

IMPORTANCIA DE LAS APLICACIONES MOVILES

AUTOR: MAX JOSÉ BERMÚDEZ LEÓN

MARZO: 2021



San Marcos

Introducción

En la última década, las apps móviles se han posicionado como unas de las herramientas más eficaces para las empresas, especialmente en el campo del e-commerce. Y no es para menos, pues las aplicaciones facilitan la vida de los usuarios, promueven la interconectividad y mejoran la experiencia en la adquisición de productos y servicios.

Es muy posible que el usuario promedio pasa alrededor de 5 horas diarias en su teléfono y más de la mitad de este tiempo lo dedica a las apps. En el año 2017 los ingresos a través de apps generaron un total de 76 mil millones de dólares.

En definitiva, el uso de las apps cambió la dinámica del mercado para siempre. Por ello, la implementación de estos sistemas en los modelos de negocio es un pilar fundamental para el crecimiento de toda startup.

El crecimiento de las empresas en la actualidad está ligado indiscutiblemente a su repercusión en internet. A esto se suma que los usuarios prefieren navegar desde su dispositivo móvil a hacerlo desde el ordenador, por lo que el diseño de una app empresarial implica abrir un canal más de comunicación para acercar la empresa a los clientes, así como para mejorar las comunicaciones internas.

Las ideas brillantes para emprender en internet siempre son bienvenidas, pero ponerlas en marcha obliga a pensar en un sinfín de condicionantes. Uno de ellos es hacer llegar esta idea a los usuarios y clientes de manera cómoda, y en ese punto en el que resulta relevante el trabajo de los desarrolladores de apps móviles empresariales: ponen a disposición de los emprendedores todo su conocimiento para mejorar las posibilidades de crecimiento del proyecto.



Tabla de contenido

Introducción	1
La importancia de las apps móviles en las empresas	3
La importancia de las apps en la actualidad	4
Beneficios de las aplicaciones móviles	4
Tendencias para apps que toda empresa debe considerar	7
3 formas de sacar rentabilidad a tu app	10
¿Cuándo no necesita tu empresa una aplicación móvil?	11
Que es el Bussines Canvas Model o Lienzo de Modelo de Negocio	12
Infraestructura	13
Oferta	13
Clientes	14
Finanzas	16
Conclusiones y recomendaciones	18
Referencias bibliográficas	19

Estamos permanentemente conectados a través de nuestro móvil y son las aplicaciones móviles la herramienta que utilizamos para acceder a internet. Esto es por que la experiencia de usuario es mejor gracias a las aplicaciones móviles. A nadie se nos escapa que la usabilidad que nos ofrece las apps de los móviles, por sus diferencias respecto a los Pc's, es mucho más satisfactoria que si navegáramos en internet a través de una página web.

La importancia de las apps móviles en las empresas

Las aplicaciones móviles es un paso más allá en el Marketing y la comunicación. Es un signo de madurez de las empresas y un esfuerzo por adaptarse a los nuevos hábitos de los usuarios, que hacen el diseño de aplicaciones móviles imprescindible para las empresas. Una vez que nuestra web está adaptada a los móviles, es decir, es web responsive, las empresas deben ir más allá, pasando de ofrecer información corporativa o

contenidos a ofrecer otras funcionalidades, dependiendo del tipo de negocio y sobre todo del cliente al que vamos dirigidos.

Las aplicaciones móviles son una manera más de comunicación, que cobra más importancia con el paso del tiempo. Probablemente en no mucho tiempo se convertirán en la única manera utilizada por los usuarios para interactuar con algunas Marcas, sobre todas aquellas que pertenecen al sector retail, es decir, la que su cliente final son particulares.

Actualmente la necesidad de las aplicaciones móviles está vinculadas a las funcionalidades que pueden ofrecer más allá de la información que pueda ofrecer una web. Es decir, no tiene tanto sentido que una empresa diseñe una aplicación móvil sólo para que los usuarios puedan leer sus artículos. Aunque podría haber excepciones, ya que a una Marca podría interesarle ofrecer contenidos especialmente diseñados para ser leídos en el móvil.

