



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

Contributo dos modelos de economia de partilha na sustentabilidade

Paradigma português

João Pedro Fernandes Gonçalves

Católica Porto Business School

Abril de 2021



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

Contributo dos modelos de economia de partilha na sustentabilidade

Paradigma português

Trabalho Final na modalidade de Dissertação
apresentado à Universidade Católica Portuguesa
para obtenção do grau de mestre em Gestão

por

João Pedro Fernandes Gonçalves

sob orientação de
Prof. Doutor Jorge Julião
Coorientação de
Prof. Doutor Marcelo Gaspar

Católica Porto Business School

Abril de 2021

Agradecimentos

Esta dissertação foi uma etapa muito importante para a maturação de conhecimento, entre a pesquisa bibliográfica e o trabalho de campo, atrevessei vários estados de espírito e momentos desafiantes. Confiante no início, com inseguranças a meio do processo, fui tomando opções metodológicas e de análise, que por fim me conduziram a este resultado.

Ao longo deste percurso, várias pessoas contribuíram para reforçar a minha reflexividade.

À Católica Porto Business School, agradeço pelo rigor da formação académica.

Ao meu orientador, Prof. Doutor Jorge Julião e coorientador, Prof. Doutor Marcelo Gaspar, agradeço pela orientação científica e pela disponibilidade que mostraram para comigo ao longo da realização desta dissertação.

A todos os entrevistados, agradeço pela colaboração. Esta foi a etapa mais complicada na minha investigação, portanto um agradecimento especial por me terem disponibilizado um pouco do seu tempo na resposta a algumas perguntas.

Por último, mas não menos importante, agradeço à minha família, namorada, amigos e colegas pela ajuda e paciência que demonstraram nestes últimos meses.

Resumo

A economia de partilha é um modelo que tem por base a interação entre indivíduos, facilitando substancialmente o momento de aquisição do bem ou do serviço, uma vez que é potenciado por plataformas digitais. Face a estas características e aliada ao facto de potenciar a redução de custos (Richardson,2015), há uma relação com a sustentabilidade. Porém, a bibliografia não demonstra que este ideário, de conciliar a economia de partilha com a sustentabilidade, esteja atingido.

A presente investigação teve como objetivo explorar a relação entre modelos de economia de partilha e a sustentabilidade em Portugal, para além de perspetivar esclarecer os setores onde esta propensão é maior.

Do ponto de vista metodológico foi organizada como estudo de casos múltiplos, incidindo em quatro empresas de três setores diferentes, analisou a perspetiva organizacional e institucional dos modelos de partilha, visões e interações com a sustentabilidade.

Em Portugal, o setor do alojamento P2P (Airbnb) e transporte P2P (Free Now) são os mais representativos (em termos de receitas geradas), no entanto, o setor de serviços profissionais ao domicílio que engloba as entregas de refeições ou compras (Glovo) e a realização de serviços, como carpintaria, jardinagem, entre outros (Fixando), tem vindo a ganhar bastante protagonismo.

Através desta investigação observou-se que, todas as empresas de economia de partilha analisadas têm preocupações para lá do benefício económico. Desta forma, o pilar social da sustentabilidade é transversal a toda a unidade de análise, enquanto o pilar ambiental só está atingido em dois dos três setores estudados.

Palavras-chave: Economia de partilha; Consumo colaborativo; Modelos Peer-to-Peer; Sustentabilidade.

Abstract

The sharing economy it is focused on individual engagement, access over ownership and since it is powered by digital platforms, it greatly simplifies the purchase of certain goods and services. In view of these characteristics and coupled with the fact of enhancing cost reduction for a company (Richardson, 2015), there is a connection with sustainability. However, the bibliography doesn't show any real connection between these two phenomena.

The aim of this study was to investigate the relationship between sharing economy models and sustainability in Portugal, as well as to dismantle the sectors where this propensity is strongest.

From a methodological point of view, it was organized as a multiple case study, focusing on four organizations from three different sectors, analysing the organizational and institutional perspective of sharing models as well as visions and interactions with sustainability.

In Portugal, the sectors of accommodation P2P (Airbnb) and transportation P2P (UBER) are the most representative, however, the on-demand household services segment, which covers the delivery of meals or supermarket purchases (Glovo) as well as the provision of services, such as carpentry and gardening (Fixando), is currently gaining a lot of popularity.

Through this investigation, all the examined sharing economy companies have concerns beyond the economic benefit. In this way, the social pillar of sustainability covers the entire sample, while the environmental pillar only covers two of three sectors studied.

Keywords: Sharing economy; Collaborative Consumption; Peer-to-Peer models; Sustainability.

Índice

AGRADECIMENTOS	V
RESUMO	VI
ABSTRACT	VII
1. INTRODUÇÃO.....	1
1.1. Relevância do tema	1
1.2. Objeto de estudo	3
1.3. Estrutura da dissertação.....	4
2. REVISÃO DE LITERATURA.....	6
2.1. Enquadramento	6
2.2. Economia de Partilha- Principais setores	12
2.3. Modelos.....	14
3. METODOLOGIA	21
3.1. Campos de Investigação.....	25
3.2 Recolha de dados.....	29
4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS.....	31
4.1. Free Now	31
4.1.1. Análise Financeira	31
4.1.2. Resultados da Abordagem Qualitativa	36
4.1.2.1. Análise do discurso.....	36
4.1.2.2. Análise Categorical	42
4.2. Fixando BV	43
4.2.1. Análise Financeira:.....	44
4.2.2. Resultados da Abordagem qualitativa.....	47
4.2.2.1. Análise do discurso:	47
4.2.2.2. Análise Categorical:.....	52

4.3. 55+	53
4.3.1. Resultados da Abordagem qualitativa.....	53
4.3.1.1. Análise do discurso:	53
4.3.1.2. Análise Categorical:	56
4.4. OLX Portugal	57
4.4.1. Análise Financeira:.....	57
4.4.2. Resultados da Abordagem qualitativa.....	60
4.4.2.1. Análise do discurso.....	60
4.4.2.2. Análise Categorical:	64
5. DISCUSSÃO COMPARATIVA DOS RESULTADOS	66
5.1. Análise financeira- Pontos de convergência	66
5.2. Pontos de convergência do setor transportes P2P com a sustentabilidade	67
5.3. Pontos de convergência do setor de serviços a famílias por pedido com a sustentabilidade	71
5.4. Pontos de convergência do setor de recirculação de bens com a sustentabilidade	74
5.5. Convergência do setor do alojamento P2P com a sustentabilidade	76
6. CONCLUSÃO	78
6.1. Limitações da investigação	80
BIBLIOGRAFIA	81
ANEXOS	89

Índice de Figuras

FIGURA 1- TRIPLE BOTTOM LINE, ADAPTADO DA TEORIA DE JOHN ELKINGTON, 1994.....	9
FIGURA 2- ESTRUTURA DE MODELOS P2P E B2C, RESPETIVAMENTE.....	15
FIGURA 3- DIFERENTES TIPOS DE FONTES DE INVESTIGAÇÃO. ADAPTADO DE ALBARELLO ET AL., 1997.....	24
FIGURA 4- EVOLUÇÃO DA ESTRUTURA DA POPULAÇÃO PORTUGUESA (1960-2020).....	72

Índice de Gráficos

GRÁFICO 1- REPRESENTAÇÃO DOS RÁCIOS ECONOMICO-FINANCEIROS FREE NOW.....	32
GRÁFICO 2- REPRESENTAÇÃO INDICADORES DE ENDIVIDAMENTO FREE NOW	34
GRÁFICO 3- EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE TRABALHADORES FREE NOW.....	35
GRÁFICO 4- REPRESENTAÇÃO DOS RÁCIOS ECONÓMICO-FINANCEIROS FIXANDO	44
GRÁFICO 5- REPRESENTAÇÃO DOS INDICADORES DE ENDIVIDAMENTO FIXANDO	45
GRÁFICO 6- EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE TRABALHADORES FIXANDO	47
GRÁFICO 7- REPRESENTAÇÃO DOS RÁCIOS ECONÓMICO-FINANCEIROS OLX PORTUGAL	58
GRÁFICO 8- REPRESENTAÇÃO DOS INDICADORES DE ENDIVIDAMENTO OLX PORTUGAL	59
GRÁFICO 9- EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE TRABALHADORES OLX PORTUGAL	60
GRÁFICO 10- TAXA DE INATIVIDADE DE PORTUGAL, ADAPTADO DE PORDATA	73

Índice de tabelas

TABELA 1- ESTRUTURA DE CRIAÇÃO DE VALOR SUSTENTÁVEL, ADAPTADO DE LAUKKANEN & TURA, 2020	11
TABELA 2- CINCO SETORES CHAVE DA ECONOMIA DE PARTILHA, ADAPTADO DE DAVEIRO & VAUGHAN, 2016.....	14
TABELA 3- DIFERENTES TIPOS DE MODELO DE NEGÓCIO.....	15
TABELA 4- INDICADORES UTILIZADOS PARA A ANÁLISE FINANCEIRA	28

TABELA 5- ESTRUTURA DA ANÁLISE CATEGORIAL	29
TABELA 6- RÁCIOS ECONOMICO-FINANCEIRO FREE NOW	32
TABELA 7- PRINCIPAIS RECEITAS E DESPESAS FREE NOW	32
TABELA 8- RÁCIOS FINANCEIROS FREE NOW	33
TABELA 9- RÁCIOS ECONÓMICOS FREE NOW	35
TABELA 10- ANÁLISE CATEGORIAL FREE NOW	43
TABELA 11- RÁCIOS ECONÓMICO-FINANCEIROS FIXANDO	44
TABELA 12- PRINCIPAIS RECEITAS E DESPESAS FIXANDO	44
TABELA 13- RÁCIOS FINANCEIROS FIXANDO	45
TABELA 14- RÁCIOS ECONÓMICOS FIXANDO	46
TABELA 15- ANÁLISE CATEGORIAL FIXANDO	52
TABELA 16- ANÁLISE CATEGORIAL 55+	57
TABELA 17- RÁCIOS ECONÓMICO-FINANCEIROS OLX PORTUGAL.....	57
TABELA 18- PRINCIPAIS RECEITAS E DESPESAS OLX PORTUGAL.....	58
TABELA 19- RÁCIOS FINANCEIROS OLX PORTUGAL	58
TABELA 20- RÁCIOS ECONÓMICOS OLX PORTUGAL	59
TABELA 21- ANÁLISE CATEGORIAL OLX PORTUGAL	65
TABELA 22- PREÇOS PRATICADOS EM PLATAFORMAS DE MOBILIDADE.....	70
TABELA 23- PREÇOS PRATICADOS PELOS TÁXIS.....	70
TABELA 24- RECURSOS POUPADOS COM AS TRANSAÇÕES OLX GROUP, ADAPTADO DE GROUP, 2020.....	75

Siglas

TIC- Tecnologias de informação e comunicação

CC- Consumo colaborativo

EP- Economia de partilha

MEP- Modelos de economia de partilha

ACV- Avaliação do Ciclo de Vida

MAS- Mobility as a service

STCP- Sociedade de transportes coletivos do Porto

WBCSD- World Business Council for Sustainable Development

B2B- Business to Business

B2C- Business to Consumer

P2P- Peer to Peer

ROA- Return on Assets

ROE- Return on equity

ROIC- Return on investment capital

EBITDA- Earning before interest, taxes, depreciation and amortization

INE- Instituto Nacional de Estatística

1. Introdução

1.1. Relevância do tema

No contexto sociopolítico da última década, com a crise financeira, económica e consequentemente social que nos assombrou desde 2009/2010, tendo começado em 2008 nos EUA, as empresas tiveram de desenvolver práticas inovadoras para sobreviver ou, até mesmo, para se integrarem no mercado. A economia de partilha foi um modelo de negócio desenvolvido neste contexto, assente em estratégias inovadoras de partilha de recursos, produtos e serviços, essencialmente por meios tecnológicos, com vista a reforçar hipóteses de sustentabilidade (Bardhi & Eckhardt, 2012).

O princípio da partilha, introduzido na ideia de negócio, é suscetível de produzir vários benefícios na sustentabilidade da empresa, tanto ao nível económico, quanto ambiental e social. Uma das práticas mais inovadoras deste tipo de modelo de negócio é marcada pelo acesso em detrimento da posse, normalmente designado por *access over ownership*, um processo que ocorre quando uma empresa disponibiliza ou permite que os seus utilizadores ofereçam ou partilhem os seus produtos com outros utilizadores por um tempo limitado e mediante o pagamento ou não, de uma determinada quantia, previamente definida (Kathan et al., 2016). Podemos destacar como exemplos paradigmáticos deste tipo de modelo de negócio, a Airbnb, Uber, Free Now, entre outros.

A forte expansão do mercado de plataformas digitais, onde se enquadram empresas de economia de partilha, aconteceu devido a vários fatores, entre os quais, a forte digitalização da economia, o acesso generalizado à internet, preços mais competitivos, uma orientação política para a sustentabilidade e maior sensibilidade empresarial para a sustentabilidade social e ambiental.

De acordo com o relatório da PwC, os setores com maior preponderância do modelo de economia de partilha na Europa são, alojamento P2P, transporte P2P, serviços a famílias por pedido, serviços profissionais por pedido e finanças colaborativas. Só estes cinco setores em 2015 “geraram receitas de cerca de € 4 mil milhões e facilitaram € 28 mil milhões de transações na Europa”. Para além disto, prevê-se um aumento exponencial tanto no número de negócios, como no faturamento, perspetivando-se que este último alcance o valor de “336 mil milhões de dólares em 2025” (global) (Daveiro & Vaughan, 2016, p.3-4).

Selecionei este tema para objeto de estudo motivado, por um lado, pela minha formação nas áreas disciplinares da economia e gestão, e por outro, pelo potencial que estes modelos de negócio apresentam para a sustentabilidade. No entanto, a literatura revelou alguma escassez de estudos sobre impactos dos modelos de economia de partilha na sustentabilidade, uma vez que não oferece dados concretos que relacionem esses dois conceitos, o que me levou a definir como objetivo principal desta dissertação analisar diferentes modelos de economia da partilha, de diferentes setores, e procurar esclarecer impactos na sustentabilidade.

Segundo Solow (1991), o conceito de sustentabilidade é muito vago, porém, de acordo com a definição de Bruntland (1987), pode ser descrito como um compromisso de cada geração satisfazer as necessidades presentes sem comprometer a capacidade das gerações futuras em satisfazê-las, ou seja, preservar da melhor forma possível os recursos essenciais, tais como água, ar e solo.

Na maioria dos países, o crescimento económico tem por base o uso ineficiente de recursos, e até o uso não sustentável de recursos não renováveis, resultando na degradação de habitats e em altas emissões de gases poluentes, contribuindo para crises ambientais globais e, ao mesmo tempo, para a degradação da

qualidade de vida das pessoas, ampliando também as clivagens entre ricos e pobres (Martine & Alves, 2015).

A facilidade de acesso a informações sobre o uso insustentável de recursos tem contribuído para uma maior conscientização coletiva dos problemas relativos ao meio ambiente. “Consumidores com atitudes ecologicamente corretas acreditam que o meio ambiente tem vindo a deteriorar-se e que é necessário adotar medidas drásticas para o proteger” (Yin et al., 2018). Neste contexto, surgiram modelos de negócio alternativos, como a economia de partilha, que, nos últimos anos, ganharam uma forte presença no mercado e continuam a registar uma tendência de crescimento (Albinsson & Perera, 2012).

Porém, o ideário de conciliar a economia de partilha com a sustentabilidade não está atingido. Segundo alguns autores, um dos principais problemas dos modelos de economia de partilha praticados, é o facto de não obedecerem a premissas da sustentabilidade, sendo equacionados apenas com fins puramente lucrativos que induzem o consumidor a continuar a viver numa “civilização de desejo” como Lipovetsky (2011) lhe chama, caracterizada pelo hiperconsumo, que, automaticamente gera, problemas ambientais graves, provocados pelo consumo insustentável, e problemas sociais, provocados pelo endividamento que decorre destes excessos (Lai & Ho, 2020). Na mesma perspetiva de entendimento, (Martin, 2016, p. 159) sublinha que a economia de partilha pode implicar “um reforço do atual paradigma económico insustentável”.

1.2. Objeto de estudo

Esta investigação iniciou-se a partir de uma extensa pesquisa bibliográfica (artigos científicos, livros, web, dissertações, etc) de forma a compreender os conceitos de partilha e sustentabilidade, como também as interações entre os mesmos. Para isto, foram selecionadas empresas que adotem modelos consolidados de economia da partilha em Portugal, tais como OLX, Free Now,

Fixando, 55+. No âmbito do trabalho empírico realizei entrevistas a interlocutores com responsabilidade de gestão nas empresas, de modo a analisar os formatos de implementação do modelo de partilha praticado.

Deste modo, preconizei compreender o modelo de economia de partilha e os seus impactos em todas as dimensões da sustentabilidade (económica, social e ambiental) de modo a contribuir para a identificação de premissas que permitam organizar e implementar modelos de economia de partilha com maior propensão para a sustentabilidade.

A investigação foi organizada de modo a responder às seguintes questões de investigação:

- Em Portugal as empresas foram capazes de compatibilizar economia de partilha e sustentabilidade?
- Qual o impacto dos modelos de economia de partilha na sustentabilidade económica, ambiental e social, das empresas analisadas?

1.3. Estrutura da dissertação

Esta dissertação está organizada em 4 capítulos, além da introdução e conclusão. No primeiro capítulo procede-se à revisão da literatura, explanando interações conceptuais entre economia de partilha e sustentabilidade. O capítulo esclarece pontos de convergência e, ao mesmo tempo, de dissonância nas visões de negócio de economia de partilha face à sua propensão para a sustentabilidade.

No segundo capítulo esclarece-se o enquadramento metodológico, explicitando os pressupostos inerentes à análise do objeto de estudo. O capítulo enuncia as questões de investigação e esclarece o universo de recolha de dados, com esclarecimentos relativos à seleção dos casos e à recolha e tratamento dos dados, nomeadamente, sobre a utilização das entrevistas e análise de discurso e categorial através do Nvivo, para explicitar a configuração do modelo de

economia de partilha, e, a análise documental de dados quantitativos sobre as empresas em estudo, para esclarecer a propensão dos modelos de economia de partilha na sustentabilidade económica.

No terceiro capítulo procede-se à recolha e análise dos resultados das diferentes empresas estudadas, discutindo-os à luz dos conceitos fundamentais desta investigação.

Por último temos a análise comparativa de resultados, onde é possível verificar tendências da interação entre a economia de partilha e sustentabilidade em Portugal.

Terminamos esta dissertação com a apresentação das conclusões e a bibliografia, elementos importantes não só para enquadrar formatos de aplicação e paradigmas de economia de partilha, como também para organizar o acervo bibliográfico de economia de partilha com propensão de sustentabilidade.

Em termos das principais conclusões, esta tese contribui para fomentar o conhecimento acerca do potencial dos MEP e das suas implicações na sustentabilidade. Através dos casos analisados é possível observar em todos uma grande propensão para a sustentabilidade social, associados principalmente ao acesso rápido e generalizado a bens e/ou serviços, integração de pessoas no mercado de trabalho, incentivo à comunicação, entre outros. Em dois dos casos, OLX Portugal e Free Now, também é bastante perceptível a sua dedicação quanto à preservação do ambiente.

Revisão de literatura

2.1. Enquadramento

A economia de partilha é um modelo de negócio em constante evolução. São vários os termos/ conceitos no qual a partilha é o centro, tais como economia colaborativa, consumo colaborativo, economia peer-to-peer, no entanto, todos estes enquadram-se naquilo que é economia de partilha.

Quando falamos em economia colaborativa, falamos de modelos empresariais em que as suas atividades são feitas através de plataformas colaborativas online de forma a criar um mercado aberto para o uso temporário ou definitivo de bens ou serviços (Comission, 2016b).

O consumo colaborativo refere-se a atividades P2P em que o seu principal objetivo consiste em dar, obter ou partilhar o acesso a bens e serviços através de plataformas digitais (Hamari et al., 2016, Bardhi & Eckhardt, 2012).

A economia P2P é definida por Bellotti et al., 2015, como um conjunto de serviços, com ou sem fins lucrativos, caracterizados pela utilização eficiente de ativos, incluindo trabalhadores, bens materiais e conhecimento em que a sua atividade é facilitada pela inovação tecnológica, ou seja, na maior parte dos casos funciona através de websites ou aplicações móveis.

Através das definições em cima apresentadas, percebe-se que todos estes conceitos são muito parecidos, envolvendo palavras como “partilha” e “plataformas digitais”, entre outros, no entanto, muitos autores optam pela sua destinação.

A economia de partilha engloba assim todos estes fenómenos, e a definição de que melhor se enquadra no tema da minha investigação resulta da formulação de Botsman (2013), em que a EP consiste num modelo económico baseado na

partilha de bens ou serviços, desde espaços, talentos, bens tangíveis, serviços profissionais, entre outros, mediante o pagamento, ou não, de determinado valor previamente acordado.

A prática da atividade envolve geralmente três intervenientes, designadamente, os prestadores de serviços, que partilham bens, recursos, disponibilidades e / ou competências, os utilizadores, aqueles que usufruem dos serviços e, por último, os intermediários, que, através de uma plataforma online, ligam os prestadores de serviços e os seus utilizadores (Comission, 2016b).

