

Piensa en compartir. Nuevos retos para diseñadores y empresas

Brigitte Wolf

Wuppertal University.

Departamento F - Diseño Industrial.

Diseño estratégico

RESUMEN

Las empresas necesitan y quieren crecer, pero los recursos que tenemos son limitados. La gente es consciente de la limitación de recursos y los cambios necesarios, pero quieren seguir llevando una vida cómoda y placentera. Para generar ideas sobre cómo se pueden agrupar los factores conflictivos se inició la 1ª Escuela de Verano Sostenible para estudiantes de diseño. Los estudiantes desarrollaron ideas que se basan en el uso compartido de productos. Compartir esfuerzos implica un cambio de valores y cambios en el comportamiento del consumidor y sus necesidades, además de nuevos modelos de negocio que consiguen beneficios del alquiler en lugar de la venta. Para averiguarlo, si se intercambian ideas se proporcionaría un punto de vista potencial al VI Foro de Gestión del Diseño. Expertos del mundo empresarial y la investigación discutieron las expectativas del usuario, deseos y demandas, aspectos ecológicos y oportunidades de negocio relacionadas con los ejemplos existentes del concepto de uso compartido. Las primeras experiencias con empresas de uso compartido de éxito dejan bien claro que los diseñadores tienen que pensar de forma diferente. Primero tienen que pensar en sistemas y crear el concepto para la estructura de un servicio. Acceso fácil, sencillo e inequívoco de manipulación son criterios importantes para el éxito. Además, el diseño de productos de uso compartido será diferente de los productos diseñados para uso privado.

Palabras clave: intercambio, cambio de valor, sostenibilidad, futuro del diseño

ABSTRACT

Businesses need and want to grow, but the resources we have on disposal are limited. People are aware of the resource limitation and necessary changes, but they want to continue a comfortable and convenient life. To generate ideas how the conflictive factors can be brought together the 1. Sustainable Summer School for design students was initiated. The students developed ideas that are based on the shared use of products. Sharing efforts a value shift and changes in consumer behavior and needs furthermore new business models which earn their margins by renting instead of selling. To find out, if the sharing ideas would be a potential perspective the 6. design management forum was dedicated. Experts from the business world and academia discussed user expectations, wishes and demands, ecological aspects and business opportunities related to existing examples of sharing concepts. First experiences with successful sharing businesses make it clear: designers have to think different. They have to think in systems and to create the concept for the service structure first. Easy access, simple and unambiguous handling are important criteria for success. Furthermore the design of sharing products will be different from products designed for private use.

Keywords: sharing, value shift, sustainability, future of design

Mundo Material

El fotógrafo Peter Menzel examinó de cerca la vida familiar de 30 familias en diferentes culturas. Pidió a las familias que colocasen todas sus pertenencias en frente de su casa y documentó el espacio necesario en su libro “Material world. A global family portrait”¹. La documentación muestra los diferentes niveles de vida en el mundo. Las familias más pobres del norte de África necesitan sólo algunos metros cuadrados para depositar sus pertenencias y la familia de Kuwait necesita un enorme mercado para presentar todas sus cosas.

La propiedad de los bienes materiales era y sigue siendo el medidor del bienestar. Muchos productos y el uso de la última tecnología implican un estatus social de prestigio. La documentación fotográfica de Peter Menzel pone de manifiesto la diferencia de nivel de vida entre los países altamente industrializados y los países subdesarrollados. Con todo lo que producen y consumen los seres humanos intervienen en el complejo sistema del planeta Tierra. Las consecuencias para el medio ambiente no son, en general, predecibles. Las interacciones de la red sistémica de nuestro medio ambiente son muy complejas y muy difíciles de entender. A diferencia de una empresa, la organización del Planeta Tierra no tiene jerarquía. El planeta Tierra es un sistema de auto-organización. Las personas hacen uso de ella, son capaces de cambiarlo y dañarlo pero no son capaces de controlar el planeta. No existe un plan maestro. Cualquier manipulación de los recursos está cambiando la red sistémica. Los seres humanos no pueden sólo controlar en parte las influencias sobre el sistema y saben muy poco de la reacción final. Los recursos están todos relacionados entre sí y con independencia de donde se obtengan siempre afectan a todo el sistema. Además, es obvio que los países pobres utilizan un porcentaje bastante reducido de recursos, mientras que los países industrializados utilizan múltiples recursos al producir y consumir cada vez más y cada vez más rápido las innovaciones técnicas.

