



SHARING ECONOMY

Fichas de Business Intelligence

**Modelos de Negócio
Cidades Inteligentes**

Outubro 2022

Ficha de Business Intelligence sharing economy:

Mobilidade e Materiais de Construção orientados para as Cidades Inteligentes

1. ATIVIDADE

Cidades inteligentes (sharing cities)

2. MODELO DE NEGÓCIO

A União Europeia define smart cities como um conjunto de sistemas e de pessoas que interagem de forma inteligente usando energia, materiais, serviços e recursos de forma sustentável.

Atualmente, mais de metade da população mundial vive em grandes centros urbanos e, segundo um estudo das Nações Unidas, em 2050 essa percentagem rondará os 70%. As cidades e as áreas metropolitanas são, por isso, o motor do crescimento económico, contribuindo para cerca de 60% do PIB mundial, segundo a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE). Mas, a forte concentração da população em grandes urbes coloca um conjunto de desafios à governança das cidades, nomeadamente no que respeita à poluição, circulação automóvel, segurança, limpeza urbana, habitação e acesso a serviços, agravados por modelos económicos assentes num excesso consumo de recursos e baixa circularidade e elevada dependência energética dos combustíveis fósseis.

O desenvolvimento tecnológico veio oferecer a possibilidade de repensar o uso dos espaços urbanos e edificar cidades inteligentes, promotoras de um estilo de vida saudável, de uma utilização responsável dos espaços públicos, de um desenvolvimento sustentável e de uma qualidade de vida crescente. A aplicação da sharing economy à gestão urbana apresenta grandes oportunidades para criar um ecossistema ágil e colaborativo de cidades inteligentes, abordando os desafios mais prementes, com um claro compromisso com a sustentabilidade coesão social, a saúde, emprego verde e as gerações futuras. Segundo esta abordagem holística é possível constatar que todos os negócios de economia colaborativa são relevantes no seu contributo para a construção de cidades inteligentes, com foco nos seguintes aspectos geradores de novas oportunidades de negócio:

- **Envolvimento dos cidadãos: desenvolvimento de novas abordagens e ferramentas para melhorar a compreensão do público sobre como as cidades inteligentes devem operar, promovendo a participação ativa dos cidadãos;**
- **Gestão da energia: as sharing cities demonstram os benefícios significativos dos conceitos e soluções de cidades inteligentes, concentrando-se nas necessidades de bairros de baixo consumo de energia, com a modernização de edifícios, instalação de sistemas integrados de gestão de energia e iluminação inteligentes;**
- **Plataformas de gestão: as sharing cities contam com plataformas de partilha para a gestão urbana, com capacidade para gerir dados de diversas fontes, construídos sobre**

Cofinanciado por:

- tecnologias abertas;
- Sistemas de e-mobilidade implementadas pelos municípios: apoiam a mudança para soluções de baixo carbono, como a partilha de bicicletas elétricas, partilha de carros elétricos, logística eletrónica, pontos de carregamento de veículos elétricos e estacionamento inteligente.

3. EXEMPLOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS

- Soluções inteligentes de energia e iluminação;
- Soluções inteligentes de limpeza urbana;
- Soluções inteligentes de segurança pública;
- Plataformas municipais de mobilidade partilhada;
- Plataformas de acesso a serviços partilhados;
- Plataformas de coparticipação na governança dos territórios.

4. JANELA DE OPORTUNIDADE: NECESSIDADES DE MERCADO A QUE RESPONDE

As inovações de âmbito tecnológico, cultural e comportamental, que influenciam no estilo de vida impactam diretamente o desenvolvimento das cidades inteligentes, como um novo modelo para a gestão dos territórios.

Em Portugal foi dado um passo importante neste sentido com a criação do cluster Smart Cities Portugal, que integra um vasto conjunto de entidades - cidades, empresas, startups, universidades, incubadoras e associações, com vista a afirmar Portugal como palco de desenvolvimento e teste de soluções urbanas inovadoras para o mercado global. Por sua vez, a publicação da Estratégia Nacional de Smart Cities tem como propósito fomentar o desenvolvimento de cidades inteligentes que proporcionem serviços centrados nas pessoas, inclusivos, sustentáveis e interoperáveis em todo o território nacional, tendo a ambição de estabelecer, com o contributo dos municípios, um quadro de cooperação e um modelo de governação comum, que permita agilizar a inovação, aprofundando a colaboração entre atores a nível local, regional, nacional e comunitário.

Ao mesmo tempo várias cidades do mundo têm testado o conceito sharing cities como modelo de cidades inteligentes. Lisboa integrou um projeto piloto europeu (www.sharingcities.eu), onde se implementaram soluções digitais urbanas e testaram modelos colaborativos, cuja introdução e o desenvolvimento bem-sucedidos demonstrou o alto potencial

Cofinanciado por:

de replicação à escala global, sendo certamente um tema a que a União Europeia irá continuar a dar destaque.

Neste contexto, o setor privado encontra diversas oportunidades de empreendedorismo, consubstanciado nos seguintes fatores:

- **Crescente procura de soluções tecnológicas de partilha por parte do poder autárquico;**
- **Facilitação de modelos teste e apoio na implementação de soluções municipais;**
- **Elevada escalabilidade futura das soluções testadas ou implementadas;**
- **Grande exposição internacional das cidades envolvidas, facilitando a exportação das soluções desenvolvidas;**
- **Previsível apoio do poder local a projetos privados de empreendedorismo na economia da partilha, noutros domínios relevantes para a qualidade de vida na cidade, ainda que não estejam diretamente relacionados com a gestão autárquica, podendo mesmo ser possível o estabelecimento de parcerias público-privadas em algumas vertentes.**

5. MERCADO(S) ALVO

Pela natureza das responsabilidades da maior parte da gestão urbana, muitas dos negócios da partilha associados a esta temática terão como principal mercado-alvo o sector público.

6. RECURSOS ACONSELHÁVEIS

- **Domínio tecnológico, não só ao nível das plataformas de interface com os públicos do negócio, mas também na sua articulação com as soluções que pretende implementar para as cidades (gestão da energia, gestão da água, controlo de transito, etc.);**
- **Capacidade e disponibilidade para a construção de diálogo e de relacionamento institucional com as entidades públicas locais;**
- **Estratégia de comunicação digital de inbound marketing através de ferramentas como as redes sociais, SEO, Google Adwords, Facebook Ads, banners e publicidade em blogs especializados, etc.**

Cofinanciado por:

