



/ Galería Javier Aranburu / En plena faena, Javier Aranburu, fotografiando al violinista libanés Ara Malikian.

Democratiza la fotografía artística de autor

<https://javieraranburu.com>

Además de hacer fotos, siempre me he interesado por conocer el trabajo que hacen otros profesionales –explica el fotógrafo Javier Aranburu, dueño de su propia galería-. Así, cuando visitaba galerías de arte veía que había poca afluencia de gente y que los precios de las obras no estaban al alcance de la mayoría del público. Comprobé, entonces, que en el mercado había un nicho no cubierto. Había un salto muy grande entre unos precios muy elevados por parte de las grandes galerías y, por otro lado, un mercado para un gran público con fotografías menos personalizadas y más generalistas que se vendían en centros como Ikea o Carrefour. Detecté que había un público de poder adquisitivo medio que buscaba fotografías artísticas para poner en sus casas". Aranburu tiró de su *background* en gestión y administración de empresas, hizo números "y me di cuenta que en España el mercado del arte, y más concretamente de la fotografía artística, está por

detrás de otros países de Europa, donde se cuida más la decoración interior de las casas. En esos países existe un modelo de negocio que cubre esa necesidad. Me empapé de esos modelos y los adapté a la realidad española".

SIN INTERMEDIARIOS. No obstante, y a diferencia de esos modelos, todas las fotos que vende Aranburu en su galería son suyas. "Gracias a eso consigo varias ventajas respecto a la competencia. Una muy importante es que me permite ser muy competitivo a nivel de precio porque me salto intermediarios. Tengo la intuición de que tarde o temprano esas multinacionales acabarán entrando en el mercado español. Mi forma de competir contra ellas es personalizando el producto, es decir, que mis clientes perciban que compran fotos de un fotógrafo de carne y hueso y que, además, les asesora sobre qué fotos les podría encajar mejor para que en el momento de adquirir una fotografía se fueran con

la sensación de que estaban comprando una fotografía de autor". Además de esa necesidad de democratizar la fotografía, "es decir, gente interesada en fotografía artística a precios asequibles para su casa, también detecté otra necesidad que no había previsto en un primer momento, pero una vez puesta en marcha mi idea me di cuenta que había clientes que hacían sus propias fotos y no sabían qué hacer con ellas. Por eso, también ofrecemos servicios de asesoramiento y acabados de calidad para que puedan colgar sus fotos en sus casas", subraya Aranburu, que se formó hace años en The International Center of Photography, de New York, y ha trabajado para diferentes agencias y revistas. El objetivo de Aranburu es expandir su modelo de negocio. "Cada vez tengo los procesos más estandarizados. A medio plazo, me gustaría franquiciar y también instalar córner en grandes superficies".

La inversión inicial ha sido de unos **8.000€**