Sin embargo las empresas son conscientes de los problemas del medio ambiente y se preocupan de que las innovaciones tecnológicas logren soluciones sostenibles en la construcción y la producción de productos industriales. Muchos problemas ambientales han mejorado – otros muchos no, otros son de nueva creación. Ahorrar recursos va unido a una reducción de costes. El incremento de la producción va acompañado de un aumento del beneficio económico. El objetivo de la conservación de recursos y el crecimiento empresarial al mismo tiempo causa muchos efectos de rebote. La verdadera contribución a la sostenibilidad es más que cuestionable si por un lado, la carga ecológica de un producto se reduce, pero por otro lado, al mismo tiempo se amplía la cantidad de producción. El ahorro de recursos y de energía obtenido por las tecnologías mejoradas queda obsoleto cuando conduce a un aumento del consumo. No es suficiente introducir procesos de innovación e inventar nuevas tecnologías que reduzcan al mínimo el uso de los recursos también es necesario introducir procesos de innovación de los servicios orientados a patrones de consumo sostenibles. Los primeros modelos, como el uso compartido de coches ya se han puesto en práctica.

El cambio de valores en los patrones de consumo

En el verano de 2009, la Universidad de Wuppertal inició en colaboración con el Instituto Wuppertal la primera Escuela de Verano sostenible². Treinta y cinco estudiantes de diferentes nacionalidades de todas partes del mundo se reunieron durante una semana en un monasterio de la región de

¹ Peter Menzel; Material World. A global family portrait; Sierra Club Books 1994.

² Sustainable Summer School, www.designwalks.org/.

Renania del Norte-Westfalia en Alemania para pensar en soluciones para la producción y consumo sostenibles. Los estudiantes trabajaron en diferentes talleres con diferentes temas y diferentes profesores. Curiosamente al final de la semana casi todos los grupos presentaron los modelos de distribución. La idea básica que todos tenían en común era reducir el desperdicio de recursos y energía mediante el uso de productos con mayor eficiencia. Todos poseemos un montón de productos que utilizamos muy rara vez o de forma temporal. Desde el punto de vista ecológico de distribución esto tiene ciertas ventajas: menos productos causan menos problemas al medio ambiente.

Hay que tener en cuenta que los participantes de la escuela de verano fueron un grupo objetivo muy especial. Son jóvenes, bien educados, viajando por el mundo, hablando diferentes idiomas y familiarizados con diferentes culturas. Al mismo tiempo tienen una gran concienciación por el medio ambiente y responsables como diseñadores. Son parte del movimiento LOHAS (estilo de vida sano y sostenibilidad) y para ellos, un coche ya no es un símbolo de estatus, en su lugar viajar, ser flexible y disfrutar de la vida determina el estatus mucho más. Quieren comprar buenos servicios en vez de comprar productos materiales, que minimizan su flexibilidad. Los estudios de Sinus³ y Trendbüro Hamburg⁴ han demostrado que la conciencia medioambiental –el movimiento LOHAS– está en auge en todas partes de la sociedad. Sin embargo, hay considerables diferencias y la división de LOHAS en sub grupos diferenciados por edad, ingresos e intereses especiales. El grupo de estudiantes internacionales podría ser visto como la punta de lanza de un movimiento de consumidores nuevos. Durante el curso de verano sostenible, los estudiantes desarrollaron nuevos conceptos para un estilo de vida sostenible, en particular los conceptos de “uso compartido”, como compartir productos y bienes con los vecinos, el uso compartido de productos temporalmente y el uso compartido del coche particular.

Uso compartido

La idea general detrás de este concepto es que la reducción de los productos contribuye a la sostenibilidad, la flexibilidad aumenta, reduce los gastos y hace innecesarios los cuidados. Parece evidente que una buena estructura de servicios que ofrece fácil acceso a los productos –que la gente no utiliza todos los días– ahorra tiempo y dinero. La idea parece lógica, pero al mismo tiempo utópica. Es discutible si las empresas proporcionarán nuevos conceptos de uso compartido, porque hacen su negocio con la venta de productos. Además, es cuestionable si los usuarios aceptan los modelos de uso compartido.

Para aprender más sobre el uso compartido se organizó el VI Foro de Gestión del Diseño “Ganar-ganar mediante la utilización del uso – el desarrollo de nuevos mercados con modelos de uso compartido”⁵. En mayo de 2010, alrededor de 50 personas se reunieron en Colonia para discutir el tema con expertos del mundo académico y el mundo empresarial.

