



¿CONSUMO COLABORATIVO?

**¿Cuándo fue la última vez que usaste ese taladro que tienes en casa?
¿Has pensado alguna vez que tu coche se pasa más del 95% del tiempo estacionado y el dinero que eso cuesta? ¿Y ese vestido que sólo has usado en una boda? Y mejor no hablar de la ropa y los juguetes de los niños.**

Hemos sido hiperconsumidores, acumuladores sin sentido ni límite. Nos explicaba Clemente Álvarez en su [blog](#) que se estima que tenemos entre 3.000 y 4.000 objetos en nuestros hogares, 15 veces más que nuestros abuelos.

“Algún día miraremos al siglo XX y nos preguntaremos por qué poseíamos tantas cosas”. Con esta frase comenzaba un reportaje en la revista TIME que incluyó el [consumo colaborativo](#) como una de las 10 ideas que van a cambiar el mundo.

El consumo colaborativo se puede definir como la manera tradicional de compartir, intercambiar, prestar, alquilar y regalar redefinida por las nuevas tecnologías y las comunidades que se crean. En definitiva los ciudadanos, conectados, se están organizando e intercambiando información para consumir, educarse, divertirse, viajar, financiarse, de manera conjunta, horizontal, directa y a menor escala.

El ciudadano colaborativo puede obtener de manera muy simple y económica aquello que necesita de otras personas y sin necesidad de recurrir a las corporaciones.

Para entenderlo nada mejor que revisar algunos servicios de consumo colaborativo que ya existen en [España](#):

- Sistemas de bicicleta pública (como el [Bicing](#) en Barcelona). En este [Google maps](#) puedes consultar los servicios que se ofrecen por toda España.
- Trayectos compartidos en coche, que buscan llenar los asientos vacíos con pasajeros que comparten recorrido. Permite compartir gastos y conocer a nueva gente. Los mayores operadores en Europa son [Blablacar](#) (con 3 millones de usuarios) y [Carpooling](#) (con 4 millones). Estos

servicios ya se han convertido en competidores directos para autobuses y trenes en recorridos de media distancia, y desplazan en conjunto a más de 2 millones de usuarios al mes.

- Alquiler de coche entre particulares (con un seguro adecuado) mediante [SocialCar](#).
- Los niños crecen, la ropa por desgracia no. Pero la verdad es que otro niño sí puede reaprovecharla. En España ya hay [más de 10 empresas](#) que ofrecen alternativas de consumo colaborativo para los peques.
- Turismo. Mediante [Couchsurfing](#) (que es gratuito) o [Airbnb](#) (de pago) es muy simple viajar y alojarse en casa de desconocidos en cualquier lugar del mundo. También se puede encontrar fácilmente con quien compartir actividades ([Trip4real](#)) o las comidas ([EatWith](#)).
- Y [América Latina](#) no se queda atrás. Ya dispone de una amplia oferta de [compañías](#) en el campo del consumo colaborativo.

En resumen el consumo colaborativo se presenta como el último ejemplo del valor de internet para los consumidores. Este modelo emergente empieza a ser suficientemente grande y disruptivo como para que los organismos [reguladores](#), [empresas](#) y [escuelas de negocio](#) hayan tomado conciencia de ello.

Las compañías ineficientes no sobrevivirán a esta revolución que no entiende de intermediarios. Solo resistirán aquellos bienes y servicios que garanticen un valor añadido. Además, las empresas que quieran hacerse fuertes en este nuevo panorama deberán, tal y como sucedió con el auge de las redes sociales, incorporar estas nuevas herramientas a su modelo.

Como concluyó la revista [The Economist](#) en un artículo que le dedicó: *it's time to start caring about sharing*, es decir, ya es hora de empezar a preocuparse por compartir.