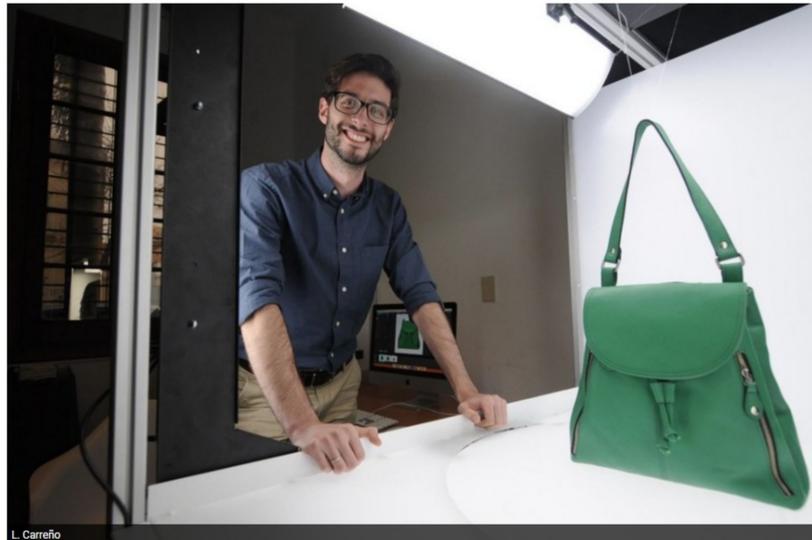


ECONOMÍA Y EMPRESAS > EMPRENDEDORES

El emprendedor que vio el negocio de las fotos para e-commerce

Con Epic, Fabián Beinhacker en un año llegó a más de 40 clientes y acaba de ganar la eCommerce Startup Competition



L. Carreño

Tiempo de lectura: 4'
 04 de septiembre de 2019 a las 05:03

A+ A-

Fabiana Culshaw
Especial para El Observador

Son rojos y de taco alto. Relucientes. Sexys. Se pueden ver de frente, de costado, hacer zoom en los detalles y hasta girarlos 360°. La imagen de unos zapatos que se ofrecen en un sitio online es tentadora gracias a la calidad de la fotografía y sus posibilidades. "La idea es que la gente vea el producto online como si fuera en el mundo físico, como si lo estuviera tocando", explicó Fabián Beinhacker, fundador de Epic, un emprendimiento dedicado a servicios de fotografía automatizados para la web, catálogos y canales e-commerce.

El nombre "Epic", además de aludir a la inspiración épica, resulta de una combinación de "e-commerce + pictures". El concepto de base del negocio es que cuanto mejor son las fotografías de los artículos que se ofrecen online, más ventas se logran.

La empresa, fundada en 2018, cuenta con tres personas: su fundador y dueño, abogado a la relación con clientes y ventas, y dos fotógrafos-diseñadores, especializados en composición de imagen. A la fecha, suman más de 40 clientes del mercado local, entre ellos se encuentran Buda Shoes, Dermagroup, El Clon, Óptica Nova, Emigrante, Los Domínguez, Mom Lab, Emery, Navy Jeans & Casual.

El 13 de agosto, Epic ganó la Startup Competition durante el e-Commerce Day. Beinhacker, de 32 años, es ingeniero en electrónica egresado de la ORT, con un MBA de la Escuela de Negocios IEEM.

¿Cómo surgió Epic?

Desde hace tiempo quería desarrollar un emprendimiento relacionado con el e-commerce, porque es un mercado en auge y todavía tiene mucho potencial para crecer, con gran escalabilidad. Pero todas las ideas que se me ocurrían requerían un volumen importante de fotografías. Asumí entonces que otras personas también tenían la necesidad de tomar cientos o miles de fotos buenas y rápidas, y comencé a buscar soluciones en el mercado.

Así encontré al fabricante polaco de máquinas de automatización Orbitvu y entré en contacto con él, primero como potencial cliente, y luego me interesé como posible distribuidor.

Viajé a Polonia. Firmé un contrato de distribución, me capacité en el uso de la máquina fotográfica y traje varios modelos.

¿Luego de su viaje a Polonia, fundó su emprendimiento?

Sí, todo con fondos propios. Primero traje una máquina pequeña para hacer demostraciones fotográficas a los potenciales clientes. Fui generando reuniones con ellos e identifiqué dos segmentos de mercado: los clientes que quieren las máquinas Orbitvu porque tienen un importante volumen de producción inhouse, y los que quieren el servicio fotográfico desarrollados por nosotros. Por eso Epic esas dos unidades de negocio.

¿Cómo se presenta el mercado de la fotografía de productos actualmente?

Existe una demanda muy atomizada, es decir, mucha cantidad de clientes con necesidad de tomar fotografías, pero también hay una oferta enorme, con cientos de fotógrafos o diseñadores free-lance que hacen fotografía de productos. Esto hace que tengamos muchísimos competidores.

¿Cómo se diferencian de la competencia?

