

MESTRADO EM
ECONOMIA E GESTÃO INTERNACIONAL

**Os efeitos da heterorregulação na
internacionalização das *Born Global*:
o caso das empresas intermediárias na
economia colaborativa**

Carolina Santos Coutinho

M

2019



OS EFEITOS DA HETERORREGULAÇÃO NA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS *BORN GLOBAL*: O CASO DAS EMPRESAS INTERMEDIÁRIAS NA ECONOMIA COLABORATIVA

Carolina Santos Coutinho

Dissertação

Mestrado em Economia e Gestão Internacional

Orientado por

Prof.^a Dra. Mariana Fontes da Costa

2019

Nota biográfica

Carolina Santos Coutinho nasceu no Porto a 30 de novembro de 1996.

Em 2017 licenciou-se em Línguas e Relações Internacionais pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto e, no mesmo ano, ingressou no Mestrado em Economia e Gestão Internacional, na Faculdade de Economia da Universidade do Porto.

Inseriu-se no mercado de trabalho antes de terminar a licenciatura na empresa Douro Azul. Logo após terminar a licenciatura, em agosto de 2017, iniciou um estágio de seis meses na sede da empresa portuguesa Parfois como assistente da Retail Manager de Portugal, Espanha e França.

Atualmente exerce funções na empresa adidas Business Services onde colabora desde abril de 2018 num ambiente multicultural e com um mindset internacional. Desenvolveu funções como assistente de contabilidade, na área de eCommerce dos Estados Unidos durante um ano, e recentemente decidiu abraçar um novo desafio na mesma empresa na área de Recursos Humanos, trabalhando com colaboradores da Alemanha e Holanda.

Agradecimentos

A elaboração de uma dissertação de mestrado é uma viagem recheada de desafios, que não poderia chegar a bom porto sem o apoio e energia de várias pessoas, que se revelaram essenciais para alcançar esta etapa acadêmica.

Em primeiro lugar, gostaria de expressar um profundo agradecimento à minha orientadora de dissertação, Prof.^a Dr.^a Mariana Fontes da Costa, pela motivação, pelo sentido prático em momentos de dúvida e pela sua inteira disponibilidade com que sempre me orientou. Por ter acompanhado o meu trabalho, corrigindo-me sempre que necessário, com a sensibilidade e visão oportunas, bem como por ter sido uma fonte de inspiração em todas as etapas subjacentes ao trabalho realizado, conciliando com o nascimento do seu filho.

Agradeço aos meus amigos pela força e motivação que me foram dando ao longo deste percurso e aos meus colegas de mestrado, cujo apoio e cumplicidade estiveram presentes ao longo destes dois anos.

Ao meu namorado, estou também especialmente grata, pela compreensão, paciência e generosidade que sempre demonstra, pelo equilíbrio entre os momentos de descontração e as revisões das versões preliminares do presente trabalho, contribuindo para chegar ao fim deste percurso.

Por último, um agradecimento especial aos meus pais, pelo amor incondicional que sempre demonstram, como também por me incentivarem e criarem condições para conseguir ser a minha melhor versão todos os dias. Obrigada por me motivarem a atingir os meus objetivos, sempre com uma visão otimista.

Gostaria de demonstrar a minha gratidão a todos aqueles que contribuíram para que este objetivo se tornasse numa realidade.

Muito Obrigada!

Resumo

A presente dissertação centra-se no modelo económico da economia colaborativa, visando abordar os efeitos da heterorregulação no processo de internacionalização das empresas *Born Global* intermediárias neste tipo de economia.

A explanação desta temática possibilita abordar o que cada vez mais é a nova realidade da internacionalização de empresas, devido aos avanços tecnológicos inerentemente associados, que trouxeram novas potencialidades de negócio, com um novo modo de implementação na sociedade. Um exemplo revolucionário é o da afirmação da economia colaborativa, com recurso à intermediação por plataformas eletrónicas detidas por empresas comerciais que promovem o retorno das trocas no segmento *peer-to-peer* (entre pares) e propiciam o desenvolvimento de negócios que ultrapassam fronteiras.

Para além da dificuldade de implementação de regulação desencadeada pela novidade do modelo de negócio, estas empresas apresentam ainda uma complexidade acrescida, que se deve ao facto de operarem desde a sua origem fora de fronteiras estaduais rígidas.

Assim, vamos ao encontro do fenómeno a que temos assistido nos últimos anos: o surgimento de empresas *Born Global*, cujo modelo de negócio convencia o mundo no seu todo como público-alvo desde o seu surgimento.

Este trabalho propõe analisar até que ponto a falta de heterorregulação é um elemento fundamental para as empresas tecnológicas que atuam na economia colaborativa, na decisão de escolha dos mercados nos quais pretendem desenvolver a sua atividade.

Será elaborado um estudo de caso, de modo a procurar respostas à questão de investigação: como é que a implementação de regulação do modelo de negócio afeta o processo de internacionalização de uma *Born Global* de cariz tecnológico intermediária na economia colaborativa, bem como qual o impacto na internacionalização que essas empresas associam à regulação posterior ao início da sua atividade, exemplificando com o caso ilustrativo da Uber.

Palavras-chave: *Born Global*; Internacionalização; Regulação; Economia Colaborativa; Mercados P2P; Uber

Abstract

This dissertation focuses on the economic model of the collaborative economy, mainly on the impact of regulation in the internationalization process of Born Global companies in this type of economy.

The explanation of this theme makes it possible to address what is increasingly the new reality of internationalization, due to the inherent technological advances.

Technological advances have brought new business potential, with a new mode of implementation in society. A revolutionary example is the affirmation of the collaborative economy through the electronic platforms that promote peer-to-peer exchanges, as well as the development of international businesses.

In addition to the difficulty of implementing regulation triggered by the novelty of the business model, these companies also have an added complexity, due to the fact that since its origin they operate outside their borders.

Thus, we are meeting the phenomenon we have witnessed in recent years: the appearance of Born Global companies, whose business model sees the entire world as the target group since its beginning.

This work aims to analyze the extent to which the lack of heterorregulation is an essential element for technology companies operating in the collaborative economy, in the decision of choosing the markets in which they intend to develop their activity.

A case study will be conducted in order to find clues to answer the research question: how the implementation of regulation affects the internationalization process of a technological Born Global in the collaborative economy, as well as to understand the impact on internationalization that these companies associate with the regulation after the beginning of their activity, exemplifying with the illustrative case of Uber.

Keywords: Born Global; Internationalization; Regulation; Collaborative Economy; P2P markets; Uber

Índice

Nota biográfica	i
Agradecimentos	ii
Resumo.....	iii
Abstract	iv
1. Introdução	1
2. Revisão de Literatura	4
2.1. A inovação tecnológica como fonte de criação de novos modelos de negócio: o exemplo da economia colaborativa.....	4
2.1.1. A economia colaborativa.....	4
2.1.2. As empresas intermediárias na economia colaborativa.....	8
2.2. O modelo das <i>Born Global</i> : contraposição com os modelos tradicionais de internacionalização	11
2.3. O impacto da heterorregulação na internacionalização das empresas intermediárias na economia colaborativa.....	16
2.3.1. Da autorregulação à heterorregulação	16
2.3.2. Críticas e vantagens da heterorregulação da atividade das empresas titulares de plataformas eletrônicas.....	20
3. Metodologia	24
4. Estudo de caso.....	28
4.1. A Uber: breve descrição da empresa.....	28
4.2. O processo de internacionalização da Uber	29
4.3. O impacto da regulamentação ao longo do ciclo de vida da Uber.....	31
4.3.1. A prevalência da autorregulação	31
4.3.2. Impacto das decisões judiciais na internacionalização da Uber	36
4.3.3. Impacto da criação de regulamentação específica no processo de internacionalização da Uber.....	43
5. Conclusão	47
Referências.....	52

1. Introdução

Para um modelo de negócio se afirmar num mercado com uma visão cada vez mais globalizada, num mundo cada vez mais competitivo, é importante acompanhar os avanços tecnológicos e tirar o maior partido possível destes.

Os avanços tecnológicos trouxeram novas potencialidades de negócio, com um novo modo de implementação na sociedade. Um dos exemplos recentes mais marcantes será o das potencialidades trazidas pela tecnologia *blockchain*, que constitui um registo digital imutável programado para registar transações, que permitiu, por exemplo, a criação e a utilização de criptomoedas (moedas digitais) (Peters, Panayi e Chapelle, 2015). Um outro exemplo revolucionário é o da afirmação da economia colaborativa, com recurso à intermediação por plataformas eletrónicas detidas por empresas comerciais que promoveram o retorno das trocas no segmento *peer-to-peer* (entre pares) e propiciam o desenvolvimento de negócios que ultrapassam fronteiras. Este modelo económico assenta na partilha de ativos subaproveitados como espaços, competências ou bens com benefícios monetários ou não, e foca-se essencialmente em mercados *peer-to-peer* (P2P), mas também aceita soluções *business-to-peer* (B2P) (Botsman e Rogers, 2011).

Não é possível ignorar que o fenómeno da internacionalização se encontra hoje crescentemente influenciado pela natureza disruptiva dos avanços tecnológicos (Little, 1977), bem como pela inovação que lhes está associada e que permite às empresas suprimir barreiras que tradicionalmente afetariam a promoção além-fronteiras das suas atividades comerciais. Um exemplo desta realidade é ilustrado na afirmação de Knight e Cavusgil (2015: 12): “[m]undialmente, a tecnologia cria assimetrias de informação, a favor dos clientes. As empresas recentes podem adaptar-se a essa mudança, colaborando com os consumidores, não só para desenvolver novos produtos e serviços, mas também para permitir interações comerciais mais eficazes e otimizar a experiência do cliente” (tradução da autora).

Uma das características que traduz a natureza disruptiva dos modelos de negócio criados na base de avanços tecnológicos é frequentemente a inexistência de regulamentação jurídica ajustada aos mesmos no momento do seu surgimento, o que se explica precisamente pela sua novidade.

Centrando a atenção na economia colaborativa, no momento em que surgiram diversas plataformas eletrónicas de intermediação não existia enquadramento jurídico para a atuação das mesmas, precisamente por serem modelos pioneiros, o que tem vindo a desencadear

alguns conflitos sociais. Veja-se o exemplo dos tumultos entre a Uber e os taxistas, responsáveis por uma perturbação sem precedentes no setor dos transportes de passageiros (Cramer e Krueger, 2016), ou a ligação que se estabelece entre o Airbnb e a especulação no mercado imobiliário (Guttentag, 2017), que ilustram as consequências negativas que derivam de problemas de controlo do ponto de vista fiscal, laboral e de segurança do consumidor, inerentes à falta de regulamentação. Nas palavras de Colangelo e Maggolino (2018: 188), “a principal diferença da Uber (e outras plataformas, como o Airbnb) é que envolve uma espécie de liberalização espontânea, já que iniciou as suas operações sem obter necessariamente aprovação regulatória” (tradução da autora).

Para além da dificuldade de implementação de regulação desencadeada pela novidade do modelo de negócio, essas empresas apresentam ainda uma complexidade acrescida, que se deve ao facto de operarem desde a sua origem fora de fronteiras estaduais rígidas.

Assim, é possível ir ao encontro do fenómeno a que se tem assistido nos últimos anos: o surgimento de empresas *Born Global*, cujo modelo de negócio convencionou o mundo no seu todo como público-alvo, como palco de atuação. Este tipo de empresas inicia o seu processo de internacionalização num período de tempo muito próximo da data de criação da empresa, ao contrário dos modelos tradicionais de internacionalização, que normalmente apenas iniciam o seu processo de internacionalização depois de crescerem internamente (Knight e Cavusgil, 2015).

É irrefutável que a literatura sobre empresas *Born Global* é abundante e as mesmas têm atraído muita atenção académica ultimamente devido à sua importância e singularidade amplamente reconhecidas (Altshuler, 2012). Porém, na literatura existente sobre o relevo da regulação na atividade das empresas de plataformas eletrónicas existe um foco na análise dos benefícios e desvantagens da heterorregulação *versus* autorregulação (Katz, 2015; Cohen e Sundararajan, 2015), havendo uma escassez na literatura sobre o impacto que a heterorregulação tem nas decisões de internacionalização destas empresas.

Uma vez que a heterorregulação pode potenciar ou retardar o crescimento das plataformas P2P e ter consequências significativas nas suas decisões de internacionalização, ambiciona-se compreender precisamente o impacto real desta regulação nas empresas inseridas na economia colaborativa, que constituirá no futuro uma fração maior da economia mundial (Petroopoulos, 2017).

O trabalho encontra-se, assim, dividido em quatro capítulos. Neste primeiro capítulo é feita uma introdução ao tema desenvolvido, apresentando as motivações, os objetivos e a

pertinência do trabalho de investigação. O segundo capítulo é dedicado à revisão de literatura, onde são abordados diversos temas relativos às vantagens e desvantagens da implementação de regulação em empresas *Born Global* que pertencem ao setor da economia colaborativa.

No que concerne à metodologia adotada, esta é explanada no capítulo 3 e, de forma a cumprir os objetivos da investigação, a escolha irá centrar-se no método qualitativo com a realização de um estudo de caso, que no capítulo 4 será apresentado.

Por fim, no capítulo 5 apresentar-se-á a conclusão que resultou da presente dissertação.

2. Revisão de Literatura

2.1. A inovação tecnológica como fonte de criação de novos modelos de negócio: o exemplo da economia colaborativa

2.1.1. A economia colaborativa

A necessidade de preservar mais os recursos existentes e a recente crise económica alteraram os padrões de consumo a nível global, levando a população a ponderar melhor as suas despesas e a procurar alternativas que lhes proporcionem benefícios económicos, ou seja, a ideia de comprar ou alugar evoluiu para uma ideia de compartilhar de forma temporária. A Internet é a grande impulsionadora desta mudança, dado que fomentou a criação dos famosos *marketplaces*, plataformas P2P (*peer-to-peer*) que ligam aqueles que querem disponibilizar um bem ou serviço àqueles que o procuram (Bardhi e Eckhardt, 2012; Botsman e Rogers, 2011).

Entre outros modelos de negócio recentes, nasce assim a economia colaborativa, que permite aproveitar recursos e contratar serviços que, de outra forma, não estariam a ser integralmente utilizados (Mapfre Assistance, s/data). Desta forma, podemos afirmar que este novo modelo de negócio é criado a partir de uma inovação tecnológica disruptiva que, segundo Schumpeter (1950: 83), é uma característica essencial do capitalismo, um “vendaval perene de destruição criativa” (tradução da autora).

Não existe consenso quanto ao âmbito exato do conceito de "economia colaborativa", comparativamente às noções de "economia da partilha", "*on demand economy*", "*gig economy*", "economia de acesso" ou "economia *peer-to-peer* (P2P)", muitas vezes utilizados como sinónimos para descrever a mesma realidade, consubstanciada, no sentido mais lato, numa atividade económica em que as plataformas online facilitam as trocas entre pares de diversos tipos de bens e serviços (Aloni, 2016). O que parece inegável é que este modelo tem vindo a ter um efeito económico poderoso em várias indústrias e estruturas de emprego e está aqui para ficar (Miller, 2016). Segundo a PricewaterhouseCoopers (2015), “o conceito pode ser discutível, mas o impacto é enorme” (tradução da autora).

Podemos referir que o conceito de economia colaborativa não é unânime, suscitando-se a dúvida se deve abranger apenas atividades não lucrativas, ou se nele caberão igualmente atividades desenvolvidas com vista à obtenção de benefícios económicos. Os conceitos de

economia colaborativa e economia da partilha estão genericamente associados devido à confusão semântica existente à volta do conceito “partilha” (Belk, 2014).

De acordo com Benkler (2004), a partilha é um comportamento que não envolve uma recompensa como contrapartida. No momento em que existe partilha de algo, não é expectável que esteja inerente uma compensação. Esta noção estrita deixaria de fora do conceito de economia colaborativa as atividades desenvolvidas por empresas como o Airbnb ou a Uber por exemplo, em que o acesso a um recurso é assegurado mediante o pagamento de um valor específico. Não obstante, tais atividades têm sido frequentemente englobadas no conceito de economia colaborativa (Botsman e Rogers, 2011).

De acordo com Belk (2014), este tipo de economia é originada pela coordenação entre pessoas, da aquisição e distribuição de um determinado recurso, em troca de um pagamento ou de outra compensação. Esta definição, por contraposição com a anterior, exclui atividades que não abrangem qualquer tipo de contrapartida, ou seja, atos de partilha, como por exemplo as operações da Couchsurfing, ou até atividades que envolvem a transferência permanente de propriedade.

Bardhi e Eckhardt (2015) ilustram as conceções mais restritas, através deste argumento de que a partilha é uma forma de troca social que ocorre entre conhecidos, sem lucro associado. “Partilhar é uma prática estabelecida e domina aspetos particulares da nossa vida, como dentro da família. (...) Quando a “partilha” é mediada pelo mercado - quando uma empresa é intermediária entre consumidores que não se conhecem – já não se trata de partilha, de todo. Em vez disso, os consumidores pagam para ter acesso a bens ou serviços de outra pessoa por um determinado período de tempo. É uma troca económica em que os consumidores têm mais valor utilitário do que social.” (tradução da autora).

A definição sugerida por Belk (2014) situa a economia colaborativa num meio-termo entre a partilha e a transação de mercado. Esta definição de Belk tem bastantes similaridades com o conceito de consumo baseado no acesso apresentado por Bardhi e Eckhardt (2012), na medida em que ambos se referem a atividades que permitem aos consumidores usufruir de um determinado recurso sem terem a necessidade de o adquirir. A distinção está à volta do conceito de partilha, atividade que a noção de consumo baseada no acesso abrange, mas que a economia colaborativa exclui.

O conceito da economia colaborativa está crescentemente relacionado com plataformas geridas por empresas. Esta noção tem vindo a ser crescentemente alargada, no sentido

de abranger plataformas de intermediação geridas por sociedades comerciais altamente sofisticadas e lucrativas, como é o caso da Uber.

Um exemplo de uma noção ampla de economia colaborativa pode ser encontrado no *European Parliamentary Research Service's Report on Consumer Protection*, uma vez que segundo este relatório, “a economia colaborativa (...) é baseada na partilha de recursos humanos e físicos como criação, produção, distribuição, comércio e consumo de bens e serviços. Pode assumir uma variedade de formas, aproveitando as novas tecnologias e alavancando comunidades ou multidões para alugar, compartilhar, trocar, permutar, negociar ou vender acesso a produtos ou serviços.” (Valant, 2015: 15) (tradução da autora).

Contudo, por exemplo Frenken et al. (2015), adotam uma noção mais redutora de economia colaborativa, ao declararem que consiste na concessão, por uns consumidores aos outros, de acesso temporário a ativos físicos subutilizados, a capacidade ociosa, possivelmente por dinheiro. Note-se, não obstante, que em ambas as noções se admite a dimensão lucrativa da atividade, seja pelos interlocutores diretamente envolvidos, seja pelo titular da plataforma intermediária.

Cao (2016) definiu a economia colaborativa como uma atividade económica organizada que suplanta o modelo tradicional centrado nas empresas e incentiva as transações *peer-to-peer*, ou seja, um sistema de partilha de bens ou serviços subutilizados, diretamente de indivíduos para indivíduos. Veja-se o caso da Uber, que trouxe benefícios para os clientes, fornece emprego a tempo parcial ou integral para os motoristas e ao mesmo tempo influencia os mercados de transporte em todo o mundo (Ciobanu e Androniceanu, 2018).

Segundo Gata (2016: 194), «a “economia da partilha” ou “economia colaborativa” (...) envolve a “partilha” entre agentes económicos de ativos subutilizados, tipicamente mediante uma certa forma de compensação financeira aos seus proprietários, partilha essa mediada por uma plataforma online a que ambas as partes no mercado têm acesso fácil e fiável via computadores pessoais, tablets ou smartphones, que permite o encontro dos dois lados do mercado (fornecedores e utilizadores), potencialmente à escala mundial.».

