

Economía colaborativa, más allá del intercambio

El avance tecnológico ha traído consigo un modelo alternativo de consumo y, casi sin darnos cuenta, se han colado en nuestras vidas términos como carsharing, micromecenazgo, crowdfunding...

Es la economía colaborativa. Como su propio nombre indica, se trata de un modelo centrado en la colaboración y la ayuda mutua. Por eso, no es casualidad que la confianza entre las partes sea la principal moneda de cambio. Pero hay otro factor todavía más importante: el desarrollo tecnológico.

Hoy en día, los consumidores se conectan para compartir, comprar, educarse, viajar, financiarse, etc.; una tendencia que está rompiendo los paradigmas de consumo establecidos hasta la fecha, con la generación millennial como principal exponente. En el terreno de la empresa, este concepto plantea la aparición de nuevos negocios, por ejemplo en el seguro abre la puerta a nuevas oportunidades. Según un estudio de Innovación Aseguradora, MAPFRE es la aseguradora más popular entre los usuarios de carsharing. Así, aparece en un análisis entre más de 80.000 usuarios de estas plataformas.

Revolución cultural

Internet, los sistemas de geolocalización, las plataformas digitales, la aparición de una nueva generación de ciudadanos capaz de influir en su entorno a través de un click... Son solo algunos de los elementos que han contribuido a consolidar esta forma de hacer negocios, catalogada por la revista TIME como una de las diez ideas que van a cambiar el mundo.

Popularizada a comienzos del año 2000, la economía colaborativa aparece en plena crisis económica y en gran medida propiciada por ella; incluso en algunos foros este modelo se contempla como una de las soluciones para hacer frente a las dificultades económicas de los últimos años.

Pero más allá de su propio valor, la economía colaborativa ha supuesto un cambio cultural en los hábitos de consumo. Si en el pasado hablábamos de una sociedad acostumbrada a la posesión de bienes, ahora evoluciona hacia un nuevo patrón donde la clave es consumir experiencias, como recoge

el informe *Top 10 Global Consumer Trends de Euromonitor*, que augura que, en 2018, más consumidores apostarán por este modelo.

Poniendo cifras

Es difícil poner cifras a este fenómeno a nivel mundial. Como muestra, una investigación llevada a cabo por Juniper Research auguraba que la economía colaborativa movería alrededor de 18.600 millones de dólares a lo largo de 2017, con la perspectiva de que esta cifra alcance una facturación de 40.200 millones de dólares en 2022.

Según fuentes de la Comisión Europea, bajo esta denominación se desarrollaron actividades económicas por valor de

28.000 millones de euros solo en 2015. Si bien calculan que esta cantidad puede dispararse durante los próximos años. En España, 3 de cada 10 de españoles usan plataformas de economía colaborativa para adquirir productos o servicios, según los datos del último Panel de Hogares de la CNMC. En concreto, las aplicaciones dedicadas a la venta o alquiler de productos de segunda mano fueron utilizadas por un 30% de los usuarios habituales de Internet, seguidas de los alojamientos en casas de un particular (12%) y los desplazamientos en coche compartido (6,5%).

Palancas del modelo

Varias son las razones del auge de la economía colaborativa. Impulsada

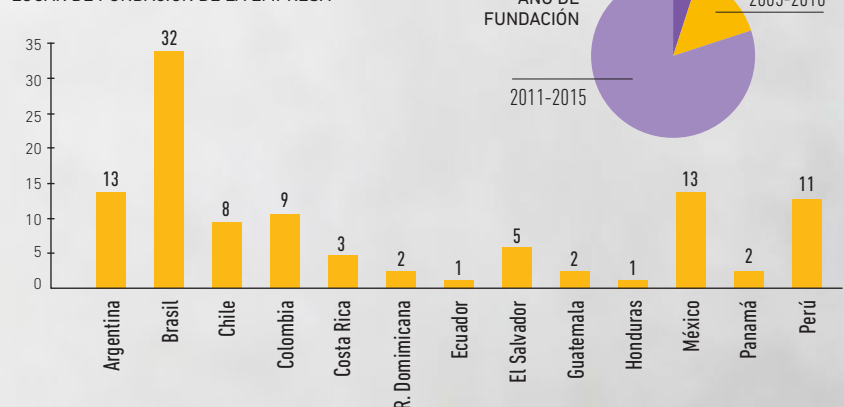
Una mirada a Latinoamérica


Brasil, México, Argentina y Perú son los países con mayor número de iniciativas de economía colaborativa en América Latina, un ecosistema muy joven, ya que la gran mayoría de las iniciativas han sido creadas en los últimos cinco años. Estos datos aparecen en el I Informe Economía Colaborativa en América Latina de IE Business School y el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), miembro del Grupo Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Los emprendedores de la región consideran que el desconocimiento del tipo de negocio por parte de la población (60%), el acceso a financiación (43%) y la desconfianza de los clientes-usuarios (42%) son los mayores desafíos para el desarrollo de estas iniciativas en la zona.

Startups colaborativas en Latam

LUGAR DE FUNDACIÓN DE LA EMPRESA





“La economía colaborativa ha despertado el emprendimiento, convirtiéndose en una oportunidad para promover la innovación”

por los vaivenes económicos, muchos consumidores han encontrado en esta fórmula una manera de acceder a productos y servicios sin comprometer su situación financiera, priorizando el uso del objeto sobre la propiedad. La creciente preocupación por el medio ambiente también ha favorecido el descubrimiento del consumo colaborativo, que apuesta por la reutilización de los bienes o el transporte compartido en pro del cuidado del entorno.

Igualmente, la economía colaborativa ha despertado el emprendimiento, convirtiéndose en una oportunidad para promover la innovación. Sin olvidar su capacidad para estimular las relaciones sociales, el diálogo y la solidaridad.

Retos pendientes

Coincidiendo con su auge, en el mercado se ha desatado un intenso debate sobre el encaje de este modelo en el sistema normativo, en ámbitos como la competencia, el sistema laboral, la fiscalidad, la protección de los consumidores, etc.

Hoy por hoy, el gran reto es dotar a la economía colaborativa de un marco legal, estable y consensuado, que aporte seguridad a la actividad y garantice la convivencia con otras fórmulas tradicionales. Además, a pesar de que la barrera de la desconfianza es cada vez menor en el consumo colaborativo, continúan presentes algunas reticencias que hay que minimizar para seguir, con paso firme, rumbo a su desarrollo sostenido.