficiência e levada a cabo por energias renováveis (CIRAIG, 2015). De forma resumida, este modelo económico substitui a produção pela suficiência, através da reutilização do que é possível reutilizar, reciclagem do que não pode ser reutilizado, reparação do que está estragado e remanufaturaç o do que não pode ser reparado (W. Stahel, 2016). O Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável define este modelo económico como uma abordagem na qual os produtos e serviços são originários de fatores provenientes da natureza, fatores estes que regressam   mesma através de resíduos ou de formas com baixo impacto ambiental. Existe a otimiza o do ciclo de vida dos produtos desde a concep o e desenho, passando pela produ o e   gestão dos resíduos. Estes resíduos deverão ser transformados noutros subprodutos ou materiais fomentando a reutiliza o, recupera o e reciclagem (Conselho Empresarial Para o Desenvolvimento Sustentável, 2015). Segundo o modelo de Economia Circular, o ambiente tem três fun es principais: fornecedor de recursos, assimilador de resíduos e fonte direta de utilidade, o que torna importante a sua liga o direta com a Economia (Pearce & Turner, 1990).

O sistema sustentável em discussão apresenta algumas características fundamentais (Macarthur, 2015b):

- As perdas são excluídas desde o início: a existência de resíduos   excluída desde o começo dos projetos, já que os materiais biológicos são não tóxicos e os materiais técnicos podem ser reutilizados através da recupera o ou renova o;
- Força pela diversidade: equilíbrio entre vários tipos de negócios de forma a existir sucesso;
- Utiliza o de fontes de energia renováveis: redu o de dependência de recursos e aumento da resiliência dos sistemas;

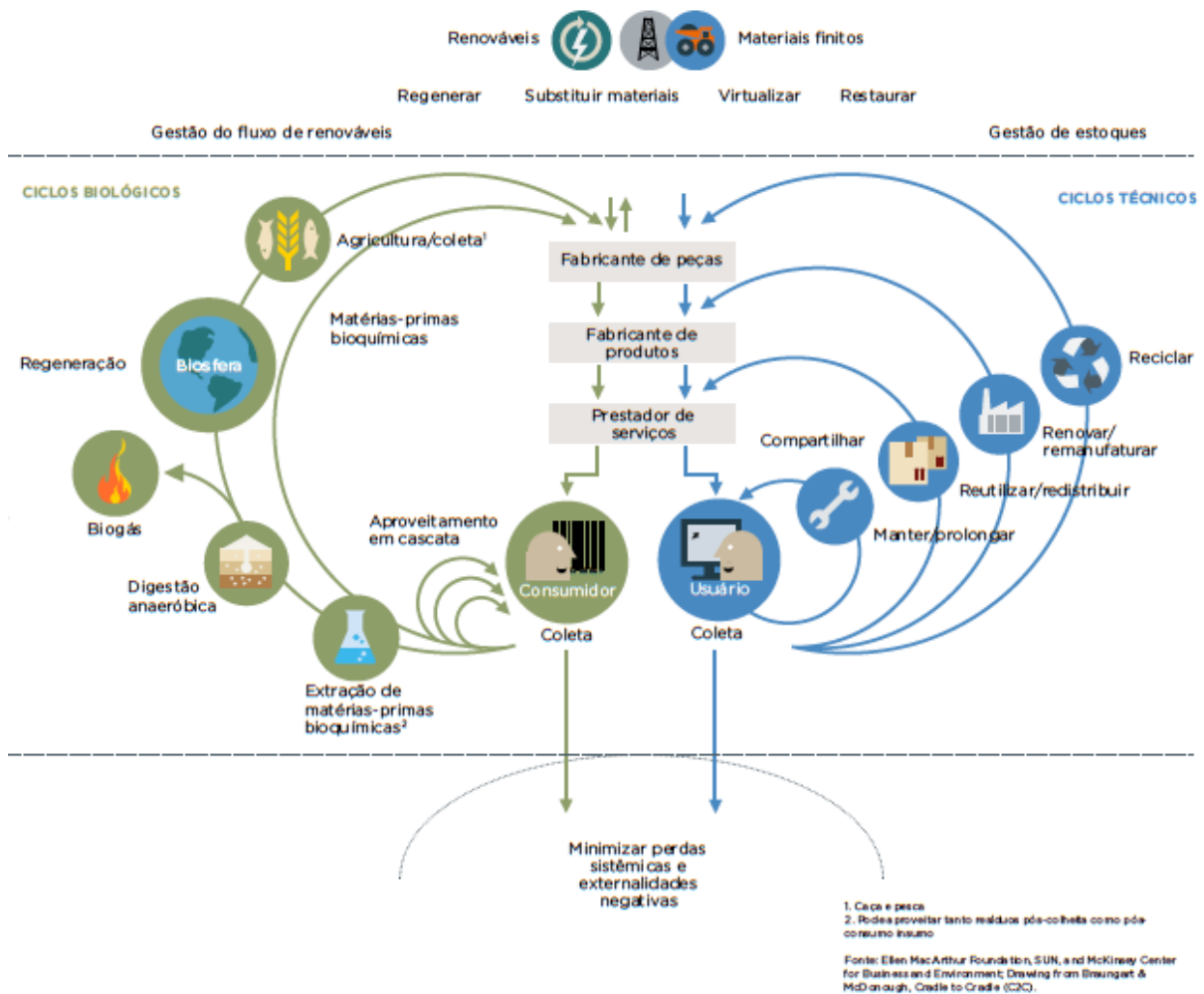
- Pensamento sistémico: Importância das ligações entre empresas, pessoas e natureza;
- Preços e outras formas de feedback como reflexo dos custos reais: os preços deverão refletir todos os custos, como por exemplo os custos totais provenientes de externalidades negativas, sendo que estes devem ser revelados e tidos em conta, assim como deverá ocorrer a remoção de subsídios perversos.

A alteração da mentalidade da Economia Linear para a Economia Circular já tem vindo a ocorrer, com moderação, devido a alguns fatores principais (Macarthur, 2013):

- Escassez de recursos e padrões ambientais rigorosos;
- Tecnologia de informação: pode ser usada para rastrear os materiais ao longo da cadeia de abastecimento, identificar produtos e frações de materiais e rastrear os produtos durante o seu uso; ainda, as plataformas sociais permitem que os consumidores tenham acesso a produtos e serviços instantaneamente;
- Mudança no comportamento do consumidor: geração atual prefere a acessibilidade à propriedade.

A integração da Economia Circular é importante ainda na fase inicial do processo de desenho do produto, pois quando as especificações do produto são construídas, apenas uma pequena parte pode ser alvo de mudanças, já que é difícil invocar alterações quando os recursos, as infraestruturas e atividades estão ligadas a um certo desenho do produto (Bocken et al., 2014).

A China apresenta atualmente uma política vinculada na Economia Circular, tendo como princípios principais o consumo e produção limpo e ainda os 3R's, redução, reutilização e reciclagem (Preston, 2012). Esta abordagem está ainda definida na legislação como um “termo genérico para as atividades de redução, reutilização e reciclagem induzidas no processo de produção , circulação e consumo” (“Circular Economy Law of the People’s Republic of China,” 2008).



**Figura 1:** Definições da Economia Circular (Macarthur, 2015b)

Neste contexto, a redução refere-se à minimização dos *inputs* das energias primárias e matérias primas através do melhoramento da eficiência produtiva. Já a reutilização sugere tanto o uso de produtos e desperdícios de uma empresa

de forma a que seja recurso de outra empresa, como o uso de produtos até à sua capacidade máxima, com manutenção frequente. Por último, a reciclagem encoraja o aproveitamento de materiais reciclados noutros produtos de forma a que o consumo de matérias primas virgens seja reduzido (Su et al., 2012).

A visão mais comum acerca do tema da Economia Circular prende-se com a reciclagem, sendo que esta não é, no entanto, a forma mais rentável e que produz maiores resultados a nível da eficiência dos recursos e, como consequência, da sustentabilidade, em todas as atividades ligadas a esta abordagem económica. A melhor estratégia da Economia Circular prende-se antes com a reutilização e aumento dos serviços ao longo da vida do produto. (W. R. Stahel, 2014). Ao invés da típica economia defensora do comprar e usar, deverão ser lançados produtos duráveis de forma a serem arrendados, alugados ou partilhados sempre que possível (Macarthur, 2013). Atualmente, os processos de reciclagem são longos ciclos que acabam por reduzir a utilidade dos materiais para um nível de nutrientes baixo. Como forma de combate, na Economia Circular atividades reversíveis são alongadas para vários ciclos para a reparação e remodelação dos produtos e remanufactura no caso de nutrientes técnicos (Macarthur, 2013).

## 1.2. Princípios e benefícios da Economia Circular

Os princípios base da Economia Circular podem ser traduzidos em seis ações de negócio, visíveis na figura 2: regeneração, partilha, otimização, circulação, virtualização e troca, denominadas como estrutura ReSOLVE (Heck & Rogers, 2014 in Ellen MacArthur Foundation, 2015).

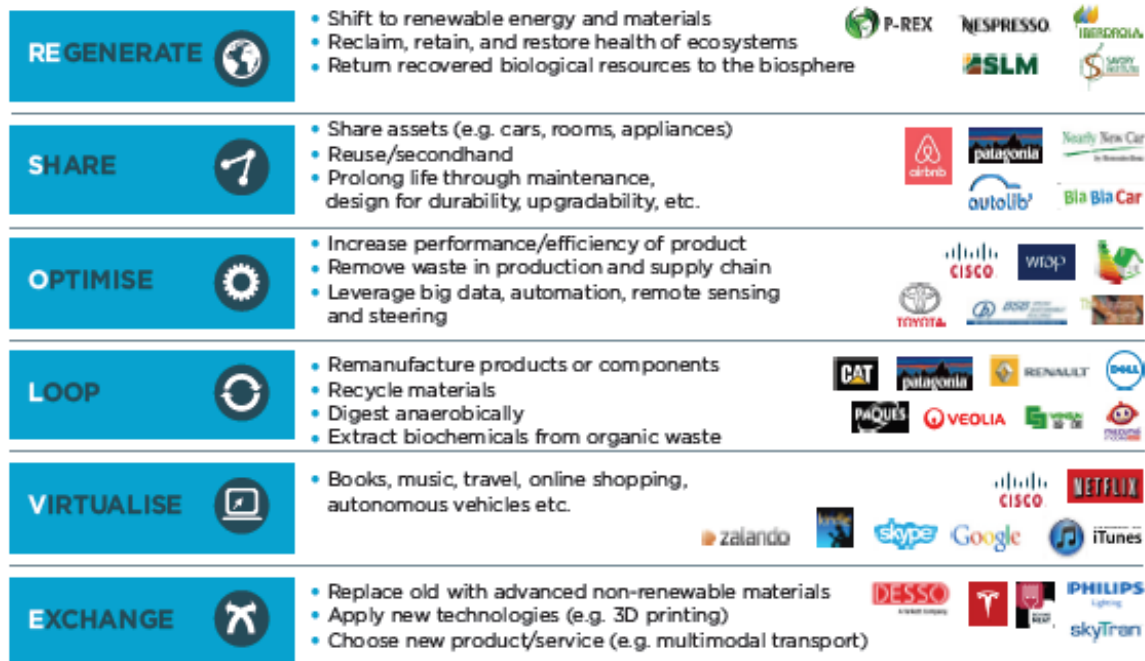


Figura 2: Estrutura ReSOLVE

A maioria dos trabalhos desenvolvidos em torno da Economia Circular baseiam-se em três principais prespetivas (Lieder & Rashid, 2015):

- Benefícios económicos: cada empresa luta individualmente para alcançar benefícios económicos de forma a assegurar a sua rentabilidade e vantagem competitiva. Isto requer uma abordagem integrativa de modelos de negócio, desenho de produtos, desenho da cadeia de abastecimento e escolha de materiais;
- Escassez de recursos: a prosperidade social depende do fornecimento dos recursos finitos no planeta, os quais têm um uso regenerativo para a realização da Economia Circular. Os fatores que baseiam este contexto têm como foco a circularidade de recursos, criticidade dos materiais e volatilidade dos recursos à luz do aumento do número de atividades industriais;
- Impacto ambiental: uma sociedade com o mínimo de impactos ambientais é o estado desejado das nações, dos corpos

governamentais e da população em todo o mundo. A Economia Circular tem como objetivo reduzir os desperdícios sólidos, aterros e emissões através de atividades como a reutilização, remanufatura e reciclagem.

Os modelos de negócio circulares podem fornecer formas de viabilidade económica para reutilizar os produtos e materiais, usando recursos renováveis quando possível (Bocken et al., 2016). A reutilização dos produtos leva a uma extensão do período de utilização do recurso através do desenho de produtos com uma vida longa ao introduzir vários tipos de serviços, tais como a reutilização do próprio produto, reparação, recondicionamento, melhoramento técnico e uma combinação destes (Stahel, 1994). Além da reutilização dos produtos há ainda a hipótese de reciclagem, ou seja, fechar o ciclo entre o desperdício aquando do fim do uso e a produção, não influenciando a rapidez dos fluxos de materiais ao longo da economia (Stahel, 1994).

Este modelo de Economia Circular é ainda caracterizado por três princípios (Macarthur, 2013):

- Extinção do desperdício: os produtos são desenhados e otimizados de forma a ser possível a desmontagem e a reutilização;
- Introdução da diferença entre componentes consumíveis e duráveis de um produto: os componentes consumíveis são compostos por ingredientes biológicos, ou nutrientes, que não são tóxicos e podem ser até benéficos e voltar para a biosfera sem problema, enquanto que os componentes duráveis, tais como engenhos, são feitos de nutrientes técnicos não adequados para a biosfera, como metais ou a maioria dos plásticos, sendo que estes devem ser desenhados com a finalidade de reutilização;
- Energia utilizada nos ciclos renovável por natureza: diminuição da dependência de recursos e aumento de um sistema de resiliência.

Vários autores desenharam três principais estratégias de acordo com o ciclo dos recursos (McDonough & Braungart, 2002 in Bocken et al., 2016):

- Ciclo de abrandamento dos recursos: aumento ou intensificação do período de utilização dos produtos através do desenho de produtos com um período de vida mais longo ou extensão da vida do produto, o que resulta numa diminuição do fluxo de produtos. O abrandamento refere-se ao prolongamento do uso e reutilização dos bens ao longo do tempo;
- Ciclo de fecho dos recursos: fecho do ciclo entre o fim do uso e a produção através da reciclagem, o que resulta num fluxo circular de produtos. O fecho do ciclo ocorre devido à reutilização de materiais pela reciclagem dos mesmos;
- Fluxo de diminuição dos recursos ou eficiência dos recursos: menor uso de recursos por produto associado com os processos de produção do produto, no entanto, esta estratégia não está relacionada diretamente com o ciclo de vida dos bens.

Os benefícios da Economia Circular não são apenas operacionais mas também estratégicos, não são apenas para a indústria mas também para o consumidor e servem ainda como fonte tanto de eficiência como de inovação (Macarthur, 2013).

A fundação Ellen MacArthur identificou quatro áreas principais para estimular a Economia Circular (Macarthur, 2015b):

- Desenho de produtos e produção circular: o carácter recuperativo dos materiais não deve ser apenas pensado no final do seu ciclo de vida, mas também no momento inicial de desenho dos mesmos. Deverá ser enfatizado o uso de materiais puros que facilitem a classificação no fim de vida e a utilização de componentes padronizados de forma a

aumentar o ciclo de vida e facilitar a recuperação, separação e reutilização dos mesmos;

- Novos modelos de negócio: é necessário substituir a propriedade dos consumidores por pagamentos feitos com base no desempenho e enfatizar o acesso ao invés da propriedade, transformando o normal consumidor em usuário;
- Ciclo reverso: a criação de valor a partir de matérias e produtos usados é apenas possível se estes forem recolhidos e entregues à origem, sendo que a logística reversa e os métodos de tratamento viabilizam o regresso desses materiais ao mercado;
- Factores e condições favoráveis: as três áreas anteriores são importantes, mas de forma às empresas conseguirem implementá-las é necessário que algumas condições ajudem, tais como a educação para a promoção de inovação circular, financiamento dos investimentos necessários, as plataformas colaborativas que possibilitem parcerias e partilha de informação e uma nova estrutura económica que demonstre mudanças no sistema fiscal e na avaliação de desempenho económico.

#### 1.4. Modelos de negócio na Economia Circular

Os modelos de negócio em geral permitem assegurar uma lógica às capacidades da organização assegurando a realização de valor económico (Daunoriené et al, 2015).

De acordo com Osterwalder & Pigneur (2010), um modelo de negócio é a racionalização de como uma organização cria, entrega e captura valor. Estes autores defendem que os modelos de negócio podem ser ilustrados pelo modelo Canvas, o qual está dividido em nove componentes, de forma a

perceber os processos ligados ao valor da organização (Osterwalder & Pigneur, 2010):

1. Segmentos dos consumidores: definição das características dos clientes servidos pela empresa;
2. Proposição de valor: indica o modo como o consumidor beneficia da sua escolha dos produtos e serviços da empresa em questão;
3. Canais: forma como as empresas chegam os produtos ou serviços aos seus consumidores;
4. Relações com os consumidores: o estabelecimento de relações com os consumidores pode ser feito de diferentes formas, como é o exemplo dos serviços de *self-service* ou de atendimento personalizado, formas estas que criam ligações diferentes;
5. Curso das receitas: a forma como as empresas geram receitas pode diferir, pois esta pode ser através da venda de produtos aos consumidores ou por via de serviços, como arrendamentos, publicidade ou subscrições de pagamento;
6. Recursos principais: combinações de ativos tangíveis e intangíveis utilizados pela empresa para criar valor e fortalecer a sua posição competitiva;
7. Atividades principais: atividades desempenhadas pela empresa de forma a servir o consumidor antes, durante e após as vendas realizadas;
8. Parceiros principais: as empresas são dependentes de outras entidades, não agindo de forma isolada no mercado, parecidos estes tais como os fornecedores de mercadoria ou de logística;
9. Estrutura de custo: custos associados ao decorrer do negócio.

De forma a conseguir levar a cabo a abordagem da Economia Circular, é necessário alterar o modelo de negócio das empresas ou, pelo menos,

desenvolver alterações na estratégia do mesmo (Bocken et al., 2016). Bocken et al. (2016) desenvolveram uma descrição de um conjunto de inovações nos modelos de negócio necessárias para abrandar e fechar o ciclo dos recursos. Com o intuito de abrandar o ciclo, estes autores registaram quatro modelos de negócio:

- Modelo de acesso e desempenho: fornecer a capacidade ou serviços que satisfaçam as necessidades dos usuários sem necessidade de possuir produtos físicos;
- Extensão do valor do produto: tirar partido do valor residual dos produtos, desde a manufatura até aos consumidores e novamente para a manufatura, ou aproveitando produtos de outras entidades diferentes;
- Modelo clássico de aumento do tempo de vida: foco em produtos com elevado ciclo de vida suportados pelo seu desenho para a durabilidade e possível reparação;
- Incentivo à suficiência: soluções que visam a redução do consumo por parte do consumidor final através de princípios como a durabilidade, serviço, garantias e reparabilidade e ainda uma abordagem não consumista por parte do marketing e vendas.

Há ainda mais dois modelos de negócio, desta vez com o objetivo de fechar o ciclo:

- Extensão do valor dos recursos: tirar partido do valor residual dos recursos através da recolha e uso de materiais ou recursos que seriam declarados como lixo de outra forma, tornando-os como novas formas de valor;
- Simbiose industrial: solução orientada para o processo focada no uso dos *outputs* residuais de um processo como matéria-prima de outro processo, beneficiada pela aproximação geográfica dos negócios.

Patrick Planing (2014) definiu alguns modelos de negócio de acordo com a revisão de literatura de diversos autores (Planing, 2014):

- Reciclagem do produto/ Reciclagem 2.0: utiliza a base material de outros produtos mas perde muito do seu valor adicionado, como a energia, o trabalho e o uso de capital;
- Transformação do produto: utiliza alguns componentes dos produtos, que acarretam um elevado valor, para serem juntos na formação de um novo produto;
- Atualizações: substitui módulos ultrapassados ou componentes por uns tecnologicamente superiores;
- Remanufatura: processo de restauração do produto ou parte de forma a funcionar com qualidade “como novo”;
- Modelo híbrido/ Modelo de exploração da lacuna: combinação de produtos duráveis e período de consumo curto. As empresas lucram com a lacuna no tempo de vida dos componentes;
- Reutilização/ renovação/ manutenção/ redistribuição: reutilização direta ou revenda aumenta o tempo de vida do produto de forma a que a empresa tenha possibilidade de colocar o mesmo produto no mercado para ganhar um segundo ou terceiro vencimento;
- Modelo de desempenho/ Produto como serviço/ Modelos com base nos resultados: a empresa entrega o desempenho do produto ou certos resultados definidos em vez de o próprio produto;
- Modelo de acesso/ Consumo colaborativo: a empresa potencializa o acesso ao produto em vez da propriedade;
- Recuperação de energia: ganho de energia através do processo de energia através do desperdício.