Existe um forte debate relativamente à adequação do termo “economia da partilha” (no original «sharing economy»), argumentando alguns autores que a palavra “partilha” serve, neste contexto, para mascarar a natureza essencialmente comercial da atividade das plataformas tecnológicas de intermediação. É argumentado também que o termo enquadra as transações ativadas pela tecnologia como se fossem esforços altruístas ou comunitários e criam

um conjunto de marcas positivas para evitar a discussão de que estruturas reguladoras precisavam de ser modernizadas para lidar com essas plataformas (Gata, 2016).

Segundo um relatório da *Federal Trade Commission* (2016), a utilização do termo “economia da partilha” refere-se a plataformas *peer-to-peer* e à respetiva atividade comercial. A partir deste relatório de junho de 2016, é possível observar também que embora os termos “partilha” e “colaboração” remetam tradicionalmente para serviços fornecidos gratuitamente, atualmente os fornecedores destes serviços qualificados como “economia colaborativa” simplesmente tiram partido dos seus ativos para ganhar dinheiro.

Nas palavras de Petropoulos (2017), uma única definição está fora do alcance. No entanto, um elemento comum é a utilização de ativos subutilizados para a obtenção de benefícios económicos.

Os mercados P2P (entre pares) e a economia colaborativa são temas que se tornaram mais populares devido ao elevado número de pessoas que têm aderido a este tipo de plataformas. Segundo os dados de um estudo baseado nas estimativas da consultora PricewaterhouseCoopers (PwC) para a Comissão Europeia, até 2025 a economia colaborativa ou economia da partilha pode multiplicar as receitas por 20, atingindo os 83 mil milhões de euros, em toda a Europa (Pinto, 2018).

As plataformas das empresas intermediárias na economia colaborativa utilizam a Internet para dar resposta às pessoas que desejam partilhar ativos e serviços. Por exemplo, em vez de comprar uma ferramenta elétrica que só é necessária durante cerca de 15 minutos, é possível alugar a outra pessoa um objeto que está subutilizado.

Uma plataforma de economia colaborativa potencia a identificação de quem está disposto a oferecer o bem ou serviço e respetivamente a iniciar a transação associada. Se o consumidor tiver uma preferência por um recurso com características técnicas particulares, será benéfico que seja direcionado ao fornecedor que oferece esse produto específico. As plataformas podem fornecer essas recomendações e, portanto, facilitam transações eficientes por meio de algoritmos de correspondência. Assim, os utilizadores podem maximizar o valor gerado dos ativos subutilizados, contribuindo para a melhor alocação de recursos (Petropoulos, 2017).

A conveniência do acesso e o sentido de comunidade são fatores na promoção da adoção da economia colaborativa, segundo a PricewaterhouseCoopers (2015).

De facto, todos os lados da transação de uma plataforma no seio da economia colaborativa têm uma motivação. As plataformas assumem-se como facilitadores e ganham com

o crescente número de transações, pois recebem uma fatia de cada transação; os consumidores usufruem dos bens e serviços e os fornecedores desfrutam de uma fonte adicional ou principal de rendimento.

De acordo com a PricewaterhouseCoopers (2015), este tipo de economia permite essencialmente o ganho de dinheiro a partir de ativos subutilizados. Desta forma, ativos físicos são partilhados como serviços. Por exemplo, um proprietário de um carro pode permitir que alguém o alugue enquanto não está a ser utilizado, ou o dono de uma fração autónoma pode arrendá-la enquanto estiver de férias.

De tudo o acima mencionado, poder-se-á concluir que, na atualidade, o conceito de economia colaborativa não se encontra restringido a atividades desinteressadas de pendor social, abrangendo igualmente atividades com uma forte dimensão lucrativa, seja da parte do fornecedor dos bens ou serviços, seja, para o que nos importa no contexto desta dissertação, da parte das empresas titulares das plataformas de intermediação.

2.1.2. As empresas intermediárias na economia colaborativa

Recentemente, cada vez mais consumidores preferem pagar para usar ou usufruir de algo de forma temporária ou compartilhada, em vez de se tornarem proprietários. Segundo Bardhi e Eckhardt (2012: 881-883), “[e]m vez de comprar e possuir coisas, os consumidores preferem ter acesso a bens ou serviços e pagar pela experiência em si, a nível temporário. (...) Enquanto antigamente o acesso era visto como um modo de consumo de nível inferior, o mercado fomentou uma mudança na política sociocultural do consumo” (tradução da autora).

«Os consumidores atualmente alugam, compartilham e reciclam produtos mais do que nunca. Como um autor *millenial* de um blog recentemente referiu: “[e]u alugo praticamente tudo na minha vida: o que eu visto, o que eu vejo, o que ouço, ou o que eu escolho comer. Eu ouço a minha música através do Spotify, escolho o meu entretenimento através da Netflix e o meu transporte pela Uber”.» (Whiteside, 2015).

O consumo baseado no acesso consiste numa transação que possibilita a utilização temporária de um determinado recurso, sem que isso signifique a transferência dos respetivos direitos de propriedade (Bardhi e Eckhardt, 2012). Segundo Botsman e Rogers (2011), este tipo de consumo permite reduzir o desperdício e dar uma utilização mais eficiente aos recursos existentes.

A Zipcar, a BlaBlaCar e a Uber são exemplos de negócios que têm em comum o facto

de se distinguírem dos modelos tradicionais devido à forte componente tecnológica em que se baseiam (Bardhi e Eckhardt, 2012).

A Zipcar, por exemplo, diferencia-se das empresas tradicionais de aluguer de automóveis e traduz-se num modelo menos burocrático do que o tradicional, potenciado pelas novas tecnologias, que permitem uma rápida localização e adesão ao serviço, uma vez que através da aplicação móvel possibilita procurar e reservar o veículo mais próximo.

Nos casos da BlaBlaCar e da Uber o papel da tecnologia é igualmente essencial, dado que facilitam, através de plataformas eletrónicas, o encontro das pessoas que se querem deslocar com as que estão disponíveis para realizar esse serviço.

Este tipo de plataformas denominam-se por P2P (*peer-to-peer*), pois permitem o encontro entre a procura e a oferta, tendencialmente entre duas pessoas singulares. Na prática, a plataforma funciona como um mercado cujo propósito é facilitar esse encontro e, geralmente, o pagamento é realizado por intermediação da própria plataforma, que cobra uma pequena comissão (*«fee»*) a uma das partes como compensação pelo papel desempenhado (Sundararajan, 2014).

A economia colaborativa está intimamente relacionada com a digitalização e a mudança desencadeada pela Internet traduziu-se não só numa mudança qualitativa, como também quantitativa: a quantidade de trocas comerciais entre pares passou de um tamanho trivial para substancial e, à medida que este tipo de plataformas proliferam, novos conceitos continuam a ser desenvolvidos por empresários ansiosos para lançar o próximo Airbnb ou Uber. Em termos económicos, há uma expectativa de que o desenvolvimento da economia colaborativa possa vir a beneficiar a sociedade em geral (Munkøe, 2017).

Podemos identificar inúmeros modelos recentes de negócios transfronteiriços, desregulamentados no momento do seu surgimento, assentes em plataformas eletrónicas de intermediação na economia colaborativa. Exemplos de empresas que detêm plataformas eletrónicas que promovem este tipo de economia são a Uber, o Airbnb, a LiquidSpace, a Glovo ou a Cabify, entre outras.

Veja-se o caso da Uber, que presta serviços na área do transporte privado urbano, através de uma *app* que permite procurar por motoristas utilizando a localização em tempo real do utilizador, ou o Airbnb, que dispõe um serviço através do qual qualquer pessoa pode arrendar um espaço para alojamento turístico (Guttentag, 2017). Podemos falar ainda na empresa LiquidSpace, que estabelece uma ligação entre empresas com áreas de escritório inuti-

lizadas e pessoas que procuram espaço para desenvolverem a sua atividade, como por exemplo freelancers que precisam de encontrar locais de trabalho temporariamente adequados às suas necessidades.

Segundo Munkøe (2017), no seio da economia colaborativa os custos de transação foram reduzidos massivamente, uma vez que a Internet permite que a informação seja trocada virtualmente de forma instantânea, sem um custo específico associado. Por exemplo, a procura por um apartamento no Airbnb pode ser realizada de uma forma bastante simples, pois os potenciais clientes podem navegar facilmente pela variedade de ofertas sem um custo substancial. Os anúncios de quartos ou apartamentos para arrendar de forma tradicional já são banais pois existem há bastante tempo, porém o mercado de arrendamento de curto prazo era praticamente inexistente antes da existência destas plataformas.

De acordo com o autor dinamarquês referido anteriormente, a intermediação de uma plataforma, que se apresenta como uma terceira parte mais neutra, ajuda a mitigar os riscos e a incerteza quanto às transações económicas com estranhos, porquanto a plataforma cria a confiança necessária para que os serviços de economia colaborativa funcionem.

Segundo Stemler (2016), as empresas *peer-to-peer* não precisam de um conjunto tão vasto e rigoroso de regras e regulamentação para criar confiança, porque criam e utilizam a denominada "confiança moderna", que é construída a partir de um sistema de feedback de avaliações e críticas, utilizado pela primeira vez efetivamente pelo eBay. O Airbnb, por exemplo, possibilita o encontro entre proprietários que têm casas ou quartos disponíveis e hóspedes que procuram alojamento de curta duração, porquanto atua como um intermediário e garante que o dinheiro não é transferido antes de o inquilino temporário ter a oportunidade de verificar se o alojamento corresponde às expectativas, como também oferece uma garantia aos senhorios, caso algo fique degradado enquanto estiver sob custódia dos hóspedes. Os intermediários deste tipo de economia providenciam sistemas de classificação para ajudar potenciais interessados a evitar algum utilizador com um histórico de má conduta e aumentam inerentemente a segurança neste tipo de consumo (Munkøe, 2017).

Owyang (2013) argumenta que os fatores impulsionadores da economia colaborativa são de índole social como o aumento da densidade populacional, o estímulo para a sustentabilidade e o sentido de comunidade, de índole económica com a procura pela eficiência de recursos e, por último, de índole tecnológica, pois a tecnologia tem um peso preponderante com a utilização de aplicações móveis, plataformas digitais e novos sistemas de pagamento, que simplificam amplamente a prestação deste tipo de serviços.

2.2. O modelo das *Born Global*: contraposição com os modelos tradicionais de internacionalização

As teorias da internacionalização surgiram para elucidar as razões que fazem com que uma empresa pretenda desenvolver negócios a nível transfronteiriço e os processos decisórios e comportamentais associados a esse propósito (Dima, 2010).

Remontando à teoria clássica do comércio internacional, os modelos concebidos por Adam Smith (1776) e David Ricardo (1817) centravam-se nas características dos países e não das empresas, propugnando que cada país deveria especializar-se apenas na produção do produto sobre o qual tinha uma maior vantagem competitiva.

Na década de 1950, o paradigma eclético (OLI) expôs uma teoria com várias dimensões (Dunning, 2001), argumentando que a localização do IDE é explicada através da análise de três fatores: as fontes de vantagem competitiva da empresa, relacionadas com a propriedade estratégica de recursos – *Ownership*; em seguida, as vantagens competitivas que a empresa possui pela sua localização – *Location*, e por último, as vantagens de internacionalização, relacionadas com o facto das empresas preferirem o IDE em vez de outros modos de entrada – *Internationalization* (Ribau, Moreira e Raposo, 2015).

A teoria do ciclo de vida do produto, exposta por Vernon em 1966, realça a importância da inovação do produto e defende que a conjuntura espaço-temporal para proceder a um investimento em inovação de um produto é influenciada pela evolução das vantagens competitivas relativamente a custos, o que permite perceber a razão da mudança de localização de algumas empresas (Dima, 2010).

A teoria da vantagem competitiva, explanada por Porter (1990), alargou o conceito das vantagens competitivas ao incluir as diferenças tecnológicas e outros fatores, como a qualidade. A unidade de análise desta teoria é a indústria e sugere que uma nação é competitiva em setores específicos e, conseqüentemente, a competitividade de cada país está diretamente correlacionada com a forma como as empresas de setores inter-relacionados («*clusters*») se organizam globalmente.

As teorias acima descritas são teorias de natureza económica e foram-lhes apontadas algumas limitações, tais como o facto de terem um carácter estático, ou estarem mais concentradas nas atividades de manufatura ou produção do que em serviços.

Em resposta a estas falhas, nos anos 70, a abordagem ao processo de internacionalização passou a ter por base uma índole comportamental. É neste contexto que se afirma a escola nórdica, consolidada no modelo de Uppsala. Este modelo foi primeiramente exposto

na Suécia por Johanson e Vahlne (1977) e consiste numa das principais bases teóricas sobre a internacionalização de empresas, ao assumir que num processo de internacionalização é fundamental a aquisição de conhecimento de forma incremental. Esta escola focou-se substancialmente na teoria comportamentalista e defende um modelo focado no desenvolvimento gradual da internacionalização.

O modelo de Uppsala defende que o processo de internacionalização da empresa é incremental e evolutivo (Forsgren, 2002) e argumenta também que a empresa entra no mercado externo de acordo com o seu nível de conhecimento acerca do país estrangeiro (Johanson e Vahlne, 2009), ou seja, a empresa aperfeiçoa o conhecimento sobre os mercados e posteriormente ajusta as suas capacidades para sair do mercado doméstico (Ribau, Moreira, e Raposo, 2015).

O modelo de Uppsala tem sido atualizado ao longo do tempo pelos mesmos autores (Coudounaris, 2018). Contudo, mantendo as características essenciais de desenvolvimento gradual da internacionalização, de aquisição de conhecimento dos novos mercados, associado à experiência obtida ao longo do tempo. Assim, o processo é gradual para integrar os novos conhecimentos e experiências (Gulanowski et al., 2018).

É importante distinguir também o fenómeno das empresas *Born Global* de abordagens como teoria das redes industriais, que consiste numa abordagem na área de marketing de bens industriais (Håkansson e Johanson, 1984), e realça o mercado como entidade onde é possível reconhecer diversos atores que interagem (Axelsson, 1992).

A teoria das redes da empresa é uma extensão do modelo de Uppsala e tem como objetivo analisar os sistemas industriais, apoiando-se na premissa de que a capacidade de criar relações com outras empresas impulsiona a internacionalização (Paul et al., 2017), uma vez que permite aumentar o conhecimento. Desta forma, a unidade de análise são as relações entre os diferentes atores que constituem a rede de relações que possibilita a diminuição do risco, conhecido pelo conceito de *networking* da empresa, ou seja, o processo de internacionalização que resulta de relações que a empresa consegue estabelecer (Håkansson e Johanson, 1992), com todos os *stakeholders*: clientes, fornecedores, reguladores ou instituições públicas (Paul et al., 2017).

Sucedo, assim, que as empresas têm aumentado gradualmente a sua abertura a novos mercados, uma vez que as fronteiras entre países vão perdendo a importância que outrora tinham e, atualmente, os empreendedores não fazem distinção das oportunidades de negócio de acordo com a distância geográfica.

A comunidade académica reconheceu que o comportamento exportador de muitas empresas contrariava o descrito na literatura, ou seja, o processo de internacionalização por vezes não demonstrava ser incremental (Madsen e Servais, 1997) e que, pelo contrário, as empresas iniciavam atividades com uma forte orientação internacional desde a sua fundação (Knight e Cavusgil, 2015).

Desta forma, podemos comprovar que um processo de internacionalização não constitui necessariamente um caminho linear ou um processo incremental (Bell, McNaughton e Young, 2001). Esta afirmação é ilustrada pelo modelo de internacionalização das empresas designadas por *Born Global*, que se distinguem pelo seu carácter internacional desde a sua conceção, ou posteriormente num curto intervalo de tempo, visando atingir nichos de mercado altamente especializados, prevalentes em empresas de pequena ou média dimensão, sendo baseadas em tecnologia e tendendo a difundir-se em economias abertas (Knight e Cavusgil, 2015).

“As empresas *Born Global* representam uma tendência otimista e contemporânea para negócios internacionais em que qualquer empresa, de qualquer tamanho, base de experiência ou recursos pode participar ativamente no comércio internacional” (Knight e Cavusgil, 2015: 12) (tradução da autora).

De facto, existem empresas que contestam a teoria do crescimento progressivo e incremental (Madsen e Servais, 1997) e as *Born Global* ilustram esses casos.

Knight e Cavusgil (2015) apontam o ano de 1993 como a altura em que foi identificado o fenómeno das empresas *Born Global*, num estudo conduzido na Austrália pela consultora McKinsey (Rennie, 1993). Nesse estudo, o termo *Born Global* foi associado a um grupo de empresas australianas que iniciaram a exportação nos primeiros anos de existência e dependiam essencialmente do mercado externo. Ao longo da década de 90 constatou-se que se estava diante de um novo modelo de estrutura empresarial.

Em termos académicos, este conceito começou a ter notoriedade a partir da investigação de McDougall et al. (1994), onde foram analisados vários estudos de caso que desafiavam as teorias tradicionais de negócio internacional, incluindo o modelo de Uppsala.

A importância deste tema tem aumentado em termos de investigação no campo da internacionalização, bem como do empreendedorismo (McDougall e Oviatt, 2000).

As *Born Global* são empresas que iniciam o seu processo de internacionalização até três anos após a fundação e possuem, pelo menos, 25% das vendas provenientes de mercados externos (Nemkova, 2017).

Knight e Cavusgil (2004) acrescentam que este tipo de empresas são normalmente fundadas por empreendedores com forte orientação para o mercado internacional, com uma cultura empreendedora, orientada pela área de marketing internacional, que fazem com que a empresa se posicione nos mercados internacionais. Têm também valência tecnológica, uma vez que a maioria das *Born Global* são empresas tecnológicas que, geralmente, detêm a liderança tecnológica da indústria (Paul e Gupta, 2014).

A internacionalização precoce tem origem na liderança empreendedora, ou seja, é originada por *drivers* endógenos (Zucchella, et al., 2007).

Estas empresas materializam a internacionalização rápida e precoce e, de acordo com Knight e Cavusgil (2015), o crescente papel de nichos de mercado, a procura mais acentuada por produtos especializados, os avanços tecnológicos que promovem a evolução da logística internacional bem como o acesso à informação, a vantagem em termos de tempo de resposta, como também as tendências globais propiciam a existência destas empresas, que não se enquadram nos modelos tradicionais de internacionalização, como aquele a que se refere o modelo de Uppsala (Johanson e Vahlne, 1977) baseado em estágios.

Não obstante estas diferenças, existem pontos em comum entre o modelo de Uppsala e o modelo das *Born Global*, como a importância da experiência (Rasmussen e Madsen, 2002).

O conhecimento que deriva da experiência em muitos casos revela-se indispensável para uma maior capacidade de adaptação. As empresas *Born Global* localizadas em setores intensivos em conhecimento necessitam do estabelecimento de parcerias a nível de I&D. As relações entre todos os *stakeholders* potenciam a aprendizagem, que se torna essencial para a sua sustentabilidade. No panorama económico atual são escassas as empresas que procedem a um planeamento da sua atividade apenas no seu mercado doméstico, uma vez que terão uma propensão maior para perder competitividade e, em países como por exemplo Portugal, com um peso relativo mais reduzido na economia mundial, o acompanhamento das tendências internacionais torna-se fulcral (Moreira, 2004).

Liu e Fu (2011) defendem que o contexto ideal para dar origem a uma *Born Global* é uma alteração do paradigma industrial com vista à internacionalização. A decisão de internacionalizar depende da dimensão do mercado doméstico, da capacidade produtiva, como também de fatores relacionados com a conjuntura cultural, política e ambiental.

Bell, McNaughton e Young (2001) abordam também um fenómeno que é uma espécie de extensão das *Born Global* designado por *Born-Again Global Firms*, que são empresas mais

amadurecidas, estabelecidas no mercado interno, que decidem iniciar um processo de internacionalização de forma rápida e com um investimento substancial de recursos. Este comportamento é semelhante ao das *Born Global*, uma vez que se desenvolve igualmente através da internacionalização rápida, mas trata-se de uma empresa já existente no mercado.

