

EL PLACER DE COMPARTIR

Por **Cristina Cunchillos**

La economía colaborativa ha irrumpido con fuerza en los últimos años, infiltrándose en diferentes sectores con una oferta de productos y servicios cada vez más amplia. La industria MICE no podía ser menos y los profesionales son cada vez más numerosos a la hora de participar de la satisfacción de repartir beneficios.

El fenómeno de la economía colaborativa se basa en un noble principio: compartir para ganar. Empresas como Airbnb o Uber, en base a él, revolucionaron la industria del turismo, tanto de ocio como en los viajes de negocios, ofreciendo servicios más flexibles y económicos a la hora de reservar alojamiento o transporte en comparación con la oferta que existía en el mercado antes de su irrupción.

Los años de crisis económica impulsaron una auténtica eclosión de este tipo de negocios. Profesionales emprendedores buscaron nuevas formas de hacer dinero y las empresas, forzadas a reducir sus presupuestos, encontraron en las propuestas de muchas *start up* una solución para reducir costes en las partidas de hoteles o transporte.

Esta nueva filosofía encontró además un público a medida en la generación de los *millennials*, que confían más en las recomendaciones de sus colegas y contactos en Facebook o LinkedIn y para quienes una experiencia no es completa si no comparten la foto en Instagram. Entienden el modelo de negocio P2P (*peer-to-peer*, o *de igual a igual*) y para ellos compartir impresiones, por qué no servicios, se convierte en algo natural.

¿Todo el mundo gana?

Según el noble principio, con la economía compartida ganan todos. Particulares y empresas pueden sacarle partido a una habilidad, como conducir o cocinar, o un espacio más amplio que el que la propia actividad requiere, además de ganar dinero con ello. Por otro lado, el coste para el usuario suele ser más reducido que las alternativas tradicionales. Sin embargo, ése no es necesariamente el principal atractivo.

Muchos consumidores de servicios compartidos aprecian la flexibilidad, el factor humano que implica la experiencia y la facilidad que la tecnología añade a su adquisición.

Pero no todos están contentos. El sector hotelero y los colectivos de taxistas se ven amenazados por la nueva competencia. Desde hace tiempo los vecinos de inmuebles con apartamentos en régimen de alquiler de corta duración se quejan de sus consecuencias.

Una economía abierta a excesos

Algunas quejas son justificadas. Inmobiliarias que se hacen pasar por particulares para alquilar sus pisos; propietarios sin escrúpulos que no se someten a las normativas, seguros y pagos de impuestos; usuarios que utilizan espacios para actividades ilegales; casos de explotación laboral; abusos hacia el consumidor... son ejemplos que están dañando la reputación de muchas marcas que nacieron con la economía colaborativa.

En muchas ciudades, el sector hotelero y las comunidades de vecinos están presionando a las autoridades para que se regule más la actividad de operadores como Airbnb. El mismo portal ha introducido más controles, prohibiendo a los particulares alquilar espacios privados más de 90 días al año.

Una mayor regulación parece ser la única solución para evitar que los abusos continúen creciendo.

