

TRIBUNA



TOCA LAS ESTRELLAS

ALEJANDRO SUÁREZ
CEO OCIO NETWORKS

Hace tiempo que vengo siguiendo con interés un nuevo proyecto de largometraje; un proyecto interesante tanto por la temática de la película como por la forma de crearla y eso que he de reconocer que no me interesa demasiado el bonitamente subvencionado mundo del cine, acostumbrado a recibir 'caramelos' de todo el mundo: de las televisiones, del Estado... es el triste espejo donde en ocasiones se miran otras industrias como la de la música, al grito de «la música (también) es cultura».

Reconozco que no me gustan las subvenciones. Entiendo el razonamiento de que posiblemente sin ellas no hubiera cine español y me da lástima que así sea. Hay muchos puestos de trabajo en juego y comprendo perfectamente que hay que defenderse, pero tampoco puedo evitar pensar, de forma malévolamente y con una media sonrisa en la boca, que sin esas subvenciones nos hubiéramos ahorrado enormes disgustos filmográficos que hemos pagado indirectamente todos.

Y es eso precisamente lo que más me gusta de 'El Cosmonauta', un proyecto de largometraje producido por *Riot Cinema Collective*, que plantea un nuevo modelo de financiación, producción y distribución aprovechando en todas sus vertientes las herramientas de comunicación disponibles: Internet, redes sociales, comunidades y móviles.

Es un proyecto innovador en muchos aspectos: aprovechan las herramientas de creación y distribución que les permiten producir contenidos audiovisuales de calidad a muy bajo coste, consiguen un contacto directo con el público y muestran soluciones viables al modelo tradicional de financiación, producción y distribución que la sociedad ya no demanda.

Los inversores han sido buscados directamente a través de internet, aprovechando el poder de las redes sociales y, mediante la microfinanciación, miles de personas pueden participar en la película a través de *Crowdfunding*, ayudando a generar un gran interés mucho antes del estre-

no, incluso mucho antes de la realización de la película.

La clave para mí se encuentra en el entorno *Crowdfunding*, un método de financiación que permite que con una inversión mínima de 2 euros cualquiera pueda convertirse en productor de esta película, recibiendo en tu domicilio un *welcome pack* y asegurando la aparición en los títulos de crédito.

Además, los creadores de la idea han acertado al darle al producto una licencia de *Creative Commons*, que amplía el concepto de *copyright* y permite que, bajo ciertas condiciones, la película se distribuya libremente, se copie, se remezcle y modifique y se generen nuevas obras utili-

SI LA IDEA ES BUENA Y HAY TALENTO, LO DEMÁS ES SABER COMUNICARLO

zando su material original. Esto genera infinitas nuevas posibilidades de negocio y amplía el alcance de la distribución en términos masivos.

Pero para mí es mucho más importante lo que han conseguido hasta el momento. Desde mayo de 2009, en poco más de dos años, que fue el momento en que se dio el pistoletazo de salida, han alcanzado cerca del 50% de su financiación, valorada en 860.000 euros. Y no solo eso, ante el inicio de la grabación y ante una necesidad apremiante de fondos, hicieron una última llamada de ayuda a la que, en menos de 72 horas, consiguieron que cerca de 300 nuevos inversores inyectaran 60.000 euros más, vitales para el inicio del rodaje.

De momento, ya han conseguido colocar el 45% de las acciones y solo les queda un 55% de la película por vender. Parece mucho, cerca de 500.000 euros, pero yo creo que lo más difícil ya lo han conseguido: enamorar a miles de pequeños inversores y demostrar que si la idea es buena y el equipo gestor tiene talento, lo demás es saber comunicarlo. ■



Luis Monserrate fundó la plataforma en 2009

Homing, el decorador pionero de venta 'online'

LA COMPAÑÍA ESPAÑOLA SE HA CONVERTIDO EN LA PRIMERA TIENDA VIRTUAL QUE OFRECE UN CATÁLOGO COMPLETO PARA DECORAR ESTANCIAS A TRAVÉS DE LA RED

INÉS ORIA
MADRID

Las cifras

130

Es el número de marcas que la empresa ha conseguido incorporar a su catálogo de productos con más de 13.000 referencias.

170.000

Es el número de usuarios únicos con los que cuenta la página, según datos de Nielsen. Alrededor del 9% utiliza la herramienta 3D.

25 mll €

Es la facturación que la compañía tiene previsto alcanzar en 2013 gracias a sus planes de expansión y el lanzamiento de su marca propia.

de la casa» en España, unos planes que, a juzgar por las cifras, parecen ir por buen camino. Según datos de Nielsen, la página cuenta con 170.000 usuarios únicos y alrededor del 9% utiliza la herramienta 3D. El fundador de la empresa reconoce que «el mercado todavía tiene que evolucionar» para que la herramienta se use con normalidad pero considera que va a ser «un elemento diferenciador» en el futuro.

En tan sólo dos años de actividad, la tienda *online* es uno de los canales líderes en oferta de producto,

pero Monserrate señala que su intención es llegar a ser líderes en ventas. «Nuestro plan de negocio inicial era alcanzar en un año 10 marcas de reconocido prestigio y, siendo muy optimistas, 20. Sin embargo, hemos incorporado 130 marcas y contamos con 13.000 referencias de producto», indica.

APUESTAS DE FUTURO. La compañía se encuentra en ronda de financiación para conseguir nuevos socios que le ayuden a consolidar sus planes de crecimiento que pasan por el lanzamiento de una marca propia «muy diferencial, con un diseño y un modelo de producción distinto» y la puesta en marcha del plan de internacionalización. La plataforma se plantea entrar en el mercado brasileño «fundamentalmente por el desarrollo del *e-commerce*» para continuar después su expansión por el resto de Latinoamérica.

Una vez culminados estos planes, la compañía -que también ofrece servicio completo de distribución y montaje- no descarta «abrir tiendas físicas en lugares emblemáticos» aunque para Monserrate, estas aperturas se plantean «más como una herramienta de marketing y posicionamiento que como crecimiento». Con una cuota de mercado cercana al 4%, las previsiones de Homing apuntan a alcanzar una facturación de 25 millones de euros en 2013. ■