Segundo Altshuler (2012), um grande número de estudos foi realizado inicialmente para formular um conceito para o fenómeno das *Born Global* e discutir se essas empresas seguiam os processos descritos pelas teorias tradicionais de internacionalização. A literatura divide-se nesta questão: alguns autores afirmam que essas teorias não descrevem os processos de rápida internacionalização das *Born Global* (McDougall et al., 1994), enquanto que outros argumentam que este tipo de empresas segue os mesmos passos, só que de uma forma substancialmente rápida, passam alguns deles, ou procedem de ordem inversa (Coviello e Munro, 1997).

As *Born Global* são empresas que agem como exploradoras ao terem o poder de identificar oportunidades de negócio a uma escala global, ao contrário de apenas aumentarem o empenho apenas no mercado já desenvolvido (McDougall e Oviatt, 2000).

Dentro das definições do conceito de *Born Global*, é possível verificar uma multiplicidade notória. Existem fatores determinantes na definição do conceito, tais como: limites temporais, intensidade exportadora, distância geográfica ou psicológica. Contudo, podemos considerar que existem particularidades inerentes a cada *Born Global*, tais como a essência empreendedora, a capacidade estratégica e de aprendizagem que demonstram ser características fundamentais nas empresas recentes que suportam a probabilidade limitada de desempenho ou até de sobrevivência. Segundo Buederal et al. (1992), seja qual for a motivação de crescimento de uma empresa recente, o crescimento inicial é um indicador vital da sua sobrevivência.

2.3. O impacto da heterorregulação na internacionalização das empresas intermediárias na economia colaborativa

2.3.1. Da autorregulação à heterorregulação

Segundo Pérez (2017), em face de empresas intermediárias na economia colaborativa, os Estados têm duas alternativas: a proibição absoluta ou a regulamentação. A primeira experiência foi vivida em Espanha, quando o Tribunal Comercial nº 2 de Madrid ordenou a suspensão preventiva dos serviços da Uber no dia 9 de dezembro de 2015, o que não surtiu o efeito pretendido, uma vez que no dia 26 do mesmo mês e ano, o tribunal viu-se forçado a ordenar que as operadoras e as redes de pagamento que trabalhavam com a empresa cessassem os seus serviços. Porém, em março de 2016, a UberX voltou a operar em Madrid, tendo-se esta situação mantido até ao Tribunal de Justiça da União Europeia resolver esta disputa legal, em dezembro de 2017.

No caso de Portugal, a opção foi distinta, tendo-se seguido a via da regulamentação, perante um conjunto de vozes que alertaram para os perigos de uma proibição não regulamentada (Pérez, 2017). O caminho da regulamentação vai ao encontro das palavras de Cooter (2013:2), segundo as quais “a lei liberta pela sua presença, não pela sua ausência” (tradução da autora).

Dentro do mundo da regulamentação, é possível distinguir a autorregulação e a heterorregulação.

A autorregulação - regulação da autoria das partes - da atividade desenvolvida pelas empresas intermediárias na economia colaborativa é, regra geral, unilateralmente definida pelas próprias empresas e tende a ser o mais uniforme possível para todos os mercados onde as mesmas atuam, enquanto que a heterorregulação é definida pelas autoridades oficiais de cada Estado, variando de acordo com as opções legislativas desse Estado e acarretando diferentes graus de exigência burocrática, diferentes limitações de atuação e, consequentemente, diferentes custos.

O impacto diferente da autorregulação e da heterorregulação nas decisões comerciais das empresas intermediárias na economia colaborativa é particularmente vincado no exemplo da Uber, que deixou de desenvolver a sua atividade em vários mercados nos quais atuava inicialmente, por força da regulamentação governamental da sua atividade nesses países. Analisando o recente regime jurídico português, escreve Carvalho (2018: 1222), que em Portugal

“a Lei 45/2018 veio legitimar a atividade de plataformas digitais como a Uber ou a Cabify, aprovando o regime jurídico da atividade de TVDE (...) autonomizada em relação à atividade de transporte em táxi. A lei parece ter sido moldada à medida dos interesses das empresas que gerem estas plataformas, copiando em vários pontos os procedimentos por estas adotados. O principal problema do regime está relacionado com a qualificação da atividade dos operadores de plataforma digital como de mera intermediação, aspeto em que contraria o direito europeu.”.

De acordo com Costa (2018), este fenómeno social e económico recente, geralmente identificado como “economia colaborativa”, coloca desafios particulares aos tradicionais enquadramentos jurídicos que governam a troca de bens e serviços, à medida que transfere o foco das relações entre empresas e consumidores para o setor *peer-to-peer*.

A economia colaborativa tem enfrentado uma infinidade de desafios regulatórios e legais, o que poderia destruir este mercado frágil e emergente (Krauss, 2014).

O crescimento da economia colaborativa nos últimos anos é um excelente exemplo de como organizações dos setores público e privado se podem unir para criar valor. Os consumidores podem beneficiar quando empresas empreendedoras lançam com sucesso inovações no mercado. No entanto, muitas vezes a inovação enfrenta uma oposição feroz, porque afeta os negócios estabelecidos e pode exigir um novo marco regulatório para se expandir com todo o potencial.

Os legisladores, portanto, devem atingir o equilíbrio certo para acompanhar a entrada de empresas empreendedoras, compreendendo a sua inovação e tecnologia, e, ao mesmo tempo, proteger os interesses das empresas estabelecidas na implementação de novos modelos de negócio. Desta forma, considera-se importante salientar que a competição política é um ingrediente importante, que permite às organizações públicas e privadas criarem valor juntas. Considera-se essa noção num cenário em que a criação de valor ocorre numa interação de três frentes: entre o governo da cidade, a indústria tradicional e a nova empresa, na qual a organização pública é uma parte crítica no equilíbrio de interesses (Paik et al, 2019).

De facto, a taxa de sobrevivência de novas empresas por vezes é baixa devido a fatores contextuais (Yu e Hang, 2010), como a regulamentação, que molda as “regras do jogo” da competição do mercado (North, 1991).

Usando como exemplo a indústria tradicional de táxis, esta opera com base num oligopólio regulamentado através da emissão de licenças e está sujeita a um conjunto complexo de regulamentações. Desta forma, a Uber, como qualquer outra indústria inovadora que se

estabelece no mercado, levanta questões jurídicas importantes e a sua entrada no mercado como concorrente aos serviços de táxi tem desafiado o seu *status quo* a todos os níveis (Schneider, 2015).

A entrada de plataformas como a Uber no mercado obviamente representou uma ameaça competitiva direta para a indústria tradicional de táxis. De facto, muitas empresas de táxis sofreram declínios de lucro e algumas até saíram do mercado (Corrigan, 2016). O negócio de táxis tem sido historicamente regulado pelo governo local, o que torna cada cidade um mercado geograficamente e legalmente segregado (Kitch, Isaacson e Kasper, 1971).

De uma perspetiva regulatória, a Uber não se trata apenas de um serviço que compreende um carro e um condutor, mas sim uma rede que conecta um condutor disposto a prestar um serviço a um utilizador que pretender ter uma “boleia” por um valor previamente descrito (Schneider, 2015).

É relevante refletir sobre a capacidade que a Uber tem em interligar-se com o conceito de alternativa de transporte através de uma rede reconhecida de utilizadores de aplicações móveis sofisticadas, chamando diretamente os motoristas disponíveis para boleias (Schneider, 2015).

A Uber apresenta-se como uma mera intermediária no contrato celebrado entre o utilizador e o fornecedor do serviço, e esta conceção “encontra-se de facto em linha com o que se verifica em relação à maioria das empresas que integram a economia colaborativa, em que a plataforma se apresenta como um mero intermediário ou ponto de ligação entre a oferta e a procura de determinado produto ou serviço, não sendo parte no contrato de compra e venda ou de prestação de serviços e não assumindo qualquer responsabilidade pelo incumprimento, em sentido amplo, de tal contrato.” (Carvalho, 2017: 224).

Não obstante, Carvalho (2017) argumenta que “no modelo de negócio da Uber apresentado pela própria, estaríamos perante três contratos. O primeiro seria entre o motorista e a Uber, com as obrigações estabelecidas de ambos, quanto à disponibilidade do motorista, deveres de conduta e comissões pagas pelo motorista à Uber. Em segundo lugar, é celebrado um contrato entre o utilizador e a Uber ao solicitar um carro através da aplicação. (...) A dúvida coloca-se no que respeita ao terceiro contrato. A Uber considera que é celebrado um contrato diretamente entre o motorista e o passageiro.”.

Uma vez que “o utilizador acede à aplicação, introduz o seu destino e solicita que um carro o venha buscar”, “a interação no momento da contratação é unicamente entre o passageiro e a Uber, não tendo o motorista qualquer intervenção.” (Carvalho, 2017: 225). Desta

forma, podemos assumir que a Uber não é somente intermediária, celebrando o contrato de transporte com o passageiro (Carvalho, 2017).

Neste tipo de modelos de negócio, o Estado muitas vezes apenas desencadeia o processo de regulamentação *a posteriori*, quando a empresa já se encontra enraizada no mercado e, portanto, já incorreu nos custos iniciais associados a esse enraizamento.

Em termos gerais, pode haver essencialmente duas formas de heterorregulação para um novo modelo de negócios: estendendo as regras existentes ao novo sistema emergente, ou usando o segundo para alterar e inovar o primeiro (Colangelo e Maggolino, 2018).

Segundo a Comissão Europeia (2016), estes novos modelos de negócio poderão dar um contributo substancial para o emprego na União Europeia, se forem desenvolvidos de forma responsável, ou seja, a economia colaborativa não deve ser uma economia paralela, uma vez que são necessárias regras para garantir que os impostos são pagos, que a defesa do consumidor é mantida e que as condições de emprego são justas.

A falta de consenso quanto à definição do conceito de economia colaborativa tem gerado uma certa controvérsia quanto à diferenciação na forma de regulamentar empresas inseridas neste tipo de economia, quando comparadas às empresas tradicionais (Scott e Brown, 2017).

De acordo com Krauss (2014), a regulamentação da economia colaborativa, que se foca no estímulo da economia e na segurança, deve ser vista como um protótipo para inovações futuras, uma vez que novos produtos e novos serviços vão continuar a surgir inevitavelmente.

De cada vez que um novo produto ou serviço é lançado para o mercado depara-se com desafios legais e regulatórios. Para evitar o gasto de recursos valiosos da inovação na luta contra a regulação estatal, a implementação de um padrão mínimo regulamentar estatal seria benéfico (Krauss, 2014).

Segundo Costa (2018), a economia colaborativa é um fenómeno multifacetado e, por conseguinte, requer regulamentação multifacetada. De facto, não é possível nem desejável oferecer uma solução regulamentar unificada nem encontrar uma solução generalizada precipitada e pressionada pelas exigências dos operadores tradicionais e pela opinião pública.

As estruturas legais revelaram-se insuficientes, portanto, os legisladores devem começar a promulgar regras mais específicas para serem impostas às práticas de economia colaborativa. A regulação a este nível deve referir-se a contratos entre as partes, incluindo a compensação, requisitos mínimos de qualificação e regras de responsabilidade no caso de

acidentes, por exemplo. “Confiar na bondade ou na hospitalidade de estranhos deve ser o ponto de partida, mas saber que a regulamentação pode ser aplicada quando esses valores não existem pode ser o elemento-chave para evitar dissabores.” (Ranchordás, 2015: 475).

2.3.2. Críticas e vantagens da heterorregulação da atividade das empresas titulares de plataformas eletrónicas

A suposição errónea de que as empresas inseridas na economia colaborativa são sempre benéficas para a sociedade constitui um risco para os consumidores (Scott e Brown, 2017).

Por um lado, a inovação na economia colaborativa não deve ser reprimida pela regulação excessiva e desatualizada, por outro lado, há uma necessidade real de proteger os utilizadores contra serviços fraudulentos ou não qualificados. Este dilema é muito mais complexo do que parece, já que os reguladores são confrontados com um conjunto de questões desafiantes (Ranchordás, 2015). Segundo Aloni (2016), este tipo de economia apresenta um dos dilemas regulatórios mais importantes e controversos do nosso tempo.

Podemos afirmar que a regulação deverá responder às preocupações geradas pela operação de plataformas colaborativas e deverá ser aplicada de acordo com o caso. No entanto, é necessário definir critérios gerais para classificar serviços em categorias profissionais e não profissionais, como por exemplo, um acordo à escala da União Europeia sobre essa classificação, para garantir condições equitativas entre mercados de transações *peer-to-peer* e fornecedores tradicionais (Petropoulos, 2017).

Rodriguez-Anton et al. (2016) afirmam que a União Europeia sempre adotou uma posição a favor da economia colaborativa e defendem que para haver uma coexistência entre uma atividade desenvolvida na área da economia colaborativa e a atividade desenvolvida no setor tradicional é necessário ter regulamentação que forneça as regras claras do jogo.

De acordo com Krauss (2014), para amenizar os desafios jurídicos enfrentados pela economia colaborativa e evitar futuras disputas legais que a inovação vai enfrentando, os Estados têm a possibilidade de promulgar legislação para proteger os mercados emergentes, com o objetivo de fornecer um padrão, uma base regulatória inicial nas fases iniciais do desenvolvimento, para posteriormente serem aprovadas leis mais individualizadas, que se adequem mais diretamente a cada Estado específico e à entidade a ser regulamentada.

O foco da legislação deve estar não só no estímulo económico, mas também no papel

de segurança que o Estado desempenha através do direito de regular e inspecionar. Assim, o objetivo principal da legislação é promover leis que sejam benéficas para a economia e para os consumidores, bem como promover a segurança (Krauss, 2014).

As plataformas online estão a fazer com que se volte ao tempo em que se confiava mais em estranhos, veja-se a título de exemplo, oferecer boleia, casa ou comida ou até trocar produtos para selar laços de amizade. Embora as práticas de partilha tenham raízes históricas, estão a renascer devido às novas tecnologias, que encurtam distâncias e facilitam a confiança mútua. Confiar na bondade e na honestidade de estranhos pode ser recompensador ou enganoso, por isso, estas práticas nunca estão isentas de riscos (Ranchordás, 2015).

A economia colaborativa oferece um conjunto variado de vantagens, como preços mais baixos, maior sentido de comunidade, aumento do número de participantes no mercado e do acesso a serviços que outrora seriam considerados um luxo (Ranchordás, 2015). Apesar dessas vantagens, este tipo de economia também vai desencadeando malefícios, tais como protestos em relação à concorrência desleal e falta de licenças de prestadores de serviços, fraudes e riscos à saúde pública e segurança (Ranchordás, 2015), que devem ser controlados através da regulamentação.

De facto, a segurança continua a ser o objetivo primordial da legislação, que as empresas de economia colaborativa já começaram a implementar (Krauss, 2014). A economia colaborativa, quando não é regulamentada, coloca um número elevado de pessoas em posições vulneráveis, através da entrada no carro de alguém desconhecido ou a abertura das portas de casa para oferecer alojamento. Embora as plataformas queiram reduzir a possível insegurança, estas são criticadas por lucrar com transações neste tipo de economia sem prevenir as externalidades negativas (Stemler, 2016), o que se torna em algo que é necessário combater.

Relativamente à privacidade, a recolha de grandes volumes de dados sobre o comportamento do utilizador permite que empresas deste tipo de economia ofereçam serviços mais personalizados. Os dados sobre as interações na forma de feedback também são o ingrediente necessário para desenvolver a confiança entre as partes fisicamente distantes, bem como para ter a perceção do que é necessário melhorar. No entanto, não há leis de privacidade específicas relacionadas com estas plataformas. Portanto, o direito contratual desempenha um papel fundamental e, normalmente, as plataformas ditam os termos de privacidade porque os consumidores não têm poder (Stemler, 2016). Veja-se o exemplo da política de

privacidade da Uber, que afirma que a aplicação pode recolher e usar os dados de geolocalização dos utilizadores para diversas finalidades, incluindo "fins comerciais internos", mesmo quando a *app* está desativada (Stemler, 2016). Segundo Stemler (2016), o uso indevido de dados pessoais na economia colaborativa é uma preocupação real.

A Uber, que se caracteriza pelo seu crescimento internacional exponencial - com financiamento de capital de risco, e avaliação de mais de 60 mil milhões de dólares -, e uma empresa tradicional representam níveis muito diferentes de risco, que exigem regulamentação (Scott e Brown, 2017).

Por um lado, os defensores da regulamentação abordam a necessidade de manter a segurança como se referiu anteriormente, proteger a saúde pública, os trabalhadores e as empresas tradicionais, bem como os consumidores contra fraudes ou produtos inseguros (Cramer e Krueger, 2016).

Por outro lado, os opositores da regulamentação argumentam que a intervenção do Estado retarda a inovação e prejudica os benefícios económicos. A chegada das plataformas contribuiu para que o serviço de táxis tradicional melhorasse a qualidade dos seus serviços (Wallsten, 2015) para acompanhar a concorrência, o que não aconteceria se essas plataformas fossem proibidas logo à partida de exercer e demonstrar os seus serviços.

Os reguladores adotaram várias abordagens para lidar com estas plataformas no seu surgimento, com inúmeros avanços e recuos. Depois de as empresas começarem as suas operações, algumas cidades tornaram-se hostis ao ponto de exigirem a sua proibição, ou através da implementação de multas e regulamentações que as empresas como a Uber afirmavam ser demasiado onerosas (Taylor, 2016).

Geradin (2015) afirma que a legislação muitas vezes dificulta as oportunidades de inovação e de expansão de uma empresa, devido aos recursos que precisa de despende para cumprir os requisitos regulatórios.

Desta forma, podemos comprovar que quando a regulamentação não é ponderada e desencadeia externalidades negativas a este ponto para alguma das partes, revela-se ineficiente e deixa de ser promotora de benefícios económicos e sociais.

Segundo Costa (2018), uma vez que a implementação de novos critérios legais de regulação parece ser inevitável, o principal desafio é garantir que essas novas medidas não destruam os benefícios derivados do consumo colaborativo.

Argumenta-se que os serviços de economia colaborativa têm externalidades positivas

a nível social, aumentando a coesão social e a confiança em terceiros. Esse efeito surge, porque as transações comerciais *peer-to-peer* levam as pessoas a interagir mais, em muitos casos até com pessoas de *outgroups* (Munkøe, 2017).

As plataformas de economia colaborativa podem aumentar também a produtividade e a eficiência económica, permitindo uma alocação mais efetiva de mão-de-obra e ativos. Por exemplo, uma pesquisa baseada num estudo abrangente de dados dos EUA descobriu que as redundâncias de motorista são muito mais baixas entre os motoristas Uber do que entre os taxistas regulares, uma vez que os motoristas ajustam as horas de trabalho para responder à procura (Munkøe, 2017).

Os serviços inerentes à economia colaborativa são uma “força forte de crescimento “schumpeteriano” impulsionado pela inovação, que ajudam a desbloquear potenciais económicos e a dar aos agentes mais liberdade sobre as escolhas de consumo” (Munkøe, 2017: 40) (tradução da autora).

Segundo Stemler (2016), participar na economia colaborativa também permite que as pessoas sejam mais empreendedoras e procurem formas não tradicionais de criação de rendimento, uma vez que as oportunidades para se criarem microempresas para complementar ou fornecer rendimento são virtualmente ilimitadas.

Estima-se que a população mundial poderá chegar aos 9,6 mil milhões de pessoas em 2050 e, desta forma, os recursos vão-se esgotando inevitavelmente, abrindo o caminho para a sociedade favorecer a partilha e a colaboração (Parsons, 2014).

A economia colaborativa incentiva as pessoas a reutilizar em vez de comprar produtos novos; veja-se o caso de plataformas que permitem trocar um livro antigo por um livro diferente atualmente. Além disso, este tipo de economia desincentiva o desperdício ao explorar ativos subutilizados. Por exemplo, “a Uber reduz o número de carros que precisamos de ter nas estradas ou nos estacionamento” (Munkøe, 2017: 41) (tradução da autora).

“We come to the point where we start understanding that we need regulations that allow sharing and caring.” (“Chegamos ao ponto em que começamos a compreender que precisamos de regulamentações que permitam a partilha e carinho.”) (Ranchordás, 2015: 465).