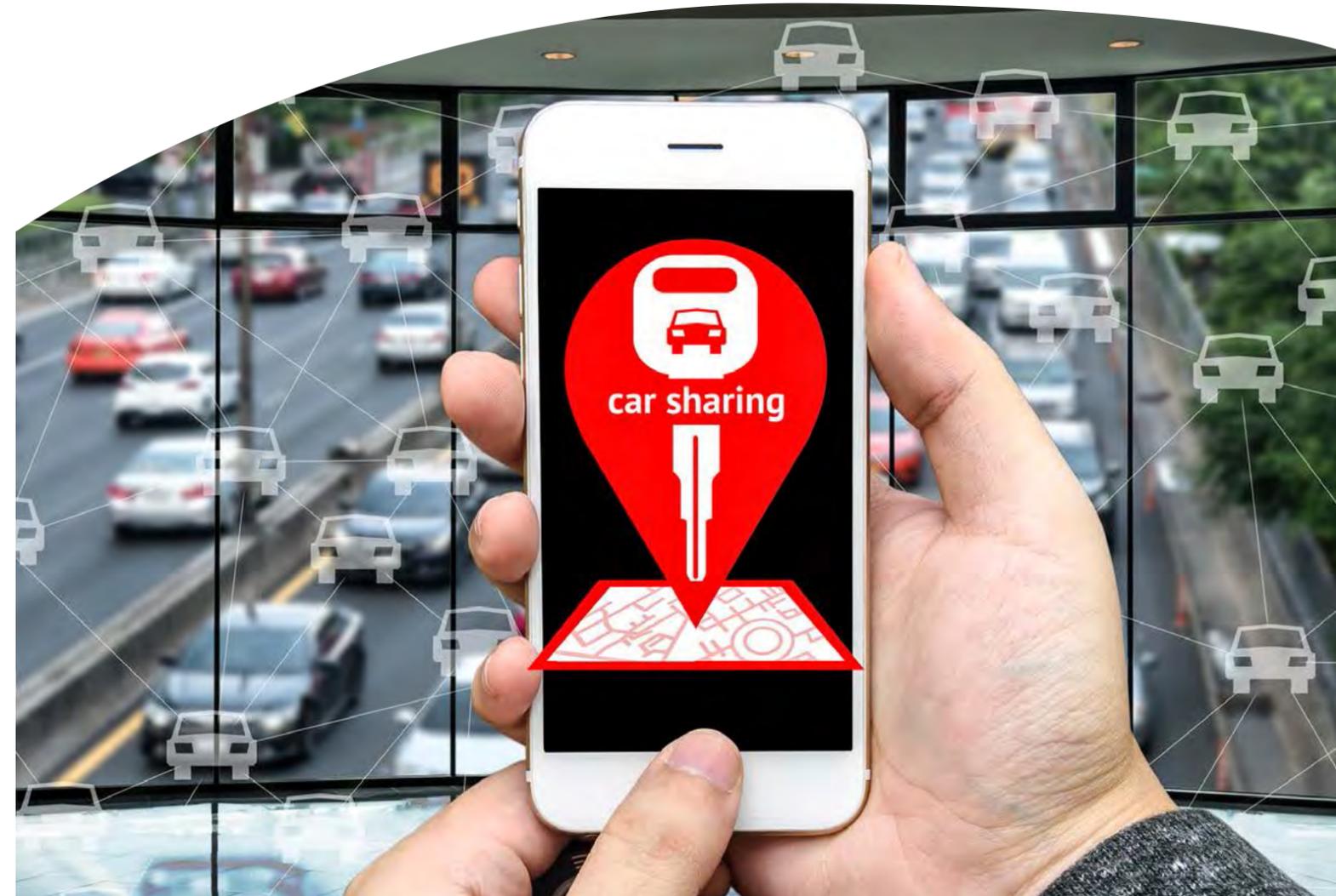
Todo tipo de servicios

Airbnb es líder a la hora de proponer alojamiento en casas privadas, con más de tres millones de propiedades en todo el mundo. Se estima que el 10% de los usuarios son viajeros corporativos, para quienes el portal ofrece Airbnb for Business, con más facilidades para el control de gastos por parte de la empresa.

Agencias como American Express Global Business Travel, BCD Travel y Carlson Wagonlit Travel lo ofrecen como una opción a sus clientes. Además de alojamiento, Airbnb ofrece gran variedad de experiencias para el viajero individual o como integrante de pequeños grupos, interesantes para quienes practican *bleisure*: desde clases de caligrafía o un taller de artesanía en cuero a un curso de cocina tradicional japonesa.

En el sector del transporte, los taxis tradicionales se han visto reemplazados por los vehículos de empresas como **Uber**—allí donde la empresa no ha sido considerada ilegal— o **Cabify**, que también han sabido adaptarse a las necesidades de las compañías a la hora de gestionar los desplazamientos.

Una regulación mayor parece ser la única solución para evitar que los abusos continúen creciendo



Por ejemplo, Uber for Business ofrece a los clientes una plataforma de gestión de los viajes de sus representantes. Uber Central es la última función integrada y destinada a los gestores para que éstos puedan solicitar, gestionar y abonar los trayectos de sus colaboradores o invitados sin necesidad de que el desplazado tenga cuenta de Uber.