Los modelos de uso compartido no son del todo nuevos. Están más o menos en una fase experimental, como por ejemplo “Call a Bike”⁶ en Alemania o “Barcelona alquiler de bicicletas”⁷, pero parece

3 www.sociovision.de/sinus-news/year/2010/month/01/backPid/67/news/powerzielgruppe-lohas.html

4 Anja Kirig, Christian Rauch, Dr. Eike Wenzel; Target Group: LOHAS How the green lifestyle captures the markets, Zukunftsinstitut 2008

5 www.design-management-forum.org/

6 www.callabike-interaktiv.de/

7 www.bikerentalbarcelona.com/



(1904) Christian David Geiss, director de marketing presenta el proyecto car2go

que funcionan bastante bien. Christian Geiss, director del proyecto “car2go”⁸ en Ulm (Alemania) y Austin (EE.UU.) presentó el desarrollo de este proyecto iniciado por el agente mundial Daimler y explicó el concepto de diseño. Se tiene que incorporar la cultura corporativa, las características de la marca, los intereses del usuario y la competencia de diseño. El presidente de la junta que estaba ansioso de experimentar nuevas soluciones alentó al equipo de desarrollo. Después de dos años, el concepto resulta ser un experimento muy satisfactorio. El proyecto se ampliará a otras ciudades como Colonia en 2011. El prototipo actual en Ulm (Alemania) se ampliará de 200 a 300 unidades.

Para entender por qué estos conceptos de uso compartido tienen éxito necesitamos verlo más de cerca. Cada vez viven en las ciudades más personas y ya no tienen automóvil. Las desventajas son demasiado grandes: encontrar una plaza de aparcamiento es demasiado difícil y lleva demasiado tiempo, los atascos son permanentes, y las frecuentes multas de tráfico y estacionamiento no hacen nada de gracia. Estos hechos dieron lugar a un modelo comercial de uso compartido del coche. El desarrollo profesional se inició en los años noventa y desde entonces, la calidad del servicio ha mejorado constantemente. Similar a la innovación tecnológica, los procesos de servicios de innovación necesitan corregirse y modificarse para su mejora, necesitan su tiempo para encontrar la aceptación del usuario y una clientela en constante crecimiento. Cuando se introdujo la nueva tecnología de las comunicaciones, nos dimos cuenta de que era necesaria una cantidad crítica de usuarios para lograr satisfacer las experiencias del usuario. Lo mismo que pasa para los nuevos servicios basados en el uso compartido.

Otra área de negocios con éxito que cuentan con modelos de uso compartido es el sector del deporte. El alquiler de equipos deportivos en lugares de vacaciones es muy común para equipos “voluminosos”, como los esquíes, equipos de buceo y tablas de surf. Se pueden identificar varias razones:

8 www.car2go.com/



(9857) 1. Escuela de Verano Sostenible, debate de grupo en la biblioteca

- el equipo sólo se utiliza una vez al año – la ventaja de alquilar es que no hay necesidad de preocuparse por el mantenimiento y el almacenamiento, el equipo no envejece, no necesita piezas de repuesto y la relación calidad-precio es adecuada
 - el transporte es incómodo y costoso – la ventaja de alquilar es que se ahorra tiempo, dinero y trabajo para el transporte y que no hay riesgo de que el equipo se pierda o se dañe por el camino.
- El alquiler de esquís o equipos de buceo es muy popular hoy en día. El equipo está siempre nuevo y en buen estado. Ambas empresas de uso compartido comenzaron a conocer la aceptación del usuario, más o menos al mismo tiempo. En algún momento, la conveniencia se consideró más importante que poseer un producto. Los valores y las costumbres de los consumidores están cambiando. La actividad en sí y las experiencias son importantes. Hoy en día, el disfrute y la práctica de actividades deportivas de prestigio demuestran el estatus personal más que la posesión de caros productos para el deporte.