Os modelos de negócio provenientes da Economia Circular podem também ser classificados de acordo com a Accenture, a qual definiu cinco modelos com base em estudos conduzidos a 120 empresas (Lacy et al., 2014):

- Fornecimento circular: proporciona energias renováveis baseadas em recursos biodegradáveis ou materiais de *inputs* totalmente recicláveis de forma a substituir os *inputs* com apenas um ciclo de vida;
- Recuperação de recursos: recuperação de recursos ou energia importantes a partir de produtos descartados, transformando resíduos em recursos;
- Extensão da vida do produto: extensão do ciclo de vida do produto ou componentes através da reparação, melhoramento, remanufactura e revenda;
- Plataformas de partilha: fomentação da classificação do uso de produtos através de meios tecnológicos ao tornar possível o seu uso, acesso ou propriedade, sendo a base do consumo colaborativo e da economia da partilha;
- Produto como serviço: oferecer acesso ao produto e manter a propriedade de forma a internalizar benefícios da produtividade dos recursos circulares, ou seja, é uma alternativa à propriedade, na medida em que transforma os consumidores em usuários. Este modelo de negócio apresenta várias sinergias com o anterior, as plataformas de partilha, pois são estas que proporcionam a sua utilização.

## 2. Economia da partilha

### 2.1. Conceito de Economia da Partilha

A Economia da Partilha difere do comércio tradicional na medida em que permite o acesso por parte de outras pessoas através do uso de bens e serviços ao invés de possuírem a propriedade do mesmo (Kanhai, 2015). Esta, também referida como economia de pessoa para pessoa, economia em rede, economia colaborativa e consumo colaborativo, é um sistema socioeconómico construído à volta da capacidade de partilha de capital humano, financeiro e físico (Tribunella & Tribunella, 2016).

Muitas vezes a definição de partilha excluí formas de troca nas quais existe um benefício monetário para uma ou mais partes e, por isso, inovações baseadas no aluguer de ativos poderiam ser excluídas. No entanto, se considera que o acesso a um ativo pode ser partilhado, em vez do ativo em si mesmo, os benefícios monetários tornam-se irrelevantes e as inovações baseadas no aluguer de bens de pessoa para pessoa pode ser incluído na economia da partilha (Martin, 2015).

A Economia da Partilha e o Consumo Colaborativo podem ser caracterizados como uma atividade, baseada de pessoa para pessoa, de obtenção, doação ou partilha do acesso a bens e serviços, coordenada através de serviços *online* comunitários (Hamari et al., 2014). O consumo colaborativo providencia os benefícios de posse, mas com encargos pessoais e custos reduzidos e também menor impacto ambiental. Este modelo tem sido percebido como uma alternativa às formas tradicionais de compra e propriedade (Botsman & Rogers, 2010 in Henwood, 2015). A maioria dos indivíduos gosta do conceito de Economia da Partilha pois significa, para si, maior acesso a bens e serviços a um preço menor (Cusumano, 2015). A base principal deste sistema é as transações entre pessoas, sem necessidade de envolver uma terceira parte, transações estas

que facilitam uma forma de capitalismo mais eficiente na qual as microempresas têm capacidade de se desenvolver (Tribunella & Tribunella, 2016). Em todas as práticas de utilização e participação colaborativa há duas características presentes: adjudicação no acesso a curto prazo de bens e serviços sem existirem padrões de propriedade necessários e dependência da internet (Nica & Potcovaru, 2015).

A Economia da Partilha tem sido desenvolvida a partir da convergência de vários fatores, tais como a recessão económica mundial, o aumento da consciência ambientalista e o crescimento de tecnologias de informação e comunicação (Cohen & Muñoz, 2015). As plataformas digitais permitem o acesso de bens e serviços entre os pares (Richardson, 2015). Este sistema de partilha permite que os consumidores tenham os recursos, possam retirá-los quando necessário e que seja reduzido o desperdício associado à falta de utilização (Botsman & Rogers, 2010 in Lamberton, 2016), conjugado com a necessidade do aumento da duração do uso dos produtos ao assegurar que estes são utilizados até ao fim do seu potencial (Daunoriené et al., 2015). Este sistema económico é constituído por quatro principais partes: redistribuição de bens físicos, emprego de bens duradouros em maior escala, troca de serviços e envolvimento de ativos produtivos (Nica & Potcovaru, 2015).

A partilha é vista como uma alternativa à propriedade privada na medida em que duas ou mais pessoas podem aproveitar os benefícios, e os custos claro, que existem pelo facto de possuir algo. O ato de partilha pode ser definido como o processo de distribuir o que é de uma pessoa pelas outras, assim como, o processo de aproveitar algo que é dos outros para o próprio uso (Belk, 2007).

A proliferação desta abordagem baseada na partilha é apenas conseguida devido à internet, mas é também fomentada pelo desejo de poupar dinheiro, por conveniência e ainda pelo aumento da consciência ambiental e social. Por isso, a forma como é recebida pela sociedade está associada à comunidade em

específico ou localização da mesma (Preston, 2012). Tudo isto é possível devido à diminuição dos custos de transação, consequência das inovações tecnológicas (Kanhai, 2015). O consumo colaborativo é acima de tudo um fenómeno tecnológico (Hamari et al., 2014). Os empreendedores por detrás dos negócios usam aplicações e dispositivos móveis que lhes fornecem serviços de contabilidade básicos a um custo bastante menor, comparativamente com um sistema de contabilidade maduro. Ao mesmo tempo, estas apps têm a capacidade de aplicar outras características, como é o caso do uso do GPS para localizar carros e pessoas pertencentes ao negócio. O uso e a relação entre os dispositivos é expectável de crescer no futuro com o desenvolvimento tecnológico (Tribunella & Tribunella, 2016).

O consumo colaborativo é baseado no acesso ao invés da propriedade, no uso de serviços *online*, assim como em transações monetárias e não monetárias tais como partilha, troca, negociação e aluguer (Botsman & Rogers, 2010). Esta abordagem é enquadrada como um modelo de negócio de inovação disruptivo conduzido pelas tecnologias digitais. É vista como desejável e uma inovação necessária já que potencializa o indivíduo, criar valor económico, social e ambiental, permite práticas de partilha que são aspetos fundamentais na natureza humana e permite ainda uma utilização de recursos mais eficiente (Martin, 2015). A internet possibilita a existência de sistemas de reputação, tais como ranking com estrelas ou *feedback online*, sistemas estes que facilitam a coordenação do negócio e aumentam a confiança entre indivíduos que não se conhecem (Kanhai, 2015).

A Economia Colaborativa pode ser definida como um modelo económico no qual a propriedade e o acesso são partilhados entre as empresas, as *start-ups* e as pessoas, sendo que o resultado é um mercado eficiente com novos produtos, serviços e crescimento do negócio (Owyang et al., 2013). Esta poderá ser vista

como um meio para reduzir o consumo excessivo (Armstrong & Lang, 2013 in Pedersen & Netter, 2013).

Em média um carro europeu está estacionado 92% do tempo, 31% da comida é desperdiçada ao longo da cadeia de valor, o escritório europeu é usado, em média, entre 35%-50% do tempo, mesmo durante as horas de trabalho e os ativos de manufatura duram apenas 9 anos (Macarthur, 2015a). As bibliotecas são a forma de atividade mais antiga de economia da partilha (Cohen & Muñoz, 2015). Um carro americano não é usado durante 93% do tempo (Rowe, 2016), sendo usado apenas duas horas por dia e tem um custo médio de 650\$ por mês (Kanhai, 2015). Um berbequim é apenas usado durante 15 minutos durante a sua vida e os veículos são apenas conduzidos durante 4% do dia (Fremstad, 2016).

## 2.2. Fatores relacionados com a Economia da Partilha

A partir da análise de vários estudos, Chris Martin enquadrou os fatores potencializadores da Economia da Partilha em três tópicos, sumariado na figura 3 (Martin, 2015):

- Oportunidade económica: possível solução para os problemas de empregabilidade e fomento da atividade económica, já que as plataformas de internet de pessoa para pessoa potencializam o aproveitamento de ativos, tempo e qualidades não utilizadas;
- Forma de consumo mais sustentável: atualmente o comportamento de consumo do consumidor dentro das economias capitalistas não é feito de forma sustentável o que tem impactos sociais e ambientais negativos;
- Caminho para a descentralização, igualdade e sustentabilidade económica: descentraliza as estruturas de poder ao longo da economia

e sociedade, assim como promove a partilha e colaboração entre cidadãos e dá poder às comunidades e organizações de base.

No mesmo estudo, Chris Martin definiu ainda os fatores vindos da Economia Circular que são alvo de crítica e resistência, apresentados na figura 4 (Martin, 2015):

- Criação de mercados não regulados: a economia da partilha é uma rede crescente de mercados digitais não regulados que podem ser uma ameaça para os negócios regulados e um risco para os consumidores. A maioria das plataformas atuais são criticadas por transferirem o risco para o consumidor, criar concorrência desleal, estabelecerem mercados ilegais e promoverem a fuga aos impostos;
- Reforçamento do paradigma neoliberal: algumas consequências deste modelo são criticadas, tais como a co-opção das empresas, a casualidade do trabalho, a falta de preocupação sobre aspectos de sustentabilidade ambiental e a mentalidade de que um indivíduo por si só vai conseguir uma alteração na sociedade;
- Campo de inovação incoerente: neste tópico é defendido que este modelo pouco tem relacionado com partilha, é enquadrado de forma diferente consoante as pessoas, cria uma junção de impactos positivos e negativos e é analisada utilizando terminologia confusa e interrelacionada.

Algumas empresas de renome têm vindo a associar-se a esta forma de economia, como é o caso da Toyota que aluga carros de concessão ou da Pantagónia que estabeleceu uma parceria com o Ebay para promover a compra e venda de produtos usados (Owyang et al., 2013). Porém, os negócios mais estáveis correm o risco de deixarem de ser intermediários já que os

consumidores muitas vezes transacionam diretamente uns com os outros (Owyang et al., 2013).

	Diagnostic	Prognostic	Motivational
Economic Opportunity	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Promoting economic growth</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Commercial Opportunity</li> <li>• Micro-entrepreneurs</li> <li>• Monetising underutilised capacity</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Economic empowerment</li> <li>• Inevitable technological change</li> <li>• Changing patterns of behaviour</li> </ul>
Sustainable Consumption	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unsustainable consumer behaviour</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peer-to-peer platforms</li> <li>• Disruptive innovation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efficiency</li> <li>• Sharing is fundamental human behaviour</li> <li>• The triple bottom line</li> </ul>
Decentralised, Equitable and Sustainable Economy	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Centralised capitalist economies</li> <li>• Climate change</li> <li>• Inequality</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decentralising the economy</li> <li>• Digital innovation</li> <li>• <i>Social innovation</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individual empowerment</li> <li>• Pathway to a new economy</li> <li>• Social and environmental justice</li> <li>• Liberty and democracy</li> </ul>

**Figura 3:** Sumário dos fatores potenciadores da Economia da Partilha (Martin, 2015)

	Diagnostic	Prognostic	Motivational
Unregulated Marketplaces	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Risk transference</li> <li>• Unfair competition</li> <li>• Tax avoidance</li> <li>• Illegal / black / grey markets</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regulation of the sharing economy</li> <li>• Adaption of the sharing economy to regime practice</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Protecting established regime interests</li> <li>• Reducing risk to consumers</li> </ul>
Reinforcing Neoliberalism	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Corporate co-option</li> <li>• Casualisation of labour</li> <li>• Lack of concern with sustainability</li> <li>• Exclusivity</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A 'real' (<i>libertarian</i>) sharing economy</li> <li>• A (<i>social democratic</i>) sharing society</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Social and environmental justice</li> <li>• Equality</li> </ul>
Incoherent Innovation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Little to do with sharing</li> <li>• Diverse meanings</li> <li>• Mixed impacts</li> <li>• Confusing terminology</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coherent sharing economy movement</li> <li>• Niche structures and processes</li> </ul>	

**Figura 4:** Sumário dos fatores criticados da Economia da Partilha (Martin, 2015)

As forças que capacitam o aparecimento e crescimento da Economia Colaborativa podem ser divididas em três tipos (Owyang et al., 2013):

- Societárias
  - Aumento da densidade populacional: acesso a mais pessoas significa acesso a mais pontos de fornecimento;
  - Impulso da sustentabilidade: maior consciência do impacto ambiental dos hábitos de consumo atual;
  - Desejo de comunidade: desejo de ter contacto com outras pessoas é importante, aumentando a confiança entre pessoas e não só empresas;
  - Altruísmo geracional: Um estudo recente da UCLA apurou que 75% dos caloiros sentem que é essencial ou muito importante

ajudar aqueles que apresentam dificuldades, sendo este o valor mais alto nos últimos 36 anos.

- Económicas
  - Valorizar o inventário não usado: os ativos que antes não eram usados podem passar a ser através da partilha, e por isso, é lhes dado valor;
  - Aumento da flexibilidade financeira: o facto de utilizar o inventário parado possibilita o dono de ganhar mais rendimentos e, por isso, maior independência financeira;
  - Acesso acima da propriedade: os consumidores que não podem ter acesso a bens luxuosos podem agora alugá-los;
  - Entrada de financiamento de *venture capital*: os investidores são essenciais para o desenvolvimento deste modelo pois possibilitam a aceleração do crescimento.
- Tecnológicas
  - Redes sociais: facilita as transações entre pessoas ao ser um ponto de encontro entre oferta e procura que anteriormente não era possível;
  - Dispositivos móveis e plataformas: muitas empresas deste modelo são baseadas no uso do telemóvel, como por exemplo no uso de apps;
  - Sistemas de pagamento: as plataformas de pagamento são precisas para finalizar as transações entre os vendedores e os compradores.

Apesar de todas as forças existentes que fomentam o desenvolvimento da Economia Colaborativa, existem também alguns desafios no seu caminho (Owyang et al., 2013):

- Oposição governamental à partilha: existem diversas barreiras regulativas e legais para a prática de negócios baseados na partilha, o que origina a quebra das mesmas de modo a que o negócio seja prosseguido;
- Falta de confiança entre os compradores e os vendedores: a maioria dos indivíduos não confia na qualidade ou não tem confiança no serviço que é prestado, fator que tem de ser resolvido;
- Falta de sistemas de reputação na indústria e de dados normalizados: a base da economia da partilha é a confiança e, por isso, a reputação é muito importante, já que são as recomendações de usuários com boas experiências que criam muitas vezes o sentimento de confiança no serviço;
- Visão da partilha como uma ameaça aos modelos de negócio atuais: muitas empresas vêem este modelo como uma concorrência ao atual por si utilizado e têm dificuldades em imaginar mudar o modelo de negócio existente;
- Incerteza sobre que *start-ups* vão sobreviver ao longo do tempo: muitas *start-ups* têm vindo a aparecer no mercado, sendo que algumas com ideias similares, mas só algumas conseguiram sobreviver depois das escolhas dos investidores;

O consumo colaborativo pode ser descrito de acordo com o modo de troca, sendo assim dividido em: partilha, nova compra, compra em segunda mão, aluguer, doação, troca, arrendar ou emprestar (Hamari et al., 2014). Na Economia Colaborativa os indivíduos são incentivados a trocar diretamente uns

com os outros, podendo essa partilha ser de várias formas (Owyang et al., 2013):

- Venda: indivíduos disponibilizam produtos e serviços diretamente aos consumidores online;
- Revenda: a troco de um pagamento, um vendedor disponibiliza um produto já usado para compra;
- Aluguer: a troco de pagamento, o fornecedor oferece um produto para usar;
- Subscrição: a troco de um pagamento recorrente, um fornecedor disponibiliza repetidamente um produto ou serviço;
- Coproprietário: dois ou mais detêm ou partilham um produto ou serviço juntos;
- Investir/ Empréstimo: Consumidor torna-se investidor, através do investimento ou empréstimo;
- Trocar: sem qualquer tipo de pagamento, duas partes trocam bens ou serviços diretamente;
- Empréstimo: sem pagamento, um fornecedor disponibiliza um produto que vai ter retorno;
- Dar/ Doar: sem qualquer pagamento, um doador oferece um produto ou serviço ao receptor, sendo que é possível que seja requerida reciprocidade;

O modelo apresentado é interessante para os consumidores por vários motivos, como a conveniência e o preço e até por razões baseadas no valor consumir menos recursos pelo bem do ambiente (Rowe, 2016).

## 2.3. Exemplos de Economia da Partilha

O Airbnb foi fundado em agosto de 2008 em São Francisco, descreve-se como um “mercado comunitário de confiança para as pessoas anunciarem, descobrirem e reservarem alojamentos únicos em todo o mundo, seja a partir de um computador, um telemóvel ou um tablet.”. Estão presentes em mais de 34 000 cidades e 191 países, assim como mais de 60 000 000 de hóspedes (“Airbnb,” 2016).

O Airbnb pode ser caracterizado por três aspetos principais (Richardson, 2015):

- Plataforma digital que resulta como um intermediário digital de forma a reduzir os custos de conceção entre os potenciais consumidores e os produtores;
- Foco de pessoa para pessoa, significando que, em princípio, os clientes e os prestadores do serviço vão trocar as posições ao longo do tempo, dependendo se naquele momento é o anfitrião da casa ou a pessoa que está a viajar;
- É baseado no acesso, ou seja, permite que o consumidor compre a oportunidade de acesso, em vez de propriedade, durante um período de tempo.

A Uber é uma plataforma tecnológica fundada em 2009, também em São Francisco, que tem como objetivo ligar pessoas que necessitam de ir a algum lado a pessoas disponíveis para as levar. Atualmente, está disponível em mais de 350 cidades ao longo de 67 países alcançando um número de mais de 3 milhões de viagens por dia. Para ter acesso à Uber basta apenas possuir a aplicação no seu dispositivo móvel e ter um cartão de pagamento associado à conta, já que o pagamento é feito automaticamente via electrónica. Em Portugal, a Uber disponibiliza os seus serviços desde 2014, apenas no Porto e Lisboa. Esta

empresa define o seu negócio como o meio de ligação entre os utilizadores e os motoristas, não sendo a entidade empregadora destes nem possuindo viaturas, logo não se define como uma empresa de transportes (“Uber,” 2016). Atualmente a Uber está avaliada em 62,5 mil milhões de dólares, ou seja, 57,5 mil milhões de euros, sendo avaliada em mais do que 50% face ao ano anterior (Caetano, 2015). Neste negócio são os próprios motoristas que têm a seu encargo todas as despesas subjacentes à utilização dos veículos, tais como o combustível, seguros necessários e manutenção. São os próprios indivíduos que estabelecem as horas de trabalho, sendo que no fim de cada viagem recebem 75% do valor da mesma e os estantes 25% são entregues à Uber (Carvalho, 2016). A aplicação da Uber permite, a partir do momento em que se requisita um veículo, saber a marca, modelo e matrícula do automóvel, assim como o nome do motorista e uma fotografia do mesmo. Antes de requisitar o carro, é ainda possível, através da localização do *smartphone*, saber a quantos minutos se encontra o veículo mais próximo e receber uma estimativa da viagem, inserindo o ponto de partida e o destino. Depois de se solicitar o veículo, enquanto se espera pela sua chegada, há a possibilidade de visualização do percurso do mesmo, ou seja, saber qual o caminho que está a percorrer e a quantos minutos de encontra do utilizador.

A revisão de literatura descrita anteriormente apresenta o panorama atual e já estudado dos temas Economia Circular e Economia da Partilha, de acordo com várias definições, características e benefícios dos mesmos. Esta exposição objetiva, não só a responder aos objetivos da dissertação, mas também poderá ser uma forma de entender melhor os temas com um âmbito mais geral. Será ainda ser uma possível ferramenta para os futuros estudiosos dos tópicos apresentados, através da apresentação dos temas e de autores relacionados com os mesmos.

Assim, concluí-se que a Economia Circular é uma nova abordagem económica como evolução do modelo linear usado atualmente, mais sustentável e com uma diminuição de custos a longo prazo. De forma a aplicar este novo modelo, vários novos modelos de negócio nasceram, como é o caso da Economia da Partilha. Esta, como parte da Economia Circular, apresenta também benefícios económicos e ambientais.



# Capítulo 2

## Metodologia

De forma a alcançar os objetivos propostos foi necessário recorrer a vários métodos, os quais serão apresentados neste capítulo. A definição da questão de investigação, a revisão de literatura e a preparação, execução e análise do questionário formam passos essenciais e devidamente fomentados ao longo da sua utilização. A metodologia utilizada será qualitativa, pois os dados em análise não são numéricos e não recorrem a abordagens estatísticas e são estudados fenómenos naturais, relacionados com o comportamento das pessoas. Dentro da metodologia qualitativa, irão ser utilizados casos de estudo exploratórios, pois os resultados alcançados não são pré-definidos nem apresentam uma abordagem única de resposta. Os casos de estudo exploratórios enquadram-se de forma mais favorável nos objetivos definidos, em comparação com os casos de estudo explanatórios, os quais objetivam em explicar relações causais em situações complexas da vida real, as quais não podem ser tratadas através de questionários e ainda os casos de estudo descritivos, os quais descrevem situações que realmente ocorreram na realidade, o que não se enquadra no estudo realizado nesta dissertação.