7. ALGUNS CASOS DE SUCESSO

EMPRESA	BREVE APRESENTAÇÃO
*  www.cleanwatts.energy	<p>A Cleanwatts é uma climate tech comprometida em simplificar, ampliar e acelerar a transição energética para empresas, comunidades e cidadãos de todo o mundo. As soluções e dispositivos interoperáveis da empresa são capazes de integrar e gerir de forma inteligente e eficiente os ativos e os fluxos energéticos na comunidade, garantindo ainda a interação com a rede de forma agregada. Centra a sua ação no utilizador final, visando minimizar, anular ou financiar o investimento inicial na constituição de comunidades de energia, potenciando a sua participação ativa no desenvolvimento de mercados locais de energia, através de modelos de partilha e transações energéticas peer to peer. No âmbito deste modelo está a lançar um programa para as pessoas e instituições que quiserem criar uma comunidade de energia no seu bairro, com painéis fotovoltaicos, sem quaisquer custos de instalação.</p>
 www.figas.cm-figfoz.pt	<p>A Figueira da Foz tem desde Janeiro de 2020 um sistema de 60 bicicletas partilhadas, denominadas Figas, instituído pelo município como parte integrante da estratégia de mobilidade definida para a cidade. A autarquia pretende proporcionar aos moradores e visitantes a possibilidade de escolher um meio de transporte mais saudável e sustentável e, ao mesmo tempo, aliviar o número de carros que circula na cidade.</p> <p>O sistema funciona através de uma aplicação móvel que permite, com um smartphone, o desbloqueio das bicicletas, instaladas em sete estações equipadas com quiosques multimédia e espalhadas pela cidade. As bicicletas podem ser usadas por um período máximo de 30 minutos, com possibilidade de aluguer ao minuto (mínimo 10 minutos) ou subscrição mensal, semestral ou anual.</p> <p>O sistema é explorado pela concessionária privada Wegoshare.</p>

Cofinanciado por:

EMPRESA

BREVE APRESENTAÇÃO



www.munirent.co

A Munirent é uma plataforma a funcionar nos Estados Unidos que incentiva e simplifica o processo dos governos locais partilharem equipamentos pesados (camiões, basculantes, máquinas escavadoras, carregadores frontais, etc.) com outras entidades governamentais. Oferece um sistema de reservas online, fazendo a ponte entre a entidade que tem esses equipamentos e aquelas que precisam dos mesmos.

Permite, assim, que os gestores municipais encontrem os equipamentos internamente, em vez de os comprar ou alugar a empresas externas e, ao mesmo tempo, possibilita uma muito maior utilização de equipamentos, que estavam ociosos centenas de horas. As entidades governamentais remuneraram a Munirent através de um plano de subscrição mensal, que inclui os serviços de listagem, reserva e tramitação dos empréstimos, deixando apenas o transporte a cargo dos mutuantes.

EMPRESA

BREVE APRESENTAÇÃO



www.seeclickfix.com

A SeeClickFix é uma solução que está a ser implementada em Frankfurt com várias funcionalidades de acesso aos serviços da cidade, mas cujo maior sucesso reside na capacidade de permitir que os utilizadores denunciem problemas gerais em áreas e espaços públicos - como por exemplo, buracos nas calçadas, placas de rua que precisam de reparação, candeeiros sem luz, lixo, relva que precisa de ser cortada... A plataforma capacita os moradores a relatarem estes problemas, partilhar feedback e fazer perguntas aos líderes do governo local. Integra a preceito os conceitos da economia da partilha, possibilitando que qualquer pessoa se candidate a "Fixer" e possa por as mãos na massa para resolver o problema em questão. Para os governos locais, a plataforma possibilita fluxos de trabalho eficientes e transparentes, promovendo responsabilidade e confiança. O resultado são experiências colaborativas entre governos e moradores que cocriam comunidades limpas, seguras e felizes.

*Este caso foi analisado detalhadamente no estudo da Associação Ação para a Internacionalização (AAPI) "Estudo de Análise e Caracterização do Modelo Económico Sharing Economy": <https://sharingeconomy.aapi.pt/estudo-sharing-economy-empreendedorismo-com-visao-de-futuro/>

Cofinanciado por:

Ficha de Business Intelligence sharing economy:

Mobilidade e Materiais de construção orientados para as Cidades Inteligentes

1. ATIVIDADE

Mobilidade partilhada

2. MODELO DE NEGÓCIO

Os negócios de mobilidade partilhada podem ser agrupados em diferentes tipologias, em função da propriedade do veículo, de quem conduz e do facto da viagem ser ou não partilhada com estranhos (figura abaixo):



Fonte: McKinsey Center for Future Mobility

- **E-hailing** - este modelo de negócio providencia uma plataforma e aplicação para smartphone para os clientes requererem uma viatura com motorista para os transportar e coordena o serviço entre o motorista e o passageiro. Os carros são propriedade de particulares e dirigidos pelos seus donos, como trabalhadores da economia gig;

Cofinanciado por:

- **Pooled e-hailing** - estes negócios funcionam igualmente através de pedidos de transporte em dispositivos virtuais, com viaturas de particulares e trabalhadores gig, mas neste caso a viagem é partilhada com outros passageiros. O motorista vai recolhendo e deixando os passageiros em função de um itinerário otimizado;
- **Carsharing** - estes negócios providenciam plataformas onde os clientes podem alugar viaturas, para eles próprios conduzirem, por um curto período de tempo, geralmente numa área geograficamente limitada, sem que seja preciso fidelizar-se, pagar taxas de inscrição, ou qualquer tipo de mensalidade fixa (pagam apenas em função da utilização - à hora ou aos dias). Normalmente nestes negócios o preço já inclui o custo do seguro, estacionamento, e combustível;
- **Os modelos de partilha** podem ser flutuantes (os carros são recolhidos e deixados num dos muitos pontos estratégicos geralmente espalhados nas grandes cidades) ou devolvidos numa estação ou local dedicado;
- **Carsharing peer to peer** - neste modelo de negócios, a partilha de carros é intermediada numa plataforma, que agiliza os procedimentos para que proprietários privados os aluguem a outros condutores, mediante a cobrança de uma taxa de serviços e um fee sobre o valor. É um modelo geralmente usado para intermediar o aluguer de viaturas para viagens de longa distância;
- **Micromobilidade partilhada:** estes negócios oferecem um conjunto de veículos ligeiros - como bicicletas, trotinetes e motociclos - alugados à hora ou dia, geralmente com sistema de GPS e tecnologias de bloqueio, sem necessidade de estações de entrega e recolha.

Os modelos acima descritos podem ser transpostos para a mobilidade aérea. A figura acima faz ainda referência a veículos de condução autónoma, os robôs-táxis e similares, uma realidade esperada a muito curto prazo, onde tem havido um grande investimento. Os serviços tradicionais de táxis e os transportes públicos, apesar de serem veículos partilhados entre estranhos, não são considerados negócios de sharing economy, por não serem um modelo emergente.

Com verdadeiros gigantes a operar neste mercado, a implementação de negócios de mobilidade partilhada irá carecer necessariamente de arrojo (seja financeiro, tecnológico ou de outro tipo). Os novos negócios têm procurado a via diferenciadora, com ofertas adicionais ou processos mais ágeis, ou com especialização nas necessidades específicas de alguns segmentos, como por exemplo o transporte para crianças ou para grandes eventos. Por outro lado, tem-se verificado um aumento da procura deste tipo de serviços, o que pode significar que há mercado para albergar novos operadores.

