

CONSUMO

El alquiler de productos y servicios anima el consumo por Internet

Decenas de sitios en todo el mundo se lanzan al negocio del alquiler de productos a través de la Red ● Zilok, con 25.000 miembros, aspira a convertirse en el referente del alquiler P2P ● TuPlaza, prometedora alternativa española

MANUEL ÁNGEL-MÉNDEZ

En la película *Sexo en Nueva York* se enseña lo más de lo más. Carrie (la actriz Sarah Jessica Parker), enamorada de Manolo (unos zapatos), contrata a una asistente para poner orden en su vida y en su casa. La asistente queda contratada tras fijarse Carrie en el bolso de lujo que lleva. ¿Su secreto? El lujo de alquiler.

Si se acude a Internet para alquilar DVD, coches e incluso su apartamento, ¿por qué no hacer lo mismo con un bolso de lujo para exhibir en una fiesta? ¿O el taladro que jamás se volverá a utilizar tras un domingo de aciago bricolaje? Es el simple punto de partida de un número creciente de *starts-up*, aspirantes a instaurar una curiosa tendencia de consumo: el alquiler *online* de cualquier producto a personas y compañías de confianza. Si eBay se ha convertido en el rey de la compraventa, el P2P *renting*, o alquiler persona a persona, busca ahora su hueco en la Red.

“Es un fenómeno por explotar, pero el potencial es enorme”, explica Gary Cige. A sus 27 años es cofundador de Zilok, la *web* francobelga decidida a romper el mercado. Junto a Thibaud Elzière, creador de Fotolia, y Marion Carrette, han logrado algo que pocos esperaban: colarse en cinco países en apenas ocho meses, atraer a 25.000 miembros y completar un catálogo de más de 40.000 productos. Todo vale, desde consolas de videojuegos



Los promotores de TuPlaza, dedicado al alquiler de garaje por horas.

SANTI BURGOS

hasta matrículas de coches o racaras para amenizar una fiesta. “Queremos alcanzar las 1.000 transacciones diarias a finales de año”.

Decenas de empresas en todo el mundo se han propuesto diversas estrategias para conquistar un segmento prometedor. El modelo de Zilok o la inglesa The Hire Hub acapara el interés de los internautas, pero su viabilidad es

tá por demostrar. Otras buscan la especialización, como la española TuPlaza: un servicio de alquiler de aparcamiento donde a golpe de clic es posible hacerse con un garaje por unas horas entre el caos circulatorio de Madrid.

En el segmento profesional, la alemana eRento apuesta por conectar compañías de arrendamiento con consumidores. Y españolas como Look and Stop al-

quilan en Internet bolsos de lujo, siguiendo el furor por lo efímero instaurado por la norteamericana Bag Borrow or Steal. ¿Reaccionará eBay? “El concepto de *renting online* es, sin duda, interesante”, reconoce Klaus Gottschlich, director general de eBay en España. “Estamos estudiando extender nuestra oferta a este campo, sobre todo al P2P *renting*”. Pasa a la página 5

ADMINISTRACIÓN

La ley de patentes española, coladero de cualquier presunto invento

LAIA REVENTÓS

Si paga 630 euros se puede patentar la rueda, la cuchara o hasta el ordenador en la Oficina Española de Patentes y Marcas. No importa que el supuesto invento ya exista ni que incumpla con los requisitos mínimos que exige la ley. La propia ley permite su registro. ¿Cómo se explica?

El portavoz de la oficina asegura que la legislación vigente establece dos vías para obtener patentes: sin examen previo (630 euros) o con examen previo (1.200).

“Es el solicitante quien decide cuál elige. Sólo el 7% de las solicitudes optan por el procedimiento con examen, que dura 36 meses y cuesta unos 1.200 euros. No se rechaza ninguna de las que eligen el procedimiento sin examen”. En este caso, la oficina se limita a “facilitar un informe sobre el estado de la técnica de los registros nacional e internacional. Si es desfavorable, la mayoría de solicitantes suelen abandonar, pero algunos persisten en su empeño y se les concede, aunque no tenga razón de ser”. Pasa a la página 3

Kalysis, sociedad europea multinacional con sede social en España, oficinas en México y Miami, franquicias y participadas en Latinoamérica, alientos estratégicos en EE.UU., la CEE, y el continente asiático, representa la mayor red de expertos, productos y servicios relacionados con las tarjetas inteligentes en España y fuera de sus fronteras. Su **Misión** es hacer posible un uso masivo y global de la identidad y del dinero a través de cualquier dispositivo conectado a redes de comunicaciones.

