

A economia da partilha (*sharing economy*): de fenómeno emergente a peça fundamental da revolução digital

O que lhe sugerem expressões como *sharing economy*, *on demand economy* ou *gig economy*? Provavelmente, nada de especial. Até mesmo os norte-americanos, que vivem no país onde o fenómeno está mais desenvolvido, demonstram pouco conhecimento: ao perguntarem-lhes sobre o Pew Research Center em 2016, dois terços dos inquiridos nunca tinha ouvido falar da *sharing economy* e, no terço que tinha ouvido falar disso, 40% destacava o elemento de colaboração desinteressada entre pessoas, 25% afirmava que, apesar de ter ouvido a expressão, não sabia o que era e 16% respondia muito melhor e dizia que eram negócios ou indivíduos que partilhavam bens e serviços numa relação breve.

Por que dizemos que estes últimos respondiam melhor? Porque, quando revemos algumas das centenas de artigos, estudos e propostas políticas sobre a questão, descobrimos que, além da denominação, repetem-se quatro elementos na maioria das definições. O primeiro é que os serviços da *sharing economy* partilham o facto de estarem instrumentalizados em plataformas *online* e que, na maior parte dos casos, o acesso a essas plataformas se realiza através de uma aplicação de telemóvel ou tablet. Um segundo aspeto de definição é que são estabelecidas relações entre pares (*peer-to-peer*), sendo estes tanto indivíduos como empresas. Um terceiro elemento característico é que as relações entre os agentes têm um carácter temporário. Por fim, o quarto ingrediente da definição é o intercâmbio de ativos, recursos, tempo ou capacidades, de forma muito flexível e dinâmica. Assim sendo, se ocorrerem estes quatro aspetos combinados (porque, de forma individual, os elementos estão noutras formas de fazer negócios, por exemplo, o carácter temporário da relação ou o uso de plataformas digitais não são exclusivos da *sharing economy*) é provável que estejamos perante um fenómeno novo que chamaremos de *sharing economy* (economia da partilha).

O facto de ser um fenómeno a despontar é mostrado pela dificuldade em fazer aproximações quantitativas fiáveis através das estatísticas convencionais. Para começar, uma parte das transações da *sharing economy* fica diretamente fora das medidas habituais, pois são atividades de não mercado. Porém, a quantificação é possível para as transações que implicam pagamentos em dinheiro. No geral, segue-se uma das seguintes abordagens: monitoriza-se a dimensão do consumo ou a da oferta.

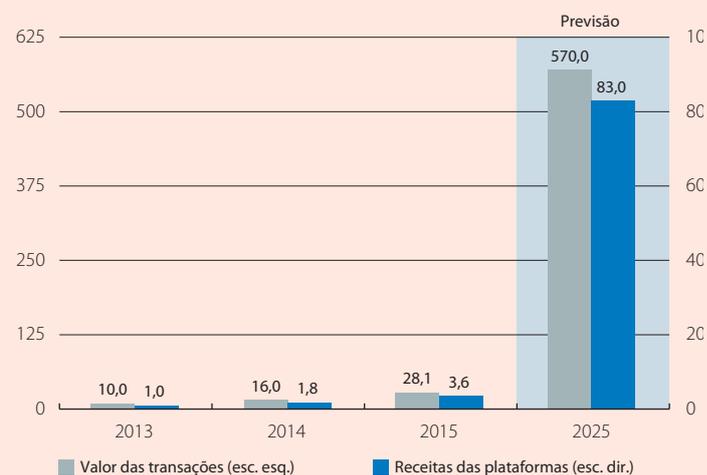
No primeiro ponto de vista, e apesar de a evidência ser limitada, a principal conclusão a que se chega é que os consumidores ainda usam pouco a economia da partilha. De acordo com os relatórios mais confiáveis, entre 20% e 30% dos consumidores nos países desenvolvidos usou algumas das plataformas digitais que suportam esses serviços ou partilharam alguns dos ativos, tangíveis ou intangíveis, que são intercambiados. Outro aspeto que, por vezes, se analisa é se as famílias recebem algum rendimento neste âmbito. Nos EUA, de acordo com o Pew Research Center, em 2016, aproximadamente 25% dos norte-americanos receberam algum rendimento da *sharing economy*, embora, se eliminarmos a venda de bens em segunda mão, os valores fiquem reduzidos a menos de metade.

De acordo com a segunda abordagem, e seguindo o que talvez seja o relatório mais referenciado sobre o assunto,¹ é comum identificar os cinco principais setores que funcionam com modelos de negócios de *sharing economy*: alojamento de pares ou utilizadores, transporte entre utilizadores, serviços a famílias por pedido, serviços profissionais por pedido e financiamento colaborativo. De acordo com este relatório, na Europa e em 2015, estes cinco setores acumularam transações no montante de 28.000 milhões de euros, o que gerou receitas, para as plataformas digitais relacionadas, de 4.000 milhões de euros. Apesar de os níveis, por si só, não parecerem excessivos, o ritmo de crescimento nos últimos anos está a ser significativo, uma vez que as transações triplicaram entre 2013 e 2015, enquanto as receitas quadruplicaram.

1. Ver Vaughan, R. e Daverio, R. (2016), «Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe», PwC. Estudo a pedido da Comunidade Europeia para monitorizar o fenómeno da *sharing economy*.

Receitas e valor das transações relacionadas com a *sharing economy*

(Milhares de milhões de euros) (Milhares de milhões de euro)



Fonte: BPI Research, a partir dos dados do PwC.