Na área da micromobilidade poderá ser mais fácil o surgimento de novos negócios (apesar da concorrência de empresas globais a operar em Portugal ser uma realidade a considerar), que aliás têm vindo a conhecer um grande incremento, sobretudo em Lisboa e no Porto, onde o tráfego e a grande afluência potenciam a necessidade de formas alternativas de locomoção urbana.

Cofinanciado por:

3. EXEMPLOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS

- Carsharing;
- Carpooling;
- Micromobilidade.

4. JANELA DE OPORTUNIDADE: NECESSIDADES DE MERCADO A QUE RESPONDE

A mobilidade partilhada é uma tendência incontornável e desempenhará um papel central na mobilidade do futuro – os estudos realizados estimam que, em 2025, mais de 10% dos quilómetros percorridos em automóvel terão subjacentes modelos de mobilidade partilhada. Este movimento da mobilidade partilhada será, cada vez mais, exigido pelo mercado, tendo como principais drivers de crescimento o preço competitivo, disponibilidade e facilidade de utilização, o aumento do congestionamento do tráfego, custo e disponibilidade de estacionamento e preocupações ambientais.

Com os preços dos automóveis e respetivos encargos em escalada, e as novas gerações cada vez menos interessadas em possuir carro (pelo menos nas maiores cidades ocidentais), o aumento da urbanização, internet e smartphone e os governos a endurecer as políticas de emissões de carbono para travar as alterações climáticas, os serviços de mobilidade irão continuar a florescer, com o e-hailing a liderar o mercado e uma grande expansão na micromobilidade. São esperadas regulamentações cada vez mais restritivas para a utilização de carros nos centros das cidades (já são mais de 150 cidades na Europa que restringem o acesso aos seus centros para reduzir a poluição e as emissões de carbono), ao mesmo tempo que grande parte dos municípios investiu em passeios pedestres, corredores e pistas para bicicletas e outros veículos de mobilidade suave, bem como em infraestrutura de carregamento de veículos elétricos.

5. MERCADO(S) ALVO

Nos negócios de e-hailing distinguem-se dois grupos interdependentes de clientes/utilizadores: por um lado, as empresas necessitam de encontrar “motoristas”, que ofereçam viagens nos seus carros na plataforma e, por outro lado, passageiros. Ambos têm características e necessidades comuns: rentabilizar as viagens/ otimizar custos, uma escolha mais sustentável; o caráter social, vontade de conhecer novas pessoas e a conveniência do online. Esta realidade estende-se aos negócios de carsharing P2P, que têm que fazer a ponte com proprietários de veículos disponíveis para os alugar. Os negócios de micromobilidade encontram o seu “habitat” natural nos grandes centros urbanos, destinando-se a públicos citadinos, que têm que fazer viagens de curta distância ou complementar a utilização de transportes públicos.

Cofinanciado por:

6. RECURSOS ACONSELHÁVEIS

- Tecnologia ao nível das plataformas digitais de suporte à interface com os clientes/utilizadores, mas também associada aos próprios veículos;
- Disponibilidade e capacidade de articulação com os poderes municipais, na medida em que são as entidades que tutelam as questões de trânsito nas cidades;
- As parcerias com os grandes players da indústria automóvel e da mobilidade em geral são o formato que tem vindo a ser prosseguido em muitos negócios já existentes, sendo recomendável explorar esta vertente dadas as mais-valias que representam ao nível dos inputs tecnológicos, know-how e capacidade financeira;
- Estratégia de comunicação digital de inbound marketing através de ferramentas como as redes sociais, SEO, Google Adwords, Facebook Ads, banners e publicidade em blogs especializados, etc.

7. ALGUNS CASOS DE SUCESSO

EMPRESA	BREVE APRESENTAÇÃO
 www.blablacar.pt	<p>A BlaBlaCar foi criada com o intuito de otimizar boleias de automóvel, permitindo a partilha de destinos entre utilizadores. Põe em contacto pessoas que querem realizar um trajeto comum no mesmo dia e que combinam a viagem através da plataforma. À partida poderia parecer um modelo similar ao da Uber, só que neste caso não entram motoristas independentes com intuito de rentabilizar o seu carro e tempo disponível, pretende simplesmente intermediar uma viagem (boleia) entre quem a fará de qualquer forma, com quem poderá beneficiar desse mesmo destino comum. As receitas do negócio são obtidas a partir da cobrança de uma taxa de transação sobre o custo total da viagem.</p> <p>A BlaBlaCar foi criada em 2006 na França e está presente em 22 mercados (incluindo Portugal), sendo a maior rede social de boleias do mundo.</p>

Cofinanciado por:


www.emov.eco

A empresa espanhola Emov oferece um serviço de carros partilhados 100% elétricos e está disponível em Madrid e Lisboa. A Emov pertence ao grupo automóvel PSA e tem uma frota de mais de uma centena de Citröen C-Zero espalhados pela capital portuguesa, que podem ser utilizados mediante inscrição e pagamento na respetiva aplicação. Este sistema de carsharing permite aos utilizadores estacionarem o veículo em qualquer lugar, desde que seja estacionamento público dentro da área de serviço. A empresa tem 3 pacotes de preços disponíveis - Alfama, Graça e Madragoa - com preços desde 0,20€ ao minuto.


www.hopskipdrive.com

A HopSkipDrive é uma aplicação de ridesharing com especialização no segmento infantil, oferecendo os serviços de transporte e acompanhamento das crianças para a escola, da escola para as atividades extracurriculares e destas para casa, por parte de motoristas com experiência em cuidados infantis, rigorosamente selecionados e continuamente monitorizados (tal como na Uber os motoristas são particulares que querem rentabilizar as suas próprias viaturas e o seu tempo, mas têm que responder a requisitos especiais, nomeadamente experiência em lidar com crianças). Durante a viagem, através da aplicação HopSkipDrive, os pais podem obter atualizações instantâneas e acompanhar o progresso da viagem.

O serviço foi lançado em 2016, por três mães habituadas aos malabarismos de trabalhar e levar os filhos à escola e a todas as suas atividades. O seu ADN de mães motivou a criação de uma solução de transporte com extensas medidas de segurança e atenção aos detalhes, já que colocar seus filhos no carro de um estranho requer o mais alto nível de confiança, apostando por isso em tecnologia e logística para construir um sistema robusto que permite uma rede de milhares de CareDrivers atenciosos.

Atualmente tem operações em 8 áreas metropolitanas nos Estados Unidos, mas pretende expandir em breve para 30 novos mercados.

Cofinanciado por:


www.li.me/pt-pt

A Lime é a maior empresa de veículos elétricos partilhados do mundo, que tem vindo continuamente a crescer, assente no seu compromisso com o que chama “experiência de micromobilidade segura e sustentável” em todas as cidades onde está presente (em março de 2022, a Lime operava em mais de 150 cidades em mais de 30 países, incluindo Lisboa). Os principais veículos partilhados são trotinetes e bicicletas elétricas sem estação, que os utilizadores encontram e desbloqueiam através de uma aplicação de smartphone, que indica a localização dos veículos disponíveis via GPS.

