



or, basada en el 'coworking'. / DANIEL TORRELLO

des europeas y, mientras, realquilar su alojamiento habitual para conseguir algo de dinero extra.

Solventado el problema del alojamiento, los emprendedores se encuentran, además, con el problema de pagar una oficina. Para hacer frente a este gasto nacen los espacios de *co-working*, que ofrecen un lugar de trabajo común y, de paso, fomentan las relaciones entre empresarios, el *networking*, que es la forma más efectiva de generar nuevas ideas. La red de *co-working* más extendida es HUB, cuya sede en Madrid abrió en 2010 y ya cuenta con 230 miembros.

«HUB Madrid es un centro de innovación social», definen sus promotores; «nuestro objetivo es inspirar, conectar e impulsar a todos aquellos que, como nosotros, quieren transformar el mundo con apuestas innovadoras». Durante el horario de oficina, los miembros trabajan en modalidad de *hotdesking*, no tienen un puesto fijo, y tienen a

su disposición salas de reuniones, una biblioteca y una cafetería.

Si la crisis supone un problema para los gastos ineludibles, los pequeños vicios como los libros, discos o películas se convierten en bienes prácticamente de lujo. «No se puede denegar el derecho de la cultura y del pensamiento a nadie», reflexiona Alberto Medina, voluntario en Más Libros Libres, una librería gratuita de Málaga. La idea de este espacio surgió al conocer *The Book Thing*, en Baltimore, Estados Unidos, un sistema de donaciones que permite «poner libros *no queridos* en manos de quienes sí los quieren». Más Libros Libres funciona mediante donaciones que, sin embargo, no son obligatorias para coger los libros, discos o videojuegos que ofertan.

La madre del cordero de estas iniciativas, la colaboración, hunde sus raíces en el milenar trueque. Sólo que éste, gracias a las nuevas tecnologías, ya no es lo que era. Los bancos del tiempo han generado nuevos tipos de monedas, como *The Social Coin*, un proyecto en plena recaudación de fondos por micromecenazgo que se basa en la idea de que una acción desinteresada, ayudar a alguien, es fuente de felicidad. «Primero, piensa qué favor vas a hacer, escríbelo en la *web*, hazlo realidad y entrega la moneda a la persona a la que has ayudado», explica Iván Caballero, creador de *The Social Coin*. Esta nueva moneda es una especie de eslabón en una cadena de favores, y, para más *inri*, contiene una semilla. «Calculamos que una cadena son 10 favores, después se puede plantar», asegura Caballero.



El original puesto de 'Sandwich Mixto' en el madrileño Mercado de Antón Martín. / EL MUNDO

## LIBROS 'INDIES' CON SABOR A SANDWICH Un negocio combina comida y literatura 'handmade'

JAVIER G. NEGRE

Ponme un sandwich mixto y ya de paso...un libro *indie*. O viceversa. Sí, por raro que parezca, ese es el sugerente cocktail que ofrece una joven en su revolucionario y abarrotado *Sandwich Mixto* ubicado en el popular Mercado de Antón Martín. Consciente de la necesidad de captar la atención de los visitantes del lugar, Virginia De Diego pensó en un modelo de negocio totalmente innovador en España, más propio de los barrios más bohemios de Amsterdam: vender libros y fanzines y, al mismo tiempo, deliciosas piezas de comida casera. De esta forma, son multitud los curiosos que atraídos por el olor gastronómico se paran y contemplan la extensa colección de libros autoeditados. Todo un gancho con mucho sentido detrás.

«Hemos querido jugar con ofrecer comida *homemade* y libros *handmade* porque en la vida de un *freelance* la comida siempre está muy presente», expresa De Diego, que está sorprendida con la excelente acogida que ha tenido su concepto en el Mercado de Antón Martín, uno de los emplazamientos con más *copyright* de Madrid. «Llevamos casi un año y estamos funcionando muy bien. Somos el único sitio de distribución de libros autoeditados», manifiesta De Diego, que un sábado normal suele «tirar entre 90 y 100 cañas» a una clientela más bien heterogénea.

«Tenemos varios perfiles de consumidores. Desde gente que a través de la comida viene y

compra libros hasta amantes de la literatura que vienen y que ya de paso compran comida. Ésta y los libros son un gancho para nuestros clientes», indica esta joven licenciada en Bellas Artes y Diseño Gráfico, que se inspiró en la bulliciosa ciudad de Amsterdam, donde residió unos años, para *precocinar* esta idea.

dientes y que cree que en España «falta originalidad a la hora de vender» productos.

En el particular ranking de *Sandwich Mixto*, los artículos más vendidos son, por este orden, un fanzine sobre el mítico actor Chuck Norris, una *sui generis* guía de Tokio con el peculiar nombre de *Jo tía*, y Alberto



Libros y fanzines del puesto. / EL MUNDO

«En Holanda, donde son más creativos, mezclar negocios se ve de una manera normal a diferencia de España. Aquí la gente se extraña más cuando ve fanzines y comida en un mercado», indica esta amante de los movimientos literarios más indepen-

en el mercado, una colección de cuidadas postales elaborada por la propia De Diego. Los irrisorios precios de sus productos también son la clave del *boom* del *stand*. «Nuestros libros van desde los dos euros hasta los 40 euros», puntualiza De Diego.



FOTOS: SHUTTERSTOCK

## EL TIEMPO COMO MONEDA

«Cambio una hora de clases de inglés por una hora de ayuda con ese programa informático que se me resiste». Esta bien podría ser una entrada en uno de los numerosos bancos del tiempo que relacionan habilidades en España. Utilizando la unidad temporal como moneda de cambio, los usuarios intercambian habilidades y necesidades, de forma completamente gratuita. Es el clásico trueque, pero 2.0.

La evolución lógica de estos bancos es el nacimiento de otro tipo de monedas. Es el caso de las monedas sociales de *The Social Coin*, que es más bien una cadena de favores que supone marcarse una meta desinteresada y, cuando se ha conseguido, pasar la moneda al siguiente *eslabón*.