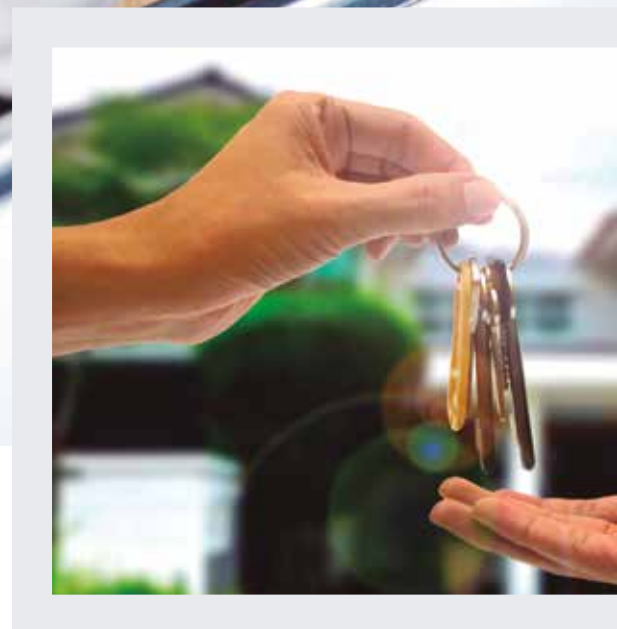


Economía colaborativa:



¿Compras o compartes?

Bajo premisas como “libre acceso frente a posesión” y “hazlo tú mismo” clientes y usuarios de todo el mundo están provocando una auténtica revolución en el modelo de consumo tradicional. Pero, ¿en qué consiste realmente y cómo nos afecta la economía colaborativa?

texto **DAVID RUBIO**

El consumo colaborativo es una realidad y ha llegado para quedarse. La crisis económica, las tecnologías móviles, la aparición del Internet de las cosas y las redes sociales han destapado escenarios insólitos en la forma en que accedemos a productos y servicios.

Lo podemos observar en las calles de Amsterdam, Washington o Madrid, cuando algún

peatón se sube a un vehículo Car2Go, solicita Uber en vez de detener un taxi, o reserva una vivienda mediante la plataforma Airbnb. Estas empresas, consideradas por muchos expertos los *caballos de Troya* de la economía colaborativa, han consolidado tendencias de negocio multimillonarias en nichos inexplorados hasta la fecha.

Se trata de servicios descentralizados, que permiten acceder en tiempo real y sin ninguna llave ni reserva previa a flotas de vehículos repartidos por tu ciudad —mediante una app y en sólo unos minutos—. También permiten que cualquier particular ponga a disposición de otros usuarios su vehículo como parte de un servicio de transporte, o permiten reservar viviendas, por días o semanas y en cualquier lugar del mundo, a otros particulares. Este último, con más de 500.000 hospedajes diarios, es considerada como la mayor cadena de alojamiento a nivel global.

Pero, ¿qué entendemos realmente por consumo colaborativo?

La economía de la colaboración se centra en nuevos sistemas y plataformas tecnológicas. Permite aprovechar recursos y contratar servicios entre iguales que de otra manera estarían infrautilizados. Se basa en el acceso al producto por un tiempo determinado, omitiendo el proceso

LA ECONOMÍA DE
LA COLABORACIÓN
PERMITE
APROVECHAR
RECURSOS Y
CONTRATAR
SERVICIOS ENTRE
IGUALES QUE DE
OTRA MANERA
ESTARÍAN
INFRAUTILIZADOS

**LAS COMPAÑÍAS
 COMO MAPFRE
 DEBEN ADAPTARSE AL
 CAMBIO, BUSCANDO
 SOLUCIONES
 ASEGURADORAS QUE
 RESPONDAN A LAS
 NUEVAS NECESIDADES
 CON EL OBJETIVO
 DE NO QUEDAR
 REZAGADOS EN UNA
 CARRERA QUE
 SÓLO ACABA DE
 EMPEZAR**

