

CATALUNYA

NUEVOS ACTIVOS

GENERACIÓN 2.0

EL SECTOR DEL ARTE ABRE MERCADO ONLINE CON KOYAC, 'START UP' CREADA PARA ACERCARLO A UN PÚBLICO MÁS AMPLIO, PERO SIN RENUNCIAR A LA CALIDAD CON OBRAS DE GALERÍAS RECONOCIDAS EN TODA EUROPA.

Cómo hacer más asequible el arte contemporáneo

Sara Cajo. Barcelona

El buen arte no es sólo para millonarios. Bajo esta premisa nació en Barcelona el pasado verano la *start up* Koyac, cuyo nombre proviene de las siglas de *kicking off young art-collecting* (impulsando el joven coleccionismo de arte).

Esta plataforma online busca abrir el mercado del coleccionismo de arte contemporáneo a un segmento de la población que hasta hoy lo ha visto como algo ajeno, pero también al mercado general. Según Nacho Vallés, cofundador del proyecto junto a Andrea Coll, el arte siempre ha tenido fama de precios muy altos, algo que produce un sentimiento de rechazo en las personas a la hora de entrar en las galerías.

Además, existe el miedo al ridículo o a la ignorancia, que hace que la persona interesada en el arte pero sin suficiente conocimiento finalmente no entre en estos locales.

Para eliminar estas trabas Koyac ha creado un espacio online donde los potenciales coleccionistas puedan ser asesorados de manera totalmente individualizada y gratuita. Este asesoramiento acompaña al cliente en todo el proceso de compra de la obra de arte, e incluso, si lo desea, también después, por ejemplo, sobre dónde colocar la pieza o cómo enmarcarla.

La idea surgió de Andrea



El equipo de Koyac: Andrea Coll, Nacho Vallés y Laura Sunyer.

Las claves del negocio

FACTURACIÓN: En sus seis meses de vida, Koyac ha facturado 30.000 euros. En 2018 prevén vender unas 300 obras y facturar 250.000 euros.

GALERÍAS: Actualmente trabaja con 50 centros de toda Europa y obras de casi 200 artistas. El precio de venta es el mismo que el de la galería. Koyac va a comisión con ésta en la venta de la obra del artista.

DINAMISMO: Las obras de arte están disponibles en la plataforma durante tres semanas. Esto facilita comprobar la disponibilidad de la pieza con la galería.

FINANCIACIÓN: El capital inicial con el que arrancó Koyac ascendió a 10.000 euros y fue aportado por los fundadores de la firma. Posteriormente, la *start up* levantó 50.000 euros entre amigos y familiares.

Coll, quien tras cinco años trabajando en una galería de arte vio que apenas entraba gente joven y que el público

mayoritario eran personas habituadas a la adquisición de obras artísticas.

El precio de las piezas se li-

mita a 2.000 euros, una cifra relativamente baja en el sector, que resulta asequible para un mayor número de personas. Además, en unos días se incluirá la opción de financiar la compra en tres, seis o doce plazos.

Para garantizar la calidad de las obras, Koyac únicamente trabaja a través de galerías y asegura así que el artista tenga una trayectoria o un potencial crecimiento. La firma realiza un proceso de selección de las galerías con las que quieren trabajar; entre ellas están la Galería Senda, en Barcelona; Filomena Soaeres en Lisboa, o Carroll/Fletcher en Londres. De su oferta se escogen aquellas piezas que están por debajo de los 2.000 euros y que resultan más interesantes.

NICHO DE MERCADO



Ignasi Eiriz, fundador de Ethical Time.

Ethical Time apuesta por la ropa ética y sostenible

Sara Cajo. Barcelona

Ethical Time nació este mismo año como una asociación sin ánimo de lucro impulsada por Ignasi Eiriz, estudiante de Relaciones Públicas en la Universitat Pompeu Fabra (UPF), que pretendía fomentar la producción ética y sostenible de las prendas de ropa.

Para lograrlo, Ethical Time proyecta el desarrollo de una aplicación y una web en la que se pueda filtrar las prendas con la particularidad de utilizar, además de los criterios habituales, los relacionados con la sostenibilidad.

El consumidor podrá elegir qué le exige a la marca en parámetros de sostenibilidad con siete elementos: trabajo digno, materias primas sostenibles, producto local o de kilómetro cero, economía circular, cero residuos y proyecto social. Una vez introducidos los parámetros, el mapa mostrará las tiendas físicas y online de España donde se podrá encontrar el tipo de

prenda que se desee.

La iniciativa arranca con una campaña de micromecenazgo para desarrollar la web y la aplicación a través de la plataforma Verkami con el reto de captar 20.000 euros. Comenzó el pasado domingo y estará abierta hasta el próximo 20 de enero; en tres días ha recaudado el 18% del total y ya tiene casi sesenta mecenas.

Si Ethical Time logra su objetivo, haría su presentación oficial en abril, coincidiendo con la conmemoración del derrumbe de una fábrica textil en Daca (Bangladesh) en 2013, donde murieron más de un millar de personas.

El proyecto de Ethical Time cuenta con el apoyo de estudiantes y profesores de la UPF como Albert Sales, que trabajó durante años en la Clean Clothes Campaign; así como del presidente de la asociación Justicia i Pau, Arcadi Oliveres, y del directorio de moda sostenible más grande de España, Slow Fashion Next.

LA WEB DE LA SEMANA



KASAZ.COM

Kasaz.com es un portal para comprar o vender pisos en Barcelona. Los fundadores son Sébastien Marion, experto en mercado inmobiliario e Idriss Farhat, especialista en codificación web e inversor inmobiliario en Estados Unidos. La propia página destaca la calidad y fiabilidad de las fuentes como sus principales puntos fuertes respecto a otros portales del sector ya existentes. El objetivo de la web es llegar a ser el portal inmobiliario líder en Barcelona en abril de 2018. De momento ofrece más de 160 inmuebles.

LO MEJOR

- Evita anuncios duplicados permitiendo insertar la misma propiedad una sola vez.
- Ofrece fotos profesionales de las propiedades, datos verificados con el propietario o vendedor y señala la ubicación real de los inmuebles, identificándolos en el mapa.

LO PEOR

- Es un proyecto muy limitado centrado únicamente en el área de Barcelona y, fuera de ella tan solo tiene oferta en Sitges.
- El número de inmuebles de los que dispone en la actualidad no puede hacer frente a los de otros portales.