



Consumo colaborativo y economía compartida

Una visión general y algunas experiencias en Aragón

Consumo colaborativo y economía compartida.

Una visión general y algunas experiencias en Aragón.

Índice

1. De la era de la posesión y el consumo a la del uso compartido.....	5
1.1. Nuevas formas de compartir.....	6
1.2. Los sistemas del consumo colaborativo.....	7
1.3. Las motivaciones y modelos del consumo colaborativo y la economía compartida.....	8
2. Ámbitos y experiencias en consumo colaborativo y economía compartida.....	11
2.1. Movilidad compartida y más sostenible.....	11
2.2. Compartir alojamiento y vivencias.....	12
2.3. Intercambio, trueque, segunda mano y donación: nueva vida para los objetos.....	13
2.4. Crowdfunding, microfinanciación entre muchos.....	15
2.5. Coworking, algo más que trabajar juntos.....	16
2.6. Préstamos entre o por particulares.....	17
2.7. Grupos de consumo.....	17
2.8. Bancos de tiempo.....	18
2.9. Monedas complementarias sociales.....	20
3. Algunos retos del consumo colaborativo y la economía compartida.....	21
4. Algunas iniciativas de consumo colaborativo en Aragón.....	22
5. Un movimiento en movimiento.....	31

1. De la era de la posesión y el consumo a la del uso compartido

Como señalaba *Bryan Walsh* en la revista *TIME* de marzo de 2011 “Algún día miraremos al siglo XX y nos preguntaremos por qué comprábamos tantas cosas”.

Poseemos productos que apenas usamos y preferimos que duerman almacenados antes que otros los utilicen. Los compramos, los usamos poco o no los volvemos a utilizar nunca. Y cuando estorban, o no nos gustan, los tiramos a la basura y su naturaleza se transmuta en montañas de **residuos** que crecen sin tregua.

Un clásico ejemplo es ese taladro que se utiliza 20 minutos de media al año y pasa almacenado la mayor parte de su vida en tu armario o trastero. Pero este pequeño sinsentido se extiende y alcanza a casi todas las esferas de nuestra vida y la de nuestras posesiones.

Lo hacemos nosotros sí, pero en ocasiones también el producto ha sido diseñado para una corta vida útil o tenemos una necesidad (real o inducida por el contexto social y la publicidad) de nuevas prestaciones que hacen que queramos el nuevo modelo y el “viejo” quede arrinconado o se convierta en residuo involuntario, en lo que se ha venido en llamar **obsolescencia programada**.

A pesar de la actual crisis, nuestra sociedad de consumo se ha caracterizado por la **compra** compulsiva, por el comprar por comprar cosas que usamos muy poco la mayoría de las veces: extracción de materias primas, fabricación, transporte y eliminación suponen un gran impacto en el medio ambiente: energía, materiales, huella de carbono, contaminación,... y también en muchas ocasiones un impacto social en forma de condiciones de trabajo no saludables, explotación laboral o trabajo infantil.

Los ciudadanos tenemos a nuestro alcance una herramienta fundamental de cambio social, el **consumo responsable**. Como consumidores y ahorradores tenemos la oportunidad de utilizar nuestro criterio de decisión de acuerdo a nuestras convicciones y promover, a través de nuestros patrones de compra e inversión, la construcción de un desarrollo sostenible. Debemos responsabilizarnos en nuestras compras de bienes y servicios y contemplar en nuestros procesos de decisión aspectos relacionados con la protección del medio ambiente y de los derechos humanos de las personas.

Dentro del consumo responsable, y con entidad propia y diferenciada, despunta con fuerza y luz propia en este momento el **consumo colaborativo** o **economía compartida**. La crisis económica, social y de valores ha hecho madurar y florecer el **consumo colaborativo**, pero las razones de fondo que lo sustentan están ahí hace tiempo. *Albert Cañigueral* señala en su web www.consumocolaborativo.com que “la sociedad de propietarios, el hiperconsumo y el diseño para la basura son, simplemente, insostenibles”.

El **consumo colaborativo** es un amplio y variado movimiento que defiende el **acceso** a los bienes y los servicios que estos proporcionan frente a la propiedad de los mismos.



El consumo colaborativo, también llamado economía compartida, o del compartir, economía colaborativa o de la colaboración se define por su propuesta de compartir los bienes frente a poseerlos. Pasar de su propiedad al acceso y uso.

El consumo colaborativo es un amplio y variado movimiento que defiende el acceso a los bienes y los servicios que éstos proporcionan frente a la propiedad de los mismos.

Propone **compartir, colaborar, acceder o intercambiar** bienes en vez de **poseerlos**. Pasar de la propiedad al uso. Desde el movimiento se destaca que compartir también está en la esencia y la naturaleza de las personas y, para la mayoría de nosotros y nosotras, las dinámicas que pone en juego proporcionan más beneficios y satisfacciones que el individualismo, el hiperconsumo y la sociedad de usar y tirar.

Los ejemplos son muy variados y los iremos viendo a lo largo de este informe: es posible optimizar el uso de bienes compartiendo coche, lavadora, bicicleta pública, e incluso casa a lo ancho del mundo; se puede reducir la cultura de usar y tirar mediante el intercambio, la reutilización, la venta y compra de segunda mano o la donación entre particulares (de libros, CD de música, ropa, electrodomésticos, muebles, juguetes...).

También es factible comprar de forma colectiva alimentos sanos, sabrosos, saludables y cercanos, organizados en grupos de consumo; puedes participar en la microfinanciación colectiva (*crowdfunding*) de proyectos que nos parezcan interesantes y que, de otra manera, no encontrarían forma de desarrollarse; es posible generar comunidades y espacios de trabajo compartidos (*coworking*) donde las competencias de las diferentes personas se potencian y los servicios se optimizan; es posible compartir nuestro bien más valioso, el tiempo, y ofrecérselo a otros en bancos de tiempo.

1.1. Nuevas formas de compartir

La **economía colaborativa** reinventa formas tradicionales de compartir, colaborar, intercambiar, prestar, alquilar y regalar que ya existían. Consigue redefinirlas y amplificarlas gracias a las **nuevas tecnologías**, las **redes sociales** de internet, las tecnologías de la información y la comunicación y las **comunidades** que pueden generar. La explosión de las redes sociales de internet es una herramienta clave en su florecimiento.

El consumo colaborativo imita los intercambios de productos y servicios que ya antes tenían lugar cara a cara en una **escala** y de una manera en que nunca habían sido posibles, gracias a Internet y la capacidad de compartir, crear **confianza** y **reputación** entre extraños, como señala *Rachael Bostman*, una de sus principales impulsoras y autora de un libro pionero en la materia *What's Mine Is Yours: the rise of collaborative consumption*.

Si el siglo XX fue el del **hiperconsumo** basado en el crédito, la publicidad y la propiedad individual, para los impulsores de miles de iniciativas de economía compartida, el siglo XXI ha de ser el del consumo colaborativo a través de la **reputación**, la **comunidad** y el **acceso compartido**. Como señala *Kevin Kelly* "la tendencia es evidente: el **acceso** es mejor que la **propiedad**".



Fuente: adaptado de www.consumocolaborativo.com

1.2. Los sistemas del consumo colaborativo

Son tres los grandes sistemas de consumo colaborativo cuya descripción, ejemplos y características se pueden ver en el gráfico adjunto, desde los que se basan en el **uso compartido de productos**, bajo diversas fórmulas, pasando por los **mercados de redistribución** basados en las donaciones, el trueque y la segunda mano, hasta los **estilos de vida colaborativos**.



Uso compartido de productos, mercados de distribución y estilos de vida colaborativos son los tres grandes sistemas de consumo colaborativo.

Fuente: adaptado de www.consumocolaborativo.com y elaboración propia.

Ingredientes para cocinar el consumo colaborativo y la economía compartida

Varios son los factores necesarios para conformar el consumo colaborativo. De una parte el **bien común**, como concepto que debe superar las barreras que se le atribuyen en cuanto a que los bienes gestionados de forma colectiva corren el riesgo de ser destruidos y es necesaria una estricta regulación para ellos.

De otra, los **bienes o productos ociosos**, que se utilizan muy poco y están almacenados la mayor parte de su vida, y a los que el consumo colaborativo puede devolver la vida y el uso.

La **tecnología** es imprescindible y optimiza la localización de los recursos y permite reunir o agregar personas con intereses comunes capaces de construir **comunidades** interesadas y sistemas de pago o intercambio.

La **confianza o reputación** entre esos usuarios es el ingrediente esencial final para permitir un volumen de gente que haga viable la iniciativa. Éstas cuentan con sistemas de referencias y comentarios que influyen en la toma de decisiones y la actitud de otros usuarios a la hora de compartir el bien de alguna de las maneras posibles.

1.3. Los motivaciones y modelos del consumo colaborativo y la economía compartida

Las **motivaciones** que están impulsando el consumo colaborativo son variadas. Con la dura crisis económica (que también es social y ambiental), el **ahorro** ha dado un gran impulso al consumo colaborativo, ya que el acceso a los bienes frente a la propiedad puede suponer en muchos casos un ahorro de dinero y también es capaz de generar **ingresos** económicos a las personas.

A la vez hay motivaciones **sociales** sustentadas en un movimiento de personas y grupos que crean estos modelos para **compartir**. Adquieren de esta manera un fuerte componente de socialización y muchos de ellos han nacido del cooperativismo, el asociacionismo y el denominado “procomún”. La economía compartida se define así por su perfil social y muchas de estas personas participan también en la economía social. Además, para muchas personas, ¡es más divertido!

Pero también hay razones **empresariales**. Hay empresas que ya basan su actividad en modelos de consumo compartido. Han visto que se trata de una oportunidad de negocio y abordan el ámbito más económico y empresarial del consumo colaborativo.

Son nuevos modelos de negocios alternativos plenamente viables y muchos son rentables. Una parte de ellos generan **empleo verde o social**, al que debemos dirigir nuestras miras en esos momentos como señalan diferentes informes internacionales.

