



Dahra

Miembros Fundadores: Agustín Roger y Nicolás Larizza.

Inicio: 2013.

Rubro: Marketplace. Mercado del arte.

 <http://dahra.com.ar>  @dahraweb

 /dahraweb  @dahraweb

Introducción:

En 2013 en conjunto decidimos innovar dándole vida a este proyecto, el cual en su inicio tomó varias formas hasta llegar a la idea definitiva, la cual hoy se presenta. Afrontamos diversos escenarios adversos, los cuales superamos con trabajo, compromiso y buenas ideas, estamos convencidos de que esto es solo nuestro comienzo. Nuestra función es otorgar una plataforma de mercado, en la cual se deja en claro constantemente la oportunidad otorgada, la cual es la plena libertad para la acción del usuario. Marcar una tendencia en el mercado, formar una comunidad de artistas y fomentar y expandir el comercio del arte, son nuestros principales objetivos. Abrimos las puertas a toda clase de artistas, sin plantear diferencia alguna, desde pintores de cuadros y dibujantes hasta orfebres y alfareros de todo tipo son bienvenidos a nuestra comunidad.

Decidimos innovar en un mercado que está en pleno crecimiento, pero que aún tiene trabas. Si bien las inversiones están en crecimiento, existen imposibilidades físicas debido a la permanencia de procesos y mecanismos de mercado que deben ser modernizados, estos mismos no permiten la expansión de la oferta actual ante la creciente demanda de la inversión. Desde Dahra proponemos, dar un próximo paso y contribuir a la modernización de los procesos que este sector tanto necesita, creemos firmemente que para obtener mejores resultados se deben modernizar los mecanismos y

procesos. Llegar con nuestra propuesta de mercado a toda persona que desee realizar una inversión en arte, es nuestra meta, que mediante la modernización de los procesos actuales, nos proponemos cumplir.

Temas a tratar:

1) Modelos de Ingresos

- Mercado Liberado
- Ferias de Arte Online
- Subasta Individual

2) Análisis de Competencia

- Competencias
- Competencia Indirecta
- Competencia Directa

3) Mercado

- Márgenes de Mercado
- Estado actual del mercado
- Nuestra propuesta

4) Visión de Marketing

- Slogans
- Objetivos de comunicación

5)Modernización de los procesos

Objetivos

Futuras Innovaciones

6)Conclusión

Conclusión General

Fuentes

1)Modelos de ingresos: Nuestro sitio cuenta con 3 modelos de ingresos, los cuales generarán la mayor parte de nuestros ingresos y funcionarán con la posibilidad de ejercer una completa autarquía uno del otro. A su vez cada cual cumplirá por su cuenta la función de incluir a los artistas actualmente marginados del sector debido a los mecanismos actuales, lo que llevará a una inclusión general por parte de nuestra plataforma.

Modelos de ingresos

Mercado
Liberado

- Cuenta Libre: Beneficios tradicionales arancelados (Barra de tipo y tiempo de publicación), Publicidad externa solo en sitio web, Newsletter, sección "Conoce al artista", publicidad en redes sociales.
- Cuenta Premium: Arancel fijo sobre tipo de cuenta, dicha cuenta tendrá aranceles tradicionales amplificados, publicidad en sitio web y redes sociales, mas otro beneficio externo. Arancel mensual.

Ferias de
arte online

- División de rubros y valores. Elite, Primera Clase, Segunda Clase y Tercera Clase. Topes y comisión fija, cumplen función de evitar especulación y evasión a tributos del sitio.

Subasta
individual

- Se seleccionara un artista de nuestro ranking para que acceda a esta posibilidad, se realizará una campaña publicitaria que se centrará en la obra y en el artista. La comisión sera del 10% sobre el precio de venta de la obra.