Dada a velocidade da mudança que estamos a viver, a questão imediata é perguntar quais são as perspetivas futuras da *sharing economy*. Abordar essa questão requer uma reflexão prévia sobre quais são os fatores fundamentais que explicam a expansão do fenómeno. Em geral, o surgimento da *sharing economy* e a sua futura difusão é o resultado da confluência das mudanças em duas áreas diferentes, a estritamente tecnológica e a das expectativas do consumidor. Em relação ao primeiro aspeto, a digitalização e as plataformas oferecem aos fornecedores a possibilidade de adaptarem a sua oferta às mudanças de condições com alta flexibilidade. Essa flexibilidade deriva tanto da maneira como o serviço é oferecido (por exemplo, com poucas restrições horárias) como da possibilidade de explorar as informações dos utilizadores (usando tecnologias de *big data*, provavelmente). Esta prestação de serviços é muitas vezes realizada a um custo mais baixo, derivado, por exemplo, da eliminação de intermediários convencionais ou da exploração de ativos subutilizados (podemos pensar no uso pouco intensivo de bens como casas ou veículos, mas também de ativos intangíveis, como certos conhecimentos).

As alterações nas expectativas dos consumidores e nas suas solicitações são também substanciais. Em termos gerais, os benefícios obtidos pelos consumidores com a *sharing economy* são o resultado de uma combinação de fatores económicos tradicionais (melhores preços, menos tempo dedicado à procura ou melhor combinação de oferta e procura, para nomear os principais) e outros de natureza social ou ambiental, como a utilidade derivada da satisfação de realizar práticas de consumo entendidas como mais sustentáveis e favoráveis ao meio ambiente, mais transparência nas transações, razões puramente altruístas ou a sensação de cocriação, ou pelo menos de orientação, do serviço (através de propostas e/ou avaliação da experiência, por exemplo).

Sendo estes os fatores subjacentes à expansão da *sharing economy*, há que ver como interagem com os diferentes modelos de negócio. Como acontece com outras mudanças relacionadas com a inovação e os *choques* tecnológicos, em termos gerais, há que diferenciar três situações possíveis. A primeira seria a dos modelos de negócios criados do zero a partir de plataformas digitais e a abordagem colaborativa, e que tenham podido satisfazer favoravelmente as novas solicitações do consumidor. A estes modelos de negócio chamaremos «puros». Cronologicamente, os modelos de negócios «puros» foram os primeiros a materializarem-se e estão associados mais claramente ao fenómeno da economia de *sharing*. Chamamos «revolucionados» a um segundo grupo de modelos de negócio. Estes são aqueles que estão a sofrer alterações substanciais na sua forma tradicional de competir pelo surgimento da economia colaborativa e que, no futuro, provavelmente irão agrupar elementos de colaboração digital com outros aspetos do seu *core business* tradicional. Também existirão empresas cujo modelo de negócio não será afetado, ou que o serão apenas de forma paralela, pela *sharing economy* e que etiquetamos como «tradicionais».

Os exercícios de prospeção disponíveis concentram-se, na maioria dos casos, na identificação de setores, atividades e modelos de negócios «puros» (nos quais os fatores que impulsionam a economia da partilha estão a ser amplamente explorados) e na projeção no futuro das suas tendências. É o que, por exemplo, faz o estudo acima mencionado, e que, como pode ser visto no gráfico anexo, projeta que os rendimentos das plataformas e o volume de receitas se multipliquem por mais de 20 até 2025 nos cinco setores acima mencionados (alojamento entre pares ou utilizadores, transporte entre utilizadores, serviços a famílias por pedido, serviços profissionais por pedido e financiamento colaborativo).

Também não sabemos o que poderia ser o principal âmbito de expansão da *sharing economy*, a sua extensão a outros modelos de negócio já existentes. Por exemplo, podemos pensar em setores nos quais existam ativos subutilizados, sensibilidade à crescente sustentabilidade ambiental ou pressão para participar no processo de criação da experiência? Se a resposta for afirmativa, o setor poderia ser suscetível de ser revolucionado pelas plataformas digitais. Uma forma de perceber o potencial do processo é determinar quais os setores, convencionalmente definidos, que estão a ser afetados por modelos de negócios «puros» e ver o quanto estes são importantes na economia. De acordo com o Credit Suisse, as atividades «puras» de *sharing economy* interagem com setores que, nos países avançados, representam cerca 50% da economia. É pouco provável que o nível de penetração da *sharing economy* chegue a ser tão grande, mas esse número lembra que poucos setores podem ser considerados inexpugnáveis pelos seus efeitos disruptivos e que muitas empresas têm de conceber mudanças no seu modelo de negócio para reconverterem relações de concorrência com o *sharing* noutras formas de cooperação.

A *sharing economy*, em conclusão, é um fenómeno novo, como demonstra a forma esbatida como é definida, mas, além do nome, o que parece emergir é uma nova maneira de fazer negócios. Se hoje um novo Adam Smith fizesse o exercício intelectual ambicioso de conceptualizar o que temos chamado de «economia digital», provavelmente não já usaria o seu famoso exemplo da fábrica de agulhas para esclarecer aspetos fundamentais. Acharmos que seria mais instrutivo explorar algumas plataformas digitais, nas quais, aliás, poderia vender aos seus pares, diretamente, o seu novo livro (ou melhor, *ebook*), que nos atrevemos a dizer que se poderia chamar, por exemplo, «A riqueza (digital) dos indivíduos».

A economia da partilha e o turismo

O surgimento da *sharing economy* reflete-se em muitas áreas económicas, mas está a ter um impacto especial no setor do turismo. Particularmente, muitos dos serviços oferecidos entre pares (*peer-to-peer* ou P2P) através das plataformas de *sharing* são apresentados como uma alternativa aos serviços de turismo profissional para alojamento, lazer e transporte. Dada a escala que muitas destas plataformas alcançaram nos últimos anos, não é surpreendente que parte do ecossistema turístico se tenha alterado. Neste artigo, analisamos o impacto que a economia da partilha está a ter no funcionamento do mercado turístico.