3. Metodologia

O Homem parece ter estado sempre preocupado em compreender o mundo que o rodeia e o sentido do que existe à sua volta (Vilelas, 2009). A partir de uma investigação e da escolha de uma metodologia adequada é possível incrementar o conhecimento (Cohen e Mannon, 1980) e, consequentemente, propiciar o progresso científico fazendo com que o Homem tenha uma ligação mais plena com o seu ambiente (Santos, 2002).

De acordo com Bell (1997), uma investigação é conduzida para resolver conflitos e para alargar conhecimentos sendo, portanto, um processo que tem por objetivo enriquecer o conhecimento já existente.

Primeiramente, é importante esclarecer o conceito de metodologia, que, de acordo com Gil (1991), é o conjunto de procedimentos que regem uma investigação científica.

Já Sousa e Baptista (2011) acrescentam que a metodologia consiste no processo de seleção da estratégia de investigação que, por sua vez, determina a escolha das técnicas de recolha de dados mais adequadas para realizar a análise pretendida.

Vilelas (2009) afirma que a metodologia define-se como o caminho do pensamento e a prática exercida na abordagem da realidade e, embora seja uma prática teórica, a pesquisa vincula pensamento e ação. Desta forma, nada pode ser intelectualmente um problema, se não tiver sido primeiramente um problema na prática. Por isso, as questões da investigação estão relacionadas com circunstâncias socialmente condicionadas.

Tendo em conta a representatividade social e simbólica do fenómeno que a Uber encarna e a riqueza da sua história recente em matéria de reação a alterações à regulação da sua atividade, considerou-se adequado, para concretização dos objetivos desta dissertação, optar por uma metodologia qualitativa através da realização de um estudo de caso único centrado na empresa Uber, ou seja, uma análise intensiva de uma situação particular (Tull e Hawkins, 1976: 323), bem como representativa e até reveladora.

De acordo com Richardson (1999), a pesquisa qualitativa é especialmente válida em situações em que se evidencia a importância de compreender aspetos, cujos dados não podem ser recolhidos por outros métodos devido à complexidade que acarretam: veja-se o exemplo da compreensão de atitudes, motivações, expectativas ou valores.

É importante salientar que os métodos qualitativos desempenham um papel fulcral na pesquisa por fornecerem informação e uma análise mais profunda quanto à experiência humana (Watkins, 2017) e aplicam-se quando ambicionamos esclarecer perguntas de “como”

ou “porquê” (Pratt, 2009). Comparando com métodos quantitativos, este tipo de pesquisa auxilia os investigadores a reunir informação mais aprofundada, ou, como Watkins (2017:1) declara, “as palavras por trás dos números” (tradução da autora).

Lüdke e André (1986) apontam três métodos de recolha de dados utilizados na pesquisa qualitativa: observação, entrevista e pesquisa ou análise documental. No presente trabalho, focamo-nos exclusivamente na pesquisa ou análise documental.

Relativamente aos tipos de dados recolhidos, Richardson (1999) chama a atenção para o facto de estes poderem ser classificados como primários ou secundários. As fontes primárias são as que foram recolhidas especificamente para uma determinada investigação, enquanto as fontes secundárias se referem a informações que não apresentam relação direta com a investigação, não tendo sido reunidas para o estudo em questão.

De salientar que a presente pesquisa é de natureza qualitativa exploratória, com abordagem teórica e fundamentada em fontes secundárias.

Para a realização deste estudo de caso em particular, tentou-se contactar elementos ligados à empresa Uber, não se tendo, porém, obtido qualquer resposta para uma possível entrevista. Não obstante, a riqueza de fontes e elementos documentais disponíveis permite uma recolha abundante de dados, que entendemos suficientemente ilustrativa do fenómeno sob análise e, como tal, ajustada ao propósito traçado neste trabalho. Desta forma, com o objetivo de reunir a informação necessária para trabalhar no presente estudo de caso iremos recorrer a fontes secundárias, tais como artigos científicos, artigos de jornal, de revista, de opinião ou mesmo debates.

A opção por centrar a análise num estudo de caso prendeu-se com o facto de ser propósito desta dissertação proceder a uma pesquisa exploratória, no sentido que lhe atribui Gil (2007), de familiarização com um assunto ainda pouco explorado, sendo por isso, comum assumir a forma de estudo de caso.

Segundo Lüdke e André (1986), o estudo de caso único é um método que deve ser utilizado quando o investigador tem interesse em pesquisar um assunto em particular, o que se aplica ao caso Uber nesta investigação. O caso tem que ser bem delimitado, devendo ter os seus contornos bem definidos no desenvolvimento do estudo (Lüdke e André, 1986).

O estudo de caso é uma análise empírica que investiga um fenómeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real com o objetivo de chegar a uma conclusão através de novas interpretações (Yin, 1994).

De acordo com Lüdke e André (1986), um estudo de caso enfatiza a interpretação

em contexto, procura retratar a realidade de forma completa, utiliza uma variedade de fontes de informação e procura representar os diferentes pontos de vista.

De facto, o paradigma interpretativo e qualitativo é centrado no estudo dos significados das ações humanas e da vida social, porquanto o significado é de importância vital na abordagem qualitativa (Erickson, 1986).

É de ressaltar que o instrumento chave da análise é, por isso, o entendimento que o investigador tem sobre os dados que são analisados de forma indutiva, ou seja, a construção da teoria é realizada a partir dos dados. Desta forma, segundo Creswel (2007), o principal instrumento na perspectiva qualitativa é o investigador.

Na perspectiva de Guba e Lincoln (1988), todo o processo de pesquisa precisa de apresentar um valor próprio, aplicabilidade, consistência e neutralidade para ter valor na comunidade científica.

Os estudos exploratórios são aqueles que procuram descobrir ideias e soluções na tentativa de adquirir maior familiaridade com o fenómeno de estudo, enquanto que a pesquisa descritiva expõe características de determinado fenómeno (Vergara, 2004).

Godoy (1995) afirma que quando a finalidade é explicar ou descrever um evento ou uma situação, a abordagem adotada deve ser a qualitativa.

Nesta linha de pensamento, esta pesquisa tem como objetivo o apuramento de como a regulamentação impactou as empresas intermediárias da economia colaborativa, nomeadamente a Uber, desde o seu surgimento até aos dias de hoje.

A metodologia subjacente foi escolhida pela fase de desenvolvimento emergente da economia colaborativa e pela lacuna na investigação académica sobre o impacto da regulamentação nas empresas que nela atuam.

Relativamente à organização e estrutura deste estudo de caso, inicialmente é feita uma breve apresentação da Uber e uma descrição do seu processo de internacionalização ao leitor. Em seguida, os dados secundários recolhidos são analisados no contexto de três situações: numa primeira fase, procurará identificar-se o impacto da natureza inovadora da atividade desenvolvida pela Uber - auto-qualificada como plataforma de intermediação - na recusa de aplicação dos quadros normativos pré-existentes (nomeadamente ao nível da não aplicação da legislação de transporte de passageiros) e na consequente prevalência da autorregulação criada pela própria empresa; em seguida, abordar-se-á a perceção do impacto de algumas decisões dos tribunais contrárias aos intentos da Uber, numa primeira ingerência do Estado na regulamentação dos novos modelos económicos trazidos pela economia colaborativa; e,

por último, analisar-se-á o panorama geral no ponto em que o novo fenómeno adquire uma nova regulamentação específica, através de uma atuação legislativa. Para finalizar, são apresentadas as conclusões deste estudo de caso, procurando dar-se resposta às questões de investigação levantadas anteriormente.

Em suma, o presente estudo terá um carácter qualitativo, com um enfoque na observação e no estudo documental, incluindo o cruzamento de dados com toda a pesquisa bibliográfica realizada anteriormente.

4. Estudo de caso

4.1. A Uber: breve descrição da empresa

Este ponto do presente trabalho, com dimensão de enquadramento, tem como propósito fazer uma breve apresentação da empresa Uber, das suas características e tipo de serviços que providencia, tendo como fonte principal o website da Uber Portugal.

A Uber é uma empresa tecnológica fundada em 2009 em São Francisco, na Califórnia (EUA), por Garrett Camp e Travis Kalanick. Segundo os dados globais atualizados em maio de 2019, disponibilizados no website da *Uber newsroom*, a empresa está presente em cerca de 70 países, tem cerca de 20 000 funcionários a nível mundial, mais de 3 milhões de motoristas parceiros e diariamente são realizadas cerca de 17 milhões de viagens mundialmente (Uber newsroom, 2019).

A Uber opera em Portugal desde o dia 4 de julho de 2014 e, para além de Lisboa, está também presente no Porto desde 16 de dezembro de 2014, no Algarve desde 7 de junho de 2016, e também em Braga desde 11 de janeiro de 2018, com o segmento UberX (Uber Portugal, 2015a).

Existem vários segmentos de mercado, de acordo com o tipo de veículo e o tipo de serviço providenciado. Em Portugal existem atualmente a UberBlack, o primeiro a operar em Portugal com veículos de gama elevada e a UberX, disponível desde dezembro de 2014, com veículos e preços mais económicos. A Uber entrou em Portugal em julho de 2014 com o serviço UberBlack, apenas na cidade de Lisboa. Cinco meses depois, estreou-se com o serviço UberX em Lisboa e no Porto simultaneamente (Uber Portugal, 2015a).

Embora a Uber tenha começado a prestar os seus serviços em maio de 2010 oficialmente, ganhou popularidade e cresceu rapidamente com o surgimento da UberX, o segmento mais acessível (Tsotsis, 2012).

A Uber qualifica-se, no seu website, como uma plataforma de tecnologia, que presta serviços recorrendo a parcerias com outras empresas de aluguer de veículos com motoristas privados e conecta pessoas que se querem deslocar na cidade a pessoas disponíveis para as levar onde pretendem ir, através de uma aplicação para smartphone. Esta *app* está disponível gratuitamente nas lojas de aplicações e a criação da conta de utilizador Uber também é gratuita. De acordo com o website da Uber, ao abrir a aplicação, o utilizador confirma o local onde quer chamar o veículo e, com o acesso ao GPS, a plataforma estima o custo da viagem antes de chamar o veículo. Posteriormente, o utilizador tem acesso ao nome e fotografia do

motorista, como também à marca e matrícula do veículo para o reconhecer e observar no momento em que o motorista chega ao local pretendido (Uber Portugal, 2015a).

Segundo a Pronúncia n.º4/2016 - Regulação da Mobilidade e Transportes da Autoridade da Mobilidade e dos Transportes (2016), a ferramenta em que a Uber alicerça o seu serviço é denominada por “*E-Hailing*” (“*The street hail market and the dispatch hail market.*”) que consiste na solicitação de um veículo através de um dispositivo eletrónico.

O utilizador da Uber pode introduzir o seu destino na aplicação, que demonstra o caminho mais rápido, enquanto permite partilhar o percurso em tempo real com amigos e familiares, assegurando uma maior segurança. No momento em que a viagem é finalizada, o pagamento é realizado automaticamente através do cartão bancário registado na aplicação e o utilizador recebe um e-mail com uma fatura eletrónica discriminando o valor da viagem e do IVA pago (Uber Portugal, 2015b).

Uma vez que todas as viagens são avaliadas pelos utilizadores, a Uber declara no seu website que o *feedback* é o principal mecanismo de manutenção do padrão de qualidade do serviço oferecido, sendo que os motoristas com baixa avaliação não podem operar através da plataforma (Uber Newsroom, 2019).

A Uber defende que pretende oferecer uma alternativa de mobilidade às cidades, complementar as infraestruturas e opções de transporte existentes.

De acordo com o site da Uber, a empresa sempre pretendeu dialogar com as entidades públicas para garantir a criação de um quadro legal moderno e adequado aos interesses dos consumidores e da economia portuguesa (Uber Portugal, 2015a).

4.2. O processo de internacionalização da Uber

A Uber pode ser qualificada como uma empresa *Born Global*, na definição acima apresentada por Knight e Cavusgil (2015), uma vez que constitui uma empresa de carácter internacional desde a sua fundação, visando atingir nichos de mercados altamente especializados, baseada em tecnologia e tende a difundir-se em economias abertas.

Considera-se que 2011 foi um ano crucial para o crescimento da Uber porque a empresa reuniu milhões de dólares numa ronda de financiamento liderada pela Benchmark Capital e expandiu-se para Nova Iorque, um dos principais mercados, como também para Seattle, Boston, Chicago, Washington D.C. e também para Paris, em dezembro de 2011, onde iniciou o seu processo de internacionalização na Europa (Blystone, 2019).

Em dois anos a empresa conseguiu desenvolver uma rápida expansão a nível nacional

e internacional, contudo, começou a enfrentar pressões das autoridades reguladoras por aparentemente operar como um serviço de táxi sem o devido licenciamento (Chokkattu e Crook, 2014).

A Uber foi lançada no Canadá (Shore, 2012), em Inglaterra e na Austrália em 2012 (Manangi, 2016). Em julho de 2012, o lançamento do novo modelo de negócio – a UberX – um serviço mais acessível, constituiu um marco importante, uma vez que a empresa aumentou a sua base de clientes. Após três anos do lançamento na primeira cidade fora dos EUA (Paris, em dezembro de 2011), estima-se que a Uber lançava o seu serviço numa nova cidade por dia até ao final de 2014 (Manangi, 2016).

Uma vez que as rondas de financiamento sustentaram a expansão nacional e internacional da Uber, após investimentos como o da Google Ventures, a empresa conseguiu ampliar a sua presença na Índia e na África do Sul no ano de 2013 (Chokkattu e Crook, 2014). No mesmo ano, lançou o seu serviço também no México, de acordo com o seu site oficial (Uber blog, 2013).

Segundo um artigo da Business Insider (Hartmans e Leskin, 2019), o lançamento nos Emirados Árabes Unidos ocorreu em 2013 e a Uber está disponível em pelo menos nove países e quinze cidades da região, incluindo Cairo, Amã, Beirute, Manama e Doha (Manangi, 2016).

Segundo o jornal El País (Gualtieri, 2014), no dia 11 de abril de 2014, a aplicação ficou disponível em Barcelona, que se tornou a porta de entrada em Espanha. Entre os protestos dos taxistas, a Uber chegou a Madrid e Valência, a 23 de setembro e 29 de outubro, respetivamente.

Em 2014, a Uber expandiu as suas operações para a China e introduziu novos serviços como a UberRush em Nova Iorque, um serviço de logística, a UberPool, um serviço de partilha de boleias com base na proximidade e a UberEats, um serviço de entrega de comida (Chokkattu e Crook, 2014).

Segundo um artigo do Financial Post (Owram, 2014), a Uber lançou também em 2014 os seus serviços no Canadá, mais especificamente em Toronto e Mississauga. No final do mesmo ano expandiu o serviço de UberFresh em Los Angeles.

No início de 2015, a Uber lançou o seu serviço em Nairobi, no Quênia, segundo um artigo do The Wall Street Journal (Stavis, 2015).

Em 2016, a equipa da Uber anunciou o lançamento dos serviços em Kiev (Uber Newsroom, 2016). No entanto, no mesmo ano foi obrigada a abandonar as suas operações

em Austin, no Texas (MacMillan e Silvermam, 2016) e em Budapeste, na Hungria, onde depois retornou.

Em 2019, a Uber tem continuado a sua expansão noutras cidades, como por exemplo em Saskatoon e Regina, no Canadá (Shekar, 2019).

Em poucos anos, a Uber conseguiu expandir-se da América do Norte para todos os continentes onde poderia estabelecer as suas operações - Europa, Ásia, América (do Sul), África e Austrália. Acredita-se que este tipo de crescimento no escopo geográfico é inédito, pois a Uber passou por desafios regulatórios com uma magnitude substancial e conseguiu transformá-los em oportunidades, tendo-se distinguido no seio das empresas *Born Global*.

4.3. O impacto da regulamentação ao longo do ciclo de vida da Uber

Conforme enunciado *supra*, a presente dissertação tem como propósito analisar de que modo é que a regulamentação (ou a sua ausência) interfere nas decisões de internacionalização das empresas titulares de plataformas eletrónicas inseridas na economia colaborativa.

De modo a ilustrar esta questão no contexto da metodologia escolhida – estudo de caso, tendo por base a empresa Uber – iremos em seguida proceder à análise do comportamento adotado pela Uber em três contextos distintos: o primeiro centra-se na expansão para um mercado sem legislação específica aplicável ao modelo de negócio proposto, com prevalência da autorregulação pela empresa; o segundo tem por base o impacto das decisões judiciais sobre a atividade empresarial desenvolvida e o terceiro diz respeito à entrada em vigor no mercado em causa de legislação específica que regulamenta heteronomamente a atividade da empresa.

4.3.1. A prevalência da autorregulação

Dada a novidade do modelo de negócio apresentado pela Uber, no momento da sua entrada nos diferentes mercados – de que foi exemplo o mercado português – não existia regulamentação criada especificamente para este tipo de serviço, ou seja, tratava-se de um “buraco legal”, como o jornal Observador (Pimentel, 2015a) denomina.

A Uber apresentou-se desde o início como uma empresa intermediária, rejeitando a submissão da sua atividade à legislação pré-existente de transporte de passageiros e criando um quadro regulamentar assente em cláusulas contratuais por ela criadas, ao abrigo do princípio da liberdade contratual. Este enquadramento da autoria da própria empresa, aproveitando as dúvidas suscitadas pela novidade do modelo proposto, gerou fortes conflitos sociais, sobretudo com os taxistas, que se sentiram injustiçados pela discrepância entre as obrigações

legais que tinham que cumprir - como os impostos ou licenças – e o vazio legal em que aparentemente atuavam os condutores da Uber, no que consideravam ser um caso de concorrência desleal.

Para melhor compreender esta questão, importa analisar os termos e condições fixados pela Uber, que enunciam a forma como a empresa se apresenta e se protege no mercado. A Uber B.V. é “uma sociedade privada de responsabilidade limitada constituída nos Países Baixos, com sede em Amesterdão”. Segundo qualificação da própria empresa (Uber, 2019), os seus serviços constituem “o acesso ou uso pelo Utilizador, a partir de qualquer país do mundo (excluindo os Estados Unidos da América, os seus territórios incorporados e não incorporados, bem como a China continental), da Aplicação, de conteúdo do Website, de produtos e de serviços disponibilizados pela Uber”, denominando por "terceiros prestadores de serviços" os “prestadores na área dos transportes, logística e alimentação, que disponibilizam os seus serviços através da Aplicação e/ou do Website”.

De acordo com os termos e condições da Uber B.V. (2019), “os Serviços consistem numa plataforma tecnológica que permite aos utilizadores da Aplicação e/ou do Website organizar e pedir Serviços de Terceiros, tais como serviços de transporte e/ou logísticos, através de Terceiros Prestadores de Serviços. (...) O Utilizador reconhece que a Uber não presta Serviços de Terceiros, incluindo serviços de transporte ou logísticos, nem funciona como empresa transportadora, e que todos os referidos Serviços de Terceiros são prestados por Terceiros Prestadores de Serviços que não têm qualquer vínculo laboral com a Uber”.

A partir da declaração acima transcrita, a Uber B.V. ressalta que a sua aplicação apenas permite organizar e solicitar os serviços dos motoristas parceiros, salientando que estes não têm vínculo laboral com a empresa e, portanto, não têm deveres subjacentes com os “Terceiros Prestadores de Serviços”, dado que são trabalhadores independentes.

Nos seus termos e condições, a Uber delimita que é uma plataforma tecnológica e que a sua responsabilidade se refere somente à acessibilidade, conteúdo, utilização e funcionamento dos serviços.

Na parte referente à “Exclusão da responsabilidade da Uber”, a empresa declara que não assegura a qualidade, a segurança, a fiabilidade ou a disponibilidade dos serviços de Terceiros Prestadores de Serviços e que o utilizador tem que suportar integralmente o risco decorrente da utilização dos serviços, de acordo com os limites do direito aplicável (Uber, 2019).

Nos “Limites à responsabilidade da Uber”, a empresa demonstra ser bastante perentória no sentido de defender os seus interesses, descartando responsabilidades por possíveis danos de variadas naturezas. Veja-se o caso da declaração: “[a] Uber não será responsável por danos indiretos, acessórios, especiais, ou punitivos ou consequenciais, nomeadamente lucros cessantes, perda de dados, danos corporais ou danos materiais relacionados ou resultantes dos Serviços”, bem como “não será responsável por qualquer mora ou incumprimento resultante de causas fora do controlo razoável da Uber” (Uber, 2019).