La importancia de las apps en la actualidad

Las aplicaciones móviles son la razón por la que los usuarios pasan cada vez más tiempo en sus teléfonos, pues estas simplifican gran parte de los procesos de la vida cotidiana como las compras, las comunicaciones y el entretenimiento. La implementación de apps móviles es una estrategia poderosa para innovar en la UX, mejorar el buyer journey, mantener la fidelidad y el buen posicionamiento de la marca.

Así es como las aplicaciones móviles impulsan a las empresas:

Beneficios de las aplicaciones móviles

Rentabilidad

Las startups requieren de una estrategia de ventas sólida para permitir el crecimiento de la empresa y su sostenibilidad económica. En este sentido, la importancia de las apps en las empresas radica en su versatilidad para generar ingresos y optimizar la compra. Con una aplicación móvil se pueden adquirir ingresos a través de la publicidad, suscripción regular o única, servicios premium y descargas.

Asimismo, se puede ofrecer al usuario diferentes métodos digitales para efectuar la compra de forma rápida, segura y sencilla. Esto propicia el retorno de clientes y un buen flujo de ventas.

Mejor posicionamiento

El posicionamiento es un factor fundamental cuando se trata de impulsar empresas jóvenes.

Las aplicaciones permiten trabajar la presencia de las startups con dos tácticas.

Mantenerse siempre presente y accesible en el teléfono del usuario, sin tener que obligarlo a ingresar a la web o servidores de terceros

Adquirir notoriedad en otros rincones de internet de amplia audiencia, como las tiendas de Google Play y Itunes.

Innovación y actualidad

Todas las empresas de éxito tienen algo en común: están orientadas a la innovación tecnológica y van a la par de las tendencias del mercado. En un mundo donde el usuario exige inmediatez, simplificación e hiperconectividad, las apps tienen la capacidad de cubrir las necesidades del cliente actual en cualquier nicho del mercado. De igual modo, son programas tan versátiles que permiten a las empresas desarrollar formas disruptivas de presentar sus servicios al público. Con esto, los modelos escalables de las startups pueden mantener su vigencia en el tiempo.

Personalización

Ya se ha mencionado la importancia de las apps en otros aspectos de la experiencia del usuario, pero la personalización es una característica significativa. Las aplicaciones confieren al consumidor la impresión de que el servicio está hecho a su medida, lo que propicia la identificación con la marca. De esta manera, las empresas ofrecen servicios más humanizados y pueden llevar de la mano al usuario durante todo el proceso de compra. De esta forma se facilita la transacción o exploración del producto en un lenguaje cercano y con acciones inmediatas.

Las startups pueden utilizar los sistemas de push notifications para “conversar” con sus usuarios sobre novedades, contenidos y demás temas de relevancia que mantienen el



interés sobre el servicio.

Ventaja diferencial

Las descargas de apps aumentaron un 8% en el año 2017 y se proyecta que el sector siga en auge de forma constante en los próximos años. A pesar de que las cifras evidencian el potencial de estos programas, todavía existen muchas empresas reacias a su implementación en sus modelos de negocios, ya sea porque desconocen el alcance de las apps o por miedo a los cambios disruptivos.

En esta diatriba, los negocios que se atreven a experimentar con las nuevas tecnologías terminan por tomar la batuta del mercado, logran obtener una ventaja diferencial en comparación con las empresas con modelos tradicionales y se posicionan en las mentes de una nueva generación de consumidores, los millenials.

Mejor sistema de atención al cliente

Las apps también optimizan los sistemas de atención al cliente. Las aplicaciones pueden integrar tecnología AI para ofrecer respuestas inmediatas y personalizadas, así como integrarse a programas de Customer Relationship Management y sistemas omnicanal.

Amplio conocimiento del usuario

Entender los comportamientos y necesidades del consumidor es un trabajo imprescindible para el crecimiento de las nuevas empresas. Las aplicaciones móviles, además de generar beneficios en experiencia del usuario, también proveen a las startups datos actualizados sobre los movimientos y características de los clientes. Con esta información se pueden mejorar productos y servicios, valorar su calidad, así como tomar decisiones sobre el rumbo

de la empresa con mayor precisión.