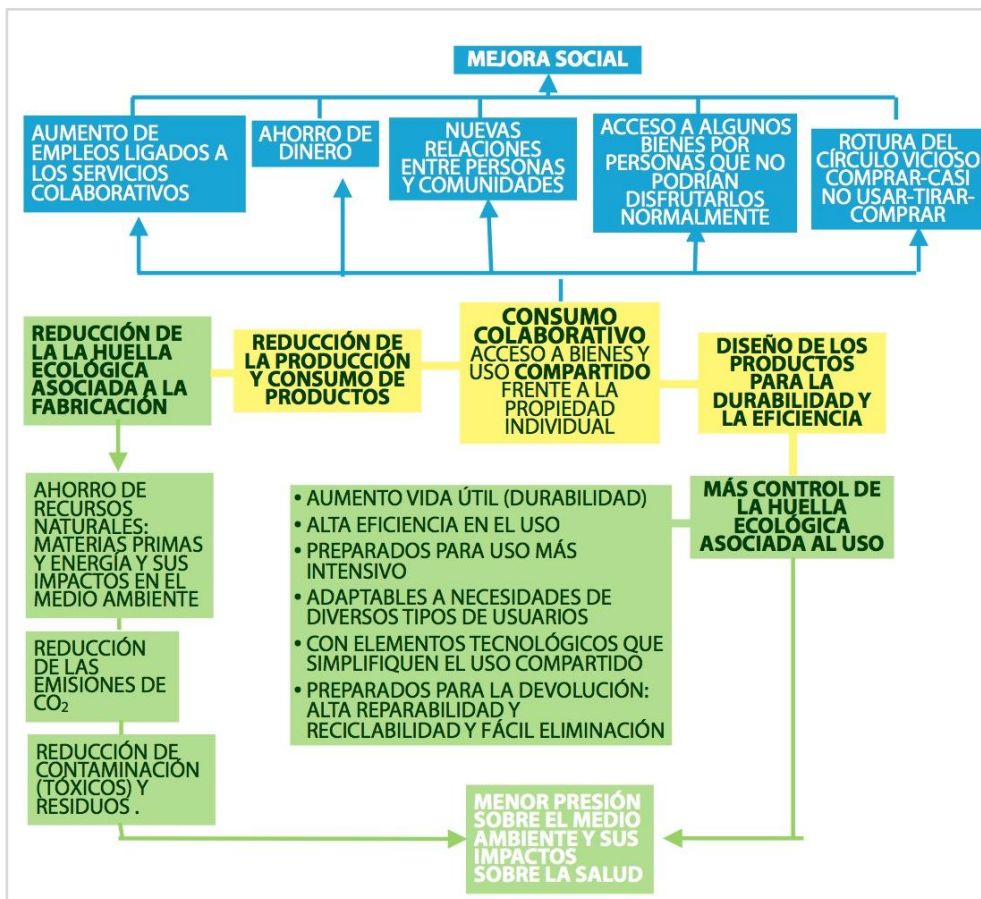
Dos son los **modelos principales de negocio** en consumo colaborativo: la conocida como primera generación es la denominada **B2C, del negocio al consumidor**. En ella la empresa o compañía es la que adquiere los productos y realiza el mantenimiento y alquiler de los productos. Es la versión del siglo XXI de los antiguos negocios de alquiler, pero con la innovación y sustento de nuevas tecnologías que permiten ampliar su ámbito y prestaciones. Pueden requerir costosas inversiones de capital pero son menos complejos de gestionar, al hacerlo a la manera más clásica. Un ejemplo son los sistemas de coche compartido tipo *carsharing* y los sistemas de bicicleta pública compartida.

Las motivaciones del consumo colaborativo pueden ser de ahorro para el consumidor, sociales, basadas en compartir, y empresariales.

La segunda generación es la **P2P** (*peer to peer*), **de igual a igual**. En ellos es la comunidad la que proporciona inicialmente los bienes (no requiere una inversión de capital para adquirirlos), habitualmente a cambio de beneficios o ventajas sobre las transacciones. Es más complejo, ya que requiere un intercambio a dos bandas, una cuidadosa gestión de la oferta y la demanda y jugar con dos valores: parámetros de **calidad** y **confianza**. En ocasiones, otro negocio pionero es alquilar las soluciones técnicas y conceptuales creadas a pequeños grupos que crean nuevas redes más reducidas. Un ejemplo es el coche compartido tipo *carpooling*.

No menos importantes son los motivos **ambientales**: la reducción del consumo, el consumo responsable y el consumo colaborativo se ven como un compromiso con el uso sostenible y eficiente de los recursos, que puede permitir reducir la huella ecológica global, la huella de carbono, los impactos y presiones sobre los recursos, los ecosistemas y la biodiversidad del planeta y la generación de residuos y contaminación.

La primera generación del consumo colaborativo es la B2C, del negocio, al consumidor. La segunda generación es la P2P (*peer to peer*), de igual a igual.



Impacto positivo social, de salud y sobre el medio ambiente del consumo colaborativo. Fuente: ECODES –DKV Seguros

Por tanto el consumo colaborativo y la economía compartida se están convirtiendo en un incipiente y prolífico laboratorio de **sostenibilidad** al integrar de forma equilibrada lo ambiental, lo social y lo económico, las tres patas de la sostenibilidad.

El reto de la durabilidad y la eficiencia en el consumo colaborativo desde un punto de vista de la sostenibilidad ambiental: imaginando el futuro

La generalización de modelos de consumo colaborativo en muchos aspectos de la vida cotidiana puede estar lejos, pero hay que anticiparse a algunos retos desde el principio.

El acceso a bienes de uso compartido frente a la propiedad individual implicaría una reducción de la producción y consumo de ciertos productos que hoy utilizamos muy poco, reduciendo la huella ecológica y el impacto ambiental asociados a su **fabricación**. Sin embargo, en muchos aparatos (como electrodomésticos) su mayor huella ecológica corresponde a la fase de **uso** por el consumidor y sólo una pequeña parte a su fabricación. Por tanto, en productos que vayan a usarse mucho, todavía debe cuidarse más ese aspecto. Imaginemos simplemente que compartiéramos entre varios vecinos una lavadora que funcionara muchas horas al día: debería estar preparada para ello desde todos los puntos de vista.

Así, los **nuevos productos** que se fabriquen para satisfacer esas necesidades del uso colaborativo habrán de tener algunas características especiales: aparatos y tecnologías deberían implicar un excelente ecodiseño enfocado a la durabilidad, la eficiencia y el menor impacto en todo su ciclo de vida. Su vida útil debería ser larga, resultar muy eficientes en el uso de recursos (agua, energía, etc) pues van a ser utilizados muchas más horas que los aparatos convencionales actuales, ser más resistentes y estar preparados para un uso más intensivo, ser adaptables a necesidades de diversos tipos de usuarios, disponer de elementos tecnológicos que simplifiquen el uso compartido y estar preparados para una alta reparabilidad durante su ciclo de vida y una gran reciclabilidad de sus componentes no reparables o reutilizables al final de su ciclo de vida. Por ejemplo, algunas bicicletas de los sistemas de bici compartida de muchas ciudades están diseñadas bajo estas premisas.

Por tanto, si la economía compartida se extiende y el consumo colaborativo de productos crece, un nuevo mercado de productos con esas características puede y debe desarrollarse.

2. Ámbitos y experiencias en consumo colaborativo y economía compartida

Diversos ámbitos han visto un desarrollo de las iniciativas de economía compartida. Abordamos aquí un pequeño listado por sectores, necesariamente incompleto, dado el dinamismo extraordinario de este tipo de proyectos.

2.1. Movilidad compartida y más sostenible

Caminar, ir en bici o en transporte público colectivo son las mejores fórmulas de movilidad sostenible para nuestra salud y la del medio ambiente. Cuando no sea posible, hay otra alternativa antes que el uso individual del automóvil: compartir coche.

Esta práctica tan antigua como los viajes y los vehículos, y que quizá hayamos utilizado con compañeros de trabajo o amigos, se renueva y amplía hoy con las fórmulas innovadoras del consumo colaborativo gracias a Internet.

En el **carpooling** se comparte coche y viaje, ya que se hace uso compartido del vehículo y del trayecto con otros pasajeros, en general personas que viven y trabajan cerca de nosotros. Se conectan conductores con asientos libres en sus coches con pasajeros que precisan viajar al mismo destino.

Tanto empresas privadas como instituciones han puesto en marcha iniciativas de este tipo, organizadas a través de una página de Internet que permite buscar los posibles trayectos en que estamos interesados (lugar de origen y destino) y un sistema de búsqueda y contacto ágil y sencillo. También podemos colgar el trayecto que vamos a realizar con nuestro coche y esperar candidatos que estén interesados en compartir viaje y gastos.

Las hay más enfocadas a trayectos más cortos (ir a trabajar) y otras a trayectos largos, en ocasiones a eventos compartidos (conciertos, festivales, pruebas deportivas, viajes de negocios...).

Como en todas estas iniciativas, un sistema de valoración de cada miembro sirve para establecer la seguridad, la calidad y la reputación. Además puede ser divertido, se conocen personas y se establecen vínculos sociales.

Hay muchas iniciativas en este ámbito. Algunas de estas páginas hacen más hincapié en el ahorro de dinero que supone el viaje compartido y otras inciden en el ahorro de emisiones de CO₂ que puede conseguirse.

Unas tienen apoyo público y otras son negocios privados. Entre las redes públicas de *carpooling* podemos citar [Coche Compartir](#) red pública de municipios, empresas y organismos que fomentan el uso del coche compartido. Las comunidades autónomas han puesto iniciativas en marcha, como [Menos Humos](#) en Aragón.

Diversas empresas proporcionan ya este servicio, como [Blablacar](#), cuyo lema es «Conectamos conductores con pasajeros para compartir viaje». Otras como [Amovens](#) proponen «Encuentra compañeros para compartir trayectos en coche». [RoadSharing](#) se basa en «Compartir coche y viajar juntos para reducir los gastos de viaje y contaminar menos». [Carpooling.es](#) es otra plataforma para viajar en coche compartido por España y Europa con el lema «Encuentra. Viaja. Ahorra» y [Shareling](#) proclama «Compartir transporte: más verde y menos gastos». Por tanto, una enorme oferta.

