



SHARING ECONOMY

Fichas de Business Intelligence

Modelos de Negócio
Retalho e Serviços

Outubro 2022

Ficha de Business Intelligence sharing economy: Retalho e Serviços

1. ATIVIDADE

Beleza e bem-estar

2. MODELO DE NEGÓCIO

Os modelos de economia da partilha do sector da beleza e bem-estar utilizam plataformas e aplicações que ligam os fornecedores destes serviços aos seus potenciais clientes, enquanto principal canal de distribuição, trazendo para o mercado digital todo um conjunto de estabelecimentos e profissionais (que em Portugal ainda não têm uma presença online consistente). Estes negócios aproveitam as redes locais e a capacidade de um conjunto amplo de operadores económicos do sector, oferecendo a consumidores cada vez mais exigentes, conectados e digitais um modelo conveniente, flexível, personalizado e localizado. Todas as áreas da beleza e bem-estar ficam centralizadas numa plataforma, que agiliza todo o processo - da marcação ao pagamento, oferece assinaturas de produtos ou tratamentos e serviços on demand, que enviam profissionais locais a casa em pouco tempo.

3. EXEMPLOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS

- | | |
|--------------------------|--|
| × Cabeleiro; | × Meditação; |
| × Barbeiro; | × Mindfulness; |
| × Depilação; | × Yoga, Tai Chi Chuan, Chi Kung e/ou desportos de relaxamento; |
| × Manicure e pedicure; | × Fitness; |
| × Maquilhagem; | × Nutrição. |
| × Tratamentos de beleza; | |
| × Massagens; | |

Cofinanciado por:

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

Já antes da pandemia Covid-19 o sector da beleza e bem-estar vinha a incrementar maiores níveis de digitalização, o que, à semelhança do que aconteceu com outros setores, também foi impulsionada pela crise sanitária em vários domínios como a compra online, serviços de mensagens e crescente número de aplicações móveis. O digital será cada vez mais o tom dominante de participação da indústria da beleza, simplificando as rotinas dos consumidores, a par com outras tendências, como uma maior convergência de aspetos relacionados com o bem-estar mental e emocional, maior pressão dos consumidores sobre os players da indústria para práticas éticas e responsáveis; preocupações com a segurança dos ingredientes, bem como a continuidade do crescimento do segmento masculino.

Tal como acontece na generalidade dos negócios de sharing economy, também a beleza e bem-estar tem na geração millennial e geração Z uma franja considerável do seu mercado, com disposição para gastar em produtos e serviços de beleza e cuidados pessoais que contribuam para sua saúde e bem-estar emocional. Negócios de beleza que incluam práticas sustentáveis, preços acessíveis e estratégias omnicanal são as que mais ressoam com esta coorte. A jornada do consumidor de beleza destas gerações é fortemente inclinada para o smartphone, social media, adoção de plataformas digitais e estratégias de tecnologia de beleza (realidade virtual, realidade aumentada, metaverso, etc.). Apesar da forte dependência do digital, estas gerações (sobretudo a mais jovem) mostra algum anseio por interação humana, o que constitui mais uma oportunidade para uma abordagem phygital da beleza.

Na sequência de uma crescente valorização da experiência de compra, os consumidores procuram cada vez mais um aprimoramento da oferta de serviços que respondam às suas necessidades em termos de imagem, saúde física e mental, como por exemplo, personal trainers, nutricionistas ou serviços de aconselhamento.

De uma maneira geral o cenário para os negócios relacionados com a beleza e bem-estar é muito otimista - vários estudos de mercado corroboram a intenção dos consumidores aumentarem as suas despesas com a aparência e bem-estar, sendo aspetos que continuarão a ser uma prioridade para milhões de pessoas em todo o mundo.

5. MERCADO(S) ALVO

Genericamente com serviços dirigidos a toda a população, a procura na área da beleza continua a ser dominada por mulheres, apesar da tendência de diluição do segmento feminino e masculino. A população mais jovem, tendo em consideração o modelo de negócios digital, são um público necessariamente a considerar, até porque estas gerações caracterizam-se por preocupações com estilos de vida saudáveis e com o bem-estar. Em todo o caso, mediante estratégias adequadas será sempre possível captar segmentos mais maduros, com maior poder de compra ou interessadas em atividades de descontração ou de prevenção de doenças.

6. RECURSOS ACONSELHÁVEIS

- ✕ Tecnologia;
- ✕ Rede de parceiros (rede de estabelecimentos “aderentes” consistente ou trabalhadores independentes para fazerem serviços ao domicílio);
- ✕ Conhecimento do funcionamento geral do sector em causa e respetiva legislação que lhe é aplicável;
- ✕ Numa área onde a confiança é determinante, será necessário reunir um conjunto de influencers e opinion makers, que possam ser “embaixadores” da plataforma e dos seus serviços;
- ✕ 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
CLASSPASS www.classpass.com	A ClassPass é um serviço de assinatura mensal que dá acesso a milhares de academias, ginásios, salões e spas em mais de 2.500 cidades em 20 países. Ao fazer uma assinatura da ClassPass, o cliente recebe créditos mensais para reservar aulas e atividades, em regime online ou presencial, com total liberdade de escolha - mais de 30 mil opções de ginásios e centros de fitness e 5 mil parceiros de wellness. Foi fundada em 2011 e está avaliada em mais de 100 mil milhões de dólares, continuando a crescer, à medida que cada vez mais consumidores adaptam estilos de vida orientados para a saúde e bem-estar.



A SheerMe é uma nova plataforma e comunidade que permite aos utilizadores agendarem de forma mais fácil e rápida serviços de beleza, bem-estar e desporto. Junta profissionais - cabeleireiros, manicures, ginásios, massagistas, maquilhadores e clientes numa única plataforma onde é possível consultar avaliações, recomendações, dar nota, fazer reservas e pagar.

A criação desta empresa portuguesa nasceu da avaliação sobre a necessidade premente dos estabelecimentos do sector perceberem o potencial de aumentarem a sua pegada digital e não saberem como fazer as campanhas, sendo fulcral uma plataforma destas para alavancar o seu valor.



A Sparkl é uma empresa de beleza on demand que assegura os cuidados estéticos para homens e para mulheres na casa dos clientes. É um caso de sucesso português, muitas vezes chamado "Uber da beleza" por ter sido a primeira plataforma nacional online que põe em contacto clientes e profissionais de estética que prestam serviços de manicure, pedicure, depilação, massagens, hairstyling e maquilhagem on demand, em casa, nos hotéis e escritórios - basicamente onde o cliente quiser!

**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-empendedorismo-com-visao-de-futuro/>

Os temas relativos a beleza e bem-estar estão intimamente relacionados com as temáticas de saúde - poderá também ter interesse a ficha "**Saúde**".