Dahra

f /dahraweb

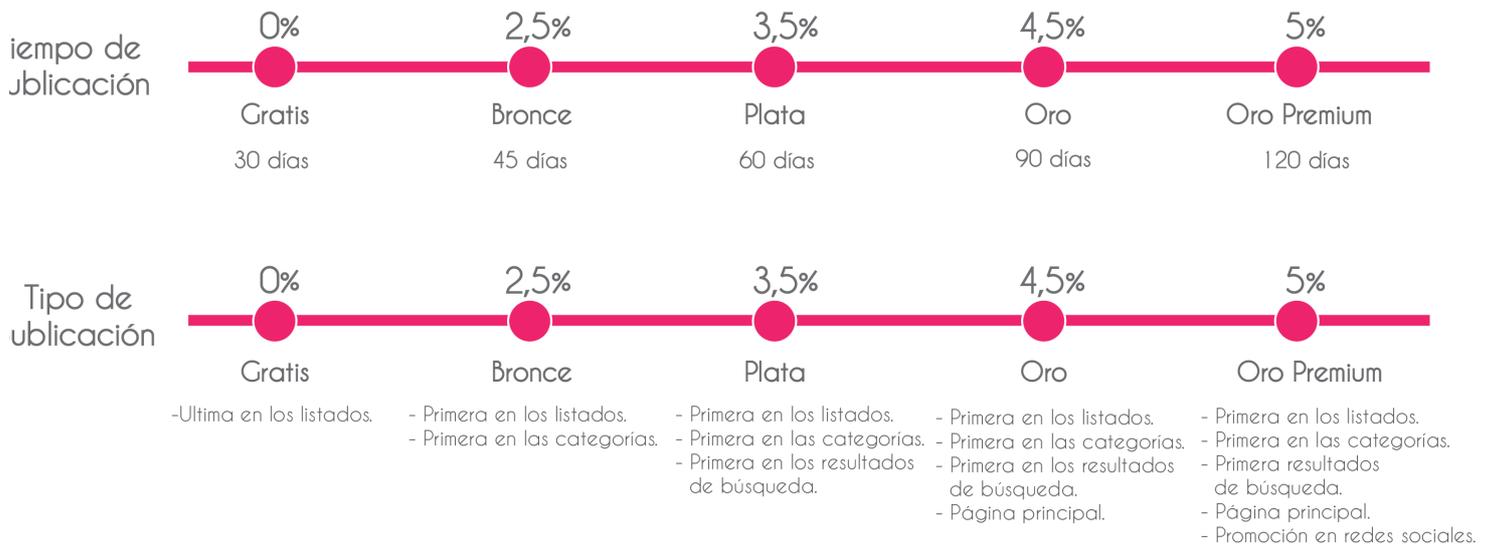
✉ info@dahra.com.ar

🐦 /dahraweb

🌐 http://dahra.com.ar

Mercado Liberado: En primer lugar nuestro Mercado Liberado, es el modelo en donde se incluyen a todos los artistas manuales que deseen formar parte de nuestra comunidad y deseen utilizar nuestra plataforma de mercado para el comercio de sus productos y la compra de otros. El usuario una vez registrado tiene la opción de elegir dos formas para administrar su cuenta en el sitio, las cuales son la "Cuenta Libre" y por otro lado la "Cuenta Premium". La primera posee la opción de elegir el tipo (Calidad de la Visualización y Viralización de la publicación) y el tiempo (Cuanto tiempo perdurará la publicación en el sitio) abonando un arancel según las

pretensiones del usuario, la forma de abonar es mediante una barra de pagos en donde el usuario puede realizar las combinaciones que el mismo decida.



Se pueden elegir ambas barras con beneficios gratuitos hasta un máximo de 5 veces (5 operaciones concretadas), luego se podrá elegir una sola parte de la barra gratis (El tipo o el tiempo) y se podrán realizar las combinaciones que el usuario prefiera (Por ej: Tiempo gratis y Oro Premium en tipo ; Tipo gratis y Oro en tiempo y demás). Nuestros otros métodos de ingresos dentro del Mercado Liberado, son el “Newsletter” el cual se enviará a los usuarios periódicamente a cambio de un arancel y la sección “Conoce a tu artista” en la cual por un pequeño arancel diario un artista es promocionado en la sección por el tiempo que el mismo desee.

La segunda opción de cuenta posee todos estos beneficios con la diferencia de que son totalmente amplificados, se otorga la máxima visualización y el tiempo máximo de duración de la publicación, tendrá la posibilidad de figurar en la sección “Conoce a tu artista” y le llegará el newsletter. El arancel es mensual y el servicio obtenido por el mismo es la “Cuenta Premium” con todos los beneficios incluidos (Los servicios estarán vigentes mientras se mantenga el pago mensual).