### 1. Questão de investigação

A questão de investigação na qual é baseada toda a pesquisa elaborada e metodologia conduzida é “Tendo em conta as preocupações sociais, económicas e ambientais inerentes à Economia Circular e Economia da Partilha, qual o

impacto que estas características têm na escolha do consumidor?”.

Os dados recolhidos têm normalmente o propósito de responder às questões de investigação, através de vários métodos possíveis (Yin, 1993).

## 2. Revisão de Literatura

A pesquisa do tema começou nas bases de dados disponibilizadas pela Universidade Católica do Porto. Há medida que a pesquisa prosseguia, eram assinalados numa folha de Excel a data, as bases de dados, as palavras-chave da procura e o título. Maioritariamente, as bases de dados utilizadas foram EBSCO, Google Académico, Business Searching Interface, EBSCO host, Emerald e ainda artigos utilizados nas revisões bibliográficas de outros artigos, os quais apresentavam ligação com o objetivo em questão.

Nas bases de dados eram colocadas as palavras pretendidas no local de pesquisa e, com base nos títulos, a ligação era escolhida. De seguida, o foco recaía para o *abstract* e, caso apresentasse interesse para a dissertação, o *download* do mesmo era realizado, sendo que sempre que era realizado eram apontados numa folha de Excel os dados referentes ao mesmo. Há medida que a leitura progredia, era consideradas outras opções de foco dentro do tema em questão até que se abordou a Economia da Partilha e a sua ligação com a Economia Circular. A pesquisa de artigos e respetiva leitura terminou quando foi denotada uma exaustão de informação, ou seja, nenhum dos artigos disponíveis continha informação nova e importante para a questão proposta. Ao todo, foram lidos 66 artigos, sendo cerca de 36 acerca da Economia Circular e 30 sobre a Economia da Partilha.

### 3. Questionário

Sendo o estudo em questão exploratório, ou seja, um tipo de caso de estudo usado para explorar algumas situações nas quais as situações a ser avaliadas não apresentam resultados únicos e claros (Yin, 1993), a utilização de questionários é uma forma de recolher dados primários e retirar conclusões mais próximas da realidade estudada. Nos casos de estudo exploratórios o fenómeno estudado apresenta pouca pesquisa prévia e caracteriza-se pela definição de hipóteses que podem ser estudadas (Mills et al., 2010).

Um questionário pode ser visto como um meio de conversação entre duas pessoas, mais concretamente entre a pessoa que conduz a pesquisa e a pessoa que responde. O facto de se fazer a mesma pergunta a pessoas diferentes é importante no processo, pois não induz em enviesamentos na resposta que poderiam ocorrer caso as perguntas fossem colocadas de forma diferente consoante o indivíduo. O questionário, como uma parte do processo de inquérito, deve ser devidamente estruturado para obter melhores resultados (Brace, 2004).

As vantagens de usar este tipo de método recaem nas seguintes (Brace, 2004):

- Indivíduos podem levar o seu tempo a completar o questionário, fazendo inclusive pausas ou interrupções e continuar mais tarde;
- É um meio visual mais apelativo que permite imagens e listas de respostas mais longas;
- Pode ser mais eficiente quando o foco são assuntos mais sensíveis;
- Possibilidade de existir a opção de resposta “não sei” ou “sem opinião”;
- A não presença do entrevistador reduz o enviesamento, pois os indivíduos podem ser sinceros e não terem receio de não serem aceites socialmente devido à sua opção de resposta;

- São normalmente respondidos mais rapidamente do que quando apresentado noutras formas, mesmo que o questionário seja igual;
- Facilitam a análise e possibilitam que a mesma seja mais rápida.

### 3.1. Desenho do questionário

Existem vários passos a ter em consideração na elaboração do questionário, quer na sua efetiva escrita, tais como factos a ter em conta antes, sendo assim importante seguir um conjunto de passos:

#### Passo 1: Planeamento do inquérito

No primeiro passo insere-se a definição dos objetivos aos quais o estudo pretende responder (Brace, 2004).

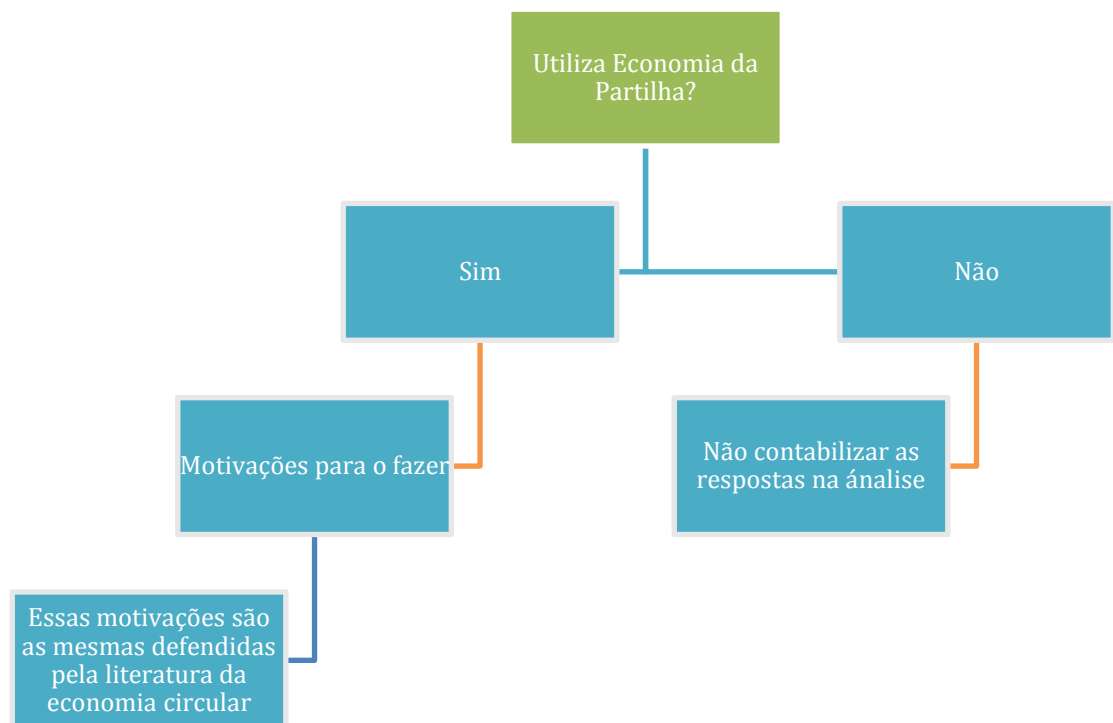
O questionário tem como objetivo principal avaliar o papel da Economia Circular no negócio da Economia Partilhada, na perspetiva do consumidor, ou seja, perceber quais são as principais motivações quando um cliente escolhe um negócio da Economia da Partilha e se essas motivações são as mesmas defendidas pela Economia Circular. Para tal, foi necessário primeiramente decidir quais as possíveis motivações na escolha da Economia da Partilha e depois definir quais as motivações base da economia circular. Esta definição foi baseada na revisão bibliográfica elaborada anteriormente. Cada questão em concreto tem ainda um subobjetivo de modo a responder ao objetivo principal. Será, assim, um inquérito descritivo.

Objetivos:

- Caracterizar o grau de conhecimento do consumidor sobre a Economia Circular e Economia da Partilha;
- Avaliar o grau de utilização e participação de negócios da Economia Partilhada e da Economia Circular;

- Caracterizar motivações do consumidor na escolha de negócios da Economia da Partilha;
- Constatar se as motivações da Economia da Partilha são as mesmas da Economia Circular.

Cada questão será realizada de forma a responder aos objetivos secundários, sendo que os questionários elegíveis serão apenas aqueles respondidos por indivíduos que utilizem negócios da economia da partilha, como demonstra a figura 5.



**Figura 5:** Esquema da lógica de seguimento do questionário elaborado

A fase de planeamento engloba ainda a definição de questões de investigação, objetivos e tópicos a investigar. Nesta fase, devem ser ainda definidos os objetivos do inquérito e a população alvo, de acordo com os objetivos em questão.

### Passo 2: Seleção da amostra

Sendo um estudo exploratório, não é necessário especificar antecipadamente número necessário de respostas.

### Passo 3: Seleção da técnica

Nesta fase ocorre a decisão do processo usado dentro de cada método de angariamento de dados, tais como o e-mail ou presencialmente, sendo a primeira a forma mais usual para conduzir questionários, na qual não é necessário contacto direto entre pessoas.

No caso em questão foi utilizado e-mail e redes sociais, nomeadamente *Facebook*, de forma a propagar o questionário pelo maior número de pessoas possíveis e de diferentes faixas etárias, já que não era necessário existir contacto direto entre o entrevistador e o entrevistado.

Os questionários nos quais o próprio indivíduo responde, sem intervenção do entrevistador, têm maior possibilidade de reduzir os enviesamentos, pois estes podem ser sinceros nas suas respostas (Brace, 2004).

### Passo 4: Desenho do questionário e teste informal

Engloba a escrita das perguntas, planeamento do formato e testar o questionário de forma a perceber se tem os fins desejados, muitas vezes feito através de colegas ou familiares. O desenho do questionário segue as seguintes fases:

1. Seleção do tipo de método de coleção de dados

Definir o método principal de recolha de dados, se será um questionário ou entrevista estruturada.

## 2. Definir o método de abordagem aos inquiridos

Dentro das hipóteses anteriores há mais métodos que têm de ser estabelecidos. Dentro de questionário, este poderá ser via correio ou via e-mail, sendo as redes sociais inseridas neste ponto. Já nas entrevistas estandardizadas, estas poderão ser realizadas presencialmente ou por telefone.

## 3. Construir módulos de questões e a sua ordenação

Agrupar as questões de acordo com os objetivos a cumprir e decidir a sequência das mesmas. As questões devem partir do mais geral para o particular, ou seja, primeiro as questões gerais acerca do problema e depois questões mais específicas, muitas vezes sobre temas mais concretos. Ainda, as perguntas de carácter socioeconómico devem ser apresentadas no fim, pois normalmente não fazem parte do estudo em concreto, estando assim desconectadas do resto das questões e também podem ser sentidas pelo indivíduo como intrusivas (Brace, 2004). O questionário foi organizado de modo a responder aos objetivos descritos anteriormente e está dividido em quatro secções por análise lógica:

- Questões gerais acerca da Economia da Partilha, Economia Circular, a sua ligação e motivações do indivíduo para a escolha de opções de partilha;
- Uber;
- Airbnb;
- Características sociodemográficas, com foco na idade, sexo e habilitações literárias.

#### 4. Seleccionar o tipo de questões

Definir se as questões serão de resposta aberta ou fechada. De forma a alcançar um estudo mais eficaz e uma análise de dados mais concreta, o questionário é composto por Escalas de Likert. Esta é caracterizada pela apresentação de um conjunto de afirmações em relação às quais o indivíduo escolhe, numa escala de 1 a 5, o seu grau de concordância com a afirmação, sendo 1 “discordo totalmente” e 5 “concordo totalmente”. A partir dos resultados mede-se a atitude dos indivíduos através da média dos níveis de cada afirmação (Cunha, 2007). Além da Escala de Atitudes referida anteriormente, são ainda usadas respostas de escolha múltipla e outras nos quais é possível definir algumas hipóteses. Assim, todas as respostas são fechadas.

É ainda importante ter em consideração o facto de que os indivíduos querem questionários aos quais não precisam de se esforçar muito nem perder muito tempo, ao mesmo tempo que mantêm o interesse ao longo do mesmo (Brace, 2004).

#### 5. Definir opções de resposta

Se as questões forem de resposta fechada, as respostas possíveis têm de ser definidas. Nas perguntas correspondentes à Escala de Likert as respostas estão pré-definidas, por isso a escolha é certa. Nas restantes questões, a escolha foi feita, em alguns casos, com base em perguntas adaptadas de outros questionários e em outros casos adaptações da literatura. No segundo caso, tal significa que, partindo da literatura, as respostas foram definidas de modo a perceber se o indivíduo ia ao encontro da literatura ou não.

## 6. Questões de trabalho

Foco na linguagem e fraseamento das questões de forma a torná-las o mais claro e preciso possível, utilizando linguagem acessível e familiar.

## 7. Desenhar a forma do questionário

Tornar o questionário atrativo e acessível de forma a potenciar o número de respostas. Neste aspeto o Google Forms não apresenta muitas hipóteses, à exceção do tema de fundo, no qual é possível personalizar com uma imagem relacionada com o tema do questionário.

## 8. Preparar o texto explicativo

É necessário escrever um pequeno texto inicial para explicar o porquê da pesquisa e de que forma a informação vai ser usada.

Depois de elaborado o questionário na plataforma do Google Forms, foram pedidas três pessoas para responderem e darem a sua opinião, tanto acerca das perguntas como da plataforma. Entretanto, o questionário foi do mesmo modo elaborado nos sites Typeform e Qualtrics e foi pedido às mesmas pessoas para o preencherem, de forma a darem a sua opinião acerca da melhor plataforma para lançar o questionário. O Typeform e o Qualtrics apenas possibilitam 100 respostas na sua versão grátis, ao contrário do Forms que possibilita respostas ilimitadas. Entre o Qualtrics, o Typeform e o Google Forms a preferência das pessoas que fizeram o teste piloto recaiu para o primeiro, no entanto o facto de apenas aceitar 100 respostas era um inconveniente pelo facto de ter decidido anteriormente um mínimo de 200 respostas. Assim, foi utilizada a plataforma do google Forms, a segunda opção preferida, como meio de realização do questionário.

Ainda, as pessoas que se disponibilizaram para realizar o teste piloto deram a sua opinião acerca da gramática das perguntas e respostas, opinião essa que foi tida em consideração e resultou em alterações na escrita das perguntas e em opções de resposta. Neste caso, o questionário piloto foi enviado às três pessoas referidas anteriormente e a mais 5 pessoas, de forma a ter uma amplitude de opiniões superior.

#### Passo 5: Execução do inquérito

Colocação do questionário à disposição dos interessados em responder e respetivo preenchimento do mesmo.

O questionário foi colocado à disposição na rede social *Facebook* através de uma publicação na qual era pedida a colaboração. Ainda, foram publicados em grupos específicos como os a faculdade e de organizações extracurriculares. De modo a alcançar uma visão mais geral das respostas, foi também enviado um e-mail a todos os funcionários da Inovamais no qual era pedida a colaboração na resposta ao questionário.

#### Passo 6: Recolha de dados e análise

Depois do questionário ser respondido, os dados devem ser guardados numa base de dados e analisados, principalmente através de tabelas e diagramas para sumariar os dados de modo a facilitar as conclusões. A análise de dados foi desenvolvida com a ajuda do programa SPSS, utilizando esta ferramenta principalmente para fazer o cruzamento de respostas e calcular médias.

#### Passo 7: Validação dos resultados

De forma a diminuir a probabilidade de enganos, os dados recolhidos devem ser comparados com a iteração feita inicialmente e de seguida estes devem ser

publicados de forma a que as pessoas que responderam tenham acesso aos resultados.

## 3.2. Desenvolvimento das questões

As questões presentes no questionário aplicado têm uma base literária, à exceção das questões referentes à caracterização sociodemográfica. Algumas destas foram retiradas de um questionário já desenvolvido e aplicado num estudo elaborado por Aaron Smith para a Pew Research Center, publicado em Maio de 2016, acerca do tema da Economia da Partilha (Smith, 2016). Uma das questões foi desenhada utilizando um conjunto de determinantes na escolha de opções de partilha definidos na literatura (Mohlmann, 2015) e as restantes foram escritas de base utilizando a revisão de literatura apresentada no capítulo 1.

### 3.2.1. Questões gerais

- Assinale os termos que lhe são familiares: retirada do questionário realizado no âmbito do artigo “Shared, Collaborative and On Demand: The New digital Economy” (Smith, 2016) com o objetivo de perceber se os inquiridos estão familiarizados com as expressões;
- Assinale a última vez que praticou as seguintes ações: questão escrita de base tendo como foco os três R’s da literatura da Economia Circular – reciclar, reutilizar e reparar (Conselho Empresarial Para o Desenvolvimento Sustentável, 2015) – de forma a perceber em que grau as pessoas, na sua própria vida, têm relação com as práticas subjacentes a este modelo económico;
- Alguma vez utilizou algum dos seguintes serviços: adaptado do artigo de Smith (Smith, 2016) de modo a avaliar o grau de utilização, ou seja, quais são os mais utilizados. Este grupo de questões visa também ser

uma forma de filtrar as perguntas seguintes, já que os inquiridos que não tiverem utilizado nenhum dos serviços apresentados não irão ser tidos em consideração nas estatísticas das questões seguintes. Esta diferença deve-se ao facto de o objetivo final do inquérito ser focado nas motivações dos utilizadores dos negócios da Economia da Partilha, logo quem não os utiliza não deverá ser contabilizado.

#### 3.2.1.1. Questões gerais para utilizadores de negócios da Economia da Partilha

- Assinale o grau de concordância com as seguintes afirmações: questões desenvolvidas de base com o intuito de entender qual a visão geral dos benefícios da Economia da Partilha, assim como o grau em que tais benefícios poderão influenciar a escolha do serviço;
- Preferia...: nesta questão, as opções comprar ou alugar são utilizadas ligadas ao berbequim e roupa, de forma a entender a diferença de consciência entre o facto de ser uma ferramenta eléctrica e uma peça de roupa que será usado pelo próprio no seu corpo;
- Preferia alugar um quarto de hotel ou uma habitação Airbnb?: esta questão, foi escrita de base e possui a finalidade de averiguar qual a tendência neste serviço, se usar o tradicional ou o ligado à Economia da Partilha;
- Preferia apanhar um táxi ou um Uber?: similar à questão anterior, esta pergunta além de permitir averiguar a tendência, permite ainda comprara as respostas com a anterior, ou seja, concluir se as pessoas estão mais disponíveis a usar Uber do que Airbnb ou vice-versa;
- Os seguintes determinantes são importantes para si durante o processo de escolha de um serviço de partilha, como Uber ou Airbnb?: os determinantes incluídas nesta questão foram retirados de um artigo

acerca do consumo colaborativo (Mohlmann, 2015), o qual define quais são os atributos que influenciam a escolha dos negócios da Economia da Partilha e, com a sua utilização no questionário, verifico se a amostra encontrada possui a mesma opinião;

- As seguintes características da Economia da Partilha são importantes para si?: a questão foi desenvolvida de base, no entanto, as afirmações estão presentes na literatura e utilizadas na revisão de literatura como características da Economia Circular. Desta forma, ocorre a ponte entre as características da Economia Circular e da Economia da Partilha e avalia-se até que ponto esses atributos são importantes no processo de decisão e escolha de um serviço de partilha.

### 3.2.2. Uber e Airbnb

- Que descrição descreve melhor a sua visão dos serviços da Uber?: esta questão, retirada do questionário aplicado no estudo de Smith (Smith, 2016), foca-se na forma como os inquiridos percebem o serviço, ou seja, que tipo de serviço acham que é oferecido pela Uber;
- Com que frequência usa serviços de “ride-hailing” como Uber ou Cabify?: presente também no estudo referido anteriormente, tem como propósito perceber o grau de frequência de utilização dos serviços em questão;
- Que afirmação melhor define a sua visão dos serviços Airbnb?: à semelhança da penúltima questão, esta pergunta retirada do mesmo estudo tem como objetivo entender o entendimento que possuem do serviço oferecido pelo Airbnb;
- Seria capaz de alugar a sua casa ou quarto num site tipo Airbnb?: questão elaborada de base com a finalidade de perceber se os inquiridos colocariam a sua casa à disposição e também perceber se os

indivíduos são mais suscetíveis a usar a casa ou quarto de terceiros do que permitir que esses terceiros usem os seus próprios.

Os métodos utilizados foram essenciais para alcançar o objetivo definido e responder à questão de investigação proposta. O uso de dados diretos através do questionário sustenta de forma mais válida, dentro da amostra conseguida, as conclusões finais do trabalho.