El 9 de Mayo de 2001 Kalysis revolucionó los usos de las tarjetas inteligentes en redes de comunicaciones con la **Patente ES 2.186.334** que ampara los **dispositivos de firma electrónica y pago electrónico**, la combinación de ambos: Firma Electrónica Avanzada, CNE Electrónica, o incluso, el pago anónimo. Desde entonces Kalysis posee las primeras plataformas multiplicación basadas en tecnología de tarjetas inteligentes contribuyendo a la transformación de la identidad y el dinero digitales.

PATENTED BY KALYSIS

APPLICATION

EMV DEBIT/CREDIT

Las actividades de Investigación, Desarrollo e Innovación de Kalysis han sido respaldadas por la red de Centros Europeos de Empresas de Innovación. Homologados por la Comisión Europea, la **European Business and Innovation Centre Network (EBN)**, asociación internacional científica y técnica, agrupa a más de 150 CEEIS distribuidos por toda Europa.

Página de Kalysis Iberia en la que anuncia que tiene la patente del lector de tarjetas.



Empresas

El formato de documento PDF de Adobe ya es estándar universal
Página 6



Tecnovidas

La escritora Cristina Peri Rossi: “Cuando quiero desconectar, juego”
Página 9



Juegos

‘Cocina conmigo’, manual de recetas interactivo
Página 9

ARTE

Italia abre el primer museo arqueológico sólo virtual

R. BOSCO / S. CALDANA

Mientras el gobierno italiano declara el estado de emergencia por el deterioro de las ruinas de Pompeya, visitadas por 2,5 millones de personas al año, en Herculano, otro pueblo sepultado también por la erupción del Vesubio del 79 d. C., se ha inaugurado el primer Museo Arqueológico Virtual (MAV) del mundo.

Han sido necesarios tres años de trabajo, diez millones de euros, un espacio de 1.500 metros cuadrados, *software* hasta ahora utilizado sólo en el Ejército y tecnologías de última generación (láser, realidad virtual, escáner, pantallas tridimensionales), para reconstruir no sólo las ciudades de Pompeya y Herculano, sino todos los asentamientos antiguos de la Campania, desde Cuma, donde vivió la mítica Sibila, hasta Sorrento. Pasa a la página 3

CONSUMO

La 'web' social y la mayor confianza en Internet, claves del alquiler 'online'

El auge de las redes sociales y la crisis animan el alquiler de productos entre los mismos consumidores ● Look and Stop presta bolsos de lujo para una noche ● TuPlaza te busca sitio de aparcamiento para unas horas

Viene de primera página

“La idea existía antes, pero nadie hasta ahora había tenido el valor de presentarla de forma atractiva”. Gary Cige, cofundador de Zilok, va camino de conseguirlo. La pequeña compañía de 12 empleados a caballo entre Bruselas y París está logrando despertar una oportunidad latente desde los años de la burbuja tecnológica: alquilar cualquier producto imaginable de un vecino dispuesto a prestarlo por unos días y, de paso, ganar un dinero extra.

El mecanismo es sencillo, una mezcla del mundo real y virtual. Cerca de 12.500 propietarios cuelgan en Zilok todo tipo de elementos disponibles para alquiler. Anunciarlos es completamente gratis. Basta ponerse en contacto con el propietario a través de la *web* y hacer una reserva pagando el 10% del precio total, destinado a Zilok. La entrega se produce en persona: el propietario recibe del arrendatario el 90% restante del coste, un depósito, un contrato elaborado por Zilok, y trato hecho.

“Es un mercado local, la gente prefiere tratar con personas de confianza a las que pueden ver y conocer”. Conseguir muchos registros activos y equilibrados entre propietarios y peticionarios es el factor determinante. El 60% de los 25.000 miembros de Zilok proviene de Estados Unidos, país donde se estrenaron el pasado noviembre. Reino Unido ha sido su último lanzamiento, después de Francia y el Benelux. España y Canadá estarán en el punto de mira antes de que termine este mismo año.

