

TECNOLOGÍA

¿Existe una burbuja en el mercado de las aplicaciones?

APPS Crece el empleo y la facturación, pero muchas no tienen un modelo de negocio sólido.

Víctor M. Osorio. Madrid

El año pasado se descargaron en el mundo 102.000 millones de aplicaciones, lo que generó un negocio de 26.000 millones de dólares, según datos de la consultora Gartner. En España, cada día se suben 2.700 apps nuevas a las tiendas online, mientras que el dato de descargas supera los cuatro millones. Las cifras muestran un mercado en crecimiento, aunque con varias zonas oscuras. Sólo el 0,01% de las aplicaciones que existen en la actualidad serán un éxito económico en 2018, según Gartner, lo que nos lleva a preguntarnos: ¿hay una burbuja en el negocio de las apps? La respuesta no es unánime, según quedó demostrado en un desayuno organizado por H+K Strategies.

Por un lado, están los que opinan que no. "Aquí hay dinero y cada vez habrá más. El problema es que la gente se piensa que va a lanzar una app y se van a forrar, cuando monetizar una aplicación es muy complicado", afirma Jordi Sabat, manager de AdProTV en Smartycontent. "No creo que haya una burbuja, sino una gran oportunidad con dos tendencias claras: lo *mobile* y el *cloud*", añade Gonzalo Díe, director de Desarrollo y Plataformas de Microsoft Ibérica.

Otros no ven tan halagüeño el presente y el futuro del mercado. "En 2009 teníamos 208 ofertas de media para desarrolladores y el año pasado ascendieron a 2.400, pero se han disparado los salarios y la mayoría de las empresas de este sector se marcan un tiempo para conseguir el éxito y si no



lo hacen, casi todas cierran. Para nosotros, eso es una burbuja", sostiene Jaume Gurt, director general de Infojobs. Lo ratifica Albert Sampietro, CTO de Sage España: "Vemos una burbuja. Contratas a alguien, le formas y se va a los seis meses porque la mayoría de los estudiantes lo que tienen en la cabeza es crear una app y hacerse ricos. Hay más deseos de crecer que de hacer empresas sostenibles y muchos inversores se están gastando el dinero en compañías que son humo", afirma.

Claves para ser rentable

Los expertos señalan las claves que tiene que cumplir una aplicación para ser rentable. "Tiene que cubrir un nicho de mercado real y no basarse sólo

en una idea, sino tener un plan de negocio claro", señala Jordi Sabat. "Al principio tiene que producir un efecto wow porque tienes 3 minutos para que el usuario se enamore de ella y luego tiene que ser sostenible económicamente", añade Albert Sampietro. Lo cierto es que sorprender es cada vez más complicado, casi tanto como hacer dinero con una app más allá del pago por la descarga. "Se está evolucionando hacia el pago recurrente, convirtiendo las apps en un servi-

cio más que en un producto. Además, la publicidad está creciendo. Otro campo que funciona es desarrollar apps para pymes o instituciones", opina Gonzalo Díe.

Desde otro punto de vista, Aquilino Peña, *founding partner* de Kibo Ventures, empresa que invierte en aplicaciones, dice que "hemos apostado por muchos tipos de apps y lo que nos guía es el sentido común y el modelo de negocio de la compañía más que el formato de la app. Además, miramos más la lealtad en el uso que el número de usuarios", considera este experto.

¿Y cuáles son los sectores donde hay más potencial? El turismo, la salud, el deporte y la educación son los más repetidos por los expertos.



Gonzalo Díe
Microsoft Ibérica

Este sector ofrece una gran oportunidad con dos tendencias muy claras: lo 'mobile' y el 'cloud'



Jaume Gurt
Infojobs

La mayoría de las empresas se dan un tiempo para tener éxito y si no lo consiguen, acaban cerrando"



Albert Sampietro
Sage España

Muchos se dejan el dinero en empresas que son humo. Hay más interés por crecer que por ser sostenible"



Jordi Sabat
Smartycontent

Hasta 2017 este mercado crecerá y creará empleo. Aquí hay dinero y habrá más en el futuro"



Aquilino Peña
Kibo Ventures

Al invertir, nos guía más el sentido común y el modelo de negocio que el formato de la aplicación"