

COMUNICADO: “La economía colaborativa es feminista”



Juan Merodio
EXPERTO EN MARKETING DIGITAL
Y REDES SOCIALES

Actualizado 17/08/2016 12:04:30 [CET](#)

Juan Merodio, reconocido *influencer*, conferenciante y consultor en España, Latinoamérica y Canadá en Marketing 2.0, Redes Sociales y Transformación Digital, considera que el mercado del consumo colaborativo ofrece grandes oportunidades a las mujeres que no les da el mercado laboral tradicional.

Madrid, 17 de agosto de 2016.- Las plataformas colaborativas tienen cada vez más tirón, no sólo porque ofrecen servicios al público desde un nuevo punto de vista, sino porque son capaces de permitir avances en lo que se tarda en hacer un click. Una de estas mejoras está en apostar por las mujeres como fuerza laboral y en ofrecerles a partes iguales oportunidades para trabajar y conciliar que no tienen en las empresas de toda la vida.

Así lo piensa, al menos, **Juan Merodio**, conferenciante y consultor internacional en España, Latinoamérica y Canadá en Marketing, Web 2.0, Redes Sociales y Transformación Digital. Para él, **la economía colaborativa promueve a la mujer** “y le ofrece oportunidades que no le da el mercado laboral tradicional, ya que ésta se basa en integración y colaboración y el ofrecimiento de igualdad de oportunidades para todos, mientras que al mercado laboral de toda la vida, aunque es cierto que ha avanzado en ello, aún le queda mucho camino por recorrer”, explica.

Para este experto, las marcas colaborativas, sobre todo las que tienen que ver con la movilidad y los alojamientos, apuestan por ellas, ya que tienen muy claro que la diversidad suma. “Al final, el hombre y la mujer somos distintos y complementarios, esto no hay duda, por lo que si quieres hacer algo mejor necesitas distintos puntos de vista. Aquí el papel de integrar ambos sexos es más que necesario para crecer y diferenciarse frente a la competencia”, añade.

Uber, Cabify, AirBNB La apuesta por el talento femenino

En cuanto a los sectores en los que hay mayor crecimiento y oportunidades para ellas, Juan Merodio no pone límites: “sería difícil dar una respuesta, pero creo que en prácticamente todos los sectores hay oportunidades. Todo se basa en pensar en micro-segmentos”. Y cita tres de los ejemplos de empresas que ya lo están haciendo y que tienen que ver con la movilidad y el alojamiento:

Uber. Cuenta con más de 160.000 conductores en los Estados Unidos, de los que un 14% son mujeres. “Sin embargo, quieren llegar a mucho más y han firmado un acuerdo con **ONU Mujeres**, para que en 2020 la compañía cree un millón de empleos para mujeres”, recalca **Merodio**.