Foi constituída em 2017 nos Estados Unidos e em 2020 comprou a Uber Jump (empresa de bicicletas e motociclo elétrico da Uber), o que contribuiu significativamente para aumentar o seu poder de influência, sobretudo nos mercados europeus.

A empresa também recorre à economia gig - os Juicers inscrevem-se na plataforma para trabalhar em várias funções, como carregar os veículos, transportar os veículos para lugares estratégicos das cidades, ou recolhe-los à noite para um armazém e recoloca-los nas ruas de manhã.


www.rally.co

No setor da mobilidade os holofotes têm estado centrados na partilha de viagens, que adquiriram notoriedade a reboque de empresas como a Uber, mas têm surgido outras soluções inovadoras, que merecem destaque. Um desses casos é protagonizado pela Rally, que está a construir um mercado de partilha de viagens de autocarro on demand nos Estados Unidos.

A startup tem-se focado em situações onde a mobilização de uma comunidade acontece em grande número – como espetáculos, eventos desportivos e festivais, aproveitando a rede de transporte rodoviário, que sofre com a fragmentação excessiva e tem problemas com capacidade não utilizada.

A plataforma faz a ligação entre utilizadores que vão para o mesmo evento ou destino e oferece um autocarro fretado (terceirizado e com os serviços licitados a partir da plataforma) para os levar e buscar. O utilizador pode escolher viagens predefinidas, ou configurar as suas próprias viagens para que outros interessados se possam juntar.

Cofinanciado por:

Ficha de Business Intelligence sharing economy:

Mobilidade e Materiais de Construção orientados para as Cidades Inteligentes

1. ATIVIDADE

Mobilidade: outros serviços associados

2. MODELO DE NEGÓCIO

Nesta ficha consideram-se um conjunto de outras atividades, que embora possam não estar diretamente associadas à área da mobilidade, estão com esta correlacionados na medida em que assentam em serviços relacionados com a rentabilização de viagens, rentabilização de capacidade ociosa de meios de transporte, ou são serviços de suporte aos proprietários de automóveis aproveitando o expertise ou disponibilidade de trabalhadores gig, através de plataformas de matchmaking, onde estão centralizados todos os serviços a disponibilizar.

São áreas onde a tecnologia e os conceitos de sharing economy estão a impulsionar modalidades inovadoras e novos modelos de negócio, alguns dos quais porventura ainda por imaginar.

Em concreto, foram consideradas as seguintes vertentes:

- **Serviços de entrega ao domicílio, seja de refeições, compras de supermercado, farmácia ou outras:** estes negócios assentam no estabelecimento de parcerias com estabelecimentos aderentes e usam plataformas para o cliente fazer o pedido. Os serviços de entrega são realizados por estafetas externos à empresa, que usam viaturas próprias e procuram rentabilizar estes ativos e a sua disponibilidade de tempo. Dependendo dos negócios, pode ser aplicada uma taxa de serviço ao cliente final, ou apenas uma comissão sobre o valor da transação, cobrada aos estabelecimentos. A angariação de gigs com uma proposta que lhes seja atrativa e a sua preparação para o contacto com o cliente pode permitir elevar a proposta de valor, já que o momento da entrega é o ponto em que a experiência digital “se materializa” pela primeira vez;

- **Serviços de remessa por/para empresas ou particulares:** estes negócios facilitam, através de comunidades online de remetentes e entregadores, que determinados artigos cheguem até aos seus destinatários. Podem ser operacionalizados exatamente nos mesmos moldes que as entregas de compras locais, porém algumas empresas estão a implementar os fundamentos da sharing economy de uma forma mais abrangente: cruzam as necessidades de determinados artigos chegarem a uma determinada zona com viajantes que vão, por outros motivos, a essa mesma região e rentabilizam as viagens e as suas viaturas, pelo menos como uma compensação para os gastos de deslocação. Será prudente estipular um teto máximo para os bens a transportar e cobri-los com um seguro adequado, bem como prever questões fiscais em entregas de natureza comercial. Outro aspeto importante a considerar são eventuais parcerias com estabelecimentos locais ou identificação de cacos, caso as entregas não possam ser entregues

Cofinanciado por:

- à porta;
- Este modelo peer to peer tem vindo também a ser implementado para transporte de produtos por avião em malas pessoais, naturalmente cingindo-se a pequenos artigos mais leves e pouco volumosos que cabem na bagagem, com plataformas que fazem as pontes entre os remetentes e os viajantes.

Os serviços de entrega e envio são necessários e usados num conjunto muito vasto de outras áreas económicas, mas normalmente ocorrem em modelos B2B convencionais, sendo assegurados por empresas de transporte profissionais.

- **Lugares de estacionamento:** estes negócios assentam em tecnologias que permitem que os condutores encontrem, reservem e paguem por estacionamento. Estes negócios trazem para o mercado de estacionamento proprietários de garagens privadas ou proprietários/ gestores de parques de estacionamento com espaços livres e capacidade subutilizada. Estes negócios cobram-se de uma comissão sobre o valor do estacionamento e oferecem aos clientes as modalidades de estacionamento à hora ou planos de assinatura mensal;
- **Serviços de valet parking:** estes negócios oferecem através das suas plataformas um “profissional de estacionamento”, que receciona os clientes num local combinado e estaciona o seu veículo num local seguro, normalmente um parque de estacionamento selecionado pelo cliente. Este serviço pode dirigir-se a vários segmentos como por exemplo eventos, hotéis, restaurantes, clínicas e hospitais, estações de caminho-de-ferro ou aeroportos. O carro é devolvido na altura em que o cliente solicitar. Escusado será dizer que a responsabilidade envolvida nestes serviços recomenda a existência de um seguro e uma seleção criteriosa dos valets a quem recorrer;
- **Serviços de mecânica on demand:** à semelhança de outros setores, também os serviços de mecânica podem ser organizados num modelo em que um conjunto de profissionais independentes está disponível para se deslocar ao local pedido pelo cliente. Adequa-se a um grande conjunto de serviços de manutenção ou reparação automóvel rotineiros, ou que não envolvam a necessidade de equipamentos “pesados” de oficina.

3. EXEMPLOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS

Algum dos principais serviços na área da mobilidade foram acima referidos: entregas locais; envio de remessas; estacionamento ou serviços de valet parking.

Cofinanciado por:

4. JANELA DE OPORTUNIDADE: NECESSIDADES DE MERCADO A QUE RESPONDE

Conveniência, preços competitivos e sustentabilidade são as propostas da generalidade dos serviços retratados, que alicerçam novas oportunidades de negócio para consumidores que procuram opções mais funcionais, mais “valor” pelo seu tempo e adotam uma abordagem mais consciente das suas escolhas de compra.

