

Emprendedores & EMPLEO Expansión

Los solteros, un filón de oro para las 'start up' de hoy

Sólo en España los solteros superan los 16 millones de personas, algunos de ellos se constituyen como familias monoparentales. Un nuevo colectivo en el que ya han puesto sus ojos los emprendedores.

M. Mateos, Madrid

Codiciado rompecabezas de oro. Algunos medios de comunicación estadounidenses ya utilizan esta expresión para hablar de los solteros, un colectivo que sólo en el país norteamericano representa el 50% de la población adulta. Se trata de más de 125 millones de personas que, según la Oficina de Estadísticas Laborales, destina cerca de dos mil millones de dólares al año en bienes y servicios. El economista Edward Yardeni define a los solteros como *selfies* -egoístas-, porque "gastan el dinero en sí mismos o lo están ahorrando para consumirlo en el camino". El ocio es uno de los sectores en los que más se aprecia el consumo. Hace un par de semanas, *The Wall Street Journal* publicaba que los viajeros individuales equivalen al 23% de todas las personas que toman vacaciones por placer, de acuerdo con la Asociación de Viajes de Estados Unidos. Casi el 40% de los viajeros dice que saldría de vacaciones individualmente si tuviera la oportunidad, según un sondeo de la firma de marketing e investigación MMGY Global.

A demanda

En España aún estamos lejos de llegar a las cifras estadounidenses por razones obvias -según las últimas cifras del INE, el número de solteros mayores de 20 años supera los 16 millones: 7,5 hombres, 8,6 mujeres-, pero sí que, en cierto modo, compartimos ese espíritu consumista. Los emprendedores no son ajenos a este movimiento y, aunque son las webs para hacer amigos y las agencias de viajes las más populares, Room4Exchange y Op&Kids son un par de ejemplos que cubren algunos de los nichos que aún existen para cubrir las necesidades de este colectivo.

Javier Banús es el creador de Room4Exchange, una plataforma para intercambiar pisos compartidos. Le acompañan en su aventura Catherine Haellr, Jordi Albacete y un equipo de colaboradores que viven en tránsito por el mundo para su promoción y lanzamiento. "Mi anterior pareja y



ROOM4EXCHANGE Javier Banús es el creador de esta plataforma que de manera gratuita, por ahora, permite realizar intercambios de vivienda entre residentes de cualquier parte del mundo.

yo hemos recorrido medio mundo intercambiando casas, y nos fue muy bien. Cuando me quedé solo otra vez, decidí que desarrollar una plataforma que permitiera el intercambio de habitaciones podría funcionar. Compartir piso es una oportunidad para conocer gente y viajar por menos", explica Banús, cuyo objetivo es pivotar su negocio en Madrid y Barcelona. Sin embargo, a través de la plataforma se puede conseguir alojamiento en Manhattan, Amsterdam, Berlín, Londres, Ro-

Aportar un valor añadido es la clave para captar a este público que viraliza las mejores ofertas

En España hay más de 16 millones de solteros, un colectivo consumidor de servicios de ocio

El imperio del espíritu 'Millennial'

"La generación actual es la primera que tiene un auténtico poder de viralidad de cada una de sus decisiones. Viralidad a escala global. Y lo más interesante es que cada joven no sólo puede hacerse global, sino que sabe que puede serlo, aspira a serlo y -aquí viene lo mejor- lo desea". Estas palabras de Iñaki Ortega, director de Deusto Business School, extraídas de su libro 'Millennials.