Ficha de Business Intelligence sharing economy:

Retalho e Serviços

1. ATIVIDADE

Saúde

2. MODELO DE NEGÓCIO

Os modelos de negócio de sharing economy no sector da saúde desenvolvem-se habitualmente nos seguintes moldes:

× **Plataformas de matchmaker entre profissionais de saúde e a população/ serviços de saúde on demand**

Essencialmente estes negócios promovem cuidados de saúde realizados de forma remota, apresentando vantagens para o cliente em termos de redução de gastos com deslocações, disponibilidade imediata de agendamento de consultas, que podem ser realizadas em qualquer dia ou hora. Do ponto de vista dos profissionais de saúde, a adesão a estas plataformas permite rentabilizar períodos menos preenchidos nas suas clínicas, ou correspondem a opções dos prestadores de serviços de saúde de trabalhar de forma autónoma como profissionais liberais. A tecnologia destas plataformas permite a partilha de informações entre entidades e profissionais de saúde, com segurança e em tempo real e o arquivamento de dados em nuvem. Ao mesmo tempo dispositivos tecnológicos e a Internet das Coisas estão a permitir que os cuidados de saúde remotos aconteçam ao detalhe - é possível, por exemplo, que um médico receba dados registados no smartwatch de um paciente, como o seu ritmo cardíaco e tensão arterial, tornando possível acompanhar a saúde do doente e prevenir problemas graves. Efetivamente, um conjunto de inovações em tratamentos recorrendo a inteligência artificial e outra tecnologia está a facilitar os cuidados de saúde através de self-care e home monitoring, permitindo expandir novos negócios nestes formatos. Para além dos negócios centrados no atendimento aos clientes, florescem empresas tecnológicas e investigações científicas (healthtechs) voltadas para o mercado. Estes modelos estão já a alavancar o alcance do sector da saúde e a trazer mudanças que se fazem urgentes para o presente. A pandemia da Covid-19 veio mostrar o seu enorme potencial para o futuro da saúde. Há ainda negócios que promovem o match entre fornecedores de serviços de saúde e os seus potenciais clientes, através de plataformas, mas as consultas são realizadas on demand ao domicílio ou em modelos híbridos.

× **Partilha de equipamentos médicos**

Os equipamentos médicos são tradicionalmente vistos como ativos fixos que pertencem a uma instalação ou mesmo a uma ala hospitalar ou sala de cirurgia específica, mas alguns negócios inovadores têm assentado em maneiras de partilhar esses equipamentos, rentabilizando ativos valiosos atualmente subutilizados. De acordo com relatórios da indústria, a utilização do equipamento médico pode em muitos casos não ultrapassar os 40% e, em contrapartida, corresponde normalmente a investimentos avultados.

Cofinanciado por:

Para atuar neste domínio da economia da partilha os negócios têm que ter duas peças fundamentais - tecnologia que permite a programação dos equipamentos no lugar certo e na hora certa e uma rede logística inter ou intraempresa, que mobilize esses equipamentos de forma eficiente e pontual.

A adesão a este negócio por parte das empresas e sistemas de saúde não só oferece economia de custos, como pode igualmente permitir a expansão do atendimento, permitindo-lhes aumentar o portfólio de serviços, ou mesmo justificar a compra de um novo dispositivo de alta tecnologia porque a sua utilização poderá ser otimizada.

✕ **Crowdsourcing**

Outra das práticas compagináveis com novos negócios de partilha é o crowdsourcing, modelo onde as aprendizagens coletivas são utilizadas para produção, resolução de problemas, desenvolvimento de soluções e estruturação dos processos clínicos. Nestes negócios são usados os esforços coletivos de especialistas de todo o mundo para desenvolver ferramentas de diagnóstico clínico, combate à doença e procura de soluções comuns, a fim de ultrapassar barreiras que os sistemas de saúde não conseguem ou tardam em dar resposta.

3. EXEMPLOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS

- ✕ **Diagnósticos clínicos;**
- ✕ **Consultas de medicina geral e especializada;**
- ✕ **Tratamentos médicos;**
- ✕ **Análises e exames clínicos;**
- ✕ **Self-care;**
- ✕ **Remote-monitoring;**
- ✕ **Aluguer de equipamento médico.**

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

O sector da saúde passou por grandes transformações e ainda que algumas inovações já tivessem em curso há alguns anos foram fortemente impulsionadas pela pandemia. Destacam-se algumas dessas alterações e tendências, que abrem novas janelas de oportunidades para a formatação de negócios de sharing economy no sector da saúde:

- ✕ O sector da saúde passou por grandes transformações e ainda que algumas inovações já tivessem em curso há alguns anos foram fortemente impulsionadas pela pandemia. Destacam-se algumas dessas alterações e tendências, que abrem novas janelas de oportunidades para a formatação de negócios de sharing economy no sector da saúde:
- ✕ Aceleração da adoção tecnológica, que trouxe para o mercado um conjunto de produtos e inovações que já estavam em desenvolvimento, mas que poderiam levar mais de uma década para serem utilizados de forma generalizada. A saúde tem e sempre teve muito espaço para inovação, mas é um dos setores onde a sua adoção massiva ocorre de forma mais demorada, por ser extremamente complexa, estar fortemente enraizada na economia convencional e depender do sistema regulatório e político. A Covid-19 foi uma “incentivadora da inovação” ao exigir do mercado, urgência em investir e apresentar soluções para uma realidade imprevisível e imediata.
- ✕ Dentro do vasto rol de inovações tecnológicas, a telemedicina ancorou no período pandémico novos utilizadores, entre os quais algumas fchas da população consideradas à partida mais resistentes ou inapetentes para a adoção de novas tecnologias. A familiaridade com o conceito e a confiança na sua eficácia torna possível que os negócios da saúde considerem esta opção na formatação de serviços médicos.
- ✕ Pacientes mais informados e mais exigentes, que querem inovação, serviço e qualidade dos seus prestadores de serviços - tal como o fazem enquanto consumidores de outros sectores. Os pacientes - e a comunidade em geral - esperam e exigem, cada vez mais, melhores serviços e as novas tecnologias e formatos de negócios dão resposta a estas tendências, através do foco na personalização do atendimento e experiência do cliente. Ao mesmo tempo sentem-se cada vez mais capazes de cuidar de si próprios e esperam novos formatos de informação ou cuidados, que lhes permitam ser mais autónomos e independentes neste domínio.
- ✕ A pandemia mostrou que a questão do acesso aos recursos de saúde é um ponto central e que a discussão e o destino dos investimentos devem ser tratados com a maior seriedade, devendo procurar-se maior impacto dos investimentos, independentemente de serem públicos ou privados. A economia da partilha permite imprimir maior fluidez a esses recursos, seja através da partilha/relocação de equipamentos com capacidade ociosa, seja por trazer para “palco” o talento de especialistas espalhados pelo mundo.
- ✕ De uma maneira geral, o envelhecimento da população, a maior prevalência de doenças crónicas, o acesso mais universal a cuidados de saúde por toda a população, o aumento

Cofinanciado por:

- ✕ especializados e mudanças do perfil epidemiológico põem em perspetiva o crescimento da procura neste sector.

5. MERCADO(S) ALVO

O mercado alvo é toda a população, na medida em que o acesso a cuidados de saúde é uma necessidade universal. Em termos de segmentação, haverá desde logo que destrinçar o setor público e privado. No primeiro caso os serviços de saúde são administrados pelo Estado (hospitais, centros de saúde, laboratórios, serviços de urgência e emergência, vigilâncias epidemiológica, sanitária e ambiental; assistência farmacêutica, etc.) e direcionados à maioria da população, sendo tendencialmente mais resistente a alterações no paradigma de atendimento e tratamentos prestados. No sector privado há que considerar as empresas, por regra early adopters de inovações que acrescentem rentabilidade e valor ao negócio, mas dependentes da sua aceitação em planos de saúde privados geridos por seguradoras, ou que tenham financiamento pelo Sistema Nacional de Saúde.

