

23 de Marzo de 2010 - 10:37 | [Entrepreneers](#)

## BetweenCreation: una apuesta por el arte

De entre 20 y 25 años de edad, los creadores de ésta red social de nicho trataron de aprovechar las debilidades de sitios como Facebook para armar su propio modelo. La meta: cerrar la brecha entre artistas y potenciales clientes.

por *María Arias*

**Recomendar**

Es inevitable notar un lazo entre ellos. Además de que ninguno supera los 25 años y que dos de ellos son hermanos, Milagros Gutiérrez (25), Esteban Pastorino (21) e Ignacio Gutiérrez (20) mantienen la frescura de los jóvenes emprendedores. Un entusiasmo que contagia y una "amistad" los hace sobreponerse al trabajo arduo de un proyecto personal y mantenerse en el mundo tecnológico en relación de dependencia.

Es inevitable notar un lazo entre ellos. Además de que ninguno supera los 25 años y que dos de ellos son hermanos, Milagros Gutiérrez (25), Esteban Pastorino (21) e Ignacio Gutiérrez (20) mantienen la frescura de los jóvenes emprendedores. Un entusiasmo que contagia y una amistad los hace sobreponerse al trabajo arduo de un proyecto personal y, al mismo tiempo, trabajar en el mundo tecnológico en relación de dependencia.

Juntos crearon BetweenCreation, una red social de nicho enfocada en el mercado del arte que intenta unir los mundos de los artistas y los art lovers. Iniciado a principios de 2009, el proyecto, ganó el concurso del IAE (Naves) y el de Buenos Aires Emprende, en el que obtuvieron un subsidio por una cifra que llegará a los \$ 80.000.

### ¿Cómo surgió la idea?

**Milagros Gutiérrez (MG):** En realidad empezamos con otra idea, relacionada con subastas. Era medio ridícula (risas). Pero nos llevó a al arte y ahí, a Ignacio (su hermano), le llegó la idea...

**Esteban Pastorino (EP):** El proyecto se resume como una red social de artes visuales que va a estar integrada con un market place para que los artistas pueda comprar y vender todo tipo de obras. La idea es unir los dos mundos que nos gustan: el de la informática y el del arte.

### ¿Cuándo comenzaron a trabajar en el proyecto?

**IG:** Empezamos en abril de 2009 pero comenzamos por la parte más técnica y justo surgió la competencia de negocios del IAE Naves y nos anotamos.

**EP:** El plan de negocios creció mucho durante esa etapa. Después tuvimos una idea muy clara de cómo iban a ser los modelos de ingresos y la estrategia de salida de marketing. Poco tiempo después nos anotamos en Buenos Aires Emprende y también ganamos. Fue un buen fin de año.

### ¿Cómo definieron al público al que se dirigen?

**MG:** Como no teníamos plata para contratar gente, nosotros mismos fuimos a visitar a artistas, centros de arte, galerías para ver qué opinaban. También armamos un blog, antes de lanzar la plataforma, para hacer una suerte de estudio de mercado.

### En términos tecnológicos, ¿cómo está elaborado el portal?

**EP:** Está hecho todo en open source y está desarrollado sobre MySQL y la idea es que sea muy Web 2.0.

### ¿En qué sentido?

**EP:** Siempre hay intermediarios entre el amante del arte y el artista. Las galerías, por ejemplo, se llevan una gran comisión de la venta, que generalmente es del 30 por ciento. Además les exigen a los artistas una cierta cantidad de obras para vender.

### Una de las cosas que más se les critica a las redes sociales es la dificultad para definir un esquema de negocios, ¿cómo lo resolvieron ustedes?

**MG:** Una de las ventajas con las que contamos es que somos una red social de nicho. Por lo tanto, ya están bien definidas cuáles son las necesidades de los usuarios y cuáles son las satisfacciones que tiene que cubrir el portal. Ese es uno de los problemas principales que tienen Twitter y Facebook: no saben qué beneficio darle a los usuarios para poder cobrarles.

**IG:** El modelo de ingresos está compuesto por distintas variables. La más importante es ofrecer un modelo Premium, en el que el usuario pagará mensualmente para acceder a beneficios exclusivos. Por ejemplo, figurar como destacado cuando se realicen búsquedas o, en las publicidades, y poder realizar ventas por más canales de distribución. Todo esto lo va a diferenciar de la mayoría de los usuarios que pueden tener acceso a los perfiles de los artistas, a las obras, entre otras cosas. Otra

variable es la comisión por las ventas que se realizan a través de la red: los usuarios pagarán cerca de 5%, es decir, muy por debajo de lo que cobran las galerías.

**MG:** También estamos pensando en un modelo alternativo basado en el branding.

Permitirá ofrecer a empresas o portales relacionados con el arte hacer eventos.

#### **¿Cuál fue el principal obstáculo durante todo el proceso de desarrollo?**

**EP:** El lanzamiento es siempre algo complicado. Conseguir la gente, armar la comunidad, el contenido, siempre es lo más duro.

**MG:** Otro tema es que los tres trabajamos al mismo tiempo. Yo trabajo en Globant, Esteban en Sumavisos, que es un agregador de avisos clasificados, e Ignacio en Delta-Designs.

#### **¿Qué tipo de contenido van a publicar?... no es fácil determinar qué es arte...**

**EP:** En realidad es medio subjetivo. Sí o sí sabemos que no vamos a permitir material ofensivo de ningún tipo. Todo va a estar controlado por un moderador.

#### **¿Y en relación con los derechos de autor? Hoy, es muy fácil copiar y pegar una foto ajena de las redes sociales...**

**IG:** Facebook tuvo sus problemas hace poco. La clave es aclararlo cuando uno plantea los términos del portal. Queda en claro que es una red social pública en donde todo el mundo va a poder tener acceso a los contenidos.

**EP:** Pero además, el usuario va a tener opciones como sucede en Flickr para decidir si el material es Creative Commons, es decir, que se puede usar con fines comerciales.

#### **¿Cuáles son los planes a futuro?**

**MG:** Lanzar a principios de 2010 la versión beta de la red y que cada vez vaya tomando más fuerza. Cuando consideremos que el feedback es el que necesitamos el proyecto se abrirá a todos. No tenemos plazos fijos, porque no depende demasiado de nosotros. Ojalá tengamos buena recepción de la comunidad.

---

#### **Ingrese su comentario**

Nombre  Código de validación

Comentario