Algumas soluções de entregas, sobretudo as entregas de compras e refeições, cresceram exponencialmente durante o período pandémico e os principais estudos apontam para uma continuidade destas opções por parte dos consumidores, de onde surgem novas oportunidades, apesar deste mercado também se ter tornado muito mais competitivo e fragmentado.

5. MERCADO(S) ALVO

O foco são os consumidores finais, embora alguns negócios se possam especializar em serviços para o segmento corporativo.

6. RECURSOS ACONSELHÁVEIS

- Tecnologia (service marketplaces; data analysis; big data; etc.);
- Construção da rede de prestadores de serviços - angariação e formação;
- Estratégia de comunicação digital de inbound marketing através de ferramentas como as redes sociais, SEO, Google Adwords, Facebook Ads, banners e publicidade em blogs especializados, etc.

Cofinanciado por:

7. ALGUNS CASOS DE SUCESSO

EMPRESA	BREVE APRESENTAÇÃO
 www.bluevalet.fr.pt	<p>A Blue Valet nasceu em França em 2015. Benoît Ricard, um dos cofundadores, viajava frequentemente de avião e dava-se conta destas dificuldades: ir de transportes públicos para o aeroporto era demorado, de táxi caro, de carro próprio ou não encontrava lugar para estacionar ou o estacionamento era tão distante que corria o risco de perder o avião. Decidiu agir e integrar a tradicional profissão de motorista de aeroporto e digitaliza-la. A esta ideia juntou-se o irmão - vestiram-se a rigor e testaram o projeto junto dos viajantes do aeroporto de Bordeaux-Mérignac. O conceito agradou aos clientes e nasceu assim a Blue Valet.</p> <p>O cliente reserva o serviço na plataforma até 4 horas antes da data em que precisa do mesmo, identifica o terminal onde se irá encontrar com o motorista; no terminal entrega-lhe a chave e este fica responsável pelo estacionamento no aeroporto. Na chegada o motorista estará com o carro do cliente à sua espera, no horário e terminal combinados. Os utilizadores da Blue Valet beneficiam de tarifas preferenciais para parques de estacionamento e podem escolher serviços adicionais, como reabastecimento, enchimento de pneus, limpeza, etc.</p> <p>Pouco a pouco, cliente a cliente, a Blue Valet foi se consolidando de forma sustentada e tornou-se líder no estacionamento com valet na Europa. Está presente em 11 aeroportos e 15 estações de comboio em França, Espanha e Portugal (aeroporto de Lisboa). Emprega 160 colaboradores a tempo inteiro e dá trabalho a quase 3 centenas de motoristas independentes.</p>
 www.parkio.eu	<p>* É eParkio é uma aplicação e plataforma web que permite encontrar lugares de estacionamento e pontos de carregamento de veículos elétricos e reservá-los. A plataforma cumpre dois objetivos: permitir que os condutores tenham mais locais onde deixar o carro e que as empresas de parqueamento e proprietários privados possam obter mais rendimentos, a partir de lugares de estacionamento livres. A vantagem adicional da eParkio é identificar simultaneamente pontos de carga para veículos elétricos, uma dificuldade que todos os proprietários deste tipo de veículos conhecem.</p>

Cofinanciado por:


nimber
www.nimber.com

A Nimber é um serviço de entrega comunitária que combina pessoas que precisam de enviar algo com alguém que vai para esse local. Utilizam tecnologias e o conceito crowd para delivery para encontrar soluções de entrega convenientes, económicas e sustentáveis.

A Nimber permite a particulares e empresas enviar qualquer coisa, independentemente do volume ou de como é embalado, através de um serviço de entrega confiável e pessoal, que assenta numa comunidade de entregadores. Estes são pessoas que vão para os destinos onde os artigos são esperados e que aproveitam a viagem para carregar as malas dos seus carros ou carrinhas, bicicletas ou mochilas com esses artigos. O remetente paga um valor ao entregador, sugerido pelos algoritmos de precificação da Nimber em função do tamanho, distância e prazo de entrega, mas que podem ser alterados livremente pelas partes e a Nimber retém um fee.

Foi criada em 2013 na Noruega e atualmente está também presente no Reino Unido e Grécia.


www.shopopop.com/pt-pt

A Shopopop é uma plataforma de logística colaborativa. Após o lançamento em França em 2016, a startup iniciou a sua expansão europeia para Itália, Bélgica e Portugal (em 2021 em Lisboa, Montijo e Setúbal), para ajudar a alavancar as vendas online dos setores da distribuição e comércio, através de entregas “flexíveis, económicas e mais sustentáveis”.

A missão é simples: conectar supermercados, mercearias e padarias/pastelarias a “shoppers” – uma comunidade de particulares disponíveis para fazer entregas ao domicílio, aproveitando os seus percursos e rotinas diárias. Este modelo de crowdshipping delivery – onde as entregas são feitas por pessoas comuns, que utilizam os seus próprios meios de transporte – garante um serviço mais rápido, flexível e sustentável. Esta forma de logística colaborativa permite aos parceiros ter uma rede de distribuição sempre disponível, com um serviço de entregas expresso a preços competitivos e foi fortemente alavancada no período de confinamento da pandemia Covid-19.

Para além da promessa da entrega, pretendem dar uma ferramenta aos comerciantes para competir com os gigantes mundiais do e-commerce, com os valores de simplicidade e proximidade e sobretudo com confiança na comunidade.

Cofinanciado por:

YourMechanic

www.yourmechanic.com

A YourMechanic é líder do setor de reparações de veículos, oferecendo mais de 500 serviços para consumidores e frotas nos EUA e Canadá. É conhecida como a “Uber da reparação automóvel”, tendo construído uma plataforma para atender a qualquer veículo no ponto de necessidade, em qualquer lugar, a qualquer hora. O modelo móvel e a plataforma baseada em nuvem substituem a infraestrutura física das oficinas - permitindo cobrar menos aos proprietários dos automóveis e pagar mais pelos serviços prestados, e assim atrair os mecânicos e técnicos certificados mais qualificados, classificados pela comunidade de utilizadores.

Usando o site ou a aplicação móvel da YourMechanic, os utilizadores podem descrever rapidamente qual é o problema do carro (mesmo em termos vagos e sem termos técnicos), encontrar instantaneamente um mecânico local, marcar e pagar. Os mecânicos trabalham como independentes, de forma flexível e com foco apenas no seu core, deixando com a YourMechanic as tarefas de marketing, agendamentos, pagamentos, compra de peças ou seguros.



www.volup.app

A Volup é uma plataforma portuguesa que apostava na entrega de refeições do segmento premium da restauração - uma aplicação para as pessoas que querem um jantar especial ou que são apreciadores da boa gastronomia.

É uma empresa jovem (abriu em 2020), de empreendedores também eles muito jovens, que juntou os melhores restaurantes e chefes na mesma plataforma de delivery, primando por um serviço de entrega que pretendem que seja de excelência. Para isso selecionam criteriosamente e treinam os “navigators”, que são os profissionais independentes responsáveis por levar as refeições dos parceiros até casa dos clientes.