Algunas compañías han visto una solución al transporte de sus empleados en servicios de *carsharing* como **Zipcar**, **Avancar** o **Bluemove**. En lugar de contar con una flota de vehículos de empresa, resulta más económico, y acorde con las políticas de responsabilidad social corporativa (RSC), alquilar coches por horas para desplazamientos esenciales. Además de minimizar el uso del automóvil, pueden optar por modelos eléctricos o híbridos, reduciendo aún más su huella de carbono.

También se pueden reservar espacios por horas en casas privadas con el fin de celebrar eventos en marcos singulares. Plataformas *online* como **Vrumi** en el Reino Unido o **Snapevent** en Francia ofrecen este servicio. Y a la hora de decidir el *catering*, **Chefly** permite localizar un cocinero local que prepare platos caseros.

El 76% de los consumidores cree que la economía colaborativa es mejor para el medio ambiente

En una sociedad basada en el consumo, la economía colaborativa ayuda a optimizar la utilización de recursos y reducir desechos, haciendo uso de espacios que de otro modo permanecen vacíos. Según un estudio de PricewaterhouseCoopers realizado en 2015, el 76% de los consumidores piensa que este modelo es mejor para el medio ambiente. Incorporando prácticas colaborativas en sus políticas de responsabilidad corporativa, las empresas pueden demostrar que, compartiendo, verdaderamente ganan todos.



¿Qué ofrece Bluemove?

Soluciones de movilidad basadas en el uso compartido del vehículo. A través de la tecnología incorporada en nuestros coches y nuestra *app*, los empleados de cualquier empresa pueden acceder a un vehículo para usarlo por períodos cortos de tiempo, normalmente horas. De esta manera, pueden cubrir sus desplazamientos profesionales con total libertad y comodidad sin necesidad de tener un coche asignado cada uno. Proveemos distintas soluciones según las necesidades de cada empresa, desde *carsharing* público para pymes y autónomos hasta alternativas de *carsharing* corporativo para grandes corporaciones.

¿Qué ventajas tiene el utilizar un servicio como el que ustedes proponen?

Por una parte, el ahorro. Las empresas pasan a tener menos coches, pero más eficientes, y reducen la inversión en taxi. En segundo lugar, la Responsabilidad Social Corporativa: el *carsharing* es una alternativa sostenible de movilidad ya que reduce el número de vehículos en las ciudades (cada coche de Bluemove elimina entre diez y 17 privados) y el número de kilómetros recorridos. Esto supone una reducción de emisiones de CO2 de hasta un 60%. Por último, facilita la gestión de los gastos en movilidad asignables a cada departamento o proyecto dentro de la empresa.

¿Está generalizado su uso en el mundo corporativo?

Las principales empresas e instituciones a nivel global ven en el *carsharing* un perfecto aliado para reducir costes y ser más eficientes. Nuestra marca en Europa, Ubeeo, ya trabaja con muchas y muy variadas empresas. En España empieza a calar poco a poco, aunque aún hay mucho camino por recorrer. Lo que sí parece seguro es que cada vez serán más las empresas que se decidan por servicios como el nuestro. Las pymes son las que han dado el paso en primer lugar. Entendieron rápidamente que el vehículo compartido les permite convertir gastos fijos en variables y es una excelente solución para cubrir sus desplazamientos sin necesidad de invertir una gran cantidad de dinero en una flota propia.

Entrevista

Sócrates Domínguez

Gerente de Comunicación y Marketing de Bluemove

“Las principales empresas ven en el *carsharing* un perfecto aliado para reducir costes”



GRUPO DE BOSS

Comuniqué con vídeo



¿A qué espera para destacar?

El rendimiento de los vídeos en relación a textos e imágenes continúa creciendo

Desarrollamos formatos originales adaptados a las características de funcionamiento y visualización en **Youtube, Facebook, Instagram** y demás redes.

www.grupodeboss.com

+54 5275 9934 +34 652 984 291 soluciones@grupodeboss.com

f /grupodeboss t @grupodeboss s grupodeboss