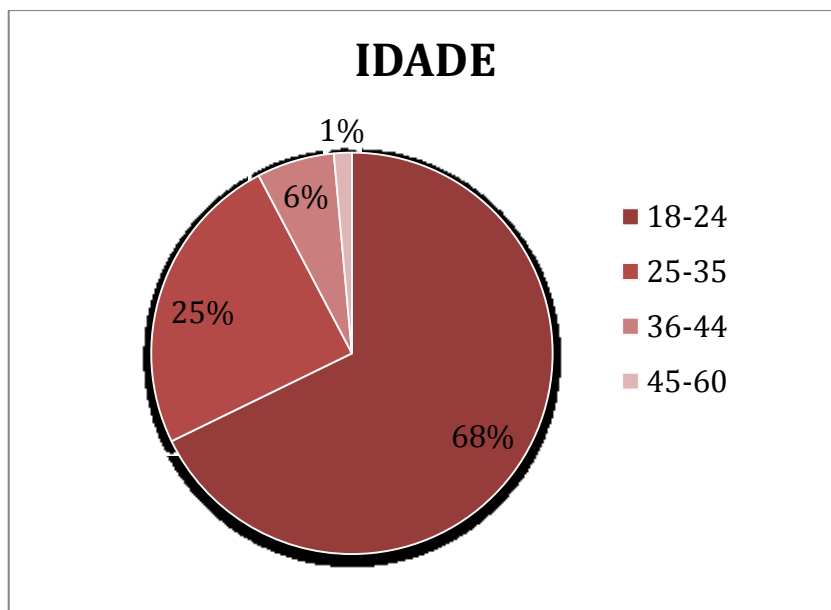
# Capítulo 3

## Apresentação dos resultados

Posteriormente à execução do questionário é necessário analisar as respostas recebidas. Este capítulo analisa os dados recolhidos através do questionário, não só de uma forma geral, através da opção de resposta com maior número de escolhas, mas também com base na divisão por faixa etária e outros factores, assim como relação entre respostas a diferentes questões. Em todos estas é ainda explicada a sua relação com os objetivos do questionário e de que forma estes objetivos foram cumpridos.

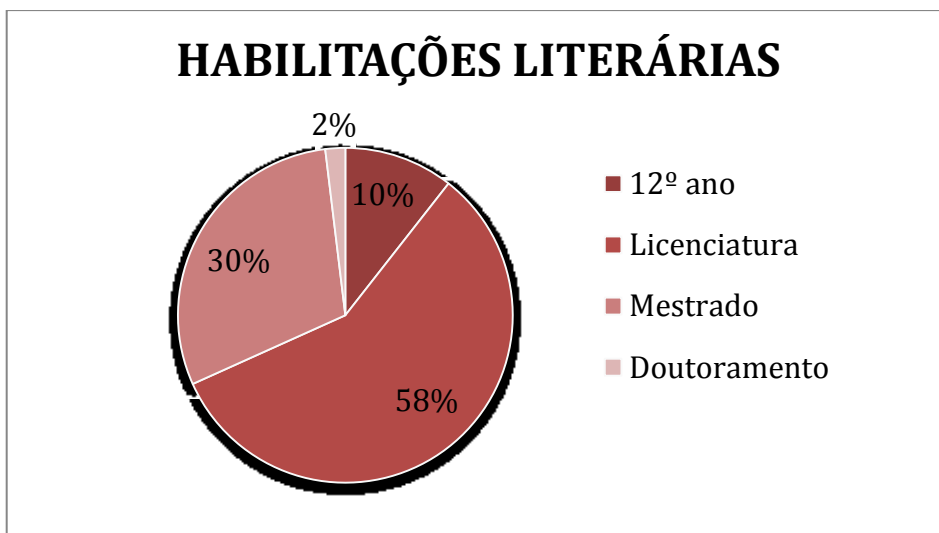
### 1. Características sociodemográficas

Na análise sociodemográfica dos inquiridos foram utilizadas 208 respostas, ou seja, a totalidade das mesmas. As questões colocadas referiam-se ao género, idade e habilitações literárias, sendo as opções de resposta fechadas, de escolha múltipla, na qual apenas era possível escolher uma opção.



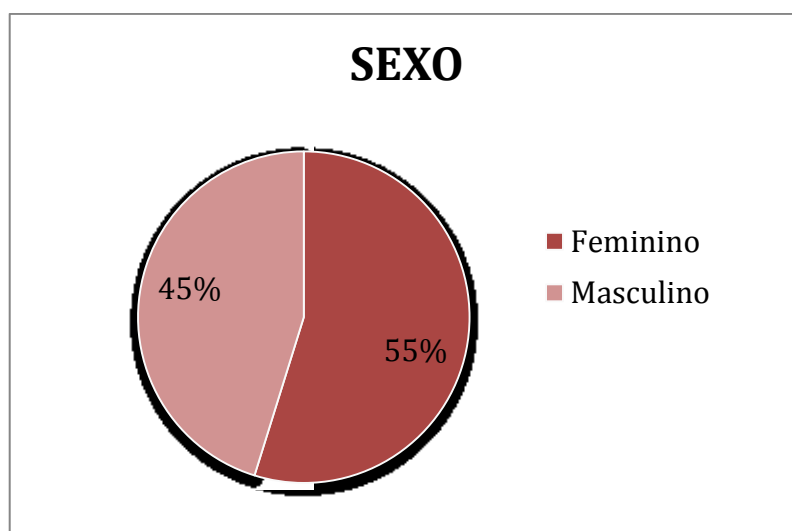
**Figura 6:** Gráfico circular da percentagem das idades dos inquiridos

Na questão das idades eram apresentadas seis opções de resposta, duas das quais não foram seleccionadas por nenhum inquirido: menores de 17 anos e mais de 60 anos. A faixa etária com mais respostas foi a que compreende as idades entre os 18 e 24 anos, com 68%, principalmente devido ao facto de o questionário ter sido disponibilizado no Facebook diretamente às pessoas que fazem parte da rede de contactos usada. De seguida, o grupo com mais respostas remonta às idades entre os 25 e os 35 anos, com 25%, não só devido à minha rede de contactos nas redes sociais mas também devido às respostas recebidas por parte dos colaboradores da empresa, dado que a sua maioria se encontra nesta faixa. As restantes duas faixas etárias foram representadas apenas por 7% dos inquiridos.



**Figura 7:** Gráfico circular da percentagem das habilitações literárias dos inquiridos

No campo das habilitações literárias as possibilidades de resposta eram seis, sendo que as opções “menos que 9º ano” e “9º ano” não foram escolhidas por nenhum dos inquiridos. Da amostra alcançada, mais de metade, cerca de 58%, possuem o grau de licenciatura já concluído, e cerca de 30% possui ainda mestrado. Apenas 2% dos inquiridos alcançaram o patamar de doutoramento, possivelmente sendo estes indivíduos trabalhadores da Inovamais. Sem um grau superior registram-se 10% da população inquirida, tendo todos pelo menos a escolaridade obrigatória atual.

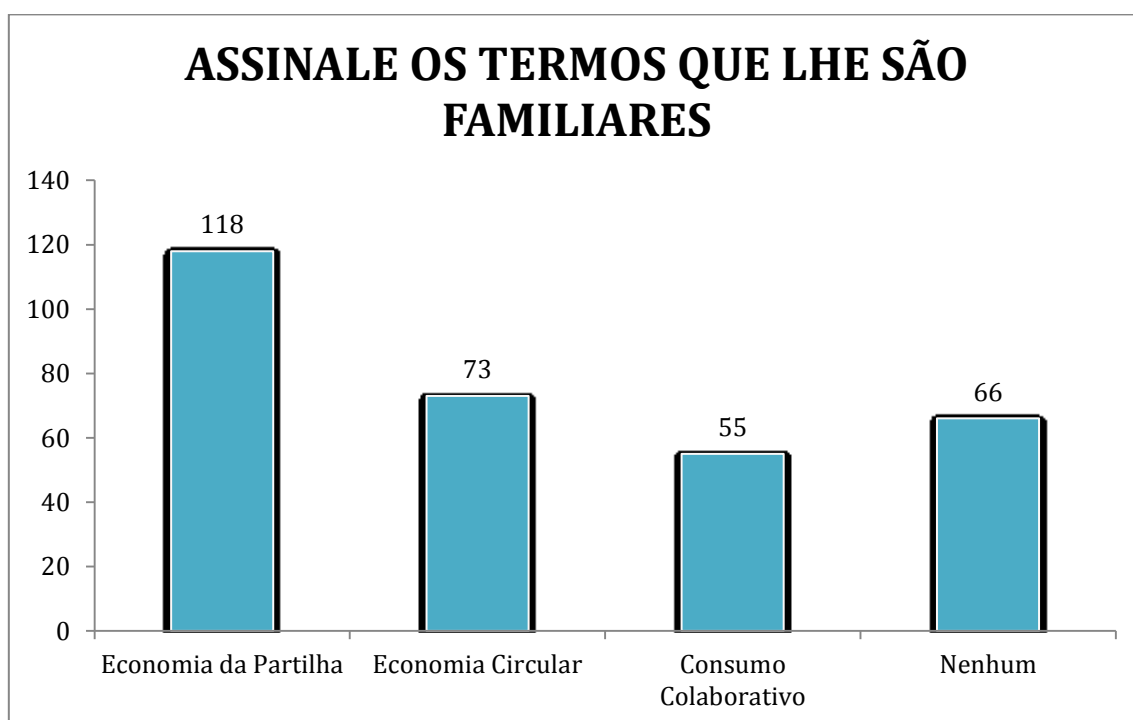


**Figura 8:** Gráfico circular da percentagem do género dos inquiridos

A distribuição do género pode ser considerada uniforme, ou seja, não existe grande disparidade entre o número de respostas do sexo feminino e do sexo masculino, caracterizado pelas percentagens 55% e 45%, respetivamente.

## 2. Questões gerais

Os três gráficos apresentados de seguida são referentes a questões gerais, colocadas aos 208 inquiridos, acerca da familiaridade dos termos principais da base da dissertação, assim como a rotina ligada a esses termos.



**Figura 9:** Gráfico de barras com o número de respostas a afirmar o conhecimento de cada termo ou o não conhecimento de nenhum

Dos 208 inquiridos, mais de metade, cerca de 57%, estão familiarizados com o termo “Economia da Partilha”, no entanto, apenas 26% reconhecem o termo “Consumo Colaborativo”, utilizado muitas vezes como sinónimo do primeiro.

A “Economia Circular” é conhecida apenas por 35% dos inquiridos, provavelmente por ser um tema relativamente recente, principalmente com esta designação, e pouco falado nos media. Dos indivíduos inquiridos, cerca de 32% não está familiarizado com nenhum dos termos, ou seja, nunca ouviu falar dos mesmos sequer. Esta percentagem, quase 1/3, pode ser considerada elevada, principalmente devido à população da amostra ser maioritariamente jovem e formada num grau superior, tendo provavelmente mais e melhor acesso a informação e disponibilidade de utilização.

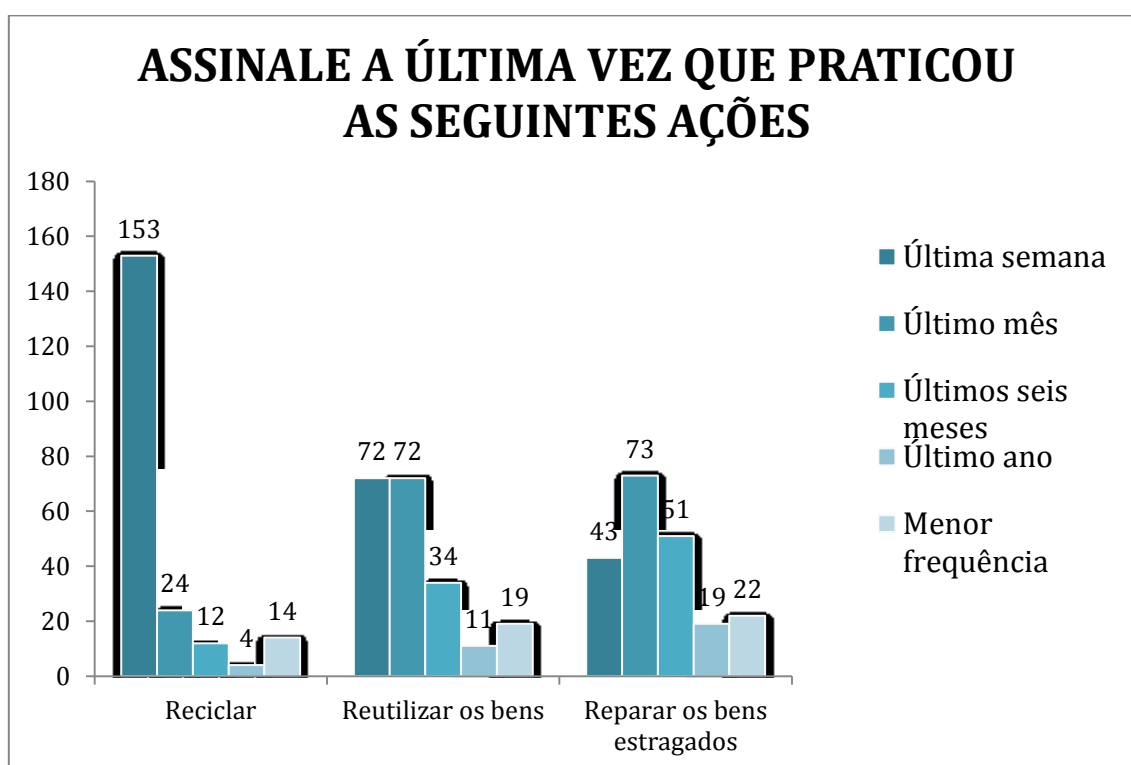
O termo mais conhecido pelos indivíduos com idades compreendidas entre os 18 e 24 anos é “Economia da Partilha”, com 22%, escolhendo apenas este conceito. De seguida, com 11%, assinalaram dois termos, o anterior juntamente com “Economia Circular”. O “consumo colaborativo insere-se na terceira maior opção de escolha, no qual foi definido juntamente com “Economia da Partilha”. A faixa etária seguinte apresentou um maior conhecimento dos termos, já que a opção mais votada foi a que insere os três termos ao mesmo tempo, com cerca de 24%. Os inquiridos entre os 36 e 44 anos conhecem bem os termos “Economia da Partilha” e “Economia Circular”, com uma percentagem de 38% do total, seguido do conhecimento dos três termos apresentados com 15%. A última faixa etária, entre os 45 e 60 anos, não conhece o conceito de “Consumo Colaborativo”. Cerca de 67% dos mesmos está familiarizado apenas com “Economia Circular” e 33% apenas com “Economia da Partilha”.

A faixa etária que revelou pior conhecimento dos termos foi a inserida entre os 18 e 24 anos, dos quais cerca de 39% nunca ouviu nenhum termo. Quanto maior a idade maior também o nível de conhecimento, ou seja, a percentagem de indivíduos que não conhecem nenhum termo diminui, com valores de cerca de 18% e 15% consoante a faixa etária e de 0% entre os 45 e 60 anos.

A Economia da Partilha é, de facto, o termo mais conhecido pela generalidade dos inquiridos, possivelmente, por um lado, devido ao

crescimento dos negócios nesta área, como é exemplo a Uber e Airbnb, e por outro lado derivado aos problemas legais que têm sido noticiados nos media, o que os torna mais próximos do público em geral.

Esta questão tem como objetivo secundário o primeiro, ou seja, caracterizar o grau de conhecimento do consumidor sobre a economia circular e economia da partilha. Sendo que existe uma percentagem elevada de inquiridos que não conhece nenhum dos termos apresentados e a maioria apenas conhece o termo “Economia da Partilha”, podemos concluir que estes termos não são conhecidos por uma grande parte dos indivíduos, principalmente no campo da Economia Circular.



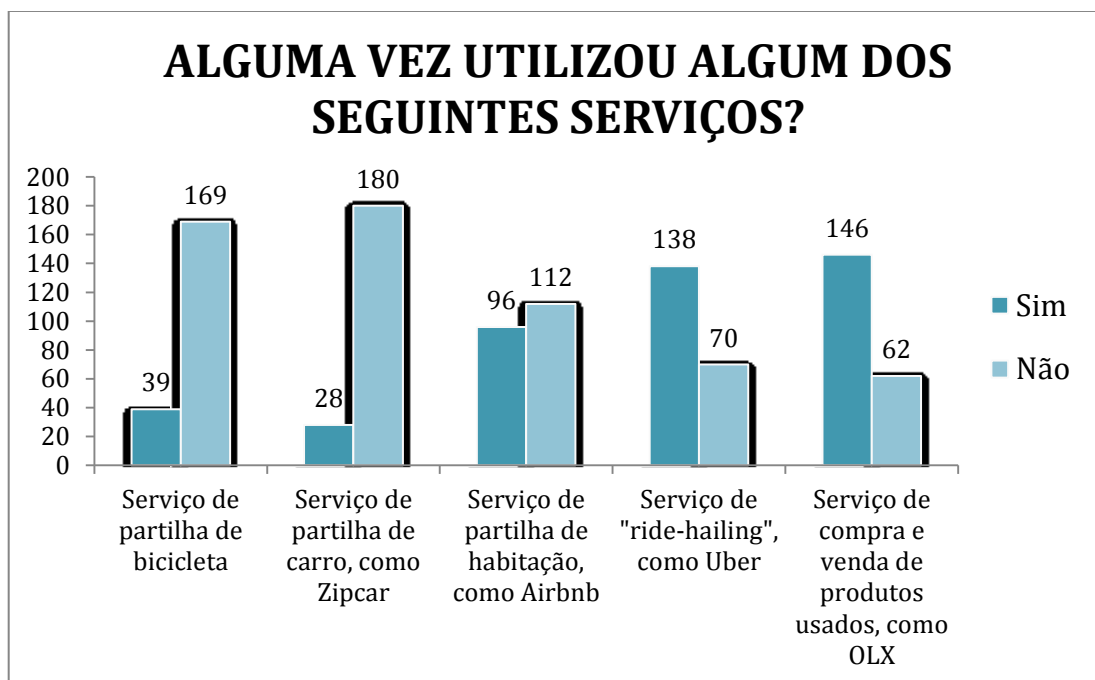
**Figura 10:** Gráfico de barras com o número de respostas a afirmar a periodicidade de execução de cada atividade referida

Esta questão estava dividida em três tópicos, tendo de ser respondido a cada um separadamente. Relativamente à prática da reciclagem, constata-se que a

maioria dos inquiridos tem esta atividade inserida no seu quotidiano, com cerca de 74% a afirmar que o fez na última semana. Na reutilização dos bens verifica-se uma igualdade entre o número de indivíduos que o fez na última semana e no último mês, cerca de 35% em cada. Assim, mais de 50% dos inquiridos reutilizaram os seus bens pelo menos no último mês, uma percentagem considerada positiva. O mesmo se verifica na prática de reparar os bens estragados, mais de metade dos indivíduos fizeram-no no último mês, no entanto, cerca de 35% fizeram-no só no último mês e não na última semana, o que indica ser uma prática menos recorrente no quotidiano dos inquiridos.

Na ação de reciclar, todas as faixas etárias exercem um padrão semelhante, com as maiores percentagens de voto na hipótese “última semana”. A hipótese menos votada foi “último ano”, contando apenas com 1% dos votos dos inquiridos com idade entre os 18 e 24 e 4% nas idades compreendidas entre os 25 e os 35, sendo que nenhum dos inquiridos das restantes idades votou nesta opção. A reutilização é também mais frequentemente feita na “última semana” por todas as faixas etárias à exceção dos indivíduos entre os 36 e os 44 anos que optaram mais pela opção “último mês”. A opção “menor frequência” foi a menos votada em geral, no entanto os inquiridos entre os 25 e os 35 anos escolheram mais esta opção e menos “último ano”. Por fim, na prática de reparação o “último mês” foi o período mais usado para esta ação, excepto os indivíduos entre os 36 e os 44 anos que a última vez que repararam um objeto estragado foi nos seis meses anteriores. Assim, podemos concluir que nas ações de reciclagem e reutilização a periodicidade da mesma é positiva, independentemente da faixa etária, pois divide-se entre a última semana e o último mês. Ação de reparação conta com maior afluência no último mês apenas, situação normal devido ao facto de os bens não se estragarem com a mesma regularidade com que é possível reciclar ou reutilizar bens no quotidiano.

A popularização da reciclagem poderá ter influencia nos resultados alcançados, já que é uma ação que se tornou hábito no quotidiano de muitas pessoas, devido à sua facilidade de execução e disponibilidade de meios para tal, como é o exemplo os inúmeros ecopontos existentes.



**Figura 11:** Gráfico de barras com o número de respostas a afirmar a utilização, ou não dos serviços de Economia da Partilha mencionados

A questão apresentada anteriormente tem o intuito de perceber quais os serviços mais utilizados pela amostra conseguida e quais os menos. Tendo em consideração que a maioria dos inquiridos são portugueses, residentes em Portugal, nomeadamente no Porto, existem serviços que não estão disponíveis de forma tão alargada no nosso país, tal como serviços de partilha de bicicleta. Ainda, caso a resposta seja "não" a todos os serviços, esses indivíduos não são contabilizados na análise das seguintes questões, logo é também uma forma de aceitar apenas respostas de pessoas que efetivamente utilizam os serviços mencionados.

O serviço mais conhecido pelos inquiridos é o OLX, ou similares como Ebay, nos quais é possível comprar e vender bens usados, o qual mais de 70% dos indivíduos já o utilizou. De seguida, aparecem os serviços de *ride-hailing*, como Uber ou Cabify, os quais já foram aproveitados por 66% dos inquiridos. A partilha de habitação, concebida através de empresas, como Airbnb, contou com 46%, quase metade, de utilização por parte dos indivíduos. Os serviços de partilha de bicicleta e de partilha de carro foram os menos usados, sendo que a maioria nunca teve contacto com estes: cerca de 81% nunca usou partilha de bicicleta e cerca de 86% nunca adoptou práticas inerentes a serviços de partilha de carros. Estes dois últimos, pouco disponíveis em Portugal, são principalmente a principal razão da baixa utilização.