Criterios de éxito

Podemos concluir que en algunas zonas la gente ya aprecia los productos compartidos y los negocios relacionados están prosperando. Los modelos de distribución de éxito tienen ciertas características en común. Ofrecen:

- fácil acceso
- simplicidad en el manejo
- conveniencia – el usuario ahorra tiempo y dinero en comparación con conservar el producto mismo
- excelente calidad de los productos para compartir
- infraestructura de servicios excelentes
- excelente disponibilidad
- buena relación calidad-precio
- placer y disfrute sin preocuparse de los productos



(9277) Trabajo en equipo en la 1. Escuela de Verano Sostenible

Evitan:

- almacenamiento y/o problemas de aparcamiento
- tiempo y dinero para el mantenimiento
- cuidar del control técnico

Los modelos de uso compartido son sistemas muy complejos. Para que funcionen bien se necesita una excelente logística y estructuras de servicios. Los ejemplos antes mencionados demuestran que los usuarios aceptan que los modelos de distribución a la hora de alquilar un producto tiene importantes ventajas funcionales. Los sistemas de intercambio proporcionan una mayor comodidad, porque las personas que gestionan el negocio de uso compartido cuidan el producto. Los usuarios disfrutan del servicio y pagan sólo por el tiempo que utilizan el servicio. La gran ventaja para el medio ambiente: menos productos y menos recursos. Esa era la intención de los estudiantes. Su idea básica era ahorrar recursos al compartir productos. El hecho es que ya existen modelos de negocio con mucho éxito. La pregunta es, si la empresa de uso compartido se puede lanzar con éxito en otros sectores, como el propuesto por los estudiantes.

Obviamente hay un grupo objetivo de jóvenes entre 20 y 30 que cuenta con la comodidad y las prestaciones que ofrecen los productos de uso compartido. Sin embargo surgen diferentes preguntas una y otra vez:

- ¿Es el “uso compartido” un modelo de negocio de futuro para lograr la aceptación de los usuarios?
- ¿Qué productos se pueden compartir?
- ¿Cómo se deben diseñar los modelos para compartir para ser aceptados por los usuarios?
- ¿Cómo se deben diseñar los modelos de uso compartido para que sean un negocio de éxito?
- ¿Cómo pueden contribuir los modelos de uso compartido a la sostenibilidad?

Hemos discutido estas cuestiones en el VI Foro de Gestión del Diseño con expertos de diferentes campos. Los panelistas representaban a los usuarios y las perspectivas de negocio, la creación de empresas de “uso compartido”, la teoría de la sostenibilidad social y las tendencias culturales. La conclusión que cabe extraer de los diferentes puntos de vista, antecedentes científicos, resultados de investigación y experiencias profesionales confirma que la idea básica del uso compartido tiene



(9758) Un equipo ha generado una idea brillante en la r. Escuela de Verano Sostenible

el potencial de contribuir a una mayor sostenibilidad, si los modelos de apoyo a las empresas bien diseñados apoyan el cambio de valor en el comportamiento del consumidor.

Perspectiva del usuario

El uso compartido de productos tiene sus limitaciones. Los productos individuales, los productos para el cuidado personal, los productos con un valor personal y los productos de uso frecuente no están sujetos al uso compartido. No obstante la posesión de productos puede ser una carga. En muchas ocasiones la comodidad y la conveniencia aumentan mediante el uso de un buen servicio. El estado de la propiedad está disminuyendo en las generaciones jóvenes, como la representada por los estudiantes internacionales. Están viviendo un estilo de vida muy flexible. El estatus depende de las actividades con experiencia y el uso de perfectos servicios a medida.

Sostenibilidad

Schmidt-Bleek introdujo la idea de factor 10^9 en los años noventa. Concluyó que los países muy industrializados deberían reducir su consumo de recursos a un 10% a fin de dar a todas las sociedades la oportunidad de sobrevivir bien en el planeta Tierra. Los especialistas en cuestiones ambientales evalúan los conceptos de uso compartido como una oportunidad para alcanzar el factor 10.

Perspectiva empresarial

El modelo de intercambio de **car2go** significa que el uso compartido puede llegar a convertirse en un satisfactorio futuro modelo de negocio, si coincide con los deseos de los consumidores y sus necesidades. Es una nueva oportunidad para las empresas para hacer negocios con el alquiler de productos en lugar de venderlos. Con la venta de productos el margen se puede cobrar solamente una vez. Al alquilar los productos la ganancia depende de la calidad del servicio prestado, así como que la calidad del producto es parte del servicio y el margen se puede cobrar muchas veces.

Tendencias y nuevas empresas

9 Friedrich Schmidt-Bleek, Das MIPS-Konzept, München 2000.

Los investigadores de tendencias refuerzan el cambio de valores hacia la conciencia ambiental y el estilo de vida sostenible, como fenómeno social global con características especiales de los distintos grupos destinatarios. La tendencia se ve confirmada por un par de iniciativas surgidas del concepto de uso compartido, como compartir espacio de oficina, compartir ideas y presentaciones sobre plataformas de Internet, compartir productos con los amigos y algunas otras más.