A popularização do *sharing* está a mudar a forma como alguns serviços turísticos são oferecidos e a criar novas formas de turismo (ver a figura em anexo). No entanto, o nível de penetração das diferentes plataformas no mercado do turismo varia de acordo com cada subsector. Especificamente, o impacto é especialmente elevado na fase inicial do ciclo de compras, onde as plataformas que colocam em contacto aqueles que alugam propriedades com potenciais clientes agem *de facto* como centrais de reservas de

Impacto da economia do sharing nas fases do ciclo de compras turístico

Pré-viagem (reserva)	Viagem	Destino	Pós-viagem
Alojamento	Transporte terrestre de passageiros	Atividades desportivas, recreativas e de entretenimento	Plataformas de resenhas
Tradicional	Partilhar despesas de deslocações	Aluguer de equipamentos	Troca de opiniões e recomendações sobre a qualidade dos serviços turísticos
Troca de casas entre dois particulares	Serviços de táxi	Tours e atividades turísticas	
Housesitting (cuidado de uma propriedade enquanto o proprietário está ausente)		Cursos e aulas	
Trabalho em troca de alojamento		Serviços de refeições e bebidas	
Plataformas de revenda de reservas de hotel entre particulares		Atividades gastronómicas	
Plataformas de resenhas		Aluguer de viaturas entre particulares (bicicletas, barcos, carros, etc.)	
Troca de informação entre utilizadores			

Fonte: BPI Research.

entre os particulares não seja um fenómeno recente – sempre existiram trocas alternativas ou não convencionais entre particulares – esta interação costumava ser limitada a amigos e conhecidos. Assim, as plataformas digitais tornaram possível estender estas pequenas trocas à relação entre indivíduos desconhecidos numa escala sem precedentes, ao reduzir os custos de acesso ao mercado por parte dos ofertantes e os custos de transação. Especificamente, as plataformas *peer-to-peer* permitem ao consumidor comparar preços entre diferentes ofertantes, saber mais sobre o bem ou o serviço oferecido, conhecer a opinião de outros utilizadores antes de decidir e, em muitos casos, comunicar diretamente com o fornecedor do bem ou serviço.

Em segundo lugar, as mudanças culturais e económicas ocorridas nos últimos anos levaram o consumidor a estar cada vez mais aberto à partilha de recursos e ao acesso a ativos de forma temporária, em vez de os possuir. Entre estas mudanças, destaca-se o maior interesse pelo elemento social e pela comunidade – o desejo de expandir o círculo social por intermédio de novos elos em comum – bem como a maior preocupação com o meio ambiente.² Da mesma forma, o turismo de hoje em dia coloca geralmente mais ênfase no custo e na relação entre a qualidade e o preço dos serviços que contrata, em parte devido à grande variedade de serviços que tem ao seu dispor. Neste contexto, o setor do turismo é um candidato ideal para a expansão de modelos de negócio associados ao *sharing*, devido à natureza dos serviços oferecidos. Assim, os bens que possuem um

alojamento turístico, complementando a oferta tradicional. Também encontramos plataformas que ajudam os utilizadores a criarem o seu próprio pacote turístico, facilitando a troca de informações (resenhas, comentários, classificações, recomendações, etc.) com outros turistas e residentes locais para planear a viagem. Da mesma forma, nas fases de viagem e destino, os serviços de transporte terrestre de passageiros também alteraram devido ao aparecimento do *sharing*, destacando o aluguer temporário de viaturas entre particulares como outro dos exemplos mais proeminentes no setor do turismo.

Também na fase de destino, que é caracterizada por serviços intensivos em termos de mão-de-obra, especialmente ao nível do contacto com o cliente, popularizaram-se plataformas de *sharing* que oferecem serviços mais personalizados, como experiências gastronómicas nas quais os turistas partilham um jantar com moradores locais e experiências de viagem, como *tours* turísticos organizados por moradores locais que se apresentam como uma alternativa mais «autêntica» aos serviços oferecidos pelos operadores turísticos tradicionais.

Existem vários fatores que explicam esta popularização da *sharing* no setor do turismo. Em primeiro lugar, a digitalização e as novas tecnologias são indispensáveis para compreender o *boom* da economia da partilha.¹ Embora a oferta de atividades turísticas

1. Parlamento Europeu (2017), «Tourism and the sharing economy», Briefing.

2. Botsman, R. e Rogers, R. (2010), «What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption», Nova Iorque: Harper Collins.

custo mais elevado e aqueles que são usados de forma mais casual são os mais propensos a serem «partilhados» com terceiros, por isso não é de surpreender que os serviços de habitação e transporte sejam os mais afetados pelo aparecimento destes novos modelos de consumo.

Em terceiro lugar, porque as expectativas atuais dos turistas mudaram. Especificamente, os consumidores do turismo – especialmente os jovens – estão mais abertos a organizar viagens por sua conta e exigem cada vez mais desfrutar de experiências únicas e personalizadas.³ Este desejo crescente de desfrutar de experiências «autênticas» levou ao surgimento de novos nichos de mercado. Neste contexto, a economia colaborativa ganhou popularidade ao oferecer a possibilidade de contratar este tipo de experiências, mais flexíveis e menos estandardizadas,⁴ como estadias em alojamentos pouco comuns ou experiências gastronómicas partilhadas com residentes locais.

A tudo isto soma-se o facto de que as atividades de *sharing* terem sido desenvolvidas num momento de rápido crescimento do setor do turismo⁵ – o número de turistas internacionais aumentou 38% desde 2010 –⁶ com o qual o aumento deste tipo de atividades tem sido ainda mais visível.

Quais são os seus efeitos no mercado turístico?