Em qualquer dos casos, conforme tem vindo a ser referido, nos últimos anos tem-se assistido a uma profunda transformação digital no setor de saúde, acelerada pela pandemia, que impulsionou a inovação e diversas mudanças no ecossistema, capazes de elevar a qualidade da assistência médica disponibilizada, pelo que se pode afirmar que os negócios de sharing economy terão uma crescente aceitação, quer se dirijam diretamente ao consumidor final ou assentem em modelos B2B para o sector público ou hospitais e clínicas privadas.

6. RECURSOS ACONSELHÁVEIS

- ✕ Domínio de tecnologias HealthTech;
- ✕ Domínio de tecnologias e ferramentas de privacidade de dados - obrigatória e importante em todos os setores, na saúde a informação clínica é particularmente sensível (apesar do aumento do interesse e atividade online, os pacientes continuam preocupados com a sua privacidade e a utilização da sua informação médica);
- ✕ Conhecimento profundo da regulamentação do sector;
- ✕ Relacionamento institucional - o sector da saúde está intimamente relacionado com questões governamentais e estruturais e o caminho dos novos negócios nesta área vão necessariamente cruzar-se com questões políticas, relacionadas com governos, reguladores, profissionais de saúde e empresas privadas estabelecidas;
- ✕ Rede de profissionais de saúde que assegurem a qualidade dos serviços e ao mesmo tempo tenham as aptidões necessárias para os formatos “tecnológicos” do atendimento ao paciente;
- ✕ Estratégia de comunicação digital de inbound marketing através de ferramentas como as redes sociais, SEO, Google Adwords, Facebook Ads, banners e publicidade em blogs

7. ALGUNS CASOS DE SUCESSO

EMPRESA	BREVE APRESENTAÇÃO
 www.cohealo.com	A Cohealo, fundada em 2011 em Boston, identificou o uso de equipamentos médicos não emergenciais como uma área ineficiente e de enorme desperdício, principalmente nos grandes sistemas de saúde, que geralmente não coordenam com cada hospital quais os equipamentos que estão a ser usados regularmente ou aqueles que estão armazenados e sem grande utilização. Com esta constatação o fundador, Mark Slaughter, desenvolveu uma solução de software baseada em nuvem, segundo o qual um conjunto de hospitais pode verificar qual onde e qual o equipamento que a ser utilizado. Ao fazer com que várias clínicas ou hospitais participem nesta abordagem, estas unidades podem ter acesso a centenas de equipamentos diferentes, muito superior à que está dentro das suas próprias paredes.
 www.crowdmed.com	A CrowdMed é uma plataforma que aproveita a “sabedoria das multidões” para ajudar a resolver problemas de saúde, até mesmo os casos clínicos mais complexos, a que o sistema de saúde não está a conseguir dar uma resposta assertiva aos seus pacientes. Esta plataforma permite que um grupo diversificado de especialistas, incluindo médicos, estudantes, investigadores, cientistas e até outros pacientes, possam trabalhar em conjunto para ajudar doentes que sofrem de algum tipo de condição médica não diagnosticada, aproximando-os do correto diagnóstico e de um tratamento e cura. Os pacientes enviam um pedido de ajuda através da plataforma, respondendo a um questionário sobre os sintomas e o histórico clínico, que é publicado entre 30 a 90 dias, sendo analisado por um conjunto de especialistas verificados e coordenados por um médico licenciado, que se registam no website. Estes recebem parte de uma compensação financeira onerada pelos pacientes. Se não se chegar a qualquer conclusão o dinheiro é devolvido aos pacientes. Esta plataforma nasceu de uma motivação pessoal de um dos seus fundadores, Jared Heyman, que viu a irmã padecer quase 3 anos de um problema de saúde não identificado. Esta foi acompanhada por dezenas de médicos que trabalhavam de forma independente, antes de finalmente haver um diagnóstico correto, o qual acredita ter sido possível antecipar, se os médicos tivessem colaborado e trabalhado nos moldes preconizados pela CrowdMed.

www.doctorondemand.com

Doctor On Demand é um serviço de telemedicina que permite que os clientes consultem um médico a qualquer hora, em qualquer lugar, diretamente a partir do seu computador. Foi lançado Dr. Phil McGraw, também conhecido como Dr. Phil, o famoso médico da TV. Lançado em 2013, foi uma das primeiras apps de telemedicina, dando às pessoas a capacidade de aceder e se encontrar com médicos online por videoconferência. Esta plataforma faz a ponte entre os pacientes e uma rede de 14.000 médicos e 300 profissionais de saúde mental certificados e rigorosamente selecionados, municiando atendimento de urgências, saúde comportamental, saúde preventiva e assistência a doenças crónicas. Está disponível em 47 estados dos EUA.

www.swordhealth.com

A Sword Health é uma startup portuguesa que desenvolve tecnologias na área reabilitação motora. Faz a ponte entre fisioterapeutas licenciados e tecnologia inovadora para ajudar as pessoas a superar dores crónicas e pós-cirúrgicas de forma mais rápida e económica. A partir da sua plataforma ou aplicação móvel é possível fazer reabilitação motora em casa, com acompanhamento remoto por parte de uma equipa médica, a preços mais acessíveis. Em concreto, o sistema Sword é composto por um dispositivo que é usado pelo paciente e que analisa o seu desempenho motor durante a execução de exercícios de reabilitação, enviando estes dados para um dispositivo móvel que dá feedback em tempo real sobre o desempenho do paciente; o sistema inclui também uma plataforma cloud que analisa os dados de cada sessão de reabilitação, e que estão acessíveis à equipa médica, permitindo fazer a monitorização da recuperação de cada paciente e orientar o processo terapêutico de reabilitação.

**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-empendedorismo-com-visao-de-futuro/>*

Recomenda-se ainda a leitura do e-book produzido pela AAPI - "A Área da Saúde na Era Digital": <https://exportchain.pt/ebooks/>

Os temas relativos a saúde estão intimamente relacionados com as temáticas de beleza e bem-estar - poderá também ter interesse a ficha **"Beleza e bem-estar"**.

Ficha de Business Intelligence sharing economy: Retailho e Serviços

1. ATIVIDADE

Serviços pessoais

2. MODELO DE NEGÓCIO

Os serviços pessoais na *sharing economy* funcionam normalmente através de plataformas de *matchmaking*, que têm como função mediar um negócio desenvolvido entre particulares e prestadores de serviços, podendo estes últimos ser também eles particulares com disponibilidade de tempo e competências em determinada área, ou tratar-se de pequenas empresas. Estas plataformas disponibilizam todo o tipo de serviços para facilitar o dia-a-dia das famílias e a manutenção das suas casas, sendo um dos vértices do triângulo do modelo de negócios *peer to peer*, assegurando a concretização da transação de ponta-a-ponta - facilitam a pesquisa, a comunicação, o agendamento do serviço, o seu pagamento e, por fim, a sua avaliação.

