

# 100 euros Startup

---

Cuando alguien emprende, lo hace con la finalidad de conseguir libertad, y a base de aportar valor. De hecho, podemos encontrar 3 características o capacidades que tienen los microemprendedores.

La primera de ellas es la convergencia, que es la unión de aquello que se nos da bien o nos gusta hacer, con aquello en lo que las personas estén dispuestas a ganar dinero.

La segunda es la transformación de las habilidades, que nos viene a decir que no tiene porqué ser nuestra mejor habilidad la que de forma a nuestro proyecto, pues las personas tienen distintas habilidades.

La tercera no es una capacidad, sino una característica, y es el éxito, que viene de la unión de desarrollar nuestra pasión y que ésta pasión sea útil.

También podemos diferenciar las tres cosas fundamentales que debería tener todo proyecto que quiera tener éxito: un producto o servicio, clientes y un método de cobro.

Las mejores oportunidades para emprender aparecen buscando ineficiencias en el mercado, con la aparición de nuevas tecnologías o con proyectos derivados de otros o alternativos. Lo que deberemos tener claro, es que siempre deberemos intentar dar más valor a los demás. Si logramos eso, vamos por el buen camino.

Con el fin de conocer mejor a nuestros futuros clientes, sería conveniente hacer encuestas, para saber qué necesidades tienen estos. De hecho, cuanto mejor conozcamos sus necesidades, mejor podremos hacer nuestra oferta de productos o servicios. En caso de tener distintas ideas y no podamos realizar todas ellas, podremos hacer una matriz con las ideas en filas, y en las columnas el impacto que tendrá nuestra oferta, el esfuerzo que nos llevará el proyecto, la rentabilidad y la visión del problema que queremos solucionar.

Para probar nuestra idea de negocio, y comprobar la demanda que existe en el mercado, deberemos seguir seis pasos fundamentales:

1. Estar interesado en el problema, y conseguir una convergencia entre lo que se nos da bien y el problema que se presenta en el mercado.
2. Que la demanda en el mercado sea suficientemente grande.
3. Resolver un problema, en lugar de intentar vender el producto como tal.

4. Buscar una mejor solución, no una solución más barata. Si competimos con los demás en precio, probablemente perdamos la batalla.
5. Comprobar nuestra idea con el que consideramos nuestro mercado objetivo.
6. Elaborar en boceto y que la gente lo pruebe, con el fin de mejorar nuestra oferta.

Otra cosa que deberemos tener muy en cuenta, es la necesidad que tenemos de mantener nuestros costes lo más bajos posibles. Además de esto, a la hora de crear nuestro negocio, nuestro objetivo será ponernos en marcha y lograr nuestra primera venta, asumiendo siempre que lo que para algunas personas tiene un valor, para otras no tiene porqué tenerlo (pues el valor que le atribuimos a las cosas es la mayoría de veces subjetivo) y que este valor puede no coincidir con el precio del producto vendido.

Sin embargo, es importante que tengamos una buena planificación de lanzamiento de nuestro producto, de esta forma obtendremos mejores resultados que simplemente subiendo dicho producto y ya está.

Centrándonos ahora en la parte financiera, lo primero en lo que deberemos centrarnos será en conseguir beneficios, en no emplear ni tiempo ni energía en realizar tareas que no supongan un ingreso. Además de esto, sacamos en claro que podemos obtener beneficios por una única venta, o por modelo de suscripción. Este modelo de única venta puede tener varios precios, por ejemplo, si podemos vender algo por 25€ y por 50€, probablemente al precio más alto se venda menos, pero lo importante es el beneficio neto total, ya que este si puede ser superior.

Una vez nuestra microempresa ha crecido lo suficiente, tendremos dos opciones de expansión. La primera de forma horizontal, en la cual se ofrecerán distintos productos con el fin de buscar nuevos clientes, y otra de forma vertical, que en la cual nos centraremos en satisfacer las necesidades de los clientes que ya existen con algún nuevo producto o servicio, pero dentro del mismo enfoque.

De esta forma, si al final decidimos crecer (en vez de dejar la empresa pequeña), deberemos centrarnos en desarrollar la empresa, desarrollar la oferta, revisar los precios, resolver problema que afecten al largo plazo y mejorar la comunicación con el cliente.