A economia de partilha ganhou maior expressão no período da crise 2008, uma vez que, as pessoas reconsideraram os seus padrões de consumo e o valor que atribuíam à propriedade (Gansky, 2010). O crescimento da economia de partilha está inteiramente relacionado com a crise financeira que começou em 2008 nos Estados Unidos e se alastrou por todo o mundo, sentindo-se de forma drástica em Portugal. Face às dificuldades financeiras, pelas quais tanto os indivíduos e as empresas tradicionais passaram, foi necessário desenvolver formas inovadoras de negócio, de forma que as empresas se adaptassem às circunstâncias da crise.

O crescimento exponencial de conceitos como a globalização e a digitalização, onde o primeiro facilita a disseminação de bens, tecnologia, informação e emprego entre países e culturas e o segundo torna este processo mais fácil e acessível a todos, servem de impulsionadores para modelos baseados na partilha. “Atualmente existe um grau de interconectividade sem precedentes como também infraestruturas para a suportar. A imersão em plataformas (TIC), especialmente redes sociais e dispositivos móveis portáteis, (...) leva-nos a uma mentalidade “nós”” (Botsman & Rogers, 2010, p.55).

Os MEP surgiram assim para combater os métodos tradicionais de negócio e responder à necessidade de muitos consumidores, com consciência cívica sobre os problemas que enfrentamos na atualidade, como o elevado desperdício, a

poluição, as disparidades existentes entre as pessoas, entre muitas outras, em optar por um método substituto.

As receitas com este tipo de modelos triplicaram de 2013 para 2015, na Europa (Comission, 2016b), sendo que, atualmente, o crescimento dos MEP é considerado desejável e quase inevitável, face ao conjunto de vantagens que daí advém, como o empoderamento económico individual e coletivo associado ao desenvolvimento tecnológico (facilitado através de plataformas digitais) (Cohen & Kietzmann, 2014). A economia de partilha é uma resposta às mudanças nos padrões de comportamento do consumidor e do trabalhador, promovendo assim uma utilização mais eficiente dos recursos (Martin, 2016).

É certo que estas plataformas são cada vez mais reconhecidas como uma ameaça existencial para diversos setores, nomeadamente para os setores de transporte e alojamento, como táxis e hotéis, que têm vindo a ser substituídos por motoristas em veículos descaracterizados (TVDE), e apartamentos ou quartos alugados pela Airbnb (Etter et al., 2019).

Os MEP, têm na sua base conceptual, pressupostos de sustentabilidade, não só económica, mas também ambiental e social. Teoricamente, o CC pode trazer vários benefícios para o mundo empresarial, um dos exemplos mais visíveis é, o acesso em detrimento da posse, que leva automaticamente ao aumento da eficiência dos recursos, incentiva a interação entre indivíduos, reduz o desperdício, entre outros, tornando fácil a suposição de que a sustentabilidade está contemplada a todos os níveis. Porém, a insuficiência de dados empíricos sobre a convergência deste tipo de negócios para a sustentabilidade, dificultam a generalização desta suposição.

A sustentabilidade traduz-se na capacidade de cuidar ou preservar um processo ou sistema, para que no futuro, outras gerações consigam aceder ao mesmo, nos moldes que nos foi permitido até ao momento.

Apesar da ideia central do conceito de sustentabilidade ser a preservação do meio ambiente, a compreensão integral do conceito é muito mais que isto. O conceito de sustentabilidade tem três pilares: ambiental, social e económico, consistindo numa perseguição dos três (Luchs et al., 2011, Hens et al., 2018), o que pressupõe que um desequilíbrio num dos pilares, possa ser fatal, para uma empresa deixar de ser sustentável.

Quando se fala do pilar económico da sustentabilidade, referimo-nos a uma estratégia organizacional/institucional que tem como objetivo levar a cabo operações de um modo rentável, sem danificar recursos naturais, ecossistemas e sem reforçar clivagens sociais (Gomes & Roseira, 2009). A este fenómeno chamamos de sustentabilidade corporativa, ou *triple bottom line*, criado pelo sociólogo britânico Jonh Elkington (1994), que, estabelece que as organizações devem ver para lá dos lucros, ou seja, considerar-se como parte da sociedade, tendo em atenção, o meio ambiente e questões de cariz social, claro, sem comprometer a sua estabilidade económica. Ver figura 1.

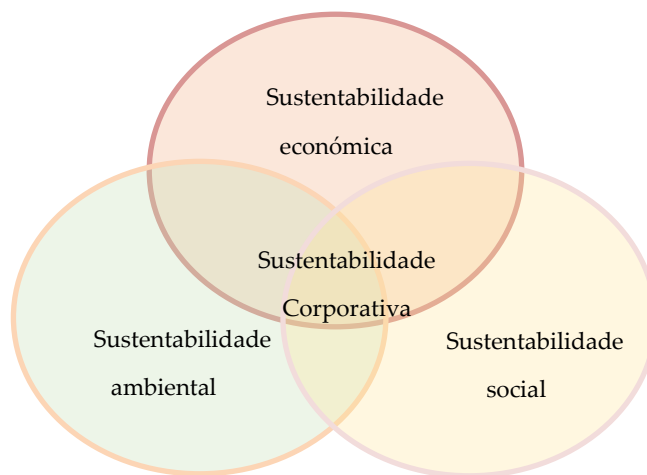


Figura 1- *Triple Bottom Line*, adaptado da teoria de John Elkington, 1994

Alguns autores mostram alguma desintegração entre a economia de partilha e a sustentabilidade, uma vez que, as motivações desonestas de indivíduos e instituições estão a impedir o enorme potencial da “real economia de partilha” (Demailly & Novel, 2014). Tanto empreendedores como consumidores utilizam

frequentemente este tipo de modelo apenas pelo benefício económico, pela redução de alguns custos fixos ou pela menor quantidade de dinheiro despendido no acesso ao bem, como também pelo acesso facilitado, devido à eliminação de intermediários convencionais ou à exploração de ativos subutilizados. Nesta perspetiva, o negócio não acrescenta valor do ponto de vista social e ambiental, pelo que, a interação do modelo de economia de partilha com a sustentabilidade torna-se numa grande falácia "parece haver uma discrepância entre os fatores que afetam as atitudes e intenções comportamentais: a sustentabilidade percebida é um fator importante na formação de atitudes positivas em relação ao CC, mas os benefícios económicos são um motivador mais forte para as intenções de participar do CC" (Hamari et al., 2016, p.17).

A economia de partilha é, portanto, uma proposta que pode realmente ajudar a generalidade dos indivíduos no acesso a praticamente todo o tipo de bens e serviços, no entanto, pode conduzir ao consumo excessivo ou desnecessário, condicionando à partida os benefícios de sustentabilidade inerentes ao modelo.

Embora os MEP visem o uso responsável de recursos, muitos deles estão também ligados a “efeitos chicote”, ou seja, no caso da utilização de plataformas como Airbnb ou Booking para alojamento em vez da reserva tradicional em hotel, permite-nos reduzir o custo do serviço e por inerência tornar o acesso ao respetivo bem mais democrático, contudo, desta forma, aumentam significativamente as viagens nacionais e internacionais contribuindo para as altas emissões ambientais (Laukkanen & Tura, 2020).

Com o objetivo de analisar a criação de valor sustentável dos MEP, Laukkanen & Tura, 2020 propõe uma estrutura, no qual podemos ver os principais indicadores que nos permitem estudar a sustentabilidade nos seus três diferentes níveis. Ver tabela 1.

Ambiente	Social	Económico
Aumentar a eficiência dos recursos.	Salvaguardar a saúde e segurança generalizada.	Aumentar a eficiência de custos.
Uso responsável dos recursos.	Respeitar as leis, regulações e direitos.	Aumentar os lucros e oportunidades de negócio.
Sem impactos/emissões prejudiciais para o meio ambiente.	Respeitar os direitos dos funcionários, dos acionistas ou sócios e de todas as partes envolvidas.	Estabilidade operacional e redução de riscos.
Aumentar o bem-estar ambiental.	Princípios éticos e nenhum impacto social prejudicial.	Aumento da atratividade.
	Aumentar o bem-estar social.	Aumentar o bem-estar económico.

Tabela 1- Estrutura de criação de valor sustentável, adaptado de Laukkanen & Tura, 2020

As atitudes em relação ao consumo mudaram nos últimos anos, principalmente devido à crescente preocupação com questões de carácter ecológico/ambiental. Com o acesso ilimitado à informação, os indivíduos tornaram-se mais conscientes e sensíveis para questionar os impactos das alterações climáticas, emissões de carbono, entre outros, optando assim por formas de consumo mais ecológicas.

De acordo com a Nielsen (2015), 66% dos consumidores em todo o mundo estão dispostos a pagar mais por marcas sustentáveis, valor que em 2013 e 2014 era de 50 e 55 %, respetivamente.

Os MEP transformaram a forma como tradicionalmente fazemos as transações económicas, o que consequentemente cria novas formas de organização e contribui para mudanças na cultura dos consumidores. Se a economia de partilha for bem aplicada pode ter um efeito muito positivo na sustentabilidade social, incentivando muito a socialização entre as partes envolvidas e contribuindo para um acesso simplificado a bens, por exemplo, pode realizar o aluguer de um quarto na sua casa através de uma plataforma online, combatendo assim problemas tanto sociais, associados à solidão vivida por algumas pessoas, como económicos, do ponto de vista da rentabilização dos bens da melhor maneira possível. Deixar um “estranho” partilhar durante alguns dias uma casa com o

respetivo dono ou senhorio permite evitar a solidão de proprietários e até clientes ou utilizadores (nome dado aos clientes em plataformas digitais), “partilhar tende a ser um ato comunitário que nos liga a outras pessoas” (Belk, 2010, p. 717), podendo até criar “sentimentos de solidariedade e vínculo.”.

Tenreiro & Lage (2011), que exploram o comportamento do consumidor face a compra de produtos ou serviços online, afirma que são 3 os principais fatores que podem influenciar a compra dos mesmos, são estes, a confiança do consumidor no comércio online, o design da plataforma em questão, e a consequente satisfação do consumidor final. Posto isto, percebemos que o primeiro e o terceiro fator estão inter-relacionados, uma vez que, a confiança no e-commerce, é estabelecida através do feedback de outros utilizadores que usufruíram dos produtos em questão, logo, a utilização da economia de partilha requer a disponibilização desse feedback para vingarem. (Nica & Potcovaru, 2015, Akhmedova, et.al.,2019).

2.2. Economia de Partilha- Principais setores

De acordo com Schor (2016), a economia de partilha pode enquadrar-se em quatro grandes categorias: recirculação de bens, maior utilização de ativos duráveis, troca de serviços e, por último, mas não menos importante, partilha de ativos produtivos, a saber:

1. O exemplo mais comum de recirculação de bens são os marketplaces. Ao invés de bens novos, esta indústria permite aos seus utilizadores adquirirem produtos já usados, tornando-os mais acessíveis e valorizando todas as faces, tanto do vendedor como do comprador, já que o produto não terá, a partir do momento em que se encontra à venda, qualquer forma de uso para os primeiros, e o cliente adquire-o consideravelmente mais baixo. Exemplos: Olx, eBay, Standvirtual, entre outros.

2. Aumentar a utilização de ativos duradouros, consistem em assegurar o melhor uso possível a um ativo. O melhor exemplo na prática deste tipo de negócio, será a zipcar, blablacar, entre outros, dado que, quando falamos em automóveis a percentagem de tempo que um carro passa parado é assustadora (um veículo é utilizado em média 2/3 horas por dia), permitindo assim aos seus utilizadores alugarem o próprio veículo no período em que não está a ser utilizado através de uma aplicação móvel para outros utilizadores.
3. Um exemplo interessante da troca de serviços, são o Task Rabbit, e Fixando BV, uma vez que, estas empresas efetuam a sua atividade de troca de serviços, através de um site ou aplicação, que permite comunicar com as pessoas que estão registadas na aplicação pequenos trabalhos ou atividades.
4. Na última categoria, partilha de bens ou espaço para viabilizar a produção e não o consumo, podem enquadrar-se os exemplos paradigmáticos da beliive e a Skillshare, uma vez que são empresas que partilham conhecimentos e talentos entre os utilizadores.

Daveiro & Vaughan, 2016, estabelecem outra abordagem quanto ao tipo de modelos de partilha existentes, esta um pouco mais detalhada que a anterior, dado que considera cinco setores chave da em economia de partilha, que conseguiram mudar mentalidades e perspetivas de mercado. Consultar tabela 2.

Setor	Breve descrição	Exemplos
Alojamento P2P	Pessoas que partilham o acesso a espaços da sua casa não utilizados ou alugam a sua própria casa a outras pessoas.	Airbnb, Uniplaces, HomeCarShare, entre outros.
Transporte P2P	Partilha de veículos por parte de pessoas desconhecidas, vagas de estacionamento, entre outros.	Uber, Free Now, Bolt, blablacar, Cooltra, Gira, etc.

Serviços a famílias por pedido	Mercados de freelancers que permite as famílias aceder a serviços através de casa (tarefas, entregas, entre outros.)	Glovo, FixandoBV, 55+, entre outros.
Serviços profissionais por pedido	Mercados que permite às empresas terem acesso a determinados serviços como consultoria, contabilidade, entre outros.	Hopwork, HolterWatkin, Robert Walkers, entre outros.
Finanças Colaborativas	Pessoas em nome individual ou empresas que investem, emprestam e pedem empréstimos entre si, em vez de recorrer aos métodos tradicionais.	Plataformas de Crowdfunding ¹ , como Kickstarter, PPL, seedrs, entre outros.

Tabela 2- Cinco setores chave da economia de partilha, adaptado de Daveiro & Vaughan, 2016

Nielsen (2014), questionário que contou com mais de 30000 respostas em 60 países diferentes, mostra quais os bens ou serviços que os utilizadores estão mais recetivos a partilhar, deste modo, um quarto dos entrevistados (28%) respondeu não ter problemas em partilhar ou alugar os seus dispositivos eletrónicos mediante o pagamento de uma taxa, seguidos por ferramentas (23%), bicicletas, roupas, utensílios domésticos e equipamentos desportivos (cada um com 22%), automóveis (21%), equipamento de acampar ao ar livre (18%), mobília (17%), casas (15%), motas (13%) e por fim animais de estimação (7%). Para além disto, este estudo mostra-nos também que a partilha não está apenas restringida a ativos tangíveis, dado que, 26 % dos inquiridos mostram-se disponíveis para pagar por aulas ou outros serviços online.

2.3. Modelos

Outro aspeto a salientar na análise de modelos de economia de partilha são as diferentes formas de operação. Como em todos os negócios, a opção pelo modelo é determinada em grande parte, pelo setor em que a empresa se enquadra. Para

¹ Plataformas de Crowdfunding são meios alternativos aos métodos tradicionais de financiamento externo a projetos criativos nas mais diferentes áreas.

melhor esclarecer as possibilidades de operação dos modelos prosseguirei com uma explicação, destacando ideias centrais em cada um dos modelos, setores comuns e exemplos de empresas, na tabela 3.

Modelo	Principais ideias	Exemplos
P2P	Está associado às tecnologias emergentes; Tem um maior peso na economia de partilha; Acontece quando há a transação comercial de um produto ou serviço em que, as pessoas em questão (vendedor e comprador) interagem; O surgimento de tecnologias, como smartphones, mapeamentos GPS, entre outros, podem ajudar a encontrar o apartamento, o carro, o serviço mais próximo.	Uber, Free Now, Fixando.
B2C	Neste modelo não existe intermediários; Ocorre quando uma empresa tem como target o consumidor final, sem quaisquer intermediários no processo.	Plataformas de micro mobilidade; Lime.
B2B	Este modelo é muitas vezes esquecido, uma vez que a EP é muito virada para o consumidor final; A transação é realizada entre empresas; Basicamente, este tipo de modelo constitui um P2P dentro de um modelo B2B.	Plataformas de Crowdfunding Seedrs, PPL.

Tabela 3- Diferentes tipos de modelo de negócio

A figura 2 representa a estruturas dos modelos mais relevantes na EP.



Figura 2- Estrutura de modelos P2P e B2C, respetivamente.

Fonte: Demary, 2016

As grandes empresas de EP recorrem essencialmente a modelos P2P e B2C, voltados maioritariamente para melhorar a experiência do consumidor final, motivo pelo qual esta investigação vai incidir em empresas nestes parâmetros.

2.4. Relação entre Economia de Partilha e Sustentabilidade

Um dos pressupostos básicos dos MEP é a sustentabilidade, no entanto, a quantificação deste fenómeno pode tornar o estudo da relação entre ambos algo complicado.

Como mencionei anteriormente, a sustentabilidade é um conceito muito subjetivo, contudo Brundtland (1987), definiu-o como o processo em que uma instituição ou até indivíduos com respeito por recursos, permanecem produtivos sem nunca comprometer o futuro. A economia de partilha defende premissas que são considerados sustentáveis, quer a nível ambiental, visto que, em muitos casos, assenta num melhor aproveitamento dos recursos e incentiva até a compra de bens já utilizados, como a nível social, através da criação de emprego e das relações sociais inerentes ao processo de partilha, e por último a nível económico, uma vez que temos empresas que cumprem todos estes requisitos sem afetar a sua estrutura financeira. “O surgimento da tecnologia móvel ajudou a criar mercados hiper eficientes que nos permitem partilhar qualquer coisa com o resto do mundo” (Nov et al., 2010).

No entanto, muitas destas deduções vêm da teoria destes modelos, são raras as pesquisas que comprovem que a economia de partilha tem um impacto significativo e direto na sustentabilidade. Todavia, vamos retroceder um pouco e tentar perceber as principais motivações dos empreendedores, aquando da implementação e estruturação de um modelo de negócio enquadrado neste formato.

Hamari et al. (2016) entendem que, as empresas assentes na partilha de bens ou serviços através de plataformas online P2P podem ser motivadas por quatro fatores, são estes: benefícios económicos, prazer, reputação e sustentabilidade, associando este último ao consumo verde que pode ser um meio para atingir a reputação e interesses económicos. Além disso separou estas motivações em intrínsecas e extrínsecas, onde as primeiras estão relacionadas com o valor

extraído da atividade e as segundas com pressões externas. Posto isto considerou o prazer e a sustentabilidade como intrínsecas e a reputação e benefícios económicos com extrínsecas.

O avanço tecnológico presenciado no final do Séc. XX até a data, tem gerado fortes avanços no desenvolvimento económico dos países em geral, apoiantes deste fenómeno afirmam até que este avanço guiar-nos-á a resultados utópicos, através de uma melhor utilização de recursos e eficiência energética, redução da pegada de carbono e o empoderamento da classe média, por outro lado, os críticos deste fenómeno afirmam que o único problema é que grande parte das empresas utilizam esta ferramenta para aumentar a produção e o consumo (razões económicas), ao invés de se focarem nas vantagens ambientais e sociais que este avanço pode trazer (Schor, 2016).

A este problema chamamos de paradoxo de Jevons, que nos ensina que o avanço tecnológico, ao elevar a eficiência dos recursos, intensifica o seu uso invés de reduzi-lo, o melhor exemplo disto, é a indústria automóvel, onde podemos comprovar que os motores dos carros mais recentes são mais eficientes no que toca a emissão de gases poluentes comparativamente aos antigos, no entanto, o consumo global de combustíveis fósseis continua a aumentar (Polimeni et al., 2008). Muitas vezes, os MEP são associados a este paradoxo. Um caso bastante comum usado como exemplo, são as plataformas assentes na partilha de alojamento (Airbnb), que com a globalização e acesso rápido a informação (graças às novas tecnologias), fez com que o número de viagens para lazer disparasse nos últimos anos, o que conseqüentemente veio aumentar as emissões de gases poluentes, poluição sonora, entre outros, associado ao deslocamento destas pessoas.

A conscientização das pessoas é derivada de correntes como o ambientalismo, que surgiu pela primeira vez na década de 60/70's, onde foi caracterizado pelo

aumento da preocupação com o ambiente e sociedade face ao processo de produção e ao consumo excessivo (Lin & Niu, 2018).

No entanto, alguns empreendedores aproveitam esta conscientização dos indivíduos para alinhar as suas empresas com causas “verdes”, correndo assim o risco de cair no “greenwashing” (Demailly & Novel, 2014), prática que está relacionada com causas fraudulentas por parte de empresas ou organizações, dado a de utilizam estratégias de marketing onde relacionam a empresa com causas ambientais que na verdade não aplicam, servindo apenas para fortalecer a sua reputação quanto ao seu grau de responsabilidade, diante da opinião pública a fim de conquistar mais clientes.

Para além do paradoxo de jevons e do fenómeno de greenwashing, associados à vertente ambiental, existem também algumas contradições que comprometem a dimensão social da sustentabilidade. Por um lado, os MEP possibilitam a criação de postos de trabalho, a redução nos custos, a democratização do consumo, entre outros. Por outro lado, face à juventude deste tipo de modelos, a legislação que a suporta não é clara (Baker, 2014). Moreira (2019), afirma que os trabalhos gerados por estas plataformas digitais não cumprem os direitos do trabalho. O caso que este investigador dá como exemplo, são os motoristas TVDE, que, como não têm contrato, nem estão fidelizados à empresa, não pagam impostos, e, portanto, estão privados de direitos básicos subjacentes a uma sociedade democrática assentes em padrões de distribuição regulados pelo Estado, como salário mínimo, subsídio de férias, ou padrões de proteção e acesso a direitos sociais, como subsídio de desemprego, seguro de saúde, entre outros.