Relativamente à “[r]esponsabilidade específica da Uber pelo transporte”, em Portugal, a empresa expressa que “[o] Utilizador reconhece especificamente que a Uber não presta qualquer dos referidos serviços de transporte, mas que os seus Serviços são unicamente os de operador de uma plataforma eletrónica nos termos do direito português aplicável.” (Uber, 2019).

O surgimento da Uber na Europa provocou protestos massivos de taxistas, que alegavam que a empresa não cumpria a mesma regulamentação que os táxis e, portanto, praticava concorrência desleal (Field, 2015). O facto de a obrigação de licença ou alvará para transporte de passageiros não ser aplicável à Uber provocou, logo à partida, a indignação dos taxistas.

Ilustrando com o caso de Portugal, os tumultos entre o setor dos táxis e a Uber começaram praticamente desde que a empresa chegou ao país em 2014 e, de acordo com um artigo do jornal Público (Alvarez e Oliveira, 2016), desde o início de 2015 foram reportados às autoridades pelo menos 71 casos de agressões a condutores que trabalhavam com a Uber em Lisboa e no Porto, as duas cidades onde a empresa operava em Portugal na altura, sendo que a larga maioria das agressões terão sido cometidas por taxistas.

Segundo o site da empresa, a Uber defendia que não era uma empresa de transportes, na medida em que não tinha carros e não empregava motoristas. Salientava ainda que os parceiros licenciados que a Uber ligava aos seus utilizadores em Portugal eram Táxis Letra A, Táxis Letra T, operadores turísticos e empresas de rent-a-car (Uber, 2015a).

No que concerne à revolta no setor dos táxis, os dirigentes das associações representativas, a ANTRAL - Associação Nacional dos Transportadores Rodoviários de Automóveis Ligeiros - e a FPT - Federação Portuguesa do Táxi, apesar de condenarem publicamente as agressões, atribuíam responsabilidades ao Governo e avançaram na altura com ações em tribunal que visavam pedir uma indemnização à Uber e ao Governo por não acabarem com a denominada ilegalidade.

O súbito sucesso da Uber despoletou desafios legais, regulatórios e sociais. A par da pretensa vantagem desleal, de que era acusada pelo setor de táxis, a Uber foi ainda acusada de não investigar os motoristas, criando situações potencialmente inseguras (Geradin, 2015).

Mas outras vozes se levantaram, no sentido de apoiar a inovação trazida pelo novo modelo de negócios. Nas palavras de Elzbieta Bienkowska, Comissária da Indústria e do Mercado Interno da União Europeia (*apud* Sousa, 2016), a resistência à Uber seria como combater a imprensa na Idade Média (Robinson, 2016). Veja-se também o caso de Jyrki Katainen, vice-presidente da Comissão, que referiu também no Financial Times que a atividade destas novas empresas não constituía um problema, mas sim um novo modelo de negócio e defendia uma política comum, questionando a adequação de algumas legislações nacionais à era digital, comparando-as às tentativas dos donos de cavalos proibirem os carros quando estes surgiram (Brunsden e Robinson, 2015).

Desta forma, podemos concluir que a União Europeia sempre demonstrou estar a favor da Uber e de outras empresas similares, na medida em que trazem benefícios económicos, se forem regulamentadas de uma forma ajustada, ou seja, parece que a União Europeia sempre demonstrou ser apologista da heterorregulação.

Segundo uma notícia publicada no jornal Observador (Pimentel, 2015a), no dia 31 de janeiro de 2015, Hélder Amaral, coordenador da comissão de economia do grupo parlamentar do CDS-PP, que reuniu com a empresa a 22 de janeiro de 2015, concluiu que naquela altura a atividade da Uber não tinha enquadramento legal em Portugal e que era preciso definir a atividade, pois tratava-se de algo completamente novo no país.

Segundo o jornal Diário de Notícias (Cruz, 2016), os taxistas arrancaram inclusive com uma semana de luta contra a atividade da Uber em Portugal e contra o Governo, que acusavam de nada fazer para travar uma plataforma “criminosa e ilegal”. O diretor europeu da Uber, o holandês Rob van der Woude, apresentou queixa na Procuradoria-Geral da República devido às sucessivas agressões, temendo um agravamento da situação.

Rui Bento, responsável pela Uber em Portugal, procurou explicar em inúmeras entrevistas, como por exemplo no jornal Observador (Pimentel, 2015c), que a empresa atua na área tecnológica e que, por isso, nunca empregou motoristas, porquanto trabalha com empresas parceiras, que estão licenciadas para efetuar o transporte comercial de pessoas com motorista privado.

Segundo a Regulação da Mobilidade e Transportes - Pronúncia nº 4/2016 publicada a 5 de maio de 2016 pela Autoridade da Mobilidade e dos Transportes (AMT), o surgimento

da Uber em Portugal em 2014 despoletou diversas situações que comprovam o agudizar deste assunto; veja-se o exemplo de algumas notícias recolhidas pela AMT: em 29 de fevereiro o Diário de Notícias digital publicou a notícia: “Taxistas pedem a ministro da Economia que faça cumprir a lei em relação à Uber”; em 1 de março, o jornal Público publicou a notícia com o título “Taxistas pedem a ministro que faça a Uber cumprir a lei”. Em 6 de abril, o jornal Sapo noticiou que “Taxistas anunciam semana de luta contra a Uber”.

Segundo uma notícia publicada no jornal Observador (Pimentel, 2015a), o Instituto da Mobilidade e dos Transportes (IMT), no dia 18 de dezembro de 2014, defendia que os condutores da Uber deveriam receber formação profissional e estar certificados pelo IMT. Por outro lado, Rui Bento, *country manager* da empresa em Portugal afirmava que todos os parceiros ligados à plataforma da Uber em Portugal possuíam licenças que permitiam o transporte comercial de pessoas com motorista privado, declarando que a plataforma somente os conectava com a comunidade de utilizadores da Uber.

De acordo com o jornal Observador (Pimentel, 2015a), a deputada do PSD ao Parlamento Europeu, Cláudia Monteiro de Aguiar, em dezembro de 2014, questionou a Comissão Europeia precisamente sobre a definição dos serviços da Uber, uma vez que considerou que se tratava de um “serviço inovador”, que se enquadraria no turismo digital e estendeu a um conceito mais alargado de *sharing economy* “onde pessoas privadas fazem uso dos seus ativos pessoais para criarem receitas complementares”. A deputada considerava importante questionar se as proibições verificadas em países como a Alemanha ou a Bélgica não representariam um bloqueio à inovação tecnológica e referiu que seria mais importante olhar para a proteção dos dados privados recolhidos pela aplicação e garantir que os mesmos estivessem de acordo com a legislação da União Europeia.

A Uber tem promovido uma oportunidade de remuneração, enquanto também oferece uma alternativa conveniente para os consumidores se transportarem de uma forma confortável. Os maiores problemas que a Uber enfrenta são essencialmente ações legais devido à segurança, à preocupação com a proteção das informações do cliente e do motorista e a falta de cobertura de seguro adequada. Para ter sucesso, a Uber deveria abordar essas questões na sua estratégia, de modo a reduzir a resistência à medida que se expande para outras cidades (Geradin, 2015).

De acordo com Carvalho (2016b), as regras teriam que ser repensadas, a lei teria que se adaptar com o objetivo de não liberalizar nem destruir demasiado, ou seja, seria necessário olhar para o regime atual e ver o que faria sentido no futuro.

Como já referido anteriormente, o Governo consegue afetar de uma forma proeminente a geração de valor através da estrutura institucional que cria. As instituições incorporam as “regras do jogo” na sociedade e estabelecem o palco para as empresas competirem no mercado (North, 1990).

Segundo Carvalho (2016b), existem outras formas de garantir a qualidade do serviço, para além de formações prévias, como por exemplo a análise do feedback dado pelos utilizadores do serviço da Uber para ver o que é necessário melhorar. O Autor assinalava ainda à data que a União Europeia estaria interessada em mudar a legislação, mas a questão teria que ser resolvida inicialmente em Portugal, ou seja, o governo português teria que avançar devido às queixas-crime. Assim, revelava-se imperativo analisar as regras que importavam alterar, qual a melhor forma de ter um regime justo para todos e que não impedisse a inovação e novas formas de fazer negócio.

Não obstante, conforme o jornal Público (Alvarez e Oliveira, 2016) assinalou, quanto maior a contestação, mais cresceu a Uber em Portugal.

De tudo o exposto, parece de concluir que a fase inicial de afirmação da Uber no mercado, no caso português, se caracterizou essencialmente pela ausência de regulamentação adequada, que provocou tumultos que geraram controvérsia a nível social. Justamente com a defesa dos seus interesses e a rejeição de responsabilidades, estando o exposto vincado nos termos e condições da Uber, a empresa beneficiou da confusão em seu redor enquanto se dava a conhecer no mercado e gerava satisfação nos consumidores.

4.3.2. Impacto das decisões judiciais na internacionalização da Uber

A crescente expansão da Uber nos vários países acima mencionados e a conflituosidade social que lhe esteve associada, conjugadas com a inércia inicial dos legisladores nacionais, conduziu a diversos pedidos de intervenção dos tribunais, dando origem a inúmeras decisões judiciais, na sua maioria contrárias aos propósitos da Uber.

A Bélgica foi o primeiro país a proibir a aplicação da Uber, no dia 15 de abril de 2014. O veto judicial foi precedido de protestos por parte do sindicato de taxistas de Bruxelas, o que desencadeou a indignação de Neelie Kroes, comissária comunitária responsável pela Agenda Digital da União Europeia, que afirmou que se devia lutar contra o protecionismo (Fariza, 2014).

No caso de França, o Governo havia legalizado em 2009 uma categoria de transporte denominada *Véhicules de Tourisme Avec Chauffeur* (VTC) para corresponder melhor à procura,

o que não causou preocupação para os taxistas nessa altura. Não obstante, a categoria passou a ser motivo de divergência quando os VTCs aumentaram exponencialmente com o uso da aplicação, fazendo com que os taxistas se sentissem prejudicados e protestassem de forma violenta contra a Uber (Alderman, 2015).

Após vários protestos, a lei francesa determinou que a operação de um serviço que conecte passageiros a motoristas não licenciados fosse punível com multas de milhares de euros ou até dois anos de prisão. Em consequência da aprovação dessa lei, centenas de motoristas da Uber em França foram multados por operarem ilegalmente, segundo o Observador (Andrade, 2014). Perante esta realidade, a Uber alegou a irregularidade das medidas legislativas adotadas, invocando que as mesmas impediam a livre iniciativa e argumentando que a empresa em si era apenas um agente para conectar as pessoas, pelo que as regras que se aplicam aos serviços de táxi não se lhe aplicariam. O governo tentou impedir o serviço Uber-Pop de operar no país, mas a 31 de março de 2014 o Wall Street Journal (Schechner, 2014) relatava que a ação não tinha sido aceite pelo tribunal, remetendo-a para uma instância superior.

Veja-se também o caso de Londres, onde a Uber foi alvo de ação da justiça, movida pela TfL (Transport for London), que questionava o facto de os valores serem calculados a partir do GPS da aplicação do motorista, pois a lei britânica permitia o uso de taxímetro apenas por taxistas registados. Apesar desse argumento, o Tribunal Superior de Justiça considerou que os motoristas da Uber poderiam usar o GPS para calcular o valor do serviço prestado (Silva, 2015).

Nessa altura, a Uber defendia que o equilíbrio poderia ser alcançado entre as duas categorias através da revisão da regulamentação dos taxistas e não criando dificuldades à prestação do serviço por ela oferecido. No entanto, a TfL decidiu que os motoristas da Uber no Reino Unido, caso não fossem britânicos, teriam que realizar um teste de inglês e uma avaliação geográfica da cidade para demonstrar o conhecimento sobre a cidade. Segundo Silva (2015), em outubro de 2015 a justiça britânica decidiu que o serviço de transporte Uber não era ilegal no Reino Unido, após meses de protesto dos taxistas londrinos.

A agência reguladora do setor na capital inglesa informou, em setembro de 2017, que não renovaria a licença concedida em 2012 à Uber, por considerar que a mesma revelava inaptidão para garantir a segurança dos passageiros.

Em 26 de junho de 2018, porém, a proibição foi revogada, permitindo que a Uber operasse sob uma licença de 15 meses (Blystone, 2019).

A Uber ficou, então, dependente da decisão da TfL sobre uma nova legislação sobre o transporte compartilhado, um setor em plena expansão tanto em Londres como noutras capitais, e em novembro de 2018 foi considerada legal (Macgregor, 2018).

Seguindo o seu processo de internacionalização, a Uber oferecia igualmente os seus serviços nas cinco maiores cidades da Alemanha: Berlim, Hamburgo, Munique, Frankfurt e Düsseldorf (Müller, 2014).

Em julho de 2014, porém, a empresa foi proibida de operar em Hamburgo, medida contra a qual a Uber apresentou um recurso. O mesmo veio a suceder em Berlim, em agosto do mesmo ano. No entanto, a Uber anunciou que pretendia expandir os seus serviços para outras cidades alemãs (Müller, 2014).

Fabien Netsman, porta-voz da Uber na Alemanha, denunciou um instinto protecionista por parte dos legisladores e protestou contra a medida tomada em Berlim, por limitar a escolha dos consumidores (Müller, 2014).

No início de setembro de 2014, o tribunal de Frankfurt pronunciou-se contra a UberPop e a proibição nacional foi instituída, com o argumento de que os serviços prestados não garantiam os padrões mínimos de segurança, em conformidade com a legislação alemã. Em caso de violação da empresa, o tribunal ameaçou com multas de milhares de euros, ou até ordens de detenção. No entanto, de acordo com a imprensa alemã, a empresa estava decidida a apresentar recurso da decisão do tribunal (Doncel, 2014a).

Apesar da decisão, um porta-voz da Uber referiu que a empresa não ia desistir da Alemanha, porque os serviços UberBlack e UberTaxi, que utilizam táxis licenciados e motoristas de limusine, não seriam afetados pelo veredito do Tribunal Distrital (Ansari, N. L. et al., 2015). Em meados de setembro de 2014, a decisão judicial anterior foi afastada pelo Tribunal Provincial de Frankfurt, tendo a Uber voltado a ter aprovação para continuar as suas operações no país (Doncel, 2014b).

Em novembro de 2014, o estado do Nevada, nos Estados Unidos da América, proibiu a atividade da Uber. Uma vez que Las Vegas constituía uma das principais cidades para expansão da aplicação, Eva Behrend, uma das porta-vozes da Uber, referiu ser lamentável que o Nevada fosse o primeiro estado dos EUA a suspender temporariamente a Uber, o que se traduziu numa perda de quase 1.000 empregos (Cano, 2014a).

Em dezembro de 2014, a Uber foi proibida de operar em Nova Deli, após um alegado caso de violação de uma mulher de 25 anos. A Uber afirma ter respeitado a regulamentação

em vigor na capital indiana e uma declaração assinada pelo seu CEO, Travis Kalanich, argumenta que a verificação de possíveis antecedentes de motoristas não consta nos programas de transporte comercial acordados e lamentou o que aconteceu em Nova Deli (Olazábal, 2014).

Em Espanha assistiu-se mais uma vez ao pior impacto que a legislação pode ter nas empresas, materializando-se na proibição da sua atividade.

Em julho de 2014, assistiu-se a variados protestos de taxistas, em Madrid e Barcelona. Os taxistas percorreram o Paseo de Gràcia, em direção à Delegação do Governo e entregaram um documento explicando as consequências de uma possível legalização da Uber. Pierre-Dimitri Gore-Coty, responsável da Uber no norte e oeste da Europa, declarou que a intenção da empresa era manter as operações em Barcelona e proteger os passageiros e motoristas associados, e considerou que o facto de os taxistas optarem por uma greve era uma escolha deles e que a desordem causada pelas greves de táxi se iria traduzir na inconveniência para a população de Barcelona (Mumbrú, 2014).

Não obstante, o jornal El País afirmou que a aplicação da Uber oficializou em dezembro de 2014 o encerramento do seu serviço em Espanha, na sequência de uma ordem judicial (Cano, 2014b).

Os porta-vozes da empresa consideraram que a rejeição faz parte do processo de implementação, declarando, por exemplo, que em São Francisco, onde começou o negócio, houve protestos no início, até que foi criado um quadro regulatório que permitiu operar com normalidade, segundo uma notícia do El País (Cano, 2014b).

O responsável da Uber em Espanha reconheceu que o país tinha as suas peculiaridades e tinha a noção de que não eram recebidos de braços abertos, pois acreditava que eram uma nova concorrência num ambiente onde milhares de euros são pagos em licenças e impostos, mas acrescentava que a visão da empresa era oferecer uma solução mais eficiente ao consumidor e citou inclusive um relatório da *Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia*, que apoiava a necessidade de regulamentar a economia colaborativa para dar lugar a novas formas de negócio (Cano, 2014b).

A Uber pretendia voltar ao país se a regulamentação mudasse, como também estava disponível para manter o diálogo em aberto com as autoridades para obter uma estrutura legal adequada (Cano, 2014b).

O governo catalão decidiu, em janeiro de 2019, que os serviços de VTC, *Vehículos de Turismo con Conductor*, incluindo a Uber, só poderiam recolher um passageiro após 15 minutos

do momento em que o serviço fosse solicitado, o que desencadeou protestos, uma vez que uma das vantagens do serviço é precisamente a rapidez. Assim, a suspensão dos serviços em Barcelona foi anunciada no início de 2019, tendo a Uber declarado que as novas restrições aprovadas pelo governo catalão fizeram com que os seus serviços deixassem de estar disponíveis na cidade (Bugge, 2019).

Contudo, a empresa não deixa de lado a esperança de voltar a operar na cidade. A Uber referiu o compromisso de ser um parceiro a longo prazo das cidades espanholas e que pretende trabalhar com o Governo catalão e com o município para uma regulamentação justa para todos (Pereira, 2019). As empresas de plataformas eletrónicas, como a Uber, afirmaram que a nova legislação as obriga a um despedimento massivo de motoristas (Miguel, 2019).

A expansão agressiva da Uber teve o seu preço: já em 2014 eram mais de 13 os locais em que a Uber foi sancionada ou proibida: Coreia do Sul, Índia, alguns estados dos EUA e vários países e cidades da União Europeia (Gualtieri, 2014).

A Uber, no entanto, sempre esteve destinada a avançar. De acordo com Gualtieri (2014), os investidores como Goldman Sachs e a Google, que sustentam o negócio, viram o potencial e comprometeram-se com uma empresa com obstáculos legais desta amplitude, porque o modelo de negócios da Uber está associado a modelos futuristas, tais como o carro sem condutor, entre outros.

À semelhança do que aconteceu noutros países, a Uber encerrou os seus serviços na Dinamarca em abril de 2017, após a aprovação das novas regras de táxi, que alteraram a legislação vigente, incluindo a obrigação de utilização de sensores, videovigilância e taxímetros para todos os motoristas de passageiros (Delgado, 2017).

Em Copenhaga, o responsável local pela Uber anunciou que para operarem na Dinamarca, as regras precisariam de mudar e demonstrou ambição em continuar a trabalhar com o Governo na expectativa de que as regras possam ser alteradas e seja permitido que os dinamarqueses beneficiem dos avanços tecnológicos (Delgado, 2017).

Centrando, por fim, a atenção em Portugal, em abril de 2015 o Tribunal Cível de Lisboa deu provimento à providência cautelar interposta pela Associação Nacional dos Transportadores Rodoviários em Automóveis Ligeiros (ANTRAL) e proibiu a atividade da empresa de transportes em automóvel ligeiro Uber em Portugal (Pimentel, 2015d).

Num comunicado disponibilizado pela ANTRAL à data, podia ler-se que a justiça lhe deu “completa razão” na providência cautelar apresentada. Por cada dia de funcionamento ilegal, a Uber poderia pagar uma multa de dez mil euros (Vieira, 2015).

