

'Apps' españolas a la conquista del móvil

La descarga de aplicaciones para 'smartphones' se multiplica mes a mes y crea un caldo de cultivo idóneo para la creación de nuevas empresas.

Elena Arrieta, Madrid

Cada día se descargan en España 1,4 millones de aplicaciones móviles, o lo que es lo mismo, más de 16 por segundo. El iPhone de Apple y, tras él, todos los smartphones del mercado, han creado en poco tiempo un gigantesco ecosistema de pequeños programas que aportan funcionalidades para todos los gustos y necesidades. España no es ajena a este boom.

El mercado nacional lidera la penetración de smartphones en Europa, con un 55% del parque de móviles. Las cinco aplicaciones *made in Spain* más populares sumaban, en febrero, 35 millones de descargas en todo el mundo. Y más de cinco millones de españoles se han descargado al menos una *app* en su smartphone, según un reciente informe de The App Date.

En este contexto, han nacido casi un centenar de nuevas empresas y varios cientos de aplicaciones. Algunas llevan al móvil las funciones de una página web, como la comunidad de viajeros online Minube.com, y otras han abierto oficina en EEUU en busca de mejores opciones de financiación, como Red Karaoke.

Modelos de negocio

No obstante, no es oro todo lo que reluce. Muchos de los modelos de negocio que se creían incipientes no lo han sido y promocionar una *app* móvil resulta más difícil de lo esperado. Por eso, no escasean las iniciativas que han tenido que retraerse o reenfocar su estrategia.

"Hace dos años, era común que las empresas encargaran a pequeños equipos de desarrolladores que les crearan una *app*, pero no tenían claro a qué público se iba a dirigir o qué objetivos perseguía", asegura Carlos García-Hoz, director creativo de la agencia de marketing digital 101. Un estudio del año pasado calculaba que

Muchas aplicaciones han tenido que replantear su modelo o modificar su funcionamiento

Grandes aplicaciones 'made in Spain'

RED KARAOKE

Este karaoke en la nube nació en el entorno web, pero vivió su gran despegue desde que se crearon las *apps*. Con un millón de usuarios registrados en todo el mundo, 45.000 canciones en catálogo, oficina en San Francisco y una prometedora incursión en el campo de las *smart TV*, acaba de cerrar una ronda de financiación de 600.000 euros.

CARRITUS

Esta aplicación, lanzada en marzo, es una de las más populares desarrolladas por Mobivery. Permite hacer la lista de la compra y comparar el precio que cuesta cada producto, de una marca específica, en los distintos supermercados. También permite calcular cuánto costaría comprar el carro entero en un mismo súper.

el 83% de las aplicaciones de marcas de consumo registraba aún menos de 1.000 descargas.

En cuanto a los modelos de negocio, el problema es cómo rentabilizar unas aplicaciones, en su gran mayoría, gratuitas. Los pequeños comercios locales parecen aún reacios a pu-

MINUBE

En un año, se han descargado 650.000 *apps* de Minube. Esta comunidad de viajes, disponible también en el entorno web, está ya presente en Francia, Italia, Portugal y Alemania, con descripciones de 200.000 rincones de todo el mundo, y próximamente desembarcará en Brasil. Se nutre de la publicidad de los negocios turísticos.

LOOKAD

Lanzada en febrero, ya va camino de las 80.000 descargas. La idea es llevar al móvil las ofertas de los negocios de la calle (no las del comercio electrónico). Los usuarios se descargan esta *app* de forma gratuita y establecen sobre qué tipo de productos y servicios están interesados en recibir alertas por ofertas en su ciudad.

blicitarse en aplicaciones móviles, excepto casos como Minube, en el sector turístico. Por su parte, los grandes anunciantes exigen un volumen de usuarios muy superior al que le puede ofrecer una *start up*, en todo caso, son muy selectivos. Tampoco la plataforma

ZEERCA

En siete meses, esta ambiciosa *app* de marketing local registra más de 60.000 descargas y 500 comercios asociados en Madrid, que han generado 1.850 promociones. Para 2014, el plan es convertirse en el aliado móvil de las tiendas, bares y restaurantes de Barcelona, Londres, París, San Francisco, Nueva York y Chicago.

MITMI

Hay quien la llama "el WhatsApp de las quedadas". Mitmi busca cubrir el hueco de la organización de eventos y quedadas con amigos. Se integra con Facebook, de modo que los eventos creados en Mitmi son visibles en la red social, y viceversa. Además, permite chatear y compartir la ubicación con los contactos de Facebook.

publicitaria iAd, de Apple, funciona aún al ritmo que se esperaba. Fuentes de un estudio español de videojuegos aseguran que iAd no logra cubrir todos los espacios publicitarios que se le demandan.

Mejor acogida tienen modelos como la comisión por

LA ERA DEL 'SMARTPHONE'



Mercado

- España es el país de Europa con mayor penetración de smartphones, con el 55,2%.
- El parque de tabletas ronda ya el millón de unidades.
- Estos aparatos se usan también en la empresa: El 29% de las pymes tiene smartphones y el 16% tabletas, según Sage.

ventas. Zeerca, la iniciativa creada hace siete meses por el ex consejero delegado de Vo-cento, Belarmino García, trata de afianzar el marketing local en España a través de una propuesta para que la relación entre los comercios y la aplicación sea permanente y no

esté supeditada a las ofertas puntuales, como ocurre con los cupones descuento.

Otra alternativa es el modelo *freemium* (la descarga es gratuita, pero se paga por la compra de bienes virtuales o por servicios añadidos), un sistema que gana terreno entre los videojuegos, los servicios de *dating* y algunas aplicaciones sectoriales.

Eso sí, ya sean de pago, *freemium* o cupones descuento, tanto Apple como Google perciben una parte de las ganancias que se generan a través de sus plataformas.

Lecciones aprendidas

Entre los negocios que han cambiado de rumbo, se encuentra LookAd. Tras un año en el mercado, se recicló en una nueva versión, que fue galardonada en los últimos premios Ideateca. "Hemos aprendido muchas cosas, como que la gente no se conecta todos los días a una aplicación móvil, sino únicamente a las que usa habitualmente en el PC, como Facebook y Groupon, y quizás a alguna *app* privilegiada, como WhatsApp", apunta su director de comunicación, Miguel Rubio.

El fin de las subvenciones directas afectará al tipo de smartphones que se vendan en el futuro pero, en cualquier caso, los expertos opinan que la descarga de *apps* es mucho más que una moda pasajera.

La Llave / Página 2

No todas las compañías Cloud son iguales

Cloud Storage

El sistema de almacenamiento masivo online para el archivado profesional de datos

acens Cloud hosting, la flexibilidad más sólida

902 90 10 20 | www.acens.com

CLOUD HOSTING | HOSTING GESTIONADO | APLICACIONES | COLO Y REDES

acens
the Cloud hosting company

Expansion.com

Vea el videoanálisis de esta información en www.expansion.com