Entre os cinco serviços apresentados, três deles foram usados por pessoas mais do que o seu contrário, sendo um rácio positivo no que concerne à utilização de negócios de Economia da Partilha. Ao mesmo tempo, apenas 18 inquiridos, cerca de 9%, nunca contactaram com nenhum destes serviços, um valor favorável devido à sua baixa relevância.

Os jovens da faixa etária entre os 18 e os 24 anos responderam maioritariamente que nunca tinham usado serviços de partilha de bicicleta, partilha de carro e partilha de habitação, no entanto a sua maioria já teve qualquer tipo de ligação com serviços de *ride-hailing* e de compra e venda de produtos usados. As faixas etárias entre os 25 e os 35 anos e entre os 36 e 44 obtiveram respostas idênticas à anterior, com a exceção dos serviços de partilha de habitação, nos quais a maioria já os utilizou nestas duas faixas etárias. Já os indivíduos entre os 45 e os 60 anos inquiridos nunca utilizaram nenhum dos serviços indicados com a exceção do subjacente à compra e venda de produtos usados. Relativamente à percentagem dos inquiridos que respondeu “não” a todos os serviços, a faixa etária em que tal ocorreu em maior escala foi a última, cerca de 67% do mesmo e as idades com menos pessoas que nunca tinham

usado nenhum serviço foi entre os 25 e 35 anos, contabilizando apenas 4% dos votos. Do mesmo modo, apenas 5% dos inquiridos do sexo feminino nunca tinham usado nenhum dos serviços, valor menor em comparação com os 13% do sexo masculino.

As duas questões anteriores, “Assinale a última vez que praticou as seguintes ações” e “Alguma vez utilizou algum dos seguintes serviços?” compõem o questionário como forma de responder ao segundo objetivo secundário, ou seja, avaliar o grau de utilização e participação de negócios da economia da partilhada e da economia circular, sendo a primeira questão ligada à Economia Circular e a segunda focada na Economia da Partilha. Em relação ao primeiro ponto, pode ser concluído que existe uma boa prática dos três principais R’s da Economia Circular, pois em todos mais de 50% dos inquiridos respondeu que o tinha praticado pelo menos no último mês, sendo até a reciclagem e a reutilização bastante utilizadas, mais de 70% neste período temporal. No que concerne aos negócios da Economia da Partilha, estes valores são substancialmente menores, pois apenas os serviços de compra e venda de produtos usados e os de *ride-hailing* foram utilizados pela maioria dos inquiridos, sendo os restantes pouco conhecidos presencialmente pelos mesmos.

## 2.1. Questões gerais para utilizadores de negócios da Economia da Partilha

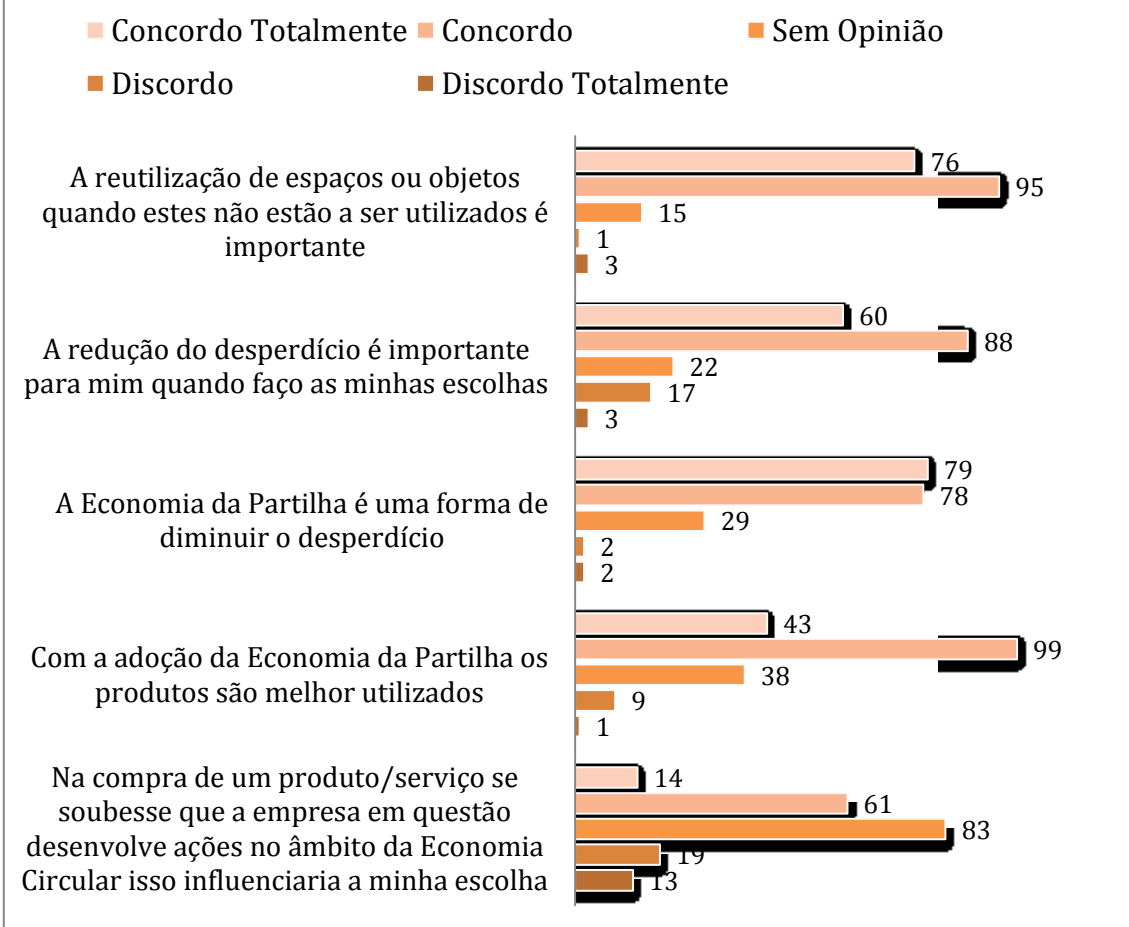
Nas questões seguintes irá ser realizada não só uma análise geral, mas também uma análise dividida pelas características sociodemográficas. Assim, além do gráfico representativo existirá ainda uma tabela na qual estão contabilizadas as opções escolhidas consoante o sexo, idade e habilitações

literárias. De modo a alcançar a opção média escolhida, atribuo a cada uma das possibilidades de resposta um número:

- Discordo totalmente – 1
- Discordo – 2
- Sem opinião - 3
- Concordo – 4
- Concordo totalmente – 5

Nesta fase a amostra das respostas utilizadas não é a de 208, mas sim de 190, pois foram retiradas 18 respostas nas quais o inquirido nunca tinha utilizado nenhum dos serviços da Economia da Partilha referidos no questionário. Esta divisão foi elaborada de modo a perceber as motivações apenas das pessoas que utilizam os serviços efetivamente e não da generalidade da população.

## ASSINALE O GRAU DE CONCORDÂNCIA COM AS SEGUINTE AFIRMAÇÕES



**Figura 12:** Gráfico de barras com o número de respostas a afirmar o grau de concordância com as afirmações acerca da Economia da Partilha e Economia Circular

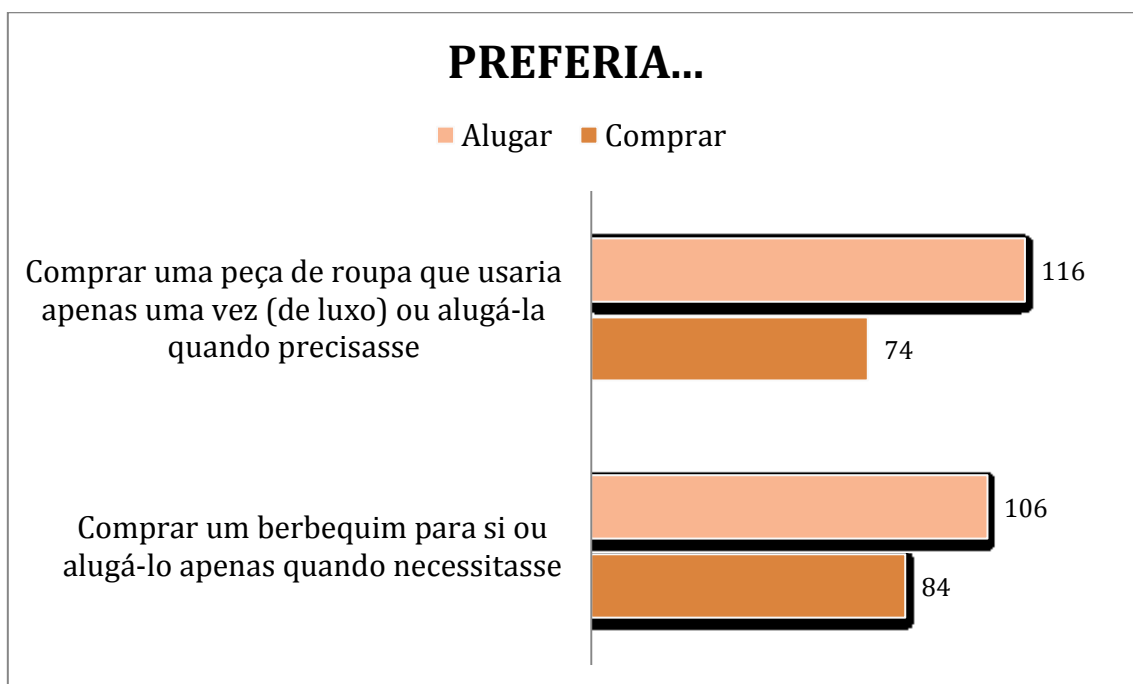
A afirmação “A reutilização de espaços ou objetos quando estes não estão a ser utilizados é importante” obteve uma média de respostas de 4,26, sendo valor máximo 5, ou seja, está entre o “Concordo” e “Concordo Totalmente”, sendo que todas as idades obtiveram médias de respostas semelhantes. A afirmação seguinte, “A redução do desperdício é importante para mim quando faço as minhas escolhas” registou um valor média de respostas de 3,97, considerando assim a resposta “Concordo” como a mais relacionada com os consumidores. Todas as faixas etárias registaram um grau de concordância aproximado deste, no entanto a faixa mais jovem registou uma média menor e

os indivíduos entre os 36 e 44 anos registaram a maior. A declaração “A Economia da Partilha é uma forma de diminuir o desperdício” obteve uma média bastante semelhante à primeira, apresentado o valor de 4,21 inserido no intermédio entre “Concordo” e “Concordo Totalmente”, tendo sido a variação entre faixas etárias também relativa. O valor médio das respostas alcançado pela afirmação “Com a adoção da Economia da Partilha os produtos são melhor utilizados” foi de 3,92, ou seja, “Concordo”, não havendo para assinalar, mais uma vez, discrepâncias de grande dimensão entre as diferentes idades. Por fim, quando apresentada a frase “Na compra de um produto/serviço se soubesse que a empresa em questão desenvolve ações no âmbito da Economia Circular isso influenciaria a minha escolha” a média de respostas foi de 3,23, aproximando-se, ao contrário das outras opções, da resposta “Sem opinião”. A média de respostas das faixas etárias mais velhas aproximou-se do “Concordo”, no entanto como a maioria dos inquiridos é de faixas etárias mais jovens o valor médio das respostas insere-se na opção anterior.

Em geral, as questões relacionadas diretamente com a Economia da Partilha receberam repostas mais favoráveis do que a única que apresenta uma relação com a Economia Circular, podendo existir uma ligação com a falta de conhecimento do segundo termo percepcionada pela figura 9, ou seja, caso os inquiridos não estejam familiarizados com o termo “Economia Circular” provavelmente não terão opinião formulada na última questão.

As primeiras quatro afirmações respondem diretamente ao terceiro objetivo secundário, caracterização das motivações do consumidor na escolha de negócios da economia partilhada, e a quinta afirmação responde ao quarto subobjetivo, o qual constata se as motivações da economia partilhada são as mesmas da economia circular. Começando pela análise do último objetivo, a maioria dos inquiridos não apresentou uma opinião formada acerca deste tema, muito possivelmente devido ao facto de não saber o que é Economia Circular,

logo a sua utilização direta não é influenciada na escolha da sua maioria. Em relação ao terceiro objetivo, grande parte das respostas já se traduz na opção “Concordo” ou até “Concordo totalmente” no caso da diminuição do desperdício. Assim, as afirmações apresentadas caracterizam bem a forma como os consumidores vêm os benefícios da Economia da Partilha e a sua possível motivação para os usar.

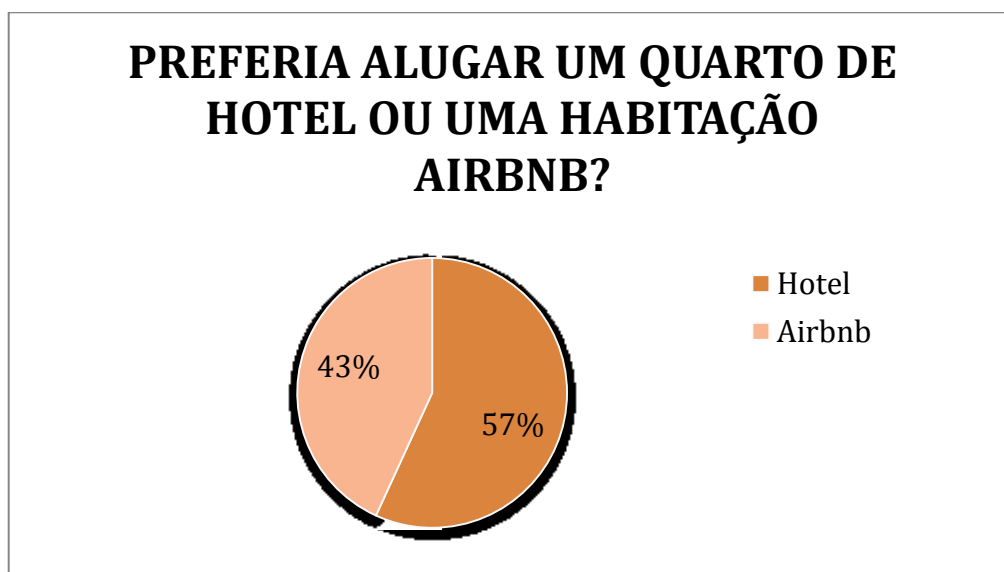


**Figura 13:** Gráfico de barras com o número de respostas acerca da preferência entre alugar e comprar berbequins ou roupa de luxo

A maioria dos inquiridos optou pela opção “alugar” nas duas hipóteses, peça de luxo e berbequim. No entanto, quando divididas pelo género, os valores alteram-se: a maioria dos homens que respondeu ao questionário, cerca de 56%, preferem comprar um berbequim ao invés de o alugar. Em termos de idades, todos os segmentos votaram maioritariamente na hipótese “alugar” para as duas opções, excepto os jovens entre os 18 e 24 anos que obtiveram igual

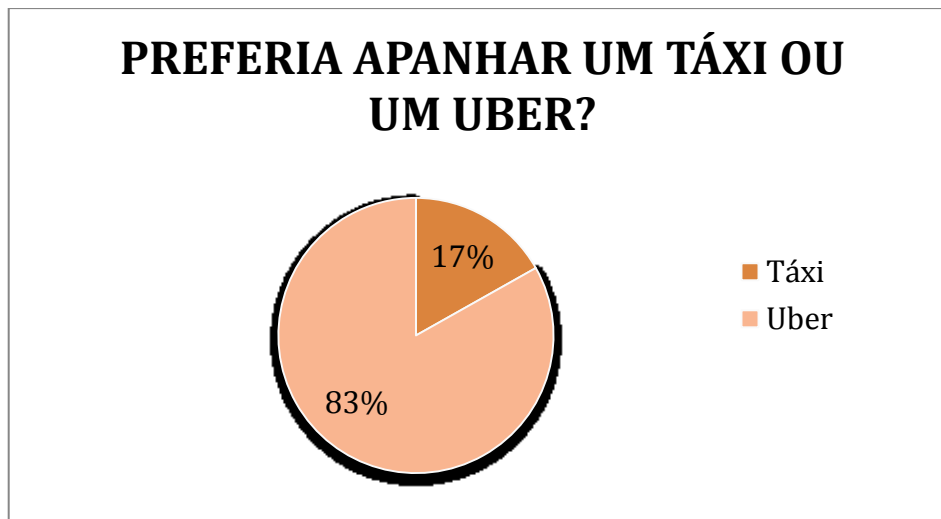
número de votos para a compra ou aluguer do berbequim, sendo novamente superior a contagem de alugueres quando referida a peça de roupa de luxo.

A ideia de possível aluguer em vez de compra representa uma poupança imediata para os cidadãos, sendo no contexto de crise económica importante para a tomada de decisão e, potencialmente um dos motivos que levaram à maioria da escolha da opção “Alugar”.



**Figura 13:** Gráfico circular com o número de respostas, em percentagem, acerca da preferência entre alugar um quarto no hotel ou no site Airbnb

A escolha nesta questão é unânime: a maioria dos inquiridos, independentemente da faixa etária a que pertencem, preferem alugar um quarto um hotel do que numa habitação Airbnb. A única faixa etária em que o valor de votos de aproxima de 50% entre as duas opções é a compreendida entre os 18 e 24 anos, mas mesmo assim estes preferem uma típica empresa de hospitalidade a um negócio pertencente à Economia da Partilha.



**Figura 14:** Gráfico circular com o número de respostas, em percentagem, acerca da preferência entre apanhar um táxi ou um Uber

Aqui acontece exatamente o oposto da questão anterior: grande parte dos indivíduos prefere utilizar o serviço referente à opção de partilha, como Uber ou Cabify, em vez do típico táxi. Neste tópico as diferenças são maiores, ou seja, há mais discrepância entre os indivíduos que preferem Uber ao táxi do que os usuários de hotéis. Na questão em análise, não existe nenhuma faixa etária nas quais ambas as respostas se aproximem uma da outra, ou seja, o mais próximo verificado é referente à faixa etária de entre os 36 e 44 anos, mas mesmo aqui apenas 33% dos mesmos escolheram a opção “táxi” e 67% a opção “Uber”.

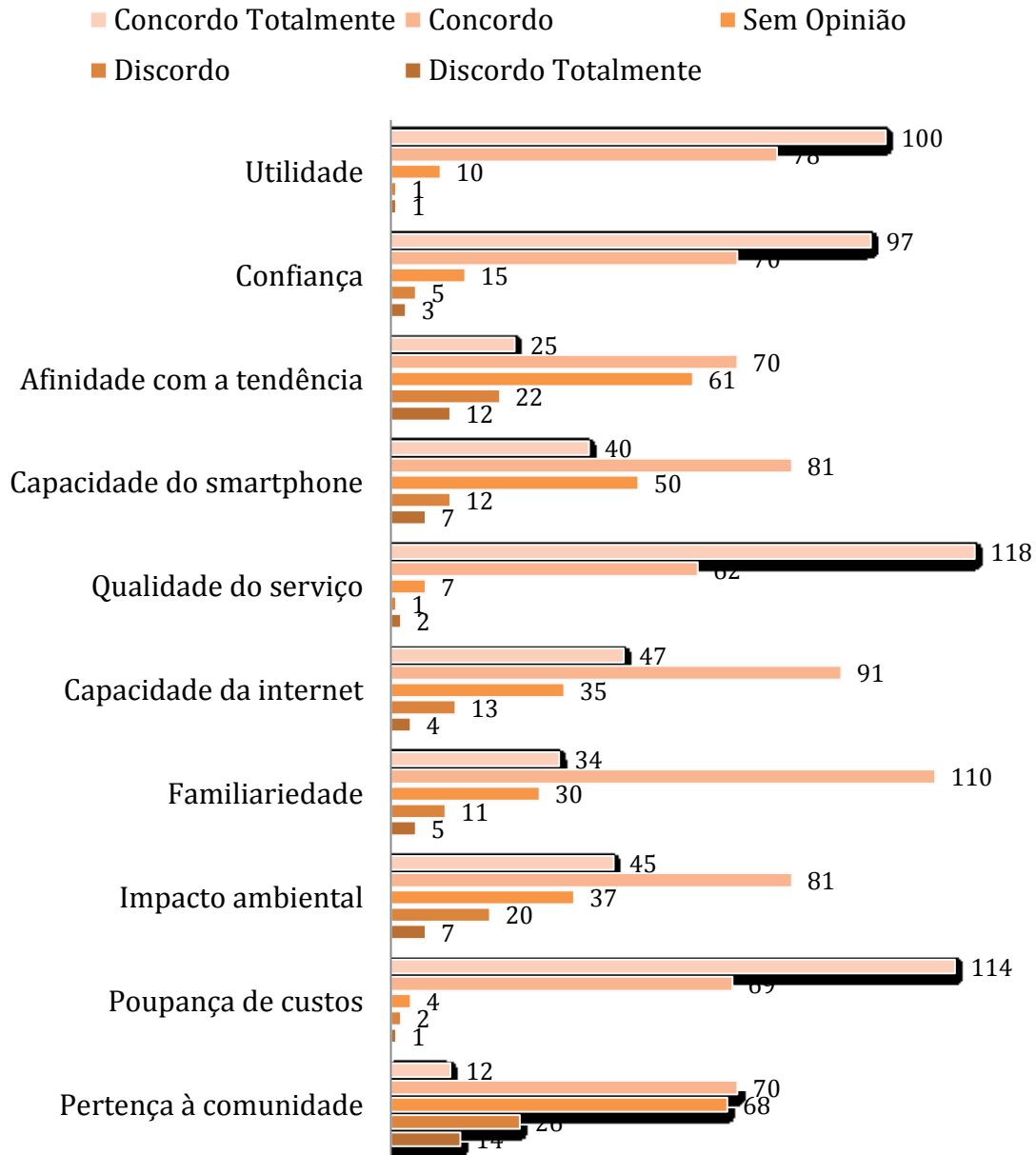
Apesar da generalidade dos indivíduos preferir o aluguer de quartos de hotel em vez de quartos de Airbnb, podemos constatar que os usuários de Uber são mais propícios a mudar a sua opinião em relação ao Airbnb, ou seja, a maioria de indivíduos que escolheu preferência neste serviço de habitação, cerca de 44%, escolheu também o serviço de ride-hailing, podendo aferir assim uma relação positiva entre os utilizadores dos dois negócios de Economia da Partilha.