Exploram uma oportunidade de mercado que não estava preenchida, uma vez que os principais serviços de delivery trabalham sobretudo o segmento fast food de marcas conhecidas, o que afasta a restauração que explora o segmento premium, que não se quer juntar aos serviços já existentes com receio de ver o posicionamento dos seus produtos baixar.

Vítor Sobral (Tasca da Esquina), Joachim Koerper (Eleven), Carlos Afonso (O Frade) ou, mais recentemente Ljubomir Stanisic são alguns dos chefes que usam a plataforma de entregas para fazer chegar a experiência dos seus restaurantes aos seus clientes.

As entregas são realizadas em Lisboa, Cascais e Porto.

*Este caso foi analisado detalhadamente no estudo da Associação Ação para a Internacionalização (AAPI) “Estudo de Análise e Caracterização do Modelo Económico Sharing Economy”: <https://sharingeconomy.aapi.pt/estudo-sharing-economy-empreendedorismo-com-visao-de-futuro/>

Cofinanciado por:

Ficha de Business Intelligence sharing economy:

Mobilidade e Materiais de construção orientados para as Cidades Inteligentes

1. ATIVIDADE

Projetos sociais e ambientais

2. MODELO DE NEGÓCIO

A sharing economy enraizou-se em modelos de negócios assentes num conjunto de premissas de valor social, como a otimização de recursos subutilizados, melhoria do acesso a produtos e serviços, construção de laços sociais, prolongamento da vida útil de bens e equipamentos, etc. constituindo por isso, uma oportunidade de emancipação individual e progresso social e ambiental, muitas vezes em oposição ao poder hierárquico das instituições económicas tradicionais. Nesta ficha analisa-se o potencial e inovação de negócios que visam promover projetos de inovação social e ambiental, enquanto fim primário inerente à sua constituição.

Estes negócios aproveitam o poder da digitalização para romper as estruturas e suportes sociais tradicionais, servindo-se de plataformas que potenciam a conexão de pessoas para promover determinadas causas e fortalecer vínculos entre a comunidade. São normalmente “plataformas orientadas para a missão” ou “commoners”, concebidas como ferramentas para promover um determinado projeto social ou ambiental.

Estes negócios podem ser iniciativas reformistas sem fins lucrativos, no formato de associações, cooperativas ou fundações - mas, não são inconciliáveis de empreendedorismo que alinhe interesses financeiros com resultados pró-sociais, combinando lógicas comerciais, sociais e ambientais.

As principais dificuldades a ultrapassar nestes modelos de negócio consistem na captação de recursos externos (para o financiamento e operacionalização), bem como no desenho de um formato de obtenção/ geração de receitas que suporte o seu crescimento. Para algumas destas plataformas é impossível, difícil ou desconfortável cobrar um valor aos utilizadores, pelo que suportar os custos do seu funcionamento é verdadeiramente desafiante, tendo que encontrar mecanismos indiretos inteligentes de captura de valor e consistentes com os valores de doação e reciprocidade que veiculam. Estas questões são ainda mais relevantes na medida em que muitos destes projetos são extremamente exigentes em infraestruturas não digitais (meios de transporte, armazéns, frigoríficos, oficinas, máquinas, conforme o caso), e também muito carentes do envolvimento e do trabalho de recursos humanos.

As formas de ultrapassar estes obstáculos têm assentado no estabelecimento de parcerias com o sector privado e com os atores públicos a nível nacional ou regional, que podem ajudar a criar o ecossistema adequado para nutrir projetos que geram impactos sociais e ambientais positivos, alinhados com a visão corporativa de alguns grupos económicos, ou com a visão política para o território. Um corpo de voluntários que se reveem na causa defendida no projeto, trabalham e “dão a cara” pela iniciativa. Para isso será sempre necessária uma estratégia consistente de

Cofinanciado por:

engagement com este público, que permita atrair (e renovar continuamente) estes recursos, exigindo um particular foco em competências de gestão de comunidades online e locais.

A transparência no modelo de financiamento é absolutamente crucial para não defraudar as expectativas dos fornecedores de capital, contribuintes, apoiantes, voluntários e beneficiários, em negócios altamente suscetíveis a riscos de reputação.

Quando os negócios conseguem ultrapassar estes constrangimentos tendem a constituir configurações excepcionais e criar projetos fascinantes, promovendo a sustentabilidade, o desenvolvimento e o bem-estar, em vez de uma enésima versão de um “business-as-usual”.

3. EXEMPLOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS

- **Projetos de economia circular;**
- **Combate ao desperdício alimentar (e outros desperdícios);**
- **Projetos de ajuda humanitária;**
- **Apoio a grupos específicos (grupos carenciados; portadores de doenças ou limitações físicas ou mentais; migrantes, refugiados e expatriados, etc.).**

4. JANELA DE OPORTUNIDADE: NECESSIDADES DE MERCADO A QUE RESPONDE

Em boa verdade, infelizmente a necessidade deste tipo de projetos é contínua e universal, com um conjunto de problemas e desafios sociais comuns e globais, que assumem grande premência por projetos que possam contribuir para os resolver ou mitigar. Destacam-se algumas tendências que poderão ter um impacto significativo no futuro próximo, quer no que diz respeito à apetência para desenvolver projetos empreendedores neste domínio, quer na predisposição das pessoas para os apoiar e participarem nas suas iniciativas.

No que diz respeito aos projetos ambientais, um estilo de vida baseado em baixo teor de carbono é já uma realidade. Segundo uma pesquisa da Euromonitor, em 2021, 67% dos consumidores tentaram causar um impacto positivo no meio ambiente, através das suas atividades diárias. A eco ansiedade e a emergência climática despoletaram o ativismo ambiental e motivaram cada cidadão a tornar-se um “agente do clima”.

Segundo o mesmo estudo, a pandemia conduziu os consumidores a uma grande renovação do lifestyle, resultando em drásticas mudanças pessoais e num recomeço coletivo em relação a valores, estilos de vida e objetivos. Nestes novos propósitos de vida inclui-se um maior desejo de contribuir com a sua intervenção pessoal para apoiar e proteger os cidadãos mais vulneráveis, tornando-as ávidas por projetos e iniciativas que facilitem a sua ligação com vizinhos em necessidade.

Cofinanciado por:

5. MERCADO(S) ALVO

- População em geral, da qual se espera a alteração de comportamentos ou a sua participação na operacionalização de projetos na qualidade de voluntários;
- Grupos vulneráveis;
- Entidades do terceiro sector.

6. RECURSOS ACONSELHÁVEIS

- Domínio de tecnologias multiplataforma;
- Competências ao nível das relações públicas e relacionamento institucional e político;
- Competências de gestão de comunidades;
- Conhecimentos do funcionamento do terceiro sector (quando aplicável);
- Construção de uma rede de influencers, opinion makers e media partners;
- Estratégia de comunicação digital de inbound marketing através de ferramentas como as redes sociais, SEO, Google Adwords, Facebook Ads, banners e publicidade em blogs especializados, etc.

