



la malla

LISA GANSKY

EL FUTURO DE
LOS NEGOCIOS ES...
COMPARTIR

“Lisa ha tenido la
Gran Idea. Lee este
libro, toma notas
y ponte en marcha.”

—SETH GODIN

Lisa Gansky

La malla

El futuro de los negocios es... compartir

Traducido por Sigrid Guitart

Prólogo

Hasta la fecha la mayoría de empresas se han ceñido a distintas versiones de una única fórmula contrastada: crear un producto o servicio, venderlo y cobrar por ello. Por ejemplo, vender una cortadora de césped a un cliente y finalizar ahí la relación con el mismo. Pocos empresarios, incluidos emprendedores e inversores de capital riesgo, piensan en cómo ganar dinero de forma diferente. Aunque ahora utilicen las redes sociales para vender su producto, sus mentes continúan atrapadas en un mundo en dos dimensiones en el que sólo caben tres actores, a saber: el comprador, el vendedor y el propietario.

Sin embargo, alrededor de estas empresas ya afianzadas comienza a perfilarse y a crecer un nuevo modelo, uno en el que los consumidores tienen más opciones, más herramientas, más información y más poder para tomar sus decisiones. A este nuevo modelo yo le llamo «La malla». En los últimos años se han creado miles de empresas malla, algunas, incluso, son hoy en día marcas reconocidas. Estas compañías comprenden y explotan con habilidad las prestaciones móviles y de geolocalización, los nuevos usos de Internet y las redes sociales, las nuevas formas de actuar de los consumidores y los beneficios que ofrecen las plataformas para compartir. En este texto quisiera compartir con los lectores seis razones por las cuales «La malla» comporta extraordinarias ventajas competitivas para emprendedores y para empresas.

1. Móvil equivale a local y a fresco

Debemos levantarnos de las sillas porque Internet ha llegado a la calle. Literalmente. La revolución de las tecnologías de la información comenzó cuando hace décadas empezaron a circular datos. Sin embargo,

ahora, con los dispositivos móviles, la revolución se ha extendido a la calle. Al hacer una reserva para un coche, una casa o una cena, tu teléfono se conecta con los datos de la empresa. De esta forma éstas pueden incluir información sobre las preferencias de sus clientes y compararlas con preferencias similares para presentar ofertas más tentadoras y personalizadas. En este sentido, las redes sociales ya nos ayudan a tomar decisiones mejor informadas sobre bienes y servicios y nos recomiendan cosas que nos gustan.

Si al móvil le añades el GPS todo cambia. Significa que uno puede obtener más de lo que quiere exactamente cuando lo quiere. Significa disponer de un acceso a productos y servicios mucho más conveniente. El acceso práctico significa que uno no tiene que ser propietario de algo para estar al corriente de su ubicación y disponibilidad exactas; puede usarlo (y compartirlo) y ahorrar dinero, ahorrándose también las molestias.

Ventaja: la malla.

2. ¡A amontonarse!

Salvo que se produzca un milagro, de momento existe sólo un planeta habitable. Además, a mediados de siglo seremos aproximadamente tres mil millones de personas más. Con estas cifras, no es difícil predecir que las empresas que prosperen serán aquellas que encuentren formas más eficientes de utilizar los recursos finitos del planeta. Por otra parte, las zonas urbanas tienden inevitablemente a estar más densamente pobladas, lo que favorece muchísimo la nueva economía basada en compartir. Si hay más gente en un vecindario, resulta más fácil aumentar el número de bicicletas, herramientas, mercados de agricultores locales o de ropa que se puede ofrecer para intercambiar. La densidad acentúa el sentimiento de comunidad y esto favorece la demanda de productos y servicios compartidos. También te permite incrementar tus servicios para hacerlos más convenientes a tus clientes: más coches para compartir al lado de casa, por ejemplo. Y, por el contrario, mantener un coche y conseguir aparcarlo cerca de casa se convierte cada vez en algo más difícil y más caro. En resumen: hay muchos servicios para compartir, desde vehículos

y oficinas hasta huertos y herramientas. ¡Y crecen a diario desde España a La Patagonia!

Ventaja: la malla.