Os MEP possibilitaram a criação de vários postos de trabalho e com sua evolução constante, sem ter em vista a sua estagnação, o emprego gerado por estas plataformas está a crescer a uma velocidade estonteante. Ao emprego gerado por estas plataformas, chamamos emprego “on demand”, que segundo BPI Research, 2018 é dividido em duas categorias. O emprego gig, mais

representativo neste tipo de modelos, caracterizado pela procura de potenciais clientes para oferecerem os seus bens ou serviços, através de plataformas digitais (Airbnb, Free Now, Uber, etc). O segundo, denominado de emprego na nuvem (cloud work) são empresas, que através da internet, procuram tarefas ou serviços que precisam de ser realizados (Fixando, Upwork, etc).

Em Portugal, o setor que se mostra mais relevante no que toca aos MEP é o alojamento P2P, dado que este está ligado ao turismo, setor muito representativo para o PIB português. O contributo do turismo para o PIB Português é bastante elevado, (cerca de 9%), revelando assim que Portugal é um destino de excelência para a generalidade das pessoas, empregando cerca de 413 mil pessoas em Portugal (dados do INE 2017) o que representa cerca de 9% do total do emprego a nível nacional.

Plataformas como o Airbnb, que possibilita aos utilizadores, por um lado rentabilizar os seus bens, alugando as suas próprias casas ou quartos por um período determinado de tempo e por outro lado, gera maior oferta, preços mais competitivos e possibilidade de usufruir de uma experiência mais pessoal e mais autêntica (através do contacto com os anfitriões), fizeram com que o turismo, aumentasse significativamente nos últimos anos.

O setor do transporte está em segundo lugar, em termos de impacto, quer económico, que social no ranking de empresas com modelos assentes na partilha. Existem vários modos de transporte que não estão enquadrados no paradigma de partilha, contudo o crescimento do transporte descaracterizado nos últimos anos é notório, fazendo parte do quotidiano das pessoas, principalmente nos grandes centros urbanos. Segundo Correia, 2019, só Lisboa contava com 17 plataformas de transportes partilhados (carros, motos, trotinetes e bicicletas), onde se estima que haja mais de 400 mil utilizadores realizando cerca de 20 mil viagens por dia (dados 2019). Para fazer face a esta procura, de acordo com o IMT (dados de 04/2021), existem cerca de 29000 motoristas oficialmente registados.

Durante a conferência Mobilidade partilhada, o vereador da mobilidade da Câmara de Lisboa, afirmou que o mercado do transporte partilhado, vale mais do que 50 milhões de euros só em Lisboa (englobando tudo, desde carsharing a transporte relativo a micro mobilidade). Tendo em conta a dimensão destes números, percebemos que a mobilidade partilhada é o futuro. Não nos podemos esquecer que estas plataformas são relativamente recentes, a primeira a aparecer em Portugal, foi em 2014 e pertence à gigante Americana Uber. Depois disso, sobretudo devido a forte adesão observada, apareceram várias plataformas, entre as quais a Free Now (antiga Mytaxi e Kapten), Bolt, Cooltra, Lime, entre muitas outras.

O WBCSDA, a Câmara municipal de Lisboa, o BCSD Portugal e um conjunto de empresas líderes, 57 para ser mais preciso, deram um passo importante e decisivo no que toca a mobilidade sustentável, com a assinatura do pacto de mobilidade empresarial com a cidade de Lisboa. Este pacto tem como objetivo a procura de soluções mais ecológicas e eficientes para a mobilidade, ou seja, as empresas aderentes comprometem-se a procurar métodos mais sustentáveis para assegurar a mobilidade na cidade de Lisboa, deste modo, grande parte das empresas assentes na mobilidade partilhada assinaram este pacto².

Nesta investigação dedicar-me-ei, a confirmar o contributo deste modelo na sustentabilidade, através da análise não só destes dois setores mais significativos, mas também daqueles que estão em crescente expansão.

² Dados provenientes de: <https://bcspdportugal.org/pacto-de-mobilidade-para-lisboa/>

3. Metodologia

A investigação define-se como o “procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas propostos. A pesquisa é requerida quando não se dispõe de informação suficiente para responder ao problema. (...) desenvolve-se ao longo de um processo que envolve inúmeros fases, desde a adequada formulação do problema até a satisfatória apresentação dos resultados.” (Gil, 2007, p.17).

O método de estudo de caso foi essencial para analisar os modelos de negócio e explorar a respetiva propensão para a sustentabilidade. No processo de investigação procuramos estudar o caso no seu todo e na sua unicidade. O estudo de casos permite que os investigadores consigam reter características holísticas e significativas de comportamentos de processos de organização e de gestão, relações internacionais e amadurecimento de indústrias (Yin, 2009).

Organizamos a pesquisa como estudo de casos múltiplos de modo a potenciar o conhecimento aprofundado do caso e a interação entre o fenómeno, economia de partilha e sustentabilidade, no seu contexto e setores de negócio (Dubois&Gadde, 2002).

Paralelamente, esta investigação recorreu ao método qualitativo mobilizando uma extensa análise documental, aplicando entrevistas e recorrendo à análise categorial e de discurso das entrevistas. “A pesquisa qualitativa preocupa-se com o desenvolvimento de explicações para fenómenos sociais (...) ajuda-nos a entender o mundo social onde vivemos e as razões das coisas acontecerem” (Hancock, et al., 2006, p.7).

Este tipo de abordagem permitiu explorar as diferentes perspetivas dos entrevistados, compreender denominadores comuns de organização do modelo

de negócio e de relação com a sustentabilidade, e, ao mesmo tempo, estabelecer um grau de proximidade com o entrevistado propício à análise em profundidade que pretendíamos. Na gestão o método qualitativo é utilizado para obter dados sobre a gestão das operações e retirar ilações baseadas nos casos (Voss, et.al., 2002).

Apliquei quatro entrevistas semiestruturadas, com um guião era meramente indicativo, adaptando as questões a cada empresa, de modo a garantir um ambiente mais informal e espontâneo que permitisse ao entrevistado falar livremente dos assuntos e daí iam aparecendo novas questões. Através da análise categorial e de discurso das entrevista fui identificando um padrão comum entre a organização deste tipo de negócios e a sustentabilidade. A análise categorial corresponde a um conjunto de técnicas de análise com procedimentos sistemáticos e objetivos, de descrição do conteúdo das mensagens (Bardin, 1995).

Para a organização dos discursos nas categorias utilizou-se o Nvivo, um software de análise de dados qualitativos, de forma a organizar os discursos obtidos nas entrevistas com gestores empresarias em categorias de análise como por exemplo, o setor onde se enquadra, modelo de negócio utilizado, premissas ambientais e sociais, situação económica, metas e objetivos futuros, entre outros.

A análise quantitativa (de documentos oficiais das empresas) circunscreveu-se à análise financeira³ às empresas entrevistadas, de forma a permitir obter medições sobre indicadores financeiros e analisar sobretudo a sustentabilidade económica. Suportou-se na interpretação do balanço e demonstração de resultados, complementando esta análise com a análise documental de notícias, e outras informações disponibilizadas em plataformas.

³ Análise financeira é um instrumento de apoio à gestão. Esta passa pela recolha e estudo da informação financeira das entidades, de modo a, posteriormente, fazer-se uma apreciação sobre a situação financeira das mesmas.

A sustentabilidade é resultado de um equilíbrio entre as três dimensões, e, portanto, para além de estudar as consequências das medidas inerentes ao negócio em termos económicos, explorei relações, interações e possíveis impactos ambientais e sociais. Depois de observados documentos oficiais das empresas, através do SABI⁴, exportei os dados para o Excel onde procedi à sua seleção e análise. A técnica escolhida para proceder à análise financeira das empresas foram os rácios, na medida em que estes servem para sintetizar quantias gigantes de informação e mostram-se extremamente úteis no que toca à comparação do desempenho económico-financeiro das entidades ao longo do tempo, ou de empresas do mesmo setor.

Outra forma de fazer a divisão dos dados mobilizados no âmbito desta investigação, é dividi-los em dados primários e secundários, em que, os primeiros, são dados brutos, adquiridos e analisados por mim, e os secundários são dados já existentes em fontes secundárias, a que eu recorri e procedi de igual modo à análise segundo as minhas questões de investigação.

Os dados primários podem ser obtidos de diversas formas, como entrevistas, questionários, entre outros. Neste caso particular, para compreender o modelo de negócio optei por entrevistas semiestruturadas a organizações empresarias relacionadas com o objetivo da pesquisa, selecionadas/contactadas em função dos diferentes sectores onde o modelo de negócio é mais significativo. A escolha das empresas resultou de um processo de análise prévia, do setor e da empresa, e permitiu a adequação de certos pontos do guião, mantendo, todavia, a substância da informação considerada essencial e comum⁵.

Os dados secundários, são dados já tratados por atores institucionais e fontes oficiais, já existem e foram colecionados e tratados por outros intervenientes e/ou investigadores, podendo ser encontrados em artigos, livros, balanços etc. Estes

⁴ Base de dados referente a informações de empresas de Portugal ou Espanha que a Universidade Católica do Porto coloca à disposição dos seus alunos.

⁵ Consultar guião em anexo.

dados podem não são 100% fiáveis ou até encontrar-se obsoletos (dependendo do ano em que o estudo foi feito), contudo, junto com os dados primários, permitirão obter um estudo muito mais completo.

Um outro esclarecimento metodológico importante para explicar as minhas opções é o entendimento de fontes escritas e não escritas e o enquadramento nesta investigação. Recorremos a fontes escritas como livros, artigos, relatórios, plataformas digitais, para analisar o modelo de negócio, em termos de serviços disponibilizados, resultados financeiros, proveitos e custos, e, paralelamente recorremos a fontes não escritas, através das entrevistas para analisar os intervenientes no negócio, a alternativa de serviços e consumo e a propensão para a sustentabilidade. Ver figura 3.

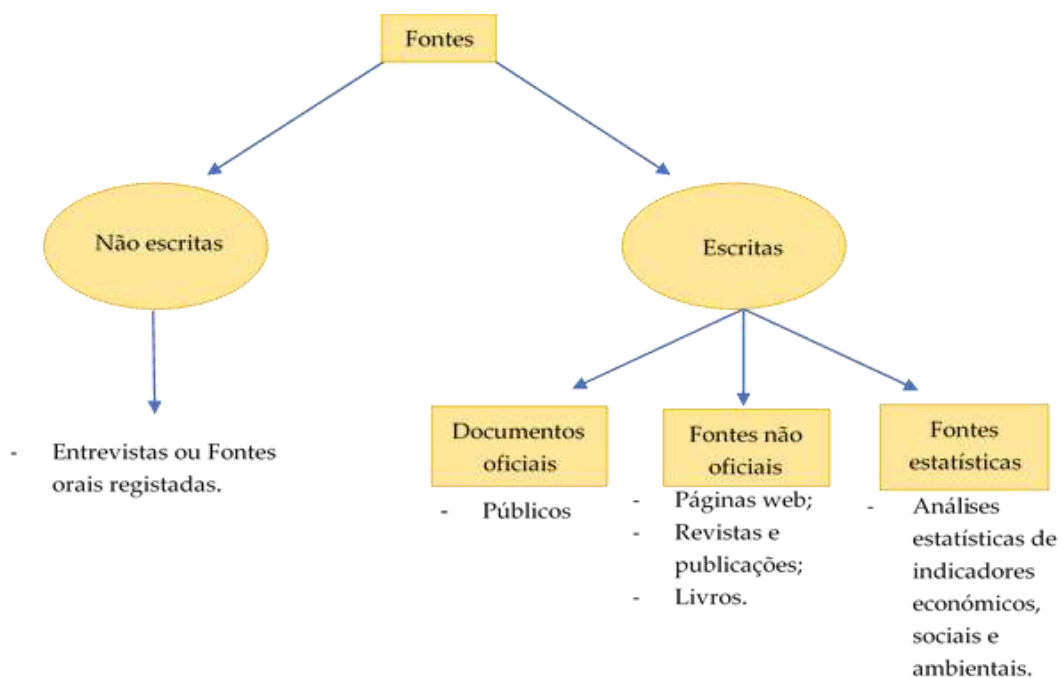


Figura 3- Diferentes tipos de fontes de investigação. Adaptado de Albarello et al., 1997.

O estudo de caso possui inúmeras vantagens por permitir análises em profundidade de fenómenos complexos contemporâneos, apesar de também lhe serem atribuídas pela bibliografia limitações quanto à generalização de resultados, sobretudo, devido ao número reduzido de unidades de análise. De

modo a contornar eventuais limitações, ao longo do processo de pesquisa, combinamos a pesquisa bibliográfica em torno da revisão conceptual e do estabelecimento de relações, conexões, convergências e dissonâncias entre a economia de partilha e a sustentabilidade, com técnicas de análise de documentos, para compreender o processo organizacional da economia de partilha e os resultados financeiros das empresas, com técnicas de entrevista, explorando as visões do negócio e da sua maior ou menor propensão para a sustentabilidade.

Segundo vários autores, esta estratégia combinada de recolha de informação, normalmente designada de “triangulação”, assenta na integração inter-metodológica, (Fielding & Schreier, 2001; Flick, 2005), permitindo encontrar qualificações relacionadas com o interesse da pesquisa. Acresce que, a bibliografia demonstra, que recorrendo a várias estratégias metodológicas melhoramos a validade dos resultados, e as garantias de fiabilidade.

3.1. Campos de Investigação

O objetivo de estudo desta investigação de mestrado é analisar a propensão para a sustentabilidade em negócios de economia de partilha. A economia de partilha é um modelo de negócio relativamente recente (inícios de 2000), que adquiriu uma centralidade progressiva no mundo empresarial, felicitado por plataformas online e aplicações móveis, praticados entre pessoas ou até mesmo empresas, com ou sem troca monetária.

O rápido crescimento destes modelos não tem sido acompanhado em termos da análise dos impactos na sustentabilidade, sendo que, nalguns casos, as convergências entre estes dois fenómenos são apenas especulatórias.

Iniciámos esta investigação pela exploração teórica de modelos de negócios da economia de partilha, com vista a suportar teoricamente a recolha de informação. De seguida procedemos a um trabalho de campo que se centrou na análise dos

casos paradigmáticos, isto é, de práticas de partilha empresariais. Esta abordagem permitiu-nos explicitar diferentes *modus operandi* de economia de partilha, e visões sobre as estratégias empresariais e as suas implicações, convergências e dissonâncias, nas três dimensões da sustentabilidade (económica, social e ambiental).

A determinada altura desta investigação a revisão da literatura revelou que é frequente que as motivações dos consumidores sejam influenciadas pela forma como as empresas se inserem no mercado e pela estratégia de marketing, motivo pelo qual incluímos estas dimensões na análise dos modelos. A investigação centrou-se por um lado, na análise da perspetiva organizacional e institucional dos modelos de partilha, por outro na análise do *modus operandi* e, ainda nas interações com a sustentabilidade.

Através do estudo de casos de empresas que utilizam a economia de partilha como modelo de negócio, explicitamos como se encontram aplicados em Portugal os MEP e interpretamos os efeitos que os mesmos têm no meio envolvente.

A seleção dos casos foi a parte mais difícil e desafiante da minha dissertação. Foi impossível estruturar esta seleção dos casos, porque a percentagem de adesão das empresas à entrevista foi bastante reduzida. Para contornar esta dificuldade, iniciei o capítulo 3 pela análise de fontes secundárias, escritas, incidindo na análise da situação financeira das empresas. Este acesso estava facilitado através do SABI. Tratando-se de uma dissertação de mestrado com horizontes de pesquisa curtos, iniciei com a análise quantitativa com recurso a dados secundários e só posteriormente prossegui com a análise qualitativa.

Quisemos aferir o impacto na sustentabilidade ambiental, considerando para o efeito que, uma empresa ou instituição pode dizer-se sustentável ambientalmente, quando prossegue o objetivo de evitar ou reduzir os efeitos negativos da exploração do seu produto ou serviço para o meio ambiente.

Questões como o uso eficiente de recursos, a conservação dos recursos naturais, a redução de resíduos e emissões de gases poluentes, entre outros.

Do mesmo modo quisemos calcular o impacto na sustentabilidade económica, considerando que a mesma decorre da situação económica e financeira da empresa, do seu crescimento sustentado, sem faltar ao compromisso com a parte social e ambiental, como condições laborais, postos de trabalho, benefícios para a comunidade, etc. Na perspetiva desta investigação, consideramos que existe sustentabilidade económica quando a mesma está associada aos outros dois pilares. Na verdade, para uma empresa se designar de economicamente sustentável, é necessário verificar as práticas usadas no processo produtivo, os investimentos feitos, a filosofia da empresa, os materiais usados, entre outros, de modo a tentar perceber se esta rentabilidade vai de acordo com os parâmetros de sustentabilidade.

Para estudar esta dimensão, recorri a três tipos de rácios⁶, sendo estes, os rácios financeiros, de modo a perceber de que formas as empresas se financiam e a capacidade de cumprir os seus compromissos de médio e longo prazo, os rácios económicos para perceber a forma como os recursos das entidades estão a ser utilizados, desprezando o nível de endividamento e por fim os rácios económico-financeiros para determinar em que medida a empresa cumpre com os seus objetivos no que respeita a manutenção do capital próprio, remuneração do capital próprio e alheio e reembolso dos capitais alheios. O estudo destes rácios foi também acompanhado com uma visão geral acerca dos principais rendimentos e gastos das empresas.

Existem também os rácios de funcionamento com o objetivo de determinar de que forma as políticas de gestão comercial e operacional influenciam os

⁶ A dimensão da sustentabilidade financeira foi feita com base numa masterclass da CGD presente em: https://www.cgd.pt/Sustentabilidade/Negocio-Responsavel/Documents/MasterclassV_AnaliseFinanceiranaGestaoEmpresarial.pdf

resultados da entidade, todavia, como nos MEP as empresas por norma não têm inventários, deixa de fazer sentido proceder com esta análise. Veja-se a tabela 4.

Natureza dos rácios	Rácios utilizados
Rácios financeiros	Autonomia financeiro Endividamento Solvabilidade Liquidez geral
Rácios económicos	Rendibilidade operacional de vendas VAB
Rácios económico-financeiros	ROA ROE ROIC

Tabela 4- Indicadores utilizados para a análise financeira⁷

Acresce que procuramos explicitar em cada caso estudado o impacto na sustentabilidade social procurando aferir as práticas da empresa sobre a dimensão humana, tanto a nível interno, quanto em prol da sociedade e comunidade em que se enquadra. As estratégias adotadas por uma empresa, direta ou indiretamente afetam o seu corpo laboral, clientes, fornecedores e, com certeza, a comunidade ou país onde efetua a sua atividade, tornando-se assim muito importante estudar esta dimensão.

Para analisar os impactos sociais, tive em conta os seguintes indicadores:

- Programas de apoio a comunidade;
- Postos de trabalho criados;
- Vantagens do produto para o consumidor final;
- Vantagens do produto para a comunidade.

Tendo em conta as questões de investigação e os setores mais significativos, bem como a disponibilidade demonstrada pelas empresas, estabelecemos como casos de análise as seguintes empresas: Free Now, Fixando BV, 55+ e OLX Portugal.

⁷ Veja-se as fórmulas dos indicadores presentes na tabela 24 no anexo 3.

3.2 Recolha de dados

Para a análise quantitativa, tal como já referimos, utilizamos sobretudo a base de dados Sabi para recolher informação financeira acerca das empresas e a análise das respetivas plataformas e notícias associadas para melhor entendimento do negócio e do modelo.

Na análise qualitativa optamos pela entrevista a Gestores/Dirigentes de quatro empresas. As perguntas colocadas aos entrevistados eram maioritariamente de carácter aberto de forma a poderem surgir novas perguntas para além das previamente pensadas. No anexo 1⁸ apresentamos o perfil dos entrevistados. Os entrevistados foram codificados de modo a facilitar a apresentação dos resultados.

O ambiente inerente à realização das entrevistas foi muito positivo e colaborante, o diálogo centrou-se em torno de questões abertas, foi, portanto, bastante produtivo na prestação da informação necessária. Todavia, houve alguns impasses na fase anterior à entrevista decorrente da concertação de disponibilidades. As entrevistas foram organizadas a partir de categorias pré-estabelecidas de acordo com as questões de investigação⁹. Veja-se a tabela 5.

Categorias	Sub categorias
Modelos de Economia de Partilha	Setor Modelo de negócio Serviços oferecidos Missão
Sustentabilidade Ambiental	Praticas utilizadas para preservação dos ecossistemas
Sustentabilidade Económica	
Sustentabilidade Social	Número de trabalhadores Benefícios para o consumidor Benefícios para a comunidade
Objetivos futuros de convergência entre os MEP e a Sustentabilidade	

Tabela 5- Estrutura da análise categorial

⁸ Consultar anexo 1 sobre o perfil dos entrevistados

⁹ Consultar anexo 2 sobre Guião da entrevista

Após realizadas as entrevistas, as mesmas foram transcritas de modo a serem analisadas minuciosamente. Depois de selecionados e tratados os dados mais relevantes procedi para o estudo dos mesmos separadamente, sendo que no final da análise de cada uma das empresas, foi feito um quadro resumo comparativo entre elas.