Feria de arte online: En segundo lugar, si bien en la actualidad no está operativa, se encuentra nuestra “Feria de Arte Online”, la cual tiene la función de agrupar a los artistas (Joyeros de autor y Pintores por el momento) en nuestra plataforma con el fin de que los mismos expongan sus trabajos. Nuestro objetivo en este caso, es modernizar los procesos de mercado para los inversores y para los artistas. Actualmente el 54% de los potenciales inversores de arte vive en lugares donde no se realizan ferias ni existen entidades que las organicen (Ej: Cordoba, San Luis, Tucumán), lo que obliga al inversor a desplazarse en el mundo real para adquirir obras de su valor y también genera la misma situación para el artista que desea vender sus trabajos, quien debe viajar desde su lugar de residencia para poder vender su trabajo, situación que no solo se da en el ámbito de las pinturas, sino también en otros rubros. Este modelo otorgará la opción de realizar

estas transacciones en tiempo real desde su lugar de residencia sin necesidad alguna de recurrir a algún ámbito físico.

Subasta Individual: Por último, nuestra “Subasta Individual” está dirigida a los artistas independientes y tiene el fin de promocionarlos y de otorgarles exposición. Serán seleccionados por el sitio y tendrán la posibilidad de exponer una obra a una subasta pública la cual será publicitada determinado tiempo en la página web y también tendrá difusión en nuestras redes sociales, la misma concluirá cuando el tiempo de publicación llegue a su fin y quien haya hecho la oferta más alta adquirirá la obra.

2)Análisis de Competencia: Luego de un estudio sobre el mercado, se constató la existencia de competencia en el mismo, lo que demuestra que nuestro modelo de negocios y nuestra idea son rentables.

Existen dos tipos de competencia, la directa y la indirecta. La directa es aquella, en la cual sus proyectos entran dentro del rubro del comercio electrónico al igual que nuestro proyecto o pueden no serlo y servir de plataforma para compradores y vendedores, en cambio la indirecta está conformada por entidades que llevan a cabo proyectos en forma física.

Competencia Indirecta: Nuestra competencia indirecta está conformada por las entidades (Relacionadas con el Estado o no) que realizan ferias de arte en lugares físicos. Nuestra propuesta es absolutamente diferente a la de ellas, nosotros planteamos romper las barreras físicas dentro del comercio del arte.



Competencia Directa: Nuestra competencia directa se encuentra conformada por “Ofelia Feliz”, por “Elo7” (En Argentina la misma fue iniciada por Bixti la cual fue adquirida por el grupo Elo7), por “Punto Vero” y por las Redes Sociales (Facebook, Instagram y otras). Ambas tienen sus diferencias entre ellas y con nuestro proyecto. En primer lugar todas cuentan con una fuerte comisión a las ventas en su mercado tradicional, lo cual remarca nuestra primer diferencia con ambos sitios, creemos que la comisión por cada operación efectuada sin dejar lugar a

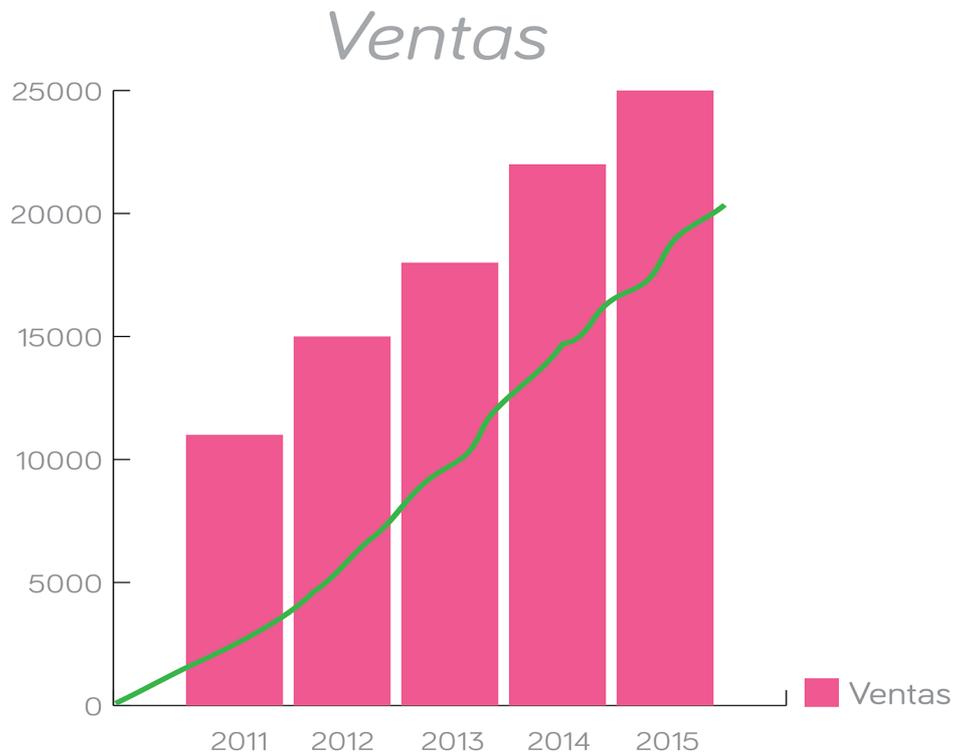
la opción de realizarlas en un ámbito de libre mercado es una traba al comercio, nuestra posición al respecto es que debemos otorgar al usuario toda la libertad posible a la hora de elegir si abonar aranceles o no, y también cuanto desea abonar y cuales son sus beneficios, por lo tanto creemos que si se impone un tributo obligatorio en una forma de mercado frecuente, no existe libre mercado.