A forma de geração de receitas assenta na retenção de uma percentagem do valor total dos serviços (comissão), podendo ou não ser aplicada uma taxa de serviço ao cliente final. São negócios normalmente escaláveis e exportáveis, sendo o nível de atividades uma variável fundamental para assegurar a sua viabilidade. O custo de desenvolvimento é exigente e refere-se quer às tecnologias de suporte, quer à construção da rede de profissionais que a integram e que deve cobrir todas as áreas geográficas em que a oferta de serviços se insere.

3. EXEMPLOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS

- ✕ Limpezas domésticas;
- ✕ Serviços de mudanças;
- ✕ Montagem de móveis;
- ✕ Reparações e pequenas obras - pinturas, canalizações, eletricidade, carpintaria;
- ✕ Jardinagem;
- ✕ ***Baby sitting***;

Cofinanciado por:

- × *Pet sitting;*
- × Ajuda para organização de festas particulares;
- × Recados, compras e entregas;
- × ...

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

As oportunidades decorrentes dos serviços pessoais em “formato” de plataforma acompanham a mudança de comportamento por parte dos consumidores e as suas preferências cada vez mais evidentes de aderirem a opções de compra online e através de dispositivos móveis. A proposta de valor deste modelo de negócio atende a um público cada vez mais digital (mudança de gerações para millennials e gerações mais jovens, que lidam com a tecnologia desde muito cedo), “conectado”, instruído e urbano oferecendo aquilo que procuram: rapidez, facilidade e mobilidade para aceder ao serviço; facilidade de contratação; segurança; preços acessíveis e elevado poder de escolha.

5. MERCADO(S) ALVO

Embora estes serviços também possam ser realizados para o mercado corporativo, o foco destes negócios são os clientes particulares em geral, podendo oferecer uma ampla gama de serviços, ou ser mais especializada num determinado segmento de serviço (donos de habitações com jardins, pais, donos de animais de estimação, etc.).

Neste tipo de negócio, para além dos destinatários finais é necessário considerar os prestadores de serviços: o sistema tem que ser suficientemente atrativo para que lhes seja economicamente vantajoso integrar a comunidade, bem como oferecer idênticas vantagens em termos de facilidade e comodidade na adesão, agendamentos, etc.

6. RECURSOS ACONSELHÁVEIS

- × **Tecnologia (*service marketplaces; data analysis; big data; etc.*);**
- × Rede de parceiros (prestadores de serviços independentes e/ou pequenas empresas) que assegurem uma ampla e diversificada oferta de serviços, dentro de requisitos pré-definidos e parâmetros de qualidade;
- × Conhecimento do funcionamento geral do sector em causa e respetiva legislação que lhe

- ✕ é aplicável;
- ✕ 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.babysits.pt	É uma plataforma de <i>baby sitting</i> (a maior do mundo) que funciona como um mercado online comunitário, reunindo a procura e oferta de cuidado infantojuvenil num único sítio. Na prática, o objetivo é as famílias poderem encontrar um <i>baby sitter</i> quando necessitam esporadicamente de quem tome conta das crianças. Atualmente, a comunidade <i>Babysits</i> conta com mais de 3 milhões de utilizadores ativos em mais de 50 países (incluindo Portugal).
 www.habitissimo.pt	A <i>Habitissimo</i> é a plataforma do setor da construção e remodelação que faz a ligação entre as pessoas que procuram melhorar a sua casa com os profissionais certos para cada trabalho. Atualmente está presente em Portugal, Espanha e Itália e conta com uma rede de quase 2 milhões de profissionais, tendo merecido a preferência de mais de 10 milhões de pessoas. A empresa nasceu em Portugal em 2009 e foi comprada em 2017 pela multinacional britânica <i>HomeServe</i>, líder internacional em cuidados e manutenção do lar. Atualmente, a <i>Habitissimo</i> gera mais de 200 empregos diretos e continua a crescer com o objetivo de melhorar a vida das pessoas.
*  www.zaask.pt	A <i>Zaask</i> é uma plataforma de contratação <i>online</i> onde é possível oferecer serviços e responder a ofertas de trabalho. A sua principal missão consiste em facilitar o processo de contratação de serviços de qualquer área, nomeadamente: serviços para a casa, bem-estar, eventos, empresas, aulas, <i>design</i> e programação, entre muitas outras. Tem mais de 300 mil utilizadores registados e conta com uma comunidade de 50 mil profissionais e pequenas empresas em 20 cidades portuguesas e espanholas. Em 2021 a empresa foi adquirida <i>Sonae</i>, passando a fazer parte da família <i>Worten</i>.



www.zoowish.com

A Zoowish é uma comunidade online, suportada numa página web e app que faz a ponte entre os donos de animais de estimação e prestadores de serviços de cuidados com animais de estimação. Os serviços oferecidos através da plataforma são: estadia familiar (o animal é acolhido durante um determinado número de dias na casa de um cuidador); pet sitting (o cuidador vai a casa do cliente); dog walking; tosquias; banhos; treino etc.

Esta empresa é portuguesa, tendo nascido na sequência do projeto Poliemprende, onde a ideia de negócio foi vencedora.

**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-empendedorismo-com-visao-de-futuro/>*

Ficha de Business Intelligence sharing economy: Retailho e Serviços

1. ATIVIDADE

Serviços profissionais

2. MODELO DE NEGÓCIO

Retratam-se aqui modelos de negócio assentes em plataformas em que tanto trabalhadores como empresas colocam as suas ofertas para um conjunto de diferentes de serviços e tarefas, que podem ser executadas a partir de qualquer parte do mundo.

Este modelo dá aso a que o tradicional vínculo de emprego assalariado seja substituído por uma forma triangular, que se serve de uma plataforma, onde o prestador de serviços coloca sua força de trabalho à disposição do público nesse espaço virtual, ou as empresas oferecem algum tipo de trabalho que pode ser assumido por membros registados, os quais são remunerados pelo serviço prestado conforme as tarefas e os projetos vão sendo concluídos.

Geralmente, neste modelo de negócios o pagamento do trabalho é realizado via plataforma, que recolhe o pagamento dos serviços por parte da empresa que os contratou e processa o seu pagamento aos trabalhadores independentes, retendo uma comissão. Poderá prever um plano de subscrição mensal ou anual para as empresas que recorram frequentemente a estes serviços, podendo os valores pelo trabalho serem definidos pelos seus requerentes ou propostos pelos seus executantes.

3. EXEMPLOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS

- ✕ Design;
- ✕ Traduções;
- ✕ Programação;
- ✕ Análise de dados;
- ✕ Trabalhos de marketing;
- ✕ Gestão de redes sociais;

Cofinanciado por:

- ✕ Redação e revisão;
- ✕ Assistência virtual;
- ✕ Edição de vídeo;
- ✕

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

Este modelo de negócio reflete a repercussão da tecnologia no mundo laboral, com algumas profissões a desaparecer, enquanto surgem novas oportunidades de trabalho a partir da Internet. Esta situação abre portas a muitos profissionais que se identificam mais com o trabalho em regime de freelancer e mesmo a pessoas que já têm um emprego, mas que conseguem conciliar outras tarefas para conseguir um rendimento extra.