Tim Gibbs, director general de The Hire Hub, una *start-up* británica competidora de Zilok, afirma que los consumidores desconocen que alquilar en la Red es una opción tan viable como comprar. “La gente debería cuestionarse si realmente



Gary Cige, cofundador de Zilok.

hubiera sido necesario comprar todo lo que posee”. The Hire Hub planea un inminente desembarco en otros seis países europeos. Cuenta con 10.000 objetos disponibles y 1.500 miembros activos al mes.

Fenómeno global

Iniciativas similares de *P2P renting* florecen en todo el mundo. Rentoid, con sede en Australia y en funcionamiento desde abril de 2007, ofrece un extenso catálogo de casi 40 categorías. iRent2U, en California, se estrenó en noviembre del pasado año con una filosofía simi-

rios de Studi VZ, el Tuenti alemán con más de dos millones de estudiantes enganchados.

“Las transacciones de empresas a consumidores funcionan, la cuestión es si lo harán entre personas. Ahí la *web* social se encargará de resolver los problemas de confianza”, asegura Chris Möller, director general de eRento. Con presencia en Suiza, Austria y Reino Unido, la empresa asaltará tres nuevos países en los dos próximos meses. España está en la lista.

Un nuevo consumidor

¿Seducirá la idea a los internautas españoles? “Cambiar el comportamiento de los consumidores es cuestión de ir rompiendo barreras”, explica Jorge Martínez, cofundador de TuPlaza, un servicio de alquiler de aparcamiento compartido.

Lanzado el pasado marzo y en fase de pruebas hasta septiembre, TuPlaza permite a cualquier propietario de un garaje alquilarlo durante unas horas de forma flexible. La *web* actúa de intermediario entre oferta y demanda y confirma al cliente la disponibilidad de una plaza a través del móvil en tiempo real.

Sólo en Madrid podrían llegar en pocos años a una oferta de 15.000 plazas, de un potencial total de 160.000. TuPlaza se lleva entre el 8% y el 10% del precio final. De funcionar, lanzarán múltiples páginas locales en decenas de ciudades españolas. “¿Nuestra ventaja? Jugamos con una percepción del riesgo menor. Una cámara de fotos es delicada, se puede romper, pero una plaza de garaje es sólo un espacio... aunque muy escaso”.

BOOKSWIM: www.bookswim.com
ERENTO: www.erento.com
HIRE THINGS: www.hirethings.co.nz
IRENT2U: www.irent2u.com
ILETYOU: www.ilettyou.com
LOOK AND STOP: www.look-and-stop.com
RENTOID: www.rentoid.com
THE HIRE HUB: www.thehirehub.co.uk
TUPLAZA: www.tuplaza.es
ZILOK: www.zilok.com

La nueva competencia de la compraventa

¿No está seguro si el iPhone es para usted? Por 10 euros al día lo puede alquilar, probar, y si le conviene, dirigirse a la tienda más cercana a adquirir su flamante iPhone 3G. Surgen nuevas opciones de consumo: el alquiler en Internet como alternativa a la compra, pero también como herramienta de prueba previa a la misma. Para muchos ya supone una obligada competencia a la hegemonía de Amazon o eBay. Según Klaus Gottschlich, director general de eBay en España, “la oferta debe inspirar confianza y la transacción tiene que ser fácil y segura. eBay ha demostrado que estos requerimientos se pueden cumplir”.

Zilok ha seguido sus pasos y elaborado fichas con puntuaciones y posibilidad de preguntar directamente al propietario. Tiene un interfaz limpio y directo. La compañía estrenará además muy pronto un

servicio de seguros y depósitos para certificar aún más el potencial del servicio. “Apenas hemos tenido quejas, menos del 1% del total de las transacciones han sufrido retrasos en la devolución”, asegura Cige.

