

# ACCESO DIRECTO A 22 MILLONES DE CLIENTES

Las grandes compañías ven un filón en las aplicaciones para vender artículos y fidelizar usuarios. Por María Reig

Conocer toda la actualidad con sólo encender tu móvil, descubrir el maquillaje que mejor combina con tu conjunto de hoy, poder informar a tu aseguradora de un percance inesperado con tu coche o comparar los precios de tu compra semanal con los de otro supermercado. Todas estas posibilidades vienen bajo el envoltorio de las *apps* o aplicaciones móviles. Un universo que cada vez engloba a más empresas de todos los sectores como Unidad Editorial, L'Oréal, Mutua Madrileña o la cadena Caprabo.

«La penetración de *smartphones* en España es la mayor de Europa» apunta Lucía Oderiz, directora de marketing digital de L'Oréal. Además, la plataforma de creación de aplicaciones Tu-app.net añade: «De 23 millones de *smartphones*, 22 millones son usuarios activos de *apps*. En España, se descargan 4 millones de aplicaciones al día». Esta realidad hace que, cada vez más, las empresas quieran tener su propia *app*, bien para promocionar su producto o bien para ofrecer de manera personalizada sus servicios. Tanto es así que, según el estudio MMA sobre Inversión en *Marketing Mobile*, «en 2012, la inversión en creación de aplicaciones ascendió a 15 millones de euros». Oderiz, de L'Oréal, reconoce: «Somos conscientes de que tenemos que adaptarnos y estar presentes en el móvil del consumidor».

EN ESPAÑA SE DESCARGAN 4 MILLONES DE APLICACIONES AL DÍA

Según Juan Jesús Rodríguez, de la empresa de creación de aplicaciones Altiria, lo primero que una empresa debe hacer al iniciarse en el mundo *app* es «tener claro lo que quiere» ya que «el presupuesto varía mucho en función de lo que pretenda la empresa». Rodríguez apunta que «la comunicación, complejidad o integración en la estructura de la empresa, lo encarece». De hecho, el desarrollo de una aplicación puede precisar una inversión de 5.000 hasta 80.000 euros. No obstante, la plataforma Tu-

app.net señala que su fórmula ofrece «presupuestos algo más reducidos e incluso versiones totalmente gratuitas».

Y es que, para la creación de una aplicación, existen dos opciones si se confía el proceso a terceros: las empresas o las plataformas. Las primeras, como el caso de Altadis, ofrecen un diseño más personalizado y son capaces de desarrollar funcionalidades muy específicas que requiera la compañía. Por su parte, las plataformas, caso de Tu-app.net, trabajan con modelos base, a los que se añaden las características de diseño o imagen corporativa. Esto es lo que abarata y agiliza el proceso, «350 euros por aplicación que puede estar lista en apenas 48 horas», explica Nacho Valcárcel, de Tu-app.net. Además, las empresas deben realizar una importante inversión en la fase de promoción de la *app*, si quieren conseguir descargas.

En L'Oréal sostienen que al tener que desarrollar la aplicación, tanto para Android como para iPhone, el presupuesto «debe multiplicarse por dos, casi como si fueran dos *apps* distintas». En España es más común el uso de Android (78%) que de iPhone (11%), según IAB.

**AL LADO DEL CLIENTE.** Rafael Arnedo, director de Sistemas de Mutua Madrileña, apunta: «Desde la creación de la aplicación en 2011, hemos ido añadiendo funcionalidades para cumplir del mejor modo posible con el objetivo» que consiste en «estar allí donde estén los asegurados». Y es que, según Altiria, primero se hace una aplicación muy básica para ver si convence, o no, a la empresa y los clientes, para después «ir

añadiendo nuevas versiones con más servicios», esto es, actualizarla. La Mutua tiene, desde este año, dos *apps* en el mercado: Mutua y Mutuactivos. Entre las posibilidades que ofrece a su red de clientes está: notificar siniestros, solicitar una grúa, geolocalizar talleres o conocer descuentos.

Asimismo, el *universo app* también ha llegado al periodismo para informar a los ciudadanos de todo lo que ocurre desde sus dispositivos móviles. Muestra de ello es el lanzamiento hace apenas una se-

## > LA NUEVA RELACIÓN CON EL CLIENTE

UN FORMATO RECIENTE

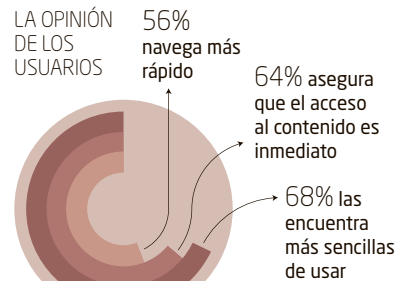
**2007** Aparece posibilidad de crear '*apps*', con la aparición del primer iPhone.

**2010** Año del 'boom': las grandes empresas crean sus propias aplicaciones.

**2012** La inversión en España en llega a 15 millones de euros.

En el futuro se destinará menos presupuesto a nuevas '*apps*' y más al mantenimiento.

LA OPINIÓN DE LOS USUARIOS



TENDENCIAS Y COSTES

Para crear una aplicación a partir de un modelo, basta con invertir 350 euros.

Si se prefiere un desarrollo nuevo, el precio asciende a 5.000-80.000 euros.

En España se producen cuatro millones de descargas de '*apps*' al día.

FUENTE: Altiria, MMA 2012, IAB Spain y Tu-app.net

A. Hernández / EL MUNDO

mana de la nueva aplicación de EL MUNDO, que permite conocer la actualidad a tiempo real, de forma fácil, interactiva y con la posibilidad de personalización. Tanto es

así que, el lector puede indicar el orden de preferencia y relevancia en la información.

Por su parte, marcas de belleza como L'Oréal, ofrecen ayuda a sus

clientes en su estilismo diario con Color Genius: «Es como el Shazam del maquillaje. Con una foto se detectan los colores de la ropa que llevas puesta y te sugiere un look de maquillaje» avalado, claro está, por productos de la marca.

También la cadena Caprabo prevé lanzar una nueva *app*, *El comparador*, que permite comparar sus precios con los de Mercadona, su principal competidor. La distribuidora, que se compromete a devolver la diferencia si su rival vende algo más barato, espera que «llegue a 100.000 descargas».

No obstante, para alcanzar el éxito es preciso actualizar y promocionar la *app*, última e indefinida fase del proceso.

Lo que parece indiscutible es que el consumidor cada vez utiliza más las *apps*. Su sencillez, rapidez e inmediatez cautiva al 71% de los *smartphones* y al 62% de las tabletas, tal y como afirma IAB Spain.

Una situación que no ha pasado inadvertida para las empresas, quienes deben seguir perfilando esta novedosa vía de contacto con los usuarios, bastante reticentes a pagar por la descarga. Un horizonte por explotar para reinventarse e instalarse en el nuevo mejor amigo del consumidor: su *smartphone*.

Con Vodafone puedes trabajar simultáneamente con quien necesites en un mismo documento, desde cualquier lugar.

Contrátalo desde 4,90€/mes por usuario. Infórmate en el 1443 o en [potenciatunegocio.com](http://potenciatunegocio.com)



Vodafone Integral Empresas

Te ayudamos a potenciar tu negocio

power to you