Este modelo teve início com a entrada dos *millennials* no mercado de trabalho, prosseguindo com a geração seguinte, que traz consigo uma realidade funcional diferente, nascida e criada num contexto (e velocidade) digital diverso das gerações anteriores. Estas gerações possuem aspirações diferentes, procurando aliar as responsabilidades com o seu bem-estar em trabalhos com significado e prazer, sem quererem estar aprisionadas a sistemas rígidos e com jornadas inflexíveis de trabalho.

Do ponto de vista das empresas, para além da flexibilidade e custos que esta opção encerra, o acesso ao melhor talento sem limitações geográficas, motiva a recorrência a este tipo de serviços, sendo cada vez mais uma prática das maiores multinacionais, que figuram frequentemente na lista de clientes das plataformas de serviços profissionais existentes.

Em muitas áreas os “nómadas digitais” assumem-se como os profissionais do futuro, pelo que se estima que uma boa parte do tecido empresarial venha a ser composto por freelancers que sustentam a atividade *online* para os mais variados setores de atividade.

5. MERCADO(S) ALVO

Os serviços disponibilizados através destas plataformas dirigem-se ao mercado corporativo.

Os dois atores neste modelo de negócio são os solicitantes (empresas e organizações) e os trabalhadores, pelo que a plataforma que intermedeia as relações entre estes e na qual assenta este modelo de negócios tem obrigatoriamente que apresentar uma proposta de valor que atenda simultaneamente aos interesses e motivações destes dois públicos.

6. RECURSOS ACONSELHÁVEIS

- ✕ Tecnologia;

- ✕ Regulatory e compliance relativa ao trabalho independente nos países em que pretende estabelecer-se (legislação laboral e fiscal);
- ✕ 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.designcrowd.com	A <i>DesignCrowd</i> é um serviço de design comunitário que foi lançado em 2008 e oferece oportunidades de trabalho para as mais diversas áreas do <i>design</i>. Através da sua plataforma internacional, <i>designers</i> independentes podem candidatar-se para realizar projetos gráficos de criação de logotipos, materiais gráficos, sites e apps, peças para redes sociais, cartões corporativos e muito mais. A comunidade conta com mais de 1 milhão de <i>designers</i> registados, tendo facilitado mais de 28 milhões de trabalhos, com um valor que ultrapassa os 66 milhões de euros.
 www.freelancer.com	Fundada em 2009, na Austrália, a <i>Freelancer</i> é uma plataforma que faz a ponte entre empresas e trabalhadores independentes. O site permite que as empresas publiquem trabalhos, para que os potenciais interessados possam fazer ofertas, através de um processo de licitação. Nesta plataforma existem oportunidades para uma variedade de trabalhos tais como redação, como, TI, revisão, tradução, contabilidade, etc.
*  www.merytu.com	A <i>Merytu</i> faz o 'match' entre profissionais independentes e empresas de hotelaria e restauração. Esta plataforma portuguesa nasceu para dar resposta às dificuldades de contratação que o sector do turismo enfrenta. Através da plataforma e app <i>Merytu</i> as empresas submetem as suas ofertas para trabalhos com duração entre 4 e 10 horas e a <i>Merytu</i> apresenta os perfis de profissionais disponíveis. Atualmente, mais de mil profissionais registados recebem diariamente convites para trabalhar através da <i>Merytu</i>, que conta com mais de 250 empresas ativas na plataforma. A plataforma dá resposta a quatro áreas de trabalho: restauração, hotelaria, eventos e <i>wellness</i>, sendo as duas primeiras as que têm mais expressão.



www.remote.com

*

A *Remote*, lançada no mercado em 2019 pelo holandês Job van der Voort e pelo português Marcelo Lebre é especializada em soluções de gestão de recursos humanos para trabalhadores à distância. Difere das plataformas anteriores, na medida em que o objetivo não é a intermediação da contratação de trabalhos pontuais, mas antes facilitar a contratação de quadros para empresas, para as muitas funções em que o trabalho pode ser realizado à distância a partir de qualquer lugar. A *Remote* construiu uma plataforma completa e verdadeiramente global que permite a identificação e gestão de talento a nível global, facilitando a contratação de recursos humanos nos diversos países e acomodando as especificações legais de cada geografia nessa relação contratual.

**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/>*

Ficha de Business Intelligence sharing economy: Turismo e Indústria Hoteleira

1. ATIVIDADE

Venda e aluguer de bens e equipamentos

2. MODELO DE NEGÓCIO

Os negócios de *sharing economy* enquadráveis na venda e aluguer de bens e equipamentos podem configurar as seguintes tipologias:

- ✕ Venda de bens e equipamentos usados.

Como resultado da recessão económica e novos valores de sustentabilidade, uma parte do estigma associado à compra de artigos em segunda mão diminuiu nos últimos anos, despoletando a emergência de um novo mercado, que se expande através de plataformas digitais. Este conceito materializa muitos dos fundamentos da *sharing economy* (e também de economia circular), potenciando negócios *peer to peer* e o prolongamento da vida útil dos bens ou equipamentos. Essencialmente estes negócios assentam em plataformas onde particulares ou empresas podem colocar à venda artigos usados que já não precisam.

Estas plataformas podem servir apenas de “mostruários” de produtos usados, classificados em diferentes categorias, sendo depois o negócio articulado entre as partes, sem intervenção direta da plataforma (o preço, entrega e pagamento são combinados diretamente entre as partes). Neste modelo de negócios não é cobrado qualquer valor para facilitar a transação entre o comprador e o vendedor, em vez disso as plataformas centram-se em adquirir o máximo de tráfego possível para gerar receitas com publicidade e vendem *banners* e outros anúncios em destaque, que ocupam áreas de grande visibilidade na plataforma e aparecem entre os primeiros lugares da busca ou listagem de anúncios.

Outro formato possível, geralmente aplicado a equipamentos e bens duradouros é um *marketplace* com integração total, onde vendedores particulares ou empresas de acondicionamento e reparação colocam à disposição do público eletrodomésticos, telemóveis, produtos eletrónicos, informáticos, entre outros, em segunda mão, sendo o controlo de qualidade, entrega e o pagamento seguro da responsabilidade da plataforma. Geralmente, estas plataformas cobram-se de uma taxa de serviço ao cliente final e retêm uma comissão sobre o valor a repassar aos vendedores:

- ✕ Aluguer de bens e equipamentos

Os princípios dos negócios de aluguer são similares à venda de bens e equipamentos usados - prolongar a vida útil e dar uma maior utilidade aos bens e equipamentos pouco utilizados, a fim de minimizar o consumo de recursos e diminuir o lixo e a pegada carbónica, permitindo ao mesmo

tempo que os proprietários destes bens venham para o mercado e rentabilizem os seus ativos. Neste caso em particular, assenta em modelos que valorizam o acesso em vez da propriedade de determinado produto. Estes negócios permitem a utilização apenas em função da necessidade, tornando o usufruto de determinados produtos acessível a uma franja da população que não teria capacidade financeira para os adquirir, cuja utilização pontual não justifica a sua compra ou, que opta por este modelo apenas por motivações de natureza ideológica.

