

PRIMERA RONDA D'INVERSIÓ DE 200.000 EUROS PER A MÀRQUETING

L' 'anticompres' masculí

Fashiop ajuda els homes a adquirir peces de roba i els facilita l'elecció perquè se les poden emprovar a casa seva

Anna Cabanillas

Inspirant-se en el concepte de no malgastar temps realitzant compres físiques, que ja han explotat altres *e-commerce* com, per exemple, Ulabox (que es defineix com l'antisupermercat), dos emprenedors barcelonins llançaven fa 6 mesos Fashiop, una *start-up* que pretén posar fi al calvari que suposa per a la majoria d'homes anar a comprar roba, "per falta de temps o perquè directament no els agrada gens fer-ho", diu Eduard Coves, soci fundador de Fashiop, que defineix l'empresa emergent com "l'*anti-shopping* per a homes".

El seu funcionament és senzill. L'usuari es dona d'alta a la plataforma i, posteriorment, un assessor de compres es posa en contacte amb ell via Skype o telèfon per definir estil, mesures físiques i el pressupost que vol invertir. Uns dies després rebrà a casa seva la Fashiop Box, una caixa amb diverses peces de roba que es podrà emprovar i després acceptar o declinar.

"El punt realment disruptiu de Fashiop respecte a la resta de botigues en línia és que el client només pagarà per la compra, quan



hagi decidit què es queda i què no", apunta Carlos Solana, cofundador de Fashiop, que adverteix que per donar aquesta opció han hagut de desenvolupar un mètode de pagament propi. "Volem que l'experiència de compra sigui perfecta des del principi fins al final, ja que d'això depèn que el client repeteixi", afegeix l'emprenedor.

La *start-up* barcelonina, que va posar en marxa amb una inversió de 100.000 euros, ha rebut en els seus primers 6 mesos de vida comandes de diversos punts del panorama nacional, d'un tiquet mitjà de 300 euros. "És una xifra gens menyspreable, si tenim en compte que el tiquet mitjà de les compres de moda en línia és de 40 euros a Espanya", prossegueix Coves.

Avui Fashiop treballa amb més de 50 marques de moda com Levi's, Adidas o Munich, gràcies al seu acord amb el proveïdor Conti. "Anar de bracet d'un distribuïdor de les dimensions de Conti ens ha ajudat molt, ja que així tenim accés a una infinitat de marques sense necessitat de tenir-les en estoc en un magatzem i, per tant, sense tenir diners aturats", prossegueix Solana.

Fashiop, que ocupa 6 persones, ha llançat recentment la seva primera ronda d'inversió, per valor de 200.000 euros, destinats majoritàriament a augmentar la seva inversió en màrqueting per donar a conèixer la marca.

Eduard Coves i Carlos Solana són els socis fundadors

—fa sis mesos— de Fashiop

ARXIU

PROJECTES

SKIBETA

Portal per a esquiadors

Fundada per 3 joves emprenedors de 19 anys, estudiants del doble grau en Matemàtiques i Enginyeria Informàtica de la Universitat de Barcelona, Skibeta és una plataforma en línia que permet als esquiadors reservar des de qualsevol dispositiu electrònic tot el que necessiten per passar un dia a la neu, i recollir-ho en un únic punt de les pistes d'esquí. "Amb Skibeta volem que els esquiadors puguin arribar a pistes i esquiar en el mínim temps possible", admet Aleix Ràmia, soci fundador de Skibeta. La *start-up*, que de moment és present a tres estacions d'esquí catalanes — La Molina, Masella i Port del Comte — treballa per tancar acords amb altres pistes del panorama nacional, tal com adverteix l'emprenedor. El projecte, que ha estat reconegut per iniciatives com Yuzz del Banco Santander, opta al premi EmprènUB! 2015 de la Universitat de Barcelona. / A.C.



ASCA

Impuls a 65 projectes

Una dona de 44 anys, no immigrant, amb dues persones al seu i sol·licitant d'un préstec sense interès de 4.000 euros per a autoocupació. És el retrat de les persones que el 2015 van sol·licitar un crèdit sense interès a Acció Solidària Contra l'Atur, tal com exposa la fundació al seu últim informe. Segons aquest informe, durant el 2015 l'entitat va concedir un total de 65 préstecs sense interessos, per un import de 325.750 euros. A la foto el projecte Es-Imperfect, finançat per ASCA. / A.C.



PLA EMBARCA

'Start-up' que doblen l'exportació

El 82% de les empreses emergents que han participat en la 2a edició del programa d'acceleració Pla Embarca, impulsat per Catalunya Emprèn i ACCIÓ, han augmentat el seu volum de negoci en un any i han doblat les seves xifres d'exportació. Així, segons dades aportades pel programa, les 76 empreses

participants van facturar, en el seu conjunt, 14,2 milions d'euros durant el 2015, mentre que durant l'exercici anterior no van superar els 8 milions. En aquesta línia, les *start-up* han passat d'exportar 1,2 milions d'euros de forma global el 2014 a 2,3 milions durant el següent exercici. / A.C.

