



aprenderaprogramar.com

Panoramio, start-up de garaje (III). Las conclusiones. Consejos a emprendedores en internet. (DV00305A)

Sección: Divulgación

Categoría: Empresas y emprendedores

Fecha revisión: 2029

Autor: César Krall

Resumen: Este artículo resume la historia y puntos de vista de los fundadores de Panoramio, una start-up en internet.

MÁS CONSEJOS DE LOS FUNDADORES DE PANORAMIO

Una ventaja de las start-up respecto a los proyectos tradicionales debe ser su agilidad: todo tiene que ir muy rápido. Las decisiones se toman de un día para otro. Se improvisa constantemente en función de la demanda de los usuarios. En internet la clave está en ir rápido. Nadie sabe lo que va a pasar.



¿Quién sabía que FaceBook iba a funcionar bien? Que FaceBook funcionara bien se debió a que los usuarios lo aceptaron y el equipo que estuvo detrás de FaceBook fue suficientemente rápido como para responder a la demanda de los usuarios. Al principio hay que sacar mejoras continuamente y hacerlo en real. No hay tiempo para pruebas. Es una especie de estrategia suicida, sin pruebas, sin evaluaciones. Las cosas no se discuten: se hacen. Y se hacen de forma directa y sencilla, sin florituras. No podemos preocuparnos porque si el usuario pulsa el botón back en la página no funcione un link que llevaba a no sé donde... Hay que preocuparse de que la página funcione. No de que todo funcione. Si nos preocupamos de los casos específicos y raros, paramos el desarrollo, y si el desarrollo se para, no avanzamos. Trabajar sin entorno de pruebas tiene sus riesgos: la página se puede caer. Pero si se cae no pasa nada, se arregla rápidamente y se prosigue. Tiene que haber ciclos muy rápidos de diseño y corrección y en cada ciclo identificar las prioridades y dejar las menudeces. Tendremos 1000 cosas por hacer, pero sólo podemos hacer 10.

En internet el valor de la experiencia es relativo. Nadie sabe cómo van a evolucionar las cosas. La experiencia no es imprescindible, quizás puede ser hasta bueno no tenerla, porque la experiencia es volátil. Pasan 6 meses e internet ha cambiado. Todo es muy rápido.

Al principio no hace falta dinero para empezar; no son necesarios ni grandes equipos ni el pago de licencias de software. Lo que hace falta es tiempo. En realidad, podemos ver el tiempo dedicado como dinero invertido, pero por lo menos no nos hace falta tener dinero en el bolsillo: nos hace falta tiempo. Panoramio empezó con una inversión de 50 euros. La tecnología se ha vuelto muy barata, y cuando tengamos crecimiento, se pueden conseguir servidores muy potentes por 100 euros al mes.

Cuando un proyecto es nuestro, la productividad se multiplica x 5 ó x 10, es decir, en un proyecto propio rendimos entre cinco y diez veces más que trabajando como trabajadores para una empresa.

Finalmente se puede comentar que el idioma de internet es el inglés. Así que sin inglés no se puede ir a ningún lado. De todas formas no hay que preocuparse por esto. En cuanto un proyecto empieza a crecer, no queda más remedio que manejarlo y aprenderlo, así que de nuevo el primer paso es hacer crecer el proyecto.

LAS COMUNIDADES ON-LINE COMO MODELO DE NEGOCIO

El País, uno de los principales periódicos españoles, tiene que pagar a los periodistas para que trabajen. En una comunidad on-line la gente trabaja para la web de forma altruista a cambio de algo que les gusta (en el caso de Panoramio: ver fotos del mundo). A la gente le gusta interactuar. Google Video competía con YouTube ¿Por qué triunfó YouTube si tenía menos calidad? Porque YouTube era más interactivo, tenía mejores herramientas para comentarios, etc. YouTube triunfó por los detalles, no tanto porque fuera mejor tecnológicamente que sus competidores.

Una comunidad es un grupo humano heterogéneo que tiene un objetivo en común. Podemos pensar en un foro como la comunidad más sencilla que se puede dar en internet. En una comunidad importa más lo social que la tecnología. Las comunidades deben tener funcionalidades sencillas, que permitan la fácil interacción del usuario. Inicialmente todo tiene que ser muy simple. Con el tiempo se pueden ir introduciendo herramientas más complejas que empezarán a ser usadas exclusivamente por usuarios con experiencia en la comunidad. Hay que evitar mostrar contenidos vacíos (por ejemplo foros sin comentarios o con comentarios anticuados) porque eso genera mala impresión.

Cuando Panoramio empezó todo era muy simple. La gente no se podía registrar. No había foros, no había comentarios... Tratar de tener una página perfecta desde el primer día hubiera sido un error. Antes de tener una página avanzada hay que crear una masa crítica de usuarios. Hay que esperar que los usuarios generen crecimiento por rebosamiento, es decir, esperar a ver lo que la gente hace o quiere y luego implementarlo. Por ejemplo, empezamos con un solo foro, donde se habla de todo. Así se tiene algo sencillo y que funciona (está activo). La gente ve que el foro está activo y se anima a hacer comentarios. Cuando veamos que hay muchos mensajes e interés por un tema será el momento de crear un foro específico y trasladar los mensajes correspondientes al nuevo foro para dejar que prospere por sí mismo a partir de un germen inicial no vacío. En eso consiste el crecimiento por rebosamiento. De esa manera son los usuarios los que definen qué es lo que crece y qué es lo que no crece.

Una página de una comunidad debe de partir de la simplicidad conceptual: que la gente sepa enseguida para qué sirve el sitio web. Decir que Panoramio es un sitio de fotos geoposicionadas es algo demasiado complejo. Panoramio es simplemente un sitio de fotos del mundo. Y punto. ¿Para qué complicarlo?

Una comunidad se refuerza con cosas simples ("cutres"). Cuando la gente veía en Panoramio que había un porcentaje, por decir algo un 10 %, de las fotos que eran de baja calidad, o mal enfocadas, cortadas, etc. se daba cuenta de que no necesitaba ser un superfotógrafo para interactuar con la página y eso animaba la participación. A su vez, los comentarios no tenían por qué ser técnicos: "Me gusta la foto porque ese uso del gran angular con objetivo de 35 mm genera un efecto...". Un comentario podía ser simplemente: "Esta foto está guay". Un aspecto demasiado corporativo o profesional desanima a que la gente participe.

En las comunidades siempre surgen boicoteadores que suben basura o ponen basura en la web. Para ello es conveniente crear una vía de escape: una sección donde la gente pueda desahogarse sin contaminar al resto de la página. En Panoramio por ejemplo permiten que la gente suba fotos sin geoposicionar. Así el boicoteador se entretiene en subir fotos inútiles, pero como no le interesa perder el tiempo en geoposicionarlas se mantiene al margen de la actividad de la comunidad.

Un aspecto relevante de las comunidades es que no pertenecen a sus propietarios. Pertenecen a los usuarios. Si se toma una mala decisión la comunidad nos mostrará su rechazo. Si introducimos cambios que generan mucho rechazo tendremos que dar marcha atrás: la gente manda. Y si no lo aceptamos, nos quedaremos solos.

REFERENCIAS Y MÁS INFORMACIÓN

Este artículo es el último de una serie de 3 artículos disponibles en aprenderaprogramar.com. Resume y comenta la conferencia impartida por Eduardo Manchón, cofundador de Panoramio, 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.