Desde um ponto de vista das empresas de turismo (oferta), a chegada do *sharing* está a transformar o contexto no qual se desenvolvem. Com o surgimento destas plataformas digitais P2P, a oferta turística, geralmente composta por empresas tradicionais, aumentou consideravelmente, pois as barreiras à entrada no setor reduziram-se significativamente (é fácil para qualquer particular tornar-se num fornecedor de serviços turísticos). Neste contexto, as empresas estabelecidas no mercado foram pressionadas a responder a estas mudanças para se manterem competitivas. Muitas destas empresas concentraram os seus esforços na tentativa de atender às expectativas do turista, muitas vezes reduzindo preços, melhorando a qualidade dos serviços oferecidos, inovando ou ampliando os serviços oferecidos. Por exemplo, fornecedores tradicionais de alojamentos turísticos introduziram programas de fidelização que oferecem benefícios adicionais aos seus clientes e começaram a oferecer atividades e eventos que tentam «unir» os hóspedes com os moradores locais e a cultura local. No entanto, como muitas das atividades associadas ao *sharing* não estão incluídas na legislação atual, ocorrem situações de concorrência desleal em muitos casos, dado que as empresas já estabelecidas, ao contrário dos novos participantes no mercado, estão sujeitas a um regulamento mais restrito. Por conseguinte, é importante desenvolver um quadro regulamentar que ofereça segurança jurídica e regras de jogo equilibradas para todos os concorrentes (para mais pormenores, ver o artigo «Os desafios da regulação perante a economia da partilha neste mesmo Dossier). Por sua vez, até agora a economia colaborativa teve um impacto nas transações entre pares, onde uma das partes é um consumidor final. Entretanto, a médio prazo, existe um elevado potencial para o surgimento de modelos de negócios associados ao *sharing* nos quais as empresas do setor partilham recursos, a fim de reduzir custos e a melhorar a eficiência com que operam.

Para o consumidor (procura), este aumento e melhoria na oferta de serviços turísticos tem sido muito positivo, dado que lhe confere um maior poder de escolha e decisão.⁷ Hoje em dia, os turistas têm à sua disposição cada vez mais opções de alojamento, lazer e viagens, permitindo-lhes escolher a opção que melhor se adapta ao seu gosto, necessidades e possibilidade de pagar. Além disso, pode facilmente comparar qualidades entre diferentes fornecedores do mundo inteiro e conhecer a opinião de outros turistas antes de decidir sobre um bem ou serviço. Por outro lado, a economia do *sharing* também contribuiu para fomentar uma nova procura no mercado turístico.⁸ Assim, as plataformas P2P pelo facto de oferecerem uma oferta alternativa de serviços turísticos, atraem novos e diferentes perfis de turistas. Alguns destes novos turistas são atraídos pela oferta de experiências locais, enquanto para outros, especialmente os mais jovens, a atratividade baseia-se no preço mais baixo e na acessibilidade digital do serviço. Neste sentido, esta «nova» oferta pode ajudar a criar novos nichos de mercado ou atrair turistas para destinos que não eram populares. No entanto, a fim de garantir um nível adequado de proteção do consumidor e padrões mínimos de qualidade, é necessário que estas atividades estejam legisladas.

Em suma, a chegada do *sharing* e dos novos modelos de negócios associados ao mesmo tiveram efeitos disruptivos na indústria do turismo e mudaram a maneira como os consumidores veem e usam os serviços tradicionais de turismo. A economia da partilha pode contribuir para melhorar a competitividade do setor e complementar a oferta tradicional. No entanto, o rápido crescimento experimentado nos últimos anos representa um desafio regulamentar significativo, uma vez que muitas destas atividades não estão abrangidas pela legislação atual. Adaptar o quadro jurídico para responder a esta nova realidade é, portanto, uma questão pendente.⁹

3. Amadeus Research Study (2013), «Trending with NextGen Travelers».

4. OCDE (2016), «Tourism Trends and Policies 2016», OECD Publishing.

5. Parlamento Europeu (2017).

6. Dados da Organização Mundial do Turismo (UNWTO).

7. Stephany, A. (2015), «The Business of sharing: Making it in the New Sharing Economy», Palgrave Macmillan.

8. OCDE (2016).

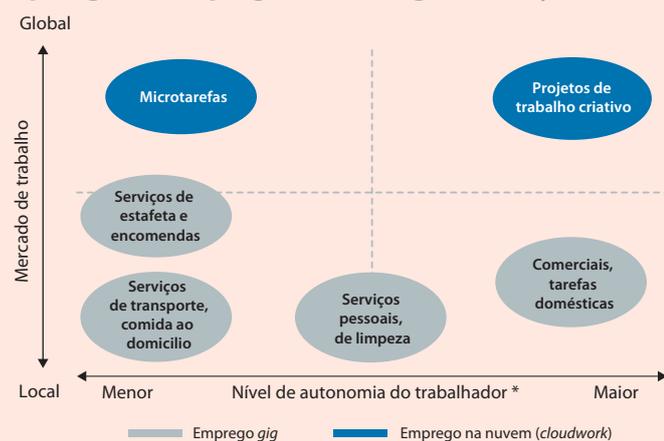
9. Comissão Europeia (2016), «A European agenda for the collaborative economy - supporting analysis», Commission Staff Working Document.

A economia da partilha e o mercado de trabalho

A maior parte dos nossos pais e avós trabalhou a vida inteira na mesma empresa em que começou a sua carreira profissional, uma perspetiva impensável para os jovens de hoje que ingressam no mercado de trabalho. Atualmente, as relações de trabalho não convencionais¹ são cada vez mais comuns e, em parte, estão por trás da elevada taxa de empregados a tempo parcial, com contrato temporário ou por conta própria (19,4%, 12,2% e 13,7%, respetivamente, em 2017 na UE). Além disso, o *boom* da economia colaborativa levou à criação de outro novo tipo de emprego não convencional, o emprego «on-demand». As plataformas digitais favorecem este tipo de emprego, reduzindo os custos de transação e permitindo um *matching* de oferta e procura de emprego em tempo real. Se fizéssemos uma comparação com as relações humanas, o trabalho convencional seria como um casamento, um projeto familiar a longo prazo, e o trabalho na *sharing economy*, uma série de relações através de uma aplicação de encontros.

