

¿Comprar? No, mejor compartir

EL REFRANERO ESPAÑOL DICE QUE COMPARTIR ES VIVIR. Y ESTA CRISIS JUNTO CON EL DESARROLLO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS ESTÁ GESTANDO UN NUEVO MODELO ECONÓMICO LLAMADO CONSUMO COLABORATIVO EN EL QUE LA POSESIÓN NO ES TAN IMPORTANTE COMO LA REUTILIZACIÓN DE LOS BIENES. ¿SE ESTARÁN SENTANDO LAS BASES DEL FIN DEL CAPITALISMO?

POR RAFAEL PASCUAL

Para qué compras una taladradora si solo la utilizas 20 minutos en tu vida? ¿Para qué tirar la ropa de los niños si la pueden reutilizar otras familias? ¿Para qué vas solo en coche al trabajo si compartiendo el viaje ahorras dinero y, además, conoces a otras personas? Ésta es la filosofía del consumo colaborativo, un movimiento global basado en intercambiar habilidades, tiempo o bienes con otras personas que puedan necesitarlo y, de paso, beneficiarte económicamente de ello.

Lejos de lo que pueda parecer, la crisis y el auge de las nuevas tecnologías, que pueden poner en contacto a personas que están en cualquier parte del mundo, no son los únicos motivos que explican esta nueva corriente. De hecho, el consumo colaborativo coincide con el cambio de mentalidad de algunas personas, que ven el dinero con otros ojos: se es más consciente del entorno, se hacen esfuerzos por la sostenibilidad y por no consumir recursos en exceso, compartiendo los ya existentes. “Estamos frente a algo más que una moda pasajera como reacción coto-placista a la crisis. Ésta ha ayudado, pero los usuarios son capaces de percibir los beneficios tangibles

(ahorro de dinero, y tiempo) y los intangibles (formo parte de un grupo, puedo ayudar a los demás, soy más responsable, ecológico e inteligente) del consumo colaborativo. Estos usuarios no van a volver al hiperconsumo sin freno”, explica Albert Cañigüeral, fundador del blog www.consumocolaborativo.com, una de las páginas de referencia del sector. “El consumo colaborativo ha venido para quedarse. No es algo pasajero, simplemente responde a la nueva realidad en la que el sistema capitalista está caduco. No podemos consumir eternamente con los excesos que se han venido dando, porque sencillamente no es sostenible ni ético.” corrobora Joan Marc García, fundador de Grownies, una empresa dedicada al intercambio de ropa infantil, un bien con una vida útil de pocos meses y que gracias a Grownies tiene una segunda infancia.

Por sus palabras se deduce que existen personas que han perdido su confianza en la organización de la sociedad y, sobre todo, en el papel de las instituciones y sus líderes. Para estos nuevos indignados, no hay manera más eficaz de tener un futuro mejor que crearlo mediante nuevos mecanismos de consumo que eliminen las

EL CAPITAL RIESGO, PADRINO DE ESTAS NUEVAS EMPRESAS

EN 2011, EL TRUEQUE CAPTÓ MÁS DE 207 MILLONES DE EUROS

ineficiencias que, según los protagonistas, son la base del beneficio económico de muchas empresas.

A pesar de esta ideología que no comulga con el sistema económico actual, llama la atención que el consumo colaborativo esté despertando el interés de muchos inversores tradicionales, aquellos a los que este movimiento demoniza. Buena muestra de ello son los últimos movimientos de las empresas de capital riesgo que no dudaron en desembolsar 257 millones de dólares en 2011 (207 millones de euros) en empresas basadas en la economía del compartir. Las mayores inyecciones monetarias se las adjudicaron Airbnb, dedicada al alquiler de habitaciones, con 90 millones de euros, y la firma de intercambio de ropa, ThredUP, con 70 millones de euros.