A Uber é, de um modo geral, mais conhecida pela população portuguesa do que o Airbnb, uma das razões pela qual possivelmente a escolha do primeiro foi superior ao segundo. Em ambos existe, muitas vezes, poupança de custos, no

entanto a estadia numa habitação de terceiros difere mais conceito do que um hotel, em comparação com o Uber e Táxi, os dois um meio de transporte similar quando utilizados pela maioria das pessoas. Assim, os indivíduos poderão associar um quarto de hotel como um local mais privado do que uma habitação Airbnb, o que leva à escolha do primeiro.

As quatro questões anteriores, baseadas na premissa “Preferia” inserem-se no segundo objetivo secundário: Avaliar o grau de utilização e participação de negócios da Economia Partilhada e da Economia Circular. Assim, apesar de não ser uma participação verdadeira, mas sim potencial, verifica-se que a maioria prefere ter uma ação propícia da Economia Circular, o facto de alugar, ao invés de comprar, ou seja, o grau de possível utilização e participação é potencialmente exponencial. O mesmo acontece quando a escolha recai entre um veículo Uber ou um táxi, a maioria escolhe o uso do Uber. Tal escolha não ocorre, no entanto, quando a questão se foca num hotel ou habitação Airbnb, na qual a maioria prefere o hotel, indicando que neste caso o grau de participação é baixo.

## OS SEGUINTE DETERMINANTES SÃO IMPORTANTES PARA SI DURANTE O PROCESSO DE ESCOLHA DE UM SERVIÇO DE PARTILHA, COMO O AIRBNB OU UBER?



**Figura 15:** Gráfico de barras com o número de respostas sobre o grau de concordância com os determinantes da Economia da Partilha relevantes na escolha de um serviço de partilha

O determinante “Utilidade” obteve um valor médio de respostas de 4,45, inserido entre o “Concordo” e o “Concordo Totalmente”, sendo que todas as

faixas etárias foram ao encontro desta resposta, à exceção do inquirido entre os 45 e 60 anos que não manifestou opinião. As respostas à “Confiança” apresentaram um comportamento bastante semelhante ao determinante anterior, com um valor médio de 4,33 e todas as respostas a rondarem esse valor à exceção da geração mais velha em análise. A “afinidade com a tendência” não é dos determinantes mais importantes na opinião dos inquiridos, contando com uma média apenas de 3,39, mais próximo da opção “Sem opinião” do que do “Concordo”, tendo todos os inquiridos, em média, respondido à volta deste valor. Já a “capacidade do smartphone” e “capacidade da internet” obtiveram médias de resposta de 3,71 e 3,89, respetivamente, aproximando-se desta vez da opção “Concordo”, tendo sido todas as faixas etárias bastante unânimes quanto à “capacidade da internet”, mas mais dispersas a “capacidade do smartphone”, já que os inquiridos com idades entre os 36 e 44, em média, concordaram com a importância do determinante mas, por sua vez, o inquirido da faixa etária seguinte não apresentou opinião. A “Qualidade do serviço” e a “Poupança de custos” são bastante importantes segundo o valor médio de respostas: 4,54, mais próximo da opção “Concordo Totalmente”. Nestes dois determinantes, a única mudança nas respostas apresentou-se com a opção de “Sem opinião” e “Concordo totalmente”, pela ordem apresentada anteriormente, por parte do indivíduo da última faixa etária. A “familiaridade” obteve uma média de 3,83, próxima da opção “Concordo”. Os indivíduos entre os 36 e 44 anos concordaram com este determinante mas os inquiridos entre os 25 e 25 anos mostraram-se mais reticentes, aproximando-se da opção “Sem opinião” com uma média de 3,61. O “impacto ambiental” não é também dos determinantes mais importantes para o consumidor devido à sua média de 3,72. Pode ainda verificar-se que neste aspecto as faixas mais velhas mais conscientes, sendo que a média entre os 63 e 44 anos é de 4,33, no entanto, as faixas mais jovens não o são, obtendo médias

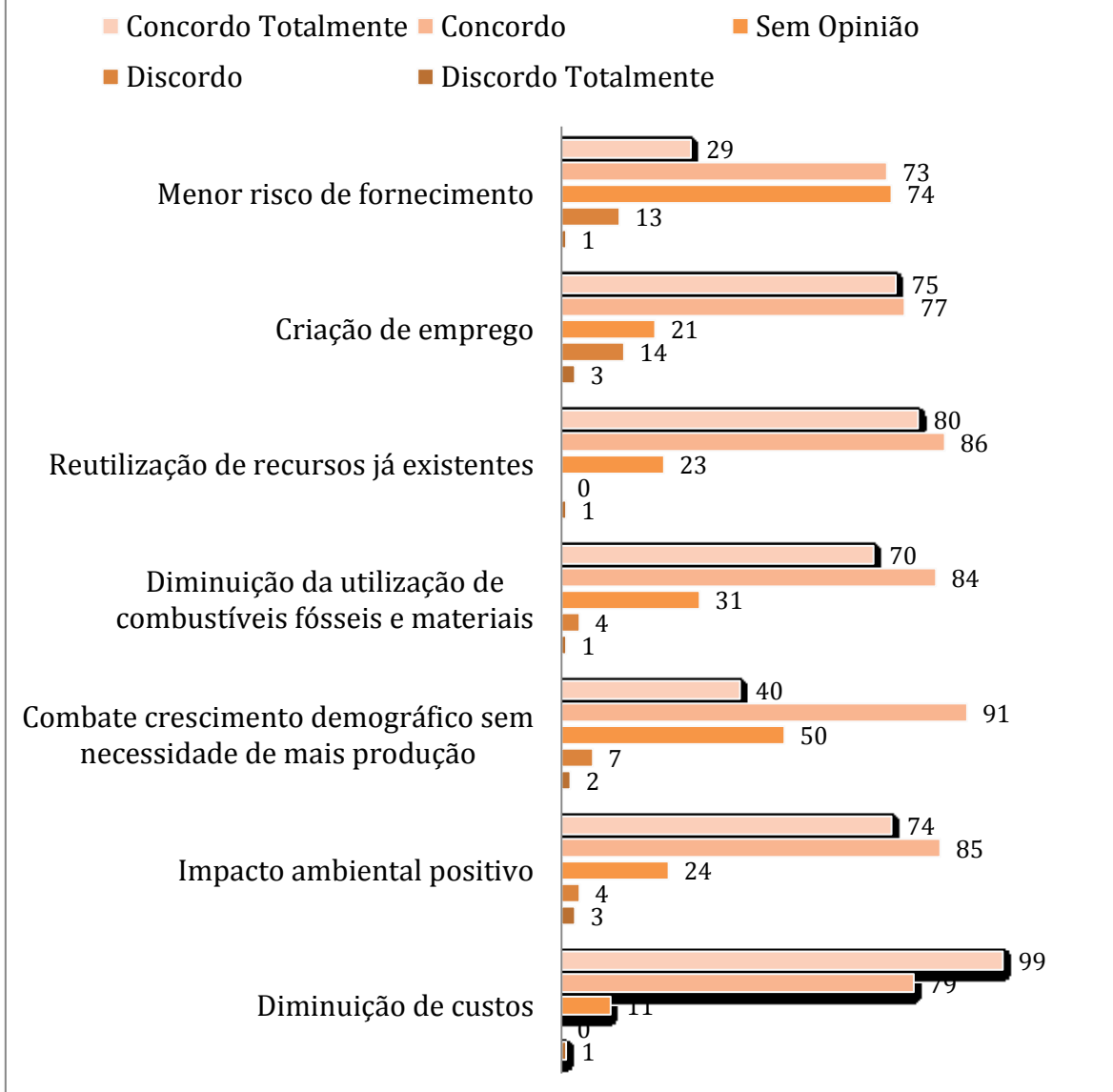
de resposta entre os 3,69 e 3,65, por ordem crescente de idade. Por fim, o determinante “pertença à comunidade” é o menos importante do ponto de vista do inquirido, obtendo um valor de apenas 3,21, bastante próximo de “Sem opinião”. Mais uma vez, os inquiridos com idade mais elevada têm este determinante em maior consideração, mas sempre entre as opções “Sem opinião” e “Concordo”.

Quando confrontados com a escolha de uma hipótese consoante a sua opinião acerca da importância dos determinantes apresentados, as respostas dos inquiridos não obtiveram grande oscilação entre elas, apresentando-se todas entre a opção “Sem opinião” e “Concordo totalmente”.

A utilidade, confiança, qualidade do serviço e poupança de custos foram os fatores que receberam mais votos na opção “Concordo Totalmente”. Estes quatro determinantes relacionam-se diretamente com a base na escolha de qualquer serviço, o melhor existente ao menor custo possível, de acordo com as necessidades de cada um e a reputação do serviço.

A resposta à importância dos determinantes insere-se no terceiro objetivo secundário, ligado à caracterização das motivações do consumidor na escolha dos negócios da economia da partilha. Podemos concluir que a maioria dos determinantes apresentados são importantes, pois as respostas forma na sua maioria mais perto do “Concordo” com a exceção da “Pertença da comunidade” e “Afinidade com a tendência”, nas quais a opinião maioritária é “Sem opinião”. Alguns dos determinantes são factores mais motivantes no que concerne a escolha pela utilização dos negócios, tais como a poupança de custos, a qualidade do serviço, a utilidade e a confiança. Por sua vez existem outros que apesar de serem factores motivadores não são tão fortes, tais como a capacidade de internet, a familiaridade, o impacto ambiental e a capacidade do smartphone.

## AS SEGUINTE CARACTERÍSTICAS DA ECONOMIA DA PARTILHA SÃO IMPORTANTES PARA SI?



**Figura 16:** Gráfico de barras com o número de respostas sobre o grau de concordância com as características da Economia Circular que podem influenciar a escolha de um negócio de partilha

A característica “Menor risco de fornecimento” alcançou uma média de 3,61, entre o “Sem opinião” e o “Concordo”, não apresentando discrepâncias significativas nas respostas dos inquiridos. Já a “Criação de emprego” foi apontada como um pouco mais importante com um valor médio de 4,09, ou

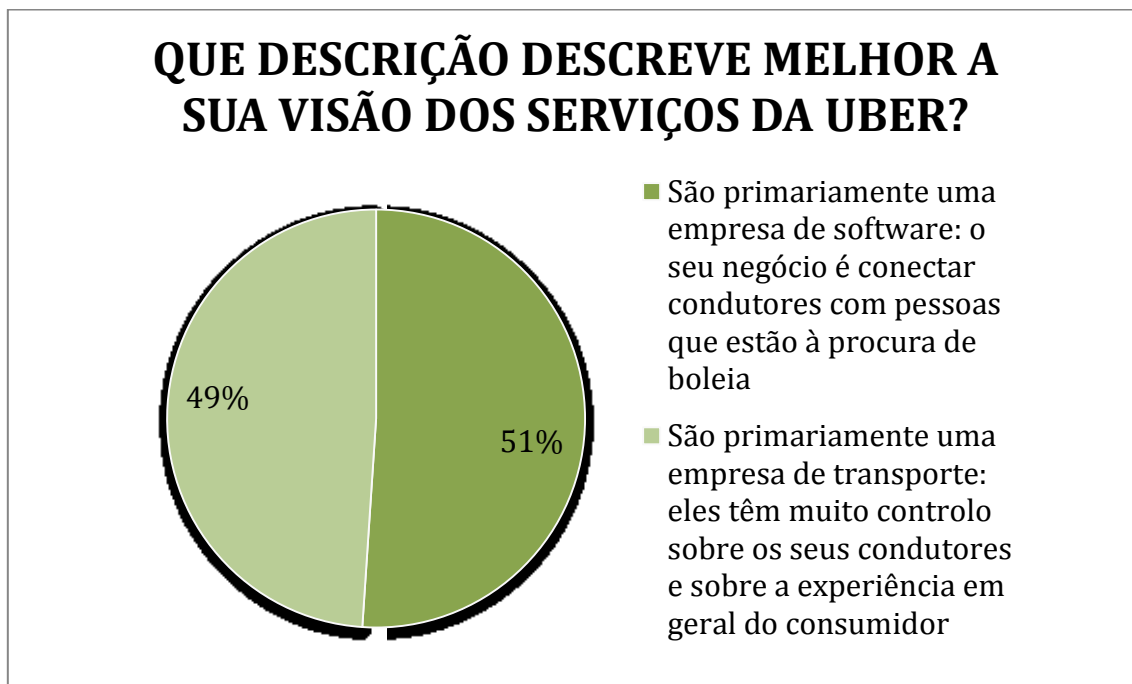
seja, “Concordo”. Neste atributo podem ser verificadas maiores diferenças nas opiniões dos indivíduos, já que os inseridos entre os 36 e 44 anos obtiveram uma média de respostas de 3,75 enquanto que o indivíduo mais velho optou por “Concordo Totalmente”. A “Reutilização de recursos já existentes” é um ponto importante na opinião dos inquiridos, com um valor médio de 4,28, entre o “Concordo” e “Concordo Totalmente”, sendo que a maioria dos inquiridos se manteve nesta média, mas subindo o grau de concordância à medida que a faixa etária progride. A “Diminuição da utilização de combustíveis fósseis e materiais” e o “Impacto ambiental positivo” são também atributos importante para os inquiridos, obtendo valores bastante semelhantes à característica anterior, média de 4,15 e de 4,17 respetivamente, assim como a sua evolução ao longo da idade. A característica “Combate crescimento demográfico sem necessidade de mais produção” obteve um valor médio de respostas de 3,84, entre “Sem opinião” e “Concordo”, mas mais próximo do segundo, tendo sido as respostas unânimes independentemente a faixa etária. O último atributo, “Diminuição de custos” é o mais importante para o inquirido, representado pela média de 4,45, entre “Concordo” e “Concordo Totalmente”, estando todas as idades compreendidas entre estas duas opções.

Em todas as características apresentadas é visível um aumento da importância consoante a faixa etária, ou seja, em todas as opções as faixas etárias entre os 36 e 44 e entre os 45 e 60 anos apresentaram valores médios de resposta superiores às faixas etárias entre os 18 e 24 anos e entre os 25 e 35 anos. A única exceção a este padrão ocorre na característica “Criação de emprego”, na qual a primeira faixa mais velha obteve a menor pontuação das quatro.

Nesta questão a única característica que recebeu maioritariamente a resposta “Concordo Totalmente” foi a “Diminuição de custos”, novamente relacionado com a crise económica e a necessidade de poupar dinheiro, logo sempre que possível os indivíduos escolhem opções com o menor preço.

No aspecto da importância das características, o objetivo secundário subjacente é o quarto, relacionado com a constatação do facto de as motivações da economia da partilha serem as mesmas da economia circular. Assim foram utilizados benefícios típicos da Economia Circular e associados como sendo características da Economia da Partilha de forma a perceber se a relação se mantém. Neste âmbito todos os atributos obtiveram uma média de resposta superior a 3,5, ou seja, mais perto do mínimo de “Concordo”, logo são todos considerados importantes na escolha. Nenhuma das características se posicionou na resposta “Concordo Totalmente”, no entanto algumas obtiveram valores superiores de grau de importância, como é o caso da diminuição de custos, reutilização de recursos já existentes, impacto ambiental positivo e diminuição da utilização de combustíveis fósseis e materiais. As restantes alcançaram médias menores, como a criação de emprego, combate ao crescimento demográfico sem necessidade de mais produção e menor risco de fornecimento. Apesar disso, tendo todas as respostas obtido resultados de importância elevados, pode-se constatar que, regra geral, as motivações da economia da partilha são as mesmas da economia circular.

### 3. Uber



**Figura 17:** Gráfico circular com o número de respostas, em percentagem, da visão dos inquiridos da definição do serviço da Uber

A escolha pela melhor descrição dos serviços da Uber apresenta uma distribuição igualitária, apenas com 2% de separação a favor da visão por uma empresa de software. Em relação à distribuição das respostas por idades, apenas os inquiridos entre os 25 e os 35 anos escolheram maioritariamente a opção de empresa de transporte, sendo que os valores não oscilam muito. Relativamente às habilitações literárias, os três inquiridos pertencentes a este grupo responderam a primeira opção, ou seja, 100% dos mesmos. Os indivíduos com mestrado e com apenas o 12º ano também seguiram, na sua maioria, esta via, sendo que a distribuição de respostas foi, mais uma vez, igualitária numa certa escala.

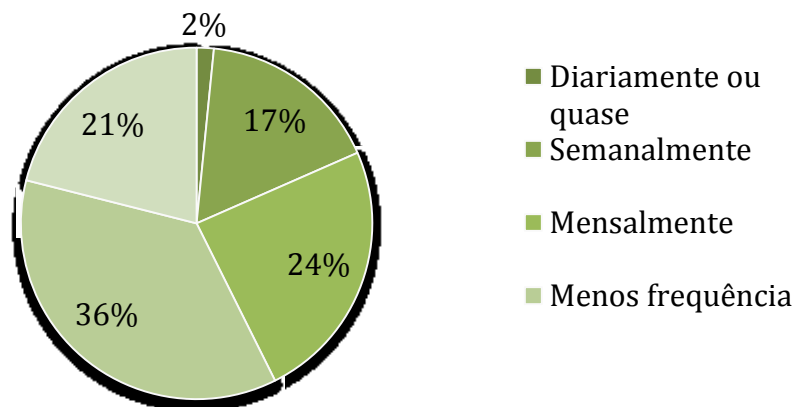
Relacionando com a figura 14, a maioria dos inquiridos que vêm a Uber como uma empresa de software são os mesmos que preferem usar este serviço em vez dos táxis. Do mesmo modo, a generalidade dos indivíduos que atribui

características de uma empresa de transporte à Uber prefere apanhar um táxi quando necessita. Existe, assim, uma ligação entre a forma como o serviço é visto pelos indivíduos e a sua consequente preferência de utilização.

O facto de a maioria dos inquiridos ser de uma faixa etária jovem e com, pelo menos, o ensino superior, demonstra a correta percepção do serviços, pois muitas vezes são pessoas informadas que percebem uma diferença entre a Uber e os tradicionais táxis.

Esta questão insere-se no objectivo secundário um, ou seja, na caracterização do grau de conhecimento do consumidor sobre Economia Circular e Economia da Partilha. Assim, a forma como os utilizadores percebem o tipo de serviço representa uma parte do conhecimento que têm do mesmo. Relacionando com os serviços de “ride-hailing” como Uber ou Cabify, as respostas foram divididas igualmente, apenas 50% escolheu a opção que melhor caracteriza o serviço, sendo essa “São primariamente uma empresa de software: o seu negócio é conectar condutores com pessoas que estão à procura de boleia”. Deste modo, conclui-se que a visão do serviço é feita de forma bastante equivalente à dos tradicionais táxis, empresas de transporte, o que não é necessariamente verdade.

## COM QUE FREQUÊNCIA USA SERVIÇOS DE "RIDE-HAILING" COMO UBER OU CABIFY?



**Figura 18:** Gráfico circular com o número de respostas, em percentagem, sobre a frequência do uso dos serviços de "ride-hailing"

Uma percentagem considerada elevada dos indivíduos nunca usou qualquer tipo de serviço de "ride-hailing", cerca de 21% o que equivale a 40 inquiridos. A maioria destes não utilizadores pertence à faixa etária entre os 18 e 24 anos, 40% dos mesmos, seguindo-se de uma taxa de não utilização de 28% por parte da faixa seguinte. No entanto, apenas 20% do total de inquiridos entre os 18 e 24 anos nunca usaram enquanto que o valor para a faixa seguinte é superior, alcançando cerca de 22%. Esta taxa sobe para 25% quando analisada as respostas dos indivíduos entre os 36 e 44 anos, ou seja, há medida que a faixa etária aumenta a taxa de não utilização também aumenta.