4. Apresentação e análise de resultados

4.1. Free Now

A Free Now é uma plataforma de mobilidade, que surgiu em 2009 com o nome Mytaxi na Alemanha. Em 2015 começou a operar em Portugal e depois de uma Joint Venture¹⁰ entre a BMW e Daimler em 2019, sofreu um rebranding, passando a chamar-se Free Now. No final desse ano adquiriu os serviços de micromobilidade da Hive (bicicletas e trotinetes) e em 2020 adquiriu a Kapten, tornando-se assim a primeira empresa em Portugal a integrar, numa só aplicação, o serviço de táxis, TVDE e micro mobilidade. A missão desta empresa passa então por oferecer uma experiência de mobilidade urbana sustentável em todas as comunidades da Europa. A principal estratégia de negócio, presente nesta empresa desde a sua criação é a forte aposta na qualidade de serviço, mantendo sempre os preços competitivos (Vera falcão antiga City manager da Mytaxi, agora adquirida pela Free Now).

4.1.1. Análise Financeira

Através da base de dados da minha Universidade (SABI) consegui ter acesso a relatórios financeiros da Free Now, entre os anos 2015 a 2019, o ano 2020 financeiramente não será analisado, uma vez que os dados deste só deverão ficar disponíveis a meio de 2021.

A Free Now, é uma empresa recente em Portugal, contudo, apesar desta “juventude” é uma empresa com alguma expressão no que toca ao setor da mobilidade, encontrando-se no top 3, somente atrás das gigantes Uber e Bolt.

Situação financeira:

¹⁰ Joint Venture é um acordo formal entre duas ou mais empresas por um objetivo comercial comum. As empresas estabelecem estratégias e unem os seus recursos para o desenvolvimento de um negócio comum, dividindo os resultados (lucros ou prejuízos).

Rádios económico-financieros	2019	2018	2017	2016	2015
ROA (%)	-548,94	-129,3	-160,54	-210,96	-216,38
ROE (%)	-921,74	-271,42	-471,11	-296,74	160,13
ROIC (%)	-921,74	-271,42	-471,11	-296,74	160,13

Tabela 6- Rádios económico-financieiro Free Now

Receitas e despesas	2019	2018	2017	2016	2015
Vendas	1 405 427	403 047	-	-	-
Outros rendimentos e ganhos	109 556	4 545	7 962	164	-
Gastos com o pessoal	526 052	243 730	115 219	91 383	8 074
FSE	4 287 933	2 332 568	1 134 744	857 686	5 065
Outros gastos e perdas	1 249 079	71 720	57 205	17 131	176
Resultado líquido do período	-4 581 210	-2 247 761	-1 299 770	-966 119	-13 315

Tabela 7- Principais receitas e despesas Free Now

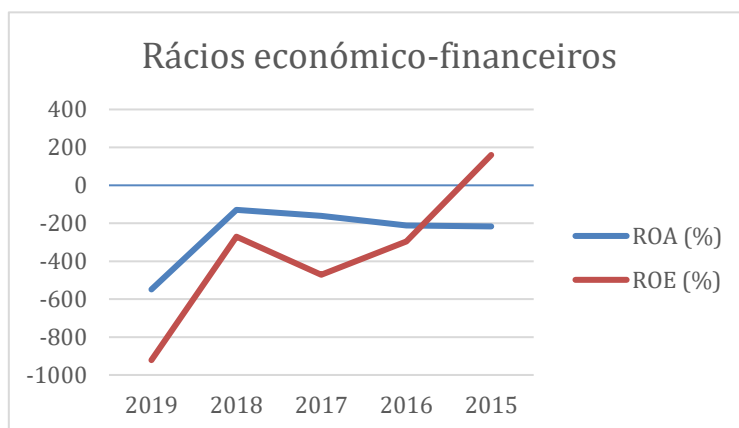


Gráfico 1- Representação dos rácios económico-financieros Free Now

O ROA é um indicador que nos permite ver a capacidade dos ativos de uma empresa, desde o dinheiro em caixa, máquinas, equipamento produtivo e administrativo, entre

outros, em gerar resultados, portanto, quanto maior for este valor melhor será a performance em termos operacionais da empresa. Através do gráfico 1, conseguimos perceber que este valor é sempre negativo, especialmente em 2019, o que por sua vez, remete-nos para a ideia que os ativos da empresa não estão a ser usados de forma eficiente, contudo, este indicador apresenta algumas limitações, dado que os ativos aqui avaliados são aqueles presentes no balanço, sendo que, algumas empresas, apresentam muito do seu valor em marcas e

patentes que por sua vez não são contabilizadas como ativos. Assim, é frequente que uma empresa assente no modelo da partilha, onde geralmente não tem os bens que possibilitam a sua atividade (esta empresa não possui os veículos que permitem a mobilidade) apresente baixos valores de ROA.

Através da verificação dos valores do ROE e do ROIC indicados na tabela 7 (indicadores que servem para ver o retorno de capitais próprios e de todo o capital investido, respetivamente), conseguimos perceber que estes dois são iguais em todos os anos analisados, sugerindo que esta empresa não contrai empréstimos para financiar a sua atividade, ou seja, todo o investimento realizado foi feito a partir de capitais próprios, daí ter dedicado a minha análise apenas ao ROE (gráfico 1). A opção por esta estratégia tem alguns riscos associados, tais como o maior risco para os acionistas, contudo, nenhum juro contratual ou pagamento de capital deve ser feito em datas pré-definidas, uma vez que, os dividendos podem ser suspensos ou reduzidos.

Os valores do ROE seguem a mesma tendência do ROA, o que, por sua vez não é necessariamente negativo, dado que esta empresa é recente em Portugal, é normal que nos primeiros anos de atividade, tenham gastos excecionais que fazem parte da sua estratégia de integração no mercado e consequente angariação de clientes (campanhas de marketing, essencialmente). Podemos corroborar esta última afirmação através da observação da tabela 7 onde estão presentes as principais receitas e despesas desta empresa, onde, FSE é a rubrica que claramente envolve mais investimento, explicado pelos entrevistados posteriormente na análise qualitativa.

Rácios financeiros	2019	2018	2017	2016	2015
Endividamento (%)	40,45	52,36	65,92	28,91	235,13
Autonomia Financeira (%)	59,55	47,64	34,08	71,09	-135,13
Solvabilidade (%)	147,25	90,98	51,69	245,89	-57,47
Liquidez geral	2,4	1,82	1,51	3,45	0,43

Tabela 8- Rácios financeiros Free Now

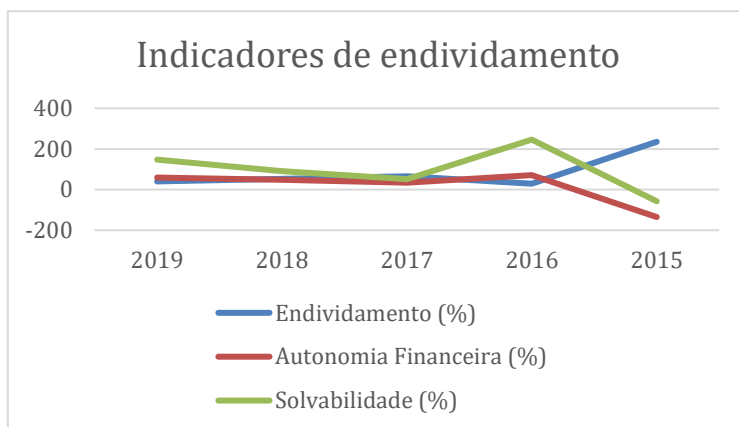


Gráfico 2- Representação indicadores de endividamento Free Now

A Autonomia financeira é um indicador muito importante no que toca a estrutura de endividamento de uma empresa. Este indicador dá-nos a solidez financeira e a capacidade

de uma empresa em cumprir com as suas obrigações, isto é, permite verificar em que percentagem o ativo de uma empresa está a ser financiado por capitais próprios. Como podemos observar, através da tabela 8, este indicador tem-se mantido sempre positivo e acima dos 30 % (valor a partir do qual é considerado aceitável) desde 2016, ano seguinte ao da sua chegada a Portugal, revelando-se extremamente positivo.

O rácio de endividamento, varia inversamente em relação ao anteriormente visto, pois este transmite-nos a percentagem de capital alheio utilizado no financiamento da atividade. Através da estratégia desta empresa em recorrer a capitais próprios em vez de financiamentos externos, é natural que o valor deste rácio seja positivo.

O rácio da solvabilidade traduz a capacidade da empresa, através dos seus capitais próprios, solver as suas dívidas de médio e longo prazo. Este rácio tem tido um crescimento positivo (à exceção do ano 2016), encontrando-se no ano mais recente ao qual temos dados, superior a 100 (147,25) garantindo-nos assim que o património da Free now é suficiente para garantir todas as dívidas, isto é, através dos seus capitais próprios consegue cobrir a totalidade do seu passivo.

No que toca à liquidez geral (rácio que nos dá a capacidade da empresa em cumprir os seus compromissos de curto prazo (até 12 meses) através dos seus

ativos correntes) a Free Now consegue garanti-la desde 2016, ano em que o valor começa a apresentar-se maior que 1.

Rácios económicos	2019	2018	2017	2016	2015
Rendibilidade operacional das vendas (%)	-323,61	-555,87	-	-	-
VAB	-2 882 506	-1 929 521	-1 134 744	-857 686	-5 065

Tabela 9- Rácios económicos Free Now

O rácio rendibilidade operacional das vendas permite-nos saber a montante das vendas que concorre para a formação do EBITDA (lucros antes de juros impostos, depreciações a amortizações), ou seja, em certa medida tem como objetivo capturar a eficiência operacional. Este indicador apresenta sempre valores negativos (-555,87 em 2018 e -323,61 em 2019), o que por sua vez, significa que a estrutura de gastos operacionais atualmente usada não é rentável para a empresa.

O VAB é um indicador que traduz a riqueza criada pela empresa no decurso do período analisado. Como este também apresenta valores negativos, devido aos excessivos gastos que esta empresa apresenta, é aconselhável à Free Now rever a sua estratégia de negócio e principais despesas, dado que é possível afirmar que em termos económicos esta empresa encontra-se numa situação de vulnerabilidade.



Gráfico 3- Evolução do número de trabalhadores Free Now

Em suma, através da análise financeira e económica da empresa e com a observação do gráfico 3, é possível afirmar que houve uma evolução positiva desta

empresa desde 2015, pois, apesar da melhoria em muitos dos indicadores observados que sugerem a forte presença no mercado, também conseguimos

verificar que a mesma foi acompanhada com um aumento da procura de trabalhadores qualificados, onde observamos um crescimento exponencial (passou de 3 trabalhadores em 2015 para 14 em 2019). No entanto, ainda é preciso alguma flexibilidade empresarial e adoção de outras estratégias para num horizonte temporal próximo se tornar rentável, como os seus concorrentes diretos.

4.1.2. Resultados da Abordagem Qualitativa

A entrevista ao responsável pelas operações da Free Now em Portugal, cargo ocupado pelo entrevistado desde setembro de 2019, permitiu clarificar o modelo de negócio desta empresa, as suas motivações, os impactos que podem ter na sustentabilidade e o objetivo principal futuro.

4.1.2.1. Análise do discurso

A joint venture entre a BMW e a Daimler surgiu porque as citadas empresas, perspetivaram que o MAS seria um vetor fundamental a explorar, bastante apelativo tanto do ponto de vista do negócio, como ambiental, uma vez que a maior consciencialização por parte das pessoas relativamente a questões ambientais reflete-se também nas empresas e nas suas práticas. A absorção da Kapten em 2020 aconteceu sobretudo porque o serviço TVDE atualmente tem mais procura que o de táxis, e de certa forma para ganhar vantagem competitiva em relação aos principais concorrentes (UBER e BOLT).

Em termos de procura o melhor é mesmo adaptar cada serviço à situação ou comunidade onde se insere, ou seja,

“Mobilidades diferentes, têm e apelam a utilizadores diferentes, ou seja, uma trotinete se calhar é para um turista com uma viagem curta, até quatro quilómetros. Os táxis, se calhar é para um meio com menos massa crítica, porque todas as pequenas vilas, todas as pequenas aldeias têm táxis, mas nem todas as

pequenas vilas tem massa crítica em termos de procura, isto é um Marketplace, e se nem todos têm uma massa crítica em termos de procura que permita uma sustentação da oferta e, portanto, enquanto os táxis, é mais para essas pequenas vilas e pequenas cidades, o TVDE é mais para as grandes cidades.” E1

A Free Now, é uma empresa relativamente recente, portanto é normal que nos seus primeiros anos de atividade se tenha preocupado mais com questões de cariz económico, pois até estabelecer uma rede de clientes que sustente a atividade é difícil as preocupações serem voltadas para outro lado. Contudo, esta empresa mostra-se sustentável em todos os seus pilares e com forte objetivo para combater a temática ambiental.

Destaca-se a narrativa que revela preocupações ambientais:

“Temos uma frota de elétricos que é muito superior à frota de elétricos que existe nos veículos comuns (...), temos benefícios para os nossos parceiros que tenham veículos elétricos, portanto nós queremos promover os veículos elétricos, aliás, neste momento o onboarding, ou seja, os novos veículos, só aceitamos veículos elétricos”. E1

Este compromisso com a sustentabilidade é reforçado ainda com estratégias muito apelativas para os consumidores e para os motoristas, dado que, o serviço de mobilidade Eco (opção sustentável de mobilidade na Free Now), é disponibilizado com preços mais baixos, entre 8 a 10% do total da viagem, que o transporte de serviços semelhantes, internalizando os custos, através da redução da comissão cobrada ao motorista (de 15% para 13/13,5%).

“Mas atenção, ao contrário de outros players, o custo é mais reduzido, mas nós é que internalizamos o custo, porque a nossa comissão, ou seja, o que nós retiramos ao motorista, é menor também (...) e esta é uma forma digamos, muito efetiva para contribuir para padrões de mobilidade mais sustentável.” E1

E ainda,

“Para os veículos elétricos, não tenho a certeza, mas situa-se à volta dos 13/13,5%. (...) portanto não há forma mais efetiva de promovermos o Eco do que baixar o preço, e claro que além disso temos campanhas de marketing nesse sentido, sendo que, as nossas viagens de Eco representam cerca de 25%.” E1

Têm uma política que promove que o last mile seja feito de modo sustentável, através de uma bicicleta ou trotinete.

“Estamos a potenciar que uma pessoa, por exemplo, vá de carro até a um parque chamado dissuasor e depois apanhe um transporte público, ou uma bicicleta/trotinete”. E1

A Free Now conjuntamente com outras empresas assinou o pacto empresarial de mobilidade sustentável com a cidade de Lisboa, reforçando assim o compromisso que esta empresa tanto com o ambiente e com a comunidade onde está inserida.

Destaca-se a narrativa sobre questões económicas:

Os proveitos operacionais aumentarem cerca de 370 % de 2018 para 2019, e sendo que a aquisição da Kapten só aconteceu em 2020 e a pessoa entrevistada veio desta empresa, não consegui arranjar uma explicação 100% real para este acontecimento. Uma hipótese provável para explicar este crescimento seria o resultado da integração na aplicação de bicicletas e trotinetes da Hive, no entanto, fui alertado que este aumento significativo não pode ser explicado pela micro mobilidade, uma vez que o peso desta não explica este aumento brutal

“Não foi a micro mobilidade de certeza absoluta. (...) sendo um player que é um décimo da Lime e sabendo eu os valores da Lime, diria eu que de certeza absoluta podes descartar esta hipótese.” E1

O atual responsável pelas operações, levantou a hipótese de que, este aumento aconteceu devido à maior procura por outros modos de mobilidade para além do tradicional.

“Ora bem eu venho da Kapten e não da Free Now (...). Mas eu posso adiantar hipóteses de forma fácil, mas que fique claro que são hipóteses (...). A hipótese plausível é porque houve um aumento da procura de 2018 para 2019 (...) disso não tenho dúvidas.” E1

Pela análise financeira realizada a esta empresa, consegui observar que apesar de ter proveitos operacionais acima de 1 500 000 (dados de 2019), apresenta EBITDA negativos em todos os períodos analisados. Sendo que os gastos se encontram essencialmente na rubrica de fornecimentos de serviços externos (4 287 933) com destaque para os serviços especializados (3 293 414), que integram gastos como publicidade e propaganda (1 128 228) e trabalho especializados (2 165 084).

Numa tentativa clarificar estes resultados, aparentemente comprometedor da sustentabilidade económica, questionei o entrevistado sobre o tipo de gastos que enquadram em serviços especializados. A narrativa que se destaca não permite retirar uma conclusão substantiva sobre este aspeto, porém não consegui outra justificação.

“Eu não sei que serviços espacializados são esses, porque nós não terceirizamos, nós temos a nossa própria equipa. Ou seja, eu sou consultor e sei que muitas empresas recorrem a outras empresas para fazerem esses serviços, como consultoria ou finanças, mas não é o caso. Os nossos gastos resumidamente, são: incentivos, como em qualquer outra start-up, incentivos tanto para o motorista como incentivos para os clientes, em campanhas de marketing, e claro, aquilo que nós pagamos aos motoristas, a nossa comissão, sendo esta, neste momento, e é público, de 15%.” E1

Destaca-se a narrativa que revela melhorias para a sociedade:

A partir da entrevista ao responsável pelas operações da Free Now, para além das questões acima retratadas consegui perceber que esta empresa se orgulha muita de uma das filosofias que os diferencia dos concorrentes, e que de certa

forma promove o bem-estar da sociedade, no entanto a mesma causa-lhes algum transtorno do ponto de vista económico, pois para continuar a praticar preços competitivos e automaticamente democratizar o consumo, tem mais uma vez que internalizar os custos.

“Somos o único player em Portugal que paga os impostos, e isso é uma coisa que muito nos orgulhamos, que nos cria uma desvantagem competitiva brutal, porque temos que internalizar. Ou praticamos preços mais elevados, que nos reduz a procura ou internalizamos aos nossos motoristas, que é o que acontece (...). Só para teres um benchmark, a Uber retém cerca de 25%, enquanto nós apenas ficamos com 15%” E1

Percebemos também o grande impacto que este tipo de plataformas traz para a comunidade onde se insere. Em Portugal a Free Now, para além dos grandes centros, Porto e Lisboa atua também em Aveiro, Coimbra, Figueira da Foz e Algarve, fruto da forte integração no mercado e do aumento da procura por outros meios de transportes para lá dos tradicionais (transportes públicos, Táxis, etc). Posto isto, os impactos mencionados anteriormente, estão relacionados com o contributo desta empresa para a empregabilidade e consequente aumento do bem-estar social (um dos requisitos de Laukkanen & Tura, 2020 para a criação de valor sustentável).

“Neste momento a Free Now Portugal, tem entre dez e cinquenta trabalhadores”

“Temos cerca de 5000 a 10000 veículos ativos na nossa aplicação, sendo que a maioria corresponde a TVDE”

“O hub de customer support europeu situa-se na cidade de Lisboa, empregando mais de 100 trabalhadores neste serviço”

“A nossa base de dados tem cerca de um milhão de utilizadores. Tínhamos quinhentos mil na Kapten e foram juntados mais ou menos quinhentos mil da Free Now.” E1

Como seria de esperar Portugal é um país muito sensível ao preço, isto é, qualquer subida, por mais pequena que seja, no preço vai ser mal recebida por parte dos consumidores finais, e nestas plataformas, onde conseguimos aceder a tudo digitalmente, esta sensibilidade ainda é maior, pois é possível comparar os preços em segundos.

Para tentar contrariar esta “deslealdade” por parte dos utilizadores, a Free Now, como todas as outras plataformas de mobilidade entram aqui numa “guerra de descontos” onde a finalidade é não só de manter os clientes como também adquirir novos.

Em relação ao contact ratio, ou seja, o número de queixas por viagens, foi-nos garantido pelo entrevistado que este número é muito baixo e normalmente está associado ao condutor ou a problemas com a aplicação. Segundo o entrevistado o veículo não é motivo de queixa dado que, por lei os veículos são recentes, não podem ter mais de 7 anos.

Esta empresa tem dois grandes objetivos futuros, enquadrar na aplicação todos os modos de transporte possíveis e tornar a plataforma 100 % verde até 2030.

“nós somos uma plataforma de mobilidade e, portanto, todos os modos de transporte que não estão na nossa aplicação neste momento o objetivo é integrá-los. (...) Isto é o objetivo para o grupo todo, não só para Portugal, no entanto, eu diria que até antes de 2030 isto vai acontecer.” E1

Uma das estratégias traçadas por esta empresa que nos permite observar os esforços feitos para comprovar este compromisso, é a rejeição de novos condutores que não possuam carros elétricos desde março de 2020.

Na tabela 10 apresentamos os resultados da análise categorial mobilizando o a informação recolhida a partir das várias técnicas, num procedimento sistemático que de acordo com Bardin, 1995, possa permitir organizar o conjunto

da informação em categorias que contribuam para responder aos objetivos da investigação.