El **carsharing** se traduce también como compartir coche, pero este concepto hace referencia al alquiler de vehículos por periodos cortos de tiempo (desde horas hasta incluso pocos días): para realizar un trayecto, ir a un polígono, de compras, un pequeño viaje... Aquí no se comparte trayecto con otras personas. Un coche está aparcado el 92 % de su vida. Estas iniciativas pretenden optimizar su uso, de

Carpooling y carsharing, dos fórmulas distintas de compartir coche, son las dos fórmulas básicas de movilidad compartida colaborativa. En otro ámbito, también la bicicleta pública compartida.

manera que hagan falta menos coches en propiedad y que del “autoquieto” se pase al verdadero “automóvil”.

La organización puede ser llevada a cabo por una empresa o por un grupo de usuarios particulares organizados.

El *carsharing* P2P (*peer to peer*, de igual a igual) es un servicio de alquiler de coches entre particulares que quieren obtener una rentabilidad de su vehículo mientras no lo utilizan, por ejemplo durante la semana laboral, y lo prestan a otros por una cantidad de dinero. Entre ellas se encuentra por ejemplo, [SocialCar](#) de alquiler de coches entre particulares.

También hay empresas con flotas grandes de automóviles, pero el funcionamiento es distinto de las empresas tradicionales de alquiler de coches. Pagando una cuota de abonado, o sólo el tiempo de utilización, tomas un coche en un lugar y lo dejas en otro donde la empresa tenga sede, sin necesidad de reserva o papeleo, con una simple tarjeta electrónica u otro sistema.

[Hellobyecar](#) indica que cada vehículo de *carsharing* podría hacer desaparecer 20 vehículos de la ciudad y disminuir 1.900 km por persona y año empleados en buscar aparcamiento.

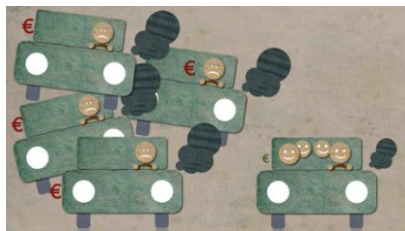
Por ejemplo, [Avancar](#) proporciona coches por horas y días cuando los necesitas y [RespiroCarSharing](#), ofrece el servicio como la nueva manera de tener coche.

Este método contribuye sobre todo a reducir los problemas de congestión y también optimiza el uso de vehículos que estarían parados la mayor parte del tiempo. Y ya hay algunas empresas que ofrecen el servicio con vehículos eléctricos, menos contaminantes.

Existen iniciativas globales de taxis “informales” en los que las personas, a través de aplicaciones de móvil indican dónde se encuentran y dónde quieren ir, como [Lyft](#) o [SideCar](#).

También están surgiendo numerosas iniciativas de taxis compartidos a nivel empresarial, en las que el usuario puede compartir carrera con otros usuarios, como [Compartiendo Taxi](#) o [Taxi Sostenible](#), que además optimizan las carreras del taxi más cercano, aumentando la ocupación y reduciendo las carreras vacías y las emisiones de CO₂ por pasajero.

No debemos olvidar aquí uno de los medios de movilidad compartida más ecológicos que existen: los **sistemas de bicicleta compartida**, muchos de ellos públicos, pero también de iniciativa privada. En 2011, según [Esther Anaya](#) había 147 sistemas de bicicleta pública en 196 municipios, con 26.000 bicicletas públicas. Destacan sistemas como el [Bicing](#) de Barcelona, [Sevici](#) de Sevilla, [Valenbisi](#) de Valencia o [Bizi](#) de Zaragoza. Cada bicicleta es así compartida por muchas personas al día y se procura el acceso cómodo y fácil a este medio de transporte ecológico. La gran mayoría de modelos responden al modelo de consumo colaborativo B2C anteriormente comentado, bajo iniciativa pública.



Las fórmulas de compartir e intercambiar alojamientos a lo largo y ancho del mundo, bien casas enteras, o bien ser acogido en una habitación o en el sofá de la casa de alguien, han experimentado una gran expansión.

2.2. Compartir alojamiento y vivencias

Viajar es más fácil gracias al intercambio gratuito de alojamientos que practican los *couchsurfers*. En [Couchsurfing](#) (inicialmente sin ánimo de lucro y luego convertida en empresa) un anfitrión ofrece alojamiento a los viajeros que quieren ir mucho más allá de ahorrar; y buscan otra forma de descubrir y conocer personas, lugares y culturas en el lugar de destino. Más de 6 millones de personas en más de 100.000 ciudades se encuentran registradas.

La iniciativa empresarial pionera y más potente en este ámbito actualmente es [Airbnb](#). Surgió en 2008 en San Francisco entre un grupo de amigos que no llegaban a pagar su piso y decidieron ofrecer su casa a través de Internet para completar el dinero que les faltaba, ofreciendo dormir en colchones de aire y proporcionando desayuno a sus usuarios (air bed and breakfast). Luego

evolucionó a un negocio de grandes proporciones. Algunos datos dan idea de ello. 11.000 propiedades se encuentran registradas en Barcelona en Airbnb y se calcula que en España entre septiembre de 2011 y 2012 ha movido 35 millones de euros.

Es posible encontrar muchas iniciativas que han copiado el modelo, como [BedyCasa](#), [9flats](#) o [Alterkeys](#) entre las generalistas y otras para grupos específicos (denominadas verticales): emprendedores ([Bizpora](#)), público gay ([MisterBnB](#)) y un amplio etcétera.

Redes como [Knok](#), [HomeforHome](#) y la recientemente creada [HomeCompartia](#) (por cierto, de origen aragonés) se dedican al intercambio de casas enteras entre sus usuarios.

Este intercambio de alojamientos se puede realizar de forma *síncrona* (el propietario que te acoge en tu casa está en ella mientras tú pernoctas) o *asíncrona* (es cuando la casa se vacía porque te vas de vacaciones, de viaje de trabajo, etc, cuando acoges en ella a otros viajeros).

Como siempre, la confianza y la reputación a través del perfil, con verificaciones y referencias, y una serie de normas de comportamiento permiten generar confianza entre los que van a hacer uso de tu sofá (*couch*) o con quienes vas a intercambiar casa.

2.3. Intercambio, trueque, segunda mano y donación: nueva vida para los objetos

WWF dice que tenemos 4.000 objetos en nuestros hogares, la mayoría fuera de uso cotidiano, almacenados y acumulados. La cantidad de comunidades y redes surgidas en torno a los objetos de segunda mano, **intercambio**, **trueque** e incluso **donación** directa y desinteresada de productos que no se quiere que acaben en la basura es extraordinaria. Los mercadillos de **segunda mano** e intercambio se extienden por doquier.

Es el segundo modelo de consumo colaborativo que se ha venido en llamar *mercados de redistribución*. Redistribuyen los bienes usados o adquiridos de donde no se necesitan a donde sí se necesitan y por quien sí los necesita. Gratis, por intercambio o por venta.

La filosofía es no tirar y no guardar, sino vender a precio muy ventajoso objetos a los que alargar su vida, intercambiar y compartir. Y las redes van desde las de carácter más local y empresarial (con tiendas físicas donde comprar y vender productos de segunda mano) a otras de carácter más social y más global, como algunos mercados de trueque sociales, pasando por todos los puntos intermedios y combinaciones que podamos imaginar. La web global de subastas [eBay](#) puede considerarse uno de estos mercados de redistribución.

Destacan algunas plataformas internacionales como [Peerby](#), que ayuda a compartir cosas entre vecinos, siendo en este caso la cercanía el factor que determina la posibilidad de compartir y prestar objetos, productos, herramientas entre la gente de tu barrio, ahorrando dinero, viviendo de forma más ecológica y conociendo gente increíble, como reza su eslogan. En Peerby también hablan de "compartir la prosperidad", las cosas que tenemos.

Los mercados de distribución dan vida a los objetos, pero también es preciso tener algunas precauciones desde el punto de vista de la sostenibilidad. Así pueden incrementar la huella ecológica por transporte, tienen el riesgo de hacernos caer en la trampa de compartir cosas que tampoco necesitamos y debe practicarse con control a gran escala, ya que puede ocurrir que algunos bienes redistribuidos desde el norte a los países menos desarrollados no sean útiles allí, estén inservibles u obsoletos y se conviertan simplemente en residuos cuyo impacto ambiental transferimos y alejamos de nosotros.



La cantidad de comunidades y redes surgidas en torno a los objetos de segunda mano, el intercambio, al trueque e incluso la donación directa y desinteresada de productos que no se quiere que acaben en la basura es extraordinaria.

Surgen nuevas iniciativas continuamente y otras se cierran, por eso lo mejor es utilizar un buscador de Internet e interesarse por aquéllas más locales, más activas y más sociales. A continuación aparece una pequeña muestra de lo que se puede encontrar en este ámbito. Pero hay mucho más.