Especificamente, o denominado emprego «on-demand» pode ser agrupado em duas grandes categorias: emprego *gig* e emprego na nuvem. O emprego *gig* é caracterizado pelo facto de os indivíduos usarem plataformas digitais para encontrar clientes aos quais oferecem serviços, alguns mais intensivos em mão-de-obra (como o serviço de entrega ao domicílio) e outros mais intensivos em termos de capital (como pode ser o caso do aluguer de uma casa). Em contraste, no trabalho na nuvem (*cloud work*) são as empresas que procuram, através da Internet, tarefas ou serviços que precisam de ser executados. Nos mercados de emprego na nuvem, como a Amazon Mechanical Turk, Freelancer ou Upwork, são exigidos serviços muito diversos de programação de computadores, design, tradução, tarefas administrativas ou de contabilidade, etc., muitos dos quais até agora não eram assim tão fáceis de externalizar. Muitas vezes, estes serviços consistem em microtarefas simples que podem ser efetuadas num curto espaço de tempo – como preencher um inquérito – e outras vezes são trabalhos mais complexos, como o desenho integral de um site.

Tipologia do emprego na sharing economy



Nota: * O nível de autonomia do trabalhador é menor quando a plataforma exerce maior controlo sobre os preços e as condições de prestação de serviços, enquanto é maior quando o trabalhador decide de forma mais independente.

Fonte: BPI Research, a partir da Comissão Europeia (2017), «The Social Protection of Workers in the Platform Economy».

Apesar da visibilidade de alguns empregos que foram criados através da *sharing economy* (pense naquelas bicicletas de entrega ao domicílio que existem nalgumas cidades), é difícil estimar com precisão quantas pessoas trabalham no setor. Por enquanto, as estatísticas oficiais, como o inquérito às forças de trabalho (EPA), não incluem detalhes sobre estes empregos,² nem as plataformas digitais fornecem dados detalhados sobre quantos trabalhadores as utilizam. No entanto, existem estudos que os tentam contabilizar através de um algoritmo de *big data*. Harris e Krueger (2015) estimaram que cerca de 0,5% da força de trabalho norte-americana estava empregada na economia colaborativa. De acordo com De Groen e Maselli (2016), o equivalente europeu seria em torno de 0,05% (cerca de 100 mil trabalhadores ativos). Outras estimativas através de inquéritos, dados fiscais ou movimentos bancários apontam para percentagens mais altas, embora com medidas que não são diretamente comparáveis. Assim, cerca de 22% da população dos EUA oferece serviços nalgum momento através de aplicações *online*³ e, na UE, entre 1 e 5%.⁴ O emprego na economia da partilha representa, assim, uma pequena percentagem da força de trabalho, mas está a crescer a grande velocidade.⁵

O emprego na economia colaborativa oferece vantagens claras em termos de flexibilidade. Os indivíduos decidem quando e onde trabalham, o que lhes permite trabalhar até mesmo para pessoas que, de outra forma, não o fariam devido a problemas de mobilidade ou outras restrições. Além disso, o custo reduzido de entrada facilita o acesso ao mercado de trabalho a indivíduos que anteriormente seriam facilmente excluídos do mesmo. Por exemplo, de acordo com a Uber, 25% dos seus motoristas em Paris estavam desempregados antes de começarem a trabalhar, e muitos residiam em *banlieues* desfavorecidas com uma elevada taxa de desemprego. Assim, através da utilização de aplicações de *sharing economy*, obtiveram emprego e rendimentos em tempos de necessidade.

1. De acordo com a Organização Internacional do Trabalho, as seguintes categorias são consideradas como trabalho não convencional: trabalho a tempo parcial, com contrato temporário e trabalho por conta própria.

2. Por agora, o Canadá é o único país que incluiu no EPA perguntas sobre a economia colaborativa, o qual obteve que cerca de 0,5% da força de trabalho em 2016 trabalhou na mesma (Statcan, 2017).

3. Ver Burson-Marsteller, Aspen Institute e TIME (2015), «The collaborative economy survey».

4. Parlamento Europeu (2017), «The Social Protection of Workers in the Platform Economy».

5. Ver Farrell e Creig (2016), «The Online Platform Economy: What is the growth trajectory?», JP Morgan Chase Insights.

No entanto, nem tudo são vantagens: as condições de trabalho do emprego «on-demand» são geralmente piores do que noutros tipos de emprego. Particularmente, o salário médio destes empregos é muito menor do que o salário mínimo e o número de horas semanais trabalhadas é metade do que a do resto dos trabalhadores (ver o segundo gráfico). De facto, para muitos deles, é uma forma de emprego tão complementar e intermitente que, muitas vezes, nem sequer consideram que estão a trabalhar. No que diz respeito aos empregos em simultâneo, o facto de efetuar diversas tarefas em diferentes funções dificulta a especialização e o desenvolvimento da carreira profissional. Além disso, uma maior insegurança no trabalho pode ter custos para a saúde ao nível de ansiedade, stress, etc.

Uma questão que produz controvérsia é o estatuto legal de emprego de indivíduos que têm empregos «on-demand». Atualmente, o trabalho da *sharing economy* é legalmente considerado como o de um trabalhador por conta própria, dado que possui muitos elementos característicos do mesmo. O indivíduo escolhe quando trabalha e quantas horas faz, fornece os meios para realizar o serviço, como uma viatura da qual é proprietário, e cobra apenas por cada serviço efetuado. No entanto, existem alguns elementos do seu trabalho que são mais típicos de um empregado por conta de outrem, particularmente em termos de condições de preços e serviços, muitas vezes determinados pelas aplicações. Além disso, essas empresas usam a reputação *online* por intermédio de *classificações* e desenham algoritmos que afetam a probabilidade de um indivíduo oferecer um serviço e até mesmo de ser excluído da plataforma. Quando o fazem, as plataformas estão a exercer mecanismos de controlo sobre os prestadores de serviços mais próprios de empregados por conta de outrem, que são obrigados a segui-los para prestarem o serviço.