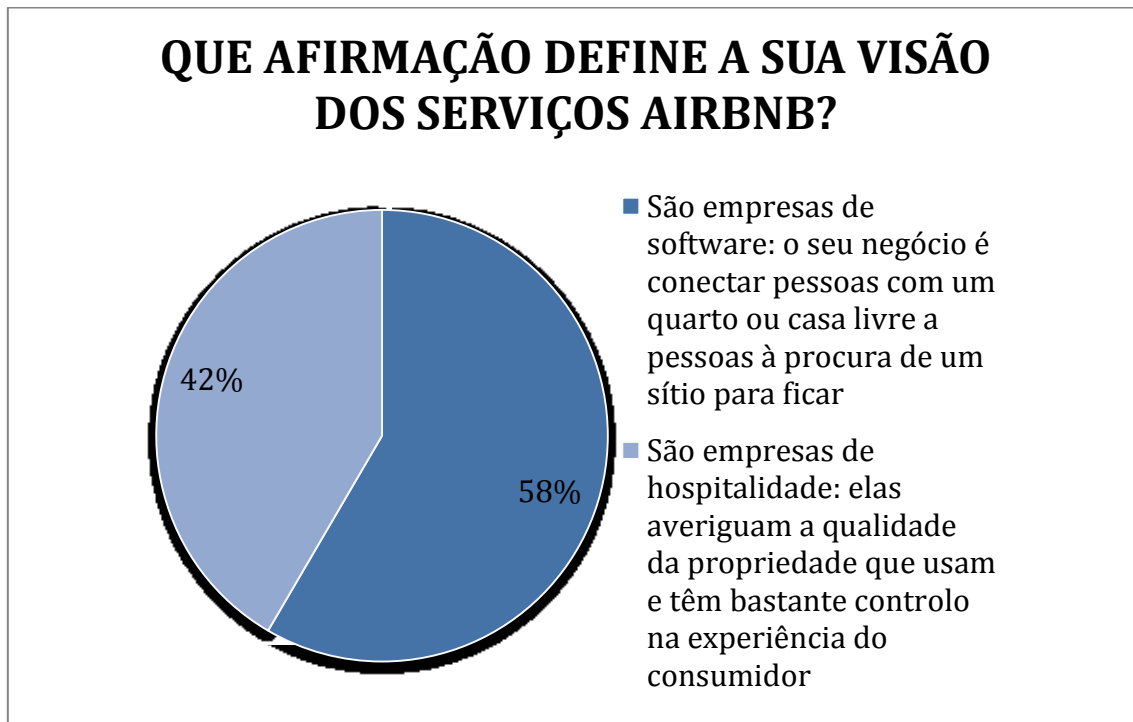
O facto de utilizarem o serviço com maior ou menor frequência pode influenciar a forma como caracterizam o serviço. Dos inquiridos que utilizam diariamente, 67% considera uma empresa de software. Quem utiliza apenas semanalmente ou mensalmente atribui mais características de uma empresa de transporte a esta, sendo, no entanto, as diferenças de votos baixas, rondando entre os 40% e os 60%. Pode-se ainda inferir que as pessoas que nunca utilizaram o serviço provavelmente não o fizeram devido à visão como sendo

uma empresa de software, já que o cruzamento entre as respostas atingiu valores de 50% para ambas as definições do serviço.

A taxa de utilização periódica destes serviços não é elevada, potencialmente devido à necessidade de relacionar a aplicação com um cartão de crédito, um meio que muitos jovens não possuem e o comodismo de adicionar outras formas de criação de meios de pagamento leva à pouca utilização do mesmo.

A frequência do uso do serviço remete para o segundo subobjetivo: avaliar o grau de utilização e participação de negócios da Economia Partilhada e da Economia Circular. Neste âmbito, a fatia maior pertence a indivíduos que nunca usufruíram do serviço e a menor aos que o fazem diariamente. Se analisarmos as percentagens até à utilização mensal, concluímos que apenas 43% dos inquiridos estão nesta situação, o que não representa um valor elevado dado o espaço temporal em análise.

## 4. Airbnb



**Figura 19:** Gráfico circular com o número de respostas, em percentagem, da visão dos inquiridos da definição do serviço da Airbnb

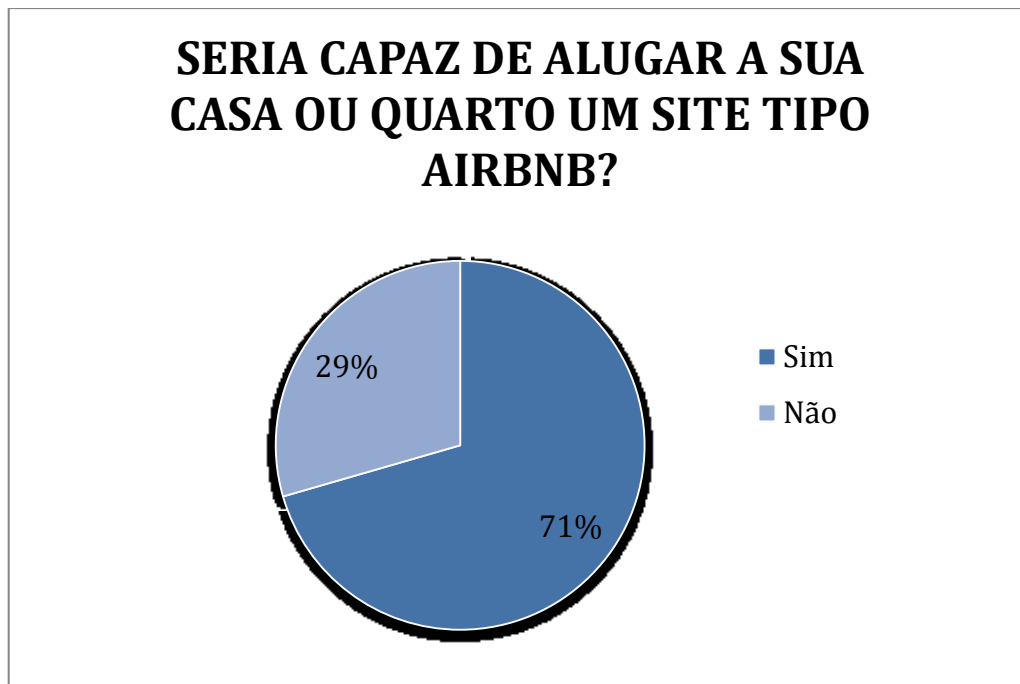
Neste caso, verifica-se uma unanimidade na opção escolhida: todas as faixas etárias escolherem maioritariamente a visão de uma empresa de software, sendo que a faixa entre os 36 anos e 44 anos a percentagem entre as duas opções foi de metade para cada. Mais uma vez, tendo em conta as habilitações literárias, todos os grupos escolheram a opção de empresa de software na generalidade, não tendo havido as diferenças de opinião verificadas na figura 17. Os indivíduos que definiram a Uber como uma empresa de software definiram o Airbnb na mesma medida, havendo homogeneidade na visão dos negócios, com cerca de 75%. No entanto, a maioria dos inquiridos que definiram a Uber como uma empresa de transporte não optaram pela mesma via em relação ao Airbnb, ou seja, a sua maioria optou na mesma por uma empresa de software, sendo aqui a

percentagem menos com 59%. Assim, independentemente da visão da Uber de cada indivíduo, a sua visão do Airbnb mantém-se.

A visão do modelo de negócio não influencia a preferência entre alugar um quarto de hotel ou um quarto no Airbnb, apresentado na figura 13, isto porque independentemente da descrição escolhida, os inquiridos preferiram sempre, na sua maioria, alugar um quarto de hotel. No entanto, verifica-se também que quando a visão da empresa recai no parâmetro da hospitalidade, os valores entre a escolha aproximam-se: 52% prefere alugar um quarto e 48% prefere alugar um Airbnb, face aos 60% e 40% respetivamente escolhidos pelos inquiridos que assinalaram a visão de empresa de software.

As respostas a esta questão demonstraram um comportamento e possíveis causas idênticas à pergunta da figura 17, mas neste caso, sendo a percepção do serviço mais diferenciada do típico hotel, as respostas mostraram essa diferenciação, através do aumento da percentagem de respostas relacionadas com uma empresa de software.

A definição dos serviços de partilha de habitação Airbnb, tal como na questão relativa à Uber, insere-se no subobjetivo 1. Nesta pergunta, as respostas foram mais ao encontro da afirmação certa, com mais de metade dos inquiridos, cerca de 58% a afirmarem ser uma empresa de software. Assim, o tipo de negócio em questão, apesar de não ser entendido por todos, é pela maioria, o que, ao contrário da Uber, é uma nota positiva.



**Figura 20:** Gráfico circular com o número de respostas, em percentagem, acerca da possibilidade de alugar a própria habitação em plataformas como Airbnb

A opção assinalada para esta questão é maioritariamente “sim”. O mesmo acontece quando os valores obtidos são desagrupados consoante a resposta dada à questão anterior, concluindo que a visão não é o fator que mais afeta a decisão de alugar a própria habitação na plataforma. Em relação às idades e a sua relação com a escolha, verifica-se que 100% dos inquiridos com idades compreendidas entre os 46 e 60 anos seriam capazes de alugar a sua casa ou quarto nesta plataforma. Verifica-se ainda que as idades com menos predisposição para tal são as inseridas entre os 25 e 35 anos, nas quais apenas 59% o fariam, valor alto, mas menor do que o das restantes faixas etárias.

Alugar um quarto ou uma habitação é uma forma de ter rendimentos sem necessariamente ter mais gastos, pois o ativo já existe. Deste modo, e também relacionando o facto de a maioria dos inquiridos, pela sua idade, possivelmente não apresentar casa própria, que seja sua propriedade, a opção de receber um rendimento extra é apreciada pela maioria dos inquiridos, sem constrangimento de possível estrago da habitação, pois esta não é sentida como sua.

A possibilidade de alugar a própria habitação neste tipo de sites enquadra-se no segundo objetivo secundário, com a avaliação do grau de utilização. Apesar de nesta questão a utilização não ser real, mas sim hipotética, as respostas foram bastante positivas com mais de um terço dos inquiridos a concordar com o aluguer, estando assim bastante ativos na possível participação do negócio.

De um modo geral, os resultados obtidos pelo questionário foram ao encontro das respostas esperadas, sendo também de notar que as características e determinantes mais importantes para o inquirido em análise foram os que influenciam o seu dia-a-dia, como é o caso do custo do serviço, da sua utilidade e da sua qualidade, por um lado, e a criação de emprego, combate ao crescimento demográfico e utilização de recursos já existentes, por outro lado.

Através da apresentação dos resultados foi possível responder aos objetivos do questionário definidos previamente à execução do mesmo e também como uma base de apoio real para responder aos objetivos do trabalho, incluindo a questão de investigação.



# Capítulo 4

## Discussão dos resultados

O capítulo “Discussão dos resultados” tem como principal objetivo responder aos objetivos do trabalho, ou seja, dar resposta através a revisão de literatura e dos resultados encontrados nos questionários, às metas propostas inicialmente, nomeadamente:

1. Apresentar uma caracterização da Economia Circular e seus benefícios;
2. Apresentar uma caracterização da Economia da Partilha e seus benefícios;
3. Identificar uma relação teórica entre a Economia Circular e a Economia da Partilha;
4. Identificar motivações dos clientes no uso de negócios de partilha;
5. Identificar relação entre motivações da Economia da Partilha e da Economia Circular, segundo a literatura.

Sendo a questão de investigação “Tendo em conta as preocupações sociais, económicas e ambientais inerentes à Economia Circular e Economia da Partilha, qual o impacto que estas características têm na escolha do consumidor?” subjacente a todo o trabalho desenvolvido, esta enquadra-se em todos os objetivos propostos, mas com maior especificidade no quinto, o qual pretende relacionar as motivações reais dos utilizadores destes negócios com os benefícios teóricos deste modelo económico.

## 1. Apresentar uma caracterização da Economia Circular e seus benefícios

A Economia Circular é um modelo económico que altera a forma de utilização dos recursos na economia, já que através da diminuição do desperdício estes poderiam voltar a ser utilizados como *inputs* noutros processos produtivos e seria ainda possível e recomendável a reparação, reutilização e melhoramento dos produtos existentes (Preston, 2012) através do redesenho da sua forma de produzir e utilizar (Schulte, 2013). Esta abordagem não defende apenas a alteração no desenho dos produtos, materiais, sistemas de produção e modelos de negócio subjacentes, mas também o foco no uso de energias renováveis, eliminação de químicos prejudiciais e ainda a redução de desperdício (Macarthur, 2013). Desta forma, a Economia Circular permite que uma economia próspera e um meio ambiente saudável existam ao mesmo tempo (Pearce & Turner, 1990). Este modelo económico baseia-se em três fundamentos principais: supressão total desperdício, diferenciação entre componentes consumíveis e componentes duráveis inseridos num produto e utilização de energias renováveis em primeira instância (Macarthur, 2013).

Existem quatro ciclos principais presentes na economia que são adotados por este modelo económico, sendo estes a reutilização, reparação, recondicionamento e a reciclagem. Os três primeiros ciclos baseiam-se na utilização de produtos ou constituintes destes previamente usados como base para a criação de novos produtos, enquanto que o quarto ciclo utiliza partes dos produtos como matéria-prima (W. R. Stahel, 1982). A partir destes ciclos, seis diferentes tipos de negócio podem ser desenvolvidos, cada um com base numa característica da Economia Circular: regeneração,

partilha, otimização, circulação, virtualização e troca – estrutura ReSOLVE (Heck & Rogers, 2014 in Ellen MacArthur Foundation, 2015).

A Economia Circular apresenta benefícios não só a nível económico, mas também a nível ambiental e social. As empresas e economias que adotarem este modelo irão ter poupanças monetárias nos materiais utilizados, abrandamento da volatilidade no preço das matérias primas e no risco de fornecimento. A empregabilidade irá também ser beneficiada através da criação de emprego (Macarthur, 2013) e será perceptível uma diminuição do gás que causa o efeito de estufa, melhorando assim as condições ambientais (W. R. Stahel, 2014). Deste modo, as vantagens da utilização desta abordagem são visíveis a vários níveis, não só no campo operacional, mas também no foro estratégico da organização, e não só na indústria mas também a nível dos consumidores. Como consequência existirá um aumento da eficiência e uma aceleração na inovação (Macarthur, 2013).

De acordo com o inquérito realizado, apenas 35% dos inquiridos conhece o termo “Economia da Partilha”, uma percentagem relativamente baixa, pois não alcança metade dos indivíduos representados. Relativamente aos 3R’s que caracterizam este modelo económico, sendo eles reciclagem, reutilização e reparação, a ação praticada com maior regularidade é a reciclagem, na qual mais de metade dos inquiridos, cerca de 74%, a levou a cabo na última semana. A reutilização de bens e reparação dos mesmos obteve na sua maioria de respostas entre o horizonte temporal “Última semana” e “Último mês”, fatores positivos, principalmente devido ao facto de, muitas vezes, a possibilidade de reparação ou reutilização ocorre com menor frequência do que reciclagem, logo os inquiridos não terão oportunidade de as realizar com tanta regularidade.

## 2. Apresentar uma caracterização da Economia da Partilha e seus benefícios

A Economia da Partilha, também denominada por Consumo Colaborativo, é, de forma geral, uma atividade originada de pessoa para pessoa, na qual existe obtenção, doação ou partilha de bens e serviços, sempre através de uma plataforma online (Hamari et al., 2014). Existem duas características principais presentes em todas as formas de negócios de partilha: concessão de acesso de um bem ou serviço num período de tempo curto, sempre sem existir algum tipo de propriedade transmitido e ainda dependência do uso de internet (Nica & Potcovaru, 2015). O rápido crescimento deste tipo de negócios foi alcançado, não só pelos avanços tecnológicos e pela atual dependência da internet, mas também pelas crises económicas que levaram à maior necessidade de poupar dinheiro. Ainda, o crescimento da consciência da importância de boas práticas ambientais e sociais levaram à mais rápida disseminação da Economia Colaborativa (Preston, 2012).

De forma geral, na Economia da Partilha existe troca direta entre dois indivíduos, podendo esta troca ser realizada através de várias formas: venda, revenda, aluguer, subscrição, copropriedade, investimento/empréstimo, troca, doação e empréstimo. À exceção das três últimas formas que não envolvem qualquer tipo de pagamento, as restantes têm sempre subjacente a utilização de dinheiro como contrapartida, quer seja a nível de pagamento ou a outro nível monetário (Owyang et al., 2013).

Como alternativa à tradicional necessidade de compra de um bem ou serviço de forma a ter acesso ao mesmo, na Economia Partilhada os utilizadores possuem os benefícios de posse mas a custos menores e sem necessidade de propriedade, tendo apenas o seu acesso (Botsman and

Rogers, 2010 in Henwood, 2015), reduzindo, deste modo, o consumo excessivo praticado atualmente (Armstrong & Lang, 2013 in Pedersen & Netter, 2013). O facto da Economia da Partilha ter como um dos seus pilares a tecnologia, potencializa uma constante evolução desta área e inovações sucessivas, mudanças positivas para o indivíduo em geral, já que são capazes de criar valor económico, ambiental e social e permitem em grande parte uma utilização mais eficiente de recursos (Martin, 2015).

Assim, de um modo geral, a Economia da Partilha permite a existência de uma maior poupança por parte do indivíduo, o acesso a recursos que de outra forma não seria possível serem adquiridos e ainda gera um impacto ambiental positivo devido à reutilização ao invés de aumento da produção.

O termo “Economia da Partilha” foi o selecionado como o mais familiar pela maioria dos inquiridos, cerca de 57% dos mesmos. O termo “Consumo Colaborativo”, análogo ao anterior, foi assinalado como conhecido apenas por 26% dos indivíduos, valor bastante menor comparativamente ao termo “Economia da Partilha”. Deste modo, a Economia da Partilha é bastante conhecida pelos inquiridos, ao invés do Consumo Colaborativo. No entanto, ambos os termos poderiam ser mais familiares, principalmente devido ao facto de a maioria dos inquiridos ser jovem e com qualificações superiores. Em relação aos serviços de partilha, concluiu-se que os mais utilizados são os serviços de compra e venda de produtos usados e serviços de *ride-hailing*, os únicos nos quais a resposta positiva à utilização supera a resposta negativa. Do ponto de vista contrário, serviços de partilha de bicicleta e serviços de partilha de carro apresentam taxas de utilização muito baixas, possivelmente devido ao facto de a sua propagação em Portugal ser menor e a maioria dos inquiridos habitar em território nacional. A maior parte dos indivíduos prefere alugar peças de roupa de luxo e berbequins, comparativamente à opção “Comprar”, sendo assim um ponto positivo para

a Economia da Partilha, pois fomenta a reutilização de bens e prolongamento do seu tempo de vida. No mesmo ponto de vista, quando proposta a escolha entre um serviço tradicional de transporte ou um Uber e entre um serviço de hospitalidade e uma habitação Airbnb, as escolhas dividiram-se: a maioria dos inquiridos prefere utilizar os serviços da Uber, representante da Economia Circular, no entanto escolha um Hotel quando a questão é acerca dos serviços de hospitalidade. Neste caso, a escolha exercida não vai ao encontro do tema estudado.

### 3. Identificar uma relação teórica entre a Economia Circular e a Economia da Partilha

A Economia Circular, baseada normalmente em 3 R's, reciclagem, reutilização e recuperação, apresenta melhores consequências com a reutilização ao tirar proveito de serviços ao longo de todo o ciclo de vida dos produtos (W. R. Stahel, 2014) sendo para tal necessário a produção de bens duráveis de forma a poderem ser arrendados, alugados ou partilhados até ser esgotado todo o seu potencial (Macarthur, 2013).

A aplicação da Economia Circular gera a necessidade de desenvolver novos modelos de negócio, sendo esta uma das áreas principais que é afetada com a incrementação de novas práticas, já que se enfatiza a importância da substituição do consumo normal pelo uso consoante a necessidade e do aumento da possibilidade de acesso sem obrigação de propriedade (Macarthur, 2015b). Vários modelos de negócio desenvolvidos em torno da Economia Circular são a base da Economia da Partilha, ou seja, regem-se pelas suas características, tais como (Planing, 2014):

- Modelo de acesso/ consumo colaborativo: no qual a organização dá ênfase à possibilidade de aceder ao produto/ serviço em vez de ser o seu proprietário;
- Plataformas de partilha: complemento do modelo de acesso, as plataformas de partilha são definidas como os meios tecnológicos que tornam possível não só o uso e acesso, mas também a propriedade dos produtos;
- Produto como serviço: proporcionar acesso a produtos, através da transformação dos consumidores em usuários, tornando possível a internalização dos benefícios existentes nos recursos, muitas vezes complementadas também pelo modelo anterior.