Os negócios funcionam através de plataformas que apresentam um conjunto de bens e equipamentos para *renting*, geralmente terceirizados (de particulares ou empresas), embora estes bens também possam ser propriedade da empresa locatária. As plataformas podem ser generalistas, com maior ou menor especialização em função do segmento de mercado a que se destinam, ou dedicados a determinada gama de produtos - equipamentos industriais, ferramentas e equipamentos para uso doméstico, roupa, artigos de luxo, eletrónica, festas e eventos, etc. Por norma estas plataformas centralizam todo o processo de reserva, entrega e pagamento, aplicando taxas de serviço aos utilizadores e retendo uma comissão sobre o valor a onerar aos proprietários. Para produtos de utilização recorrente as plataformas oferecem planos de subscrição mensal ou anual. A logística de entregas e devolução dos bens e equipamentos pode ser complexa para alguns produtos - muitos negócios recorrem a serviços de entregas e enviam ao cliente uma embalagem para devolução dos produtos sem custos, outros optam por cacifos estrategicamente localizados em centros de cidade, outros ainda, têm espaços físicos próprios ou parcerias com lojas locais.

Nos negócios de partilha mais “puros” o aluguer é substituído por empréstimo sem qualquer compensação pecuniária, ou apenas por um valor simbólico. Estes negócios podem ser mais desafiantes do ponto de vista da sustentabilidade económica, muitas vezes não têm finalidades comerciais e recorrem a voluntariado e mecenato para a sua operacionalização.

✕ Maker Movement

Maker, em inglês, significa realizador, criador, fazedor. Os “faça-você-mesmo” não são propriamente uma novidade - a prática de fazer coisas é inerente à história da humanidade, mas tem assumido novas perspetivas, culminando no surgimento do movimento *maker*. O movimento *maker* é uma tendência cultural que valoriza a capacidade do indivíduo ser um criador de coisas, bem como um consumidor das mesmas.

O movimento *maker* tem na base uma combinação de fatores culturais, económicos e tecnológicos. A evolução tecnológica possibilitou o crescimento de plataformas digitais de partilha, onde artesãos, artistas e produtores individuais participam em fóruns especializados e têm acesso a ferramentas ou programas de software em código aberto, para apoiar o desenvolvimento dos seus projetos. A redução dos preços de tecnologias de produção (impressoras 3D, máquinas de costura, maquinaria CNC, etc.) permitiu o acesso a estas ferramentas por fabricantes amadores. Por fim, o desenvolvimento das redes de logística, possibilitou que os “fazedores” de produtos ou protótipos “caseiros” pudessem produzi-los ou comercializá-los a grandes distâncias.

Este movimento foi também contextualizado por um cenário cultural favorável, como o conceito *Do It Yourself* (DIY) e manifestações culturais, como o Rap e grafite, a revalorização de práticas e ofícios tradicionais, como o tricô e carpintaria, além das atividades “hacker”, no mundo da informática.

A cultura *maker* enfatiza a aprendizagem informal, em rede, liderada por pares e partilhada, motivada pela diversão e pela autorrealização. A cultura *maker* encoraja novas aplicações de

tecnologias e a exploração de interseções entre domínios e formas de trabalho tradicionalmente separados, incluindo a marcenaria, carpintaria, olaria, artesanato em geral, metalurgia, caligrafia, produção de filmes e programação, entre outros. A interação da comunidade e a partilha de conhecimento são mediados por tecnologias em rede, que são a base dos repositórios de conhecimento e um canal central para partilha de informações e troca de ideias. Muitos artigos produzidos pelas comunidades *maker* têm foco na saúde, desenvolvimento sustentável, ambiente, cultura local, e podem, sob esse ponto de vista, ser considerados uma resposta à produção em massa globalizada, ao poder das multinacionais e cadeias de consumo. Tem, por isso, um potencial económico disruptivo já que, à medida que as pessoas comuns se tornam mais autossuficientes, poderão fazer os seus próprios produtos, ou adquiri-los a *makers*, em vez de os comprar a grandes insígnias.

Naturalmente, este movimento encontra um grande alinhamento com a *sharing economy* e um campo fértil para se expandir. Os negócios de *sharing economy* de *maker movement* criam os canais de distribuição que ligam os consumidores e os *makers* - plataformas *mathmaker* e *marketplaces* - que permitem atingir necessidades de consumidores e produtores, os quais eram inacessíveis economicamente devido à pequena escala, tanto de consumo, quanto da oferta.

3. EXEMPLOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS

- ✕ Eletrodomésticos e maquinaria para uso doméstico;
- ✕ Equipamento industrial;
- ✕ Ferramentas;
- ✕ Televisões;
- ✕ Telemóveis;
- ✕ Equipamento informático;
- ✕ Máquinas fotográficas/ filmar;
- ✕ Vestuário, calçado e acessórios de moda;
- ✕ Joias e artigos de luxo;
- ✕ Artigos de puericultura;
- ✕ Brinquedos;

Cofinanciado por:

- ✕ Livros e discos;
- ✕ Instrumentos musicais;
- ✕ Tendas e equipamento para campismo, caça, pesca, etc.;
- ✕ Artigos e equipamento para desporto;
- ✕ Equipamento para festas (tendas, insufláveis, equipamento de som, louças, mesas e cadeiras, etc.);
- ✕ Artesanato;
- ✕ Peças de autor;
- ✕

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

Assiste-se no mundo inteiro a uma onda de ativismo, à medida que as pessoas ganham consciência do seu poder para impulsionar mudanças. O consumo é cada vez mais uma das maneiras das pessoas atingirem esse objetivo, através dos produtos que escolhem e dos formatos comerciais que apoiam. No mercado de bens de consumo a evidência de ser uma empresa ética e sustentável é cada vez mais imprescindível e as grandes marcas investem massivamente na comunicação das suas boas-práticas, mas os consumidores querem mais... querem desempenhar um papel no sentido de tornar o mundo melhor, querem fazer parte da solução! Que modelo económico poderia responder melhor a esta ambição que a *sharing economy*?

O público mais jovem – em particular a geração *millennial* (nascida entre 1980 e 1994) e a geração Z (1995 a 2010) – além de já ter moldado o novo paradigma digital - são precisamente as gerações da “não posse”, acumular bens e património não faz parte das suas preocupações. Querem liberdade, mobilidade, redução de custos e consumo consciente. Valorizam por isso serviços que otimizam o quotidiano. Assim, mesmo aqueles que têm condições financeiras para adquirir bens e equipamentos, preferem alugá-los.

Da mesma forma, valores de sustentabilidade e individualidade estão a remover o estigma associado às compras de segunda mão e a impulsionar os *marketplaces peer to peer*. De acordo com a *Euromonitor*, 33% (2021) dos consumidores compra artigos usados ou em segunda mão com um intervalo de poucos meses.

5. MERCADO(S) ALVO

O principal foco destes negócios é o cliente particular.