Inventa tu empleo' (Ed. UNIR), son suficientes para justificar el poder de los 'Millennials' para el consumo. Los jóvenes del milenio -los nacidos a partir de 1980- "tienen una clara conciencia de que la actividad económica sólo es legítima cuando tiene un impacto positivo, no ya únicamente en la cuenta de resultados de la empresa, sino también en la de la sociedad. No creen que la famosa mano invisible



OP&KIDS Las familias monoparentales es el colectivo de interés de Mari Carmen Rius, artífice de este portal especializado en organizar actividades de ocio y viajes para personas con hijos pequeños.

ma... "Se está viralizando mucho y hemos llegado hasta Tokio y Sidney", añade Banús. Esta *start up* fomenta el intercambio simultáneo y temporal entre habitaciones y facilita el acceso a diferentes destinos según los intereses del inquilino, turismo o, por ejemplo, aprender idiomas. Personas de entre 22 y 33 años son el público que mayoritariamente acude a esta plataforma que, de momento, ofrece sus servicios de forma gratuita, dentro del espíritu que define a la economía colaborativa. "Estamos

baste para tomar el lucro individual en beneficios para la colectividad". Estos apuntes dan las pistas sobre el colectivo al que se enfrentan los emprendedores que quieren captar a este público que, en buena parte, viven acomodados en las mieles de la economía colaborativa. No obstante, lo que parece definitivo es su poder para viralizar aquello que más le gusta. Aprovecha este filón.

en la fase de prueba. Contamos con 5.500 usuarios; queremos alcanzar los 25.000 y llegar a una facturación de 400.000 euros a largo plazo", explica Banús.

Los números que maneja Mari Carmen Rius, fundadora de Op&Kids, no son tan representativos, pero sí interesantes. Más de 2.500 usuarios, cuando se cumple poco más de un mes del lanzamiento de este portal de ocio y viajes para familias monoparentales, es una razón para justificar un recorrido a medio plazo. "No se trata de congregarse a una gran cantidad de personas para hacer macro-quechadas, sino de relacionar entre sí a pequeños grupos de *singles* con niños pequeños, hasta un tope de 12 años, en un ámbito casi familiar", señala. En su opinión el colectivo de los solteros está más explotado, pero no el de personas solas con niños pequeños: "En nuestro país existen 1,7 millones de familias monoparentales, y la cifra va en aumento". Por ahora Op&Kids ofrece actividades de ocio de un día o fines de semana. Además de viajes al extranjero, Rius tiene en mente organizar conferencias con experiencias de familias monoparentales y *coaching*.

Bolsa Social, una opción para invertir en negocios de impacto

Expansión, Madrid

Wake App Health, Utopic.us y Nostoc Biotech presentaron ayer sus proyectos ante más de 70 inversores en el acto oficial de lanzamiento de Bolsa Social, la primera plataforma de financiación participativa autorizada por la CNMV el pasado 5 de octubre. Se inicia así la primera campaña de inversión a través de la fórmula de *equity crowdfunding* -financiación colectiva- con dichos proyectos centrados, respectivamente, en mHealth, la economía colaborativa y los biofertilizantes. Participar en campañas de impacto social o medioambiental podrán convertirse en socios de estos tres proyectos, financiándolos a través de esta plataforma que pretende levantar los próximos tres meses 800.000 euros para las tres campañas de financiación que se acaban de abrir.

Wake App Health busca un capital de 250.000 a 300.000 euros a través de la Bolsa Social para ser la mayor incubadora de mHealth en España y ser un catalizador de diferentes propuestas del sector, facilitándoles su puesta en marcha como empresa.

Utopic.us, que promueve nuevos modelos de trabajo organizativos y artífice de las tres ediciones de Zinc Shower -uno de los mayores eventos de economía colaborativa y creativa-, con una ampliación de capital de entre 200.000 a 250.000 euros, quiere aumentar sus líneas de negocio y lanzar, en colaboración con Fundación Biodiversidad, el espacio NIDO, dedicado exclusivamente a la economía verde. La misma cantidad aspira a obtener Nostoc Biotech, empresa creada en 2014 y dedicada a la fabricación de biofertilizantes para la agricultura.

PISTA DEL DÍA

Mañana, 30 de octubre, se celebra en Bilbao BIME Startup Summit, dirigido a 'start up' que tengan un vínculo con la industria musical.

<http://bit.ly/1PQszLV>