Na mesma linha de pensamento, a estrutura ReSOLVE, apresentada anteriormente, define um dos modelos económicos relacionados com a Economia Circular, o modelo da Partilha, o qual se caracteriza pela partilha de bens, reutilização e uso dos mesmos em segunda mão e ainda o prolongamento do ciclo de vida devido ao aumento da manutenção, desenho dos produtos para este fim e durabilidade (Heck & Rogers, 2014 in Ellen MacArthur Foundation, 2015).

Se o objetivo é abrandar o ciclo de uso de recursos, este pode ser alcançado através da reutilização, nomeadamente possibilitando o uso de bens e serviços sem a obrigação de os possuir fisicamente (Bocken et al., 2016).

A Economia da Partilha defende a utilização máxima possível dos recursos e ativos já existentes, ao invés da maximização da produção ou consumo (Rowe, 2016), tal como a Economia Circular que se centra na redução do desperdício alcançado através da efetiva utilização de *inputs*.

Através do questionário foi concluído que ações no âmbito da Economia Circular não influenciam a escolha relativamente a negócios de partilha, pois a maioria dos inquiridos não apresentou opinião acerca desta relação.

#### 4. Identificar motivações dos clientes no uso de negócios de partilha

As motivações dos clientes que os levam a utilizar negócios da Economia da Partilha foram divididas em duas partes no questionário elaborado, uma na qual se questiona a importância para cada usuário de alguns benefícios da Economia da Partilha e outra acerca de fatores que podem determinar a escolha de um negócio de partilha.

Na primeira parte, foram identificados três grandes benefícios da Economia Colaborativa, benefícios estes que têm relação direta com a Economia Circular:

1. Reutilização de espaços e objetos quando não são usados;
2. Redução do desperdício;
3. Melhor utilização dos produtos.

Todas estas vantagens da utilização deste tipo de negócios são importantes para o utilizador, pois no grau de importância escolhido, a média das respostas foi “Concordo”, ou seja, podem ser consideradas como fontes de motivação. No entanto, enquanto que o segundo e terceiro benefício alcançaram valores de importância idênticos, situados no grau indicado anteriormente, o primeiro benefício foi cotado como mais importante, situando-se novamente na linha do “Concordo”, mas apresentando valores de importância superiores.

Na segunda parte, foram apresentados um conjunto de dez determinantes que possivelmente influenciam a escolha de um serviço de partilha, sendo estes

atributos relacionados diretamente com a Economia da Partilha – utilidade, confiança, afinidade com a tendência capacidade do smartphone, qualidade do serviço, capacidade da internet, familiaridade, pertença à comunidade - e apenas dois deles apresentam relação com os benefícios da Economia Circular: impacto ambiental e poupança de custos. A maioria dos determinantes foram definidos como, no mínimo, importantes, através da analogia à opção “Concordo”. No entanto, os determinantes “Afinidade com a tendência” e “Pertença à comunidade” aproximaram-se, em média na sua maioria, da resposta “Sem opinião”, não sendo, assim fatores motivadores importantes. No ponto de vista oposto, os fatores que foram considerados como mais motivantes para a escolha dos usuários foram a “Utilidade”, “Confiança” e “Poupança de custos”, sendo reconhecido como principal o último. Os restantes fatores são importantes, mas não em elevada escala, aproximando-se do “Concordo”, mas sempre com valores abaixo do mesmo.

## 5. Identificar relação entre motivações da Economia da Partilha e da Economia Circular, segundo a literatura

Com o intuito de responder a este objetivo, foram utilizados sete benefícios principais da Economia Circular e apresentados como características da Economia da Partilha, de forma a relacionar os benefícios de um como fatores motivacionais para a utilização de outro. Os benefícios apresentados foram os seguintes:

1. Diminuição do risco de fornecimento;
2. Criação de emprego;
3. Reutilização de recursos já existentes;
4. Diminuição da utilização de combustíveis fósseis e materiais;

5. Forma de combate ao crescimento demográfico sem necessidade de maior produção;
6. Impacto ambiental positivo;
7. Diminuição de custos.

Deste conjunto de características, as únicas que não foram definidas com uma opinião média acima de “Concordo” foram a primeira e a quinta, sendo que a última obteve um valor perto do 4 (“Concordo”). Os restantes benefícios obtiveram valores de importância bastante elevados, tendo a “Diminuição de custos” sido definida como a característica mais importante na escolha de um negócio de partilha.

Assim, pode-se concluir que todos os benefícios intrínsecos ao modelo económico da Economia Circular são também benefícios para os clientes dos serviços de partilha, sendo por isso fatores importantes na escolha do serviço, ou seja, são fatores motivacionais na escolha. Destas características, as mais importantes para os usuários, de forma geral, são a sétima, a terceira, a sexta e a quarta com diferença bastante relativa nos valores e, por último, a segunda característica.

# Capítulo 5

## Conclusões

A dissertação, realizada no âmbito de estágio curricular na empresa Inovamais, propõem-se a responder a cinco objetivos principais, relacionados com a Economia da Partilha, Economia Circular e relação entre ambas, do ponto de vista da motivação dos clientes, através da realização de um estudo exploratório.

Os três primeiros objetivos definidos relacionam-se diretamente com a revisão bibliográfica realizada, pois têm como finalidade principal apresentar possíveis definições e benefícios dos temas do ponto de vista literário, assim como a relação entre ambos. A teoria foi complementada pela prática, através da realização de um questionário, no qual os benefícios e o conhecimento dos temas foi considerado e utilizado como ferramenta de análise como forma de resposta aos objetivos. Deste modo, conclui-se que a Economia da Partilha, um modelo de negócio desenvolvido a partir dos princípios da Economia Circular, é conhecida pela maioria dos inquiridos. Os mesmos indivíduos mostraram uma prática mais substantiva da reciclagem em detrimento dos restantes dois R's, reutilização e reparação, apesar de todas terem obtidos resultados positivos do ponto de vista da sua execução.

Os últimos dois objetivos, recorrem mais diretamente ao questionário, pois são focados no ponto de vista do cliente relativamente às suas principais motivações. Analisando apenas a Economia da Partilha, os inquiridos definiram como principais motivações para o uso de um serviço a qualidade do mesmo, utilidade, poupança de custos e confiança. A reutilização de espaços e objetos que não são utilizados, a redução do desperdício e a poupança de custos são as

motivações com relação direta com os benefícios da Economia Circular mais importantes para o cliente, no momento de escolha de um negócio de partilha, apesar de, modo geral, todos os benefícios apresentarem um grau de importância para o cliente.

Desta forma, os objetivos definidos foram respondidos na dissertação em questão, através da revisão bibliográfica concebida e da recolha de dados primários com suporte a um questionário *online*, sendo posteriormente analisados e relacionados no âmbito proposto.

Ao longo do trabalho realizado, algumas limitações foram encontradas. Por um lado, a relação entre os temas Economia da Partilha e Economia Circular tem sido pouco estudada, sendo o foco nestes temas elaborado de forma individual, maioritariamente. Tal separação dificulta a análise da ligação entre as motivações de um, tendo em conta os benefícios de outro. Por outro lado, o alcance geracional dos questionários foi em grande parte jovem devido à rede social utilizada, o que torna as respostas com uma maior direção para uma faixa etária específica, entre os 18 e 24 anos, não abrangendo de forma tão ampla a opinião das faixas etárias mais velhas, como entre os 45 e 60 anos.

No futuro, seria interessante existir um maior estudo da relação entre os dois modelos e perceber de que forma a idade tem influência na mentalidade e utilização dos negócios de partilha, através de amostras significativas de todas as faixas etárias.

# Bibliografia

- Airbnb. (2016). Retrieved December 21, 2016, from <https://www.airbnb.pt/>
- Armstrong, C.M., Lang, C. (2013). *Sustainable product service systems: the new frontier in apparel retailing?*. Research Journal of Textile and Apparel. Vol. 17 No. 1, pp. 1-12.
- Belk, R. (2007). Why Not Share Rather than Own? *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611, 126–140.  
<http://doi.org/10.2307/25097913>
- Bocken, N., Farracho M., Bosworth R., Kemp R. (2014). *The front-end of eco-innovation for eco-innovative small and medium sized companies*. Journal of Engineering and Technology Management, 31, 43–57.
- Bocken, N. M. P., Pauw, I. De, Bakker, C., Grinten, B. Van Der, Bocken, N. M. P., Pauw, I. De, ... Grinten, B. Van Der. (2016). *Product design and business model strategies for a circular economy*. *Journal of Industrial and Production Engineering* (Vol. 1015). Taylor & Francis.  
<http://doi.org/10.1080/21681015.2016.1172124>
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010). Beyond Zipcar: Collaborative consumption. Harvard Business Review. *Harvard Business Review*.
- Botsman R., & Rogers R. (2010). *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. Harper Collins.
- Brace, I. (2004). *Questionnaire Design Survey Material for Effective*. Business.  
<http://doi.org/10.5860/CHOICE.42-3520>
- Caetano, E. (2015). Uber vale mais do que toda a bolsa portuguesa. Retrieved December 26, 2016, from <http://observador.pt/2015/12/04/uber-vale-mais-do-que-toda-a-bolsa-portuguesa/>
- Carvalho, J. C. (2016). A Uber dá a cara. Retrieved December 26, 2016, from <http://visao.sapo.pt/actualidade/economia/2016-05-18-A-Uber-da-a-cara>

- CIRAIG. (2015). *Circular Economy: A critical literature review of concepts*.
- Circular Economy Law of the People's Republic of China. (2008). Retrieved March 6, 2017, from [http://www.fdi.gov.cn/1800000121\\_39\\_597\\_0\\_7.html](http://www.fdi.gov.cn/1800000121_39_597_0_7.html)
- Cohen, B., & Muñoz, P. (2015). Sharing cities and sustainable consumption and production: towards an integrated framework. *Journal of Cleaner Production*, 134, 87–97. <http://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.07.133>
- Comissão Europeia. (2014). A Economia Circular - Interligação, criação e conservação de valor.
- Conselho Empresarial Para o Desenvolvimento Sustentável, B. (2015). Economia circular. *Journal of Cleaner Production*. <http://doi.org/10.2779/85569>
- Cunha, L. M. A. Da. (2007). Modelos Rasch e escalas de Likert e Thurstone na medição de atitudes. *Ciências, Faculdade D E*.
- Cusumano, M. a. (2015). How traditional firms must compete in the sharing economy. *Communications of the ACM*, 58(1), 32–34. <http://doi.org/10.1145/2688487>
- Daunorienė, A., Drakšaitė, A., Snieška, V., & Valodkienė, G. (2015). Evaluating Sustainability of Sharing Economy Business Models. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 836–841. <http://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.486>
- Fremstad, B. Y. A. (2016). Working in the “ Sharing Economy ” Labor is simply not as shareable as stuff. *Dollars & Sense*, (October), 5–7.
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2014). The Sharing Economy: Why people participate in collaborative consumption. *International Review of Research in Open and Distance Learning*, 14(4), 90–103. <http://doi.org/10.1002/asi>
- Heck S., Rogers M. (2014). *Resource Revolution: How to capture the biggest business opportunity in a century*. New Harvest.
- Henwood, D. (2015). What the “sharing economy” takes. *Nation*, 300(7), 12.

- Retrieved from  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=f5h&AN=100798672&site=ehost-live>
- Inova+. (2016). Retrieved February 14, 2017, from [www.inovamais.eu](http://www.inovamais.eu)
- Kanhai, R. (2015). Insuring the sharing economy. *FT.com*, 38(4), 1–4. Retrieved from  
[http://search.proquest.com/docview/1642604686?accountid=26646%5Chttp://link.periodicos.capes.gov.br/sfxlcl41?url\\_ver=Z39.88-2004&rft\\_val\\_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:journal&genre=unknown&sid=ProQ:ProQ:pqrl&atitle=Insuring+the+sharing+economy&title=FT.com&iss](http://search.proquest.com/docview/1642604686?accountid=26646%5Chttp://link.periodicos.capes.gov.br/sfxlcl41?url_ver=Z39.88-2004&rft_val_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:journal&genre=unknown&sid=ProQ:ProQ:pqrl&atitle=Insuring+the+sharing+economy&title=FT.com&iss)
- Lacy, P., Keeble, J., McNamara, R., Rutqvist, J., Haglund, T., Cui, M., ... Senior, T. (2014). Circular Advantage: Innovative Business Models and Technologies to Create Value in a World without Limits to Growth. *Accenture*, 24.
- Lamberton, C. (2016). Collaborative consumption: A goal-based framework. *Current Opinion in Psychology*, 10, 55–59.  
<http://doi.org/10.1016/j.copsy.2015.12.004>
- Lieder, M., & Rashid, A. (2015). Towards circular economy implementation : a comprehensive review in context of manufacturing industry. *Journal of Cleaner Production*, 115, 36–51. <http://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.12.042>
- Macarthur, E. (2013). *Towards the Circular Economy Vol. 1. Journal of Industrial Ecology* (Vol. 1). <http://doi.org/10.1162/108819806775545321>
- Macarthur, E. (2015a). *Growth within: a circular economy vision for a competitive europe*. Ellen MacArthur Foundation.
- Macarthur, E. (2015b). *Rumo à economia circular: O racional de negócio para acelerar a transição*.
- Martin, C. J. (2015). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Ecological Economics*, 121, 149–

159. <http://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2015.11.027>
- Mills, A. J., Durepos, G., & Wiebe, E. (2010). *Encyclopedia of Case Study Research*. SAGE Publications, Inc.
- Mohlmann, M. (2015). Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 193–207. <http://doi.org/10.1002/cb>
- Nica, E., & Potcovaru, A.-M. (2015). the Social Sustainability of the Sharing Economy. *Economics, Management and Financial Markets*, 10(4), 69–75. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1755076499?accountid=13598%5Cnhttp://eur.on.worldcat.org/atoztitles/link?sid=ProQ:&issn=18423191&volume=10&issue=4&title=Economics,+Management+and+Financial+Markets&spage=69&date=2015-12-01&atitle=THE+SOCIAL+SUSTAINABILIT>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Wiley.
- Owyang, J., Tran, C., & Silva, C. (2013). The Collaborative Economy: Products, services, and market relationships have changed as sharing startups impact business models. To avoid disruption, companies must adopt the Collaborative Economy Value Chain. *Altimeter*, 27. Retrieved from <http://www.collaboriamo.org/media/2014/04/collabecon-draft16-130531132802-phpapp02-2.pdf>
- Pearce, D. W., & Turner, R. K. (1990). *Economics of natural resources and the environment*. Harvester Wheatsheaf.
- Pedersen, E., & Netter, S. (2013). Collaborative consumption: business model opportunities and barriers for fashion libraries. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 19(3). <http://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/MRR-09-2015-0216>
- Planing, P. (2014). Business Model Innovation in a Circular Economy Reasons for Non-Acceptance of Circular Business Models. *Open Journal of Business*

- Model Innovation*, (April 2015), 1–11.
- Preston, F. (2012). A Global Redesign? Shaping the Circular Economy. *Energy, Environment and Resource Governance*, (March), 1–20.  
<http://doi.org/10.1080/0034676042000253936>
- Richardson, L. (2015). Performing the sharing economy. *Geoforum*, 67, 121–129.  
<http://doi.org/10.1016/j.geoforum.2015.11.004>
- Rowe, S. Del. (2016). The rise of the sharing economy. *Customer Relationship Management*.
- Schulte, U. G. (2013). New business models for a radical change in resource efficiency. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 9, 43–47.  
<http://doi.org/10.1016/j.eist.2013.09.006>
- Smith, A. (2016). Shared, Collaborative and On Demand: The New Digital Economy. *Washington, DC: Pew Internet & American Life Project*. Retrieved May, 21, 2016.
- Stahel, W. (2016). Circular economy. *Nature*, 531(March).  
<http://doi.org/10.1038/531435a>
- Stahel, W. R. (1982). The Product Life Factor. In *An Inquiry into the Nature of Sustainable Societies: The Role of the Private Sector* (pp. 72–96). Houston Area Research Center.
- Stahel, W. R. (1994). The Utilization-Focused Service Economy: Resource Efficiency and Product-Life Extension. In *The Greening of Industrial Ecosystems*. National Academies.
- Stahel, W. R. (2014). *Reuse is the key to the circular economy*.
- Su, B., Heshmati, A., Geng, Y., & Yu, X. (2012). A review of the circular economy in China: moving from rhetoric to implementation. *Journal of Cleaner Production*, 42, 215–227. <http://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.11.020>
- Tribunella, T., & Tribunella, H. (2016). Twenty Questions on the Sharing Economy and Mobile Accounting Apps. *CPA Journal*, (May), 8.

Uber. (2016). Retrieved December 21, 2016, from [www.uber.com](http://www.uber.com)

Yin, R. K. (1993). *Applications of case study research*. SAGE Publications, Inc.

# Anexos

## 1. Questionário

### Economia da Partilha

No âmbito da minha dissertação acerca do papel da Economia Circular no negócio da Economia Partilhada, elaborada para finalizar o Mestrado em Gestão com especialização em Gestão de Serviços pela Católica Porto Business School, venho solicitar o preenchimento deste questionário. As respostas são confidenciais. Agradeço desde já a participação.

**\*Obrigatório**

#### 1. Assinale os termos que lhe são familiares \*

*Marcar tudo o que for aplicável.*

- Economia da Partilha
- Economia Circular
- Consumo Colaborativo
- Nenhum

#### 2. Assinale a última vez que praticou as seguintes ações \*

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Na última semana	No último mês	Nos últimos seis meses	No último ano	Menor frequência
Reciclar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reutilizar os bens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reparar os bens que estão estragados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### 3. Alguma vez utilizou algum dos seguintes serviços? \*

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Sim	Não
Serviço de partilha de bicicleta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Serviço de partilha de carro, como Zipcar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Serviço de partilha de habitação, como Airbnb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Serviço de "ride-hailing", como Uber	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Serviço de compra e venda de produtos usados, como OLX	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**4. Assinale o grau de concordância com as seguintes afirmações \***

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Discordo totalmente	Discordo	Sem opinião	Concordo	Concordo Totalmente
Na compra de um produto/serviço se soubesse que a empresa em questão desenvolve ações no âmbito da Economia Circular isso influenciaria a minha escolha	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Com a adoção da Economia da Partilha os produtos são melhor utilizados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A Economia da Partilha é uma forma de diminuir o desperdício	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A redução do desperdício é importante para mim quando faço as minhas escolhas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A reutilização de espaços ou objetos quando estes não estão a ser utilizados é importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**5. Preferia... \***

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Comprar	Alugar
Comprar um berbequim para si ou alugá-lo apenas quando necessitasse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comprar uma peça de roupa que usaria apenas uma vez (de luxo) ou alugá-la quando precisasse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**6. Preferia alugar um quarto de hotel ou uma habitação Airbnb? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Hotel  
 Airbnb

**7. Preferia apanhar um táxi ou um Uber? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Táxi  
 Uber

**8. Os seguintes determinantes são importantes para si durante o processo de escolha de um serviço de partilha, como o Uber ou Airbnb? \***

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Discordo totalmente	Discordo	Sem opinião	Concordo	Concordo totalmente
Pertença à comunidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poupança de custos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Impacto ambiental	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Familiaridade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capacidade da internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade do serviço	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capacidade do smartphone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Afinidade com a tendência	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Confiança	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**9. As seguintes características da Economia da Partilha são importantes para si? \***

*Marcar apenas uma oval por linha.*

	Discordo totalmente	Discordo	Sem opinião	Concordo	Concordo totalmente
Diminuição de custos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Impacto ambiental positivo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Combate crescimento demográfico sem necessidade de mais produção	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diminuição da utilização de combustíveis fósseis e materiais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reutilização de recursos já existentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criação de emprego	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menor risco de fomecimento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Uber

**10. Que descrição descreve melhor a sua visão dos serviços da Uber? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- São primariamente uma empresa de software: o seu negócio é conectar condutores com pessoas que estão à procura de boleia
- São primariamente uma empresa de transporte: eles têm muito controlo sobre os seus condutores e sobre a experiência em geral do consumidor

**11. Com que frequência usa serviços de "ride-hailing" como Uber ou Cabify? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Diariamente ou quase
- Semanalmente
- Mensalmente
- Menos frequência
- Nunca usei

## Airbnb

**12. Que afirmação melhor define a sua visão dos serviços Airbnb? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- São empresas de software: o seu negócio é conectar pessoas com um quarto ou casa livre a pessoas à procura de um sítio para ficar
- São empresas de hospitalidade: elas averiguam a qualidade da propriedade que usam e têm bastante controlo na experiência do consumidor

**13. Seria capaz de alugar a sua casa ou quarto num site tipo Airbnb? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

## Sócio demográficas

**14. Idade \***

*Marcar apenas uma oval.*

- 1-17
- 18-24
- 25-35
- 36-44
- 45-60
- 60+

**15. Habilitações literárias \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Menos que 9º ano
- 9º ano
- 12º ano
- Licenciatura
- Mestrado
- Doutoramento

16. **Sexo \***

*Marcar apenas uma oval.*

Feminino

Masculino

---

Com tecnologia

 Google Forms