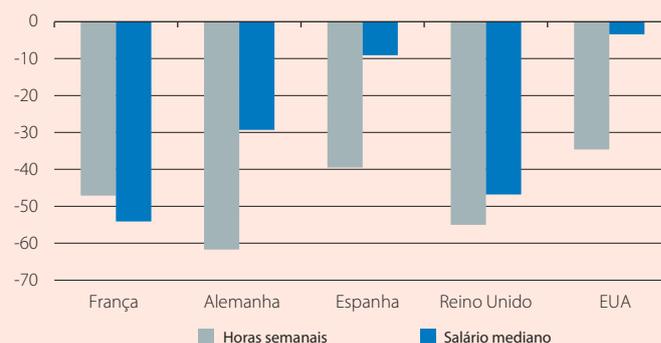
Em relação aos direitos do trabalho, os trabalhadores da *sharing economy* não costumam ter direito à negociação coletiva, ao direito de associação para negociar as condições de prestação de serviços com as plataformas, nem estão cobertos por outros direitos fundamentais dos trabalhadores, como por exemplo a não discriminação. Da mesma forma, a idiossincrasia do trabalho efetuado, com uma infinidade de serviços, clientes, etc., limita a cobertura social e a acumulação de direitos destes trabalhadores.

Todas estas questões levaram a um debate sobre se é necessário um estatuto específico para estes trabalhadores. Vários proponentes, como Harris e Krueger⁶ defenderam um estatuto de «trabalhador independente» que incluiria direitos como a sindicalização, mas não outros, como o salário mínimo ou o seguro de desemprego. De facto, algumas plataformas estão a começar a oferecer seguro de acidentes de trabalho para os seus «trabalhadores» ou o direito de associação. No entanto, alguns países já possuem relações de trabalho para «trabalhadores por conta própria dependentes», uma nova figura criada antes da chegada da *sharing economy*, mas que poderia ajustar-se à mesma.⁷

Apesar do debate permanecer aberto e certamente depender de cada setor e plataforma específica, é importante realçar que muitas características do trabalho na *sharing economy* são semelhantes a outros empregos não convencionais e que podem ser consideradas em conjunto.⁸ Por exemplo, a dificuldade de acumular direitos de prestações sociais em empregos não convencionais fez ganhar apoios para a proposta de vincular direitos aos indivíduos em vez de aos postos de trabalho.⁹ Com isto, os direitos poderiam ser acumulados e transferidos de um emprego para outro, com o qual não se perderiam, enquanto a flexibilidade do mercado de trabalho seria facilitada. Em suma, a necessidade de adaptar a proteção social não se limita apenas ao emprego na economia colaborativa, mas a todos os empregos «não convencionais» que são cada vez mais comuns nas economias do século XXI, nos quais a globalização e as mudanças tecnológicas estão a alterar a forma como produzimos... e trabalhamos.

Comparação do emprego na economia colaborativa e na economia tradicional *

Percentagem



Nota: * Comparação das horas semanais trabalhadas na economia colaborativa em comparação com a média de horas em cada país e com os rendimentos médios na economia colaborativa em relação ao salário mínimo no país.

Fonte: BPI Research, a partir da Comissão Europeia (2017), «The Social Protection of Workers in the Platform Economy».

6. Ver Harris, D. e Krueger, A. B. (2015), «A Proposal for Modernizing Labor Laws for the Twenty-First-Century Work: The "Independent Worker"», The Hamilton Project, DP 2015-10.

7. Em Espanha, o trabalhador por conta própria economicamente dependente (TRADE) é aquele que fatura mais de 75% das suas vendas para um único cliente.

8. Ver De Estefano, V. (2016), «The rise of the "just-in-time workforce": On-demand work, crowdwork and labour protection in the "gig-economy"», ILO.

9. OCDE (2018), «Opportunities for All: OECD Framework for Policy Action on Inclusive Growth».

Os desafios da regulação perante a economia da partilha

O crescimento da economia da partilha oferece aos seus utilizadores a possibilidade de usufruir de vantagens associadas a esta nova forma de fazer negócios, desde melhores preços até uma maior flexibilidade, através de um uso mais eficiente dos ativos subutilizados.¹ No entanto, nem tudo o que brilha é ouro: os modelos de negócios relacionados com a economia colaborativa também apresentam novos e empolgantes desafios ao nível da regulação. Isto não deveria surpreender se considerarmos que a legislação atual ainda não se adaptou totalmente a estes modelos de negócios, que não existiam no momento em que o quadro regulamentar foi elaborado em muitos dos seus aspetos como, por exemplo, normas de proteção do consumidor ou do quadro fiscal.

Neste sentido, o desafio para as administrações é enorme. De facto, o debate já se abriu em torno da possibilidade de criar um quadro regulamentar específico que inclua as novas realidades específicas da *sharing economy*. Neste artigo, classificamos os desafios que os órgãos reguladores enfrentam em três categorias: desafios relacionados com os consumidores, com as empresas e com o quadro competitivo que determina as relações entre consumidores e empresas.