■ www.truekeweb.com - Web gratuita de intercambios ■ www.truekenet.com - La red de trueque en Internet ■ <http://mercats-intercanvi.blogspot.com.es> ■ <http://www.intercanvis.org> ■ <http://cambiados.es> ■ <https://www.community-exchange.org> - Organizaciones que forman parte del Community Exchange System (CES) en las que se practica el trueque e intercambio de favores ■ <http://www.truequebook.es> - Trueque de material escolar ■ <http://www.cadenadecambios.com> - Consigue lo que quieres con lo que ya no necesitas ■ <http://yonolotiro.es> - Mercado de intercambio en Navarra ■ <http://www.changebook.es> - El sitio para el intercambio de libros de texto ■ <http://www.quierocambiarlo.com> - La web de los reyes del trueque ■ <http://www.etruekko.com> - Tu red de intercambio ■ <http://www.creciclando.com> - Red de intercambio de ropa, juguetes, accesorios para bebés, niños y premamá ■ <http://www.trocobuy.com> - Préstamo entre empresas: venderás más, comprarás mejor ■ www.grownies.com - Grownies, la red de intercambio inteligente de la ropa de tus hijos ■ <http://www.truequezaragoza.blogspot.com.es> - Mercados de trueque en Zaragoza ■ <http://blog.xarxaeco.org> - Xarsad'intercanviamb moneda social ■ <http://intercanvis.net/xaingra> - Xarxad'Intercanvis de Gràcia (Xaingra) ■ <http://laredina.foroactivo.com> - La Redina Berciana: red de intercambio de objetos, labores y conocimientos en la comarca de El Bierzo ■ <http://letsuenca.0fees.net/eacuenca/> - Economía Alternativa Cuenca. Moneda Alternativa e Intercambio Local ■ <http://apoyomutuotoledo.blogspot.com.es> - Consumo colaborativo en Toledo ■ <http://trocasesc.wordpress.com> - Xarxad'intercanvis de PobleSec ■ Contrueque.com - Anuncios clasificados de trueque ■ <http://www.arratiatrueque.org> - Portal de trueque de la Mancomunidad de Arratia (Bizkaia) ■ <http://ecosecha.blogspot.com.es> - Banco de Intercambio de Semillas. Un proyecto de Ecosecha-Intermediae ■ <http://www.cortrueque.org> - Asociación de trueque de Baleares ■ <http://herrigune.org> - Mercado de objetos en desuso de Leioa ■ <http://dirurikgabeelkartea.wordpress.com> - Asociación Dirurik Gabe - Sin Dinero Elkartea ■ <http://www.abretesesamotrueque.com> - Tienda de trueque en Madrid ■ <http://www.telodoygratis.com> - Trueque y regalos online ■ <http://www.trocaferrol.org> - Red de trueque de Ferrol ■ <http://www.biotrueke.org> - El mercado on-line de segunda mano de Bilbao ■ <http://adelitamadrid.blogspot.com.es> - Adelita, red de trueque urbano de Madrid ■ <http://www.sepermuta.es> - Trueque de inmuebles ■ Burgos en trueque - <https://groups.google.com/forum/?hl=es&fromgroups#!forum/burgosenttrueque> ■ Rede de Troco da Corunha - <http://monedascomplementarias.pbworks.com/w/page/10179704/Rede%20de%20Troco%20da%20Corunha> ■ <http://www.truequear.com> - Portal para realizar trueques, intercambiar objetos, favores e información de manera gratuita ■ <http://vigotroca.arkipelagos.net> - Trueque en Vigo ■ <http://truequegetafe.wordpress.com> - Trueque en Getafe ■ <http://truequi.com> - Cambiar objetos y darles vida ■ <http://www.merka2sanmarcos.org> - Mercados de segunda mano (venta y trueque) de San Marcos ■ <http://nolotiro.org/es> - No lo tiro, te lo regalo (sin condiciones). Anuncios de regalos nuevos y de segunda mano ■ <http://intercanvis.net> - La web del intercanvis ■ <http://www.deixalleriadegirona.org> - Serveid'ofertes i demandes ■ Barcelona Freecycle - <http://es.groups.yahoo.com/group/Barcelona-Freecycle/> ■ <http://www.truequeweb.com> - Web gratuita de intercambio ■ <http://www.truekalo.com> - Tu red social para cambiar objetos ■ <http://reutil.net> - Reciclem Reutilitzant ■ <http://www.volstens.unmicroclima.com> - Per aconseguir i despendre's de coses ■ <http://www.loregalo.com> - Reutiliza, recicla, intercambia ■ <http://www.acambiode.com> - Gestión de compras, proveedores e intercambios para empresas de España con apartado de intercambios B2B ■ <http://intercanvis.sants.org> - Xarxad'intercanvi de Sants ■ <http://www.trocalcudia.blogspot.com.es> - Firade'Intercanvidel'Alcúdia ■ <http://segundamanita.com/> - Da lo que no usas. Encuentra lo que necesitas ■ <http://yanomelopongo.es/> - Ropa de segunda mano de primeras marcas ■ Infinidad de iniciativas de intercambio de libros, como <http://www.bookcrossing-spain.com/>, <http://www.libroscompartidos.com/>, <http://librosporlibros.com/>

y muchos más.

2.4. Crowdfunding, microfinanciación entre muchos

Hay otra palabra que se oye por todas partes. Es el *crowdfunding*, financiación en masa, microfinanciación colectiva o micromecenazgo para sacar adelante proyectos que no encuentran financiación tradicional (bancaria, créditos oficiales...) y que consiguen hacerlo a través de numerosas aportaciones de importe, en general, reducido.

Con un precedente en las donaciones, la microfinanciación colectiva ha alcanzado una enorme difusión gracias a Internet y las redes sociales, así como a la mejora y facilidad de las tecnologías de pago por la red. La web [Crowdacy](#) recoge más de 60 plataformas de financiación colectiva, aunque algunas en fase beta o de lanzamiento.

Los proyectos pueden ser de ámbitos muy diversos: culturales, sociales, educativos, científicos, tecnológicos o ecológicos. Se financian así películas, libros, discos, cómics, blogs, medios de comunicación y periodismo independiente, empresas sociales, investigación científica, empresas tecnológicas, productos innovadores, tecnológicos o sociales, iniciativas creativas, solidarias y ambientales, clubes deportivos...

La diversidad de modelos es extraordinaria: para algunos sólo deben considerarse microfinanciación colectiva las donaciones que no esperan beneficios de la transacción. En otras ocasiones se espera recibir el producto innovador que has contribuido a financiar una vez que se ha conseguido llegar a producirlo gracias a dicha financiación colectiva. Para otros son inversiones en empresas, que esperan beneficio económico concreto o una parte proporcional de los beneficios si el proyecto triunfa. A veces la recompensa es la promoción y visibilización del donante. O el deseo de apoyo a una iniciativa de cambio y mejora social, cultural, creativa, educativa, científica y tecnológica que va a beneficiar a la sociedad.

Las iniciativas de *crowdfunding* se han especializado por ámbitos, de forma que algunas se llegan a enfocar en temas muy concretos: música, audiovisual, libros, deporte, emprendedores, proyectos sociales, solidaridad, mientras que otras acogen una mayor diversidad temática.

Pionera en este ámbito es [Kickstarter](#) en funcionamiento desde 2009 para financiar colectivamente proyectos creativos de arte, diseño, tecnología, habiendo conseguido financiación por valor de 662 millones de dólares para 43.000 proyectos creativos. Otra plataforma mundial de microfinanciación reconocida es [Indiegogo](#), que tiene el lema *Financia lo que te importa a ti*. Nacida en Francia en 2010 y de ámbito paneuropeo encontramos [Ulule](#) con el eslogan *Da vida a las buenas ideas* y que ya ha financiado casi 2.500 proyectos.

En nuestro entorno destacan plataformas como [Lánzanos](#) que ha conseguido 120.000 usuarios registrados, 15.000 visitas diarias, 220 proyectos financiados con éxito y dos millones de euros recaudados desde 2010.

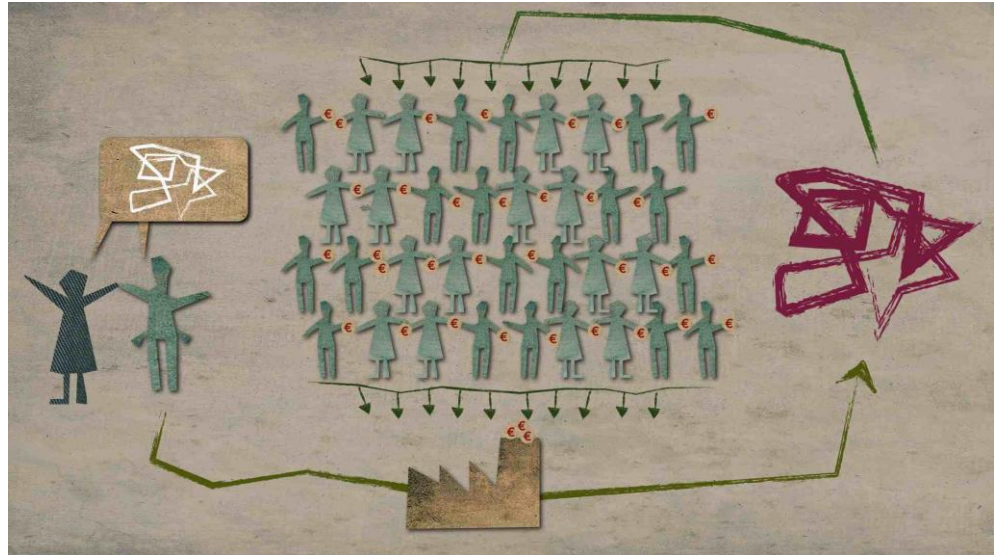
Otras como [Goteo](#) aúnan financiación colectiva (aportación de dinero) y colaboración distribuida (servicios, infraestructuras, microtareas...) con el objetivo de impulsar iniciativas creativas e innovadoras que contribuyan al desarrollo del procomún en el marco del código libre y el código abierto. Esta forma de micromecenazgo se apoya en el *crowdsourcing* (colaboración abierta distribuida) en que una comunidad no aporta dinero, sino que se realiza una tarea de forma colectiva, por ejemplo un diseño participativo distribuido, en que se espera la creación de bienes comunes al servicio de toda la comunidad. Por tanto en este sentido Goteo se diferencia de otras plataformas por ser de código abierto, open source, y promover el uso, el re-uso y la mejora de iniciativas y tecnologías. Y se organiza ayudando a crear nuevos nodos locales que se extienden y replican por el territorio.

La plataforma [Verkami](#) (con sede en Mataró, Barcelona) se enfoca en proyectos creativos de creadores independientes que buscan financiación para materializar sus ideas.

El crowdfunding, financiación en masa, microfinanciación colectiva o micromecenazgo consigue sacar adelante proyectos que no encuentran financiación tradicional (bancaria, créditos oficiales...) a través de numerosas aportaciones de importe, en general, reducido.