Por otro lado poseemos una diferencia clara con Ofelia Feliz a la hora de seleccionar a los miembros de nuestra comunidad, Ofelia Feliz no tiene deseos de establecer una comunidad de artistas (Cosa que no solo demuestra su marketing, sino también su modo de comercio) abundan más que otra cosa en el sitio emprendedores manuales autónomos, nuestra intención es apostar a los artistas que más posibilidades tengan de generar un impacto en este ámbito, la cual compartimos con Elo7 en algunos puntos. En el caso referido a Elo7, nuestra disidencia se encuentra en el modo de imponer la comisión y la inexistencia de beneficios obtenidos. Dicho sitio impone una comisión del 15% a cualquier tipo de venta efectuada, sin importar su valor, se retiene el valor una vez realizada la operación y sin otorgarle al usuario la posibilidad de obtener beneficio alguno, para justificar este accionar sostienen que "Solo ganamos si vos ganas". Nuestra opinión sobre el punto es que el mismo nos parece noble, pero la realidad es que no se otorgan

garantías para que el desenlace sea el propuesto, por lo tanto nuestra pregunta es “¿Qué condiciones me otorgan para que yo gane?”, Elo7 parece no poseer respuesta ante el interrogante. Por otra parte “Punto Vero” si bien no representa según nuestro criterio una diferencia significativa con las anteriormente mencionadas en algunos aspectos, la misma nos parece nuestra competencia más cercana, en primer lugar compartimos el objetivo de unir a los artistas tal como lo expresan en su slogan “El arte nos une”. Nuestras diferencias radican en dos puntos elementales, en primer lugar Punto Vero impone una comisión de 35% a cualquier operación realizada en su sitio lo cual nos parece sumamente excesivo y por otra parte existen límites para el usuario a la hora de elegir los precios de sus propias obras, fijando un mínimo de \$450 y un máximo de \$45.000, no solo un atropello a la voluntad del usuario sino también un bloqueo a la inclusión de capital a nuestro mercado. Nuestra última competencia directa son las redes sociales, con Facebook e Instagram a la cabeza. Durante los últimos años, en especial en los años de auge de estas últimas (2009 en adelante) hubo un gran sector que emigró desde los e-commerce y los Marketplace a estas redes sociales con el fin de cumplir los mismos objetivos, comprar y vender. Es aquí, en este preciso punto donde se necesita una autocrítica a nuestros métodos de comercio electrónico, el interrogante es simple, “¿Por

qué nuestros potenciales usuarios emigran a estas redes, teniendo en nuestros sitios las herramientas para concretar sus operaciones y teniendo estas redes otro fin?”, a lo que contestamos con dos preguntas “¿Será por la capacidad de obtener más visualización en sus publicaciones?”, “¿Será para no tener que pagar comisión alguna?”. Más allá de la respuesta posible la realidad es que las redes sociales se transformaron involuntariamente en sitios de comercio electrónico a los cuales potenciales usuarios acuden constantemente. Dahra se propone repatriar a todos los potenciales usuarios que en su lugar de artistas acuden a las redes sociales para vender sus trabajos.

3) Mercado: El mercado del arte en Argentina está en franco crecimiento, y además representa un ámbito en el cual cada vez más inversores desean realizar operaciones.