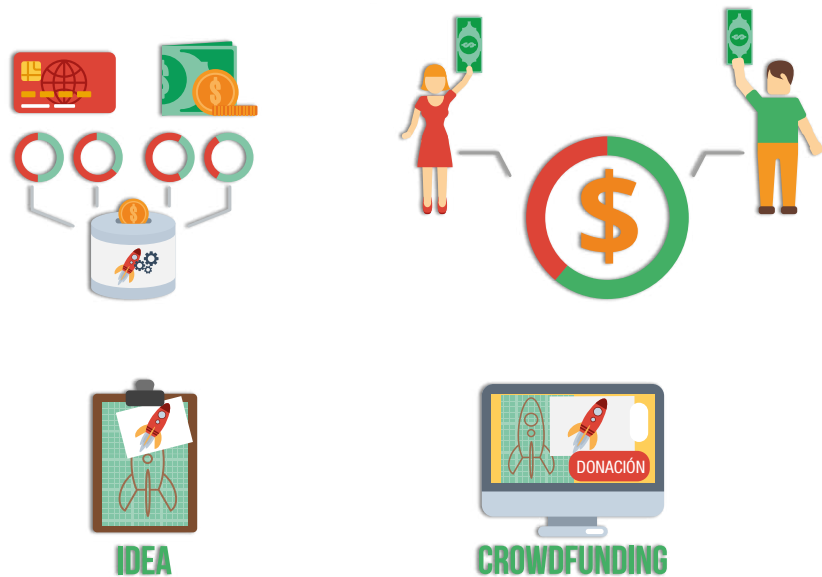


de adquisición; la redistribución de productos o servicio usado cuando ya no se necesita; y por último en la adaptación del estilo de vida del usuario hacia un modelo más colaborativo, donde se intercambian o comparten intangibles como pueden ser espacios, habilidades, conocimientos, etc. Hoy en día podemos encontrar ejemplos claros en sectores como el hogar y la vivienda, el automóvil y transporte y también en el ámbito sanitario.

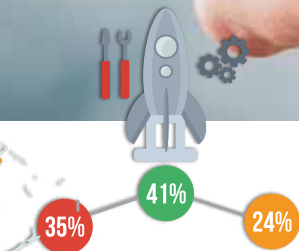
Este nuevo modelo se basa en conceptos primarios del comercio como son el trueque, el intercambio, la manufactura, la subasta o el alquiler de bienes y servicios... Sin embargo, ha conseguido reconvertirse mediante un fuerte componente digital y una alta proliferación de las redes *peer to peer* (de particular a particular). Gracias a su aparición se ha generado un nuevo ámbito de oferta y demanda que miles de empresas y *startups* han aprovechado para redirigir sus estrategias y líneas de negocio.

¿Qué tipos de comercio colaborativo existen?

Ya hemos hablado de los gigantes del consumo colaborativo, pero hay múltiples



ejemplos de cómo se están abriendo nuevas vías en esta cultura. El *crowdfunding* permite que particulares con ideas o proyectos de cualquier tipo recauden financiación pública. La mayor plataforma de *crowdfunding* en el mundo es Kickstarter.com, que desde su nacimiento en 2009 ha conseguido 2.700 millones de dólares de



ESTE NUEVO
MODELO SE BASA
EN CONCEPTOS
PRIMARIOS DEL
COMERCIO COMO
SON EL TRUEQUE,
EL INTERCAMBIO,
LA MANUFACTURA,
LA SUBASTA O
EL ALQUILER DE
BIENES Y SERVICIOS

recaudación en EE.UU. para más de 115.000 proyectos. Pero hay muchas más.

Otro imprescindible es el movimiento *maker*, término acuñado al abrigo de la cultura *Hazlo tú mismo*, que ha visto renacer la manufactura tradicional gracias a la aparición de sistemas de fabricación digital —como las impresoras 3D—,

que se desarrollan gracias a redes de conocimiento abierto, en espacios de participación colaborativa.

También es interesante la aparición de la *peer production*, o producción particular, como la elaboración de prendas tejidas artesanalmente, el cultivo de alimentos ecológicos, el desarrollo de cosméticos, e incluso la construcción de *kit cars*, vehículos que se pueden ensamblar pieza por pieza en nuestra propia casa. El acceso a la producción es su plataforma

Otra brecha en el modelo tradicional ha sido la aparición de las finanzas colaborativas y participativas, así como las plataformas de capital distribuido, que han supuesto un cambio en el sistema financiero actual. En el caso del seguro podemos encontrar cómo las empresas de seguros se están adaptando y han aprovechado la oportunidad proporcionando coberturas a estos nuevos modelos de negocio colaborativos. Otra de las consecuencias ha sido la aparición de empresas Insurtech, que se centran en el concepto clásico de mutualidad, pero con un marcado componente digital que aprovecha los nuevos entornos tecnológicos.

Existen múltiples modelos colaborativos, que van más allá del mero intercambio o compraventa de bienes, como son las corrientes de conocimiento abierto, las plataformas de formación MOOC (Massive Open Online Courses), o las creaciones registradas bajo licencias Creative Commons y copyleft. También son relevantes la aparición de monedas digitales como BitCoin, o los bancos de tiempo donde la unidad de intercambio no es el dinero habitual sino el trabajo/hora.

Adaptándonos al cambio

La irrupción de la economía colaborativa ha generado controversia en muchos planos y estamentos clásicos, públicos y privados, ya que la ausencia de regulación sobre competencia y los vacíos legales han desfavorecido a los sectores más tradicionales. Sin embargo, el consumo colaborativo nos hace partícipes del cambio y demuestra cómo la colaboración entre particulares puede mejorar los procesos y la calidad en las organizaciones. Es en este punto dónde las compañías como MAPFRE deben adaptarse al cambio, buscando soluciones aseguradoras que respondan a las nuevas necesidades con el objetivo de no quedar rezagados en una carrera que sólo acaba de empezar.