Este público-mecenas-inversor recibe recompensas en forma de creaciones o productos exclusivos, ediciones limitadas, acceso a descargas, merchandising, etc. Por ejemplo, puedes apoyar la realización de una película documental y luego recibir invitaciones para su estreno, extras o material adicional descargable sólo para los financiadores. En casi todas estas plataformas los proyectos suelen tener una fecha límite, un mínimo de fondos a recaudar (a veces también un óptimo) y, si no se consigue en el plazo planteado, se devuelve el dinero a los financiadores.

Cualquiera con un proyecto coherente y que cumpla las condiciones establecidas por la plataforma en que quiera difundirlo puede presentar su proyecto a la búsqueda de financiación colectiva y si lo consigue, convertirlo en realidad.



El verdadero
coworking es
realmente
compartido: se
genera sentido de
pertenencia a la
comunidad y se
aporta a ella de
forma horizontal,
distribuida y
colaborativa.

2.5. Coworking, algo más que trabajar juntos

En Wikipedia se define el **coworking** (la traducción “cotrabajo” no se utiliza prácticamente) como “*una forma de trabajo que permite a profesionales independientes, emprendedores y pymes de diferentes sectores compartir un mismo espacio de trabajo, tanto físico como virtual, para desarrollar sus proyectos profesionales de manera independiente, a la vez que fomentan proyectos conjuntos*”.

La clave, más allá de ayudar a superar el aislamiento que supone trabajar en casa a trabajadores independientes y microempresas y compartir espacios físicos y servicios, está en que se genere un sentimiento de pertenencia a una comunidad, se pongan en común competencias de cada uno, se establezca una relación social entre los participantes y se aporte a ella de forma horizontal, distribuida y colaborativa (por ejemplo, en forma de tiempo de servicio a la comunidad que enriquece a todos). Pocos espacios y proyectos de **coworking** son realmente de economía compartida y no todos los espacios autodenominados así, centros de negocios o incubadoras de empresas son espacios reales de coworking colaborativo.

Como hemos incluido una interesante experiencia de coworking en este informe, queríamos ofrecer este mínimo marco conceptual.

2.6. Préstamos entre o por particulares

Otra modalidad de financiación es la de **préstamos entre particulares** o **préstamos P2P**, que en España está menos desarrollada, pero tiene amplio recorrido en algunos países anglosajones, donde tienen amplia trayectoria iniciativas como [Zopa](#).

En ellos un particular presta dinero a otro y obtiene una rentabilidad. Para minimizar el riesgo hay diferentes sistemas, como repartir el dinero de préstamo entre diversas personas para reducirlo (diversificar el riesgo), el rechazo de una gran proporción de solicitudes de préstamos que no ofrecen garantías de devolución (hasta un 98% de las solicitudes), una estricta clasificación en grupos de riesgo por identidad y solvencia (A, B, C), etc.

Algunas iniciativas en este sentido son [Comunitae](#), con el vistoso eslogan “No somos un banco... ni falta que nos hace”. Existen también iniciativas como [Arboribus](#), que conecta a empresas e inversores y donde se da financiación directa de particulares a empresas.

2.7. Grupos de consumo

Los **grupos y cooperativas de consumo** son una forma de **consumo colaborativo y responsable** que se constituye como alternativa a los actuales canales de distribución de productos.

Son grupos de consumidores que reclaman productos de calidad, a buen precio, producidos cerca del lugar donde se van a consumir (de proximidad), directamente del productor sin pasar por intermediarios, de temporada y en muchos casos de agricultura y ganadería ecológicas.

Se engloban en el tercer tipo de economía compartida o consumo colaborativo, denominada “**estilos de vida colaborativos**”. Esto no está reñido con que generen y potencian la economía local.

La mayoría de grupos de consumo son colectivos autogestionados, que se organizan de forma autónoma y horizontal para adquirir **colectivamente** diferentes productos, realizando directamente pedidos periódicos y regulares a los **productores** integrados en el grupo, con los que se ha contactado y acordado la colaboración.

Organizan y realizan el reparto con diferentes fórmulas adaptadas a su estructura y necesidades (por pedidos, por cestas fijas semanales de precio fijo, a través de un local para organizar el reparto entre los miembros del grupo de consumo, etc.).

Esta organización permite obtener a un mejor precio algunos productos que por su alta calidad (por ejemplo, de agricultura y ganadería ecológica) resultarían más caros comprados de forma individual y a través de la distribución tradicional, así como más difíciles de conseguir.

Son más habituales para productos de **alimentación**, pero pueden también satisfacer más necesidades: aseo personal, limpieza de la casa, vestido... Dentro de la alimentación lo más frecuente es para alimentos frescos (verduras, hortalizas, fruta, carne) y productos de **comercio justo** (azúcar, café, cacao...) no disponible en nuestro entorno y que en este caso se traen de lejos pero con condiciones que garantizan un trato justo a sus productores.

Los grupos de consumo se fundamentan habitualmente en el contacto directo con el productor que suministra directamente sin intermediarios productos de calidad, de variedades locales, de proximidad y de temporada. Reconocen así el trabajo del agricultor que demanda un precio justo por sus productos y revalorizan su papel y su buen hacer en el territorio como conservadores del patrimonio natural, paisajístico y cultural asociado a huertas y campos.

Los grupos de consumo son colectivos de consumidores autogestionados organizados de forma autónoma y horizontal que adquieren colectivamente a los productores, sin intermediarios, y de forma periódica y regular, productos de calidad, cercanos, de temporada y, en muchas ocasiones, ecológicos.

Estos grupos de consumo se convierten de esta manera en una forma de **solidaridad campo-ciudad** que permite conservar y crear puestos de trabajo en las huertas locales, abandonadas hoy en muchos lugares, y que fomenta la economía local de circuito corto.

También se favorece el **encuentro y el disfrute social**, ya que con frecuencia se conoce a los productores, y se desarrolla un fuerte intercambio y trabajo común entre los miembros del grupo para organizar su funcionamiento colaborativo.

En este caso el objetivo de alimentos más sanos, sabrosos y sostenibles se consigue a través de una fórmula de consumo colaborativo.

La [web ecoagricultor](#) puede ayudar a buscar grupos o cooperativas de consumo en nuestro entorno. Incluso podemos animarnos a crear uno [con esta información](#) proporcionada por Ecologistas en Acción.

Los bancos de tiempo manejan tiempo en vez de dinero. Son bancos llenos de valores que mejoran la salud de nuestra sociedad al poner a las personas en el centro de la vida en vez de al dinero.

2.8. Bancos de tiempo

En los bancos de tiempo el trabajo no tiene precio, no hay dinero por medio. Se intercambia nuestro máspreciado bien, el **tiempo**: las horas, que cada persona invierte en prestar servicios a unos y recibirlos de otros.

Alguien cocina un día una comida para ti y a cambio recibe de otra persona ayuda para unas pequeñas tareas de bricolaje doméstico. A cambio tú ayudas a redactar una instancia o hacer el papeleo a una anciana y alguien te da una clase de francés.

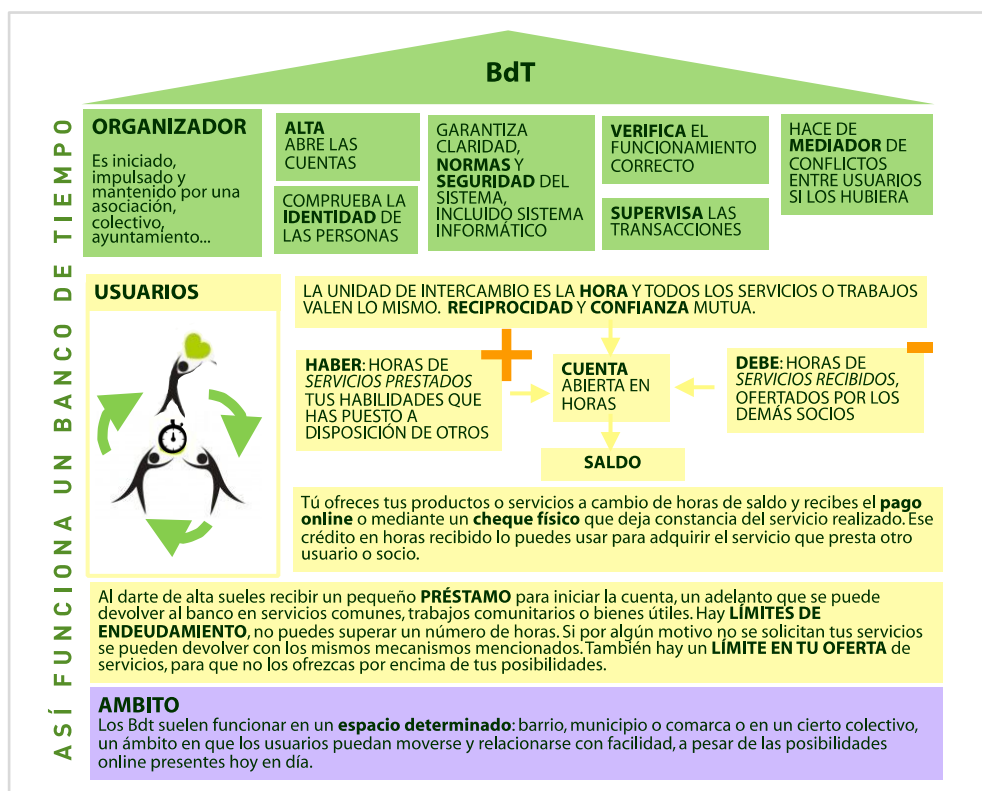
La **reciprocidad**, la **confianza** y la **colaboración** son sus valores estrella y las personas construyen el tejido social de su comunidad mediante intercambios que crean vínculos humanos y sociales.

Los **bancos de tiempo** son sistemas económicos alternativos o paralelos, pero **organizados**, en los que un grupo de ciudadanos **intercambia servicios** sin que intervenga el dinero, que se ve sustituido por una **moneda no convencional**, en este caso el **tiempo** medido en **horas**.