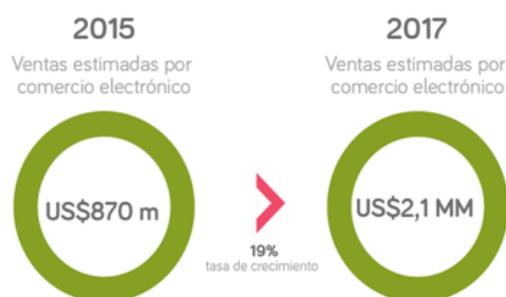
El gráfico expuesto demuestra el crecimiento del arte dentro del periodo 2011-2014, se puede observar que solo en un año (2013-2014) el mercado creció un 25% y las expectativas están en alza.

Márgenes actuales del mercado:

Márgenes de mercado



- 1,6% ventas por comercio electrónico de arte
- 0,2% mercado de arte en Argentina



(Fuentes: EGGQ, SAAP, Ministerio de Cultura, Agencia Nacional de Noticias Jurídicas)

Dahra

 /dahraweb

 info@dahra.com.ar

 /dahraweb

 http://dahra.com.ar

Actualmente el Mercado global del Arte genera en ventas alrededor de US\$ 56.000 millones, de los cuales el 1,6% forma parte del mercado electrónico del arte a nivel internacional, es decir este mismo genera US\$ 870 millones en ventas y se espera para 2017 un crecimiento del 19% por lo cual pasará a generar US\$ 2.100 millones. En la Argentina el mercado del arte genera US\$ 100 millones.

Estado actual del mercado:



Existen dos grandes problemáticas dentro del sector, en primer lugar el 54% de los potenciales compradores viven en lugares en donde no se realizan ferias ni existen entidades que organicen las mismas, lo que genera topes en el crecimiento del mercado ya que la oferta no posee los alcances necesarios para llegar a gran parte de los demandantes. Por otra parte los mecanismos actuales en

los diversos rubros existentes son expulsivos y generan artistas marginados, debido a los altos aranceles requeridos por venta y por derecho a participar del modo de venta, en el caso de las galerías y también aunque no del mismo valor en las ferias artesanales, en las cuales en gran parte no solo existen aranceles a cambio del derecho de participar en los mercados, sino maneras rudimentarias por parte de los organizadores de este tipo de eventos. La situación actual es consecuencia de un sistema de comercio agotado, viviendo en el Siglo XXI, aún se aplican formas comerciales del Siglo XX y XIX, lo cual hace que sea necesaria una modernización, ya que no se puede solucionar un problema si la propuesta es la misma causa que lo genera.

Nuestra propuesta: Nuestra propuesta se basa en una sola palabra, la cual es absolutamente contraria a todo el contexto actual, incluir. A la hora de emprender consideramos que existen dos variables, crecimiento y desarrollo, el crecimiento que identificamos con el alcance de los sitios se encuentra estancado ya que la herramienta de los actuales portales de venta no llegan a todos, y el desarrollo es la denominada modernización de los procesos necesaria en el sector la cual todavía no ha llegado, que por cierto tendrá como función hacer que los mecanismos sean más efectivos y más simples,

transformando nuestro sitio no solo en un medio para comprar y vender, sino también en un asistente para que estas acciones se lleven a cabo lo más fácil posible. A la hora de incluir, no solo nos referimos a los artistas que son excluidos debido a las condiciones actuales del sector, sino también a las ventas que estos mismos pueden generar, a la modernización propuesta debe acompañarle un gran proceso inclusivo de toda clase de poder adquisitivo existente, ya que cada vendedor, cada artista que es marginado de este mercado, es capital que es excluido del mercado en general.

4) Visión de marketing: Tomamos como preferencia un diseño simplista en nuestra web, ya que no confiamos en complejidades por la simple razón de que generan una carga visual excesiva, la cual es una dificultad que suele resaltar más el diseño que el contenido del sitio en sí.