3. Se revelan los gastos ocultos

Desperdiciamos energía, agua y otros recursos como si no hubiera mañana. Las empresas y comunidades basadas en compartir, sin embargo, se centran en convertir ese derroche en valor. Basta pensar en el esfuerzo que hacen las líneas aéreas para tratar de embarcar más pasajeros en cada uno de sus aviones, debido a que muchos de los costes son los mismos tanto si vuela una persona como doscientas. Los automóviles privados, por ejemplo, permanecen sin utilizar un promedio de más de veintidós horas al día. Al compartirlos, como está haciendo Buzzcar en París, RelayRides en San Francisco, Zazcar en São Paulo o Amovens en España, aumenta notablemente la eficiencia de los materiales utilizados para fabricar, hacer funcionar y mantener esos automóviles. Ahora se puede combinar el automóvil compartido con los servicios de bicicletas compartidas (como el *Bicing* en Barcelona) y el transporte público si todos los servicios se coordinan. Si nos dirigimos hacia ese sistema se optará por apostar por vehículos mejor diseñados, más eficientes, con piezas intercambiables y reciclables. Lo que era en un principio un desperdicio (al no usar al máximo las plazas de un coche, por ejemplo) se convierte en un gran ahorro para el individuo, la comunidad y el planeta, y sitúa la economía de propiedad en clara desventaja ante una basada en compartir. En un mundo en el que la escasez, el aumento de la demanda y las normativas incrementan los costes de la creación de nuevos materiales, los modelos basados en el intercambio ofrecen cada vez más beneficios.

Ventaja: la malla.

4. Hola y adiós

Comprar cosas para tenerlas en propiedad suele conllevar una única transacción. Un cliente realiza su compra, se va, y es posible que no volvamos a verle nunca más. Sin embargo, las empresas basadas en compartir se comunican con sus clientes cada vez que el producto o

servicio se alquila o se presta, o cuando los usuarios desean cambiar el lugar de recogida o informar de un problema. Cada contacto se convierte en una oportunidad para conocer al cliente, presentarle la marca, conseguir su confianza, perfeccionar el producto o servicio y presentar nuevas ofertas personalizadas. La exhaustiva recopilación de datos procede de las decisiones de los clientes, de la información que hacen de su uso, y de las redes sociales de la empresa y de los clientes, que en conjunto sirven para mejorar las ofertas y el trato que se dispensa. Si se añaden socios, por ejemplo una casa compartida, una tienda con productos de uso temporal (como esloultimo.com) o bicicletas compartidas, la calidad de la información, el trato y las ofertas vuelve a dispararse.

Ventaja: la malla.

5. Alégrale el día... y mañana también

Observemos la otra parte de la transacción. Los clientes de la malla obtienen productos superiores (porque están diseñados para durar, no para ser desechados). Reciben un servicio práctico, personalizado y oportuno, sin la carga de tener que comprar, mantener, asegurar, almacenar y deshacerse de más cosas. Cuantos más usuarios haya, mejores serán las ofertas. La mayor frecuencia de la comunicación también brinda más oportunidades de ofrecer a los usuarios exactamente lo que quieren y en el momento en que lo quieren. Y todo por un menor coste total.

Ventaja: la malla.

6. El dinero no lo es todo en la vida

Cuando los payasos de Wall Street hicieron volar nuestra economía en pedazos, no sólo provocaron la explosión de la burbuja inmobiliaria. Tras perder sus casas, trabajos y ahorros, muchas personas se vieron obligadas a reflexionar sobre lo que realmente les importaba. La acumulación de más bienes, de casas más grandes para almacenar esos bienes y de más deudas para pagarlos quizá no lo fuera todo en la vida. Muchas marcas consolidadas perdieron su prestigio, mientras que las empresas con un modelo de negocio basado en compartir empezaron

a crecer. Estas empresas generan más confianza porque necesitan disponer de la confianza del consumidor. Además, son mejores para el planeta, una motivación importante para el consumidor incluso en épocas de crisis.

¿Ventaja? Por supuesto: la malla.

En definitiva, las empresas basadas en compartir transmiten un mayor sentimiento de conexión y de comunidad. Además, generan más confianza porque la necesitan. Ahora empiezan a nacer comunidades donde se puede compartir talento, espacios para trabajar, huertos o cocinas. He aquí algunos ejemplos: Coworking MVD en Uruguay, MatesLab en Argentina, BogoHack en Colombia, TocToc en México, Cooperativa.cl en Chile e Icancanu, una red social de intercambio de favores en Reino Unido.

En este entorno cambiante es una habilidad empresarial esencial reconocer mucho antes que nuestros competidores la disrupción que generan las nuevas plataformas, modelos, expectativas y marcas. Hay que ser el primero en verlo, actuar, ganar.

La malla es la próxima gran oportunidad para crear nuevas empresas y renovar las ya consolidadas. Y hacerlo con el objetivo de mejorar nuestras comunidades y mejorar el planeta. Y esto es sólo el principio.