El nombre de **banco** es adecuado, pues no se devuelve el servicio a quien nos lo ha dado (puede que no tenga nada que ofrecernos que nos interese), sino que disponemos de una **cuenta** con un **saldo personal** en el que se acumulan las **horas** de servicios ofrecidos y se detraen las horas de servicios recibidos. Esas horas podrán ser utilizadas en el futuro para solicitar o dar servicios a otro socio, una tercera persona. En este sentido van más allá del trueque, pues son difusos (acumulo horas para recibir de una tercera persona a la que yo no le presté el servicio) y son diferidos (no tienen que coincidir en el tiempo).



Una **entidad organizadora** (una asociación, colectivo, ayuntamiento...) hace el alta, comprueba la identidad de las personas, lleva la cuenta (el debe, el haber y saldo de horas, registrado online o mediante cheques físicos), establece las normas, supervisa las transacciones de tiempo y media si hubiera algún conflicto, pero son los usuarios los que intercambian sus servicios por tiempo.



Funcionamiento de un banco de tiempo.

María Novo, catedrática de Educación Ambiental de la UNED y presidenta de Slow People cuenta en su libro *“Despacio, despacio”* el verdadero valor de los bancos de tiempo que trasciende al mero funcionamiento que hemos contado hasta ahora y que recogemos a continuación.

“Los bancos de tiempo devuelven el protagonismo a las personas y las colocan de nuevo en el centro de las relaciones humanas y sociales, frente al mercado y el dinero.

El valor que se pone en juego son las habilidades y conocimientos de las personas, sus aptitudes y actitudes para compartirlas con otros y, en ese proceso, descubrir a otras personas, ayudarlas por el placer de hacerlo, como haríamos con un amigo, sin presión económica, y para restaurar y reforzar los lazos personales y comunitarios, hoy tan debilitados.

A través de ellos se puede crear tejido social y favorecer la integración y el sentimiento de pertenencia a la comunidad en una verdadera experiencia de empoderamiento de la ciudadanía o si se prefiere de forma más sencilla, de redescubrir el sentido de la vecindad.

Contribuyen además al desarrollo sostenible en la medida que impulsan la transformación social, potencian la autogestión de las personas y los colectivos y generan autosuficiencia de los sistemas locales, lo que los hace menos vulnerables y dependientes”.

Las monedas complementarias, sociales, locales, alternativas o comunitarias no son de curso legal sino que operan de forma complementaria en una zona o comunidad local con fines sociales.

2.9. Monedas complementarias sociales

Las llamadas **monedas sociales** son una herramienta más del consumo colaborativo. El concepto inicial fue acuñado por Bernard Lietaer, ingeniero y economista belga experto en sistemas monetarios.

Las monedas complementarias, sociales, locales, alternativas o comunitarias son una herramienta para el comercio y el intercambio de bienes y servicios en una **zona** delimitada o una **comunidad** reducida: grupo, barrio, pueblo, ciudad, provincia, etc.

Son monedas locales **no respaldadas** por los gobiernos. Por tanto **no son de curso legal**. No reemplazan a la moneda nacional convencional, sino que operan de forma **complementaria** en su ámbito y con fines eminentemente **sociales**, de donde deriva su nombre más correcto.

Al igual que otras iniciativas que estamos viendo forman parte del **consumo colaborativo** y de los sistemas de intercambio local o comunitario (LETS, Local Exchange Trading System, en inglés) y están floreciendo con la crisis.

Suelen estar impulsadas y gestionadas por una **red de actores locales** (personas, grupos, asociaciones...) que promueven una carta de valores sociales, ambientales, de proximidad, solidaridad y participación.

Para sus impulsores, refuerzan lo **local** y la economía de las **cortas distancias**, repleta de beneficios ambientales, como el menor transporte; en esa línea hacen tomar conciencia del **consumismo** que agota los recursos del planeta, lo contamina y nos enferma.

Pretenden primar la **economía real** frente a la especulación financiera y recuperan el dinero como medio de intercambio en vez de como fin. Caducan o pierden valor si no se usan, favoreciendo la circulación local de dinero, la fidelización de clientes y la creación de riqueza local.

En ese camino conciencian sobre un **uso más responsable del dinero** y aportan **responsabilidad social**. Ello conduce a que se estrechen los **lazos comunitarios y sociales** reforzando el compromiso ético y de valores de los agentes del proyecto.

Julio Gisbert distingue entre las **monedas complementarias**, que conviven con el euro, se pueden cambiar, y buscan dinamizar la economía local y crear empleo y las **monedas alternativas**, que mantienen sinergias con colectivos ecologistas y tienen un matiz anticapitalista.

Hasta ahora colectivos sociales, bancos de tiempo o cooperativas de consumo han sido los principales impulsores de estas iniciativas, pero algunas instituciones, como Ayuntamientos van a apoyarlas, como ya sucede en otros países.

Algunas iniciativas de transición han puesto en marcha sus monedas sociales como una forma más de resiliencia local. Se calcula que puede haber más de 30 monedas sociales en España y surgen otras nuevas continuamente.

Los tipos posibles de moneda social son muy diferentes según su origen, historia, proceso en que se desarrollan, alcance o modelo organizativo. Pueden emitirse como papel o como cartillas o tarjetas monedero que facilitan su utilización práctica.



Fuente: Ecoseny

Algunas monedas complementarias en España y otros países

Eco (AltCongost, Montseny) • <http://ecoaltcongost.org/>

Turuta (Vilanova i la Geltrú) • <http://elprojecteturuta.blogspot.com.es/>

Puma (Sevilla) • <http://monedasocialpuma.wordpress.com/>

Zoquito (Jerez de la Frontera) • <http://www.zoquito.org>

Mora (Sierra Norte de Madrid) <http://lamorasierranorte.org/>

Ecoseny (Montseny) • <http://ecoseny.net/>

Boniato (KonsumoResponsable) • <http://www.konsumoresponsable.coop>

Sol Violette (Toulouse, Francia) • <http://www.sol-violette.fr>

Bristol Pound (Bristol, UK) • <http://bristolpound.org/>

En la excelente web www.vivirsinempleo.org de Julio Gisbert, se recoge información sobre bancos de tiempo, consumo colaborativo, trueque e intercambio y ofrece amplia información y numerosos enlaces actualizados a monedas sociales.

La consolidación, la maduración, la evaluación, la extensión e integración son algunos de los retos de la economía compartida.

3. Algunos retos del consumo colaborativo y la economía compartida

En una reciente entrevista (junio de 2013) realizada por ECODES para la [revista online EsPosible](#), **AlbertCañigueral**, experto en consumo colaborativo, creador del [blog ConsumoColaborativo](#) y conector en Barcelona de la [plataforma OuiShare](#), una red mundial de gente apasionada de la economía compartida y el consumo colaborativo, nos daba algunas claves sobre este tema que plasmamos aquí.

En primer lugar es necesaria la **consolidación** de iniciativas. No es posible que haya 60 plataformas distintas de *crowdfunding*, tienen que consolidarse en menor número, de mayor escala y mayor calidad. Es necesario que algunas alcancen la masa crítica necesaria que nos permita encontrar algo interesante en ellas si lo buscamos. Y las iniciativas que llegan a esa masa crítica son las que se consolidan y pueden llegar a crecer de forma exponencial.

En segundo lugar es preciso que tenga lugar una **maduración** en aspectos **legales, fiscales** y de otro tipo. Son servicios innovadores, pero si queremos que tengan un recorrido a largo plazo, la economía compartida tiene que estar más **regulada** en muchos aspectos, tienen que quedar más claros los aspectos fiscales y de impuestos, los seguros asociados a esos servicios, etc.

También es necesaria una mayor **evaluación** de ciertos aspectos. Es cierto que hay datos y mediciones de número de noches de intercambio de casa, de porcentaje de comentarios positivos, de rating de actividad positiva... Se empiezan a trabajar temas como la reducción de la huella de carbono en iniciativas de transporte y movilidad compartida, su eficiencia energética, etc, pero hay otros muchos aspectos de beneficio social, económico o ecológico en los que se puede profundizar más.

¿Cómo medir los impactos positivos o las ventajas de un sistema colaborativo respecto al tradicional? Para ello hay herramientas y metodologías interesantes que se pueden utilizar también en consumo colaborativo, como la evaluación del [Retorno Social de la Inversión](#) (SROI son sus siglas en inglés).

La parte más social, las conexiones que se generan, la mejora de la salud psicosocial que representa participar en iniciativas así, la regeneración de la confianza con desconocidos, es el reto que queda por medir y evaluar. También precisa de una **extensión e integración**, en el sentido de que empresas, ciudades y administraciones se “reciclen”, reciclen sus estructuras y adopten la cadena de valor colaborativa y los comportamientos colaborativos en, al menos, algunos de sus programas, acciones y políticas.

4. Algunas iniciativas de consumo colaborativo en Aragón

Muchas iniciativas de consumo colaborativo son de carácter **global** y no tienen fronteras. Pero otras tienen su base local. Recogemos aquí algunas iniciativas presentes en Aragón de manera ni mucho menos exhaustiva, dada su naturaleza en muchos casos emergente, dinámica y cambiante. Nos enfocamos más a las basadas en productos (iniciativas empresariales de transporte o casa compartida) y estilos de vida colaborativos (bancos de tiempo...) con alguna referencia menor a las de mercados de redistribución (intercambio, trueque, segunda mano...).

