

El consumo colaborativo crece ya a dos dígitos



El consumo colaborativo crece ya a dos dígitos

Cinco Días. - Algunos expertos datan el trueque del paleolítico; otros, del neolítico y otros dicen que lo idearon los aborígenes americanos. De toda la vida, que se dice en la jerga popular. En la actualidad, se le llama consumo colaborativo, aunque la esencia es la misma.

El caso es que el intercambio de bienes y servicios ha sido siempre una práctica bastante frecuente. Ahora con la crisis se hace más visible que nunca como alternativa a los intereses de la economía de mercado tradicional. Las huelgas que realizaron los taxistas el pasado mes a raíz del caso Uber, o la reciente multa que la Generalitat de Cataluña ha impuesto a la empresa Airbnb por utilizar viviendas personales como reclamo turístico tuvieron gran repercusión mediática y han abierto un debate ético, económico y legal en la sociedad. Pero; ¿qué es y cómo funciona la economía colaborativa? Las nuevas tecnologías, la irrupción de webs y apps, han sido claves para el resurgir del intercambio. Del papel a internet, Segundamano, primera publicación y ahora portal líder del intercambio de objetos usados, cambió así su formato y se ha multiplicado. ¿El 50% de nuestras visitas nos llegan por dispositivos móviles?, explica Beatriz Toribio, responsable de estudios de Segundamano. Y de la web al usuario. Han surgido multitud de páginas intermediarias que ponen en contacto a usuarios y que facilitan la práctica de esta especie de trueque. Las hay de todo tipo; alquiler de viviendas, viajes con gastos compartidos, comida, ropa e incluso parking. Muchos expertos consideran que el contexto de crisis que vivimos ha sido el otro gran impulsor de esta economía, pues mucha gente se ha animado así a compartir y ahorrar. Estos dos factores han hecho del consumo colaborativo una economía imparabla.

Los datos así lo avalan. Las ofertas se multiplican. Desde 2008 el portal Segundamano se ha multiplicado por dos. En España, se venden objetos usados por valor de 2.300 millones de euros. ¿El consumo responsable ha acentuado nuestra expansión?, confirma Beatriz Toribio.

Un millón de usuarios viajan mensualmente con Blablacar para los que la empresa estima un ahorro de 255 millones de euros en gasolina. Socialcar, otra plataforma especializada en compartir viajes, calcula que su usuario medio ahorrará en torno a 2.000 euros este año. Y así, con casi todos los servicios colaborativos. Según Forbes, en este ejercicio este tipo de consumo crecerá un 25% respecto al año anterior, y este tipo de usuario o micro emprendedor medio habrá generado al finalizar el año en total unos 3.500 millones de dólares. La mayoría de estas entidades se financian a través de la publicidad, pero la autoridad de las cifras hace que estas empresas busquen alternativas de negocio que son las que chocan con la idiosincrasia de los proyectos: el intercambio libre.

Se está abriendo el debate sobre si deben o no volverse lucrativas estas entidades. Blablacar ya ha empezado a cobrar comisiones por poner en contacto a conductores y viajeros. Desde la OCU, Organización de Consumidores y Usuarios, afirman que ¿el carácter lucrativo o no lucrativo no es un problema, siempre y cuando el consumidor sea consciente de esa circunstancia?.

Illegalizar versus proteger

Sin embargo, en España existe un vacío legal que pone en jaque al legislativo y que, de momento, impide la regulación de estas empresas en un marco de actuación seguro. ¿Creemos que es necesaria esa regulación que defina un marco seguro y de confianza para garantizar los intercambios entre los consumidores?, aseguran desde la OCU. Así, comenzó la polémica entre Uber y el gremio de los taxistas. Estos profesionales entendieron que Uber estaba haciendo competencia desleal, puesto que ofrecían un transporte similar sin las normas y los seguros reglamentarios. Otro caso es el de Airbnb, empresa que ha sido multada con 30.000 euros por parte de la Generalitat de Cataluña por intermediar entre turistas y propietarios de viviendas que no estaban inscritas en el Registro de Turismo. El sector no cuenta con

El consumo colaborativo crece ya a dos dígitos

datos agregados, solo con los números de cada empresa. Albert Cañigüeral, director del portal www.consumocolaborativo.com, sostiene que ¿este es aún un sector muy joven?, pero ¿ilegalizar no permitirá que mejore la situación, hay que proteger tanto a los consumidores de valor, como a las páginas webs?. En este sentido, Cañigüeral recuerda que los números dan la razón al consumo colaborativo.

Lo cierto es que no todas las plataformas caminan hacia un proceso lucrativo. Desde Segundamano aseguran que no tienen pensado cobrar más que a los profesionales que ofrecen sus servicios, como han hecho siempre. ¿Entendemos que las plataformas que cobran por sus servicios son otro modelo de negocio, por tanto, no tenemos una valoración de si tendría que haber alguna ley al respecto?, admite Toribio.

Los inversores también apuestan por el sector, por lo que las expectativas de crecimiento son muy elevadas de cara al futuro. ¿Ese crecimiento también se verá condicionado por las garantías y la confianza que los usuarios tengan en las distintas iniciativas?, aseguran desde OCU.

Lo que está claro es que el debate se ha instaurado en la sociedad, de momento, para quedarse. ¿Me fascina esta obsesión por demonizar el ánimo de lucro de usuarios y empresas. Para que el nuevo intermediario pueda ofrecer garantías, calidad, buen marketing, etc... va a necesitar dinero, igual que cualquier empresa?, critica Albert Cañigüeral.

La realidad, por sectores

Mario Moreno

Transporte. Entidades como Blablacar, SocialCar, Uber, o Amovens forman parte de este tejido económico que funciona en toda Europa desde hace años. Solamente Blablacar cuenta con ocho millones de consumidores en el continente.

Viviendas. El alquiler de casas está cada vez más extendido. Miles de personas eligen hacer turismo alojándose en los pisos de otros usuarios. Entre los inmuebles que se intercambian, se puede encontrar desde un yate a una caravana.

Objetos usados. Este es un sector mucho más tradicional, ya que la empresa decana en el intercambio de bienes Segundamano contaba desde su inauguración, hace más de 30 años, con una publicación en papel que desapareció en 2008.

Comida. Portales como Compartoplate permiten intercambiar comidas con la gente del vecindario. Cualquier receta es válida, tanto para innovadores como para los gustos más clásicos. La originalidad es la fortaleza de esta iniciativa.

Ropa. Grownies es una web de intercambio de ropa infantil. El ahorro es la clave del éxito de este servicio que facilita el intercambio de toda clase de prendas, especialmente útil cuando son pequeños y crecen rápidamente en tamaño.

Crowdfunding. La financiación o lo que antiguamente se llamaba mecenazgo se ha disparado en la actualidad. Portales como Ulule y Lending club permiten la donación de dinero para participar en la financiación de distintos proyectos.



© CCOO SERVICIOS 2017

Logos y marcas propiedad de sus respectivos autores

Se permite la reproducción total o parcial de todos los contenidos siempre que se cite la fuente y se enlace con el original