Los números demuestran que esta tendencia no está compuesta por cuatro pymes, sino por un buen número

de grandes empresas. La mayor de ellas es Airbnb, que en la actualidad está valorada en más de 1.040 millones de euros. Fundada en 2008, esta firma con sede en San Francisco ofrece alojamientos particulares (casas o habitaciones) en 19.000 ciudades y 192 países, y presume de haber alcanzado más de cinco millones de noches reservadas en 2011. ¿Su modelo de negocio? Ofrecer alojamiento en cualquier parte del mundo, cobrando entre un 6% y un 12% del coste de la reserva en concepto de comisión. “En estos tiempos difíciles para la economía, Airbnb es pionera en la idea de que compartiendo, la gente puede tener acceso a experiencias de viajes únicas e increíbles y al mismo tiempo dar un empuje a las economías locales”, explica Brian Chesky, fundador de la compañía.

Idéntico modelo de negocio tiene también la alemana 9flats, que oferta más de 100.000 habitaciones y tiene

COMPARTIR LA CASA O UNA HABITACIÓN TRIUNFA EN INTERNET

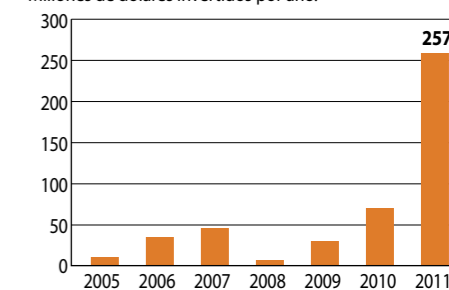
LA MÁXIMA: ENTRE TODOS TENEMOS Y SABEMOS TODO

presencia en 100 países. “Nuestro objetivo es cambiar la forma de viajar, para ofrecer a los huéspedes una experiencia alternativa a los hoteles”, asegura Stephan Uhrenbacher, director general de la empresa.

MUCHO MÁS QUE ALQUILAR CASA. El alquiler de habitaciones para viajar más barato es quizá la opción más conocida dentro del consumo colaborativo. Pero no la única. Según Rachel Botsman, la gran gurú de esta corriente, en la actualidad existen más de 1.000 empresas en el mundo, divididas en tres áreas de actividad. La primera son los negocios basados en el producto, que consisten en pagar por el beneficio de usar un producto sin necesidad de poseer el producto directamente. ¿Ejemplos? Zipcar, Bicing, Netflix.

EL CONSUMO COLABORATIVO ES UN FILÓN PARA LAS INVERSIONES DE CAPITAL DE RIESGO

Millones de dólares invertidos por año.



FUENTE: COLLABORATIVECONSUMPTION.COM, CRUNCHBASE.COM

Luego están los mercados de redistribución, similares a los de segunda mano, como Grownies, eBay o Freecycle. Y finalmente tenemos las empresas basadas en estilos de vida colaborativos, que no comparten bienes físicos sino que intercambian bienes menos tangibles como tiempo, espacio, habilidades o dinero. ¿Ejemplo? BlaBlaCar. “Nos dedicamos a servir de soporte a usuarios para compartir los gastos de un trayecto en coche. Así te ahorras dinero en gasolina, peajes, etc”, explica Vincent Rosso, responsable en España de esta empresa que nació hace ocho años en Francia y que ya ha servido de soporte en más de dos millones de trayectos en Europa.

Otra empresa basada en el consumo colaborativo es Weslu. Se trata de una plataforma de personas que quieren compartir sus conocimientos o habilidades, como una especie de profesor particular. “El objetivo para 2012 es crear marca y llegar a tener 200.000 usuarios únicos mensuales y 1.000 cursos activos”, explica Cruz Mariño, una de las fundadoras de esta firma. Ella, como el resto de empresarios que buscan crecer en este nuevo mercado basado en compartir en vez de poseer, sabe que la clave del éxito está en lograr que la alternativa colaborativa sea tanto o más conveniente que la compra. Cuando se consigue, se elimina a los intermediarios y se cumple la máxima del sector. Aquella que afirma que “entre todos lo tenemos todo. Y entre todos lo sabemos todo”.

rafael.pascual@capital.es