Criterios para el éxito

Al hablar de las posibilidades y oportunidades de negocio de los modelos de uso compartido descubrimos ciertos criterios que determinan el éxito. El fácil manejo parece ser el factor más importante. Se observa una creciente demanda de funcionalidad, lo que significa que la probabilidad de hacer uso de servicios de intercambio crecerá, cuando aparecen beneficios significativos de manipulación en comparación con comprar, poseer y utilizar un producto personal. Un requisito básico es la cantidad crítica de unidades involucradas en el concepto. La accesibilidad es uno de los criterios de éxito más importantes. Si la cantidad de unidades es demasiado pequeña, el concepto se enfrenta a graves problemas. Eso es lo que hemos aprendido de los conceptos de compartir vehículos y bicicletas. Además, el fácil manejo, la calidad, el buen servicio de infraestructuras y una buena relación precio-rendimiento son importantes para la aceptación del usuario y el éxito. Si estos criterios se cumplen, las empresas pueden contar con una aceptación cada vez mayor de usuarios.

Los modelos de uso compartido tratan de reducir la cantidad de producción de los productos y exigir al mismo tiempo diferentes productos con mejor calidad. Al final de su presentación, Christian Geiss señaló que los coches Smart utilizados para el proyecto car2go se diseñaron para uso privado - no para uso público. Los coches presentan déficit en el negocio de uso compartido, que se hizo evidente durante los procesos de manipulación nueva y completa. Sólo con el trasfondo de estas experiencias se pueden analizar las demandas del uso compartido de coches. El equipo de desarrollo de la empresa está ahora pensando en las características de un coche diseñado para su utilización compartida. Lo ideal sería que un uso compartido del coche debe garantizar el fácil acceso por toda la ciudad –incluso mejor, en todo el país–, zonas de aparcamiento reservadas, fácil pago por el servicio, debe ser robusto y resistente a daños, fácil y estar libre de errores en su manejo y malgastar el mínimo de energía durante su uso. Los requisitos de calidad y funcionales resultan mucho más altos para compartir productos.

Nuevos retos para los diseñadores

Si tenemos en cuenta que los valores sociales y culturales están cambiando en la sociedad y que la gente usará el servicio de productos compartidos con más frecuencia en el futuro, influirá en el trabajo de los diseñadores y el cambio de sus tareas. Antes de empezar a pensar en el diseño del producto y las características de los productos de uso compartido, tienen que pensar en el servicio de infraestructura, logística, accesibilidad, manipulación, demandas de los usuarios, puntos de contacto con usuarios, valores de comunicación y por supuesto los factores económicos. Los sistemas de uso compartido de automóviles y bicicletas se basan principalmente en procesos de auto-organización. La funcionalidad de los procesos de auto-organización depende de su simplicidad. La consideración de la simplicidad es esencial en el proceso de desarrollo de los conceptos de uso compartido de coches. La ventaja de car2go en comparación con otras iniciativas de uso compartido del coche son: una buena accesibilidad, fácil y rápido manejo y pago únicamente por el tiempo de uso. El diseño de las estructuras de los nuevos negocios que operan en auto-organización es un gran reto para las soluciones de diseño futuro. El mundo digital incluyendo dispositivos móviles ofrece

excelentes condiciones para los procesos de auto-organización. La funcionalidad de los procesos de auto-organización se basa generalmente en un mínimo de normas.

La investigación sobre la inteligencia de enjambre nos ayuda a diseñar conceptos de auto-organización. Los enjambres se organizan siguiendo sólo dos o tres reglas. Pocas reglas, pero claras y directas son muy importantes para la coherencia y la funcionalidad. Se simplifica el manejo, se reduce o elimina el uso indebido y por lo tanto determinan la conveniencia y la comodidad para los usuarios.

Conclusión

En el futuro, los diseñadores se enfrentarán a nuevos retos y se ven obligados a pensar y actuar de forma diferente. Participarán en el diseño de nuevas estructuras de servicios que contribuyen a la comodidad del consumidor mediante la sustitución de productos a través de servicios y el desarrollo de modelos de distribución. El cambio en el diseño de actividades se debe a un cambio de valores en el comportamiento de los consumidores, la creciente demanda de la sostenibilidad y la necesidad de las empresas de innovar y desarrollar nuevos conceptos de negocios de acuerdo con los cambios socio-culturales y la protección del medio ambiente —esperemos que cercano al factor 10—.