Ámbito/ tipo	Iniciativa
<p>Bancos de tiempo</p> <p><i>Economía compartida basada en estilos de vida colaborativos</i></p>	<p>Banco del Tiempo de Zaragoza</p> <p>El Banco del Tiempo de Zaragoza es una iniciativa promovida por la Concejalía de Acción Social y Cooperación al Desarrollo del Ayuntamiento de Zaragoza, y gestionada por la Federación de Asociaciones de Barrios de Zaragoza (FABZ) con el objetivo de crear una red de intercambios de tiempo y de servicios entre los ciudadanos. Una iniciativa que pretende reforzar el sentimiento de vecindad a la par que permite crear redes de autoayuda entre los vecinos y vecinas de los barrios.</p> <p>La Federación de Asociaciones de Barrios de Zaragoza (FABZ) es la encargada de centralizar la estructura y la gestión del Banco para garantizar el soporte técnico y la coordinación que este proyecto conlleva, estando situada la secretaría del Banco del Tiempo en el local de la FABZ. Además, el Banco está abierto a las entidades que quieran colaborar activamente en el mismo.</p> <p>Federación de Asociaciones de Barrios de Zaragoza FABZ C/ San Vicente de Paúl nº 26 2ª planta 50001 Zaragoza Tel 976 393305 Fax. 976 395434 Correo-E: info@bancodeltiempozaragoza.org Web: http://www.bancodeltiempozaragoza.org</p> <p>Otras sedes de Bancos del Tiempo de Zaragoza</p> <p>BdT Zaragoza AAVV LA CARTUJA C/ Salduba 8 50003 Zaragoza cartujabaja@fabz.org</p> <p>BdT Zaragoza AAVV ARRABAL C/ Pano y Ruata 9-11 50015 Zaragoza 976061824 arrabal@fabz.org</p> <p>BdT Zaragoza AAVV PICARRAL C/ Camino Juslibol nº 36 50015 Zaragoza 976 731300 picarral@fabz.org</p> <p>BdT Zaragoza FUNDACIÓN EL TRANVÍA- A.VV. LAS FUENTES C/ Fray Luis Urbano 27 50002 Zaragoza 976 423104 asociacion@avlasfuentes.org</p>

Ámbito/ tipo	Iniciativa
	<p>Banco de Tiempo Huesca El Banco de Tiempo Huesca es un espacio de intercambio de conocimientos y actividades, donde la única moneda de cambio es el tiempo.</p> <p>C/ Felipe Coscolla, 3 bajos 22004 Huesca Correo-E: bancodetiempohuesca@gmail.com Web: http://bancodetiempohuesca.blogspot.com.es/</p>
	<p>Banco de Tiempo de Barbastro “Círculo del agua” Oficina de Información Casa Municipal de Juventud Correo-E: circulodeagua@gmail.com Web: http://circulodeagua.blogspot.com.es/</p>
	<p>Banco de Tiempo de La Jacetania Asociación de Desarrollo de la Mujer en el Pirineo ADEMUP C/ Campoy Irigoyen, nº4, local; 22700 Jaca Tel 675 988 738/ 659 113 833 Web: http://btjacetania.blogspot.com.es/ https://www.facebook.com/pages/Banco-del-Tiempo-de-la-Jacetania/171404799537590</p>

Ámbito/ tipo	Iniciativa
<p>Mercados de trueque e intercambio</p> <p><i>Consumo colaborativo basado en mercados de redistribución locales físicos unidos a estilos de vida colaborativos</i></p>	<p>La cantidad y dinamismo de los mercados de trueque físicos (no a través de Internet) es tal que enumerarlos todos aquí carece de sentido. En estos blogs hay una amplia información actualizada de los principales mercados de trueque en Aragón.</p> <p>Blog Mercados de trueque en Zaragoza</p> <p>Es un espacio para conocer experiencias de trueque y anunciar próximos mercados. "Cambiar cosas para cambiar las cosas", "No money, no crisis"</p> <p>http://truequezaragoza.blogspot.com.es/ truequezaragoza@gmail.com</p>

Ámbito/ tipo	Iniciativa
<p>Grupos y cooperativas de consumo</p> <p><i>Consumo colaborativo basado en estilos de vida colaborativos</i></p>	<p>EcoRedAragón es una iniciativa surgida del primer encuentro de Grupos de Consumo de productos ecológicos durante la III Feria de Trueque de Peñaflor de Gállego (Zaragoza). Pretende crear vínculos de unión entre consumidores y productores ecológicos en nuestra tierra con el objetivo de mejorar nuestra relación y facilitar a todos el consumo de productos respetuosos con la naturaleza y la salud.</p> <p>HUESCA</p> <p>Chardinet (+info) Castejón de Sos. Huesca (mapa) 19 familias / Abierta / Productores-Consumidores Autogestión + Cestas Javier Bielsa 650 576 595 chardinetcooperativa@gmail.com http://chardinet.wordpress.com/</p> <p>El huerto de casa Entorno de Barbastro / Monzón (mapa) 30 familias / Abierta / Productores-Consumidores Alba Batalla 605807353 elhuertodecasa2013@gmail.com http://elhuertodecasa.blogspot.com.es</p> <p>La Capaceta (+info) Sariñena. Huesca (mapa) 12 familias / Abierta Sergio Salas 626562633 lacapaceta@gmail.com http://lacapaceta.blogspot.com</p> <p>LUPIERRA Asociación (+info) C/ Ferrenal, 16 -22700 Jaca. Huesca (mapa) 34 familias / Abierta Autogestión Ana Piedrafita 606938525 anapiedrafita@hotmail.com www.lupierra.es</p> <p>P.A.C.C.A.S. (Promotora Altoaragonesa de Comercio y Consumo Alternativo y Solidario) (+info) C/ Felipe Coscolla, nº 3 Bajos Huesca (mapa) 60 familias / Abierta Eva Escario 617798958 evaescario@gmail.com</p> <p>ZARAGOZA</p> <p>Ajetes Majetes Zona Universidad (mapa) 12 familias / Cerrado Autogestión ajetesmajetes@gmail.com</p> <p>Anarcokardas Varias zonas en Zaragoza (mapa) 8 familias / Abierto con invitación / Autogestión Irati 652980113 Cristina 687147489 cristina.fabra.castro@gmail.com</p> <p>Borrátelo C/ Ramón Pignatelli, 36, local Zaragoza(mapa) 16 familias / Autogestión pedidos.huertatelo@gmail.com</p>

El Berenjenal

Magdalena - C.S. La Vía Láctea
C/ Dr. Palomar 26, Zaragoza ([mapa](#))
20 familias / Cerrada
Cestas + autogestión
Diego Arnedo605962506
arnedo.diego@yahoo.com

Cardo a la Libertad

Torrero - Zaragoza ([mapa](#))
Autogestión
660-756913
<http://www.duoduo.com.es/cardoalalibertad>

Ecoflor (+info)

Peñaflor de Gállego. Zaragoza ([mapa](#))
15 familias / Autogestión
David Herrero
pedidosecoflor@gmail.com
<http://cooperativaecoflor.blogspot.com>

EcoNuez (+info)

Nuez de Ebro. Zaragoza ([mapa](#))
6 familias / Autogestión
Nacho Escartín
laenredadera@nodo50.org
<http://www.econuez.org/>

El Rollo Ecológico

Zona El Rollo. Zaragoza ([mapa](#))
10 familias. Autogestión.
elrolloecologico@gmail.com

Valdespartera

Barrio de Valdespartera. Zaragoza ([mapa](#))
20 familias / Autogestión / Acceso Abierto
Clara Monforte o Elena Sanz 625821890
ecovaldespartera@hotmail.com

TERUEL

Empeltre

Alcañiz. Teruel ([mapa](#))
100 familias / Autogestión
Jorge Martínez
empeltrecomunicacion@gmail.com
<http://empeltrevalderrobres.blogspot.com>

Grupo de Producción y Consumo de Teruel

Teruel ([mapa](#))
15-20 familias / Autogestión
Juan/Nacho
grupoconsumoteruel@gmail.com
<http://grupoconsumoteruel.noblezabaturra.org>

LIMÍTROFES

Ecomola(+info)

Molina de Aragón. Guadalajara ([mapa](#))
25 familias / Autogestión
Marta Vázquez / Carmen Briongos 949831252
martalayunta@gmail.com
<http://ecomola.com/>

Ámbito/ tipo	Iniciativa
<p>Ropa de Segunda mano</p> <p><i>Consumo colaborativo basado en mercados de redistribución locales físicos</i></p>	<p>Ropa de segunda mano</p> <p>Tiendas A Todo Trapo (Cáritas)</p> <p>Proyecto de Cáritas en que mujeres en proceso de inserción social, con la colaboración de voluntarios, ponen en perfectas condiciones ropa donada que es puesta a la venta en tiendas específicas por un precio simbólico, lo que le otorga valor y la necesidad de darle un buen uso.</p> <p>A todo trapo Zaragoza C/ Méndez Núñez 9 • 50003 Zaragoza Tel 976 29 77 47 atodotrapo@hotmail.com</p> <p>A todo trapo. Ricla (Zaragoza) Plaza de España, 13</p> <p>Trobada (Huesca) Plaza Unión Nacional, 12</p> <p>A todo trapo. Calatayud (Zaragoza) C/ Baltasar Gracián, 5, Local</p> <p>El Telar. Barbastro (Huesca) C/ San Miguel, 22</p> <p>El Telar. Monzón (Huesca) C/ Santa Bárbara, 33</p> <p>Arco Iris. Fraga (Huesca) C/ Mayor, 23</p> <p>El Telar. Binéfar (Huesca) C/ Plaza de la Litera</p> <p>La Casa del Aljibe (Teruel) C/ Muñoz Degraín, 212</p> <p>Solidaria. Utrillas (Teruel) C/ Avenida de Valencia, 14</p> <p>Solidaria. Calamocha (Teruel) C/ Avenida de Valencia, 1 (Centro de Día)</p> <p>La Chinchirina. Mosqueruela (Teruel) Plaza Mayor, 2</p> <p>El Desván. Ropa de Segunda mano C/ Mayor 18 • 50001 Zaragoza Tel 976 29 73 71</p> <p>ZsaZsaZsú Moda estreno, reestreno y vintage C/ Ponzano, 6• 50004 Zaragoza Tel 976 91 11 91 http://www.zsazsazsu.es/ zsazsazsu@zsazsazsu.es</p> <p>Esenzia Moda de vanguardia y complementos. Alquila parte de su escaparate a otros proyectos. C/ San Vicente de Paúl, 23, esquina C/ Mayor 50001 Zaragoza Tel 976 39 29 07 Página de Facebook</p>