El atractivo del alquiler en Internet podría cuajar, sobre todo en *webs* centradas en una sola categoría de objetos. En Estados Unidos, Book Swim y Paperspine han exportado el modelo de Netflix a los libros y alquilan más de 200.000 títulos cada una. Bag Borrow or Steal lleva desde el año 2004 alquilando en la Red su catálogo de 4.000 bolsos de lujo, joyas y gafas de las marcas más exclusivas, y ha logrado un total de 800.000 internautas registrados. En España, hasta cuatro empresas han seguido su estela. La primera, Look and Stop, con sede en Madrid, ofrece 60 modelos de bolsos a sus 1.600 clientes. Para

desarrollar el negocio con éxito no bastará con atraer a un puñado de seguidores. “Es importante tener una masa crítica local; es un mercado que se debe conquistar ciudad por ciudad”, explica Gott-

schlich. El gigante de Internet esperará en la sombra. “Es pronto para evaluar el potencial, dependerá mucho de factores culturales. Lo que funciona en un país, no necesariamente triunfa en otro”.

SEGURIDAD

Cae el 'spam' bursátil y crece el que sólo incluye texto

CIBERP@ÍS

Las tácticas de las empresas dedicadas al envío de correo basura han cambiado drásticamente, tanto en contenido como en su sistema de distribución. Según el estudio realizado por BitDefender entre enero y junio, el *spam* publicitario sobre falsos valores bursátiles ha descendido del 25% al 2%.

Respecto a técnicas de propagación, el cambio más representativo es el aumento de *spam* basado en texto, que ha alcanzado un 70% a lo largo del primer semestre (el 20% el año anterior). El *spam* por imágenes continúa su declive bajando al 3%, respecto a la cuota del 60% que alcanzó el año pasado.

El texto sin formato continúa siendo el medio preferido para la distribución de *spam* mediante correo electrónico debido a su simplicidad, el poco espacio que ocupa y su alta versatilidad. Otros tipos de *spam*, como los que adjuntan PDFs o vídeo y audio, crecen hasta el 15%.

Los contenidos más empleados por los *spammer* son medicinas, falsificación de relojes, herramientas para *phishing*, *software* pirata, pornografía, créditos, empleos, herramientas para las difusión de virus, citas y titulaciones universitarias.

BITDEFENDER: www.bitdefender.com

TELECOMUNICACIONES

Industria prohibirá el ADSL que incumpla el 80% de velocidad contratada

CIBERPAÍS

El Ministerio de Industria prohibirá aquellas ofertas de banda ancha que no garanticen el 80% de la velocidad ofertada. Además, los proveedores de banda ancha deberán revisar cada línea e informar a los clientes de las velocidades reales que alcanzan sus ofertas. Las medidas, incluidas en el borrador del Real Decreto de Cartas de Derechos y Obligaciones de los servicios de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información, quiere “terminar con la proliferación de ofertas de alta velocidad que no se cumplen”, aseguró el titular de la cartera, Miguel Sebastián.

El anuncio se produjo el mismo día que la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) presentaba el informe de la penetración de la banda ancha en España, las cuotas de mercado y la tasa de penetración del teléfono móvil y fijo en 2007.

Con 22,3 líneas de banda ancha por cada 100 habitantes, Madrid es la comunidad con una penetración más alta. Le siguen: Baleares (21,6), Cataluña (21,5), Canarias (19,4), Cantabria (18,9), País Vasco (18,2) y Asturias (17,8). En el furgón de cola, con menos de 13 líneas por 100 habitantes, se sitúan Extremadura y Galicia.
CMT: www.cmt.es

Sitios de alquiler

Tipo	Nombre	Sede	Fecha de creación	Productos en alquiler
P2P	Zilok	Francia	Oct. 07	40.000
	Rentoid	Australia	Abr. 07	20.000
	TuPlaza	España	Mar 08	15.000
	The Hire Hub	R. Unido	Mar. 06	10.000
	Hire Things	N. Zelanda	Abr. 07	4.000
	iRent2U	EE UU	Nov. 07	-
B2C	eRento	Alemania	May.03	1.000.000
	iLetYou	EE UU	Abr.07	200.000
	BookSwim	EE UU	May. 07	200.000
	Bag Borrow or Steal	EE UU	Abr. 04	4.000
	Look and Stop	España	Dic. 06	60

Fuente: datos proporcionados por las compañías.

EL PAÍS