Vamos começar pela regulação da *sharing economy* em todos os aspetos que afetam os consumidores. Para encontrar algumas respostas, pode-nos ajudar o facto de já existirem alguns dados que servem para avaliar como os consumidores entendem a dimensão deste fenómeno. Assim, a Comissão Europeia levou a cabo um inquérito cujos dados revelam que, em 2016, mais de metade dos inquiridos estavam cientes da existência da economia colaborativa, mas apenas 17% tinham utilizado pelo menos uma vez as plataformas digitais que fornecem estas atividades.² Neste mesmo inquérito indivíduos familiarizados com a *sharing economy* foram questionados sobre quais são os aspetos destes novos modelos de negócios que consideravam menos satisfatórios. Dois de cada cinco concordaram que uma das principais desvantagens como consumidores era a falta de conhecimento sobre quem deveria assumir a responsabilidade pelos problemas que poderiam surgir ao efetuar a transação.

Esta resposta exemplifica perfeitamente a existência de algumas lacunas que fazem com que muitos consumidores tenham uma certa sensação de incerteza quando acedem aos bens e serviços fornecidos pela *sharing economy*. Nas transações da economia tradicional, os consumidores são protegidos por diversos direitos oferecidos pelo quadro regulamentar e definem claramente como as transações devem ser efetuadas com as empresas. No entanto, na economia colaborativa, na maior parte dos casos normalmente as responsabilidades de cada uma das partes envolvidas nas transações não estão bem definidas. Portanto, podem surgir situações em que o consumidor não pode reclamar a devolução de um produto, não possui todas as informações sobre as características do bem ou serviço que espera receber ou que o mesmo não cumpre com os requisitos mínimos de segurança e de proteção do produto para a saúde. Este último exemplo pode ser encontrado em plataformas que permitem a partilha de refeições preparadas em casa de particulares, mas os desafios da regulamentação não são nada fáceis: É conveniente que as cozinhas particulares destes apaixonados pela culinária tenham de passar pelos mesmos controlos de higiene que os restaurantes? Não necessariamente, dado que esta regulamentação poderia representar uma barreira de entrada enorme que iria desencorajar a utilização deste tipo de atividades. Neste sentido, um argumento utilizado para evitar o excesso de regulamentação da *sharing economy* é que a mesma pode ser «autorregulada» através de diferentes modelos de reputação e de certificados, através dos quais os utilizadores podem avaliar uns aos outros e, desta forma, garantir requisitos mínimos de qualidade e segurança de uma maneira descentralizada e informal. No entanto, existem limitações a estes métodos, pois nem sempre é possível contrastar a veracidade destas avaliações. Este exemplo mostra a necessidade (e a dificuldade) de definir uma estrutura regulamentar que proteja os consumidores sem desincentivar a inovação e o desenvolvimento destes modelos de negócios.

Vamos agora voltar à regulação da *sharing economy* relacionada com as empresas. Um elemento que deve ser considerado é que as empresas de economia colaborativa operam num ambiente com um quadro regulamentar que não está especificamente concebido para as mesmas. Isto favorece a existência de algumas lacunas regulamentares que podem dificultar o rastreamento por parte das agências tributárias, favorecendo o aumento da economia paralela. Assim, a regulação deveria ser capaz de distinguir corretamente entre as relações nas quais as partes envolvidas na transação não são profissionalizadas e as empresas que utilizam as plataformas, para que estas possam vender os seus produtos ou serviços com uma carga fiscal menor. Nesta linha, as recomendações não vinculativas da Comissão Europeia consideram uma boa prática para os estados-membros estabelecerem limites mínimos, a partir dos quais os fornecedores deixarão de ser considerados não profissionalizados para serem tratados

1. Ver o artigo «A Economia da Partilha: de fenómeno emergente a peça fundamental da revolução digital» neste mesmo Dossier.

2. Ver Comissão Europeia (2016), «European agenda for the collaborative economy - supporting analysis», Commission Staff Working Document.

como empresas em termos de normativa e de tributação fiscal. No entanto, é uma proposta que carece de especificidade, dado que não determina quais são os limites que devem existir, como também as métricas com as quais devem ser medidos estes mesmos limites, que ficam à escolha de cada estado-membro (ou mesmo das autoridades regionais e locais).

Em termos fiscais é necessário promover uma harmonização a nível europeu. Por um lado, é sabido que a falta de coordenação entre os estados-membros da UE torna mais fácil para algumas empresas beneficiarem dos regimes fiscais que lhes são mais favoráveis. Por outro lado, a segmentação regulamentar entre os países dificulta a internacionalização de muitas empresas ligadas à *sharing economy*. A escalabilidade destas plataformas é um fator fundamental para o seu desenvolvimento e a adaptação às idiossincrasias regulamentares de cada estado-membro limita-a, o que faz com que a capitalização e o tamanho das plataformas *online* na Europa sejam menores do que nos EUA.³

Finalmente, no que diz respeito ao quadro competitivo, o surgimento destas novas empresas pode melhorar a situação de vários agentes que participam na *sharing economy*. A sua entrada no mercado aumentou a concorrência em cada setor, beneficiando diretamente o consumidor, que pode escolher entre uma extensa variedade de fornecedores e, frequentemente, desfrutar de preços mais baixos. Da mesma forma, os concorrentes tradicionais também podem beneficiar da entrada destes novos agentes, se forem capazes de incorporar total ou parcialmente a tecnologia disruptiva e, assim, melhorar a sua produtividade, ou alcançar um maior número de consumidores.

No entanto, os novos modelos de negócio apresentam, pelo menos, dois desafios para manter uma estrutura competitiva adequada. A primeira é a falta de concorrência entre as empresas que pode ocorrer nos setores em que as plataformas ligadas à *sharing economy* estão a surgir. A razão subjacente é que estas plataformas estão baseadas na interação entre diferentes utilizadores e produzem o que é conhecido como externalidade da rede: a utilidade de consumir um bem ou serviço,⁴ para que estes mercados acabem por ser dominados por um número relativamente pequeno de empresas. Neste sentido, é imprescindível que o quadro regulamentar considere as idiossincrasias destas atividades e garanta um quadro competitivo saudável, no qual as situações de monopólio sejam evitadas, com o prejuízo para a inovação que estas situações implicariam.