Retención del cliente

Por último, todos estos beneficios del uso de apps por parte del cliente, se ven reflejados en el fin último: la retención del cliente tras la compra. ¿Por qué? Si tu cliente realiza una compra en tu e-commerce y no vuelve a saber ti, es mucho más complicado que vuelva a repetir una compra ya que el mercado está inundado de empresas y marcas que a priori son similares a la tuya.

Los beneficios anteriormente mencionados te permitirán personalizar la experiencia de usuario, debido a la mayor información que dispones del mismo. El resultado será conseguir una mayor identificación de la marca por parte del usuario y, por tanto, una mayor probabilidad de que este vuelva a realizar una compra, reduciendo sensiblemente los costes de adquisición de clientes.

Tendencias para apps que toda empresa debe considerar

Ya queda claro que el crecimiento de las startups precisa del uso de nuevas tecnologías de la información. Si bien implementar apps en los modelos de negocios es una tarea imprescindible, también lo es mantener estas aplicaciones actualizadas para evitar su obsolescencia y asegurar su perdurabilidad con el avance de la tecnología.

A continuación, se presentan las tendencias para apps que marcarán la pauta en los próximos años:

- Sistemas de seguridad más confiables y rápidos: proteger la privacidad del usuario es imprescindible para crear confiabilidad y construir un buen posicionamiento. Esto ha

llevado a las empresas a innovar los métodos de seguridad de sus apps para ofrecer a los consumidores el resguardo total de sus datos personales.

Se ha determinado que los usuarios desean, además de un reforzamiento en la privacidad, el manejo sencillo y rápido de la misma para no comprometer su experiencia en la aplicación. Las actualizaciones de seguridad que mejor se adaptan a estas exigencias son los sistemas de acceso por biometría como el reconocimiento facial, identificación de voz y de huella dactilar.

Los sistemas de biometría son especialmente útiles cuando las apps requieren del uso de datos sensibles como accesos a productos financieros, números de tarjetas y pagos rápidos.

- Adaptabilidad a las necesidades especiales de clientes: inclusión y diversidad, esta es la primicia que toda startup aspirante al éxito debe considerar al momento de desarrollar una app. Además de las características psicológicas ahora también se deben tener en cuenta las características físicas de los consumidores.

En este aspecto, la hiper-personalización de los servicios y usos de las apps móviles son tendencias en auge. La versatilidad de estos programas permite diseñar sistemas para suplir las necesidades de usuarios con problemas de visión, audición, motores o de habla.

Esto beneficia tanto a los clientes como a la empresa, pues se incluye a un nuevo tipo de consumidor, que en épocas anteriores era marginado, pero que ahora es altamente productivo y participativo en el mercado. Las apps con hiper personalización consolidan la humanización de la marca.

- Simplificación y decluttering: el minimalismo y el orden son tendencias en la estética de apps. Además de cumplir una función de refrescamiento visual, también ayudan al manejo de la aplicación y la fluidez en la experiencia del usuario.

Las mejores apps serán las que consideran que menos, es más. Hasta luego al desorden y al ruido visual como el exceso de botones, ventanas intrusivas o menús sobrecargados.

- Asistentes virtuales: chatbots e inteligencia artificial. Las empresas deben optimizar constantemente en servicios de atención al cliente, y los asistentes virtuales en apps son herramientas a disposición del usuario las 24 horas del día. Estos programas tienen la capacidad de generar conversaciones en tiempo real, solucionar inconvenientes con respecto al servicio y aprender progresivamente para atender con mayor naturalidad al usuario.

La innovación en asistencia virtual es obligatoria para diferenciarse de otras aplicaciones y negocios del mismo sector.

- Usabilidad a pantalla completa y vídeo vertical: el contenido siempre ha sido el rey en las estrategias comunicacionales de las startups. Y a partir del 2018 se intensifica la importancia del contenido y su forma de presentarse en las apps. La visibilidad de contenidos en pantalla completa es una propuesta novedosa para ofrecer experiencias del usuario más intensas y evitar las interrupciones que pueden entorpecer el uso de la aplicación.
- Flujo de proceso lineal: es necesario guiar al usuario durante su recorrido por la app. Anteriormente, el flujo lineal quedaba relegado a los videos juegos, pero este proceso también puede optimizar el uso de las apps de cualquier otro sector. El flujo de

proceso lineal consiste en trazar una ruta lógica o pasos secuenciales que guíe durante todo el customer journey, y lleve al usuario al objetivo final de la aplicación o a completar con satisfacción acciones dentro de la misma.