Segundo a Uber Newsroom publicada pela equipa da Uber Portugal em abril de 2015, a empresa informou que no dia 28 de abril soube através da comunicação social que teria sido tomada uma decisão legal que poderia levar à suspensão da operação da Uber em Portugal, contudo não tinha recebido qualquer notificação por parte dos tribunais e informou que nenhum responsável da Uber tinha sido ouvido antes de ser tomada uma decisão (Uber Portugal, 2015c).

A equipa da Uber Portugal (2015c) referiu que operava exclusivamente com parceiros licenciados, de acordo com a legislação em vigor no país, e acrescentou que a Comissão Europeia esclareceu que os estados membros devem respeitar os princípios da proporcionalidade, da não-discriminação e da liberdade de estabelecimento.

Contudo, em julho de 2015, a empresa anunciou que a providência cautelar não abrangia a operação da plataforma da Uber em Portugal, pois a entidade visada no processo, a Uber Technologies Inc., opera apenas nos Estados Unidos (Uber Portugal, 2015d). A equipa da Uber Portugal revelou ainda continuar determinada a cumprir e respeitar as leis portuguesas, no que respeita aos serviços prestados em Portugal, e abordou o forte apoio por parte dos utilizadores portugueses que estava a receber.

Nessa altura, a Uber venceu mais uma vez que é uma plataforma de tecnologia que liga utilizadores que procuram uma forma de se deslocar nas suas cidades a parceiros-motoristas disponíveis para os transportar. Em Portugal, tanto para o serviço UberX como para a UberBlack, estabeleciam parcerias exclusivamente com parceiros licenciados de acordo com a legislação em vigor e esclareceram que a UberPop, a plataforma de *ridesharing* em que particulares não-licenciados podem transportar utilizadores, não está disponível em Portugal (Uber Portugal, 2015d).

De acordo com Carvalho (2018), a decisão surtiu poucos efeitos práticos, tendo a atividade da Uber continuado a ser exercida em Portugal.

Na decisão do tribunal de Lisboa podia ler-se que um dos argumentos dados como provados para que o tribunal tenha dado provimento à providência cautelar apresentada pela ANTRAL foi o de que a atividade da empresa constituía um sério risco. No mesmo dia em que a decisão do tribunal foi conhecida, foi lançada uma petição pública online sob o nome “Queremos a Uber em Portugal”, a pedir que o Governo regularizasse o setor, promovendo opções de mobilidade inteligentes que complementassem as alternativas de transporte existentes. Esta petição contou com pelo menos cerca de 11.000 assinaturas (Pimentel, 2015b).

Segundo um artigo da Reuters (Fioretti, 2015), a Uber apresentou queixas à Comissão

Europeia contra a Alemanha, França e Espanha contra a proibição do seu serviço, estimulando a batalha da empresa contra os desafios legais em toda a Europa, argumentando que as leis favorecem o serviço regular de táxi. Até 2015, a Uber tinha sofrido com decisões judiciais na Bélgica, França, Alemanha, Holanda e Espanha.

De acordo com o jornal *The New York Times* (Rao e Tsang, 2017), o CEO da Uber, Dara Khosrowshahi, ao mesmo tempo que admitiu que a empresa revolucionou a forma como as pessoas se movem nas cidades, lamentou erros que a Uber cometeu com um tom harmonizador, enquanto que o antigo CEO, Travis Kalanick, mantinha uma abordagem mais agressiva.

Um dos pontos que ressalta da análise ora efetuada é a existência de discrepâncias entre os diferentes países quanto à qualificação e avaliação da legalidade da atividade desenvolvida pela Uber. Esta disparidade de posições nacionais afetou da forma mais drástica o processo de internacionalização da empresa, conduzindo a verdadeiros impedimentos de exercício da atividade em diversos mercados. A incerteza associada a estas diferentes recetividades da atividade desenvolvida pela Uber, associada à natureza concreta e específica das decisões judiciais, conduziu a uma necessidade crescente de regulamentação específica do setor, na qual fossem refletidos os diferentes entendimentos e interesses nacionais.

Como referido anteriormente por North (1990), há muitas maneiras através das quais as instituições públicas e privadas trabalham juntas para criar valor e é importante salientar que a competição política é um ingrediente crítico que esclarece se as cidades acolhem ou proíbem plataformas de economia colaborativa. Os governos utilizam regulamentações e outras políticas para alinhar os interesses privados e públicos e para promover o bem-estar público. Na prática, no entanto, a regulamentação por vezes é concebida como barreira à entrada de empresas empreendedoras que pretendem inovar, diminuindo por vezes o bem-estar público (Peltzman, 1976; Stigler, 1971).

Um ponto que parece unânime é que a Uber apanhou de surpresa os vários países onde lançou os seus serviços e aproveitou de forma inteligente não só as lacunas legais com que se deparou, como também os mercados onde os serviços de transporte revelavam ineficiência e rapidamente ganhou quota de mercado, tornando-se numa marca de referência na área dos serviços de transporte.

No entanto, devido a várias queixas apresentadas pelo setor dos taxistas principalmente, a Uber foi frequentemente alvo de coimas, multas elevadas e processos legais, o que

levou a que terminasse ou suspendesse temporariamente os seus serviços em diversos mercados, apesar de se ter demonstrado sempre disposta a conversar e a alterar os seus serviços de forma a cumprir a lei em vigor.

Após a primeira internacionalização da Uber, em Paris em 2011, podemos observar que o seu modelo disruptivo de inovação se foi expandindo de forma célere por vários países, como foi referido acima. Contudo, a partir de abril de 2014 sucederam-se as decisões judiciais de proibição do exercício da atividade um pouco por todo o mundo, com destaque para algumas das principais cidades europeias. Durante este processo, a Uber manteve-se fiel à narrativa que traçou desde o início, propugnando prestar um serviço inovador de intermediação, não enquadrável na legislação em vigor para o setor dos transportes de passageiros e com efeitos benéficos para o bem-estar social, que, como tal, merecia proteção.

4.3.3. Impacto da criação de regulamentação específica no processo de internacionalização da Uber

Devido aos vários tumultos que ocorreram desde o surgimento da Uber, no início de abril de 2015 a Comissão Europeia anunciou que ambicionava regular os serviços de transporte com motorista a nível europeu, com o intuito de evitar discrepâncias de regulação entre os diferentes estados-membros (Novais, 2015).

A União Europeia sempre defendeu que a Uber e outros modelos de negócio que estimulam a economia são favoráveis (Novais, 2015) e segundo o *The Wall Street Journal* (Fairless, 2015), deveriam ser tratados sem discriminação e deveriam ter liberdade para apresentar novos serviços, apesar de reconhecer que os governos nacionais são responsáveis pela política de transportes dentro das suas fronteiras.

Especificamente sobre a Uber, um porta-voz da União Europeia explicou ao *The Wall Street Journal* que o objetivo seria abrir a porta ao serviço e às possibilidades oferecidas pelas novas tecnologias, mas teria que acontecer com as condições necessárias reunidas, num quadro europeu que incluísse a legislação adequada, pois tal como foi citado anteriormente, a regulamentação certa promove o empreendedorismo, a inovação e o crescimento (Armannios, Eesley, Li e Eisenhardt, 2017).

Em dezembro de 2017, um acórdão do Tribunal de Justiça da União Europeia qualificou o serviço prestado pela Uber como verdadeiro serviço de transporte e não de mera intermediação, o que teve como consequência a inserção desta atividade num setor sujeito à regulação por cada Estado-Membro (Villalobos e Pereira, 2017). O Tribunal justificou que o

facto de a Uber intermediar a relação entre motoristas e passageiros faz com que a empresa crie uma oferta de serviços de transporte e organize o fluxo das pessoas que pretendem usar esse tipo de atividade, tornando-a essencial às duas partes do negócio. O Tribunal de Justiça decidiu que este serviço de intermediação deve ser considerado parte integrante de um serviço global cujo elemento principal é um serviço no domínio dos transportes (Pimentel, 2017).

Seguindo este entendimento de que cabe a cada Estado-membro regulamentar a atividade prestada pela Uber, no início de novembro de 2018 entrou em vigor em Portugal a lei que regulamenta as plataformas eletrónicas de transporte, como a Uber. A nova lei instituiu a formação obrigatória dos motoristas e o licenciamento no Instituto da Mobilidade e dos Transportes (IMT), assim como o pagamento de uma taxa de cinco por cento por cada viagem. A partir de novembro de 2018, os condutores passaram a denominar-se motoristas de transporte em veículo descaracterizado a partir de plataforma eletrónica, ou, simplesmente, motoristas TVDE.

Com a entrada em vigor da nova regulamentação em Portugal, que cria e regula a entidade TVDE, assistiu-se a uma redução dos tumultos e a uma maior estabilização no exercício da atividade, visíveis pelo menor impacto noticioso do setor desde então. Parece ser de admitir que a atuação do legislador contribuiu, neste caso, para promover uma maior segurança e estabilidade social associada ao exercício da atividade pela Uber em Portugal, pondo fim à instabilidade gerada pelas decisões judiciais anteriores.

As plataformas de economia colaborativa geridas por empresas empreendedoras desempenham um crescente papel na criação de valor e de inovação no mercado. Como referido anteriormente, em termos de receita, de acordo com um estudo de 2014 da PricewaterhouseCoopers, a economia colaborativa correspondia aproximadamente a US \$ 15 mil milhões, mas foi projetado atingir US \$ 335 mil milhões de receitas globais até 2025 (PwC, 2014).

As plataformas de economia colaborativa oferecem produtos e serviços semelhantes aos que são providenciados pelas empresas tradicionais, mas fornecem-nos de forma diferente e frequentemente mais eficiente, usando modelos de negócios inovadores baseados em tecnologia (Sundararajan, 2016), uma vez que a tecnologia reduz os custos de transação, tornando a partilha de ativos mais barata e fácil numa escala bastante maior.

Podemos verificar que há evidências substanciais que sugerem que as plataformas de

economia colaborativa de viagens, em particular, oferecem aos consumidores muitos benefícios. Por exemplo, há evidências de que esse tipo de plataformas está associado a menos acidentes (Greenwood e Wattal, 2017). Um estudo recente descobriu que a entrada da UberX na Califórnia estava fortemente associada a uma redução de homicídios por acidentes relacionados com álcool e estima-se que a implementação completa da UberX nos Estados Unidos economizaria US \$ 1,3 mil milhões para os contribuintes e aproximadamente 500 vidas anualmente (Greenwood e Wattal, 2017).

Para os clientes, a resposta da Uber é imediata e tem um tempo de espera previsível com base em atualizações em tempo real; para os motoristas, o tempo e o gasto de combustível na procura de clientes é mitigado, uma vez que a aplicação determina automaticamente a rota de navegação para o condutor e calcula a distância e o valor associado. Ao contrário dos táxis, a Uber tem flexibilidade de preços e as taxas podem variar de acordo com a hora do dia ou com as condições de procura e oferta em tempo real, o que permite que a oferta e a procura sejam reajustadas (Paik et al., 2019).

A regulamentação é promulgada para alcançar vários objetivos sociais, incluindo a promoção da segurança pública, a redução de acidentes, da poluição, do congestionamento rodoviário, que não seria possível sem implementar regras, tais como a verificação de antecedentes, a formação obrigatória do motorista, bem como a manutenção do automóvel.

Relativamente à discussão regulamentar da Uber, existem naturezas diferentes quanto ao tipo de preocupação: o primeiro tipo refere-se à sustentação no mercado através da aquisição de licenças e inspeções que promovam mais segurança; o segundo tipo de preocupação está relacionado com a qualidade, em que o principal foco é o consumidor, e o objetivo de providenciar uma maior qualidade através de requisitos em relação aos veículos, formação dos motoristas, sistema de avaliação de feedback e proteção de dados pessoais e, por último, a conduta do mercado para amenizar as externalidades negativas e propiciar incentivos para o bem-estar público, com uma possível demarcação territorial por exemplo (Rosa, 2017).

De acordo com um artigo do jornal *The New York Times* (Conger, 2019a), a Uber revelou em agosto de 2019 ter tido uma perda de 5,2 mil milhões de dólares no terceiro trimestre, a maior perda desde que começou a divulgar os dados financeiros em 2017. Expressou também a taxa de crescimento mais lenta, o que desencadeou preocupações após a dececionante oferta pública inicial em maio.

Contudo, Dara Khosrowshahi, CEO da Uber, anunciou que acredita que 2019 será

o ano de pico de investimento. Como muitas *startups* de tecnologia, a Uber recrutou funcionários com opções de ações após o IPO (*initial public offering*) e os custos dessa prática já se materializaram (Conger, 2019a).

Relativamente à questão do vínculo laboral dos motoristas parceiros, que continua a ser um problema para a Uber que os classifica como trabalhadores independentes, os reguladores em Nova Iorque fixaram um salário mínimo para os motoristas e na Califórnia têm considerado uma lei que poderia reclassificar motoristas como colaboradores da empresa, o que constitui um marco importante (Conger, 2019a).

A heterorregulação tem permitido à Uber não só atuar dentro de um quadro legal mais transparente, como também permite que expanda o seu negócio no futuro em várias vertentes.

De acordo com Conger (2019b), a Uber pretende tornar-se numa loja do tipo Amazon para todas as formas de transporte, estando a investir no desenvolvimento de carros autónomos e tem como foco a expansão do negócio de bicicletas e scooters.

No futuro, a Uber ambiciona também explorar o negócio da venda de bilhetes de comboio, bem como de autocarro, continuando a ter como objetivo o seu crescimento e procurando expandir os seus serviços ao incluir os transportes públicos (Conger, 2019b).

5. Conclusão

A presente dissertação teve como objetivo central analisar o impacto da heterorregulação em empresas *Born Global* no seio da economia colaborativa. Assim, pretendeu-se perceber como é que a implementação de regulação do modelo de negócio afeta o processo de internacionalização de uma *Born Global* de cariz tecnológico intermediária na economia colaborativa.

Para o efeito, adotou-se a metodologia qualitativa, tendo-se optado pela elaboração de um estudo de caso baseado na experiência da empresa Uber e recorreu-se a fontes secundárias, nomeadamente a artigos de jornal, artigos de revista e artigos científicos num período de tempo de 10 anos, desde o ano da fundação da Uber, no ano de 2009, até à atualidade.

De acordo com o modelo Uppsala, considerava-se que as empresas se internacionalizavam gradualmente, adquirindo conhecimento de forma progressiva, com o intuito de minimizar riscos. Contudo, a partir dos anos 90, verificou-se que cada vez mais empresas iniciavam as suas operações internacionais e exploravam vantagens competitivas no mercado externo quase desde o seu surgimento, daí a denominação de *Born Global*.

Entendeu-se que a Uber constituía um bom exemplo, uma vez que internacionalizou as suas operações pouco tempo depois da sua fundação e iniciou a expansão internacional em mercados geográfica e culturalmente distantes a um ritmo acelerado, como também entrou em novos mercados através do estabelecimento de subsidiárias, o que contraria a afirmação de que as *Born Global* tendem a não despende de muitos recursos, através do uso intensivo de capital.

Conforme se referiu *supra*, o estudo de caso sobre a regulamentação ao longo do ciclo de vida da Uber, baseou-se em três pontos de referência principais.

Em primeiro lugar, a partir da análise do impacto causado pelo vácuo gerado pela ausência de regulamentação adequada, com o predomínio da regulamentação criada pela própria empresa (autorregulação), tornou-se perceptível que a Uber sempre se considerou uma mera intermediária entre um utilizador e um fornecedor de um serviço e, como tal, declara que não presta serviços de transporte ou logísticos, nem tem qualquer dever subjacente com os “Terceiros Prestadores de Serviços”. É ainda possível salientar que a Uber declara também nos seus termos e condições que em Portugal a sua representante permanente é a Uber B.V. e refere a distinção entre os serviços prestados pela própria empresa e pelo motorista parceiro e vinca que entre estes não existe vínculo laboral.

De facto, intui-se que a empresa rejeitou desde o seu surgimento estar relacionada

com as leis relativas ao transporte de passageiros e às responsabilidades subjacentes. Esta forma de se posicionar foi considerada ilegal por alguns setores da sociedade, em especial, o setor dos taxistas, o que levou a processos judiciais e despoletou indignação tanto em Portugal como em diversos outros mercados onde a Uber começou a desenvolver as suas operações.

Através da recolha de notícias foi possível concluir que o surgimento da Uber provocou protestos substanciais por parte do setor do táxi a nível mundial. Através do exemplo do mercado português, foi possível ter a perceção de que a Uber beneficiou da confusão em seu redor enquanto se publicitava diante do público, reunindo cada vez mais utilizadores.

No seu surgimento, por um lado, a Uber aproveitou o vácuo legal, na medida em que não acarretava tantas obrigações legais, por outro lado, gerou controvérsia e polémica no setor tradicional.

Desta forma, a Uber lançou os seus serviços em vários países sem solicitar a permissão regulatória e sem clarificar oficialmente a sua posição (Solon, 2017), beneficiando das lacunas legais, juntamente com a ineficiência dos serviços de transporte do setor tradicional.

A etapa cinzenta e inconstante na regulamentação fez com que a Uber conseguisse entrar num mercado antes do Governo ter a perceção da necessidade de regulamentar o setor, ou seja, a empresa procurou explorar a ausência de regulamentação, ganhando quota de mercado.

A União Europeia sempre se demonstrou a favor do enquadramento legal da Uber e de empresas similares que estimulassem a economia e promovessem serviços inovadores no seio da economia colaborativa. Veja-se o caso de Jyrki Katainen, Vice-Presidente da Comissão Europeia, responsável pelo Emprego, Crescimento, Investimento e Competitividade, que refere que a economia colaborativa é uma economia em crescimento, que tem oferecido e continuará a oferecer uma quantidade substancial de novos empregos e investimentos (*apud* Brunsden e Robinson, 2015).

Segundo o Financial Times, a União Europeia deveria influenciar os Estados a não proibir nem limitar empresas como a Uber, numa tentativa de impedir um ataque regulatório das autoridades nacionais sobre a economia colaborativa na Europa (Robinson, 2016).

A Uber foi trazendo benefícios económicos e foi-se posicionando como uma alternativa conveniente aos utilizadores. No entanto, devido aos inúmeros protestos, revelou-se importante a implementação de legislação adequada às necessidades deste novo modelo de

negócio, que contribuiu para o crescimento da Uber e consequentemente para a sua internacionalização.

Quanto ao segundo tema de interesse, em que o foco principal constitui o impacto das decisões judiciais sobre a atividade da Uber, verifica-se que em vários países o impacto de uma primeira ingerência do Estado culminou na proibição dos serviços da empresa e, em caso da violação da lei, a empresa e os motoristas parceiros foram sancionados com multas de milhares de euros.

De facto, a proibição da sua atividade é indubitavelmente a consequência mais penosa que uma empresa pode ter ao longo do seu ciclo de vida, pois impossibilita a sua evolução no processo de internacionalização, o que aconteceu, por exemplo, na Bélgica, França, Reino Unido, Espanha, Alemanha, Dinamarca e Portugal.

A proibição foi uma medida temporária na maioria dos casos, com avanços e recuos por parte do Governo e tribunais, e aquele foi implementando várias leis para atenuar ou suprimir a presença da Uber na sociedade. Veja-se, por exemplo, que em França, uma lei determinou que a operação de um serviço que conectasse passageiros a motoristas não licenciados fosse punível com multas de milhares de euros ou até dois anos de prisão, ou em Londres, onde a Uber foi alvo de uma ação da justiça que questionava o facto de os valores serem calculados a partir do GPS da aplicação do motorista ou, no caso de Espanha, a imposição expressa de que o serviço da Uber só poderia recolher um passageiro após 15 minutos de ter sido solicitado, que ditou o fim da atividade em Barcelona, por exemplo.

Estes e outros exemplos ilustram o poder da interferência estadual e o quanto os órgãos de soberania conseguem afetar a internacionalização deste tipo de empresas, tornando-as vulneráveis aos critérios nacionais. Isto vai ao encontro do que foi descrito *supra*, na revisão de literatura, na senda de North (1990).

Um dos pontos que ressalta da análise é a existência de discrepâncias entre os diferentes países nas interpretações quanto ao serviço prestado pela Uber. Assim, vamos ao encontro da conclusão de que esta disparidade afetou indubitavelmente o processo de internacionalização da empresa, o que conduziu a uma necessidade crescente de regulamentação específica do setor.

Apesar das sanções impostas pelos diversos países, e em alguns casos a proibição, a posição da Uber sempre foi caracterizada pela recetividade ao diálogo aberto, de forma a chegar a um entendimento com as diversas entidades, com o objetivo de elaborar um enquadramento legal e prestar um serviço diferenciador.

A ação da Comissão Europeia ocorreu depois de a Uber enfrentar a proibição parcial ou integral dos seus serviços em países como a Bélgica, Holanda, França e Alemanha (Robinson, 2016). Conforme referido anteriormente, em dezembro de 2017, a União Europeia qualificou o serviço prestado pela Uber como serviço de transporte e não de mera intermediação, estando a empresa sujeita à regulação por cada Estado-Membro (Villalobos e Pereira, 2017), o que abriu caminho para o aumento de regulamentação adequada e específica em diversos países e contribuiu para diminuir a indefinição outrora vivenciada no campo legal.

Centrando agora nas conclusões finais sobre a aplicação de heterorregulação do setor, é de realçar a harmonização jurídica perceptível através das melhorias denotadas no caso ilustrativo de Portugal, com a promoção do respeito pela inovação e a preocupação pela procura de equilíbrio.

De acordo com Cannon e Summers (2014), a regulamentação é a barreira mais significativa ao crescimento das empresas da economia colaborativa. Contudo, uma legislação baseada na transparência funciona como um motor gerador de segurança, estabilidade e de benefícios económicos, uma vez que as empresas empreendedoras desempenham um papel importante na criação de valor e inovação, conforme referido *supra* por Paik et al. (2019).

De acordo com a nova lei portuguesa, os condutores passaram a denominar-se motoristas de transporte em veículo descaracterizado a partir de plataforma eletrónica (TVDE) e passou a existir a obrigatoriedade de formação por parte destes motoristas, bem como a utilização do dístico TVDE nas viaturas.

Nas palavras de Carvalho (2018), a Lei n.º 45/2018 que regula a atividade de TVDE veio legitimar a atividade de empresas como a Uber, bem como autonomizá-la em relação à atividade de transporte em táxi e parece estar moldada à medida dos interesses das empresas do setor. Segundo Carvalho (2018: 1192): “[a] contrapartida centra-se, essencialmente, numa contribuição de regulação e supervisão que deve ser paga pelos operadores de plataforma eletrónica (art. 30.º)”.

As empresas que funcionam no seio da economia colaborativa oferecem um serviço inovador que demonstra mais eficiência, uma vez que se baseiam sobretudo no âmbito tecnológico. Aliado à nova legislação, foi possível a atuação no mercado de outras empresas similares à Uber como a Cabify, Kapten, entre outras, o que fez aumentar o número de serviços disponíveis bem como o número de trabalhadores como motoristas legalizados.

Assim, através da heterorregulação, intui-se que o utilizador saiu beneficiado, uma vez que passou a usufruir de um serviço inovador, eficiente e relativamente mais seguro.

São três os principais resultados derivados da presente dissertação. Primeiro, os resultados evidenciam que a forma como os Estados decidem regulamentar este tipo de empresas determina a sua capacidade de inovação e de internacionalização. Segundo, a ausência de regulamentação adequada está associada a uma maior instabilidade e, no caso da Uber, potenciou tumultos sociais. Terceiro, a heterorregulação constituiu um fator crítico para a homogeneização do modelo de negócio apresentado pela Uber e para a sua estratégia de internacionalização.

O estudo indicia que a regulação adequada é particularmente importante para potenciar as capacidades de inovação e de internacionalização das empresas. Neste sentido, as autoridades governamentais assumem um papel essencial no seu desenvolvimento.

Na medida em que não existem estudos que se conheça que correlacionam a heterorregulação de empresas *Born Global*, no seio da economia colaborativa e os fatores que favorecem ou prejudicam a sua internacionalização, pretendeu-se com este estudo abrir as portas à análise da internacionalização sob este novo ângulo.

Apesar de não ser possível tirar conclusões gerais ou regras uniformes por se tratar de um estudo de caso, a presente dissertação indicia que apesar de a regulamentação não ser a solução perfeita para resolver todos os problemas, é efetivamente relevante e tem um peso substancial no contexto da internacionalização das empresas do setor, o que foi possível de concluir através da análise dos dados pela ordem cronológica dos acontecimentos, desde os tumultos sociais até à notória estabilização em Portugal.

Seria interessante analisar no futuro a sua aplicabilidade em contextos diferentes, através da realização de um estudo envolvendo outras empresas e outros mercados para uma visão mais abrangente.

A presente dissertação desencadeou reflexão sobre uma questão pertinente, a atualização das estruturas legais dos países relativamente à Uber, que deve ser vista como um protótipo para inovações futuras conforme referido *supra* por Krauss (2014), uma vez que novas empresas vão continuar a surgir no seio da economia colaborativa e, através da implementação de heterorregulação adequada, ambiciona-se que se desenvolvam com sucesso.

Referências

- Alderman, L. (2015). Uber's French Resistance. *The New York Times*. Disponível em <https://www.nytimes.com/2015/06/07/magazine/ubers-french-resistance.html>.
Acedido em 03.07.2019
- Aloni, E. (2016). Pluralizing the “sharing” economy. *Washington Law Review*, 91, pp. 1398-1458
- Altshuler, L. (2012). Competitive Capabilities of a Technology Born Global. *Lund Business Press*. Disponível em <http://portal.research.lu.se/ws/files/5680536/2372755.pdf>.
Acedido em 08.06.2019
- Alvarez, L.; Oliveira, M. (2016). Registados 71 casos de agressões a condutores que trabalham com a Uber. *Jornal Público*. Disponível em <https://www.publico.pt/2016/04/24/sociedade/noticia/registados-71-casos-de-agressoes-a-condutores-que-trabalham-com-a-uber-1729937> Acedido em 05.08.2019
- Andrade, D. Q. (2014). Uber também vai ser proibido em França. *Jornal Observador*. Disponível em <https://observador.pt/2014/12/31/uber-tambem-vai-ser-proibido-em-franca/>. Acedido em 09.08.2019.
- Ansari, N. L.; Weber, L.; Hood, S.; Otto, C.; Sawayda, J. (2015). Uber Technologies Inc.: Managing Opportunities and Challenges. *Daniels Fund Ethics Initiative*. Disponível em <https://danielsethics.mgt.unm.edu/pdf/uber.pdf>. Acedido em 06.08.2019.
- Armanios, D. E.; Eesley, C. E.; Li, J.; Eisenhardt, K. M. (2017). How entrepreneurs leverage institutional intermediaries in emerging economies to acquire public resources. *Strategic Management Journal*, 38(7), pp. 1373–1390.
- Axelsson, B. (1992). Network research – future issues. In Axelsson, B.; Easton, G. (editores). *Industrial networks – a new view of reality*. Londres: Routledge, pp. 1-283.
- Bardhi, F.; Eckhardt, G. M. (2012). Access-based consumption: the case of car sharing. *Journal of consumer research*, 39(4), pp. 881-898.
- Bardhi, F.; Eckhardt, G. M. (2015). The Sharing Economy Isn't About Sharing At All. *Harvard Business Review*. Disponível em <https://hbr.org/2015/01/the-sharing-economy-isnt-about-sharing-at-all>. Acedido em 16.02.2019.
- Belk, R. (2014). Sharing versus pseudo-sharing in web 2.0. *Anthropologist*, 18(1), pp. 7-23.
- Bell, J. (1997). *Como Realizar um Projecto de Investigação. Um Guia para a Pesquisa em Ciências Sociais e da Educação*. Lisboa: Gradiva.

- Bell, J.; McNaughtonb, R.; Young, S. (2001). Born-again global firms - An extension to the 'born global' phenomenon. *Journal of International Management*, 7 (3), pp. 173-189.
- Benkler, Y. (2004). Sharing nicely: on shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production. *The Yale Law Journal*, 114(2), pp. 273-358.
- Blystone, A. (2019). The Story of Uber. *Investopedia*. Disponível em <https://www.investopedia.com/articles/personal-finance/111015/story-uber.asp> Acedido em 10.07.2019
- Botsman, R.; Rogers, R. (2011). *What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live*. Londres: Collins.
- Brunsdon, J.; Robinson, D. (2015). Banning Uber like trying to stop the printing press, says Brussels. *Financial Times*. Disponível em <https://www.ft.com/content/65fb6b8c-8314-11e5-8095-ed1a37d1e096>. Acedido em 11.08.2019.
- Buederal, J.; Preisendoerfer, P.; Ziegler, R. (1992). Survival chances of newly founded business organizations. *American Sociological Review*, 57, pp. 227-242.
- Cannon, S.; Summers, L.H. (2014). How Uber and the Sharing Economy Can Win Over Regulators. *Harvard Business Review*. Disponível em <https://hbr.org/2014/10/how-uber-and-the-sharing-economy-can-win-over-regulators>. Acedido em 01.09.2019.
- Cano, R. J. (2014a). El estado de Nevada prohíbe Uber. *El País*. Disponível em https://elpais.com/economia/2014/11/28/actualidad/1417167278_549166.html. Acedido em 05.08.2019
- Cano, R. J. (2014b). Uber cierra su servicio en España. *El País*. Disponível em https://elpais.com/economia/2014/12/31/actualidad/1419993561_752162.html. Acedido em 07.08.2019.
- Cao, D. (2016). Regulation through deregulation: sharing economy companies gaining legitimacy by circumventing traditional frameworks. *Hastings Law Journal*, 68, pp. 1086-1110.
- Carvalho, J. C. (2016a). A proteção do consumidor na sharing economy. *I Congresso de Direito do Consumo*, Jorge Morais Carvalho (editor). Coimbra: Almedina, pp. 115-129
- Carvalho, J. C. (2016b). Opinião Pública - Sic Notícias sobre a Uber. Disponível em <https://youtu.be/ufzBQvUt02s>. Acedido em 07.08.2019.
- Carvalho, J. C. (2017). Enquadramento jurídico da atividade da Uber em Portugal. *Revista de concorrência e regulação*. Coimbra: Almedina, 26, pp. 221-238
- Carvalho, J. M. (2018). O contrato de transporte em veículo descaracterizado (Uber, Cabify,

- Taxify). *Revista de Direito Comercial*. pp. 1191-1223. Disponível em <https://www.revis-tadedireitocomercial.com/o-contrato-de-transporte-em-veiculo-descaracterizado-uber-cafiy-taxify/>. Acedido em 15.12.2018.
- Chokkattu, J.; Crook, J. (2014). A Brief History Of Uber. *TechCrunch*. Disponível em <http://techcrunch.com/gallery/a-brief-history-of-uber/slide/16/>. Acedido em 10.08.2019.
- Ciobanu, A.; Androniceanu, A. (2018). Integrated human resources activities – the solution for performance improvement in Romanian public sector institutions. *Management Research and Practice*, 10(3), pp. 60-79.
- Cohen, L.; Manion, L. (1980). Introduction: The nature of inquiry. In L. Cohen e L. Manion (Editores). *Research methods in education*. London: Routledge, pp. 5-47.
- Cohen, M.; Sundararajan, A. (2015). Self-Regulation and Innovation in the Peer-to-Peer Sharing Economy. *University of Chicago Law Review Dialogue*, 82, pp. 116-133.
- Colangelo, M.; Maggolino, M. (2018). Uber and the challenges for antitrust law and regulation. *Media Laws -Rivista di Diritto dei Media*, 1, pp.176-188.
- Comissão Europeia (2016). Comunicado de imprensa - Uma nova agenda europeia para a economia colaborativa. Disponível em https://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-2001_pt.htm. Acedido em 28.08.2019.
- Conger, K. (2019a). Uber Posts \$5.2 Billion Loss and Slowest Ever Growth Rate. *The New York Times*. Disponível em <https://www.nytimes.com/2019/08/08/technology/uber-earnings.html?module=inline>. Acedido em 11.07.2019.
- Conger, K. (2019b). Uber Wants to Sell You Train Tickets. And Be Your Bus Service, Too. *The New York Times*. Disponível em <https://www.nytimes.com/2019/08/07/technology/uber-train-bus-public-transit.html?module=inline>. Acedido em 19.08.2019.
- Cooter, R.D. (2013). Freedom, Creativity, and Intellectual Property. *New York University Journal of Law & Liberty*, Berkeley Law Scholarship Repository, 8, pp. 1-14.
- Corrigan, T. (2016). San Francisco's biggest taxi operator seeks bankruptcy protection. *The Wall Street Journal*. Disponível em <https://www.wsj.com/articles/san-franciscos-biggest-taxi-operator-seeks-bankruptcy-protection-1453677177>. Acedido em 11.07.2019.
- Costa, M. F. (2018). Sharing Economy: From B2C to P2P and Back, in M. R. Guimarães, F. L. Fernandes e M. R. Redinha (editores), *The Sharing Economy*, Newcastle Upon Tyne: Cambridge Scholars, pp. 14-32

- Coudounaris, D. N. (2018). Typologies of internationalisation pathways of SMEs: what is new? *Review of International Business and Strategy*, 28(3-4), pp. 286-316.
- Coviello, N.; Munro, H. (1997). Network Relationships and the Internationalisation Process of Small Software Firms. *International Business Review*, 6 (4), pp. 361-386.
- Cramer, J.; Krueger, A. B. (2016). Disruptive Change in the Taxi Business: The Case of Uber. *American Economic Review*, 106 (5), pp. 177-182.
- Creswel, J. W. (2007). *Projeto de pesquisa: método qualitativo, quantitativo e misto*. 2ª Edição. Porto Alegre: Artmed.
- Cruz, M. (2016). Mais de 70 agressões contra motoristas da Uber em Portugal. *Diário de Notícias*. Disponível em <https://www.dn.pt/portugal/interior/mais-de-70-agressoes-contra-motoristas-da-uber-em-portugal-5141673.html>. Acedido em 04.08.2019.
- Delgado, P. (2017). Uber corrida da Dinamarca por nova lei dos táxis. *TVI24*. Disponível em <https://tvi24.iol.pt/economia/30-03-2017/uber-corrida-da-dinamarca-por-nova-lei-dos-taxis>. Acedido em 05.08.2019.
- Dima, S. (2010). From International Trade to Firm Internationalization. *European Journal of Interdisciplinary Studies*, 2 (2), pp. 59-66
- Doncel, L. (2014a). Los taxistas logran que la justicia alemana prohíba la aplicación Uber. *El País*. Disponível em https://elpais.com/economia/2014/09/02/actualidad/1409647229_388661.html. Acedido em 29.07.2019.
- Doncel, L. (2014b). Uber vuelve a ser legal en Alemania. *El País*. Disponível em https://elpais.com/economia/2014/09/16/actualidad/1410877839_514732.html. Acedido em 30.07.2019.
- Dunning, J. (2001). The eclectic (OLI) paradigm of international production: past, present and future. *The international journal of the economics of business*, 8 (2), pp. 173-190
- Erickson, F. (1986). Qualitative Methods in Research on Teaching. In M. Wittrockk (Ed.), *Handbook of Research on Teaching*. 3ª edição. New York: MacMillan, pp. 119-161.
- Fairless, T. (2015). Uber Files Complaints Against European Governments Over Bans. *The Wall Street Journal*. Disponível em <https://www.wsj.com/articles/uber-files-complaints-against-european-governments-over-bans-1427885946>. Acedido em 29.07.2019.
- Fariza, I. (2014). Bélgica prohíbe el uso de la aplicación Uber. *El País*. Disponível em https://elpais.com/tecnologia/2014/04/16/actualidad/1397662507_136293.html. Acedido em 27.07.2019.

- Federal Trade Commission (2016). The “Sharing” Economy Issues Facing Platforms. Participants & Regulators. *FTC Staff Report, Washington DC*. Disponível em <https://www.ftc.gov/reports/sharing-economy-issues-facing-platforms-participantsregulators-federal-trade-commission>. Acedido em 01.02.2019
- Field, M. (2015). Uber protest’ by black cab drivers brings traffic chaos to Westminster. *The Guardian*. Disponível em <https://www.theguardian.com/uk-news/2015/may/26/black-cab-drivers-tfl-protest-traffic-chaos-westminster-uber>. Acedido em 02.08.2019.
- Fioretti, J. (2015). Uber files complaints against German and Spanish bans. *Reuters*. Disponível em <https://www.reuters.com/article/uber-eu-complaint/uber-files-complaints-against-german-and-spanish-bans-idUSL6N0WY2TP20150401>. Acedido em 27.07.2019.
- Forsgren, M. (2002). The concept of learning in the Uppsala internationalization model: a critical review. *International Business Review*. 11(3), pp. 257-277.
- Frenken, K.; Meelen, T.; Arets, M.; Van de Glind, P. (2015). Smarter Regulation for the Sharing Economy. *The Guardian*. Disponível em <https://www.theguardian.com/science/political-science/2015/may/20/smarter-regulation-for-the-sharing-economy>. Acedido em 11.11.2018
- Gata, J. E. (2016). A economia de partilha. *Revista de Concorrência & Regulação*, 26, pp. 193-219
- Geradin, D. (2015). Should Uber be Allowed to Compete in Europe? And if so how?. *George Mason Legal Studies Research Paper*, n.º LS 15-11. Disponível em <http://ssrn.com/abstract=2615530>. Acedido em 06.08.2019
- Gil, A. (1991). *Como elaborar projetos de pesquisa*. 3ª Edição. São Paulo: Atlas.
- Gil, A. C. (2007). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. 5ª Edição. São Paulo: Atlas
- Godoy, A. S. (1995). Introdução a pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo, 35 (2), pp. 57-63.
- Greenwood, B. N.; Wattal, S. (2017). Show me the way to go home: An empirical investigation of ride-sharing and alcohol related motor vehicle fatalities. *MIS Quarterly*, 41(1), pp. 163–187.
- Gualtieri, T. (2014). Las leyes acorralan a Uber. *El País*. Disponível em https://elpais.com/economia/2014/12/13/actualidad/1418501447_627225.html. Acedido em 01.08.2019.

- Guba, E. G.; Lincoln, Y. S. (1988). Do Inquiry Paradigms Imply Inquiry Methodologies?. In *Qualitative approaches to evaluation in education: the silent scientific revolution*. Fetterman, D. M. (Editor). Praeger: Nova Iorque, pp. 89-115
- Gulanowski, D.; Papadopoulos, N.; Plante, L. (2018). The role of knowledge in international expansion: Toward an integration of competing models of internationalization. *Review of International Business and Strategy*, 28(1), pp. 35-60.
- Guttentag, D. (2017). Collaborative Economy and Tourism - Regulating Innovation in the Collaborative Economy: An Examination of Airbnb's Early Legal Issues, in Dredge, D.; Gyimóthy, S. (editores), *Collaborative Economy and Tourism. Perspectives, Politics, Policies and Prospects*. Springer International Publishing, pp.97-128.
- Håkansson, H.; Johanson, J. (1984). A model of industrial networks. Working paper. Department of Business Administration. Suécia: Universidade Uppsala.
- Hilti (s/data). Serviço Gestão de Frota. Disponível em <https://www.hilti.pt/content/hilti/E2/PT/pt/servicos/servicos-para-produtos/gestao-frota.html>. Acedido em 14.11.2018.
- Instituto da Mobilidade e dos Transportes (2019). Lista de operadores de plataformas eletrónicas de TVDE. Disponível em <http://www.imt-ip.pt/sites/IMTT/Portugues/Documents/TVDE-OperadoresPlataforma-ListaSite.pdf>. Acedido em 09.08.2019.
- Johanson, J.; Vahlne, J. E. (1977). The internationalization process of the firm-a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of international business studies*, 8(1), pp. 23–32.
- Johanson, J.; Vahlne, J. E. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. *Journal of international business studies*, 40(9), pp. 1411–1431.
- Katz, V. (2015). Regulating the Sharing Economy. *Berkeley Technology Law Journal*, 30 (4), pp. 1067-1126.
- Kitch, E. W.; Isaacson, M.; Kasper, D. (1971). The regulation of taxicabs in Chicago. *The Journal of Law & Economics*, 14(2), pp. 285–350.
- Knight, G. A.; Cavusgil, S. T. (2004). Innovation, Organizational Capabilities, and the Born-Global Firm. *Journal of International Business studies*, 35(2), pp. 124-141.
- Knight, G.; Cavusgil, S. T. (2015). The born global firm: An entrepreneurial and capabilities perspective on early and rapid internationalization. *Journal of International Business Studies*, 46, pp. 3–16.

- Krauss, J. (2014). The Sharing Economy: How State and local governments are failing and why we need congress to get involved. *Southwestern Law Review*, 44, pp.365-384.
- Little, A. D. (1977). *New Technology-Based Firms in the United Kingdom and the Federal Republic of Germany*. Londres: Wilton House.
- Liu, B.; Fu, Z. (2011). Relationship between Strategic Orientation and Organizational Performance in Born Global: A Critical Review. *International Journal of Business and Management*, 6, pp. 109-116.
- Lüdke, M.; André, M. E. D. A. (1986). Pesquisa em Educação. *Abordagens Qualitativas*. São Paulo: E. P. U.
- Macgregor, L. (2018). Uber é legal em Londres, decide justiça britânica. *El País*. Disponível em https://brasil.elpais.com/brasil/2015/10/16/internacional/1444997639_882840.html. Acedido em 28.07.2019.
- MacMillan, D.; Silverman, R. E. (2016). Uber, Lyft Shut Down in Austin Over Fingerprint Vote. *The Wall Street Journal*. Disponível em <https://www.wsj.com/articles/texas-capital-city-votes-to-keep-fingerprinting-for-uber-lyft-drivers-1462796972>. Acedido em 04.08.2019.
- Madsen, T.K.; Servais, P. (1997). The Internationalization of Born Globals: An Evolutionary Process. *International Business Review*, 6, pp. 561-583.
- Manangi, S. (2016). Uber's global expansion strategy - "Think local to expand global" – will it work for startups? *LinkedIn*. Disponível em <https://www.linkedin.com/pulse/ubers-global-expansion-strategy-think-local-expand-work-manangi/>. Acedido em 03.08.2019.
- Mapfre Assistance (s/data). Notícias: Economia Colaborativa. Disponível em <http://www.mapfre-assistance.pt/economia-colaborativa>. Acedido em 18.12.2018.
- McDougall, P.P.; Shane, S.; Oviatt, B.M. (1994). Explaining the Formation of International New Ventures: the Limits of Theories from International Business Research. *Journal of Business Venturing*, 9(6), pp. 469-487.
- McDougall, P. P.; Oviatt, B.M. (2000). International Entrepreneurship: The Intersection of Two Research Paths. *Academy of Management Journal*, 43(5), pp. 902-906.
- Miguel, I. P. (2019). Uber e Cabify abandonam Barcelona: “Até breve”. *Jornal Económico*. Disponível em <https://jornaleconomico.sapo.pt/noticias/uber-e-cabify-abandonam-barcelona-ate-breve-405200>. Acedido em 02.08.2019.
- Miller, S. R. (2016). First Principles for Regulating the Sharing Economy. *Harvard Journal on*

- Legislation*, 53, pp.149-200.
- Moreira, A. (2004). Breve ensaio sobre a internacionalização. *Revista Politécnica nº 10*. Instituto Superior Politécnico Gaya, pp. 7-15.
- Müller, E. (2014). Berlín prohíbe Uber porque los pasajeros no están asegurados. *El País*. Disponível em https://elpais.com/tecnologia/2014/08/14/actualidad/1408034196_624396.html. Acedido em 01.08.2019.
- Mumbrú, J. (2014). Barcelona se quedó sin taxis por la protesta contra Uber. *El País*. Disponível em https://elpais.com/ccaa/2014/07/01/catalunya/1404201966_883881.html. Acedido em 03.08.2019.
- Munkøe, M., (2017). Regulating the European Sharing Economy: State of Play and Challenges. *Intereconomics Review of European Economic Policy*, 52 (1), pp. 38-44.
- Nemkova, E. (2017). The impact of agility on the market performance of born-global firms: An exploratory study of the ‘Tech City’ innovation cluster. *Journal of Business Research*, 80, pp. 257-265
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- North, D. C. (1991). Institutions. *The Journal of Economic Perspectives*, 5(1), pp. 97–112.
- Novais, V. (2015). Comissão Europeia abre a porta à Uber. Mas vai ver em que condições. *Jornal Observador*. Disponível em <https://observador.pt/2015/04/05/comissao-europeia-quer-regular-servicos-privados-transporte-uber/>. Acedido em 07.08.2019.
- Olazábal, V. (2014). Delhi prohíbe los servicios de Uber después de que un taxista violase a una mujer. *El Mundo*. Disponível em <https://www.elmundo.es/internacional/2014/12/08/548586a8268e3e44088b4570.html>. Acedido em 08.08.2019.
- Owram, K. (2014). Uber’s Canadian launch of ride-sharing service greeted with controversy. *Financial Post*. Disponível em <https://business.financialpost.com/entrepreneur/fp-startups/uber-technologies-inc-toronto-launch> Acedido em 16.08.2019
- Owyang, J (2013). The Collaborative Economy: Products, services, and market relationships have changed as sharing startups impact business models. To avoid disruption, companies must adopt the Collaborative Economy Value Chain. *Altimeter Research Theme: Digital Economies*.
- Paik, Y.; Kang, S.; Seamans, R. (2019). Entrepreneurship, innovation, and political competition: How the public sector helps the sharing economy create value. *Strategic Management Journal*, 40, pp. 503–532.

- Parsons, A. (2014). The Sharing Economy: A Short Introduction to its Political Evolution. *Open Democracy*. Disponível em <https://www.opendemocracy.net/en/transformation/sharing-economy-short-introduction-to-its-political-evolution/>. Acedido em 03.11.2018.
- Paul, J.; Gupta, P. (2014). Process and intensity of internationalization of IT firms – Evidence from India. *International Business Review*, 23(3), pp. 594- 603.
- Peltzman, S. (1976). Toward a more general theory of regulation. *The Journal of Law and Economics*, 19 (2), pp. 211–240.
- Pereira, R.C. (2019). Taxistas ganharam a guerra. Uber e Cabify deixam de operar em Barcelona. *TSF*. Disponível em <https://www.tsf.pt/internacional/interior/taxistas-ganharam-a-guerra-uber-deixa-de-operar-em-barcelona-10514678.html>. Acedido em 01.07.2019.
- Pérez, A. (2017). La sentencia del tribunal de justicia de la Unión Europea: Caso Uber y su influencia en la iniciativa legislativa portuguesa. *Estudos de Direito de Consumidor*, 14, pp. 53-94.
- Peters, G. W.; Panayi, E.; Chapelle, A. (2015). Trends in cryptocurrencies and blockchain technologies: a monetary theory and regulation perspective. *The Journal of Financial Perspectives: FinTech*, EY Global Financial Services Institute, 3(3), pp. 1-43.
- Petropoulos, G. (2017). An economic review of the collaborative economy. *Policy Contribution prepared for the European Parliament's Internal Market and Consumer Protection Committee*, 5. Disponível em <http://bruegel.org/2017/02/an-economic-review-of-the-collaborative-economy/>. Acedido em 20.12.2018.
- Pimentel, A. (2015a). A Uber entrou em Portugal. Por um buraco legal. *Jornal Observador*. Disponível em <https://observador.pt/especiais/uber-entrou-em-portugal-por-um-buraco-legal/>. Acedido em 06.08.2019
- Pimentel, A. (2015b). Já não é possível aceder ao site da Uber em Portugal. Operadoras começaram a bloquear acesso. *Jornal Observador*. Disponível em <https://observador.pt/2015/06/01/ja-nao-possivel-aceder-ao-site-da-uber-portugal-operadoras-comecaram-bloquear-acesso/>. Acedido em 07.08.2019.
- Pimentel, A. (2015c). Afinal, quem é que está ao volante dos Uber? *Jornal Observador*. Disponível em <https://observador.pt/2015/05/02/afinal-esta-ao-volante-dos-uber/>. Acedido em 08.08.2019.
- Pimentel, A. (2015d). Tribunal de Lisboa proíbe atividade da Uber em Portugal. Para já. *Jornal*

- Observador*. Disponível em <https://observador.pt/2015/04/28/tribunal-da-relacao-lisboa-proibe-atividade-da-uber-portugal/>. Acedido em 08.08.2019.
- Pimentel, A. (2017). Tribunal de Justiça europeu decide: Uber é uma empresa de transportes e tem de cumprir com a legislação em vigor. *Jornal Observador*. Disponível em <https://observador.pt/2017/12/20/tribunal-de-justica-europeu-decide-uber-e-uma-empresa-de-transportes-e-tem-de-cumprir-com-a-legislacao-em-vigor/>. Acedido em 10.08.2019.
- Pinto, P. R. (2018). Economia da partilha na Europa vai crescer para mais de 80 mil milhões de euros até 2025. *Diário de Notícias*. Disponível em <https://www.dn.pt/edicao-do-dia/17-set-2018/interior/economia-da-partilha-na-europa-vai-crescer-para-mais-de-80-mil-milhoes-de-euros-ate-2025-9854276.html>. Acedido em 17.10.2018.
- Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations and Firms. *Harvard Business Review*. Disponível em <https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations>. Acedido em 29.10.2019.
- Pratt, M. G. (2009). For the lack of a boilerplate: Tips on writing up (and reviewing) qualitative research. *Academy of Management Journal*, 52(5), pp. 856-862.
- PricewaterhouseCoopers (2014). The sharing economy—Sizing the revenue opportunity. Disponível em https://www.pwc.fr/fr/assets/files/pdf/2015/05/pwc_etude_sharing_economy.pdf. Acedido em 09.07.2019.
- PricewaterhouseCoopers (2015). The sharing economy. *Consumer Intelligence Series*. Disponível em <https://www.pwc.com/us/en/industry/entertainment-media/publications/consumer-intelligence-series/assets/pwc-cis-sharing-economy.pdf>. Acedido em 09.02.2019.
- Pronúncia N° 4/2016 - Regulação da Mobilidade e Transportes da Autoridade da Mobilidade e dos Transportes (2016). Disponível em https://www.amt-autoridade.pt/media/1155/pronuncia-n_4_amt_uber.pdf. Acedido em 04.08.2019.
- Ranchordás, S. (2015). Does Sharing Mean Caring? Regulating Innovation in the Sharing Economy. *Minnesota Journal of Law, Science & Technology*, 16(1). Disponível em <http://hdl.handle.net/11299/172061>. Acedido em 15.12.2018.
- Rasmussen, E. S.; Madsen, T. K. (2002). The born global concept. Paper for the 28th EIBA Conference 2002. University of Southern Denmark. Disponível em https://www.biblioteca.fundacionicbc.edu.ar/images/c/c5/Estrategia_internacionalizacion_1.pdf. Acedido em 12.01.2019.

- Rennie, M. (1993). Global Competitiveness: Born Global. *McKinsey Quarterly*, 4, pp. 45-52.
- Ribau, C., Moreira, A.; Raposo, M. (2015). Internationalization of the firm theories: a schematic synthesis. *International Journal of Business and Globalisation*, 15(4), pp. 528- 553.
- Ricardo, D. (1817). *On the Principles of Political Economy and Taxation*. Londres: J. Murray.
- Richardson, R. J. (1999). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas.
- Robinson, D. (2016). Brussels urges more caring for sharing economy. *Financial Times*. Disponível em <https://www.ft.com/content/4c19a666-267f-11e6-8ba3-cdd781d02d89>. Acedido em 10.08.2019.
- Rodriguez-Anton, M. J.; Alonso-Almeida, M.; Rubio-Andrada, L.; Pedroche, M. S. C. (2016). Collaborative economy. An approach to sharing tourism in Spain. *Ciriec-Espana Revista De Economia Publica Social Y Cooperativa*, 88, pp. 259-283.
- Rosa, P. R. (2017). *Uber: de onde viemos, onde estamos e para onde vamos?* Dissertação de Pós Graduação em Economia, da Faculdade de Ciências Económicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Santos, M. C. (2002). *Trabalho Experimental no Ensino das Ciências*. Lisboa: Ministério da Educação, Instituto de Inovação Educacional.
- Schechner, S. (2014). France to Start Crackdown on ‘Uberpop-Type’ Services. *The Wall Street Journal*. Disponível em <https://www.wsj.com/articles/france-to-start-crackdown-on-uberpop-type-services-1420033734>. Acedido em 08.08.2019.
- Schneider, A. (2015). Uber takes the passing lane: Disruptive Competition and Taxi-Livery Service Regulations, 11, pp. 1-23.
- Schumpeter, J., A. (1950). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. 3ª Edição, Nova Iorque: Harper Perennial Modern Thought.
- Scott, I.; Brown, E. (2017). Redefining and Regulating the New Sharing Economy. *University of Pennsylvania Journal of Business Law*, 19, pp. 553-600.
- Shekar, S. (2019) Uber launches ride-share services in Saskatchewan. *Mobile Syrup*. Disponível em <https://mobilesyrup.com/2019/02/05/uber-saskatchewan-launch/>. Acedido em 17.08.2019.
- Shore, T. (2012). Uber car service now available in Toronto. *BlogTo*. Disponível em https://www.blogto.com/tech/2012/03/uber_car_service_now_available_in_toronto/ Acedido em 18.08.2019.
- Silva, A. O. (2015). Uber legalizada no Reino Unido. *Euronews*. Disponível em <https://pt.euronews.com/2015/10/16/uber-legalizada-no-reino-unido>. Acedido em 19.08.2019.

- Smith, A. (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Dublin: A. e C. Black.
- Solon, O. (2017). How Uber conquers a city in seven steps. *The Guardian*. Disponível em <https://www.theguardian.com/technology/2017/apr/12/why-everyone-hates-uber-seven-step-playbook>. Acedido em 01.09.2019.
- Sousa, H. (2016). Após protesto “espontâneo”, taxistas ameaçam com nova luta contra Uber. *Jornal Público*. Disponível em <https://www.publico.pt/2016/02/24/local/noticia/protesto-de-taxistas-contra-a-uber-bloqueia-aeroporto-de-lisboa-1724298>. Acedido em 07.08.2019
- Sousa, M. J.; Baptista, C. S. (2011). *Como Fazer Investigação, Dissertações, Teses e Relatórios*. Lisboa: Pactor.
- Stemler, A. (2016). Betwixt and between: Regulating the Shared Economy. *Fordham Urban Law Journal*, 43, pp. 32-70.
- Stavis, M. (2015). Kenya Says Karibu (Welcome) to Uber. *The Wall Street Journal*. Disponível em <https://blogs.wsj.com/digits/2015/01/22/kenya-says-karibu-welcome-to-uber/>. Acedido em 10.08.2019.
- Stigler, G. J. (1972). Economic competition and political competition. *Public Choice*, 13, pp. 91-106.
- Sundararajan, A. (2014). Peer-to-peer businesses and the sharing (collaborative) economy: overview, economic effects and regulatory issues. Written testimony for the hearing titled "The power of connection: peer-to-peer businesses". *Committee on small business of the United States House of Representatives*. Disponível em http://smallbusiness.house.gov/uploadedfiles/1152014_revised_sundararajan_testimony.pdf. Acedido em 16.03.2019.
- Sundararajan, A. (2016). *The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. Cambridge: The MIT Press.
- Taylor, H. (2016). Uber and Lyft are getting pushback from municipalities all over the U.S. *CNBC*. Disponível em <http://www.cnn.com/2016/09/02/uber-and-lyft-are-getting-pushback-from-municipalities-all-over-the-us.html>. Acedido em 21.07.2019.
- Tsotsis, A. (2012). Uber opens up platform to non-limo vehicles with “UberX,” service will be 35% less expensive. *TechCrunch*. Disponível em <https://techcrunch.com/2012/07/01/uber-opens-up-platform-to-non-limo-vehicles-with-uber-x-service-will-be-35-less-expensive/>. Acedido em 02.08.2019.

- Tull, D. S.; Hawkins, D. I. (1976). *Marketing Research, Meaning, Measurement and Method*. Londres: Macmillan Publishing Co., Inc.
- Uber blog (2013). Uber has launched in Mexico City. *Uber*. Disponível em <https://www.uber.com/es-MX/blog/mexico-city/uber-has-launched-in-mexico-city/>. Acedido em 01.08.2019.
- Uber Portugal (2015a). O que é a Uber? *Uber Portugal*. Disponível em <https://uberportugal.pt/portugal/uberpt/>. Acedido em 04.08.2019.
- Uber Portugal (2015b). Faturas Automáticas Ao Viajar Com A Uber. *Uber Newsroom*. Disponível em <https://ubernewblog3.wpengine.com/portugal/como-obter-faturas-ao-viajar-com-a-uber/>. Acedido em 04.08.2019.
- Uber Portugal (2015c). A Uber em Portugal. *Uber Newsroom*. Disponível em <https://ubernewblog3.wpengine.com/portugal/a-uber-em-portugal/>. Acedido em 07.08.2019.
- Uber Portugal (2015d). A Uber em Portugal: Atualização. *Uber Newsroom*. Disponível em <https://ubernewblog3.wpengine.com/portugal/a-uber-em-portugal-actualizacao/>. Acedido em 07.08.2019.
- Uber Newsroom (2016). Uber Has Arrived to Another European Capital – Kyiv!. *Uber Newsroom*. Disponível em <https://www.uber.com/uk-UA/newsroom/kyivuberx>. Acedido 07.08.2019.
- Uber (2019). Termos e condições Uber B.V. *Uber*. Disponível em <https://www.uber.com/pt-PT/legal/terms/pt/>. Acedido em 05.08.2019.
- Uber Newsroom (2019). Fatos e Dados sobre a Uber. *Uber Newsroom*. Disponível em <https://www.uber.com/pt-BR/newsroom/fatos-e-dados-sobre-uber/>. Acedido em 07.08.2019.
- Valant, J. (2015). Consumer Protection in the EU. Policy overview. *Directorate-General for Parliamentary Research Services, European Parliament*. Disponível em [http://www.euro-parl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_IDA\(20_20\)565904](http://www.euro-parl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_IDA(20_20)565904). Acedido em 21.12.2018.
- Vergara, S. C. (2004). *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 5ª edição. São Paulo: Atlas.
- Vieira, R. (2015). Tribunal proíbe Uber, o concorrente dos táxis, de funcionar em Portugal. *Rádio Renascença*. Disponível em https://rr.sapo.pt/informacao_detalle.aspx?fid=25&did=185683. Acedido em 02.08.2019.
- Vilelas, J. (2009). *Investigação: O Processo de Construção*. Lisboa: Edições Sílabo. Disponível em http://www.silabo.pt/Conteudos/9015_PDF.pdf. Acedido em 30.07.2019.

- Villalobos, L.; Pereira, J. P. (2017). Tribunal europeu diz que Uber é empresa de transportes em decisão com pouco impacto em Portugal. *Jornal Público*. Disponível em <https://www.publico.pt/2017/12/20/economia/noticia/a-uber-e-uma-empresa-de-transportes-decide-tribunal-europeu-1796643>. Acedido em 03.08.2019.
- Wallsten, S. (2015). *The Competitive Effects of the Sharing Economy: How is Uber Changing Taxis?* Federal Trade Commission. Nova Iorque: Technology Policy Institute.
- Watkins, D. C. (2017). Rapid and Rigorous Qualitative Data Analysis: The “RADaR” Technique for Applied Research. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), pp.1-9.
- Whiteside, L. (2015). Why I Rent Everything: From Clothes to Jewelry. *CNN*. Disponível em <http://money.cnn.com/2015/05/13/pf/millennial-rent-economy-clothes-jewelry>. Acedido em 07.10.2018.
- Yin, R. K. (1994). *Case Study Research: Design and Methods*, 4ª Edição, Londres: Sage Publications.
- Yu, D.; Hang, C. C. (2010). A reflective review of disruptive innovation theory. *International Journal of Management Reviews*, 12(4), pp. 435–452.
- Zucchella, A.; Palamara, G.; Denicolai, S. (2007). The drivers of the early internationalization of the firm. *Journal of World Business*, 42(3), pp. 268–280.

FACULDADE DE ECONOMIA