Slogans: En cuanto a slogans, existen diferencias y similitudes con la competencia. En el caso de Ofelia Feliz su slogan “Ama lo que vendes y enamórate de lo que compras”, resalta desde nuestro punto de vista una condición de sentimentalismo hacia la actividad, lo cual nos diferencia. Elo7 con “Productos Fuera de Serie” intenta resaltar el valor de los productos que alberga en su sitio, con lo cual en algún punto se coincide. Punto Vero decidió optar con algo más explícito “El arte nos

une” lo cual expresa fuertemente su objetivo de unir artistas por medio de una plataforma de comercio, con lo cual coincidimos. Nosotros en cambio resaltamos, una vez más, la libertad, por lo tanto elegimos “Tu arte es libertad”, por las razones ya expuestas.

Algunos ejemplos en el diseño y la forma de transmitir por parte de cada sitio.

Ofelia:



Elo7:

elo7

Produtos Fora de Série

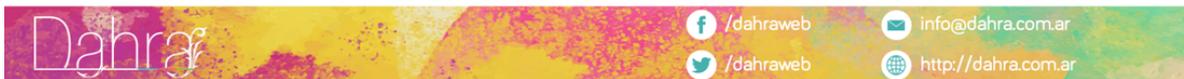
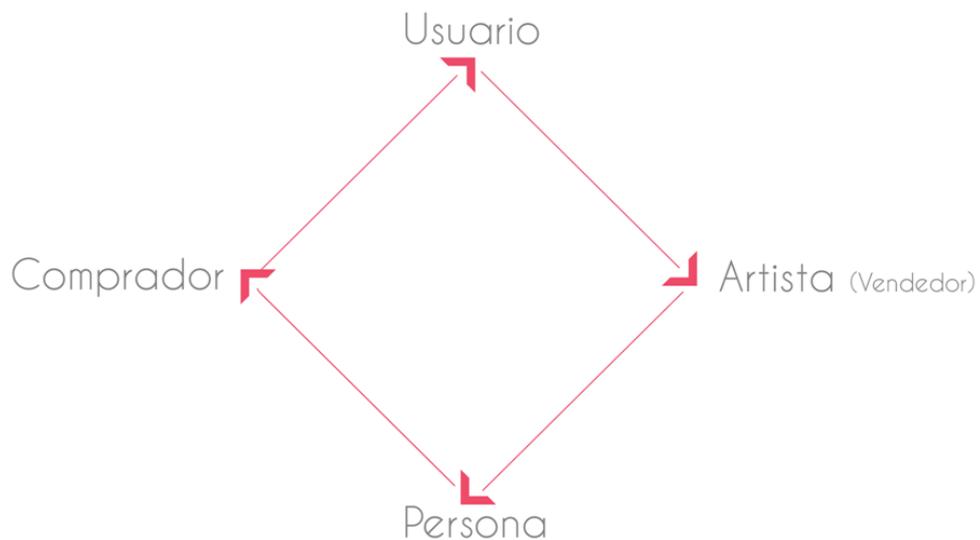
Dahra:



Objetivos de comunicación:



Plan de marketing



Mediante este gráfico planteamos una forma de llegar al usuario que consiste en generalizar las ideas y derribar conceptos que actualmente se encuentran prácticamente

dogmatizados. En primer lugar se parte desde la condición del usuario que es quien decide utilizar nuestra plataforma en la red, quien sube sus creaciones, quien se registra en nuestro sitio, y demás, luego el mismo inmediatamente pasa a ser un artista (En carácter de vendedor) ya que en el momento en donde sube sus trabajos de autoría propia instala en su imagen esta condición, nuestra intención es dar el mensaje de que ser un artista es una posibilidad para todos y que no es necesario ser un genio para ser un buen artista, lo cual no se encarga de rebajar el concepto sino de ponerlo al alcance de todos. En tercer lugar, se aclara efectivamente que el artista además por sobre todas las cosas es una persona común y corriente, como cualquier otra, quien realice creaciones puede ser alguien que se dedique plenamente a eso y lleve a cabo actividades relacionadas con el arte en si (Docencia, Galerista, Vendedor en ferias, Comerciante, entre otras), o alguien que tome al arte como un hobby o no precisamente con fines de lucro, o sin el objetivo de hacerlo por necesidad alguna. Por último, se llega al rol del comprador, que al igual que el concepto de artista, también está al alcance de todos, planteamos más que nada que todos puedan comprar productos artísticos y creaciones únicas, que sean (Hablando del poder adquisitivo) acordes a su situación, dejando bien en claro de que la compra de productos artísticos no solo es para los ricos, sino que es una

posibilidad al alcance de todos, y planteando a su vez también que el arte ingrese a toda clase de ámbitos, tanto sectoriales, rutinarios y cotidianos.