- Información progresiva: el storytelling y el diálogo en tiempo real son recursos de alto valor en el sector de apps móviles. Actualmente, se apuesta por implementarlos para mejorar la UX a través de la información progresiva. En esta dinámica se revela información de interés (con fines instructivos o de engagement) a medida que el usuario toma decisiones en la aplicación.

3 formas de sacar rentabilidad a tu app

Antes de emprender el diseño de la app se debe determinar qué modelo de negocios de aplicaciones será el más efectivo, y si este es capaz de adaptarse a las características singulares de la startup.

Estos son los modelos de apps más efectivos para proyectos escalables:

Modelo In-App Advertising

Este modelo es especialmente útil cuando la empresa desea darse a conocer, construir posicionamiento y ganar reputación. Las aplicaciones In-App Advertising facilitan el acceso de nuevos usuarios a la marca pues su descarga es totalmente gratuita. En este caso, los ingresos devienen de los espacios publicitarios dispuestos a lo largo del recorrido del usuario. Debido a que la forma de monetización puede ser intrusiva, se recomienda prestar especial cuidado a la cantidad de publicidad y sus formas de figurar en la app, ya que el



exceso de promoción entorpece la UX.

Modelo Freemium

Se pueden implementar apps freemium cuando el programa mismo es un producto o servicio vital de la empresa. En este modelo, se ofrece al usuario una experiencia gratuita a modo de reseña para convencerlo de adquirir el producto pago. Ya sea con días de free-trial o con límites de acceso a ciertos servicios.

De esta manera, la empresa obtiene una mayor diversificación de ingresos y se da la oportunidad al cliente de pagar el servicio a su medida. Es decir que, las personas pueden optar tanto por la compra del paquete completo como desbloquear algunas características del mismo.

Mobile e-commerce

Aplicaciones para comercio electrónico móvil. Este modelo tiene como objetivo el uso único de la app para optimizar el sistema de ventas, por lo que su descarga es gratuita. El desarrollo de la aplicación gira en torno a efectuar pagos digitales de forma segura y rápida. Estos programas de mobile e-commerce han probado su efectividad en empresas que ofrecen productos y servicios fuera del mundo digital. De esta forma, se diversifican los ingresos, se llega a un número más amplio de consumidores y se adquieren clientes asiduos.

¿Cuándo no necesita tu empresa una aplicación móvil?

Antes de desarrollar una aplicación móvil para tu empresa, la pregunta que debes hacerte es ¿realmente mi empresa o el proyecto que está en ejecución lo necesita?



Para ello, es recomendable utilizar herramientas de análisis, como el Lienzo de Modelo de Negocio o Business Canvas Model, esto con el fin de determinar si la app móvil le va a generar valor a la organización.

Que es el Business Canvas Model o Lienzo de Modelo de Negocio

es una plantilla de gestión estratégica para el desarrollo de nuevos modelos de negocio o documentar los ya existentes. Es un gráfico visual con elementos que describen propuestas de producto o de valor de la empresa, la infraestructura, los clientes y las finanzas. Ayuda a las empresas a alinear sus actividades mediante la ilustración de posibles compensaciones.

El modelo de negocio del lienzo fue propuesto inicialmente por Alexander Osterwalder sobre la base de su anterior trabajo sobre la ontología de los modelos de negocio. Desde la publicación de la obra de Osterwalder en 2009, han aparecido nuevos lienzos para nichos específicos, como el Lienzo Lean.

Las descripciones formales del negocio se convierten en los bloques de construcción para sus actividades. Existen diferentes conceptualizaciones de negocio; El trabajo de Osterwalder y tesis (2010, de 2004) proponen un modelo único de referencia basada en las similitudes de una amplia gama de conceptualizaciones de modelo de negocio. Con su diseño del modelo de negocio, una empresa puede describir fácilmente su modelo de negocio.

El modelo de negocio del lienzo consta de 9 piezas clave, comunes para la representación gráfica de un negocio.