Cofinanciado por:

6. RECURSOS ACONSELHÁVEIS

- ✕ Tecnologia;
- ✕ Conhecimento da legislação relativa à venda de usados e recondicionados;
- ✕ Parcerias com serviços de entregas (se este for o formato para entrega/devolução de artigos alugados);
- ✕ 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
BackMarket www.backmarket.pt	A <i>BackMarket</i> é um mercado online que vende <i>smartphones</i>, <i>laptops</i>, consolas de jogos, tablets, <i>smartwatches</i>, dispositivos de áudio, câmaras muito mais - em segunda mão, devidamente recondicionados, verificados e categorizados de acordo com o seu estado de conservação. Foi lançada em Paris em 2014 e os seus fundadores intitulam-se «rebeldes com uma causa» e «ativistas com bom coração», abraçando a missão de tornar o recondicionado igual ao novo - em tudo menos no preço - e ao mesmo tempo maximizar a vida dos equipamentos eletrónicos, já que o consumo desmedido (e por vezes desnecessário) de tecnologia tem um impacto ambiental muito negativo. Estes artigos podem ter um preço até 70% abaixo dos equipamentos novos, pelo que acreditam estar igualmente a democratizar o acesso a tecnologia a muitos clientes, que de outra forma não poderiam beneficiar dos mesmos. É a maior plataforma mundial de tecnologia recondicionada, com presença em quase toda a Europa, Estados Unidos e Japão.

www.etsy.com

A plataforma *Etsy* (a funcionar também em Portugal) é um *site* de comércio eletrónico, criado em Brooklyn, que tem como foco produtos feitos à mão, produtos usados e material para artesanato. Esta plataforma permite que *designers*, criativos e artesãos (a comunidade de vendedores da *Etsy*) possam vender as suas peças, ligando-os a milhões de compradores à procura de algo especial, alternativo e único - «a plataforma capacita os vendedores a fazer aquilo que adoram e ajuda os compradores a encontrar aquilo que adoram». Em 2021, as compras na *Etsy* geraram quase 4 mil milhões de dólares, sendo uma plataforma que ajuda verdadeiramente pequenos vendedores a transformarem as suas ideias em negócios bem-sucedidos.

www.thegrommet.com

A *Grommet* é uma *newsletter* enviada por e-mail, que destaca produtos inovadores feitos por pequenas empresas (os “makers”), levando-os até uma comunidade de mais de 2 milhões de membros.

Todos os meses a equipa da *Grommet* analisa centenas de novos produtos e inovações de todo o mundo, fabricados por microempresas, empreendedores e produtores independentes. Seleciona os mais originais para constarem do boletim mensal, onde é possível conhecer a história do produto e do seu fabricante, o problema que resolve ou a tecnologia que impulsiona. A comunidade tem oportunidade de apoiar os fabricantes, comprando-lhe diretamente os seus produtos (sempre que um produto é apresentado o utilizador será encaminhado diretamente para a loja da marca, já que segundo a *Grommet* nenhum intermediário poderá apresentar melhores negócios, melhores preços ou melhor suporte).

Para a *Grommet* um “maker” é uma pequena empresa que arriscou tudo para fazer algo único e original - assim, oferece à comunidade o poder de alavancar pequenos negócios. O que a *Grommet* partilha com a comunidade são produtos, mas o que lhes leva é muito maior: «Uma escolha melhor. Um futuro melhor. Um mundo onde as melhores ideias vencem».

*

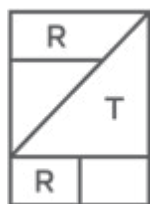

www.indiecampers.com

A *Indie Campers* é uma empresa portuguesa, que se encontra entre as maiores empresas de aluguer de autocaravanas do mundo, operando em mais 50 localizações em Portugal, Islândia, Reino Unido, Irlanda, Espanha, França, Itália, Suíça, Alemanha, Países Baixos, Croácia, Bélgica, nas ilhas mediterrâneas da Córsega, Sardenha e Sicília, Áustria, Suécia e nos Estados Unidos

Iniciou o negócio com o modelo clássico de disponibilizar caravanas de uma frota gerida internamente, mas entrou na *sharing economy* ao integrar inúmeros veículos de proprietários privados e autocaravanas de outras empresas profissionais, conceito que já chegou a perto de mil proprietários, a quem promete um rendimento extra que pode chegar aos 30 mil euros/ano. A ideia é que a *Indie Campers* seja uma espécie de *marketplace* de experiências relacionadas com as caravanas e o campismo, explorando a ascensão da economia da partilha, o crescente afastamento dos consumidores por viagens aéreas (emissoras de carbono) e um desejo de “voltar à natureza”, enraizado em preocupações mais profundas com o bem-estar e o meio ambiente.


www.peerby.com

A *Peerby* é uma plataforma de partilha circular, que permite que os vizinhos peçam emprestado e emprestem utensílios domésticos (ferramentas, eletrodomésticos, bicicletas e equipamentos de jardim, camping e para festas). Lançada em 2012 foi uma das primeiras plataformas de partilha de bens do mundo. O objetivo - conectar vizinhos e reduzir resíduos e emissões - gerou muito reconhecimento, investimentos e prémios. Seguiu-se uma expansão para 30 cidades na Europa e nos EUA. Quando em 2017 o modelo financeiro se mostrou insustentável, a *startup* foi forçada a reestruturar-se e procurar um novo formato. Lançou uma plataforma renovada em 2019, começando a cobrar um valor aos mutuantes. Agora está presente em algumas cidades holandesas e na Bélgica e foi recentemente financiada por capital de grandes investidores sociais e através da compra de ações por particulares, que acreditam no potencial económico e de sustentabilidade da *Peerby*. Com a inflação recente e os sinais de desaceleração económica, a *Peerby* espera que a disposição de economizar e ganhar através da partilha continue a crescer.


www.renttherunway.com

O vestuário e acessórios de luxo são em geral produtos caros, com uma reduzida utilização esperada por parte de uma grande parte da população, o que os torna fora de alcance de muitos clientes em potencial. Para capturar parte dessa procura a *Rent the Runway*, criada em 2009 nos Estados Unidos, oferece roupas, acessórios e joias de mais de 700 estilistas, que as pessoas podem alugar à peça ou por assinatura e, recentemente, passou também a vender roupas em segunda mão.

Cofinanciado por:



www.topotents.pt

A *Topo* oferece um serviço de aluguer de tendas *rooftop*, instaláveis no tejadilho de qualquer viatura automóvel. Estas tendas apresentam algumas vantagens em comparação com as convencionais, sobretudo relacionadas com a portabilidade, segurança e funcionalidade. As principais vantagens residem no facto de, ao contrário de uma tenda convencional, serem instaladas no tejadilho dos carros, longe de rastejantes, de todo o tipo de animais e da poeira, terem um colchão integrado, serem mais robustas e confortáveis e muito fáceis de montar.

A marca foi lançada no mercado em 2019 e tem presença em Moçambique (Maputo) e Portugal, (Lisboa, Porto, Caldas da Rainha, Faro, Chaves e Funchal).

**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/>*

Ficha de Business Intelligence sharing economy: Retailho e Serviços

1. ATIVIDADE

Finanças

2. MODELO DE NEGÓCIO

O financiamento colaborativo é uma categoria de operação financeira que ocorre diretamente entre pessoas, sem a intermediação de uma instituição financeira tradicional.