Cofinanciado por:

7. ALGUNS CASOS DE SUCESSO

EMPRESA	BREVE APRESENTAÇÃO
 www.bemyeyes.com	<p>A aplicação Be my Eyes permite a conexão entre pessoas cegas ou com visão limitada a uma rede global de voluntários com visão (mais de 1 milhão de voluntários, que falam em mais de 180 línguas), que estão preparados e dispostos a ajudar estas pessoas a qualquer momento.</p> <p>Os voluntários são notificados por telemóvel quando lhes é solicitada ajuda e, quando estão disponíveis para prestar esse apoio, é estabelecida uma ligação de vídeo unilateral, para que vejam o que o utilizador cego ou com visão limitada está a apontar na sua câmara e assim possam orientá-lo no que for necessário.</p> <p>O invisual pode ligar as vezes que precisar. A enorme comunidade de voluntários possibilita que os pedidos sejam respondidos em menos de 30 segundos. Algumas das ajudas mais solicitadas através da Be my Eyes são, por exemplo: encontrar coisas que caíram no chão, descrever imagens, combinar e descrever cores, ler etiquetas e rótulos, ver a data de validade em produtos alimentares, verificar a chegada e a partida de transportes públicos etc.</p> <p>A Be My Eyes é uma organização sem fins lucrativos e a app foi financiada através de uma doação de 300 mil dólares.</p>

Cofinanciado por:

www.olioex.com

A Olio é um website e aplicação móvel para partilha de alimentos, com o objetivo de reduzir o desperdício, fazendo a ponte entre as empresas ou pessoas singulares com sobras/ excesso de comida (supermercados, (famílias, lojas, cantinas, restaurantes, etc.) e os potenciais interessados na mesma, funcionando como um banco alimentar online.

O conceito Olio foi lançado pelas empresárias Tessa Clarke e Saasha Celestial. A génese destas empreendedoras está intimamente ligada à ideia de negócio e ao respeito que os desperdícios de alimentos lhes merecem - Tessa, filha de agricultores, depressa percebeu o trabalho árduo para produzir uns escassos litros de leite ou alguns vegetais... já Sacha, cresceu numa família grande e pobre, tendo acompanhado a mãe a resgatar objetos deitados fora, na tentativa de conseguir fazer algum dinheiro...

A Olio está disponível em mais de 50 países, operacionalizando uma iniciativa com números impressionantes: presença em mais de 40 países; mais de 6 milhões de utilizadores da aplicação; perto de 60 milhões de doses de alimentos partilhados, que equivale a uma poupança de 8 mil milhões de litros de água; envolvendo mais de 50 mil voluntários.

Todos os que querem partilhar os seus excedentes adicionam fotografias e informações na aplicação Olio. Os vizinhos recebem alertas personalizados e podem solicitar os alimentos que desejarem. A re-colha é realizada em casa de quem tem produtos para partilhar ou num local acordado, numa caixa própria, no mesmo dia por parte de voluntários, os "community hero", que são responsáveis por ampliar a missão da Olio nos seus bairros.

Cofinanciado por:


www.trash4goods.com

A Trash4Goods é uma plataforma portuguesa de reciclagem onde os utilizadores têm a oportunidade de ser recompensados cada vez que reciclam, bem como seguir o seu progresso e impacto ao longo da sua evolução. Tem como principal objetivo sensibilizar e incentivar as pessoas a tomar um papel mais ativo na reciclagem, tornando-a mais interativa e recompensadora.

Periodicamente são ativadas na app competições/ recolha, com diferentes componentes de gamificação, como leaderboard, estatísticas, conquistas, desafios, que visam estimular o maior número possível de artigos para reciclagem entregues. Depois de criar a conta na app, é gerado um código QR pessoal, que permite emparelhar os dados do competidor com os pontos de recolha e, ao colocar os resíduos, o utilizador recebe pontos. Os pontos acumulados podem ser trocados por prémios, recompensas ou descontos de marcas de estabelecimentos que patrocinam estes desafios.

Neste momento, a solução da Trash4Goods pode lidar com plásticos, latas, e-waste e está em funcionamento em várias universidades (embalagens e lata) e lojas Worten, com foco no e-waste. A startup está a adaptar a solução ao sistema de depósito para embalagens de bebidas, que irá ser implementado em Portugal e, assim, estar presente em diversos pontos do País. Os planos passam também por chegar a mais locais, como centros de consumo, eventos, empresas e municípios.

*


www.wechangers.org

A WeChangers é uma startup portuguesa com a missão de aumentar o impacto social no mundo. É uma plataforma online que mapeia o ecossistema de impacto em Portugal e no mundo, para permitir a colaboração ativa entre agentes de mudança e tendo como “pano de fundo” os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Assim como o LinkedIn liga profissionais individuais e recrutadores para criar oportunidades de emprego, a WeChangers promove a ligação entre Organizações de Impacto Social, Financiadores e Organizadores para criar oportunidades de financiamento e de colaboração. Na WeChangers é possível pesquisar e aceder aos perfis de mais de 15 mil projetos sociais a nível mundial, mapeados geograficamente e com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU.

Estão a tornar-se a principal referência para quem procura informação na área de impacto social, seja informação sobre oportunidades de voluntariado, de emprego com propósito social, de financiamento ou de eventos nesta área em grande parte pelo valor do projeto, mas também porque têm desenvolvido várias ferramentas inovadoras: apps Android e iOS para conversa em tempo real dentro das comunidades (um “WhatsApp de impacto social”), uma parceria com a Ashoka, uma organização americana pioneira e líder em inovação social, com quem desenvolveu uma nova plataforma de gestão de prémios sociais e o lançamento do maior mapa de investimento social a nível europeu, o Impact Map.

Cofinanciado por:

*Este caso foi analisado detalhadamente no estudo da Associação Ação para a Internacionalização (AAPI) “Estudo de Análise e Caracterização do Modelo Económico Sharing Economy”: <https://sharingeconomy.aapi.pt/estudo-sharing-economy-empreendedorismo-com-visao-de-futuro/>

Cofinanciado por:

Ficha de Business Intelligence sharing economy:

Mobilidade e Materiais de Construção orientados para as Cidades Inteligentes

1. ATIVIDADE

Imobiliária

2. MODELO DE NEGÓCIO

Os negócios de sharing economy enquadrados na atividade imobiliária estão relacionados com um melhor aproveitamento do espaço disponível para múltiplas funções - morar, trabalhar, arrumar e guardar ... e assentam em plataformas que fazem a ponte entre todos aqueles com espaço livre a alguém que precisa dele. O principal fator diferenciador nestes modelos de negócio face aos tradicionais, consiste em trazer para o mercado um conjunto de espaços privados, antes sem utilidade ou subutilizados, permitindo a sua rentabilização por parte dos seus proprietários, através de processos muito mais tecnológicos e muito menos burocráticos. Com efeito, estas plataformas estão habilitadas com tecnologia que permite o processo de aluguer do espaço de ponta a ponta, desde a análise e reserva, ao pagamento e avaliação, com rapidez e segurança; tendo igualmente um processo fácil e intuitivo para os proprietários publicarem anúncios sobre os seus espaços.