Infraestructura

1. - Actividades clave: son las tareas más importantes en la ejecución de la propuesta de valor de una empresa. Un ejemplo sería la creación de una cadena de suministro eficiente para reducir los costes.

2. - Recursos clave: son los medios necesarios para crear valor para el cliente. Se consideran un activo para una empresa, la cual los necesita de cara a sostener y apoyar el negocio. Estos recursos podrían ser humanos, financieros, físicos e intelectuales.

3. - Red de socios: con el fin de optimizar las operaciones y reducir los riesgos de un modelo de negocio, la organización suele cultivar relaciones comprador-proveedor para poder desarrollar su actividad principal. También pueden considerarse alianzas empresariales complementarias a través de *joint ventures*, alianzas estratégicas entre competidores o no competidores.

Oferta

4. - Oferta de valor: es la colección de productos y servicios que una empresa ofrece para satisfacer las necesidades de sus clientes. Según Osterwalder, la propuesta de valor de una empresa es lo que la distingue de sus competidores. La propuesta de valor ofrece valor a través de diversos elementos como la novedad, el rendimiento, la personalización, desempeño, diseño, marca / estado, precio, reducción de costos, reducción de riesgos, accesibilidad y comodidad / facilidad de uso.

Clientes

5. - Segmentos de clientes: al construir un modelo de negocio eficaz, una empresa debe identificar qué clientes trata de servir. Varios grupos de clientes se pueden segmentar sobre la base de las diferentes necesidades y atributos para garantizar la aplicación adecuada de la estrategia corporativa. Los diferentes tipos de segmentos de clientes incluyen:

- Mercado masivo: no hay segmentación específica para una empresa que sigue el elemento de mercado masivo, pues la organización muestra una amplia visión de los clientes potenciales.
- Nicho de mercado: segmentación de clientes sobre la base de las necesidades y características de sus clientes especializados.
- Segmentado: una compañía aplica la segmentación adicional dentro de los segmentos de clientes existentes. En la situación segmentada, la empresa puede distinguir aún más a sus clientes en función del sexo, la edad y/o ingresos.
- Diversificación: un negocio sirve para múltiples segmentos de clientes con diferentes necesidades y características.
- Plataforma múltiple / Mercado: para un buen funcionamiento del negocio algunas empresas servirán a segmentos de clientes mutuamente dependientes. Una compañía de tarjetas de crédito proporcionará servicios a los titulares de tarjetas de crédito, junto a la asistencia al mismo tiempo a los comerciantes que aceptan dichas tarjetas.

6. - Canales: Una empresa puede entregar su propuesta de valor a sus clientes objetivo a

través de diferentes canales. Unos canales efectivos distribuirán la propuesta de valor de la empresa de forma rápida, eficiente y rentable. Una organización puede llegar a sus clientes, ya sea a través de sus propios canales (escaparate), canales principales socios (distribuidores), o una combinación de ambos.

7. - Relaciones con los clientes: Para garantizar la supervivencia y el éxito de cualquier negocio, las empresas deben identificar el tipo de relación que quieren crear con sus segmentos de clientes. Algunas formas de relaciones con los clientes incluyen:

- Asistencia personal: la asistencia en forma de interacción empleado-cliente. Se lleva a cabo ese tipo de asistencia ya sea durante y/o después de las ventas.
- Asistencia personal dedicada: la más íntima y las manos en la asistencia personal en el que se le asigna un representante de ventas para manejar todas las necesidades y preguntas de un conjunto especial de clientes.
- Self Service: es el tipo de relación que deriva de la interacción indirecta entre la empresa y los clientes. En este aspecto, una organización proporciona las herramientas necesarias para que los clientes puedan servirse a sí mismos con facilidad y eficacia.
- Servicios automatizados: es un sistema similar al auto-servicio, pero un mayor grado de personalización, ya que tiene la capacidad de identificar a los clientes individuales y sus preferencias.
- Comunidades: la creación de una comunidad permite una interacción directa entre los clientes y la empresa. La plataforma de la comunidad produce un escenario

donde el conocimiento puede ser compartido y los problemas se resuelven entre los diferentes clientes.