5)Modernización de los procesos: Definimos de tal forma al próximo paso necesario en los mecanismos actuales de nuestro mercado, expresando a su vez la necesidad de dejar atrás estos mismos ya que si no se lleva a cabo el próximo paso, no estaremos a la altura de los tiempos que vienen.

Objetivos: Nos proponemos como meta hacer que los nuevos mecanismos sean garantía de simplificar y hacer que las operaciones sean más efectivas. En primer lugar consideramos fundamental que una de las características de nuestro sitio sea la facilidad de su uso (Simplificación) ya que se deben disminuir los errores de carga a la hora de que los usuarios deseen publicar sus productos, por lo tanto optamos instancias de fácil uso y no creemos en los pasos complejos. En segundo lugar para complementar nuestra primera elección, creemos que la función del sitio debe ser no solo la de una plataforma que ofrece una posibilidad de mercado en tiempo real, sino también la de un asistente en tiempo real de compra-venta que esté a tiempo completo a disposición del usuario. Consideramos esta combinación de conceptos nuestra carta de

invitación a todos los artistas que deseen ser parte de nuestra plataforma y vender sus trabajos de una forma mucho más fácil, accesible y segura, también la misma está dirigida a todos aquellos que hoy en día eligen otros sitios para vender sus trabajos o comprar otros.

Futuras Innovaciones: Algunas de nuestras principales aspiraciones son establecer las medidas necesarias para que recibir un producto que se compra en nuestra plataforma sea tan fácil como comprarlo, para lo cual es necesario aplicar las innovaciones necesarias en el método de envío, para que el usuario pueda recibir sus adquisiciones de una forma fácil, sin días de demora y sin burocracia, lo cual hoy dista mucho de ser real. En segundo lugar, aspiramos a establecer una red de descuentos que este dirigida a toda clase de materias primas utilizada por los artistas, creemos sin dudas que esto ayudará a fomentar la actividad a la cual nuestra plataforma va dirigida y será un incentivo a todos los artistas en general, especialmente a los que tengan mayor capacidad de impacto en el mercado. Luego debido a la gran preferencia de potenciales usuarios de sitios E-commerce/Marketplace consideramos necesario adquirir mecanismos propios de las redes sociales en nuestro sitio, para poder ofrecer a los usuarios una mayor comodidad y prevenir fugas hacia otros métodos que poseen otros fines. Por último, pondremos en

funcionamiento un crowdfunding que sea especialmente para productos artísticos de todo tipo (Artistas de todo tipo y de cualquier rubro que sea considerado arte), el mismo cumplirá dos funciones, el de organizar rondas de financiamiento y el de contactar emprendedores con inversores, de esta forma se estimulará e incentivará a los emprendedores de nuestro sector que a su vez generen puestos de trabajo e impacto en espacio y tiempo real.

6) Conclusión: Desde Dahra creemos en el desarrollo y crecimiento de cada artista ya que serán estos mismos los que tendrán la capacidad de generar mayor impacto, al nivel interno y en el general también. Venimos a contribuir con ello ofreciendo soluciones a los problemas existentes en el mercado, innovando y haciendo la diferencia con lo ya establecido, ofreciendo para esto un servicio acorde a las necesidades con el foco siempre en el artista y la libertad de elegir. El mercado del arte está en pleno crecimiento y cada vez son más las personas que se dedican a esta actividad pero la oferta no complace la demanda, por eso nuestro modelo está enfocado en brindar un abanico de opciones para que el artista sienta plena libertad en mostrar su potencial sin limitaciones u obstáculos. Nos proponemos dar el siguiente paso en cuanto a la modernización, con la simple idea de romper las barreras físicas. Dahra nació en base a un solo concepto, la oportunidad. La misma que nos hará marcar

una tendencia en el sector, llevar a cabo nuestras ideas hará que ese mercado y el sector en general sea incluido en esta nueva etapa de desarrollo. Tenemos una chance verdaderamente importante la cual yace en dar otro paso, un paso hacia la modernidad, la innovación, el desarrollo y la evolución, chance que deberá ser aprovechada y de la cual Dahra será protagonista.

Fuentes:

-EGGO.

-SAAP.

-Ministerio de Cultura (Gestión Teresa Parodi).

-Agencia Nacional de Noticias Jurídicas.