Ámbito/ tipo	Iniciativa
<p>Carsharing</p> <p><i>Consumo colaborativo basado en productos</i></p>	<p>Hellobycars (de Gestión Móvil Madrid S.L)</p> <p>Empresa dedicada al Car Sharing, alquiler de coches sin conductor por horas (1 hora mínimo) disponibles en distintos puntos de Zaragoza desde febrero de 2012 con acceso directo todos los días 24 horas y que se pueden adaptar a las necesidades de cada usuario. La flota la componen coches de bajas emisiones y eléctricos. El carsharing implica una disminución del parque móvil puesto que de media se comparte con unas 45 personas aproximadamente. Así, se produce una disminución estimada de hasta 10 coches privados y con ello una descongestión del tráfico y reducción de emisiones. Reduce hasta 40 veces las emisiones contaminantes en las ciudades en las que está funcionando y hasta 5000 € anuales según distintos estudios (dejar de mantener un coche, impuestos, seguro, parking, reparaciones...)</p> <p>Calle Coso 51 • 50003 Zaragoza Tel 902 040 506 www.hellobycars.com</p>
	<p>TaxiSostenible.com</p> <p>Es una <i>Plataforma Web</i> para la solicitud de servicios de Taxi, por medio de la cual todo usuario puede solicitar su taxi sin intermediación de terceros operadores. Es también la primera herramienta telemática que hace posible que el usuario pueda <i>compartir su carrera</i> con otros pasajeros, durante su trayecto o programando su carrera, reduciendo considerablemente el precio de la misma, incrementando la demanda de servicios de taxi, descongestionando el tráfico y reduciendo las emisiones de CO₂ al reducir los kilómetros en vacío. Ofrece diversos servicios especializados.</p> <p>C/ Las Pléyades 19, 1º D • 50012 Zaragoza Tel 691 244 441 info@taxisostenible.com www.taxisostenible.com</p>
	<p>TransporteSostenible.com</p> <p>TransporteSostenible.com formaliza una agrupación de autónomos y PYMES del sector del transporte de mercancías por carretera para la coordinación del transporte de mercancías. TransporteSostenible son todas aquellas personas, físicas o jurídicas, en posesión de vehículo/s destinado/s al transporte de mercancías, las cuales han decidido ofrecer sus servicios a través de su portal de coordinación de flotas. Consigue reducir los viajes de retorno en vacío y las medias cargas mediante el transporte de mercancías compartido, reduciendo los movimientos no productivos, los kilómetros recorridos y las emisiones de CO₂.</p> <p>C/ Las Pléyades 19, 1º D • 50012 Zaragoza Tel 690610361 info@transportesostenible.com www.portandum.com</p>

Ámbito/ tipo	Iniciativa
<p>Alojamiento compartido</p> <p><i>Consumo colaborativo basado en productos</i></p>	<p>HomeCompartia • Intercambio de casas para vacaciones</p> <p>Es un portal web de intercambio de casas para vacaciones con otras personas sin contraprestación económica, con diversas fórmulas (en las mismas fechas, diferentes, poder convivir en la casa, etc). Proporciona un buscador avanzado con destino, tipo de casa o actividades. Garantiza la seguridad y la privacidad, proporciona atención personalizada y se basa en los valores de respeto y confianza mutua. Se trata de una iniciativa reciente de unos re-emprendedores.</p> <p>Edificio Cero Emisiones. Avda. Autonomía, 7 • 50003 Zaragoza Tel 691 435 358 info@homecompartia.com http://www.homecompartia.com/</p>



Ámbito/ tipo	Iniciativa
<p>Coworking</p> <p><i>Economía compartida basada en estilos de trabajo colaborativos</i></p>	<p>La Colaboradora • Un espacio de inteligencia colectiva</p> <p>La Colaboradora es un proyecto impulsado por Zaragoza Activa (Ayuntamiento de Zaragoza). Como señalan en la web y en su presentación, es una comunidad colaborativa donde se intercambian ideas, servicios y conocimiento. <i>Con un banco de tiempo y conocimiento que posibilitará los intercambios no monetarios entre los miembros y fortalecerá la economía del don.</i> Es un espacio compartido con muchas personas. <i>Con 58 puestos de trabajo compartidos, wifi, taquillas, autore-prografía, cocina, buzón, seguridad, limpieza, salas de reunión.</i> Donde desarrollar proyectos empresariales, sociales y creativos. <i>Dirigido a emprendedores, freelances, autónomos, ONG, particulares, activistas, creativos, re-emprendedores...</i> Una experiencia para la inteligencia colectiva. <i>Con un programa coformativo propio desarrollado por los miembros y complementado con charlas, talleres, sesiones y asesorías inspiradoras que ayudan a la sostenibilidad de los proyectos. Es una comunidad abierta a la ciudad abordando retos locales para transformar el mundo.</i> Sin ningún coste económico. <i>El único requisito es intercambiar ideas, conocimientos y servicios un mínimo de 8 horas al mes. Todas las horas que colabores podrás luego recibirlas de otros miembros para tu propio proyecto.</i></p> <p>Zaragoza Activa Antigua Azucarera del Rabal C/ Mas de las Matas, 20• 50003 Zaragoza Tel 976 72 45 75 http://www.zaragoza.es/ciudad/sectores/activa/lacolaboradora/somos.htm</p> <p><u>CIEM Centro de Incubación Empresarial Milla Digital</u></p> <p>El Centro de Incubación Empresarial Milla Digital (CIEM) es una incubadora del Ayuntamiento de Zaragoza, gestionada por la empresa Init, y que tiene por objetivo el emprendimiento, la innovación y la creatividad en el trabajo. Además de facilitar el alojamiento y diversos servicios a las empresas de reciente creación y a los profesionales libres, les ofrece un plan estratégico de acompañamiento empresarial para que su desarrollo sea más adecuado. Todo ello englobado en un entorno de apoyo constante a la realización y fomento de culturas emprendedoras, que conlleven un alto contenido en materia de innovación, y vinculadas al impulso de la creación de una sociedad del conocimiento que esté vinculada al medioambiente y su sostenibilidad. El proyecto se ha embarcado en la creación de una cultura en la ciudad que permita avanzar hacia un Desarrollo Humano Sostenible (DHS), capaz de generar en torno al edificio flujos de talento innovador en todo tipo de campos.</p> <p>Edificio Cero Emisiones Avenida de la Autonomía nº 7 • 50003 Zaragoza Tel 876 440 500</p>

Ámbito/ tipo	Iniciativa
<p>Segunda mano genérica</p> <p><i>Economía compartida basada en mercados de redistribución. Iniciativas empresariales y sociales.</i></p>	<p>Cash Converter Red de tiendas implantada a nivel mundial especializada en la compra venta de artículos de segunda mano. Esta multinacional de origen australiano se fundó en 1984 y se implantó en España en 1995.</p> <p>Avda de Valencia 41 • 50005 Zaragoza Tel 976 56 86 36 http://www.cash-converters.es/</p> <p>Hiper Rastro REMAR Tienda de esta ONG internacional para la ayuda, promoción y desarrollo de personas marginadas.</p> <p>Avda de Cataluña 225 • 50014 Zaragoza Tel 629 73 77 05 remarzgza@hotmail.com www.remar.org http://www.rastroremar.com</p> <p>Tiendas Rastro Reto Rastro Reto es una tienda especializada en la venta de una gama muy amplia de productos, tanto nuevos, como de segunda mano o restaurados. La venta de estos productos ha sido, desde sus inicios, una de las actividades más significativas de la Asociación Reto a la Esperanza.</p> <p>Rastro I Avd. Cataluña, 83. Zaragoza Tel 976 58 00 33 Tel 609 54 66 85</p> <p>Rastro II Pº Mª Agustín, 76. Zaragoza Tel 976281647 Tel 607670557</p> <p>Rastro III Camino del Molino S/N Villamayor (Zaragoza) Tel 976582854 Tel 607725710</p> <p>Rastro Huesca Lucas Mallada, 2. Huesca Tel 974101723 Tel 607750209</p> <p>http://www.rastroreto.com</p>

5. Un movimiento en movimiento

El consumo colaborativo y la economía compartida son, bajo esa denominación, un movimiento joven, aunque algunas prácticas que desarrolla basadas en compartir son tan antiguas como el ser humano.

El libro clave de [Rachel Botsman](#) *What's Mine is yours*, considerado la biblia sobre el tema y no traducido al castellano, data de 2010 y ya algunos de sus conceptos han caducado, según otros expertos.

El blog www.consumocolaborativo.com de Albert Cañigueral y referencia en castellano se inauguró en junio de 2011.

La [plataforma internacional Ouishare](#), una comunidad abierta y global de gente apasionada (emprendedores, diseñadores, makers, investigadores, funcionarios públicos, ciudadanos y muchos más) que trabajan para acelerar la transición hacia una Economía Colaborativa se fundó en enero de 2012 con la misión de explorar, conectar y promover la ideas y proyectos que creemos pueden traer enormes beneficios a la sociedad a través del intercambio, la colaboración y la apertura.

El consumo colaborativo ha aparecido en las portadas de Forbes, TheEconomist, Cinco Días y se imparten cursos sobre ello en ESADE, es decir los lugares donde se estructura la cultura económica de la sociedad y donde se explica la economía. Por tanto, debe tenerse en cuenta.

El [número 36 de la revista EsPosible \(julio –agosto de 2013\)](#), titulado “Tener o disfrutar” aborda este tema de manera monográfica.

Como señala Albert Cañigueral *“el consumo colaborativo y la economía compartida ofrecen más alternativas al sistema. Nos da un abanico más amplio de opciones. Un ejemplo es el transporte. Hace un tiempo sólo podía pensar en autobús, tren o mi coche particular. Ahora tengo, además, la alternativa del coche compartido, que es muy realista”*.

Por tanto se trata de un movimiento joven, dinámico y vemos su evolución con iniciativas de todo tipo y en todos los ámbitos (empresariales, sociales, etc.) al que es preciso estar atento.