4.1.2.2. Análise Categorical

Categorias		Caracterização
Modelo de Economia de Partilha	Setor	Transportes
	Modelo de negócio	A Free now efetua a sua atividade por meio de uma plataforma digital em que o seu modelo de negócio pode ser P2P, se se tratar da requisição de Taxi ou TVDE ou B2C caso seja para alugar uma bicicleta ou trotinete.
	Serviços oferecidos	Taxis, TVDE e Micromobilidade (bicicletas e trotinetes).
	Missão	Oferecer uma experiência de mobilidade urbana sustentável em todas as comunidades da Europa.
Sustentabilidade Ambiental	Práticas e Políticas usadas para a preservação dos ecossistemas	Serviço de mobilidade sustentável, através da integração das bicicletas e trotinetes da Hive na aplicação e através do programa Ride Eco; Incentivo aos utilizadores pelo serviço Ride Eco através de reduções no preço (neste momento este serviço já corresponde a cerca de 25 % do total da plataforma); Rejeição de novos condutores que não possuam carros elétricos; Incentivo aos utilizadores a fazerem o last mile de forma sustentável, através de bicicletas ou trotinetes.
Sustentabilidade Económica		Apesar do montante de receitas ser elevado, esta dimensão ainda não foi alcançada, sobretudo devido às “guerras” de desconto a que estas plataformas estão sujeitas.
Sustentabilidade Social	Número de empregados	Neste momento a Free Now emprega entre 10 a 50 trabalhadores; O hub de customer support europeu situa-se em Lisboa e emprega mais de 100 pessoas; Tem entre 5000 e 10000 motoristas ativos na plataforma.
	Benefícios para os utilizadores	Oferece um serviço de mobilidade sustentável a todas as pessoas que se

		registem na aplicação através de preços competitivos; Política de descontos com a finalidade de manter os clientes e adquirir novos.
	Benefícios para a comunidade	Aumento do bem-estar social através de ar mais limpo, redução da poluição sonora, da possibilidade de empregar pessoas direta e indiretamente (motoristas). Acesso digital, permitindo comparar preços entre serviços semelhantes.
Objetivos Futuros	Procura de convergência entre o MEP e a Sustentabilidade	Ter metade da frota elétrica até 2025; Tornar a plataforma 100 % verde no máximo até 2030.

Tabela 10- Análise categorial Free Now

4.2. Fixando BV

Esta empresa foi criada em 2016 e neste momento é a plataforma número um em Portugal no que toca à contratação de serviços especializados. Numa entrevista no diário de notícias, Miguel Mascarenhas, co-fundador da empresa, refere-se a esta plataforma como uma “inversão do que eram as páginas amarelas de antigamente”, dado que permite a empresas e consumidores individuais, contratar um dos 1200 serviços disponíveis (desde eletricitas, contabilistas, um serviço de catering, entre outros) através de um clique. Neste momento a empresa já atua em 13 países diferentes e tem como missão ajudar as pessoas a realizar os seus projetos pessoais, tornando o processo de contratação mais fácil e acertado, pois, cada profissional presente na plataforma está avaliado e quando uma pessoa requer um serviço são apresentadas até 5 propostas destes mesmos profissionais até um máximo de 48 horas.

4.2.1. Análise Financeira:

Através da base de dados da minha Universidade (SABI) consegui ter acesso a relatórios financeiros entre os anos 2016 a 2019. Neste caso, o horizonte temporal analisado de 4 anos, resulta do caráter recente da empresa em análise.

Rácios económico-financeiros	2019	2018	2017	2016
ROA (%)	-214,51	-684	-799,07	-310,19
ROE (%)	19,71	49,83	76,27	97,2
ROIC (%)	218,83	-908,59	-1716,16	-782,08

Tabela 11- Rácios económico-financeiros Fixando

Receitas e despesas	2019	2018	2017	2016
Vendas	165 800	75 532	42 387	3 828
Outros rendimentos e ganhos	143	3	2	2
Gastos com o pessoal	92 942	121 316	119 896	31 762
FSE	215 567	294 292	191 711	55 246
Outros gastos e perdas	4 036	1 860	1 439	643
Resultado líquido de período	-179 962	-365 557	-280 488	-84 853

Tabela 12- Principais receitas e despesas Fixando

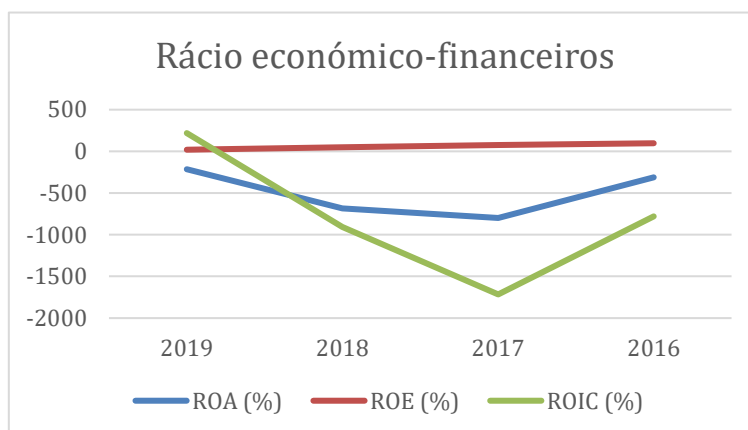


Gráfico 4- Representação dos rácios económico-financeiros Fixando

Através da análise dos rácios presentes na tabela 11, observamos uma melhoria constante da Fixando desde a sua criação até ao momento. O ROA é um indicador que tem estado a

melhorar gradualmente desde 2017 (passou de -799,09 para -214,51 em 2019) realçando que a capacidade dos ativos da Fixando BV, como dinheiro em caixa, equipamento administrativo, entre outros, em gerar resultados, está cada vez melhor, no entanto, a tendência, será este valor ser sempre negativo. Para além

do ROA, é de realçar também que o retorno gerado através de capital próprio (ROE) tem-se mantido sempre positivo, revelando-se um fator extremamente positivo. Por outro lado, o ROIC, indicador mais fidedigno da situação financeira da empresa, mostra uma situação menos favorável do que o anterior. Este rácio tem em atenção todo o investimento feito, começando por quebrar em 2016, e agravando nos anos posteriores, 2017 e 2018, sugerindo que estes foram anos de forte investimento, do qual se geraram retornos somente em 2019 (218,83).

Rátios financeiros	2019	2018	2017	2016
Endividamento (%)	1188,62	1472,61	1147,69	419,13
Autonomia Financeira (%)	-1088,62	-1372,61	-1047,69	-319,13
Solvabilidade (%)	-91,59	-93,21	-91,29	-76,14
Liquidez geral	0,54	3,23	1,64	1,53

Tabela 13- Rátios financeiros Fixando

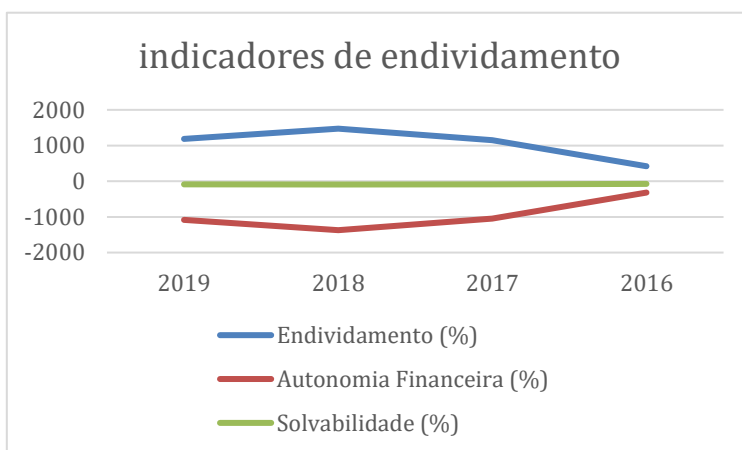


Gráfico 5- Representação dos indicadores de endividamento Fixando

Em termos de indicadores de endividamento, é notório que a Fixando recorre em grande parte a capitais alheios (empréstimos bancários), aumentando assim, exponencialmente, o rácio de endividamento (de 419,13% em 2016 para 1188,62% em 2019) e consequentemente o de autonomia financeira (de -319,13,84% em 2016 para -1088,62% em 2019). De acordo com os valores observados, estes indicadores seguem a mesma tendência que os anteriormente analisados, ou seja, ambos sofrem uma quebra significativa no ano de 2017.

O rácio da solvabilidade mostra que a Fixando BV, neste momento, através dos seus capitais próprios, não consegue solver as suas dívidas, ou seja, esta

empresa em nenhum dos períodos analisados, mostra-se capaz através dos seus capitais próprios cobrir a totalidade do passivo.

Em termos de liquidez geral, esta empresa até ao ano de 2018 apresentou sempre valores bastante satisfatórios, onde os valores são sempre superiores a 1, sendo possível afirmar que esta empresa por norma consegue cumprir com as suas obrigações de curto prazo, no entanto, face a investimentos feitos neste último ano analisado (2019), a mesma ficou comprometida.

Rácios económicos	2019	2018	2017	2016
Rendibilidade operacional das vendas (%)	-88,42	-452,70	-638,53	-2 189,65
VAB	-49 767	-218 760	-149 323	-51 418

Tabela 14- Rácios económicos Fixando

O rácio rendibilidade operacional das vendas tem como objetivo capturar a eficiência operacional. Este indicador apresenta sempre valores negativo, no entanto é visível uma constante melhoria face aos anos iniciais (-2189,65 em 2016 para -88,42 em 2019) o que por sua vez, significa que a estrutura de gastos operacionais atualmente usada ainda não é rentável para a empresa, mas para lá caminha.

O VAB segue a mesma tendência que o indicador anterior, transmitindo-nos a ideia de que os investimentos feitos em FSE podem estar finalmente a trazer retorno, o que por sua vez, pode significar que no futuro haja uma redução nos mesmos e, portanto, um aumento quer no VAB quer no resultado líquido desta empresa.



Gráfico 6- Evolução do número de trabalhadores Fixando

de forma a fazer face ao aumento do número de utilizadores da Fixando.

Através da análise financeira da empresa é possível afirmar que houve uma evolução positiva desta empresa desde a sua criação. Esta melhoria é também acompanhada com um aumento da

4.2.2. Resultados da Abordagem qualitativa

A entrevista ao responsável financeiro da Fixando BV, cargo que o entrevistado ocupa desde setembro de 2020, permitiu clarificar aspetos cruciais do ponto de vista empresarial e das premissas que a empresa tem face à sustentabilidade.

4.2.2.1. Análise do discurso:

A Fixando é uma plataforma que mobiliza milhares de profissionais dispostos a exercer as suas funções mediante o pagamento de uma quantia previamente estabelecida, mediante o contacto do profissional em questão e do utilizador que requer o serviço, facilitando assim todo este processo.

“O negócio não é muito complicado no fundo o que nós fazemos é disponibilizar uma plataforma para todos aqueles profissionais que independentemente da sua área de atuação estão à procura de clientes (...). Do ponto de vista do utilizador, basta entrar na plataforma e requerer um serviço dando o máximo de detalhes possível daquilo que é preciso fazer e depois vais receber vários orçamentos de

profissionais que também estão registados na plataforma aptos para esses serviços e é só escolher aquele que mais te agrada.” E2

Quando questionado acerca do principal target em que a empresa se foca e qual a faixa etária dos utilizadores que lhe proporcionavam a maior parte das receitas, percebemos a amplitude de um negócio como a Fixando, a complexidade que existe neste ramo em segurar os utilizadores e a crescente integração das pessoas mais velhas a plataformas digitais.

“Por uma questão de RGPD, nós não solicitamos essas informações aos nossos utilizadores e, portanto, não te sei dizer qual é a faixa etária que mais usa os nossos serviços. O que te posso dizer é que a grande maioria dos profissionais que temos são empresa e não tanto profissionais liberais. Em termos de utilizadores que usufruem dos serviços, como nós oferecemos de tudo, o target também é amplo, ou seja, tentamos cobrir as necessidades de todas as idades, no entanto como a maioria dos serviços oferecidos são direcionados para pessoas mais velhas, que já tenham casa, acima dos 30.” E2

E ainda,

“Uma questão que é sempre muito difícil para este tipo de plataformas de serviços especializados, é a identificação do cliente, pois o teu cliente por definição é aquele que te traz revenue, no entanto nesta aplicação tu estás a juntar o seller e o Buyer e até podes ter milhares de profissionais, mas se não tivermos clientes para estes mais tarde ou mais cedo eles vão-se embora. O target, portanto, é definido consoante o momento que vivemos, ou seja, a categoria que apostas é aquilo que queres atrair. E2

Não se destaca qualquer narrativa de preocupações ambientais porque não foi expressada na entrevista.

Destaca-se a narrativa sobre questões económicas:

As vendas da Fixando têm vindo a aumentar de forma constante, porém de 2018 para 2019, as vendas aumentaram de forma exponencial, a rondar os 120 %.

Quando questionado acerca disto, o CFO alertou-nos para dois fenómenos que tinham acontecido neste período, um relativo à estratégia de integração no mercado e o outro sobre um negócio, no final de 2018/inícios de 2019, que tinha realizado com este mesmo objetivo, aumentar as vendas. No entanto, não houve disponibilidade por parte do entrevistado para fornecer mais informações acerca deste último.

“De 2018 para 2019 houve um crescimento da plataforma em si, nos serviços que eram oferecidos e nos profissionais que começaram efetivamente a pagar, pois até ao início de 2019 os créditos iniciais eram dados aos profissionais, funcionava como uma espécie de bónus, ou seja, a partir do momento em que queria usar a plataforma tinhas direito a 5/6 orçamentos de graça, a partir daí é que começavas a pagar, política que acabou no final de 2018, gerando um aumento significativo das revenues. O outro fator, não posso revelar, pois, resultou de um negócio relacionado com a utilização da plataforma por parte de terceiros.” E2

Através da análise financeira feito anteriormente, é possível observar que para além desta empresa estar a aumentar de forma substancial as suas receitas, o resultado líquido do período tem sido sempre negativo. Tratando-se de uma plataforma digital, em que os serviços oferecidos são inúmeros, com um número reduzido de trabalhadores (5 em 2019) resolvi tentar perceber onde eram empregues a maioria destes rendimentos. Em todos os anos analisados a rubrica que consome grande parte do capital, é FSE, com cerca de 215 000 € aplicados em 2019 (cerca de 29% superior ao valor das vendas). No pressuposto de perceber este fenómeno, colocamos uma questão acerca sobre as principais despesas enquadradas nesta rubrica, à qual o entrevistado respondeu destacando gastos com o marketing.

“Os gastos presentes nessa rubrica é essencialmente marketing. Isto tem a ver com a visão de uma start-up, no início tu decides se queres um negócio for profit, e desde logo tens um negócio estável, ou, se tens capacidade de investimento vais

fazer um plano a 3 anos, sabendo que estes são “perdidos”, no sentido em que o negócio não vai gerar lucro. No final deste período temos de mudar a ficha e tentar que a empresa seja profitable e foi isto que aconteceu com a fixando daí o salto que vês em 2019, e digo-te mais, se tivesses acesso aos dados de 2020 percebias que se não fosse a pandemia a fixando seria profitable.” E2

Destaca-se a narrativa que revela melhorias para a sociedade:

Questionado acerca dos benefícios que esta plataforma podia trazer para a comunidade onde se insere, o entrevistado mostrou que esta empresa tem como filosofia central o pilar da sustentabilidade social, na medida em há uma narrativa muito positiva que evidência que a Fixando traz inúmeras vantagens quer para o consumidor final, que o usufrui dos serviços, quer para o profissional que disponibiliza estes serviços.

“As vantagens passam por teres uma oferta maior de serviços, ter acesso a serviços a preços mais baixos, dar ao cliente final uma perceção mais adequada dos preços de mercado, uma vez que recebe vários orçamentos para a mesma coisa, poupança de tempo quanto à aquisição desses serviços e dar também uma ajuda para os profissionais independentes ou ligados a empresas, que precisem de rendimentos ou de expandir a sua rede de clientes, respetivamente.” E2

O entrevistado colocou em perspetiva a evolução futura deste tipo de negócios, registando uma preocupação com o futuro, no que toca ao desfecho de muitas destas empresas, quando o período de pandemia terminar. Esta perceção do entrevistado sobre “o enorme potencial que a Fixando assumiu, para suavizar problemas decorrentes de contextos pandémicos ou de maior isolamento social, permitem-nos concluir convergências claras entre o MEP e a sustentabilidade social.

Porém, anotou,

“Quando a pandemia passar e voltar tudo mais ou menos à normalidade, as empresas vão deixar de receber ajudas externas, como layoffs, o que vai levar ao

encerramento de grande parte delas. A nossa plataforma nessa fase, será assim benéfica para quem fique desempregado, encontrando aqui um meio para oferecer os seus serviços sem ficar completamente desamparado.” E2

Na perspectiva da análise do número de prestadores de serviços, reforça-se a conclusão de que este modelo exerce um papel decisivo na ocupação e distribuição de rendimentos,

“Não te posso dar números exatos, mas neste momento temos mais de 40 000 profissionais ativos (...), mais de 250 000 clientes (...) e somos uma equipa relativamente pequena, contamos com 6 trabalhadores mais os fundadores que também dão uma ajuda.” E2

Numa tentativa de reforçar propensão da empresa para a sustentabilidade social, o entrevistado destaca o ambiente de trabalho e a interação entre colaboradores, numa narrativa que permite registar uma prática de interação entre colaboradores próxima à dos contextos tradicionais de negócios, com relações de subjetividade que ultrapassam o mero de exercício de funções, destacando o exemplo da festa de natal da empresa, organizada a partir do envolvimento dos colaboradores/prestadores de serviços da própria empresa

“O bom ambiente e funcionamento da plataforma, é fundamental para quem a gere, e a Fixando não é exceção, preocupamo-nos muito com os colaboradores e com a imagem que eles têm da plataforma, por isso, é que nos eventos recorremos sempre a profissionais que estão registados na plataforma. Em 2016/2017 na realização do jantar de natal recorremos única e exclusivamente a profissionais que estão na Fixando, desde serviço de catering, a animação e até mesmo o pai natal foi contratado, sobretudo para mostrar o bom funcionamento da empresa e também para mostrar aos profissionais que contamos com eles.” E2

Em relação a objetivos ou metas futuras, o entrevistado alertou para o fenómeno pandemia, que naturalmente, veio agitar as contas da empresa, ficando impossibilitado de revelar qualquer coisa no que toca a este assunto.

4.2.2.2. Análise Categorical:

Categorias		Caracterização
Modelo de Economia de Partilha	Setor	Serviços especializados sob procura
	Modelo de negócio	A Fixando efetua a sua atividade por meio de uma plataforma digital. O modelo de negócio desta empresa é P2P, na medida em que junta na plataforma o Seller e o Buyer.
	Serviços oferecidos	+ 1200 serviços oferecidos
	Missão	Impulsionar o sucesso quer de profissionais independentes quer de pequenas empresas.
Sustentabilidade Ambiental	Práticas/ Políticas usadas para a preservação dos ecossistemas	Não faz parte do processo desta empresa
Sustentabilidade Económica		Traçaram um plano a 3 anos, em que estava previsto alcançarem resultados positivos no final de 2020, contudo, devido à pandemia teve que se estender esta previsão por mais um ano.
Sustentabilidade Social	Número de empregados	A Fixando neste momento conta com 6 trabalhadores e mais de 40 000 profissionais ativos.
	Benefícios para os utilizadores	Grande variedade de serviços disponibilizados (+1200) Por norma os preços são mais baixos uma vez que os trabalhadores independentes presentes nesta plataforma não estão ligados a nenhuma empresa, dando-lhes uma certa flexibilidade no que toca ao preço final; Poupança de tempo na aquisição destes serviços; Perceção mais adequado dos preços de mercado praticados; Exposição maior quer para profissionais independentes quer para as pequenas empresas.
	Benefícios para a comunidade	Aumento do bem-estar social.
Objetivos Futuros	Convergência MEP e sustentabilidade	Sob discussão devido aos efeitos da pandemia.

Tabela 15- Análise categorial Fixando

4.3. 55+

4.3.1. Resultados da Abordagem qualitativa

A 55 + é uma empresa criada em 2019, que tem por base a partilha de conhecimentos e serviços, através de uma plataforma digital mediante um pagamento de uma determinada quantia previamente disponibilizada ao utilizador/comprador final, promovendo assim a atividade de freelancer em Portugal.

4.3.1.1. Análise do discurso:

Esta empresa surgiu, não pela ambição do tradicional empreendedor de ganhar dinheiro, mas sim por uma causa social, que afeta de forma significativa o nosso país, isto é, a 55+ inicia este projeto com o objetivo máximo de combater a inatividade e conseqüente solidão da população com mais de 55 anos, que neste momento ascende os 2,5 milhões de pessoas, dado que, só utilizadores com 55 ou mais anos podem oferecer os seus serviços.

“A ideia surge mesmo por uma causa social (...) sempre com o objetivo, de oferecer conforto a pessoas mais velhas que têm muito tempo, conhecimentos e experiência podendo oferecer os seus serviços a quem lhe falte este tempo e precise deste apoio. E, portanto, é assim que surge a 55+, muito numa ótica de apoio à comunidade.” E3

O que distingue esta empresa de muitas outras, como a Zaask e Fixando é sem dúvida, a preocupação social vincada na filosofia da empresa, a proximidade e bom ambiente que existe entre a empresa e os seus colaboradores (freelancers) e também a qualidade no serviço, uma vez que todos as pessoas que pretendam oferecer os seus serviços são sujeitos a um teste.

“Para nós não basta sermos uma plataforma que liga o prestador de serviços com o consumidor final, nós temos um dinamismo comunitário com os nossos

colegas 55+ muito maior que qualquer outro Marketplace ou outra organização deste tipo, fazemos formações, convívios, webminars, ou seja, nós queremos e fazemos muito por promover uma comunidade (...). Do ponto de vista do cliente (...), essencialmente por duas razões, por termos uma base de dados pequena e também pela qualidade oferecida nos nossos serviços.” E3

As receitas desta empresa são provenientes de uma taxa cobrada diretamente ao utilizador que requer o serviço, chamada de taxa de operacionalização, que varia consoante o serviço escolhido, porém, os mais significativos para as contas da empresa são os serviços de reparação, limpezas, jardinagem e comida ao domicílio.