Por la calidad superior de las fotos que ofrecemos, al utilizar máquinas de última generación en automatización. Logramos fotos de excelente definición y hacemos cinco ángulos de tomas de cada producto. También hacemos tours interactivos online con los productos, y todo eso en tiempo récord. Hoy somos la única empresa en Uruguay que ofrece servicios de presentaciones 360° de los productos, lo que significa que se puede girar el artículo en la pantalla. Esto se ve en tiendas de Amazon y otros sitios web internacionales, pero aún es nuevo acá. Otro aspecto diferencial es la estandarización que alcanzamos, o sea la uniformidad de las imágenes con un look & feel final prolijo.

Cuando habla de tiempo récord, ¿a qué se refiere exactamente? Tenemos una capacidad de producción y edición de hasta 300 fotos por día prontas para subir a un sitio web.

¿De qué sectores vienen sus clientes predominantemente?

Hay de todo, pero el grueso está en la moda, como calzados, carteras y accesorios. También contamos con varios clientes de los rubros de joyería, ópticas, belleza e higiene personal. Otros menos frecuentes son las empresas de jardinería y de mascotas.

¿Hacen fotografías de proyectos inmobiliarios?

No estamos en ese segmento, pero recibimos consultas de agentes inmobiliarios sobre tours virtuales de inmuebles. También recibimos consultas sobre muebles grandes, que no se pueden mover o manipular con facilidad para fotografiar. Hay una tecnología especial para todo eso y estamos investigando para traerla.

¿Qué impacto tuvo el premio de la Startup Competition que recibieron?

Fue una gran alegría. Nos llaman más potenciales clientes solicitándonos presentaciones a partir de ese evento.

¿Cuáles son sus planes para el futuro cercano?

Para 2020 queremos trabajar más con la industria de la indumentaria y salir del plano bidimensional de la foto para pasar a modelos tridimensionales, con video clips de modelos luciendo las prendas de ropa en movimiento en las tiendas online. También queremos hacer fotografía de lifestyle.

¿Cómo se imagina el mundo de la fotografía en cinco o diez años?

La experiencia ya está evolucionando de ser solo fotografía tradicional a 360°, luego 3D y realidad aumentada. En el futuro, la tecnología capaz de teletransportar el producto es la que triunfará.

¿Qué recomendaría a otros emprendedores?

No tenerle miedo al fracaso. Cuando las cosas no salen como uno las planifica, entran las dudas sobre si estamos haciendo lo correcto y si el proyecto va a funcionar o no. En esos momentos, hay que gestionar las frustraciones y escuchar las señales del mundo exterior, logrando un equilibrio entre ambos para seguir adelante.

emprendimiento e-commerce Café y Negocios

REPORTAR ERROR



EMPRENDEDORES
Aplicación colombiana de mototaxis avanza en la región

RESTAURANTES
Famoso chef Jamie Oliver al borde de la quiebra



NUEVO RUMBO
Las empresas universitarias emergentes van tras la industria alimentaria

PRODEM
Por qué el ecosistema emprendedor uruguayo es un "adolescente joven"

Member
La uruguayo que vio un negocio en el orgullo del pelo afro



E-COMMERCE
Creó chancletas con los tuits contradictorios de Trump y se agotaron

PORTRAIT
En los zapatos de una mamá emprendedora



CASA ODDONE
La casona de la historia de Casciari que se convirtió en emprendimiento

APRENDIZAJE
Los cursos online para aprender herramientas tecnológicas



SKIN
Cómo mis alergias me llevaron a crear un negocio millonario

ARGENTINA
Alberto Fernández cargó contra Macri: "La Bolsa porteña no encuentra piso"

TEMPORADA 2020 BAJO AMENAZA
Privados piden rebaja en peajes, acuerdos de precios y vales de nafta para turistas

Comentarios

0 comentarios

Ordenar por **Más recientes** +



Agregar un comentario...

Plugin de comentarios de Facebook

El Observador



EMPRENDIMIENTO
¿Por qué están paradas las obras tras la demolición del hotel San Rafael?

RELACIONES LABORALES
Consejos de Salarios y queja en la OIT se metieron de lleno en la campaña electoral

DERES
¿Se puede incorporar el Desarrollo Sostenible a la estrategia de negocios?

ÚLTIMAS NOTICIAS

10:08 TENIS
Roger Federer fue eliminado del US Open

10:06 POLICIAL
Encontraron muerta a adolescente de 14 años desaparecida en Tacuarembó

09:56 BBC
Cambio climático: "Estamos perdiendo Groenlandia", la alarmante velocidad a la que se derrite el hielo en la isla y el impacto que tiene en el mundo

09:51 APRENDIZAJE
Los cursos online para aprender herramientas tecnológicas

09:50 BÁSQUETBOL
Puerto Rico, de sufrir con Uruguay a los 16 mejores del Mundial

09:32 FILMACIÓN EN MONTEVIDEO
Así se verá alterada la Plaza Independencia por el rodaje de la serie de Netflix Conquest