O segundo desafio que surge com o aparecimento de novos modelos de negócios relacionados com a economia colaborativa é definir um quadro competitivo que seja igualmente rigoroso para todas as empresas, a fim de evitar situações de concorrência desleal. Como dissemos, algumas plataformas associadas à *sharing economy* encontraram lacunas no atual quadro regulamentar que permitiram obter certas vantagens competitivas (como menor carga fiscal ou administrativa). O desafio para o regulador consiste em estabelecer uma estrutura flexível e ágil que estimule a inovação e o bom desenvolvimento das atividades da economia colaborativa sem prejudicar a segurança jurídica, o qual é essencial para que todos os agentes estejam em igualdade de condições. É evidentemente uma tarefa complexa: o regulador deve encontrar a maneira de combinar a necessidade de maior flexibilidade, por um lado, com a salvaguarda da segurança jurídica, por outro.

À complexidade de todos os desafios descritos neste artigo, deve ser acrescentada outra característica: a grande agilidade no ritmo de inovação destas plataformas, superior à capacidade de adaptação das autoridades reguladoras. Isso faz com que, até agora, o regulamento tenha andado a reboque das mudanças nos modelos de negócios. Portanto, o novo quadro regulamentar deve ser capaz de conter os problemas referidos anteriormente, ao mesmo tempo que deve tentar ser eficaz perante os desafios futuros que as inovações vão apresentar.

Em suma, a *sharing economy* trouxe muitas oportunidades para consumidores e empresas, mas também provocou incertezas para os consumidores, empresas e para o contexto competitivo da economia. O certo é que veio para ficar e, portanto, as autoridades devem adaptar o regulamento a essa realidade de uma forma justa, rápida e responsável.

3. Ver Petropoulos, G. (2017) «An economic review of the collaborative economy», Bruegel.

4. Como exemplo extremo da externalidade na rede, na altura em que o telefone foi inventado, o consumidor que comprou o primeiro exemplar não pôde tirar partido das vantagens do mesmo. No entanto, à medida que outros consumidores compraram este novo dispositivo, a utilidade do primeiro consumidor aumentou ao ser capaz de telefonar para outras pessoas.

DADOS RELEVANTES

BPI 31 de março de 2018		GRUPO CAIXABANK 31 de março de 2018	
	MILHÕES €		MILHÕES €
Recursos de clientes	32.708	Recursos de clientes	351.420
Crédito à clientela, bruto	22.697	Crédito à clientela, bruto	223.249
Resultado atribuído, acumulado no ano	210	Resultado atribuído ao Grupo, acumulado no ano	704
Resultado atribuído da atividade em Portugal, acumulado no ano	118	Capitalização bolsista	23.150
Cientes (milhões)	1,9	Cientes (milhões)	15,7
Empregados	4.896	Empregados	37.107
Agências	503	Agências	5.318
Terminais de autosserviço	1.350	Agências « <i>retail</i> » em Espanha	4.618
		Terminais de autosserviço em Espanha	9.394
		OBRA SOCIAL DA FUNDAÇÃO BANCÁRIA "la Caixa":	
		Orçamento 2018	MILHÕES €
		Social	307,5
		Investigação e formação de excelência	91,1
		Divulgação, cultura e conhecimento	121,4
		TOTAL ORÇAMENTO	520

ESTUDOS E PUBLICAÇÕES

Todos os estudos e publicações do BPI estão disponíveis em: www.bancobpi.pt

INFORMAÇÃO MENSAL

Análise clara, ordenada e rigorosa da situação económica portuguesa, espanhola, europeia e mundial, bem como da evolução dos mercados financeiros, com artigos especializados das questões chave da atualidade económica e financeira.

Contém também previsões sobre o crescimento do PIB e inflação em países desenvolvidos e emergentes, previsões de taxas de juro, taxas de câmbio e matérias primas.

DAILY REPORT

Comentário sintético ao comportamento dos mercados financeiros internacionais, principais oscilações das taxas de juro, taxas de câmbio, commodities e índices bolsistas.

PULSO ECONÓMICO

Publicação semanal contendo uma análise sucinta aos indicadores económicos e factos relevantes nas principais economias, com destaque para a economia portuguesa, espanhola e europeias. Comentário aos fatores de relevo nos mercados financeiros internacionais, reuniões de bancos centrais nos principais blocos, preços de commodities e mercados de ações.

NOTAS BREVES

Análise pontual de temas económicos relevantes na economia portuguesa (atividade, preços, contas públicas, contas externas, mercado imobiliário, setor bancário), espanhola e europeia; breve comentário aos principais eventos de política monetária (FED e BCE).

FLASH NOTES

Análise pontual de temas económicos relevantes na economia portuguesa (atividade, preços, contas públicas, contas externas, mercado imobiliário, setor bancário) (apenas disponível em inglês).

FICHAS SÍNTESE PAÍSES

Caracterização económica, financeira e política, sintética e clara, dos principais países parceiros comerciais e de investimento das empresas portuguesas. Análise sucinta dos principais aspetos económico e financeiros, e previsões económicas para o triénio.

O *Informação Mensal* é uma publicação elaborada de forma conjunta pelo CaixaBank Research e pelo BPI Research (UEEF), que contém informações e opiniões procedentes de fontes que consideramos fiáveis. Este documento tem um objetivo meramente informativo, pelo que o CaixaBank e o BPI não se responsabilizam, em nenhum caso, pelo uso que possa ser feito do mesmo. As opiniões e as estimativas são do CaixaBank e do BPI e podem sofrer alterações sem notificação prévia.

É permitida a reprodução parcial do *Informação Mensal* sempre que a fonte for citada de forma adequada e uma cópia seja enviada ao editor.

© Banco BPI, S.A., 2018

© CaixaBank, S.A., 2018

Produção: www.marsil.pt