Não se destaca qualquer narrativa de preocupações ambientais porque não foi expressada na entrevista.

Destaca-se a narrativa sobre questões económicas:

Em relação a questões relativas ao desempenho económico e financeiro da empresa, uma vez de se tratar de um projeto muito recente não consegui obter quaisquer dados dos mesmos na base de dados SABI, porém abordei este tema na entrevista para verificar a possível existência de padrões com empresas já analisadas.

Dado a juventude da empresa, assumi que a mesma apresentou resultados negativos em 2019 e 2020, face aos elevados investimentos iniciais que a constituição de uma empresa exige, desde o espaço, recursos humanos, marketing, entre outros. Posto isto confrontei a entrevistada com esta suposição a qual foi confirmada e posteriormente perguntei quando era esperado resultados positivos.

“Sim, nós fizemos um forecast que aponta que no final de 2023 consigamos ter resultados positivos, mas é uma previsão que também acredito possa ser alterada face o momento de pandemia que vivemos, ou seja, vamos ter que incluir no forecast o impacto que está a ter a pandemia nas nossas receitas para depois ajustá-

lo e ver o esforço que temos de fazer para cumprir esta previsão de resultado positivo até ao final de 2023 ou alongá-lo.” E3

Outro tema abordado durante a entrevista incidiu sobre a política de gastos da empresa, aqui a entrevistada foi muito esclarecedora e sem hesitar apontou as três categorias mais significativas.

“Nós não temos nenhum fundador ou co-fundador da área de tecnologia, portanto, grande parte dos nossos gastos são em pessoas desta área, acompanhado claro, de marketing, e de equipa para o envolvimento comunitário.” E3

Destaca-se a narrativa que revela melhorias para a sociedade:

Acerca dos benefícios que esta empresa tem para os seus utilizadores e para a comunidade onde se insere, a entrevistada realçou vários, desde a (re)integração de pessoas mais velhas no mercado e consequente combate à solidão e problemas de saúde vividos por muitos desta faixa etária até à divulgação e promoção de produtos locais. Na ótica do consumidor final claro temos a qualidade garantida do serviço como também a facilidade e rapidez no acesso ao mesmo.

“Sentido de consumo e comunidade local, pois através da nossa plataforma, criam-se laços e existe uma clara interação comunitária, portanto, em termos sociais, as grandes vantagens que a 55 + traz, passa pela integração de pessoas com mais de 55 anos na comunidade, promoção do consumo local e até combate à solidão vivida em alguns destes especialistas.” E3

E ainda:

“Do ponto de vista do cliente final, existe a garantia de que o serviço que está a requerer é de grande qualidade, porque nós para fazermos o que fazemos temos como filosofia dar maior qualidade possível no serviço ao cliente, para além da facilidade e rapidez.” E3

O grande objetivo desta empresa passa por atingir a sustentabilidade financeira no prazo previsto e quando esta for alcançada trabalhar para uma expansão internacional do negócio.

“O grande objetivo passa por conseguir a auto-sustentabilidade financeira sem nunca comprometer o nosso foco comunitário. (...) Outro objetivo passará por, numa fase mais estável, quando formos economicamente sustentáveis, expandir o nosso negócio para Espanha e possivelmente outros sítios.” E3

4.3.1.2. Análise Categorical:

Categorias		Caracterização
Modelo de Economia de Partilha	Setor	Serviços especializados sob procura
	Modelo de negócio	A 55+ efetua a sua atividade por meio de uma plataforma digital. O modelo de negócio desta empresa é P2P, na medida em que junta na plataforma o Seller e o Buyer.
	Serviços oferecidos	14 serviços oferecidos.
	Missão	Proporcionar uma vida ativa a todos aqueles com mais de 55 anos de idade.
Sustentabilidade Ambiental	Práticas/ Políticas usadas para a preservação dos ecossistemas	Devido ao setor onde se encontra, não é preocupação significativa para a empresa, contudo, não contribui de maneira nenhuma para a sua degradação.
Sustentabilidade Económica		Visto ser um projeto recente (2019) a sustentabilidade económica ainda não se encontra garantida, no entanto as projeções indicam que em 2023 será alcançada.
Sustentabilidade Social	Número de empregados	A 55+ neste momento conta com 5 trabalhadores e cerca de 2000 profissionais, dos quais cerca de 130 estão ativos.
	Benefícios para os utilizadores	Serviços de grande qualidade; Flexibilidade e rapidez no processo; Preços mais baixos, dado que, são trabalhadores independentes, o que lhes dá alguma flexibilidade no que toca ao preço final.
	Benefícios para a comunidade	(Re)Integração de pessoas acima dos 55 anos no mercado de trabalho; Combate a solidão de pessoas com mais de 55 anos; Promove o consumo local.

Objetivos Futuros	Convergência MEP e sustentabilidade	Alcançar a sustentabilidade económica no tempo previsto (até final de 2023) sem nunca comprometer as suas preocupações sociais e qualidade de serviço. Quando a sustentabilidade económica estiver garantida possivelmente estender o seu negócio para Espanha.
-------------------	-------------------------------------	--

Tabela 16- Análise categorial 55+

4.4. OLX Portugal

O OLX é uma empresa que faz lembrar um dos principais impulsionadores da economia de partilha (eBay), porém numa dimensão mais pequena comparativamente com esta gigante americana. Fundada em 2007, o OLX Portugal realiza a sua atividade única e exclusivamente por meios eletrónicos, quer seja através do site ou da aplicação. Através do registo no mesmo, permite aos seus utilizadores partilharem bens a um preço muito mais acessível do que aos praticados no mercado. Enquadra-se na economia de partilha na categoria de “recirculação de bens” permitindo a interação entre os utilizadores desta plataforma, ajudando a combater o desperdício, um problema grave que temos vindo a enfrentar.

4.4.1. Análise Financeira:

Rácios económico-financeiros	2019	2018	2017	2016	...	2010
ROA (%)	-23,93	0,16	3,31	10,24	...	-67,05
ROE (%)	-59,37	0,26	4,58	11,93	...	-334,94
ROIC (%)	-55,35	0,25	4,52	11,93	...	-334,94

Tabela 17- Rácios económico-financeiros OLX Portugal

Receitas e despesas	2019	2018	2017	2016	...	2010
Vendas	41 177 377	34 032 621	24 067 681	18 357 586	...	1 591 041
Outros rendimentos e ganhos	72 958	38 073	33 075	28 719	...	4 321
Gastos com o pessoal	29 897 359	17 236 759	11 176 042	6 505 688	...	512 147
FSE	14 499 128	13 813 013	10 139 124	7 439 030	...	2 043 307

Outros gastos e perdas	105 051,0	806 565,5	73 746,3	47 352,8	...	11 918,2
Resultado líquido do período	-5 842 079	-646 567	-389 751	7 061 502	...	-749 465

Tabela 18- Principais receitas e despesas OLX Portugal

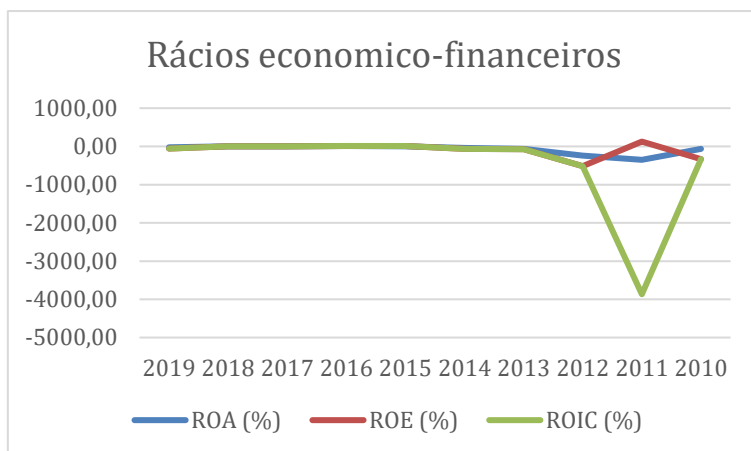


Gráfico 7- Representação dos rácios económico-financeiros OLX Portugal

Portugal

retorno, quer do ativo, do capital próprio ou de todo o capital investido a longo prazo é positivo. Com a análise dos rácios económico-financeiros presentes na tabela 17, é possível afirmar que existiu uma melhoria constante desde o primeiro ano analisado até 2016, sucedido de uma quebra, chegando a apresentar-se negativo em 2019. A quebra no retorno quer do ativo, quer do investimento deve-se sobretudo a investimentos feitos pela empresa, onde são esperados retornos futuramente.

A política de receitas e despesas (tabela 18) segue a mesma tendência das empresas anteriormente analisadas, dado que, a maior parte dos rendimentos vem das vendas e os gastos eram maioritariamente destinados para FSE (numa fase inicial), com o objetivo de captar clientes, contudo, posteriormente, os “gastos com o pessoal” começou a ser superior.

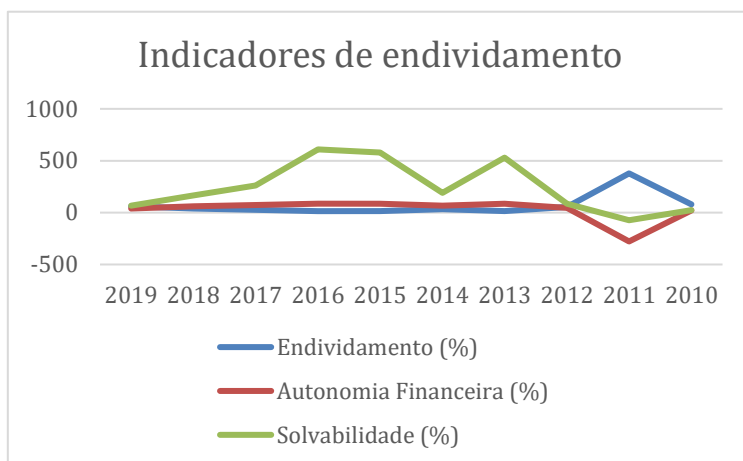
Rácios financeiros	2019	2018	2017	2016	...	2010
Endividamento (%)	59,69	37,72	27,78	14,1	...	79,98
Autonomia Financeira (%)	40,31	62,28	72,22	85,90	...	20,02
Solvabilidade (%)	67,53	165,11	260,03	609,06	...	25,03
Liquidez geral	0,76	1,07	1,67	2,51	...	0,73

Tabela 19- Rácios financeiros OLX Portugal

Através da análise do OLX Portugal, empresa enquadrada no panorama de partilha, que devido à sua antiguidade já tem alguma expressão a nível

nacional,

percebemos que o



Através da observação dos valores presentes na tabela 19 e gráfico 8 sobre a tendência dos indicadores de endividamento, é possível afirmar que a

Gráfico 8- Representação dos indicadores de endividamento OLX Portugal

OLX encontra-se num patamar relativamente diferente das outras empresas, sobretudo devido à antiguidade do negócio. Posto isto e através da análise dos valores dos rácios de autonomia financeira, endividamento e solvabilidade, é de realçar a forte posição financeira e conforto que esta empresa apresenta, mostrando-se capaz de enfrentar qualquer problema que apareça. Os valores destes rácios permitem afirmar ainda, que a estratégia desta empresa passa maioritariamente por investimento através de capital próprio invés financiamento externo.

O rácio de liquidez geral tem-se mostrado, na maioria dos anos analisados, bastante positivo (superior a 1), todavia, observou-se também uma quebra a partir de 2016, explicado também pelos investimentos feitos neste período.

Rácios económicos	2019	2018	2017	2016	...	2010
Rendibilidade operacional das vendas (%)	-8,39	6,51	11,27	24,26	...	-61,11
VAB	26 678 249	20 219 608	13 928 557	10 918 556	...	-452 265

Tabela 20- Rácios económicos OLX Portugal

O rácio rendibilidade operacional apesar dos valores inicialmente negativos, conseguiu contrariar este fenómeno apresentando-se positivo desde 2015, permitindo assim afirmar que a estrutura de gastos operacionais praticada por OLX Portugal é rentável.

O VAB apresenta a mesma tendência que o indicador anterior, ou seja, no período de 2010 a 2015 é negativo, e a partir daí tem-se mostrado positivo e com melhorias significativas.



Gráfico 9- Evolução do número de trabalhadores OLX Portugal

Através da análise financeira da empresa e com a observação do gráfico 9, é de realçar o impacto extremamente positivo que o OLX Portugal tem em termos de empregabilidade,

dado que, em 2010 contava com 31 empregados e em 2019 já dispunha 270 pessoas nos seus quadros.

4.4.2. Resultados da Abordagem qualitativa

A entrevista ao responsável pelas operações da OLX Group em Portugal demonstrou-se muito importante nesta investigação, quer pelo modelo em si, visto ser uma empresa com alguma antiguidade e expressão no mercado nacional, como também para perceber as premissas de sustentabilidade subjacentes ao negócio.

4.4.2.1. Análise do discurso

O modelo de negócio é muito simples, o OLX Group é um Marketplace de classificados e portanto, consiste numa empresa que disponibiliza as suas plataformas digitais, tais como OLX, Standvirtual, Imovirtual, entre outras, aos utilizadores para trocaram bens e serviços, quer sejam novos ou usados, sempre com o objetivo de oferecer o melhor serviço possível ao utilizador, sendo esta a principal vantagem deste grupo face aos concorrentes.

“É um mercado dinâmico e muito volátil principalmente com a entrada do Facebook MKPL. As estratégias passam muito por agregar valor ao produto que temos adaptado ao modelo de negócio trazendo conveniência para os utilizadores. Depois aposta na audiência e sabendo que o OLX atrai milhões, significa que também tem qualidade e bastante valor e as pessoas sentem isso na forma como rapidamente fazem negócios.” E4

As receitas são geradas de três formas diferentes, através de anúncios pagos pelos utilizadores, de forma a destacar o seu produto (maior probabilidade de ser vendido, redução de tempo parado no site, etc), através de anúncios para profissionais, como concessionários e imobiliárias e com publicidade, ou seja, esta plataforma não gera receitas consoante o número de bens que são vendidos, daí, a falta de dados quanto ao número absoluto de bens transacionados no ano de 2019.

“Nós não transacionamos bens, por isso não temos essa informação, nós como somos a plataforma que trabalha com o espaço para um vendedor e um comprador fazerem negócio, o que nós temos é transações de comunicação e isso não dá a certeza de que na realidade foi transacionado um bem ou um serviço.” E4

Em termos de principal target, o facto do OLX ser uma empresa que já conta com alguns anos de presença em Portugal, reflete-se também na sua rede de utilizadores, visto que a aderência desde o seu começo tem sido gigantesca tendo chegado a praticamente todas as pessoas independentemente da idade.

“A faixa etária dos nossos utilizadores é muito variada tal como o número de categorias que temos. Se pensarmos que o OLX está presente na vida de uma pessoa de A a Z, o público é muito variado. Temos utilizadores de 90 anos a fazer negócios como forma de ganhar dinheiro para usufruírem da melhor forma da sua vida, sempre funciona como um extra para lá da reforma recebida.” E4

Esta dispersão de idades do utilizador do grupo OLX também pode ser explicada pela enorme cobertura de bens e serviços que esta empresa oferece,

tendo em conta que atuam em quase todas as frentes, desde o setor imobiliário, automóvel, a bens de menor dimensão como móveis, moda, tecnologia, etc. Claramente que haverá uma tendência maior dependendo do bem que estão a vender/comprar, no entanto, na base de dados da empresa existe de tudo.

“As categorias que mais transações geram são carros, casas e depois varia muito entre serviços, empregos, mobiliário e decoração, entre outros.” E4

Destaca-se a narrativa que revela preocupações ambientais:

Quando a entrevista tomou um rumo diferente e se debruçou mais naquilo que é essencial ao estudo, ou seja, perceber de que forma, o OLX, sendo um modelo de partilha contribui positivamente para a sustentabilidade, o entrevistado não teve dúvidas nenhuma nas inúmeras vantagens que o grupo trouxe para o ambiente desde a sua chegada a Portugal.

“Se pensarmos que ajudamos a dar uma segunda vida a produtos que eram destinados a ir para o lixo, o OLX já poupou toneladas de emissões tóxicas para o ambiente. Isto só é possível pelo envolvimento da comunidade e pela forma como as pessoas utilizam a plataforma de forma prática e simples, colocando à disposição produtos novos ou usados, particulares ou profissionais (...) Somos digitais, a nossa plataforma fomenta economia circular evitando desperdícios.” E4

Destaca-se a narrativa sobre questões económicas:

No que toca ao aspeto financeiro/económico da empresa, o entrevistado achou por bem não responder a questões deste género, dado não estar a par dos dados e não ser a sua área, recomendando o contacto com alguém da parte financeira do grupo (sem sucesso), apenas adiantou onde estavam concentrados os principais gastos e a razão dos mesmos.

“Só estou na empresa desde fins 2018, contudo, em tecnologia a aquisição de utilizadores é fundamental para o crescimento e conseqüente monetização. Para isso existe fortes investimentos em marketing em campanhas de aquisição e

awareness até chegar a um pico de maturação que foi o nosso caso no universo c2c. Agora partiremos para o universo b2c.” E4

Destaca-se a narrativa que revela melhorias para a sociedade:

Em termos sociais, este grupo mostra-se muito vantajoso para a comunidade, isto é, apesar de claramente haver evidências positivas do ponto de vista ambiental, pelo facto de se tratar de um grupo que realiza todas as suas atividades com base na recirculação de produtos, aumentando o seu tempo de vida e quebrando com aquilo que antes era uma necessidade, comprar bens novos, existe ainda uma outra face, a face social, ou seja, as pessoas ao terem plataformas digitais que permitem a venda de qualquer produto, estão a rentabilizar tudo aquilo que já não dão uso e provavelmente se encontrava parado na garagem ou numa arrecadação a ganhar pó ou até à espera de ser levado para o lixo.

“Sem dúvida. O OLX veio melhorar a vida da generalidade das pessoas, mostrando que nada se perde e tudo se transforma. As pessoas ganharam consciência que podem ganhar um extra com os produtos que têm em casa, ou até com um hobby, podendo escalar negócios, com a exposição oferecida por este tipo de plataformas, chegando a novos públicos e audiências.” E4

Para além disso a preocupação que a OLX Portugal revela com os seus utilizadores é notória, visto ter sido a única que optou pelas estratégias de “ponto de entrega”, isto é, depois da sugestão de alguns utilizadores preferirem fazer os negócios “face-to-face” o OLX decidiu criar postos em lugares públicos por todo o país evitando os eventuais esquemas que possam existir no e-commerce.

“Esta estratégia foi única no grupo (pelo menos na Europa) e foi apenas uma ideia implementada através do feedback dos nossos utilizadores que gostavam de ter um lugar físico para realizar negócios (c2c).” E4

O impacto e a relevância deste grupo na comunidade e mercado português, respetivamente, é significativo, e conseguimos percebê-lo, quando o entrevistado

nos forneceu os números de utilizadores registados, contando com cerca de 7.3 milhões, dos quais 3.5 encontram-se ativos (utilizaram a plataforma há relativamente pouco tempo). E como “com grandes poderes vêm grandes responsabilidades” este grupo apesar de exercer a sua atividade por meios digitais, contraria aquilo que é habitual neste paradigma, empregando cerca de 300 pessoas, contribuindo significativamente para a empregabilidade em Portugal.

Em termos de objetivos e aspetos a melhorar num futuro próximo está tudo relacionado com a experiência do utilizador, quando utiliza plataformas deste grupo.

“Conveniência, segurança e rapidez nas transações são o foco dos próximos 2 anos.” E4

4.4.2.2. Análise Categorical:

Categorias		Caracterização
Modelo de Economia de Partilha	Setor	Marketplace de classificados.
	Modelo de negócio	Na mesma plataforma consideramos que se usa dois modelos de negócio. B2C quando o utilizador usa a plataforma para publicar um anúncio referente a determinado bem e P2P quando o vendedor e o comprador estabelecem contacto.
	Serviços oferecidos	Plataforma que junta vendedores e compradores.
	Missão	Consumo consciente, rápido e fácil.
Sustentabilidade Ambiental	Práticas/ Políticas usadas para a preservação dos ecossistemas	Combate o desperdício com a recirculação de bens.
Sustentabilidade Económica		Garantida desde 2015

Sustentabilidade Social	Número de empregados	Cerca de 300
	Benefícios para os utilizadores	Maior rentabilização dos bens; Comprar produtos ou serviços a um preço mais acessível; Maior exposição para os produtos ou serviços.
	Benefícios para a comunidade	Aumento do bem-estar social face ao número elevado de pessoas empregadas e às melhorias observadas no ambiente.
Objetivos Futuros	Procura de convergência entre o MEP e a Sustentabilidade	Melhorar a experiência do utilizador através de foco na conveniência, segurança e rapidez nas transações.

Tabela 21- Análise categorial OLX Portugal

5. Discussão comparativa dos resultados

Através da análise individual das quatro empresas estudadas é possível notar a existência de alguns padrões que serão neste ponto analisados detalhadamente de forma a perceber se o modelo tem ou não propensão para a sustentabilidade ou se é apenas movido por benefício económico.