Para dar início a um negócio nesta área é fundamental um trabalho prévio de levantamento e captação de espaços disponíveis, com uma proposta que também seja interessante para atrair proprietários, que possa alimentar um portfólio considerável, razão pela qual normalmente iniciam em cidades com maior massa crítica, escalando depois para outras regiões do país (ou do mundo). Um dos modelos de geração de receitas que é normalmente prosseguido consiste na retenção do valor do primeiro mês de renda ou cobrança de um fee mensal sobre o valor acordado com o senhorio. Pode ser ou não cobrada uma taxa de serviço aos utilizadores. Para serviços de aluguer de espaço recorrentes é também usual oferecer um plano de subscrição mensal ou anual, sobre a qual é igualmente retida uma comissão sobre o valor a entregar ao locatário.

3. EXEMPLOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS

- Casas, apartamentos, estúdios, quartos independentes ou partilhados para morar;
- Lugares para trabalhar;
- Espaço para armazenar/ arrumar.

Cofinanciado por:

4. JANELA DE OPORTUNIDADE: NECESSIDADES DE MERCADO A QUE RESPONDE

O mercado do arrendamento está a crescer, fruto de novos padrões de consumo e da emergência de uma multiplicidade de preferências, que aparecem a partir das gerações mais novas quando entram no mercado de habitação. Efetivamente, os negócios associados à oferta de habitações temporárias estão diretamente relacionados com os novos estilos de vida, onde a mobilidade constante dá azo à preferência (ou necessidade) de habitações temporárias. Tendencialmente, as gerações mais novas já não estão dispostas a aprisionar-se a um empréstimo para o resto da vida para comprar casa própria. Ao mesmo tempo são cada vez mais cosmopolitas e, quer seja para estudar, trabalhar ou sair da casa dos pais, precisam de encontrar soluções convenientes e acessíveis para a sua acomodação.

As preferências e o estilo de vida das novas gerações também se refletem na forma de trabalhar. Nos últimos anos, tem-se observado um rápido crescimento da indústria coworking no mundo todo e a tendência é para alargar o espectro e o público-alvo. Além de freelancers, startups e empresas de uma ou duas pessoas, os espaços dirigem-se cada vez mais a empresas de maiores dimensões, que desejam economizar através de escritórios partilhados ou, principalmente, oferecer aos seus colaboradores a possibilidade de trabalharem remotamente com as melhores condições. Além disso, é esperado o aumento de espaços dedicados a determinados nichos da indústria ou grupo de empreendedores: coworkings para pais, espaços exclusivamente femininos, cozinhas partilhadas, coworkings rurais, coworkings para TI, entre outros. Para dar resposta a estas tendências, as plataformas que se dedicam à facilitação das reservas de espaços para trabalhar devem prever planos de subscrição com possibilidade de utilização de coworkings em várias regiões, ou mesmo "passes" internacionais.

Outros negócios relacionados com a mediação da oferta e procura de espaços para determinados fins devem, como em qualquer outra atividade, atender a necessidades e nichos específicos, bem como avaliar a existência e o potencial de ativos ociosos que possam responder a essas necessidades. Depois das casas particulares terem entrado no mercado turístico, a imaginação parece ser o limite - espaço para arrumar pertences pessoais, jardins privados para acampar, terrenos para hortas urbanas, campos de golfe ou futebol...O importante é ter escala suficiente para garantir um nível de atividade que viabilize o projeto.

5. MERCADO(S) ALVO

Genericamente abertas a todas as pessoas com necessidade de espaço para determinado fim, as vertentes de espaço para morar e para trabalhar poderão encontrar no segmento jovem a sua principal fatia de mercado. Outras soluções de espaço, terão maiores vantagens para públicos urbanos e ambientes citadinos, onde os constrangimentos de espaço são bastante mais evidentes.

6. RECURSOS ACONSELHÁVEIS

- Tecnologia (não só ao nível das funcionalidades da plataforma e app, mas também outros domínios relevantes para o sector, como a fotografia, vídeo, realidade aumentada para tours virtuais aos espaços anunciados, etc.);

Cofinanciado por:

- **Rede de parceiros proprietários dos espaços confiável;**
- **Conhecimentos do mercado imobiliário e da lei do arrendamento;**
- **Estratégia de comunicação digital de inbound marketing através de ferramentas como as redes sociais, SEO, Google Adwords, Facebook Ads, banners e publicidade em blogs especializados, etc.**

7. ALGUNS CASOS DE SUCESSO

EMPRESA	BREVE APRESENTAÇÃO
 www.beerorcoffee.com	<p>* A BeerOrCoffee é uma plataforma que reúne coworkings, fazendo a ligação entre centenas de espaços de escritórios espalhados pelo Brasil (e ainda com alguns espaços em Portugal e na Hungria) e milhares de empresas e profissionais, que desejam encontrar um local de trabalho mais afinado com as suas variadas necessidades. Nasceu para dar resposta ao novo universo do trabalho, oferecendo novas alternativas de espaços produtivos para profissionais e empresas e funciona como um AirBnb ou um Booking.com do setor de coworking.</p>
 www.stashbee.com	<p>A Stashbee surgiu em 2016 e tem como lema «fazer bom uso do espaço não utilizado do mundo». Reúne numa plataforma espaços de casas particulares, armazéns privados ou lojas para as pessoas poderem acondicionar coisas que não cabem nas suas próprias habitações. A empresa tem vindo a crescer e tornou-se a maior plataforma de espaço de armazenamento seguro do Reino Unido, tendo registrado 18.500 utilizadores desde o seu lançamento.</p>
 www.uniplaces.com	<p>* A Uniplaces é uma plataforma com quartos privados ou partilhados, estúdios e apartamentos para estudantes, jovens trabalhadores, nómadas digitais, viajantes ou famílias, no qual qualquer pessoa pode encontrar espaço disponível para morar, e qualquer pessoa pode assumir o papel de senhorio, disponibilizando espaço na sua própria casa ou em imóveis próprios.</p> <p>Permite reservar qualquer tipo de imóvel (mais de 150 mil casas e quartos), em mais de 30 países, tendo já alcançado mais de 10 milhões de reservas</p>

*Estes casos foram analisados detalhadamente no estudo da Associação Ação para a Internacionalização (AAPI) "Estudo de Análise e Caracterização do Modelo Económico Sharing Economy": <https://sharingeconomy.aapi.pt/estudo-sharing-economy-empreendedorismo-com-visao-de-futuro/>

Cofinanciado por: