



Instituto Superior de Economia e Gestão

UNIVERSIDADE TÉCNICA DE LISBOA

DESDE 1911

MESTRADO
CONTABILIDADE, FISCALIDADE E FINANÇAS
EMPRESARIAIS

TRABALHO FINAL DE MESTRADO

DISSERTAÇÃO

O RENTING E O PROBLEMA DA SUSTENTABILIDADE DAS EMPRESAS

ANDREIA SOFIA VAZ OLIVEIRA

AGOSTO - 2013



Instituto Superior de Economia e Gestão

UNIVERSIDADE TÉCNICA DE LISBOA

DESDE 1911

**MESTRADO EM
CONTABILIDADE, FISCALIDADE E FINANÇAS
EMPRESARIAIS**

**TRABALHO FINAL DE MESTRADO
DISSERTAÇÃO**

O RENTING E O PROBLEMA DA SUSTENTABILIDADE DAS EMPRESAS

ANDREIA SOFIA VAZ OLIVEIRA

ORIENTAÇÃO:

PROFESSOR DOUTOR JOSÉ DIAS LOPES

AGOSTO - 2013

ÍNDICE

Agradecimentos	III
Resumo	IV
Abstract.....	V
Lista de abreviaturas.....	VI
I. Introdução.....	1
1.1. Motivação.....	2
1.2. Problema	3
1.3. Objetivos da Investigação	3
1.4. Questões de Investigação	3
II. Revisão da Literatura.....	4
2.1. Ambiente	5
2.1.1. Ambiente VS Responsabilidade Social das Empresas	5
2.1.2. Alterações Climáticas	6
2.2. Inovação e Tecnologia no Ambiente	12
2.3. Renting	12
2.4. A Energia e o Renting.....	15
2.5. Sustentabilidade.....	18
III. Metodologia	19
IV. Resultados.....	21
V. Conclusão	30
VI. Bibliografia	33
VII. Anexos.....	38

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Emissões de gases poluentes por setor, UE-27 (de CO₂ em milhões de toneladas).

Figura 2 – Intensidade Carbónica da economia, em Portugal e na UE-27 (Emissões de GEE por PIB (t CO₂ e/ 10 € de PIB PPC)).

Figura 3 – Emissões de GEE em 2009, por setor de atividade.

Figura 4 – Principais Emissões de GEE, por poluente e por setor de atividade.

Figura 5 – Principais emissões de GEE (CO₂, CH₄ e N₂O) e compromisso para o período 2008-2012.

Figura 6 – Peso do renting no total das viaturas ligeiras vendidas em Portugal.

Figura 7 – Saldo da Frota – em nº e valor contabilístico (milhares de €).

Figura 8 – Nível de importância das diversas dimensões.

Figura 9 – Impacto que a sustentabilidade Ambiental pode vir a ter na competitividade das empresas.

Figura 10 – Argumentos utilizados pelas empresas de renting para promover o aluguer de frotas sustentáveis.

Figura 11 – Motivos que levantam reservas aos clientes no aluguer de automóveis limpos.

Figura 12 – Desempenho das empresas em matéria de desenvolvimento sustentável.

Figura 13 – Medidas que poderão ser implementadas pelas empresas.

Figura 14 – Questões de sustentabilidade que devem ser prioritárias para as empresas.

Figura 15- Mapa de respostas das empresas de renting.

AGRADECIMENTOS

Começo por agradecer a todos os professores pelo conhecimento transmitido e ao Instituto Superior de Economia e Gestão pela possibilidade de realização desta dissertação.

Ao meu orientador, Doutor José Dias Lopes, pela dedicação, empenho e disponibilidade com que acompanhou esta dissertação, assim como pelos comentários e sugestões.

Agradeço a todas as pessoas que tornaram este trabalho possível, à Associação Portuguesa de Leasing e Factoring e às empresas de leasing/renting pela sua importante participação neste trabalho.

Agradeço à minha família pela sua tolerância e pela constante presença e preocupação ao longo deste período da realização desta dissertação.

Não posso deixar de agradecer aos meus amigos, pela companhia e pelo apoio durante este período.

A todos o meu muito obrigado.

**Esta dissertação está redigida ao abrigo do novo acordo ortográfico.*

RESUMO

A consciencialização de que as alterações ambientais podem trazer graves problemas para as gerações futuras, leva a que cada vez mais o mundo reflita para encontrar soluções que minimizem as consequências futuras.

As empresas possuem uma grande responsabilidade neste domínio surgindo o conceito de Responsabilidade Social das Empresas (RSE), que traz consigo oportunidades de promoção de práticas sustentáveis na sociedade. As empresas de renting como prestadoras de serviços com influência direta no ambiente, nomeadamente, através das emissões de gases poluentes, têm uma responsabilidade que pode ser transformada em oportunidades estratégicas.

A presente dissertação visa apurar se as empresas de renting automóvel podem ser promotoras de sustentabilidade, identificando as abordagens e os métodos implementados nestas empresas, de modo a identificar as estratégias que façam delas organizações sustentáveis e contribuintes para um melhor ambiente. Através de um inquérito às empresas de renting em Portugal conclui-se que estas se encontram a desenvolver e a aplicar estratégias de gestão que permitem que sejam amigas do ambiente, sendo, por isso, sustentáveis. Ainda assim a principal preocupação destas empresas é a sua sustentabilidade económico-financeira mas não descurando as preocupações ambientais e delinear estratégias limpas que sejam competitivas e tragam reconhecimento da empresa junto dos consumidores.

Palavras-chaves: Renting, Ambiente, Sustentabilidade, Responsabilidade Social Empresarial.

ABSTRACT

The awareness that environmental change can bring serious problems for future generations, means that increasingly reflects the world to find solutions to minimize future consequences.

The companies have a great responsibility in this area emerging concept of Corporate Social Responsibility (CSR) that brings opportunities to promote sustainable practices in society. Car rental companies providing services with direct influence on the environment, particularly through emissions of greenhouse gases, have a responsibility that can be transformed into strategic opportunities.

This thesis aims at investigating whether the car rental companies can be promoting sustainability, identifying the approaches and the methods implemented in these companies, in order to identify the strategies that make them sustainable organizations and contributors to a better environment. Through a survey of car rental companies in Portugal concludes that these are to develop and implement management strategies that allow them to be environmentally friendly, and therefore sustainable. Still the main concern of these companies is their economic and financial sustainability but without neglecting environmental concerns and outline strategies that are clean and bring competitive company recognition among consumers.

Keywords: Renting, Environment, Sustainability, Corporate Social Responsibility.

LISTA DE ABREVIATURAS

APA – Agência Portuguesa do Ambiente

ALF – Associação Portuguesa de Leasing e Factoring

ARA – *American Rental Association*

CARB – *California Air Resources Board*

CE – Comissão Europeia

CO₂ – Dióxido de Carbono

CH₄ – Metano

EEA – *European Environment Agency*

EUA – Estados Unidos da América

GEE – Gases com Efeitos de Estufa

HFCs – Hidrofluorcarbonetos,

I&D – Investigação e Desenvolvimento

IPCC – *Intergovernmental Panel on Climate Change*

ONU – Organização das Nações Unidas

N₂O – Óxido Nitroso

PFCs – Perfluorcarbonetos

RSE – Responsabilidade Social das Empresas

SF₆ – Hexafluoreto de Enxofre

UE – União Europeia

UNFCCC – *United Nations Framework Convention on Climate Change*

ZEV – *Zero-Emissions Vehicle*

I. INTRODUÇÃO

A mobilidade é uma circunstância fundamental numa sociedade desenvolvida em crescente desenvolvimento económico e social. Nesse sentido a produção automóvel, a forma como um automóvel é construído e a forma como são utilizados são fatores importantes numa dimensão ambiental cada vez mais afetada pelas alterações climáticas. A indústria e o negócio de automóveis estão diretamente relacionado com a sustentabilidade ambiental.

As alterações climáticas e as preocupações ambientais que nos últimos anos têm surgido alertam-nos para outro tipo de questões que nos levam a criar soluções a curto-médio prazo. A subida do nível das águas, o aumento das temperaturas ou o número de doenças associadas a problemas de poluição e climáticos leva a que o tema da sustentabilidade ambiental esteja nos últimos anos cada vez mais em estudo e em discussão a forma de encontrar soluções que minimizem os impactos negativos. A poluição dos automóveis através da emissão de CO₂ e outros gases poluentes para a atmosfera é uma das principais causas da poluição emitida para a atmosfera e que provoca graves consequências. A emissão de gases poluentes pelos automóveis é de facto um dos maiores problemas nas sociedades atuais devido à crescente mobilização de pessoas que com a globalização passou a ser um fator indispensável no nosso dia-a-dia. Para além da mobilização de particulares existe um outro mercado que é em parte o grande responsável pelas emissões devido à sua elevada mobilidade. As empresas de serviços e transportes são efetivamente as que mais utilizam os meios de transporte (nomeadamente veículos de mercadorias), no entanto, atualmente qualquer empresa possui uma frota de veículos que permite que a mobilização seja para serviços ao cliente ou para assuntos institucionais da direção/administrativos. As empresas, nomeadamente

as empresas de renting¹ automóvel, com os automóveis no centro da sua atividade, são um segmento onde a mobilidade é essencial e por isso a consciencialização e a alteração de processos e atitudes são fulcrais na contribuição para amenizar os problemas ambientais com os quais a sociedade é confrontada.

1.1. Motivação

A investigação na área do renting e nos desafios que se colocam às empresas de renting de automóveis ligeiros incita à consideração de quais as apostas destas empresas numa altura em que se ouve falar e tanto se investiga nas várias formas e alternativas de ultrapassar os problemas ambientais. O grave problema da poluição do ar nas cidades é causado essencialmente pela produção de energia, pelas atividades industriais e de transporte (EEA, 2000). É na interligação desta conclusão com as empresas de renting e as suas frotas de automóveis, como um dos principais promotores dos problemas para o ambiente (APA, 2011) que este se torna um tema interessante e atual na medida em que não existe muita informação da temática aplicada às empresas e à sua sustentabilidade. A cada vez maior frequência de seminários, feiras, conferências e debates acerca do tema das alterações ambientais, confrontados com as novidades que surgem diariamente divulgando novas tecnologias que vêm tentar amenizar os efeitos da poluição e das emissões lançadas para a atmosfera através dos automóveis, alertam para a importância desta temática. Este é um tema internacional e muito atual o que o torna muito interessante e motivador.

¹ Renting - “uso de bens, por prazo variável, segundo um contrato prévio, mediante o pagamento de uma taxa de utilização, sendo da conta do proprietário a conservação do objeto alugado, podendo este proporcionar em certos casos os meios humanos necessários para a exploração, cujos encargos estão normalmente incluídas na taxa de aluguer” (Vidal Branco,1977)¹.

1.2. Problema

A sustentabilidade, e em particular a sustentabilidade ambiental, são um tema muito atual e relativamente aos quais tem havido um interesse crescente por parte das empresas. Uma vez que a sustentabilidade envolve questões de natureza económica, social e ambiental, em enquadramentos empresariais ela reflete-se na consolidação e no reconhecimento da empresa junto dos seus clientes (Keating, 1993).

Grande parte dos estudos existentes prendem-se com a sustentabilidade junto dos particulares e da forma como estes estão a aderir a práticas sustentáveis. Muitos dos autores (Truffer, 2003; Ernst *et al.*, 2007; Loose *et al.*, 2006) referem algumas formas alternativas de desenvolver a atividade através de métodos mais limpos mas não avaliam quais os esforços necessários para que se coloque à disposição dos clientes formas de mobilidade menos poluentes.

Este trabalho avalia as práticas das empresas e como elas podem ser promotoras da proteção ambiental, num sector específico o renting.

1.3. Objetivos da Investigação

O objetivo desta investigação é determinar a forma como podem, as empresas de renting automóvel, ser promotoras da sustentabilidade ambiental e se o estão a ser. Assim, pretende-se conhecer os métodos utilizados e as abordagens desenvolvidas pelos gestores para colocar as suas empresas na rota da sustentabilidade ambiental, avaliando se essas estratégias contribuem para a competitividade neste sector de atividade.

1.4. Questões de Investigação

As questões de investigação são determinantes da estratégia de investigação e as questões a que esta dissertação pretende responder são:

- ✓ Podem ser as empresas de renting promotoras da sustentabilidade ambiental?
- ✓ Compensa o reconhecimento da empresa junto dos clientes, quando esta passa a ser vista como sustentável?
- ✓ Poderá a sustentabilidade ambiental contribuir para a competitividade das empresas neste sector?
- ✓ Existem preocupações relativamente ao enquadramento legal que justifiquem, na avaliação dos gestores, alterações do comportamento da empresa no que diz respeito aos aspetos ambientais?

II. REVISÃO DA LITERATURA

Este capítulo, onde será feito o enquadramento teórico ao estudo encontra-se estruturado em 3 partes: Ambiente, Renting e Sustentabilidade.

No ano de 1972, numa conferência da ONU foi definido um Programa das Nações Unidas onde se começou a trabalhar as questões ambientais. A Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente, criada em 1985 pela ONU, apresentou no ano de 1987 o “Relatório *Brundtland - Our Common Future*” cujo propósito passava por recomendar a adoção de estratégias de desenvolvimento sustentável por parte das organizações (Brundtland, 1987). O documento apontava desde logo para a incompatibilidade entre desenvolvimento sustentável e os padrões de produção e consumo vigentes, lançando o mote sobre a gestão ambiental (CE, 2001(a)).

2.1. Ambiente

2.1.1. Ambiente VS Responsabilidade Social das Empresas²

Nas últimas décadas a consciencialização ecológica dos consumidores é uma realidade cada vez mais evidenciada. Em 2005, foi desenvolvido um estudo em Portugal com uma amostra de 208 consumidores, na cidade de Coimbra, cujo objetivo passou por aferir as preocupações ambientais dos consumidores. Desse estudo verificou-se a importância atribuída às questões ambientais (Lopes, 2005):

- ✓ 53% dos inquiridos estavam dispostos a prescindir de alguma eficácia do produto em detrimento de características ecológicas do mesmo;
- ✓ 60% dos inquiridos estão dispostos a pagar mais pela sua aquisição;
- ✓ 81% dos inquiridos optam por produtos em embalagens recicladas.

Segundo o autor, estes resultados são nítidos pois mesmo que estes resultem de respostas falsas, significaria que os inquiridos têm consciência do que devem fazer, ou seja refletem as suas preocupações ambientais.

Cada vez mais as empresas olham e utilizam as questões ambientais como estratégias/argumentos competitivos. Estas começam a perceber que o seu desenvolvimento está profundamente ligado ao crescimento equilibrado das comunidades que servem e procuram investir na área social, como forma de credibilizar a empresa perante os consumidores. O seu crescimento económico implica a responsabilidade na criação de uma sociedade melhor, tanto a nível económico como a nível social e ambiental (Antunes *et al.*, 2003).

A Responsabilidade Social Empresarial é definida no Livro Verde (CE, 2001(b)) como “a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas

² RSE – Responsabilidade Social Empresarial - “a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na sua interação com outras partes interessadas” (CE, 2001(b)).

nas suas operações e na sua interação com outras partes interessadas”. Alguns estudos têm vindo a abordar a sua influência junto dos consumidores, como o de Brown e Dacin (1997), que estabeleceram a ligação entre a RSE das empresas com as atitudes dos consumidores, outro estudo, Berens *et al.*, 2005, constatou o interesse que a marca possui e como influencia a RSE das empresas nas atitudes dos consumidores.

As empresas têm de destacar cada vez mais nas suas operações, preocupações com impacto económico, social e ambiental que têm na sociedade. Uma empresa socialmente responsável deverá ter uma gestão baseada na *Triple Bottom Line*, ou seja, uma gestão regulada por objetivos e preocupações relacionados com os Proveitos, Planeta e com as Pessoas (Dyllick e Hockerts, 2002).

Em 2001, a Comissão das Comunidades Europeias, assumiu que a RSE contribui de forma positiva para a sociedade e ajuda a gestão dos impactos ambientais na empresa, o que poderá proporcionar vantagens diretas para o negócio e assegurar a competitividade e a rentabilidade das empresas a médio e longo prazo (CE, 2001(b)).

2.1.2. Alterações Climáticas

A emissão de gases poluentes para a atmosfera provoca alterações climáticas³ gravíssimas para o ambiente (IPCC, 2007).

Cada vez mais essas alterações são visíveis aos olhos de todos e cada vez mais a degradação ambiental é um dos problemas mais debatidos no Mundo. O aquecimento global é um dos temas associado a esta problemática que resulta da concentração dos

³ As alterações climáticas referem-se a qualquer mudança no clima atribuída direta ou indiretamente à atividade humana que altera a composição da atmosfera global e que é uma adição à variabilidade natural do clima observada ao longo de períodos de tempo comparáveis (IPCC, 2001)

gases com efeitos de estufa⁴ (GEE) principalmente associado às variações preocupantes no teor de CO₂ na atmosfera (IPCC, 2011).

Desde há muito tempo que surgiram as preocupações com o meio ambiente e as alterações climáticas, no entanto apenas no ano de 1992, em Nova Iorque, foi elaborado um acordo denominado de Convenção Quadro sobre Alterações Climáticas onde se definiram os objetivos primordiais e impreteríveis a cumprir por cada país por forma a reduzir e controlar as emissões de GEE para a atmosfera. A convenção foi ratificada por 172 países, sendo que Portugal assinou esta Convenção no ano de 1994. No decorrer desta Convenção, surgiu a 11 de dezembro de 1997 em Quioto, Japão, um acordo internacional denominado de Protocolo de Quioto. O Protocolo foi desenvolvido no âmbito do Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima (UNFCCC) e entrou em vigor a 16 de fevereiro de 2005 com a ratificação de pelo menos 55 partes da Convenção. O objetivo do Protocolo passa por reduzir seis gases com efeito de estufa (dióxido de carbono, CO₂; metano, CH₄; óxido nitroso, N₂O; hexafluoreto de enxofre, SF₆; hidrofluorcarbonetos, HFCs; perfluorcarbonetos, PFCs) medidos por valores médios, no período de 2008-2012 em relação aos valores observados no ano de 1990.

*“... shall strive to implement policies and measures under this Article in such a way as to minimize adverse effects, including the adverse effects of climate change, effects on international trade, and social, environmental and economic impacts ...”*⁵ (Art. 2º Nº3, Protocolo de Quioto)

Foi estabelecido que *“No quadro da União Europeia e das obrigações decorrentes do Protocolo de Quioto, Portugal deve limitar o aumento das suas emissões em 27%, em*

⁴ Efeito produzido pela retenção de parte da radiação infravermelha proveniente da superfície terrestre devido à existência na atmosfera de CO₂ e CH₄ e de outros gases com origem antropogénica, denominados de efeito de estufa. (IPCC, 2001)

⁵ <http://unfccc.int/resource/docs/convkp/kpeng.html>, consultado em 26-03-2012

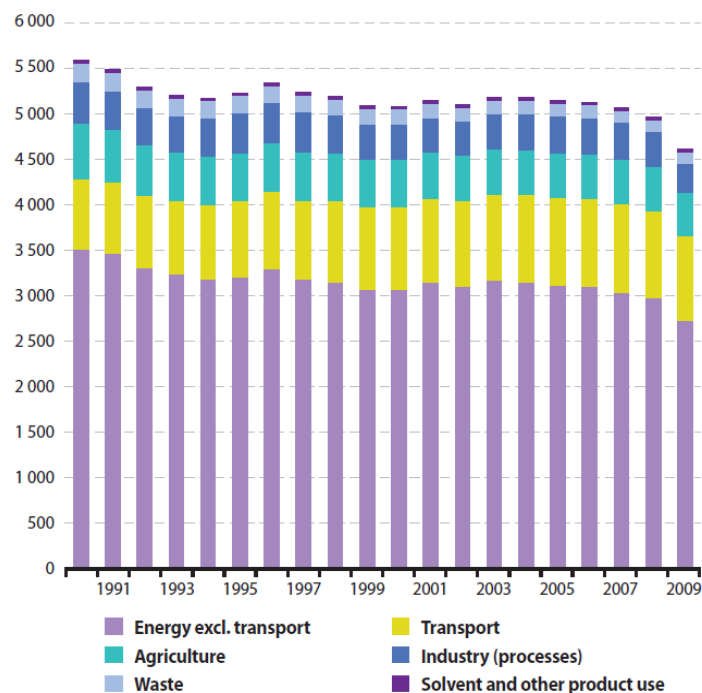
relação a 1990...” (Decreto nº 7/2002 de 25/3 p.2817) ⁶, para o período de 2008-2012, numa tendência de forte subida das emissões de GEE uma vez que no período de 1990-2002 registava uma taxa de crescimento de 40%. Este Protocolo destina-se a tornar operacional e dar eficácia jurídica aos objetivos da Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Alterações Climáticas, com vista a garantir o combate efetivo às alterações climáticas através do estabelecimento de compromissos quantificados de limitação ou redução das emissões dos seis principais gases com efeito de estufa (GEE) por si regulados e tendo em vista uma redução global das mesmas em, pelo menos, 5% abaixo dos níveis de 1990. No ano de 2009, foi aprovado pela União Europeia o Pacote Energia-Clima onde foi estabelecido como objetivo comunitário uma redução mínima de 20% das emissões de GEE até 2020, em relação a 1990. (APA, 2012)

A Agência Portuguesa do Ambiente, em 2009, situa em cerca de 1% abaixo da meta nacional de cumprimento no âmbito do Protocolo de Quioto (27%), não considerando ainda o efeito dos sumidouros florestais e agrícolas. Assim e com a tendência de decréscimo revelada desde o ano de 2005, no que diz respeito às emissões verificadas, é previsto que o objetivo no Protocolo de Quioto para Portugal seja cumprido (APA, 2011). A política integrada existente em matéria de energia e alterações climáticas marca o início de uma nova revolução industrial com alterações na forma como se produz e utiliza a energia, incluindo os tipos de energia utilizada. O propósito é claro e bem definido em todos os instrumentos de política estabelecidos neste âmbito: a descarbonização da economia.

O setor dos transportes é dos maiores contribuintes para as alterações climáticas produzindo outras pressões sobre o ambiente, como a redução de áreas agrícolas e florestais para a construção de infraestruturas de transportes (APA, 2011).

⁶ <http://www.fd.uc.pt/CI/CEE/pm/LegCE/quioto.pdf>, consultado em 08-04-2012

Figura 1 – Emissões de gases poluentes por setor, UE-27 (de CO₂ em milhões de toneladas)



Fonte: (Eurostat, 2011)⁷

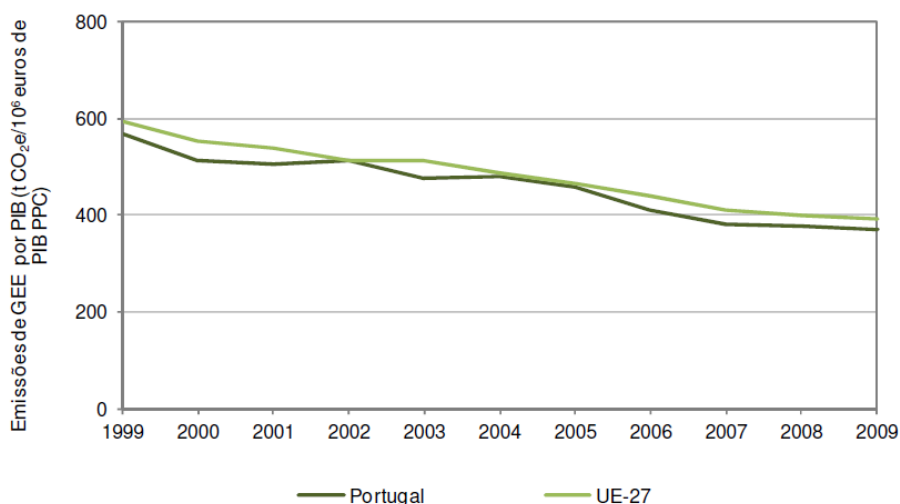
A figura acima (Figura 1) revela-nos que no período de 1990-2009 as emissões de gases poluentes na EU sofreram uma quebra de 17% no total dos setores de atividade. O único setor que variou no sentido inverso foi o setor dos transportes, onde neste período aumentaram em 21% as emissões de GEE (CE, 2011).

Relativamente a Portugal este foi o terceiro país da UE a aumentar a sua capitação de GEE em 40% acima da média da UE prevista, devido ao crescimento e alterações profundas da sociedade no período após adesão à UE. No entanto, no ano de 2009 Portugal apresenta um sétimo lugar nos países da UE com mais baixa capitação de emissões de GEE por habitante (Figura 2). O setor dos transportes é aquele em que há maior número de medidas a apresentar taxas de execução inferiores ao previsto. Ainda assim, no período 2008-2009 as emissões de GEE diminuiram devido à quebra do

⁷ (online data code: env_air_gge)

consumo de combustíveis fósseis e ao aumento do consumo de energia a partir de fontes renováveis, o que não deixa de fazer do setor dos transportes um setor altamente dependente dos recursos não renováveis (CE, 2011).

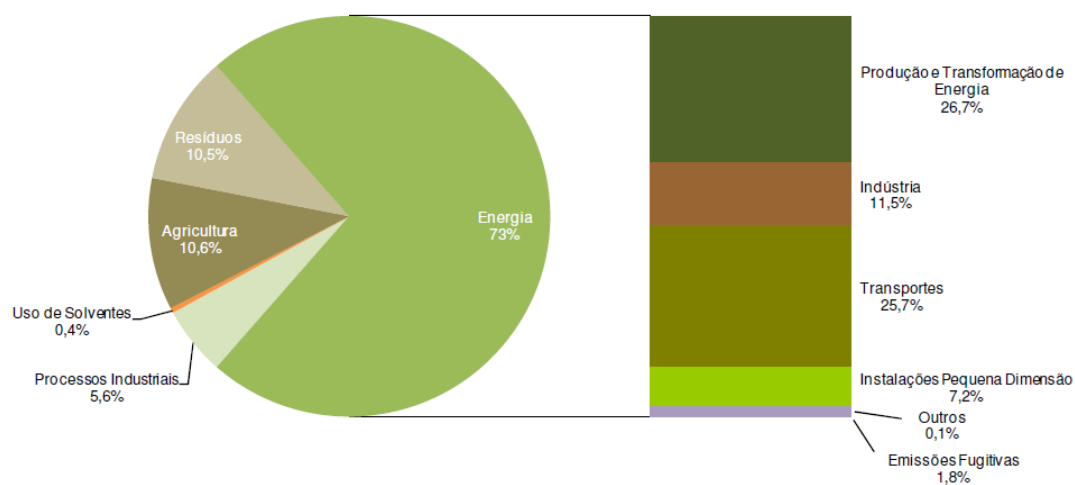
Figura 2 – Intensidade Carbónica da economia, em Portugal e na UE-27 (Emissões de GEE por PIB (t CO₂e/10⁶ euros de PIB PPC))



Fonte: AEA, 2011

No período 1990-2009, em Portugal, o setor dos transportes foi um dos que mais cresceu apresentando um aumento de 87% de emissões num período marcado pelo crescimento do tráfego rodoviário (APA, 2011).

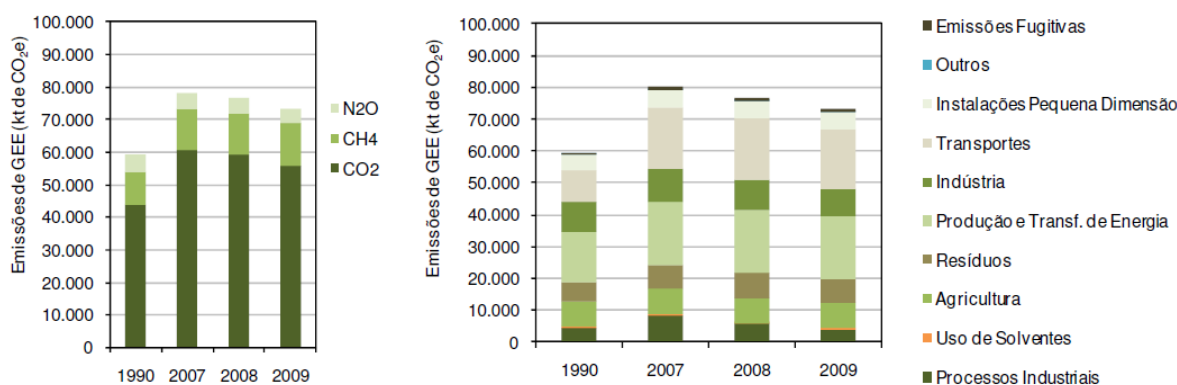
Figura 3 - Emissões de GEE em 2009, por setor de atividade



Fonte: APA, 2011

Os grandes responsáveis pelas emissões de GEE, no ano de 2009, foram o setor dos transportes (26%) e o setor da produção e transformação de energia (27%) responsáveis por cerca de 73% das emissões, apresentando um crescimento de cerca de 33% face ao ano de 1990 em Portugal (Figura 3). Neste ano o CO₂ foi o principal gás emitido (Figura 4) representando cerca de 75% do total de emissões de GEE (APA, 2011).

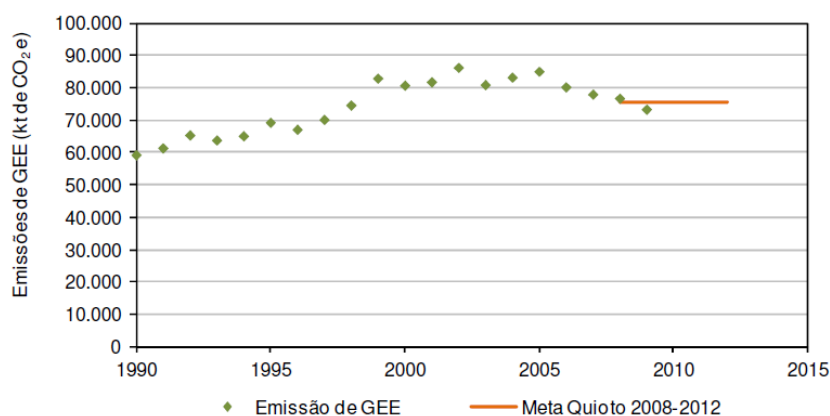
Figura 4 – Principais Emissões de GEE, por poluente e por setor de atividade



Fonte: APA, 2011

O número de automóveis em Portugal continua a aumentar, no entanto, a introdução de novas tecnologias e as tentativas de alteração da produção e transformação de combustíveis, de modo a que estes produzam menos emissões de GEE, levou a que no período 1990-2009 os gases com efeito de estufa tenham decrescido a um ritmo médio de 1,3%, (Figura 5) verificando-se uma estabilização das emissões. (APA, 2011)

Figura 5 – Principais emissões de GEE (CO₂, CH₄ e N₂O) e compromisso para o período 2008-2012



Fonte: (APA, 2011)

Portugal consome ainda cerca de 78% da sua energia primária sob a forma de combustíveis fósseis dos quais o petróleo merece especial destaque, representando um consumo de 42% no ano 1998 mas com um crescimento projetado de 38% para o ano de 2030 (CE, 2001(a)). Esta evidência faz com que Portugal seja o sexto país da União Europeia com maior dependência energética externa, o que condiciona a economia do país e as empresas no que diz respeito às oscilações do preço do petróleo (APA, 2011).

2.2. Inovação e Tecnologia no Ambiente

Os produtos utilizados são fatores essenciais e influenciam a gestão ambiental das empresas. As empresas com maior interesse e dedicação à inovação em matéria ambiental têm uma presença assinalada nos mercados em que existe uma procura de produtos limpos e que resultam de processos eficientes, provocando assim um menor impacto no ambiente devido às tecnologias utilizadas (Porter e Linde, 1995).

O desempenho dos produtos verdes e a inovação de processos eficientes está correlacionada positivamente com a vantagem das empresas, definindo assim estratégias competitivas que não deixam de estar dependentes da regulamentação e normas em vigor (Chen *et al.*, 2006).

A propulsão elétrica é uma forma fundamental na diminuição da poluição do ar, emissão de gases de efeito de estufa e reduz bastante a quantidade de petróleo utilizado o que faz dos veículos elétricos um meio essencial para um futuro menos poluído (Sperling, 1995).

2.3. Renting

A criação de instituições não monetárias, como as empresas de leasing e renting surgiram nos EUA. Foi durante a primeira década do século XIX que o renting foi visto como um negócio auspicioso (Pinheiro, 2009). Em Portugal foi na década de 50 que

despoletou o aluguer de veículos, devido principalmente ao aumento da procura turística, e à forma das empresas encontrarem formatos de financiamento mais adequadas pois as empresas até finais da década de 80, encontravam-se num mercado completamente fechado a nível do seu financiamento, o que não lhes permitia alargar os seus horizontes. Foi neste contexto que no ano de 1979 se legislou esta matéria em Portugal e que no ano de 1982 surgiu a primeira empresa de leasing (Rodrigues, 1987). Em Portugal existe a ALF – Associação Portuguesa de Leasing e Factoring⁸ que surgiu em 2005, na altura com a designação de Associação Portuguesa de Leasing, Factoring e Renting. A associação conta com 36 associadas, representando quase a totalidade das empresas que exercem atividades de Leasing, Factoring e Renting em Portugal.

O leasing é um contrato financeiro estabelecido entre uma entidade financeira e um arrendatário através do qual o bem passará a ser propriedade do cliente, no final do período contratual, por um preço mínimo acordado. O leasing pode distinguir-se entre financeiro ou operacional se no âmbito da locação financeira se transfere todos os riscos e vantagens inerentes á posse de um ativo, caso assim não seja trata-se de uma locação operacional (Rodrigues, 2009). O renting não se trata de um contrato de locação mas de um aluguer a médio ou longo prazo que pode abranger serviços como a manutenção, instalação e seguros dos bens alugados. O renting consiste no “uso de bens, por prazo variável, segundo um contrato prévio, mediante o pagamento de uma taxa de utilização, sendo da conta do proprietário a conservação do objeto alugado, podendo este proporcionar em certos casos os meios humanos necessários para a exploração, cujos encargos estão normalmente incluídas na taxa de aluguer” (Vidal Branco,1977)⁹. As empresas podem oferecer aos clientes duas formas diferentes de participação no

⁸ <http://www.alf.pt/index2.html>, consultado em 03-08-2013

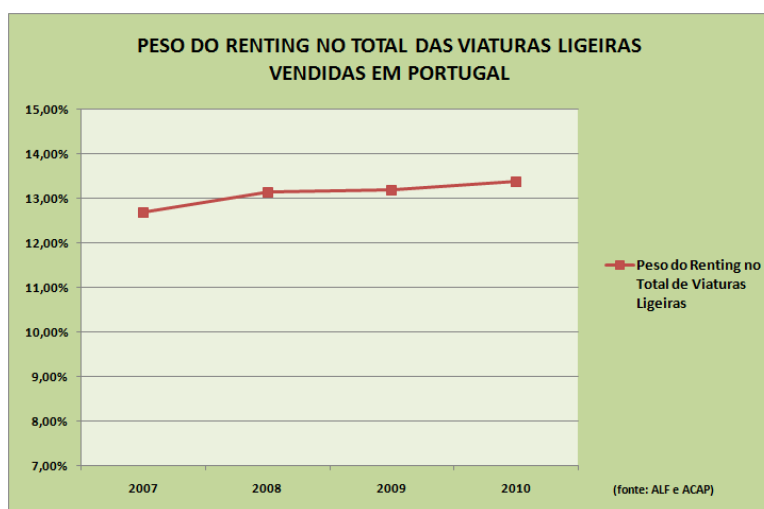
⁹ Autor original cita autor onde leu: Branco, C. V., El leasing – Una inovacion in la técnica de la financiación, 1977.

contrato de renting que vão realizar: cálculo aberto ou cálculo fechado. No cálculo aberto o cliente participa na redução contínua dos custos com a gestão da sua frota, ou seja no caso de, no final do período, haver um saldo positivo, este é devolvido ao cliente; no caso contrário é assumido o saldo negativo. Na forma de cálculo fechado as empresas que pretendem ter menos participação na gestão da sua frota podem optar por esta solução retirando os benefícios duma gestão profissional.¹⁰

A LeasePlan, a Locarent, a ALD Automotive, a Arval e a Finlog são as empresas com mais veículos nas frotas de renting disponíveis em Portugal possuindo cerca 107 mil veículos para um total de aproximadamente 118 mil, ou seja, cerca de 90% do mercado em Portugal. (Figura 7)

Em Portugal o renting tem sofrido uma evolução positiva nos últimos anos, embora não muito significativa. O desenvolvimento tem sido sempre positivo, representando no ano de 2007 cerca de 12,7% do total de viaturas ligeiras vendidas em Portugal e no ano de 2010 cerca de 13,4%. O saldo da frota tem aumentado consistentemente, registando uma subida de 22%, do ano de 2007 até 2010. (Figura 6)

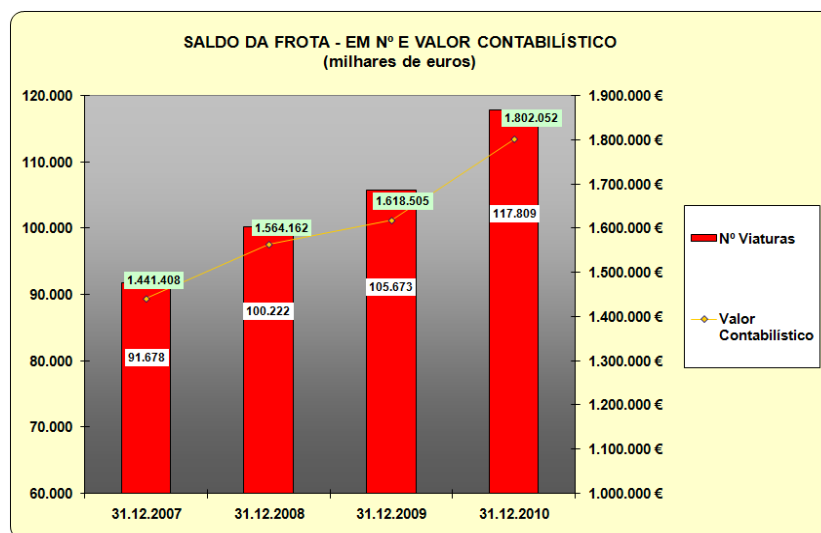
Figura 6 – Peso do Renting no total das viaturas ligeiras vendidas em Portugal



Fonte: ALF

¹⁰ www.leaseplan.pt, consultado em 03-08-2013

Figura 7 – Saldo da Frota – em nº e valor contabilístico (milhares de €)



Fonte: ALF

2.4. A Energia e o Renting

De acordo com o Livro Verde (CE, 2001(a)), a desordem fiscal que caracteriza o domínio da energia é muitas vezes contrária aos objetivos das políticas de transportes e de ambiente. A regra da unanimidade, continua a referida obra, cria entrave a uma verdadeira aproximação dos regimes fiscais nacionais sobre a energia, não é realista que possam ser rapidamente aplicados impostos comunitários, como os que incidem sobre as emissões poluentes ou o dióxido de carbono. Todas as tentativas neste sentido fracassaram até agora.

Nos EUA existe um organismo responsável por legislar e controlar a qualidade do ar na Califórnia, o CARB (*California Air Resources Board*). No ano de 1970 com a realização do *Federal Clean Air* foi reconhecido graves problemas na qualidade do ar no Estado da Califórnia o que levou à definição de medidas rigorosas para cumprir. No ano de 1990, o CARB criou para este Estado o programa *zero-emissions vehicle* (ZEV) com o objetivo de estimular o desenvolvimento de veículos elétricos proporcionando desta forma um desenvolvimento no que diz respeito à indústria automóvel. O CARB

tem uma parceria com o *American Rental Association* (ARA) desde o ano de 2010, de forma a analisar e desenvolver novas leis regulando a qualidade do ar e a indústria das empresas de renting para melhorar assim este problema e criar vantagens competitivas às empresas.¹¹

Os transportes e as suas tecnologias são instrumentos que servem para cumprir sonhos dos utilizadores mas que com o seu uso e massificação trazem cada vez mais pesadelos para o ambiente. O pensamento do futuro dos transportes tem duas visões que passam pelas tecnologias nos transportes e pelas alterações sociais e culturais dos consumidores. As tecnologias nos transportes que são desenvolvidas com vista à minimização dos impactos no ambiente são fulcrais numa indústria que tanto contribui para um impacto negativo no ambiente. Segundo Hoogma, os benefícios que as tecnologias nos transportes têm trazido superam os custos das mesmas (Hoogma, 2002). A aposta na Investigação e Desenvolvimento (I&D) é essencial na resolução dos problemas dos transportes, no entanto, existe o problema com o qual os que apostam em I&D nesta área se deparam, que são as possíveis falhas de investigação e o seu custo.

Quanto à inserção das tecnologias no setor dos transportes, e tal como em todos os setores, o facto de serem muito dispendiosas e necessitarem de tecnologias complementares, dificulta a sua introdução uma vez que os consumidores sentem o seu elevado custo relativamente aos outros automóveis. Apesar disto, não significa que cada vez mais aumentem as apostas de I&D com o objetivo de melhorar e descobrir mais e melhor as tecnologias que causem um aumento da satisfação dos clientes das empresas. Outra condição que o futuro dos transportes incita é às alterações sociais e culturais como forma de desenvolver novos padrões de mobilidade através de formações na

¹¹ <http://www.drivingfutures.com/>, consultado em 04-08-2012

sociedade e mecanismos políticos, tais como mecanismos de preços, quotas de mobilidade e alterações na legislação.

A promoção da sustentabilidade através de alterações sociais e culturais não pode ter um enfoque exclusivamente individual, mas também através de iniciativas políticas públicas. As políticas públicas são importantes na construção de comportamentos de consumo sustentáveis uma vez que muitas das barreiras estão enraizadas nas políticas públicas ou na falta dela. Existem medidas como, por exemplo, as mudanças na disponibilidade e qualidade do transporte público, a acessibilidade de produtos sustentáveis e habitação, o desenvolvimento de sistemas de rotulagem do produto apropriado, que dependem das políticas públicas (Thogersen, 2005).

A nível individual existe uma inconsistência entre as atitudes e os comportamentos dos consumidores relativamente à sustentabilidade e neste sentido é necessário educar e inferir mudanças comportamentais adequadas, transmitindo informação acerca dos problemas e diversos procedimentos que ensinam formas de adaptar o nosso consumo e estilo de vida (Thogersen, 2005; Lopes, 2010).

Uma das contribuições que nas últimas décadas tem surgido como alternativa ao tradicional e individual padrão de mobilidade é a partilha de automóveis (Truffer, 2003). A partilha organizada de carros é uma forma de acesso aos meios de transporte e ao transporte individual organizado numa nova forma de perceção do custo e a forma como as pessoas organizam as suas atividades, o que levou a que muitos consumidores optassem por um regime de transportes mais sustentável. A promoção de carros partilhados surgiu na Suíça no ano de 1980 e tem vindo a sofrer grande impulso tanto na Suíça como no resto da Europa (Hoogma, 2002). A imagem inicial da partilha de carro foi associada a uma atitude de despreendimento da posse de carro, no entanto, o mercado tem-se expandido o que vem ajudar a reduzir o impacto sobre o ambiente

aliviando e diminuindo as emissões *per capita*. Existem também outras formas de desenvolvimento do conceito de partilha de carro, por exemplo na Alemanha onde um grupo de particulares aluga o seu carro privado quando dele não necessitam (Loose *et al.*, 2006). Assim os particulares tiveram um papel decisivo no desenvolvimento e na transformação de padrões de mobilidade mais sustentáveis (Truffer, 2003).

2.5. Sustentabilidade

O mundo depara-se com três grandes desafios que estão presentes na nossa sociedade: o crescimento económico, a promoção da equidade social e assegurar a sustentabilidade¹² dos sistemas naturais (Keating, 1993). Para isso as empresas podem seguir diferentes estratégias para alcançar a sustentabilidade, tal como, optar pela gestão de produtos, prevenção da poluição ou optar pelas tecnologias limpas (Hart, 1997).

Para atingir os seus objetivos as empresas têm de olhar a um conjunto de aspetos, nomeadamente, para uma linha de “*triple-bottom*” olhando os aspetos económicos, sociais e ecológicos (Dyllick e Hockerts, 2002).

Nas últimas décadas, todo o mundo, vem a assistir a um enorme crescimento da população automóvel. Se no ano de 1950 a população automóvel representava cerca de 50 milhões de veículos, no ano de 1994 o valor foi superior em 12 vezes relativamente ao valor registado em 1950 e prevendo-se que no ano de 2050 a população represente 3000 milhões de veículos (Sperling, 1995).

O futuro traz-nos a cada dia várias condições essenciais para que a sustentabilidade seja uma realidade nomeadamente diversificar e aumentar os veículos e tecnologias de energia, promoção de legislação adequada com a realidade por parte dos responsáveis

¹² Sustentabilidade- é o desenvolvimento global dentro do qual uma satisfação contínua das necessidades humanas constitui o objetivo final. (Brundtland, 1987)

governamentais, tal como, os incentivos para desenvolver novas tecnologias e a indústria, respeitando sempre as opções dos consumidores.

A sustentabilidade corporativa trata das necessidades das partes interessadas das empresas, desde os acionistas, empregados e clientes, sem comprometer a sua capacidade de satisfazer as necessidades de todas as partes interessadas no futuro.

Welford, (1997) e Desimeone e Popoff, (1997) referem que a eco-eficiência pode ser o “princípio norteador” nos negócios para o desenvolvimento. A eco-eficiência obtém-se aquando da entrega de mercadorias a preços competitivos e serviços que satisfazem as necessidades humanas enquanto reduzem os impactos ecológicos e pressão sobre os recursos naturais no nosso planeta.

III. METODOLOGIA

A metodologia adotada constitui uma metodologia qualitativa, com o objetivo de traduzir as práticas reais utilizadas pelas empresas de renting automóvel de forma a analisar as experiências face aos factos em estudo. Posteriormente, apresentou-se o modo como foi realizada a investigação para responder às questões levantadas nesta dissertação.

O sector rodoviário, como se viu anteriormente, é um sector problemático na quantidade de emissões, dada a sua elevada cota no total de emissões a nível nacional.

Para reunir informações sobre as práticas, ideias e intenções das empresas de renting no mercado português, foi elaborado um questionário composto por 10 questões qualitativas (Anexo I - Questionário). O Questionário foi acompanhado, para enquadramento e construção do questionário, do caso de uma empresa (Anexo II –

Estudo de caso), sediada nos EUA que utiliza diversas alternativas de transporte para uma consciencialização dos problemas ambientais associados aos meios de transportes.

Numa primeira fase o questionário permite avaliar a importância que está a ser direcionada por estas empresas para os aspetos ambientais, tentar perceber quais as principais dificuldades na implementação de decisões benéficas para o ambiente e conhecer quais as medidas que estão a ser tomadas. Dada a natureza das questões, o questionário foi distribuído e respondido pelos responsáveis pela gestão das empresas de renting em Portugal (Diretor: Geral, Marketing e/ou Produto), garantindo a sua confidencialidade. A amostra resume-se a 13 empresas em que foram obtidas 5 respostas através do envio dos questionários por correio eletrónico para as empresas.

Os inquiridos foram solicitados a selecionar, na maioria das questões, entre as medidas apresentadas a sua opinião através da escolha de itens relacionados com o maior ou menor impacto das medidas apresentadas nas questões, nas suas empresas.

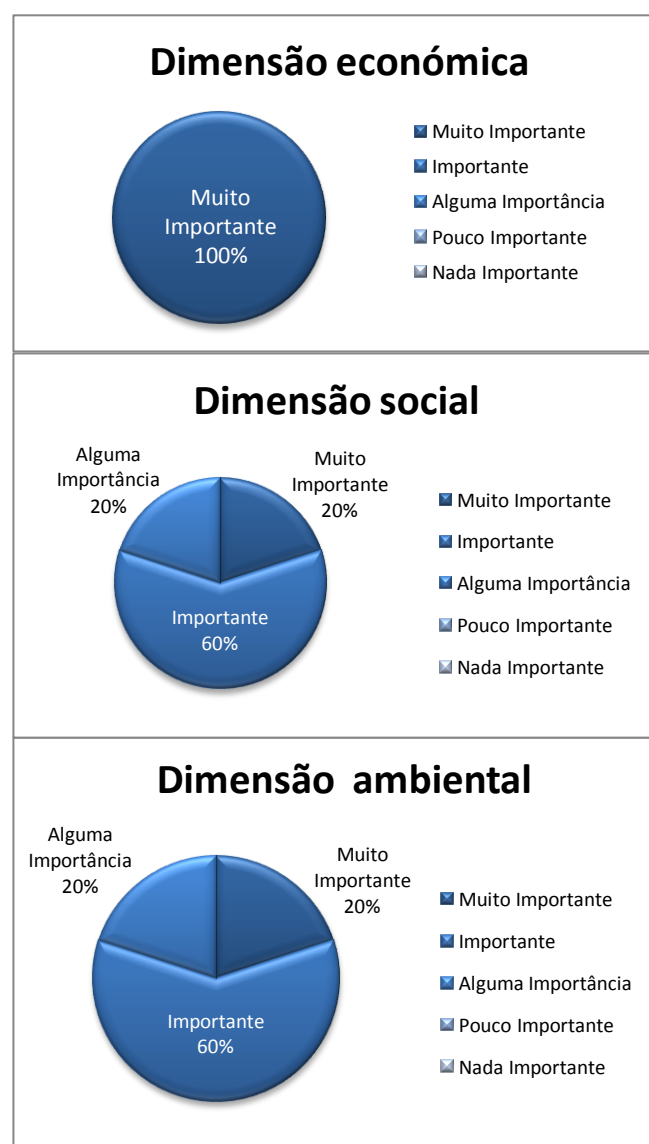
IV. RESULTADOS

Em Portugal, o renting ainda é um meio de financiamento em desenvolvimento junto das empresas. A forma como as empresas de renting automóvel estão a direccionar o seu modelo de negócio, os esforços e as preocupações são fontes de interesse para melhor analisar o futuro do renting e mais especificamente perceber qual o impacto que as medidas implementadas irão causar na sustentabilidade ambiental.

✓ **Nível de importância da questão da sustentabilidade das empresas:**

Figura 8 – Nível de importância das diversas dimensões

A dimensão económica das empresas é o fator essencial que leva as empresas a apostarem na sustentabilidade, como se pode verificar na Figura 8. A dimensão social, tal como a dimensão ambiental distribuem o grau de importância da mesma forma. Sendo que 20% das empresas atribuem alguma importância a estas dimensões, 60% revelam das empresas indicam que a dimensão social e ambiental são importantes e os restantes 20% consideram estas dimensões de muito importantes no seio empresarial das mesmas. Sendo assim, pode-se concluir que a dimensão económica é para as empresas de renting a principal preocupação/critério que influencia

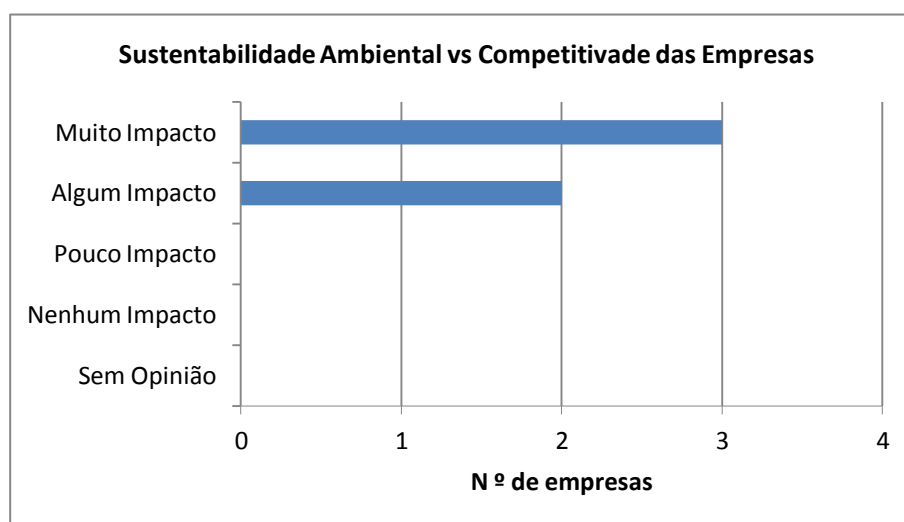


Fonte: Elaboração Própria

as decisões das empresas aquando de questões relacionados com a sustentabilidade das mesmas. A dimensão social e ambiental segundo o inquérito não deixam de ser importantes para as empresas, no entanto não são o principal ponderador nas estratégias empresariais.

✓ **Impacto que pode vir a ter a sustentabilidade, e de um modo geral as questões ambientais, na competitividade das empresas do setor de renting:**

Figura 9 – Impacto que a sustentabilidade Ambiental pode vir a ter na competitividade das empresas

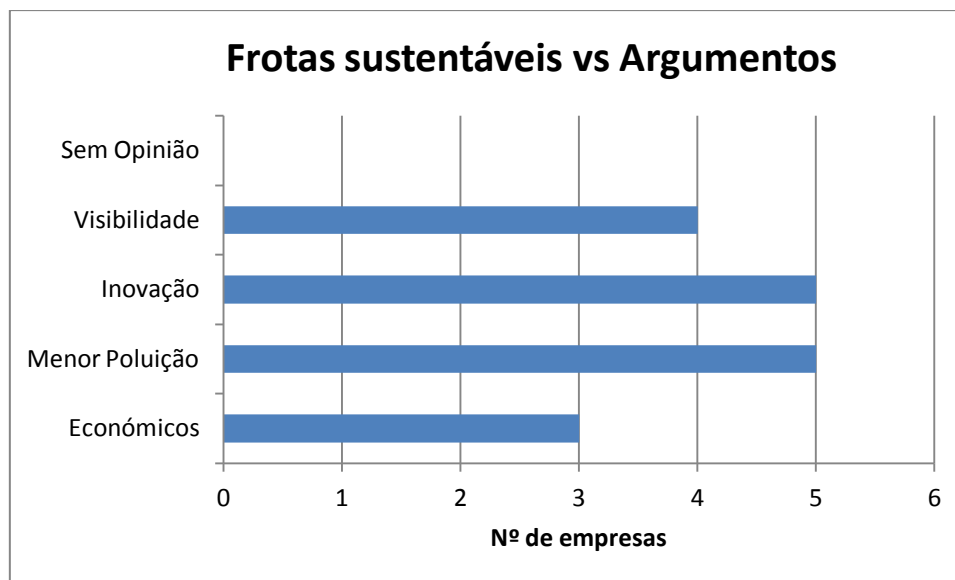


Fonte: Elaboração Própria

A sustentabilidade e as questões ambientais podem ser fatores com influência na competitividade das empresas de renting. Verifica-se, na Figura 9, que 60 % das empresas consideraram que a sustentabilidade ambiental tem muito impacto na sua competitividade junto do mercado concorrencial. Ainda assim 40% das empresas pensam que esta medida apenas pode ter algum impacto, o que pode significar a atenção principal direcionada para outros fatores na definição de estratégias competitivas no negócio de renting.

- ✓ **Argumentos que podem ser invocados por uma empresa de renting para promover o aluguer de frotas sustentáveis:**

Figura 10 – Argumentos utilizados pelas empresas de renting para promover o aluguer de frotas sustentáveis

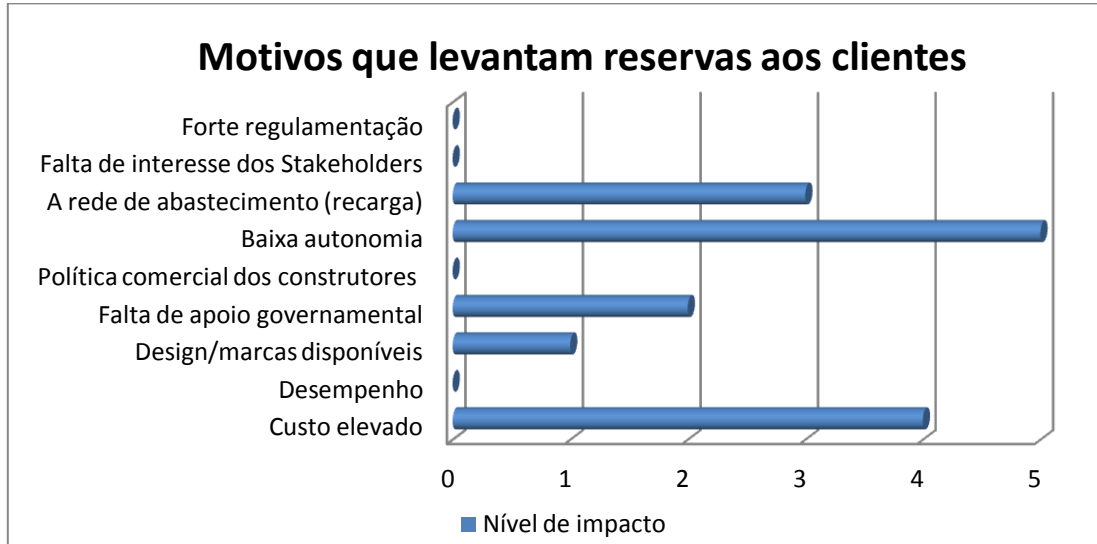


Fonte: Elaboração Própria

De um grupo de possíveis critérios e fatores que levariam os consumidores a optar por uma frota sustentável foram obtidos os seguintes resultados (Figura 10): Segundo as empresas os critérios que podem suscitar maior interesse no aluguer de uma frota sustentável são o facto de estes automóveis serem inovadores e serem menos poluidores. Segue-se a visibilidade que gera junto da sociedade o facto de a empresa possuir uma frota de automóveis sustentável e por últimos os fatores económicos que se tornariam em benefícios financeiros para os consumidores.

- ✓ O principal motivo que levanta reservas aos clientes no aluguer de automóveis limpos:

Figura 11 – Motivos que levantam reservas aos clientes no aluguer de automóveis limpos

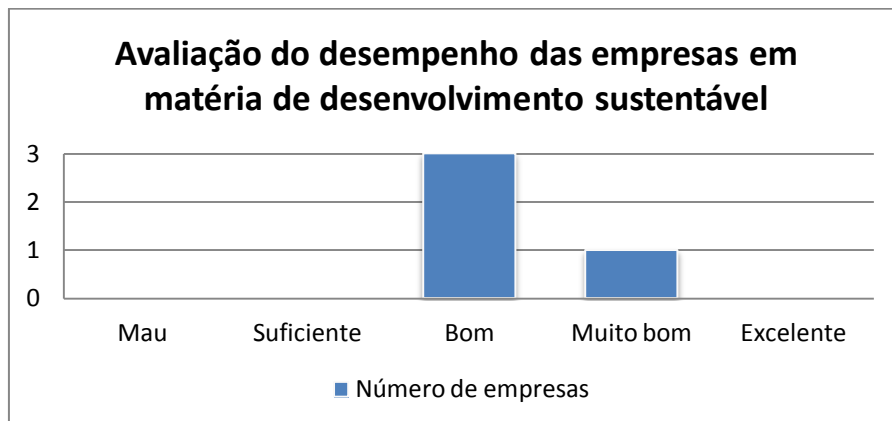


Fonte: Elaboração Própria

Segundo as empresas de renting os motivos que levantam mais reservas aos clientes fazendo-os mais reticentes para a aquisição destes veículos são: a baixa autonomia destes veículos, o seu elevado custo e ainda a preocupação relativamente á forma e rede de abastecimento dos automóveis. (Figura 11)

- ✓ Avaliação do desempenho das empresas em matéria de desenvolvimento sustentável:

Figura 12 – Desempenho das empresas em matéria de desenvolvimento sustentável

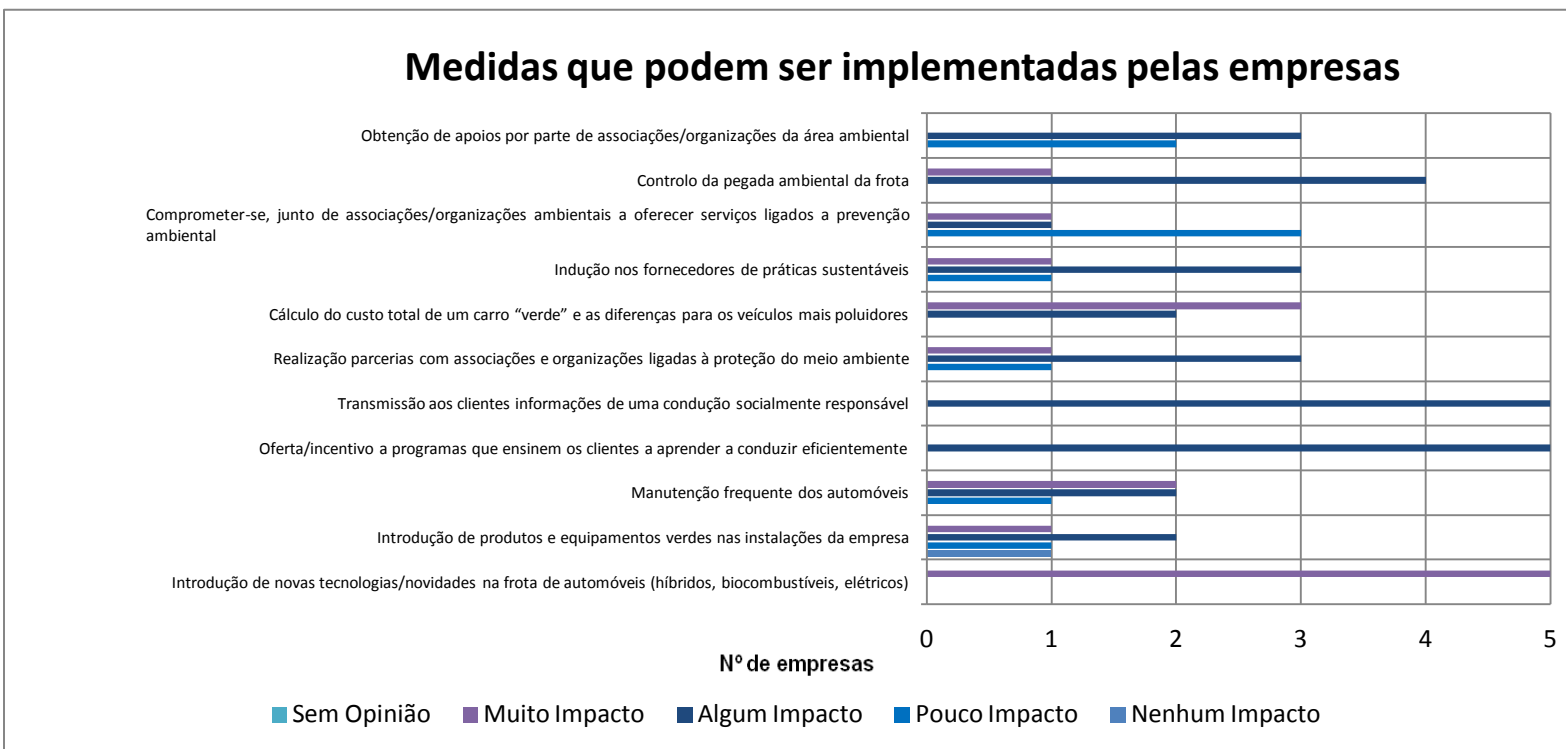


Fonte: Elaboração Própria

As empresas de renting, na sua maioria, autoavaliam-se como tendo um bom desempenho em matéria de desenvolvimento sustentável (Figura 12). Desta forma vê-se que as empresas consideram estar ter um desempenho razoável mas que ainda têm espaço nesta matéria para evoluir nomeadamente nas questões de inovação de produtos e adoção de novos serviços que permitam diminuir os impactos negativos no ambiente, embora as empresas considerem que têm desenvolvido algum trabalho neste sentido nomeadamente na disponibilização em maior números de locais os produtos e serviços, aquisição de produtos inovadores e mais limpos e na criação de serviços que permitam aos clientes participar na redução das emissões como é o sistema de partilha de automóveis.

✓ **Quais as medidas que poderão ser implementadas pelas empresas, no que respeita ao impacto que podem ter na sustentabilidade:**

Figura 13 – Medidas que poderão ser implementadas pelas empresas



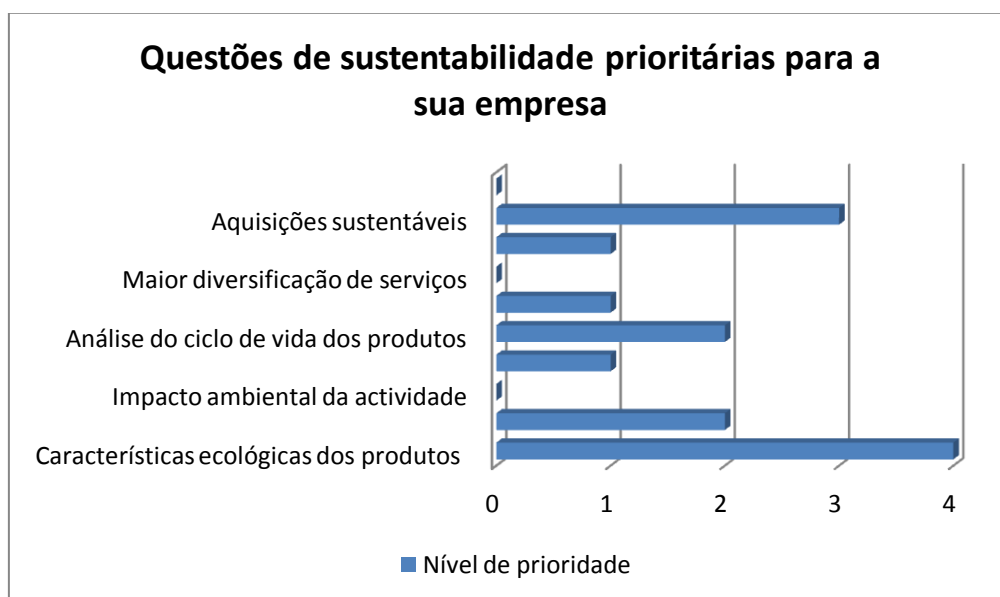
Fonte: Elaboração Própria

As medidas que ditam muito impacto para as empresas aquando da aquisição de veículos limpos foram a introdução de novas tecnologias/novidades na frota de automóveis, seguindo-se os custos totais que podem resultar na aquisição de um carro “verde” relativamente aos veículos mais poluidores e ainda da manutenção frequente dos automóveis. (Figura 13)

As principais medidas que foram consideradas como terão algum impacto são: oferta/incentivo a programas que ensinem os clientes a aprender a conduzir eficientemente e transmissão aos clientes informações de uma condução socialmente responsável. Consideradas como medidas que têm pouco impacto foram escolhidos: comprometer-se, junto de associações/organizações ambientais a oferecer serviços ligados à prevenção ambiental e a obtenção de apoios por parte de associações/organizações da área ambiental. Como não tendo nenhum impacto apenas foi considerado o critério de introdução de produtos e equipamentos verdes nas instalações da empresa revelado por apenas uma empresa.

✓ **Questões de sustentabilidade que devem ser prioritárias para as empresas:**

Figura 14 – Questões de sustentabilidade que devem ser prioritárias para as empresas



Fonte: Elaboração Própria

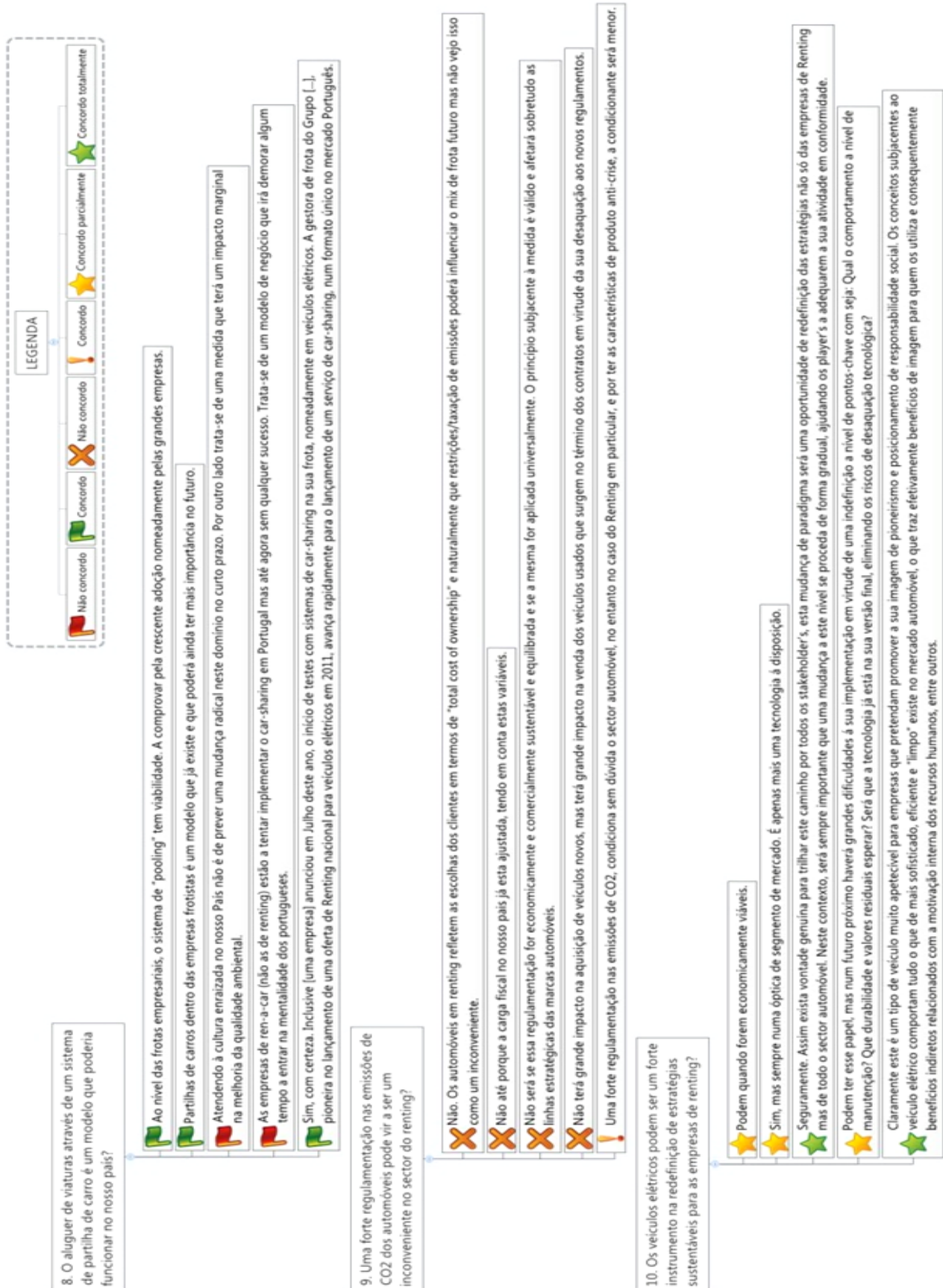
Para os responsáveis das empresas que fizeram parte integrante deste estudo, as questões prioritárias para as suas empresas em matéria de sustentabilidade prendem-se com a aquisição de produtos com características sustentáveis, a minimização do consumo de recursos, e ainda se estão atentos ao ciclo de vida dos produtos e á necessidade de inovação/renovação da frota (Figura 14).

No questionário foi ainda pedido que respondessem a 3 questões de resposta aberta:

- ✓ O aluguer de viaturas através de um sistema de partilha de carro é um modelo que poderia funcionar no nosso país?
- ✓ Uma forte regulamentação nas emissões de CO2 dos automóveis pode vir a ser um inconveniente no sector do renting?
- ✓ Os veículos elétricos podem ser um forte instrumento na redefinição de estratégias sustentáveis para as empresas de renting?

De seguida, será apresentado o quadro resumo das respostas das empresas de renting às questões supra citadas (Figura 15):

Figura 15- Mapa de respostas das empresas de renting



Fonte: Elaboração Própria

A questão acerca do funcionamento, no nosso país, de um sistema de partilha de carro (Questão 8) teve duas respostas que resumem a opinião das empresas de renting acerca deste assunto. Cerca de 60% das empresas dizem que este modelo já existe em Portugal e o facto de as empresas estarem a apostar neste tipo de negócio acreditam que ele será inserido com sucesso na sociedade portuguesa. Por outro lado algumas empresas são da opinião que pela cultura do nosso país é um modelo que levará algum tempo a entrar na sociedade portuguesa.

Relativamente ao tema da regulamentação nas emissões de CO₂ dos automóveis e à conveniência que isso poderia trazer para as empresas de renting, obteve-se um consenso geral (Questão 9). A regulamentação nesta área não é para as empresas um inconveniente, uma vez que segundo estas, esta medida a ser aplicada pode afetar as linhas estratégicas das marcas de automóveis e não estas empresas; ou que essa regulamentação não é um inconveniente porque essa regulamentação trará benefícios ou porque pensam já estar ajustada no nosso país. De realçar que, se pensa que ainda que haja regulamentação essa terá um maior impacto nos veículos usados que terminam contratos e ao serem renovados é necessário ajustar alguns pormenores.

Os veículos elétricos são uma forma de mobilidade em que está depositada grande esperança naquilo que são os veículos limpos do futuro. As empresas de renting pensam que os veículos elétricos são mais um instrumento que está à disposição do mercado, no entanto são apresentadas algumas reservas como são a sua viabilidade económica, vontade dos stakeholders, evolução tecnológica nesta área e também questões mais técnicas como a manutenção e a durabilidade destes veículos (Questão 10).

V. CONCLUSÃO

As questões ambientais são uma realidade com que o mundo se depara cada vez mais e as empresas como contribuintes para a criação de muitas destas preocupações são importantes como promotoras das alterações que levam a prevenir graves alterações ambientais. Desta forma, as empresas de renting têm um contributo especial por serem prestadores de serviços que através dos automóveis emitem muitos gases poluentes para a atmosfera.

Neste estudo observa-se que as empresas de renting presentes em Portugal estão conscientes e são conhecedoras das preocupações ambientais. Perante os desafios ambientais elas são conhecedoras das novas tecnologias e métodos de prestação de serviço que permitem estar em conformidade com as necessidades e inquietações dos consumidores. No entanto, e como principal resultado, denota-se alguma desconfiança das empresas na adesão dos consumidores às novas tecnologias de veículos que permitem minimizar as alterações climáticas, e que segundo o inquérito estas julgam dever-se aos custos totais dos automóveis limpos relativamente aos automóveis mais poluidores, e também devido às novas tecnologias introduzidas nas frotas de automóveis.

É perceptível que as empresas estão a desenvolver ações sustentáveis que permitam atingir objetivos sustentáveis sem desprezar a dimensão económica que, como se pode concluir, é a principal preocupação das empresas. Verifica-se que algumas das medidas que as empresas de renting mais têm adotado passam pelo aumento de frotas, de forma a disponibilizar recursos mais limpos e para situações em que seja indispensável a utilização de automóveis. Outros motivos para o aumento de frotas passam pela inovação e atualização de produtos que renovam a frota de forma a torná-la amiga do

ambiente e ainda nos serviços que as empresas já disponibilizam como forma de ajudar e participar diversas formas de deslocação dos clientes, nomeadamente em serviços como os de partilha de automóvel o que lhes permite reduzir custos com soluções adaptadas que contribuem positivamente para o ambiente.

A regulamentação que poderá surgir neste sector não é para estas empresas motivo de grande preocupação uma vez que segundo estas, em Portugal, o sector já está ajustado à legislação e caso surjam leis nesta área, em função das alterações ambientais, estas deverão ocorrer junto das marcas de automóveis.

As empresas acreditam que os esforços efetuados ao serem tomadas decisões e adotadas estratégias amigas do ambiente, são reconhecidas pelos clientes e desta forma acreditam que a sustentabilidade ambiental tem um forte impacto no que diz respeito à competitividade das empresas neste sector. Como linhas de orientação na gestão destas empresas a sustentabilidade pode vir a ser um fator evidente na promoção da sustentabilidade ambiental recorrendo a medidas as empresas dizem ser importantes na sua dimensão empresarial. Desta forma, conclui-se que este sector se encontra ativo no que diz respeito à procura de soluções e estratégias sustentáveis que levem a que as empresas sejam financeiramente viáveis e amigas do ambiente.

Este trabalho contribuiu para fazer um levantamento de intenções e estratégias futuras das empresas de renting. Desta forma percebeu-se de que forma estas empresas encaram o futuro e os desafios que se lhes colocam, tentando alcançar a sustentabilidade das mesmas mediante os desafios ambientais colocados à sociedade.

Na realização deste trabalho foram sentidas limitações nomeadamente ao nível da colaboração das empresas de renting neste estudo e na obtenção de dados do renting em Portugal.

Para futuros estudos, sugere-se uma análise desta temática noutros sectores de atividade, nomeadamente nos sectores de atividade que também contribuem muito para o ambiente com altas emissões de gases poluentes (energia, indústria ou agricultura). Este estudo pode ainda ser melhorado através do estudo/acompanhamento de outros intervenientes como são os stakeholders, fornecedores e os consumidores. Com base nos resultados desta dissertação seria interessante conhecer a opinião e quais os planos/estratégias que a ALF tem para tornar o futuro deste sector sustentável.

VI. BIBLIOGRAFIA

Antunes, P., Santos, R., Lobo, G. (2003). Estudo sobre o Sector Eléctrico e Ambiente - 4º Relatório. Estratégias Ambientais das Empresas do Sector Eléctrico. Centro de Economia Ecológica e Gestão do Ambiente – Departamento de Ciências e Engenharia do Ambiente – Faculdade de Ciências e Tecnologia / Universidade Nova de Lisboa, Entidade Reguladora do Sector Eléctrico, Lisboa.

Agência Portuguesa do Ambiente (APA), (2011), Relatório do Estado o Ambiente, Ministério da Agricultura, do Mar, do Ambiente e do Ordenamento do Território, Dezembro 2011.

Disponível em: <http://sniamb.apambiente.pt/docs/REA/rea2011.pdf>

Agência Portuguesa do Ambiente (APA), (2012), Relatório do Estado o Ambiente, Ministério da Agricultura, do Mar, do Ambiente e do Ordenamento do Território, Outubro 2012.

Disponível em: <http://sniamb.apambiente.pt/docs/REA/rea2012.pdf>

Berens, G., Van Riel, C. B. M., & Van Bruggen, G. H. (2005). Corporate associations and consumer product responses: The moderating role of corporate brand dominance. *Journal of Marketing* 69, 35–48.

Branco, C. V., (1977). El leasing – Una inovacion in la técnica de la financiación.

Brown, T. J., Dacin, P. A., (1997). The company and the product: Consumer associations and consumer product responses. *Journal of Marketing* 68, 68–84.

Brundtland, G. H., (1987). Our Common Future. World Commission on Environment and Development. Oxford University Press, Oxford.

Chen, YS., Lai, SB., Wen, CT., (2006). The influence of green innovation performance on corporate advantage in Taiwan. *Journal of Business Ethics* 67 (4), 331–339.

Comissão Europeia (CE), (2001a), *Livro Verde: Para uma Estratégia Europeia de Segurança do Aproveitamento Energético*, Serviço das Comunidades das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias - COM (2000) 769, Luxemburgo.

Disponível em: http://www4.fe.uc.pt/mapsd/selecao-20green-20book-20pubfinal_pt.pdf

Comissão Europeia (CE), (2001b), *Livro Verde - Promover um Quadro Europeu para a Responsabilidade Social das Empresas*, Comissão das Comunidades Europeias - COM (2001) 366, Bruxelas. Disponível em:

http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2001/com2001_0366pt01.pdf

Comissão Europeia (CE), (2011), *Energy, transport and environment indicators*, Eurostat.

DeSimeone, L., Popoff F., (1997). *Eco-Efficiency: the Business, Link to Sustainable Development*. MIT Press: Cambridge, 47.

Dyllick, T., Hockerts K., (2002). *Beyond the business case for corporate sustainability. Business Strategy and the Environment* 11, 130–141.

European Environment Agency, (2000). *Europe's Environment – The Dobris Assessment*. Copenhagen.

EPA, (2001), *Our Built and Natural Environments: A Technical review of the interactions between land use, transportation and environmental quality (EPA 231-R-01–002)*. Washington.

Ernst, A., Horn, M., Krishnamoorthy, M., Kilby, P., Degenhardt, P., Moran, M., (2007). *Static and Dynamic Order Scheduling for Recreational Rental Vehicles at Tourism Holdings Limited. Interfaces* 37 (4), 334–341.

Hart, S., (1997). *Beyond Greening: Strategies for a Sustainable World. Harvard Business Review*, 66–76.

Hoogma, R., Schot, J., Kemp, R., Truffer, B., (2002). *Experimenting for Sustainable Transport. The Approach of Strategic Niche Management*, London: Spon Press.

IPCC, (2011). *Renewable Energy Sources and Climate Change Mitigation - Special Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. EUA: Cambridge University Press.

Disponível em: http://www.ipcc.ch/pdf/special-reports/srren/SRREN_FD_SPM_final.pdf

Keating, M., (1993). *The Earth Summit's Agenda for Change*, 1ª Ed. Geneva: Centre for Our Common Future.

Loose, W., Mohr, M., Nobis, C., (2006). Assessment of the Future Development of Car Sharing in Germany and Related Opportunities. *Transport Reviews* 26 (3), 365–382.

Lopes, B., (2005). *Apreciação do Estado de Consciencialização Ecológica: Um Estudo de Marketing Ambiental na Cidade de Coimbra*, Dissertação para a obtenção do Grau de Mestre, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Coimbra.

Lopes, U., Tenório, R., (2010). *Gestão da sustentabilidade dinâmica: Inter-relação entre a atividade Económica, Sociedade e Ambiente*, colecção: A dinâmica nas Ciências Económicas e Empresariais: contributos para uma visão abrangente. Escolar Editora.

Pinheiro, A.. Rent-a-Car. *Cogitur, Journal of Tourism Studies*, América do Norte, 2, Jul. 2009. Disponível em: <http://revistas.ulusofona.pt/index.php/jts/article/view/541>.

Porter, M. E., Linde, C., (1995). Green and competitive: Ending the Stalemate. *Harvard Business Review* 73 (5), 120–134.

Rodrigues, João (2009), “Sistema de Normalização Contabilística Explicado”, Porto Editora.

Rodrigues, M., T., Martinho, R.L., (1987). *Leasing: Uma opção de financiamento*, 1ª Ed. Lisboa: Texto Editora.

Sperling, D., (1995). *Future Drive: Electric Vehicles And Sustainable Transportation*. 1ª Ed. EUA: Island Press.

Thøgersen, J., (2005). “How May Consumer Policy Empower Consumers for Sustainable Lifestyles?”. *Journal of Consumer Policy* 28 (2), 143–78.

Truffer, B., (2003). User-led Innovation Processes: the Development of Professional Car Sharing by Environmentally Concerned Citizens. *Innovation* 16 (2).

Welford, R., (1997). Hijacking Environmentalism, Corporate, Responses to Sustainable Development, 2ª Ed. London: Earthscan Publications.

Internet

www.aldautomotive.pt, consultado em 08-09-2012

www.alf.pt, consultado em 10-04-2012 e 07-05-2012

www.arval.pt, consultado em 08-09-2012

www.finlog.pt, consultado em 08-09-2012

www.leaseplan.pt, consultado em 08-09-2012 e 03-08-2013

www.locarent.pt, consultado em 08-09-2012

www.unfcc.int, consultado em 26-03-2012

www.drivingfuture.com, consultado em 04-08-2012

www.ararental.org, consultado em 04-08-2012

Casos

(CE, 2001(a)).....	15
Antunes <i>et al.</i> , 2003	5
APA, 2011	2, 8, 11, 12
APA, 2012	8
Berens <i>et al.</i> , (2005).....	6
Brown e Dacin, 1997	6
Brundtland, 1987	18
CE, 2001(b)	5, 6, 15

CE, 2011.....	9, 10
Chen <i>et al.</i> , 2006.....	12
Desimeone e Popoff, 1997	19
Dyllick e Hockerts, 2002.....	6, 18
EEA, 2000	2
Ernst <i>et al.</i> , 2007.....	3
Hart, 1997.....	18
Hoogma, 2002	16, 17
IPCC, 2007	6
IPCC, 2011	7
Keating, 1993.....	3, 18
Loose, <i>et al.</i> , 2006.....	3, 18
Lopes, 2005	5
Lopes, 2010	17
Porter e Linde, 1995.....	12
Rodrigues, 2009	13
Rodrigues, 1987	13
Sperling, 1995.....	12, 18
Thogersen, 2005	17
Truffer, 2003.....	3, 17, 18
Welford, 1997.....	19

VII. ANEXOS

Anexo I – Questionário

QUESTIONÁRIO

O presente questionário será utilizado na realização do Trabalho Final de Mestrado no Mestrado de Contabilidade, Fiscalidade e Finanças Empresariais do ISEG - UTL.

O âmbito do projeto prende-se em tentar perceber a forma com as empresas de renting podem ser promotoras da sustentabilidade.

A sua colaboração, através da resposta ao questionário na sua totalidade dará um forte contributo para o sucesso deste projeto.

O questionário é anónimo pelo que não é possível estabelecer qualquer relação entre o respondente e as respostas ao questionário.

Muito obrigada pela colaboração.

- O tempo previsto de preenchimento do questionário é de 10 minutos.
- Numa primeira fase indique os seus dados sócio-demográficos e de seguida deve responder a questões acerca do tema supra citado.

A. Dados sócio-demográficos:

1. **Cargo:** _____

2. **Anos no Cargo:** ____

3. **Volume de negócios:** _____

4. **Nº de trabalhadores:** _____

B. Responda às seguintes questões:

1. Em cada uma das seguintes dimensões atribua o nível de importância da questão da sustentabilidade das empresas. (1- Nada importante a 5 – Muito importante)

Dimensão económica	<input type="text"/>
Dimensão social	<input type="text"/>
Dimensão ambiental	<input type="text"/>

2. Que impacto pode vir a ter a sustentabilidade, e de um modo geral as questões ambientais, na competitividade das empresas do setor de renting?

Nenhum Impacto	Pouco Impacto	Algum Impacto	Muito Impacto	Sem Opinião
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Que argumentos podem ser invocados por uma empresa de renting para promover o aluguer de frotas sustentáveis?

Económicos	Menor Poluição	Inovação	Visibilidade	Sem Opinião
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Na sua opinião qual o principal motivo que levanta reservas aos clientes no aluguer de automóveis limpos? (1- Menor impacto a 5- Maior impacto)

<u>Motivos</u>			
Custo elevado	<input type="checkbox"/>	Baixa autonomia	<input type="checkbox"/>
Desempenho	<input type="checkbox"/>	A rede de abastecimento (recarga)	<input type="checkbox"/>
Design/marcas disponíveis	<input type="checkbox"/>	Falta de interesse dos Stakeholders	<input type="checkbox"/>
Falta de apoio governamental	<input type="checkbox"/>	Forte regulamentação	<input type="checkbox"/>
Política comercial dos construtores (a	<input type="checkbox"/>		

5. Como avalia o desempenho da sua empresa em matéria de desenvolvimento sustentável? (1- Mau 2- Suficiente 3- Bom 4- Muito bom 5- Excelente)

6. Classifique as medidas seguintes, que poderão ser implementadas pela empresa, no que respeita ao impacto que podem ter na sustentabilidade?

	Nenhum Impacto	Pouco Impacto	Algum Impacto	Muito Impacto	Sem Opinião
Introdução de novas tecnologias/novidades na frota de automóveis (híbridos, biocombustíveis, elétricos)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Introdução de produtos e equipamentos verdes nas instalações da empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manutenção frequente dos automóveis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oferta/incentivo a programas que ensinem os clientes a aprender a conduzir eficientemente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Transmissão aos clientes informações de uma condução socialmente responsável	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Realização parcerias com associações e organizações ligadas à proteção do meio ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cálculo do custo total de um carro “verde” e as diferenças para os veículos mais poluidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Indução nos fornecedores de práticas sustentáveis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comprometer-se, junto de associações/organizações ambientais a oferecer serviços ligados a prevenção ambiental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Controlo da pegada ambiental da frota	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Obtenção de apoios por parte de associações/organizações da área ambiental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Quais deverão ser as questões de sustentabilidade prioritárias para a sua empresa?

(Coloque por ordem de prioridade de 1 – Maior prioridade a 10- Sem prioridade)? Ou escolha os 3 mais prioritários)

Características ecológicas dos produtos (combustível, consumo)	<input type="checkbox"/>	I&D	<input type="checkbox"/>
Inovação/Renovação da frota (Bluemotion, os Ecotech osEconetics)	<input type="checkbox"/>	Maior diversificação de serviços (car-sharing; programas para empresas, turistas;)	<input type="checkbox"/>
Impacto ambiental da actividade	<input type="checkbox"/>	Sensibilização dos clientes	<input type="checkbox"/>
Certificação de Sistemas de Gestão Ambiental	<input type="checkbox"/>	Aquisições sustentáveis (veículos com baixas emissões de CO2 e veículos elétricos)	<input type="checkbox"/>
Análise do ciclo de vida dos produtos	<input type="checkbox"/>	Minimização do consumo de recursos (eficiência)	<input type="checkbox"/>

8. O aluguer de viaturas através de um sistema de partilha de carro é um modelo que poderia funcionar no nosso país?

9. Uma forte regulamentação nas emissões de CO₂ dos automóveis pode vir a ser um inconveniente no sector do renting?

10. Os veículos elétricos podem ser um forte instrumento na redefinição de estratégias sustentáveis para as empresas de renting?

Muito Obrigada, a sua colaboração foi fundamental!

Anexo II – Estudo de caso

O CASO DA ENTERPRISE HOLDINGS¹³

A *Enterprise Holdings* foi fundada em 1957, por Jack Taylor, em St. Louis, EUA, com o propósito de atuar no mercado do financiamento de veículos. Desde aí, expandiu os seus serviços pelo país e desde o ano de 1993, internacionalizou-se para o Canadá, Inglaterra, Irlanda e Alemanha.

Atualmente emprega mais de 70.000 funcionários e com mais de 1,2 milhões de automóveis ligeiros e pesados constitui a maior frota mundial de aluguer de automóveis, tendo obtido no ano de 2011 uma receita global de 14,1 mil milhões de dólares.

A *Enterprise Holdings* tem como linha orientadora na sua atividade a promoção da sustentabilidade, para isso, possui a maior frota de veículos com combustíveis mais eficientes em todo o mundo, com milhares de veículos híbridos e elétricos.

A empresa desenvolve a sua atividade nos aeroportos e também junto da população em geral. No que respeita a esta última atua numa lógica de proximidade, pelo que cerca de 6.000 dos 7.600 locais de aluguer de viaturas que possui se encontram num raio de 15 quilómetros de 90% da população dos EUA. Possui ainda uma frota de veículos pesados para satisfazer as necessidades dos particulares, empresas, turistas e dos que viajam em negócios.

Estrutura da *Enterprise Holdings*

A *Enterprise Holdings* possui 3 marcas distintas na sua atividade para responder as necessidades de cada tipo de cliente: a *Alamo Rent A Car*, a *National Rent A Car* e a *Enterprise Rent a Car*.

¹³ Este caso foi construído a partir de informação de natureza institucional recolhida nas páginas de Internet da empresa: www.enterpriseholdings.com e www.drivingfutures.com.

A ***Enterprise Rent a Car*** fornece orientação e produtos para as empresas de modo a que estas tenham altos níveis de produtividade a baixo custo. Proporciona, assim, o serviço de substituição e necessidades suplementares de transporte, serviço de venda de automóveis usados, serviço de partilha de automóveis em locais convenientes: nas faculdades e perto de centros empresariais, oferece alugueres com a duração de uma hora, um dia ou uma semana, reduzindo o número de veículos na estrada e o impacto no meio ambiente, devido à diminuição dos gases com efeito de estufa emitidos para a atmosfera.

A ***Alamo Rent A Car*** é a marca que serve as necessidades diárias dos turistas que necessitam de alugar carro nos aeroportos, oferecendo baixas taxas de aluguer com vários tipos de descontos nas reservas.

A ***National Rent A Car*** atende às necessidades diárias dos clientes que viajam em negócios e que alugam, frequentemente, veículos nos aeroportos oferecendo um serviço adequado às necessidades de tempo e tipos de automóvel que os clientes desejam.

Serviços prestados na *Enterprise Holdings*

A ***Enterprise*** possui a frota com mais soluções de transporte no mercado com serviços de aluguer de carros, *vanpooling*, partilha de carro, gestão da frota e aluguer de veículos pesados.

Com o serviço de *vanpooling*, grupos de funcionários de sete a quinze pessoas da mesma empresa, alugam automóveis que servem de deslocação diárias para a empresa, através de pagamentos mensais de baixo valor por cada utilizador. Este serviço permite diminuir bastante o número de carros nas estradas e desde logo o congestionamento, ou seja, os custos associados ao tipo de condução e o tempo das viagens nas estradas com

repercussões no consumo de combustível e nas emissões de gases poluentes dos veículos.

Desde o ano de 2006, a *Enterprise* possui uma frota de veículos “*flex fuel*” que consome gasolina e etanol ou metanol. Estes veículos trabalham com motores movidos a misturas de álcool e gasolina¹⁴, mistura de 85% de etanol ou metanol e 15% gasolina (E85), esta tecnologia tem como principal vantagem o facto de substituir os combustíveis fósseis por etanol ou metanol (energia produzida a partir de fontes renováveis).

A *Enterprise* possui uma frota de automóveis e autocarros a biodiesel, ou seja, um tipo de combustível a ser utilizado em motores a gasolina que é fabricado a partir de óleos vegetais, gorduras animais, ou gorduras da restauração reciclados. Este é um combustível biodegradável, seguro, e produz menos poluentes atmosféricos que os combustíveis derivados do petróleo. O biodiesel pode ser utilizado sozinho ou pode ser misturado com gasolina. Este tipo de combustível permite reduzir as emissões de gases de efeito estufa e melhora a eficiência combustível dos motores tradicionais. A *Enterprise* converteu mais de 70% da sua frota de autocarros, que fazem o trajeto de e para os aeroportos, para biodiesel com mais de 20% em B20 (20% de biodiesel), e cerca de 50% em 5 por cento de biodiesel (B5).

Desde o final do ano de 2010 que a empresa disponibiliza veículos elétricos em mais de 5.000 postos de estabelecimento nos EUA. A empresa começou por disponibilizar apenas um modelo eléctrico mas pretende aumentar o número de veículos eléctricos das várias marcas.

¹⁴ <http://alternativefuels.about.com/od/ethanole85/a/flexfuelvehicle.htm>

Os combustíveis alternativos são um caminho importante que a empresa segue na promoção da sustentabilidade ambiental e na satisfação dos clientes para a continuidade do negócio.

Sustentabilidade Ambiental da *Enterprise*

A empresa possui várias iniciativas no âmbito da sustentabilidade ambiental. Uma dessas iniciativas conta com a participação direta dos clientes. Estes, ao alugarem um automóvel podem optar por pagar adicionalmente \$1,25 contribuindo assim para financiar um projeto que trabalha na remoção de CO₂ da atmosfera. Esta contribuição financia este projeto até um valor de \$1.000.000.

A *Enterprise Holdings* tem interesse em identificar novas soluções no que respeita às melhores alternativas para os automóveis a gasolina. Criou, assim, em Fevereiro de 2007, a *Enterprise Institute for Renewable Fuels* (uma parceria com *Donald Danforth Plant Science Center*, um dos líderes mundiais na investigação de fontes renováveis), com o objetivo de desenvolver combustíveis a partir de fontes que se renovem, nomeadamente, biocombustíveis à base de algas que podem ser usados em veículos ligeiros e pesados e ainda em aeronaves.

A empresa possui também um protocolo de construção sustentável que contém traços definidos na construção de instalações: sistemas de redução de desperdícios de água, reciclagem da água da lavagem dos carros e iluminação eficiente. Outra forma que a empresa utiliza para manter a gestão ambiental da indústria passa por, em parceria com a Fundação *Arbor Day* e o serviço florestal dos EUA, financiar iniciativas como a plantação de árvores, preservação de florestas e parques urbanos nos EUA e nos locais onde possui estabelecimentos.