5.1. Análise financeira- Pontos de convergência

Através da análise financeira das empresas é possível observar que todas, sem exceção, apresentam a mesma estratégia inicial, isto é, quando foi criada (Fixando e 55+) ou implementada em Portugal (OLX e Free Now), não esperavam obter resultados positivos desde início, sabendo que a conquista de uma rede de clientes elevada e consequente forte posição no mercado envolve investimento e tempo. Posto isto, é de salientar que a política de gastos das empresas, segue a mesma trajetória, isto é, os investimentos iniciais são aplicados sobretudo em FSE, em que a maior parte se destina a Marketing para publicidade e propaganda da marca, acompanhada, claro, com gastos em recursos humanos, principalmente no departamento de operação, ou seja, IT, para o desenvolvimento e bom funcionamento da plataforma.

O facto de todas as empresas trabalharem no sentido de reduzir os resultados do período ou até, se possível, torná-los negativos não é surpreendente, uma vez que, o imposto sobre os lucros das empresas em Portugal é elevado, cerca de 30% sobre o valor total. Para além disto, o facto de Portugal ser um país “cujo tecido empresarial é composto por pequena e médias empresas, em que a figura do

gestor da empresa confunde-se com a do seu proprietário” contribui ainda mais para a redução dos mesmos (Dias, 2015).

Com a entrada da OLX Portugal no leque de empresas analisadas, percebemos também que, apesar de atualmente, ser uma empresa forte com grande presença no mercado nacional, que conseguiu até mudar mentalidades face ao consumo de bens, enfatizando a necessidade de combater o desperdício analisado no processo de consumo, as tendências verificadas nas outras empresas mais recentes também se verificaram nos primeiros anos de atuação deste grupo em Portugal, ou seja, a tendência para resultados negativos, e consequentemente retorno negativo quer do ativo como também do capital investido, o forte investimento em FSE, que depois, já numa fase de estabilidade económica, se viu ultrapassado pelos gastos em recursos humanos (em 2007 começaram com 2 pessoas, passados 3 anos já tinham 31 e atualmente segundo o entrevistado contam com cerca de 300), tudo aconteceu nesta empresa, que chegou a apresentar em 2016, cerca de 7 milhões de lucros, que depois diminuíram face aos investimentos feitos após este período.

5.2. Pontos de convergência do setor transportes P2P com a sustentabilidade

Como disse anteriormente, o setor dos transportes P2P é um dos maiores a nível de economia de partilha, existindo várias empresas a atuar em Portugal, como a Free Now, Uber, Bolt, Car2Go, entre muitas outras.

- **Propensão para a sustentabilidade ambiental:**

A caminhada para um mundo em que os veículos elétricos são primeira opção para a maioria das pessoas, é vista como necessária, constando, portanto, na agenda da Comissão Europeia desde 2016. Passar para uma mobilidade de baixa emissão de gases com efeito de estufa, através de carros elétricos e de uma maior assiduidade de veículos de micro-mobilidade, como bicicletas e trotinetes nos

centros urbanos, através de parques dissuasores, é fundamental, dado que, “os transportes representam quase 25% das emissões de gases com efeito de estufa na Europa, sendo considerado o principal responsável pela poluição do ar nas cidades” (Comission, 2016a, p.2).

É certo que os carros elétricos também contribuem para a emissão de gases poluentes, através do carregamento das baterias e essencialmente no processo de construção do veículo (este mais poluente que a criação de um carro convencional), porém, Nealer et al. (2015), afirmam que as emissões associadas ao primeiro são compensadas rapidamente, durante o primeiro ano de vida ou nos primeiros 15 mil quilómetros de circulação. Um estudo publicado no “El Economista” feito por Labrador (2018), vai ainda mais longe, afirmando que anualmente, um veículo elétrico poupa cerca de 2 mil toneladas líquidas de CO₂ comparativamente a um carro convencional, dado que por cada quilómetro percorrido nestes veículos evitam-se cerca de 134,35 gramas de CO₂ (estudo feito para o mercado e hábitos espanhóis que tem em conta o ACV¹¹, ou seja, todo o ciclo de vida do carro, desde a sua produção até à circulação).

No mesmo âmbito entra também a importância de plataformas de mobilidade partilhada, uma vez que, as mesmas promovem o acesso a um bem (carro neste caso) em detrimento da sua posse, e, tendo integrado também o pacto empresarial da mobilidade sustentável com a cidade de Lisboa, passaram a ter todas, programas de mobilidade elétrica, como a Ride Eco (Free Now), Uber Green (Uber) ou Bolt Green (Bolt).

No caso concreto de estudo, a Free now, com o seu plano Net-Zero, já é neutra em carbono, isto é, por meio de compensação, através da preservação e reflorestação das florestas, com a plantação de 20 000 árvores por ano em cidades europeias, compensa as emissões que gera. Este plano Net-zero, inclui também os objetivos de tornar a frota 50 % verde até 2025 e 100% até 2030. O compromisso

¹¹ Técnica de avaliação e quantificação de impactos ambientais associados a um produto ou processo.

desta empresa com o ambiente é reforçado ainda com a integração na sua aplicação de bicicletas e trotinetes em parques dissuasores, apesar destes não terem grande peso nas contas da empresa.

Atualmente já têm o programa Ride Eco, que através de estratégias da empresa, como preço mais baixo comparativamente aos outros programas, internalizando eles próprios o custo, através da redução da comissão cobrada ao motorista (de 15 para 13/13,5%), já tem grande impacto nas contas da empresa e conseqüentemente no ambiente, uma vez que, segundo o entrevistado, este programa já representa cerca de 25 % das viagens totais. É natural que, com o fator pandemia, as viagens deste género tenham reduzido substancialmente, devido às restrições de mobilidade aplicadas, contudo, só em Lisboa no ano de 2019 eram realizadas milhares de viagens, logo programas como o Ride Eco vêm certamente ter um impacto positivo substancial no ambiente.

- **Propensão para a sustentabilidade social:**

Em termos sociais os benefícios que plataformas deste género podem ter, dividem-se em dois grupos. O primeiro, vai ao encontro da ótica do utilizador final, ou seja, aquele que acede à plataforma e requer o serviço, o segundo incide sobre as pessoas que se encontram em idade ativa, que veem neste tipo de plataformas um meio para receber algum dinheiro.

Na ótica do utilizador final, os benefícios passam muito pelo conforto, segurança, facilidade, qualidade no serviço e menos dinheiro despendido, através dos vários programas que dispõem e de medidas como a disponibilização do rating do motorista.

Na tabela 22 e 23, verificamos os preços praticados quer por plataformas TVDE e táxis em Portugal, respetivamente. Veja-se tabelas 22 e 23.

	Tarifa mínima	Tarifa base	Preço/km	Preço/minuto
Free Now	2,50€	0,80€	0,52€	0,08€
Bolt	2,50€	0,84€	0,55€	0,08€
Bolt (Algarve)	2,50€	0,93€	0,65€	0,08€
Uber	2,50€	0,90€	0,59€	0,09€
Uber (Algarve)	2,50€	1,00€	0,70€	0,09€
Uber (Madeira)	2,50€	1,20€	0,65€	0,30€

Tabela 22- Preços praticados em plataformas de mobilidade.

Fonte: Moura dos Santos, 2020, Sapo

	Tarifa mínima/dia	Preço/km dia	Tarifa mínima/noite	Preço/km noite	Extras
Táxis	3,25€	0,47€	3,90€	0,56€	Bagagens-1,60€ Cada minuto parado- 0,25€ Reservas pelo telefone- 0,80€

Tabela 23- Preços praticados pelos Táxis

Através das tabelas 22 e 23, percebemos que em termos de plataformas de mobilidade, a Free Now é a que apresenta preços mais competitivos, e numa comparação mais abrangente, é de salientar que, a par do conforto e facilidade de acesso à mobilidade em carros, o preço das primeiras também se mostra mais apelativo, especialmente em viagens de curta duração.

O segundo, como referi anteriormente, passa pela perceção das pessoas que nestas plataformas podem receber algum rendimento do trabalho, basta terem um carro com menos de 7 anos¹², carta há mais de 3 anos e uma formação de 50 horas¹³ que mostra a aptidão dos mesmos para o transporte de passageiros, emitida pelo IMT (tem um custo de 500€).

¹² Lei n.º.45/2018, Artigo 12.º, alínea 4

¹³ Lei n.º.45/2018, Artigo 10.º, alínea 2

Atualmente existem cerca de 29000 motoristas registrados no IMT, valor que rondava os 5000 antes da lei Uber entrar em vigor em 2018. Esta lei veio regular aspectos centrais do trabalho e da proteção do trabalhador, que antes não se encontravam garantidos, como por exemplo, o limite de horas diárias que os motoristas podiam estar ativos na aplicação (10 horas/dia)¹⁴.

Os motoristas, como não têm um contrato de trabalho, o seu horário é bastante flexível, em termos de tempo de tempo diário dedicado ao exercício da atividade (máximo 10 horas/dia), permitindo compatibilizar o horário laboral com a vida individual e familiar.

Em síntese, é possível afirmar que esta empresa tem pressupostos de sustentabilidade ambiental e social, para além disso, se existem benefícios ambientais neste tipo de plataformas, estas também se refletem na comunidade, uma vez que, a redução da poluição atmosférica traduz automaticamente num aumento do bem-estar social (critério usado por Laukkanen & Tura, 2020 para a criação de valor sustentável).

5.3. Pontos de convergência do setor de serviços a famílias por pedido com a sustentabilidade

Neste setor foram analisadas duas empresas, a Fixando e a 55+, que apesar de idênticas têm filosofias e preocupações bastante diferentes. A primeira, já consegue ter alguma expressão no mercado, é mais antiga e engloba mais pessoas, quer profissionais, quer utilizadores dos serviços e a segunda é um projeto muito recente, criado em 2019, mas muito interessante, com uma preocupação social muito vincada na própria filosofia da empresa.

Em termos de propensão para a sustentabilidade, este setor apresenta várias vantagens do ponto de vista social e comunitário, que serão apresentados de

¹⁴ Lei nº.45/2018, Artigo 13.º, alínea 1

seguida. Por outro lado, foi possível concluir que a sustentabilidade ambiental não entra no processo das mesmas, porém não contribuem em nenhuma maneira para a degradação ambiental.

Ambas as plataformas, facilitaram e tornaram mais rápido o processo de aquisição de serviços, cortando várias etapas subjacentes ao mesmo, como a pesquisa de lojas que tenham os serviços pretendidos, a deslocação às mesmas, o pedido de orçamentos para comparação de preços, entre outros. Estas plataformas oferecem um espaço para exposição dos serviços (no caso da Fixando o entrevistado alertou que muitas empresas viam com bons olhos a inscrição nesta plataforma, com o objetivo de alargar a sua rede de clientes) ou até, para o lançamento de uma carreira de freelancer (fenómeno que se verifica tanto na 55+ como na Fixando).

Um fenómeno verificado em ambas, foi o aumento de especialistas com o fenómeno pandemia, ou seja, o excesso de tempo livre (devido ao layoff), a falta de rendimentos, o combate à solidão foram fatores que fizeram com que as pessoas se adaptassem e vissem nestas plataformas um meio para conseguir algum rendimento.

A plataforma 55+ é um verdadeiro exemplo da aplicação do modelo de partilha virado para a comunidade e não para o benefício económico que daí pode vir, isto é, foi criada pela preocupação com a inatividade e solidão das pessoas mais velhas, fenómeno em crescente expansão em Portugal, como podemos observar através da figura 4 e gráfico 10 em baixo apresentadas.

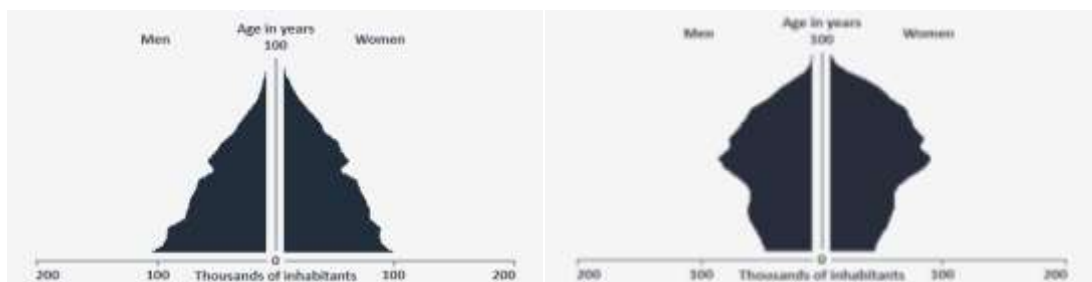


Figura 4- Evolução da estrutura da população portuguesa (1960-2020)

Fonte: ined.fr

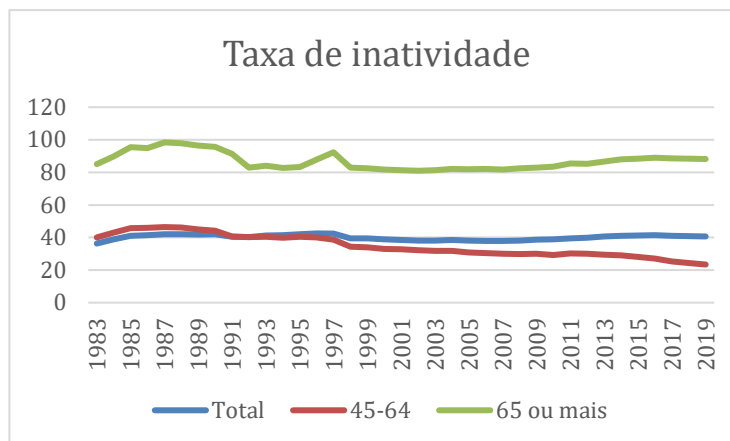


Gráfico 10- Taxa de inatividade de Portugal, adaptado de PORDATA

Através da figura 4, é possível observar o envelhecimento da população portuguesa, que passou de apresentar uma estrutura progressiva em 1960, caracterizada por uma população jovem, para uma estrutura regressiva em 2020, onde vemos um aumento da idade média. Este envelhecimento da população foi também acompanhado por um aumento da população inativa¹⁵, valor que ronda os 3 600 000, representando 40% da população total em idade ativa (presente no gráfico 10). Estes valores conseguem chocar qualquer pessoa, e o projeto 55+ apareceu focada em tentar contrariar este fenómeno, incentivando as pessoas mais velhas, que estejam aptas a trabalhar, para o fazerem, de forma a combater inúmeros problemas associados à inatividade, como solidão e até problemas de saúde.

Resumidamente, a sustentabilidade social é o pressuposto base de empresas neste setor, contudo, não se verifica qualquer contribuição, quer seja negativa ou positiva, no ambiente.

¹⁵ População inativa é a população que, no período considerado, não é considerada economicamente ativa, ou seja, não se encontra empregada nem desempregada. Em 2019 a população inativa com 15 ou mais anos excedia os 3 600 000.

5.4. Pontos de convergência do setor de recirculação de bens com a sustentabilidade

No caso do OLX Portugal (Marketplace de classificados) segue um modelo de partilha, na medida em que, funciona como um canal (através das suas plataformas) entre o vendedor e o comprador, possibilitando a comunicação entre as partes e consequentes futuros negócios. Neste caso foram verificados pressupostos de sustentabilidade a todos os níveis, isto é, o modelo de partilha trouxe vantagens sociais e ambientais e provou que a sustentabilidade financeira, após os primeiros anos de chegada a Portugal, caracterizados por fortes investimentos em FSE, foi alcançada.

- **Propensão para a sustentabilidade ambiental:**

O OLX Portugal, enquadra-se dentro do modelo de partilha na categoria de recirculação de bens, Schor, 2016. De acordo com o entrevistado, esta categoria veio mudar hábitos de consumo e reduzir a necessidade de comprar bens novos, evitando automaticamente o desperdício, quer de produtos como também de matérias-primas que iriam ser utilizadas para construir ou produzir esses mesmos bens.

Segundo o relatório de impactos de 2020 que o OLX Group emitiu (engloba 20 mercados internacionais, Portugal inclusive), optar pela compra de produtos em segunda mão tem um retorno extremamente positivo no ambiente, ou seja, face à reutilização do bem, estamos a aumentar o tempo médio de vida do mesmo evitando uma série de recursos gastos a produzir bens novos. Este relatório engloba transações de carros, motos, smartphones, computadores, tablets, televisões, vestuário e livros.

De acordo com este mesmo relatório mais de 40,3 milhões de bens foram transacionados nestes mercados, poupando milhões de materiais, energia, água

e emissões de co2 que seriam usados na produção dos mesmos. Veja-se a tabela 24.

OLX Group	Quantidade Poupada
Materiais	5.5 Biliões de kg
Energia	842 Milhões GJ (GigaJoule)
Água	481 Milhões m ³
Emissões de CO2	59 Milhões de toneladas

Tabela 24- Recursos poupados com as transações OLX Group, adaptado de Group, 2020.

O bem mais transacionado são os smartphones (16,4 milhões), todavia, o que representa uma maior poupança para o ambiente são os carros (9,6 milhões), na medida em que o seu processo produtivo é bastante mais poluente que o anterior.

Apesar da entrevista, o peso de Portugal nestas estatísticas continuou desconhecido, uma vez que o entrevistado alertou para o facto de não contabilizarem transações, mas sim comunicações entre o vendedor e o comprador, processo que não garante necessariamente uma venda/compra.

Propensão para a sustentabilidade social:

Em termos sociais este setor veio trazer inúmeras vantagens, tais como, uma maior rentabilização do bem, maior exposição do bem ou serviço, possibilidade de constituir uma fonte de rendimento (extra) para muitos indivíduos, entre outros. Face à dimensão desta empresa, benefícios como empregabilidade também podem ser considerados, uma vez que, atualmente, empregam cerca de 300 pessoas (valor elevado, que permite classificar a OLX Portugal como uma grande empresa).

Para concluir, é possível afirmar que esta empresa, é sustentável a todos os níveis, estando repleta de benefícios ambientais e sociais com uma estrutura financeira saudável.

5.5. Convergência do setor do alojamento P2P com a sustentabilidade

Apesar do insucesso quanto à tentativa de agendamento de uma entrevista com uma empresa do setor do alojamento, achei por bem analisá-lo, visto ter grande relevância no nosso país.

Neste setor, a presença de pressupostos de sustentabilidade é bastante perceptível, destacando-se sobretudo motivações económicas e sociais por parte das empresas.

A existência de plataformas que permitem a partilha de habitação (Airbnb, Uniplaces, HomeCarShare, etc) trouxe variadíssimos benefícios quer do ponto de vista da saúde financeira da empresa, como também para as comunidades.

Vantagens como, a rápida aquisição de utilizadores, baixos custos de operação, crescente globalização e o desejo de oferecer alternativas mais económicas à população em geral constituem algumas das motivações para as empresas se movimentarem e diversificarem para modelos de partilha (Ivanova, 2017). Posto isto, depois de criadas plataformas que fomentem o turismo, permitindo a partilha de habitação, surgem benefícios como, maior rentabilização do bem (neste caso, uma casa ou quarto), uma maior oferta de alojamento que conseqüentemente leve a uma redução geral nos preços, interação entre indivíduos de diferentes partes do globo, promoção de atividades, hábitos e gastronomia local, entre outros.

Como exemplo concreto, e devido à escassez de dados, mencionado anteriormente, utilizei dados já disponíveis da maior empresa de alojamento P2P. Segundo dados oficiais da gigante americana, Airbnb, os utilizadores desta plataforma geraram mais de 2000 milhões de euros (impacto direto¹⁶) só em Portugal e 86 000 milhões a nível global no ano de 2018. Para além disto, através

¹⁶ O impacto direto foi calculado através da soma das receitas obtidas pelos anfitriões e o gasto estimado dos hóspedes.

de um inquérito feito pela própria empresa a 5500 anfitriões e hóspedes em Portugal, foram reveladas as principais consequências da atuação desta empresa no nosso território. Posto isto, este estudo indicou, que 60% dos inquiridos afirma que a partilha da sua habitação permitiu-lhes viver nas mesmas, em média 41% dos gastos realizados pelos hóspedes têm como destino o bairro onde se localiza a estadia, 52% dos hóspedes afirmam também que o dinheiro poupado através desta forma de alojamento é gasto nos bairros ou cidades que visitam, 78% dos anfitriões garantem que tentam promover a comunidade onde se inserem, através da recomendação de atividades culturais (museus, festivais ou locais históricos). Por último, a grande generalidade dos hóspedes que optam pela Airbnb afirma que a plataforma teve um impacto positivo na sua estadia, permitindo até, o seu prolongamento, em média por mais de 5,1 dias¹⁷ (Lusa & Suspiro).

Em suma, a relação com a sustentabilidade no caso concreto do alojamento P2P, é evidente, quer seja a nível económico, como também social onde anfitriões, hóspedes e a própria empresa usufruem dos benefícios que a utilização de um modelo de partilha traz.

¹⁷ Dados retirados de: <https://observador.pt/2019/07/01/airbnb-teve-impacto-economico-de-2-000-milhoes-de-euros-em-portugal-em-2018/>

6. Conclusão

A economia de partilha é um fenómeno que, devido ao seu crescimento exponencial, tem criado várias ramificações abrangendo inúmeras áreas e setores (Geissinger, et. al,2018). A ideia iniciada pelo Marketplace para a comercialização de bens usados, onde as pessoas inicialmente procuravam uma forma de rentabilizar os bens a que já não davam uso, difundiu-se a praticamente todos os setores, sendo que, atualmente, a grande massa crítica está presente no setor do alojamento e transportes.

