

II SEMINÁRIO MEDSUPPORT - GERIR NA ECONOMIA DE PARTILHA

Decorreu no passado dia 19 de março o segundo seminário MedSUPPORT, desta feita dedicado ao tema do consumo colaborativo na economia de partilha

Esta edição contou ainda com intervenções na área da gestão do risco, “Descontaminação, documentação e proteção legal”, apresentado pela especialista em controlo de infeção Vitoria Banaszak, e na área comportamental, com a apresentação “Organizações positivas e liderança carismática”, que esteve a cargo da experiente Formadora e Coach Carla Afonso.



O debate sobre a economia de partilha foi orientado pela Eng.ª Sónia Santos e pelo Eng.º Luís Guerreiro, fomentando a troca de ideias. Esta nova forma de consumo extrapola as redes sociais e tem um forte impacto no comportamento e nas relações fora do ambiente digital. As plataformas de consumo colaborativo, como a UBER ou a Airbnb, fomentam ligações reais entre pessoas, pondo em contacto indivíduos com bens que não utilizam com outros que precisam de os utilizar. É um tipo de consumo que passa à margem de intermediários e liga diretamente pessoas com pessoas. Neste tipo de consumo existem partilhas de quase tudo: casas, bicicletas, livros, roupa, móveis, antiguidades, hortas, serviços, carros, refeições, etc.

Tem sido acompanhado por várias agências europeias o crédito crescente que os cidadãos têm nas grandes instituições, como o governo ou a banca. A confiança é imprescindível para que existam transações comerciais e para que a economia não estagne. Observa-se que a confiança está a ser desviada para os particulares – no fundo, o que se infere do contexto atual é que será mais fácil confiar num vizinho do que num banco.

É neste contexto que a economia colaborativa desenvolveu uma indústria bilionária. Só para citar alguns exemplos, a plataforma de partilha de alojamento Airbnb está avaliada em 25.5 mil milhões de dólares, a Uber em 50 mil milhões de dólares e o LendingClub (plataforma de empréstimo de capital entre particulares) em 5.4 mil milhões de dólares, segundo dados de setembro de 2015.

De facto, esta ideia de que o consumo pode ser feito diretamente entre particulares e que “utilizar” é mais importante do que “ter”, aliado a esta mudança profunda na confiança do consumidor, gerou uma corrente de consumo que convive com, e até ameaça, alguns setores da economia tradicional. Mais do que uma tendência passageira, a economia de partilha foi já declarada pela revista Time como uma das 10 ideias que vai mudar o mundo.

As gerações mais novas, ou seja, os consumidores do futuro (próximo), não só estão menos interessados em ser proprietários como estão mais atentos a questões como o desperdício e o consumo sustentável. À volta deste tema estão já publicados inúmeros estudos de alta credibilidade que trazem a público dados que, por sua vez, também influenciam o comportamento do consumidor. Por exemplo, sabe-se hoje que 40 por cento dos alimentos do planeta são desperdiçados, que nos Estados Unidos os carros particulares passam 95 por cento do tempo parados e que existem 80 milhões de berbequins, que serão utilizados em 13 minutos. A economia sustentável viu um crescimento tal nos últimos anos que os ativos sob gestão profissional presentes em alguma forma de investimento sustentável já têm performance igual ou melhor do que os investidos na economia tradicional (dados Morgan Stanley - Institute For Sustainable Investing março 2015).

Mas há quem defenda que, apesar dos valores bilionários e da consciência ecológica, o verdadeiro impacto desta economia não é o económico ou o ambiental – é o social.



A crise económica levou a uma mudança de mentalidade dos cidadãos na sua forma de se relacionarem social e economicamente - Nielsen Iberia.

As plataformas de consumo colaborativo criam ligações significativas no mundo real, fomentando a confiança entre

“desconhecidos”. O senso de comunidade e a necessidade de criar ligações reais e significativas impacta a economia, causando uma mudança no comportamento do consumidor.

As plataformas de consumo partilhado têm como função pôr os dois lados do mercado em contacto e criar as regras para as partilhas. Estas plataformas são economicamente bem-sucedidas, gerando para si receitas extravagantes.

As plataformas de consumo colaborativo nada têm a ver com as redes sociais, que lidam com influência. O consumo colaborativo lida com reputação e gera um clima de confiança para que uma pessoa possa partilhar com outra, seja uma viagem de automóvel ou um quarto em sua casa.

Curiosamente, o principal motivo para a não participação em plataformas de consumo colaborativo na Europa deve-se apenas a desconhecimento; ainda assim, mais de 70 por cento dos consumidores inquiridos num estudo recente já tinham participado de alguma forma neste tipo de consumo. Ao contrário do que se possa pensar, o principal motivo para consumir através de uma plataforma de consumo partilhado não é a emocional (ecológico, solidário, etc.) mas sim económico e prático. Ou seja, quem consome nestas plataformas procura em primeiro lugar poupar dinheiro (ou ganhar algum) e em segundo lugar conveniência no consumo (mais perto, horários flexíveis, mais prático).

Num artigo intitulado “Consumo Colaborativo em Portugal”, de 22 de Janeiro de 2016, a revista Economias.pt declara: “Se não sabe o que é o consumo colaborativo, então pode estar a perder dinheiro.”

Conhecer esta nova forma de economia, que certamente veio para ficar, convivendo com a economia tradicional, é fundamental para compreender e para tomar decisões de gestão neste novo contexto económico. O II Seminário MedSUPPORT encerrou os trabalhos com a clara sensação que muito mais haverá a estudar e debater acerca das novas realidades, que terão cada vez mais interferência no trabalho e na gestão das clínicas dentárias. A MedSUPPORT trará a este espaço de *O Jornal Dentistry* os desenvolvimentos que resultem do trabalho de estudo e debate que continuará a fazer sobre este e outros temas. ■