Em Portugal, os modelos de negócio de finanças colaborativas estão enquadrados na Lei n.º 102/2015, revista em 2018 pela Lei n.º 3/2018. Assim, de acordo com a legislação, crowdfunding ou financiamento colaborativo é o tipo de financiamento de entidades ou das suas atividades e projetos através do seu registo em plataformas eletrónicas acessíveis através da Internet, a partir das quais procedem à angariação de parcelas de investimento proveniente de um ou vários investidores individuais. As atividades das plataformas de crowdfunding são supervisionadas e fiscalizadas pela Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM), salvo se o financiamento colaborativo for feito através de donativo ou recompensa, em que a fiscalização e instrução processual são da responsabilidade da Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE).

As plataformas de financiamento colaborativo podem prosseguir uma ou várias das seguintes modalidades de financiamento colaborativo previstas na legislação:

- ✕ O financiamento colaborativo através de donativo, pelo qual a entidade financiada recebe um donativo, com ou sem a entrega de uma contrapartida não pecuniária;
- ✕ O financiamento colaborativo com recompensa, pelo qual a entidade financiada fica obrigada à prestação do produto ou serviço financiado, em contrapartida pelo financiamento obtido;
- ✕ O financiamento colaborativo de capital, pelo qual a entidade financiada remunera o financiamento obtido através de uma participação no respetivo capital social, distribuição de dividendos ou partilha de lucros;
- ✕ O financiamento colaborativo por empréstimo, através do qual a entidade financiada remunera o financiamento obtido através do pagamento de juros fixados no momento da angariação.

As entidades que gerem plataformas de financiamento colaborativo de donativo ou com recompensa, têm de ter, para cada projeto, o registo da identificação completa dos beneficiários e dos apoiantes e os montantes dos apoios concedidos. O objetivo é evitar que estes financiamentos

Cofinanciado por:

sejam usados para branqueamento de capitais ou financiamento de terrorismo.

A geração de receitas por parte das empresas que se dedicam a esta atividade pode resultar da cobrança de um valor para a publicação da ideia ou projeto a financiar (em muitos casos é gratuita), ou apenas uma taxa sobre o valor do financiamento entregue ao seu solicitador e/ou uma comissão sobre os juros a ressarcir aos financiadores.

3. EXEMPLOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS

Os serviços reportam à intermediação entre partes – investidores e solicitantes de financiamento tendo em vista o financiamento de empresas, projetos, ideias ou empréstimos particulares.

Várias plataformas especializam-se na angariação de financiamento para determinados segmentos em particular: micro e pequenas empresas; projetos sociais; projetos com impacto ambiental; projetos ligados às artes; projetos de medicina e emergência médica, etc.

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

As maiores plataformas de crowdfunding do mundo têm mais de uma década de existência e números impressionantes de financiamento angariado.

A forma tradicional de financiamento ainda prevalece, no entanto, os benefícios fornecidos pelos provedores de soluções digitais estão a abrir caminho para a crescente adoção de serviços de crowdfunding. Micro e pequenas empresas, empreendedores e particulares percebem que os seus pedidos de crédito não são aprovados ou têm altas taxas de juros, comissões exorbitantes e extensas burocracias, para além do tempo de decisão para particulares e empréstimos corporativos poder ser de quase três meses. Em particular os millenials, guardam na memória a crise supostamente provocada pelo sector e que tanto afetou as suas famílias e, apesar de serem a geração que resiste ao crédito, procuram financiamento para projetos profissionais fora da banca tradicional. De uma maneira geral a rápida adoção de smartphones, acesso à Internet e a introdução da banca digital beneficia a familiaridade com os novos conceitos do financiamento colaborativo. Muitas plataformas ganharam maior notoriedade e confiança, sobretudo em financiamento colaborativo de doação, na altura da crise Covid-19, por terem disponibilizado o seu espaço para encontrar fundos para ajudar comunidades e apoiar pessoas e organizações a combater a pandemia.

Em 2019, o valor global arrecadado através de crowdfunding totalizou 30 mil milhões de dólares e estima-se que nesse ano tenham sido realizadas perto de 7 milhões de campanhas de angariação (Fundly), esperando-se que continue a crescer até 2025. Atualmente as principais plataformas a operar no mercado global são: a Kickstarter; Indiegogo; Gofundme; Fundable e Crowdcube e, especificamente na vertente de empréstimos digitais: a Funding Circle; On Deck Capital; Prosper Marketplace; LendInvest e Bizfi. A América do Norte detém a maior participação do mercado, mas o maior crescimento é esperado para a Ásia-Pacífico.

5. MERCADO(S) ALVO

Nos negócios de finanças colaborativas, as plataformas fazem a ponte entre dois públicos: os angariadores de financiamento e os seus potenciais investidores (particulares e empresas).

Cofinanciado por:

6. RECURSOS ACONSELHÁVEIS

- ✕ Sólido domínio das tecnologias Fintech;
- ✕ Legal & Regulatory (regulamentação que enquadra o sector e legislação fiscal relativa aos rendimentos de capital);
- ✕ 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.goparity.com	A GoParity é uma plataforma de crowdlending portuguesa orientada para o financiamento de projetos de impacto ambiental e financeiro, que junta organizações que procuram financiamento para projetos sustentáveis a cidadãos e empresas que querem investir o seu dinheiro em opções éticas e rentáveis. Está especificamente direcionada para o investimento com impacto, financiando projetos que contribuem para o cumprimento dos objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) instituídos pela Organização das Nações Unidas (ONU).
 www.ppl.pt	A PPL é uma plataforma portuguesa de crowdfunding, focada em apoiar projetos sociais, criativos e empreendedores, reunindo pequenas contributos de várias pessoas. O seu funcionamento está dividido em duas áreas: o PPL Causas e o PPL Crowdfunding. Na primeira, destinada a causas solidárias, os fundos são transferidos no final do prazo, seja ou não atingido o valor de financiamento pretendido. Já na segunda modalidade, poderão candidatar-se a financiamento projetos de qualquer área, funciona numa lógica de “tudo ou nada”, isto é, caso não seja atingido o valor pretendido pelos requerentes, os apoios são devolvidos aos financiadores. Os apoiantes recebem uma recompensa pela ajuda monetária com que contribuíram.



www.queridoinvesti.pt

Investir em imobiliário é uma das formas mais seguras e tradicionais de aplicação e rentabilização das poupanças acumuladas. Mas os investimentos imobiliários mais lucrativos exigem elevada disponibilidade de capital, só ao alcance de uma restrita elite de investidores particulares e/ou profissionais, detentores de elevada capacidade de investimento e competências diferenciadas de seleção e avaliação dos empreendimentos imobiliários. A Querido Investi numa Casa! vem quebrar este paradigma, recorrendo ao conceito de investimento colaborativo para proporcionar aos pequenos investidores e aforradores a possibilidade de investirem diretamente em ativos imobiliários premium, tal como fazem os grandes investidores e os fundos imobiliários.

RAIZE

www.raize.pt

A Raize permite aos investidores financiar as micro e pequenas empresas portuguesas, apresentando-se como uma alternativa à banca, com condições mais favoráveis para ambas as partes.

Foi a primeira plataforma online de crowdlending a operar em Portugal. Abriu as portas em 2015 e já conta com cerca de 12 mil investidores, que injetaram mais de 54 milhões de euros na economia.

**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-empendedorismo-com-visao-de-futuro/>