

## Es posible hacer negocio ofreciendo productos gratuitos

- Chris Anderson, editor jefe de la revista Wired, dio las claves de cómo hacer negocio online ofreciendo productos gratis basándose en su teoría FREE, a pocas semanas de la edición de su esperado segundo libro de título homónimo
- Las conferencias del European E-Commerce, organizadas por AECEM, han tenido un gran éxito de convocatoria por la diversidad de sus temáticas, por el alto nivel de sus ponentes y por las experiencias de éxitos presentadas.

**Barcelona, 22 de octubre de 2008.** La economía de la gratuidad es el concepto que Chris Anderson desarrolló y explicó durante su ponencia “The Economics of Free” en el marco de las Conferencias Europeas sobre Comercio Electrónico organizadas por la Asociación Española de Comercio Electrónico y Márketing Relacional (AECEM) y celebradas en Barcelona.

Esta es la conferencia donde expuso por primera vez en España su nueva teoría FREE, a pocas semanas de la edición de su esperado segundo libro de título homónimo.

En el siglo XX se hablaba de economía de átomos, donde todo tenía un precio, pero hoy en día, según palabras del propio Anderson “estamos inmersos en la llamada economía de bits”. Esta tipología de economía consiste en una nueva forma de gratuidad donde los productos y servicios se van abaratando hasta el punto de convertirse en gratuitos.

¿Cómo llega el dinero al producto si éste es gratis? Principalmente a través de recargos de modo indirecto, esta es la fórmula clave que permite transferir dinero de un bolsillo al otro con la palabra gratis en mente. Se trata de una vía de negocio donde el producto base se abarata y atrae al consumidor pero se le cargan otras cosas. Según palabras del propio Anderson: “la economía de los bits ha hecho que los costes marginales lleguen a cero y con el tiempo el coste se abarata de forma inevitable”.

### La teoría Freemium:

Para apoyar su explicación, Anderson hizo referencia a reconocidas empresas que han encontrado en el mundo digital la manera de abaratar los costes de sus productos ampliando así las oportunidades para desarrollar un modelo de libre negocio. Presentó esta explicación bajo el concepto Freemium.

Siguiendo con esta misma explicación, Anderson citó otra versión de gratuidad donde se paga el 1% del producto y el 99% restante se regala. Con esto se entiende que el mercado paga a gusto porque valora mucho lo que obtiene.

A raíz de esto nace la economía no monetaria, la nueva industria que puede transformar la forma de capitalismo actual ya que introduce valores no monetarios en la economía. Internet ha convertido la antigua economía monetaria en una economía real ya que puede medir los factores no monetarios: número de links en una web para conocer la reputación de una empresa, jerarquía que ocupa en los buscadores, tráfico y número de visitas que tiene.

La teoría Freemium será el tema principal del próximo libro de Anderson, Free que se publicará a principios del 2009.

### **Negocios gratis en la red:**

Todas las vías de negocio online ofrecen un gran abanico de posibilidades y modelos que se basan en la gratuidad digital. No se trata en ningún caso de estafa, sino que es una tecnología que permite realizar ahora cosas que antes eran impensables. Conseguir productos cada vez más baratos está siendo algo convencional.

### **Más información sobre el European ECommerce Conference:**

EEC es una conferencia de expertos diseñada para inspirar al profesional de Internet. Un evento único donde ponentes internacionales del más alto nivel hablarán sobre las últimas tendencias del mercado. Es el marco ideal para aprender y compartir conocimientos para impulsar la innovación y la creatividad sostenible empresarial. Los ponentes han hablado del Futuro del ecommerce y de Experiencias de éxito aplicables a cualquier empresa, entre otros temas.

También se celebró un debate sobre la influencia de las redes sociales en grupos de todas las edades, y como este nuevo medio de comunicación se ha convertido en un poder de influencia que supera, en muchas ocasiones, a la publicidad tradicional.

Más información: [www.eec-conference.com](http://www.eec-conference.com)

Contacto de prensa: Marta Benito / Elisenda Lleonart

[mbenito@strategycomm.net](mailto:mbenito@strategycomm.net) 610784110 / [elleonart@strategycomm.net](mailto:elleonart@strategycomm.net) 667 72 50 48