- Co-creación: se crea una relación personal a través de la entrada directa del cliente en el resultado final de los productos/servicios de la empresa.

Finanzas

8. - Estructura de costes: describe las consecuencias monetarias más importantes mientras opera bajo diferentes modelos de negocio.

Clases de estructuras comerciales:

- Motivación por coste: este modelo de negocio se centra en minimizar los costes.
- Motivación por valor: con un menor grado de preocupación por el coste, este modelo de negocio se centra en la creación de valor para sus productos y servicios.

Características de la estructura de costes:

- Costes fijos: los costes son sin cambios a través de diferentes aplicaciones. Por ejemplo, salario, renta, etc.
- Costes variables: estos varían dependiendo de la cantidad de producción de bienes y/o servicios.
- Economías de escala: los costes de decrecientan como la cantidad de bien están ordenados o producidos.

- Economías de alcance: los costes disminuyen debido a la incorporación de otros negocios que tienen una relación directa con el producto original.

9. - Fuentes de ingresos: es la forma en que una empresa realiza los ingresos en cada segmento de clientes.

Maneras de generar un flujo de ingresos:

- Venta de activos: es la venta de los derechos de propiedad sobre un bien físico.
- Tarifas de uso: dinero generado a partir del uso de un servicio particular.
- Tasas de suscripción: son los ingresos generados por la venta de un servicio continuo. Por ejemplo, Netflix.
- Préstamo / Leasing / Renting: consiste en dar derecho exclusivo de un activo durante un período determinado de tiempo. Por ejemplo, el arrendamiento de un coche.
- Licencias: son los ingresos generados por cobrar por el uso de una propiedad intelectual protegida.
- Honorarios de corretaje: son los ingresos generados por un servicio intermedio entre los dos partidos.
- Publicidad: son los ingresos generados por el cobro de tarifas para la publicidad del producto.



Conclusiones y recomendaciones

Hoy en día es muy difícil entender nuestra sociedad fuera del concepto digital. Somos nativos digitales y como tales damos mucha importancia a la aparición de esta tecnología. No concebimos una sociedad sin tecnología, ya que esta nos ha facilitado mucho la vida. A parte de la tecnología en general, las aplicaciones móviles también forman parte de este proceso, el de mejorar y facilitarnos la vida. Actualmente, todos tenemos un móvil de uso personal y en él una multitud de aplicaciones instaladas, las cuales a veces muchas no utilizamos, pero sabemos que si no las tuviéramos descargadas nos faltaría algo. Vivimos en una era en la cual estamos acostumbrados a pulsar sobre un icono para iniciar cualquier tipo de actividad. ¿Qué sería de un móvil o un ordenador sin aplicaciones?

Las aplicaciones puede que parezcan muy sencillas, pero detrás de ellas hay todo un proceso de trabajo de programación. Las aplicaciones son importantes porque son las que impulsan la propia creatividad, además de permitir que nos comuniquemos con nuestro entorno y aportar entretenimiento o guardar nuestras experiencias e información.

Son herramientas que permiten la interacción entre los individuos, porque permiten que los códigos sean transformados en elementos visuales para una actividad concreta. Las aplicaciones son importantes porque sin ellas no podríamos navegar por Internet, editar una imagen, escuchar música, comprar vía online, entre otras multitudes de cosas.

Referencias bibliográficas

Esta lectura constituyen un apoyo en el proceso de aprendizaje, así mismo para apoyarse aun mas en el proceso, se debe utilizar los libros,

- Héctor Fernández. (2019). La importancia de las apps móviles en las empresas <https://economyatic.com/importancia-apps-moviles-empresas/#:~:text=En%20este%20sentido%2C%20la%20importancia,%C3%BAnica%2C%20servicios%20premium%20y%20descargas.>
- Wikipedia. (2021). Lienzo de modelo de negocio. https://es.wikipedia.org/wiki/Lienzo_de_modelo_de_negocio
- Waltermán, Ricardo (2019). Por que son tan necesarias las aplicaciones móviles. Se obtiene de: <https://walterman.es/por-que-son-tan-necesarias-las-aplicaciones-moviles/>



www.usanmarcos.ac.cr

San José, Costa Rica