

Las aplicaciones web y las apps nativas supondrán un 30 y un 10%, respectivamente

LAS APLICACIONES HÍBRIDAS REPRESENTARÁN EL 60% DE LAS APPS EN 2015

- Las aplicaciones nativas son más seguras y reaccionan de un 10 a un 15% más rápido que las apps en HTML5, por lo que están especialmente indicadas en casos en los que son muchas las interacciones con el usuario.
- El desarrollo híbrido resulta más económico, un aspecto a tener en cuenta cuando se contempla la creación de un gran número de apps diferentes que den soporte a distintos departamentos y tareas.

Madrid, 9 de enero 2014.- Las apps corporativas híbridas¹ y HTML5 son las dos tendencias que están marcando el avance en el escenario de las aplicaciones móviles. Así lo constata la empresa experta en desarrollo web y móvil, Tecnológica, que pronostica un importante crecimiento de este mercado a la vista de la configuración del nuevo usuario móvil y multidispositivo.

De hecho, y según las previsiones de Tecnológica, en 2015 el 60% de las apps serán híbridas, mientras que las aplicaciones web y las nativas supondrán un 30% y un 10%, respectivamente.

Las apps híbridas, que combinan el desarrollo nativo con HTML5 y CSS3 emergen, por tanto, como la tendencia a futuro en un escenario donde existen otras dos grandes opciones: las apps nativas, íntegramente desarrolladas en el entorno de cada sistema operativo específico, y las apps web, completamente desarrolladas en HTML5.

Según Tecnológica, la elección de una u otra alternativa depende de la valoración de diversos factores. Las aplicaciones nativas son más seguras y reaccionan de un 10 a un 15% más rápido que las apps en HTML5, por lo que están especialmente indicadas en aquellos casos en los que son muchas las interacciones con el usuario. Por su parte, el desarrollo híbrido resulta más económico, un aspecto a tener en cuenta cuando se contempla la creación de un gran número de apps diferentes que den soporte a distintos departamentos y tareas.

Por otra parte, la proliferación de navegadores web móviles –existe más de una docena disponible en diferentes versiones y con distintos niveles de soporte de HTML-, así como la de sistemas operativos basados en motores de navegación –entre los que destacan la iniciativa conjunta de Telefónica y Mozilla, Firefox OS, y Chromium OS de Google- constituye, según Tecnológica, la razón capital por la que desarrollar apps híbridas, capaces de desplegar el mismo rendimiento y experiencia para el usuario a través de todo el abanico de plataformas y terminales, incluyendo los últimos dispositivos ‘wearable computing’.

Según el **CTO de Tecnológica, Juan Alonso**, “las apps híbridas son válidas cuando en el proyecto a desarrollar se cumplen todos y cada uno de estos tres puntos: se requiere una app para los

¹ Aplicaciones que constan de una parte nativa y una parte basada en web, que se pueden reutilizar en varios sistemas operativos. Se desarrollan utilizando las herramientas de desarrollo nativas en una parte, y frameworks basados en lenguajes de programación web (HTML, CSS y Javascript) en la otra.

diferentes dispositivos, el presupuesto del que se dispone es bajo y es posible sacrificar parte del rendimiento/experiencia del usuario de la app”.

Con todo y de acuerdo con el **fundador y CEO de Tecnológica, Jorge Gutiérrez**, “las empresas no pueden pasar por alto la oportunidad que supone el acceso constante a Internet por parte de los usuarios, lo cual se evidencia en que las compras desde dispositivos móviles representen ya el 15% del total de las compras online”.

Se trata de un fenómeno imparable. De acuerdo con los datos que maneja Tecnológica, ya son más de 1.200 millones de personas en todo el mundo las que de manera habitual utilizan apps móviles y una de cada cuatro visitas registradas a las webs internacionales más punteras de comercio electrónico se realiza desde un dispositivo móvil.

Ante esta oportunidad de negocio, las empresas están inmersas en una carrera por hacerse con parte del mercado. De hecho, en 2012 las aplicaciones móviles corporativas experimentaron un crecimiento a escala global del 3,3%. Las empresas responden con estos desarrollos a la creciente utilización de diversos dispositivos, incluyendo móviles, en el desarrollo de un abanico cada vez más amplio de actividades. La navegación por Internet (81%), las compras online (67%), la gestión de finanzas (46%) y la planificación de viajes (43%) son en la actualidad son las principales acciones sujetas a la interacción multidispositivo.

Un mercado por explotar

En el mercado español de apps corporativas el potencial es ingente, dado el actual retraso de las empresas españolas en esta materia. De acuerdo con un análisis de Tecnológica sobre la adopción de las últimas tecnologías entre las compañías que conforman el IBEX 35, a día de hoy, poco más del 50% de las empresas dispone de una aplicación móvil.

Por sectores, el financiero ocupa una posición de liderazgo con un 88 % de empresas que ofrecen este tipo de apps, pero este porcentaje desciende hasta el 50% entre las empresas del sector IT y se reduce hasta el 20% en el sector de la construcción. Y si trasladamos este escenario al segmento de la pyme la realidad es aún más deficiente.

Con un peso en su negocio del 15%, el desarrollo de apps (iOS y Android) es, junto con el desarrollo web, la cartelería digital y los “proyectos marcianos”, una de las cuatro áreas de actividad de Tecnológica. En este ámbito, la empresa presta servicios de consultoría, diseño, experiencia de usuario (UX), desarrollo nativo para todas las plataformas, así como el apoyo y la gestión de la publicación de apps en la App Store y el Android Market. Entre sus proyectos en este campo, destacan la aplicación para iPad de RTVE y la aplicación para iPad e iPhone de Renfe.

Sobre Tecnológica

Fundada en 2003, **Tecnológica** es una empresa especializada en el desarrollo de proyectos web. Con un equipo de 40 personas y una facturación prevista para 2013 de 2,5 millones, la propuesta de servicios de Tecnológica se estructura en torno a cuatro grandes ámbitos: soluciones web, movilidad, cartelería digital y los denominados “proyectos marcianos” o iniciativas especialmente innovadoras. Tecnológica cuenta en la actualidad con 30 clientes activos dentro de una cartera que supera los 250 y que incluye referencias como Mahou, BBVA, Globalia y RTVE, entre otras. www.tecnologica.com



Para más información:

bdiComunicación

Eugenio Sanz

Lola Sánchez

91 360 46 10

eugenio@bdicomunicacion.com

lola@bdicomunicacion.com

hola@tecnologica.com