Esta diversificação da economia de partilha, foi também acompanhada de mudanças no próprio modelo, nomeadamente, a promoção do *access over ownership*, de forma a evitar vários problemas associados à produção do bem e também de forma a generalizar o acesso aquilo que antes estaria restrito a um grupo mais pequeno de indivíduos. Esta forma de transação, só foi possível devido ao avanço tecnológico, à globalização e ao acesso generalizado à informação, fenómenos que sensibilizaram as pessoas para problemas associados à produção em massa e tornaram o acesso mais fácil e rápido (dado que são potenciados por plataformas digitais), permitindo uma maior abertura por parte dos consumidores para outras formas de adquirir o serviço ou produto que necessitam.

Esta investigação teve como objetivo estudar o gap existente na literatura, quanto à verificação da propensão destes modelos para a sustentabilidade, daí a opção pelo método qualitativo, de forma a ter um contacto próximo com empresas que adotam este modelo, para perceber ideias, estratégias e objetivos das mesmas.

Após a recolha e análise dos dados e colocando de lado algumas limitações que o estudo possa ter, é possível afirmar que os modelos de negócio assentes na

economia de partilha têm de facto uma maior propensão para a sustentabilidade comparativamente com os modelos convencionais.

Foram analisadas quatro empresas de três setores diferentes, sendo que, em todas elas verificaram-se pressupostos de sustentabilidade social, ou seja, nestas 4 empresas (Free Now, Fixando, 55+ e OLX) as preocupações sociais demonstradas e os benefícios daí resultantes, tanto para o utilizador como também para a comunidade onde se inserem, são inúmeros, passando pela democratização no consumo, maior rentabilização dos bens, maior exposição para produtos e profissionais, horários mais flexíveis, melhores condições de vida, entre outros.

A sustentabilidade ambiental foi verificada em duas empresas de dois setores diferentes (Free Now e OLX). A Free Now, empresa do setor dos transportes, com a assinatura do pacto de mobilidade empresarial para a cidade de Lisboa, tem vindo a demonstrar maiores preocupações ambientais. Neste momento, esta empresa estabeleceu 2030 como o ano em que a sua atividade vai ser feita exclusivamente com veículos elétricos. Sendo esta transação um fenómeno gradual, já é neutra em carbono por meio de compensação, através da preservação e reflorestação das florestas. A OLX Portugal enfrenta o desperdício e uso intensivo de recursos promovendo a recirculação de bens, tendo conseguido mudar mentalidades quanto ao processo de compra e desapropriação voluntária dos próprios bens.

A sustentabilidade económica demonstrou ser o pilar mais difícil na obtenção de conclusões, na medida em que as empresas são de setores diferentes, realizam atividades diferentes e na maior parte dos casos são muito recentes em Portugal, resultando numa maior fragilidade financeira. No entanto, com a análise da OLX Portugal, foi possível verificar algumas tendências comuns, como os elevados gastos iniciais, principalmente em Marketing que, posteriormente, se viram ultrapassados pelos gastos em pessoal, acompanhando o crescimento da

plataforma. De acordo com as narrativas dos entrevistados, em três dos quatro casos analisados, a estabilidade financeira das empresas será alcançada quando passarem esta fase de “escalar”, caracterizada pela divulgação da marca e obtenção de utilizadores.

6.1. Limitações da investigação

As limitações de uma investigação normalmente passam muito pelo método escolhido para recolha de dados. Esta dissertação não é exceção, ou seja, a opção pelo estudo de caso suportado no método qualitativo, com base em entrevistas a empresas que adotam a economia de partilha como modelo de negócio, mostrou ser a parte mais complicada e desafiante, sendo que, daí resultaram algumas limitações.

Estas limitações vão desde natureza dos dados até à sua quantidade, ou seja, o facto de a técnica de recolha de dados ser as entrevistas, fez com que o tratamento dos mesmos fosse mais longo e, quiçá, de carácter pessoal, pois a sua categorização depende muito da interpretação feita ao conteúdo.

Para além disso, a amostra reduzida (apenas quatro empresas) pode ser considerada outra limitação, dado que, problemas como a generalização de resultados podem acontecer, no entanto, para fazer face a esta última limitação, recorri à análise de um setor (alojamento P2P) a partir de dados já existentes, devido ao insucesso constante na tentativa de agendamento de uma entrevista e tratar-se do setor com maior impacto no panorama da partilha. “Uma crítica comum feita à pesquisa qualitativa é que os resultados do estudo podem não ser generalizáveis a uma população maior, devido a tratar-se de uma amostra pequena e aos participantes não terem sido escolhidos aleatoriamente” (Hancock, et al., 2006, p.7).

Bibliografia

- Akhmedova, A., Marimon, F., & Mas-Machuca, M. (2020). Winning strategies for customer loyalty in the sharing economy: A mixed-methods study. *Journal of Business Research*, 112(May 2019), 33–44. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.046>
- Albarello, L., Digneffe, F., Hiernaux, J.-P., Maroy, C., Ruquoy, D., & Saint-Georges, P. de. (1997). *Práticas e Métodos de Investigação em Ciências Sociais* (Gradiva (ed.)).
- Albinsson, P. A., & Yasanthi Perera, B. (2012). Alternative marketplaces in the 21st century: Building community through sharing events. *Journal of Consumer Behaviour*, 11(4), 303–315. <https://doi.org/10.1002/cb.1389>
- Baker, D., 2014. Don't buy the 'sharing economy' hype: Airbnb and Uber are facilitating rip-offs. *The Guardian*, [online] Available at: <<https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/may/27/airbnb-uber-taxes-regulation>>.
- Bardhi, F., & Eckhardt, G. M. (2012). Access-Based Consumption : The Case of car sharing. *Journal of Consumer Research*, 39(December).
- Bardin, L. (1995). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Belk, R. (2010). Sharing. *Journal of Consumer Research*, 36(5), 715–734. <https://doi.org/10.1086/612649>
- Bellotti, V., Ambard, A., Turner, D., Gossmann, C., Demková, K., & Carroll, J. M. (2015). A muddle of models of motivation for using peer-to-peer economy systems. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings, 2015-April*, 1085–1094. <https://doi.org/10.1145/2702123.2702272>
- Böcker, L., & Meelen, T. (2017). Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 28–39.

- <https://doi.org/10.1016/j.eist.2016.09.004>
- Böckmann, M. (2013). The Sharing Economy: It is Time to Start Caring About Sharing. *1st IBA Bachelor Thesis Conference*, 1–7.
- Botsman, R., 2013. The Sharing Economy Lacks A Shared Definition. *Fast Company*, [online] Available at: <<https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>>.
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's Mine Is Yours* (H. Collins (ed.); Vol. 58, Issue 1). <http://journals.sagepub.com/doi/10.1509/jmr.15.0204>[Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.procs.2016.07.129](http://dx.doi.org/10.1016/j.procs.2016.07.129)[Ahttps://www.pwc.com/us/en/industry/entertainment-media/publications/consumer-intelligence-series/assets/pwc-cis-sharing-economy.pdf](https://www.pwc.com/us/en/industry/entertainment-media/publications/consumer-intelligence-series/assets/pwc-cis-sharing-economy.pdf)[Ahttp://dx.doi.org/1](http://dx.doi.org/1)
- BPI Research, C. R. (2018). A economia da partilha (sharing economy): de fenómeno emergente a peça fundamental da revolução digital. *Economic and Financial Market Outlook: Monthly Report*, 7(2016), 32–39.
- Brundtland (1987). Report of the World Commission on Environmental and Development: Our common Future
- Cohen, B., & Kietzmann, J. (2014). Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy. *Organization and Environment*, 27(3), 279–296. <https://doi.org/10.1177/1086026614546199>
- Comission, E. (2016a). *A European Strategy for Low-Emission Mobility*.
- Comission, E. (2016b). *Uma Agenda Europeia para a Economia Colaborativa*.
- Dalpian, P. R. C., da Silveira, T., & Rossi, C. A. V. (2015). “One Less Car”: The Collective Initiative Toward Sustainability. *Journal of Macromarketing*, 35(1), 99–110. <https://doi.org/10.1177/0276146714552904>
- Daveiro, R., & Vaughan, R. (2016). Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe. *PwC UK*, 31.

- Demailly, D., & Novel, A.-S. (2014). The sharing economy: make it sustainable. *Studies*, 03/14, 30.
- Demary, V. (2016). *Competition in the Sharing Economy*. July 2015, 28.
- Dias, P. (2015). *As diferenças entre o resultado contabilístico e o fiscal e a gestão dos resultados Evidência empírica de empresas privadas portuguesas*. 1–147.
- Dubois, A.; Gadde, L.E. (2002). "Systematic combining: an abductive approach to case research", *Journal of Business. Research*, vol.55, pp.553-560.
- Etter, M., Fieseler, C., & Whelan, G. (2019). Sharing Economy, Sharing Responsibility? Corporate Social Responsibility in the Digital Age. *Journal of Business Ethics*, 159(4), 935–942. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04212-w>
- Fielding, N., & Schreier, M. (2001). Forum Qualitative Sozialforschung / Forum : Qualitative Social Introduction : On the Compatibility between Qualitative and Quantitative Research Methods 2 . The Contributions in this Volume. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, 2(1), 1–14.
- Flick, U. (2005). *Métodos Qualitativos na Investigação Científica* (Monitor (ed.)).
- Gansky, L. (2010). The mesh - why the future of business is sharing. In *Igarss 2014*.
- Geissinger, A., Laurell, C., Öberg, C., & Sandström, C. (2018). How sustainable is the sharing economy? On the sustainability connotations of sharing economy platforms. *Journal of Cleaner Production*, 206, 419–429. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.09.196>
- Gil, A. C. (2007). *Como Elaborar Projetos de Pesquisa* (Atlas (ed.)).
- Gomes, S., & Roseira, M. C. (2009). *As Práticas de Sustentabilidade Estratégica nas Empresas Portuguesas Estudo de Caso : Corticeira Amorim Sandra Cristina de Jesus Gomes Tese de Mestrado em Marketing*.
- Group, O. (2020). *Making the most of what we have*.
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047–2059.

<https://doi.org/10.1002/asi.23552>

Hancock, B., Ockleford, E., & Windridge, K. (2006). An Introduction to Qualitative Research. *Qualitative Research, 4th*, 504.

<https://doi.org/10.1109/TVCG.2007.70541>

Hens, L., Block, C., Cabello-Eras, J. J., Sagastume-Gutierrez, A., Garcia-Lorenzo, D., Chamorro, C., Herrera Mendoza, K., Haeseldonckx, D., & Vandecasteele, C. (2018). On the evolution of “Cleaner Production” as a concept and a practice. *Journal of Cleaner Production, 172*(November), 3323–3333.

<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.11.082>

Hwang, J., & Griffiths, M. A. (2017). Share more, drive less: Millennials value perception and behavioral intent in using collaborative consumption services. *Journal of Consumer Marketing, 34*(2), 132–146.

<https://doi.org/10.1108/JCM-10-2015-1560>

Ivanova, P. (2017). a Contemporary Overview of the Application of Collaborative Consumption in Tourism. *Бизнес Управление, 2*, 73–86.

Kathan, W., Matzler, K., & Veider, V. (2016). The sharing economy: Your business model’s friend or foe? *Business Horizons, 59*(6), 663–672.

Labrador, I., 2018. Cada coche eléctrico evita que se emitan 2 toneladas de CO2 a la atmósfera al año. El economista, [online] Available at: <https://www.eleconomista.es/energia/noticias/9472113/10/18/Cada-coche-electrico-evita-que-se-emitan-2-toneladas-de-CO2-a-la-atmosfera-al-anho.html?fbclid=IwAR38h5ZFKjHjxWmoYkfn05ox4VxYVqZg3CIjPtcUUy_Y3VZ8082ppaFv8Ws>.

Lai, M. K. W., & Ho, A. P. Y. (2020). Unravelling potentials and limitations of sharing economy in reducing unnecessary consumption: A social science perspective. *Resources, Conservation and Recycling, 153*(October 2019), 104546.

<https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.104546>

Laukkanen, M., & Tura, N. (2020). The potential of sharing economy business

- models for sustainable value creation. *Journal of Cleaner Production*, 253, 120004. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120004>
- Lei n.º 45/2018 de 10 de Agosto. Diário da República n.º 154/2018, Série I de 2018-08-10. Available at: <https://dre.pt/pesquisa/-/search/115991688/details/maximized>
- Lin, S. T., & Niu, H. J. (2018). Green consumption: Environmental knowledge, environmental consciousness, social norms, and purchasing behavior. *Business Strategy and the Environment*, 27(8), 1679–1688. <https://doi.org/10.1002/bse.2233>
- Lipovestsky, Giles (2011). Os tempos hipermodernos. Edições 70. ISBN.9789724416335
- Luchs, M., Naylor, R. W., Rose, R., Catlin, J., Gau, R., Kapitan, S., Mish, J., Ozanne, L., Phipps, M., Simpson, B., Subrahmanyam, S., & Weaver, T. (2011). Toward a Sustainable Marketplace: Expanding Options and Benefits for Consumers. *Journal of Research for Consumers*, 19, 1.
- Lusa, A. and Suspiro, A., 2019. Airbnb teve impacto económico de 2.000 milhões de euros em Portugal em 2018. *Observador*, [online] Available at: <<https://observador.pt/2019/07/01/airbnb-teve-impacto-economico-de-2-000-milhoes-de-euros-em-portugal-em-2018/>>
- Martin, C. J. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Martin, C. J. (2016). The Sharing Economy: A Pathway to Sustainability or a Nightmarish Form of Neoliberal Capitalism? Ecological Economics*, 121, 149–159. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2015.11.027>
- Martine, G., & Alves, J. E. D. (2015). Economy, society and environment in the 21st century: Three pillars or trilemma of sustainability? *Revista Brasileira de*

Estudos de Populacao, 32(3), 433–459. <https://doi.org/10.1590/S0102-3098201500000027P>

Moreira, R., 2019. Dois paradoxos da Uber e Airbnb. *O Jornal Económico*, [online] Available at: <<https://jornaleconomico.sapo.pt/noticias/dois-paradoxos-da-uber-e-airbnb-525575>>.

Moura dos Santos, A., 2020. Os preços a baixar e a concorrência a subir: Uber e Bolt vão à luta com saldos e os motoristas não gostam nada disso. *Sapo*, [online] Available at: <<https://24.sapo.pt/atualidade/artigos/os-precos-a-baixar-e-a-concorrenca-a-subir-uber-e-bolt-va-o-a-luta-com-saldos-e-os-motoristas-nao-gostam-nada-disso>>.

Nealer, R., Reichmuth, D., & Anair, D. (2015). Cleaner Cars from Cradle to Grave: How Electric Cars Beat Gasoline Cars on Lifetime Global Warming Emissions. *Union of Concerned Scientists*, 1–54. <https://www.ucsusa.org/sites/default/files/attach/2015/11/Cleaner-Cars-from-Cradle-to-Grave-full-report.pdf>
<http://www.ucsusa.org/sites/default/files/attach/2015/11/Cleaner-Cars-from-Cradle-to-Grave-full-report.pdf>

Nica, E., & Potcovaru, A.-M. (2015). the Social Sustainability of the Sharing Economy. *Economics, Management and Financial Markets*, 10(4), 69–75. <http://search.proquest.com/docview/1755076499?accountid=13598>
<http://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+SUSTAINABILI>

Nielsen. (2014). *IS SHARING THE NEW BUYING ?* (Issue May).

Nielsen. (2015). *The sustainability imperative* (Issue October).

Nov, O., Naaman, M., & Ye, C. (2010). Analysis of participation in an online photo-sharing community: A multidimensional perspective. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61(3), 555–566.

<https://doi.org/10.1002/asi.21278>

Pereira Correia, J., 2019. Abrir o caminho para a mobilidade partilhada. *Público*, [online] Available at: <<https://www.publico.pt/2019/07/26/local/opiniaio/abrir-caminho-mobilidade-partilhada-1881063>>.

Polimeni, J. M., Mayumi, K., Giampietro, M., & Alcott, B. (2008). *Improvements, Jevons paradox and the myth of resource efficiency* (Earthscan (ed.)).

Richardson, L. (2015). Performing the sharing economy. *Geoforum*, 67, 121–129. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2015.11.004>

Rodrigues, A. (2017). *Práticas de consumo colaborativo e de economia da partilha: o caso de um grupo de boleias entre Porto e Lisboa*. 237. [https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/23648/1/TFM_Ana Catarina Rodrigues.pdf](https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/23648/1/TFM_Ana_Catarina_Rodrigues.pdf)

Schor, J. (2016). Debating the Sharing Economy. *Journal of Self-Governance and Management Economics*, 4(3), 7. <https://doi.org/10.22381/jsme4320161>

Solow, R. M. (1991). Sustainability an economist prespective.pdf. Available at: <https://pt.scribd.com/doc/157700371/Solow-1991-Sustainability-An-Economist-s-Perspective>

Tenreiro, C., & Lage, M. (2011). *O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NA COMPRA DE PRODUTOS TURÍSTICOS ONLINE*.

Visser, W., & Brundtland, G. H. (2013). Our Common Future ('The Brundtland Report'): World Commission on Environment and Development. *The Top 50 Sustainability Books*, 52–55. https://doi.org/10.9774/gleaf.978-1-907643-44-6_12

Voss, C.; Tsiriktsis, N.; Frohlich, M. (2002). "Case research in operations management", *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 22 No. 2, pp. 195-219. <https://doi.org/10.1108/01443570210414329>

- Yin, J., Qian, L., & Singhapakdi, A. (2018). Sharing Sustainability: How Values and Ethics Matter in Consumers' Adoption of Public Bicycle-Sharing Scheme. *Journal of Business Ethics*, 149(2), 313–332. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3043-8>
- Yin, R. K. (2009). Case Study Research: Design and Methods: 4th edition. *Thousand Oaks, Calif. Sage Publications*.

Anexos

Anexo 1

Perfil dos entrevistados

Código	Empresa	Setor	Pessoal entrevistado	Funções
E1	Free Now	Transportes	Head of operations	Responsável por todas as operações realizadas na Free Now Portugal
E2	Fixando BV	Serviços especializado sob procura	Chief financial officer	Responsável por toda a parte financeira da Fixando BV
E3	55+	Serviços especializado sob procura	Founder and Director	Responsável pela empresa, supervisiona e ajuda em todos os departamentos.
E4	OLX	Marketplace de classificados	Head of operations	Responsável pelas operações da OLX Portugal, desde vendas, suporte a cliente e combate à fraude.

Anexo 2

Estrutura base da entrevista, contudo, depende muito de empresa para empresa.

Categorias	Perguntas
Modelo de Economia de Partilha	<ol style="list-style-type: none">1. Cargo na empresa e funções que desempenha.2. Enquadramento acerca da empresa. Como surgiu a ideia de produto, o conceito de negócio, o modelo (b2b, b2c, p2p), etc.3. Considera que o modelo de negócio da sua empresa prossegue objetivos de sustentabilidade que envolvem os 3 pilares?4. Principais motivações para a sua empresa adotar por um modelo de negócio assente na partilha? De que maneira, se mantém competitivos no mercado?
Sustentabilidade Económica	<ol style="list-style-type: none">5. Analisar as contas da empresa de modo a perceber o que se tem passado na empresa e depois fazer perguntas sobre aquilo que deixar dúvidas.6. Quantos utilizadores registados tem a empresa em Portugal? Houve um dinamismo no consumo? Qual foi o ano em que se observou maior registo de vendas?7. Que benefícios económicos considera que o modelo de partilha trouxe à empresa?
Sustentabilidade Ambiental	<ol style="list-style-type: none">8. Que estratégias ou medidas a empresa adotou para compatibilizar o negócio com a temática ambiente e preservação do mesmo?9. Fazer perguntas sobre os programas referidos na pergunta 8.
Sustentabilidade Social	<ol style="list-style-type: none">10. Quais os principais impactos que destaca no âmbito da dimensão social da sustentabilidade?
Desafios: Metas e objetivos	<ol style="list-style-type: none">11. Grandes objetivos e metas que as empresas têm para o futuro. Adaptar esta pergunta de acordo com o setor.

Anexo 3

Fórmulas dos rácios estudados na análise financeira das empresas:

$$\text{ROA} = (\text{Resultados correntes} / \text{Total do ativo}) * 100$$

$$\text{ROE} = (\text{Resultados correntes} / \text{Capital próprio}) * 100$$

$$\text{ROIC} = [(\text{Resultados correntes} + \text{Juros suportados}) / (\text{Capital próprio} + \text{Passivo de MLP})] * 100$$

$$\text{Endividamento} = (\text{Total do passivo} / \text{Total do ativo}) * 100$$

$$\text{Autonomia Financeira} = (\text{Total do capital próprio} / \text{Total do ativo}) * 100$$

$$\text{Solvabilidade} = (\text{Total do capital próprio} / \text{Total do passivo}) * 100$$

$$\text{Liquidez geral} = (\text{Total do ativo corrente} / \text{Total do passivo corrente})$$

$$\text{Rendibilidade operacional de vendas} = \text{EBITDA} / \text{vendas e serviços prestados}$$

$$\text{VAB} = \text{vendas e serviços prestados} + \text{subsídios à exploração} \pm \text{variação nos inventários de produção} + \text{trabalhos para a própria entidade} - \text{CMVMC} - \text{FSE}$$