



aprenderaprogramar.com

Emprender en internet sin financiación. El caso de dilandau.com 2ª parte (DV00307A)

Sección: Divulgación

Categoría: Empresas y emprendedores

Fecha revisión: 2029

Autor: César Krall

Resumen: Este artículo resume la historia y puntos de vista del fundador de dilandau.com, una web de búsqueda de música en formato mp3 que comenzó en agosto de 2007 con 30 visitas mensuales y se convirtió en una web exitosa con más de 3 millones de visitas al mes actualmente.

29

LAS BARRERAS MENTALES A SUPERAR CUANDO SE EMPIEZA EN INTERNET

Según el fundador de dilandau las barreras mentales habituales para los emprendedores en internet y las formas de superarlas son las siguientes:

1. Barrera no sé. Si no sabes, aprende. No te pongas la barrera no sé.
2. Barrera no puedo. Si no quieres o puedes aprender, busca un socio.
3. Barrera no me decido. Si no tienes socios que te echen una mano, entonces contrata a alguien o aprende.



EL INGLÉS ES EL IDIOMA DE INTERNET

Toda la documentación y nuevos programas surgen en inglés. Sólo pasado un tiempo, a veces prolongado, se traducen o empiezan a estar disponibles en páginas de habla hispana. La conclusión es que los emprendedores en internet están abocados a enfrentarse al inglés y adquirir un nivel aceptable para poder manejarse con las novedades y tecnologías punteras. Si no es así, salir adelante será mucho más complicado porque nuestros competidores sí hablan inglés.

Hay otro factor relevante en relación con el idioma: la cultura de internet donde tiene una mayor implantación es en los países de habla inglesa, y es allí donde se ve con mayor naturalidad consumir a través de internet. De este modo, para páginas que ofrecen productos “universales” como música, software, etc. los clientes de habla inglesa son los mejores clientes. ¿Qué empresario le cerraría la puerta a sus mejores clientes?

Por último, al estar más desarrollada la cultura de internet en los países de habla inglesa es precisamente allí donde se consiguen los mejores proveedores de hosting. O mejor dicho, no es que sean mejores que los españoles o argentinos, sino que son más baratos porque hay más mercado.

EL MODELO DE NEGOCIO EN UNA PÁGINA WEB ¿CÓMO NOS VAMOS A HACER RICOS?

Las páginas web se enfrentan a dificultades para traducir en ingresos los esfuerzos de desarrollo que se realizan. Hay varios modelos para buscar la rentabilidad:

1. **Modelo Freemium** = Free + Premium. Si seguimos este modelo tendremos dos tipos de usuarios, los Free que tienen acceso gratuito a las posibilidades básicas de la página, y los Premium, que tienen acceso de pago pero disfrutan de posibilidades extendidas, mayor velocidad, etc. Los usuarios Free tratan de rentabilizarse a través de la publicidad, aunque no siempre se consigue.
2. **Modelo publicidad:** en muchas páginas es más que suficiente para cubrir gastos, pero muchos inversores dicen que ellos no montan negocios para cubrir gastos y que por tanto no les resulta un modelo de negocio válido. Lo cierto es que los ingresos por publicidad dependen mucho de la temática de la página: no se vende igual publicidad en una página de videojuegos que en una relacionada con la joyería de lujo o en un periódico digital. Muchas páginas se sustentan exclusivamente en la publicidad. La venta de publicidad puede ser de distintos tipos:
 - a. CPM (Costo por mil o Cost per mile): es el precio que se abona por mostrar mil veces el anuncio en la página. Yo por ejemplo puedo tener una página con un CPM 10 euros, lo que quiere decir que por cada vez que muestro un banner o anuncio tengo un ingreso de 0,01 euros, y mi primo tener una página con un CPM 3 euros, lo que quiere decir que cada vez que muestra un banner o anuncio ingresa 0,003 euros. Si tenemos una página con escasas visitas los ingresos tenderán a cero, pero en páginas que tienen millones de visitas los ingresos se pueden disparar. Los precios CPM son muy bajos y se rentabilizan sólo con tráfico muy alto.
 - b. CPC (Costo por click o Cost per click): es el precio que se abona por cada click que se hace en un banner o anuncio. Si yo tengo una web y me contratan publicidad por click, es posible que el anuncio se muestre cientos o miles de veces y que yo no tenga ingresos por ello, ya que si el usuario no hace click en el anuncio no se cobra. Los precios CPC son intermedios entre los CPM y CPA.
 - c. CPA (Costo por acción o Cost per action): es el precio que se abona cuando el usuario además de hacer click en el banner realiza una acción como una compra o el envío de una solicitud de información. Los precios CPA son los más altos en comparación con los anteriores.

FINANCIACIÓN, MEDIOS Y AYUDA PARA EMPRENDER EN INTERNET

El creador de dilandau nunca pidió financiación a terceras partes, entre otras cosas porque no sabía para qué iba a usar el dinero, y además no le agradaba adquirir obligaciones con ningún financiador.

Sus medios fueron muy sencillos, él, su ordenador portátil (un Mac) y nada más. Aunque reconoce que este modelo sólo es válido en ciertas ocasiones. Hay proyectos que requieren mayores recursos.

Hay una vía de buscar ayuda para los emprendedores en internet que se denomina "Friends, families and fools" ó "Amigos, familiares e idiotas". Esta vía es usada por mucha gente joven para conseguir un

pequeño capital inicial, en general inferior a los 30.000 euros, que posiblemente ningún banco estaría dispuesto a prestar.

Otra opción es la de los "Business Angels": un Business Angel es un inversor que apoya un proyecto en internet. Normalmente te exigen tener algo ya montado que cuente con un volumen mínimo de visitas, por lo que no vale presentarse ante ellos simplemente con una idea. Estos inversores suelen cubrir importes a financiar de entre 30.000 y 200.000 euros.

Finalmente, existe la vía del capital riesgo, entidades que pueden invertir fuertes sumas de dinero. Obviamente, estos proyectos requieren un estudio más detallado y son consumidores intensivos de recursos.

SOCIOS SÍ O NO Y NÚMERO IDEAL

El creador de dilandau ve como algo positivo contar con socios cuando se emprende en internet. Si se pasa por un bache personal o profesional porque no nos salen bien las cosas, cosa que es habitual, estando solos el proyecto puede fracasar. En cambio contando con socios uno puede tomar el relevo cuando el otro no está al 100 %. Considera ideal que el número de socios sean 3: al ser un número pequeño e impar tiene ventajas como que las decisiones son rápidas y las mayorías (2 sobre 3) se forman rápido, no se pierde el tiempo. Un número excesivo de socios puede implicar que las decisiones sean lentas y burocráticas, y esto puede acabar matando al proyecto.

A su juicio, en el grupo de socios debe haber al menos un programador y una persona en atención a los usuarios. Los socios tienen que tener implicación directa en el proyecto porque de esta manera estarán motivados y serán productivos. Según el fundador de dilandau, un programador bueno y motivado puede rendir tanto como 25 programadores no tan buenos y desmotivados.

REFERENCIAS Y MÁS INFORMACIÓN

Este artículo resume y comenta la conferencia impartida por el estudiante de ingeniería informática fundador de dilandau.com, que tuvo lugar en el marco de las "Jornadas Imaginática: La informática del futuro", celebradas en la Escuela Técnica Superior de Informática de la Universidad de Sevilla (España) y a las que tuvimos la oportunidad de asistir.

Este artículo continúa en la referencia de aprenderaprogramar.com: **DV00308A**