

Gestión Empresarial

Las empresas de creación de 'apps' de bajo coste seducen a las pymes

El 83% de las empresas utilizaron 'smartphones' en su negocio el año pasado

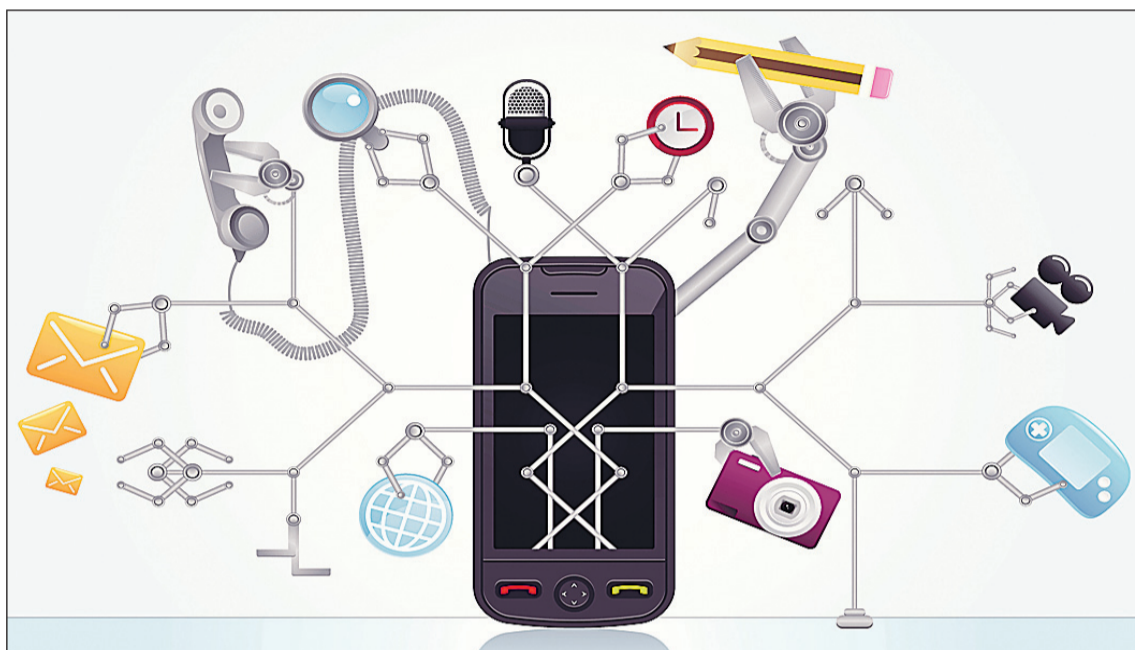
R.P.-S MADRID.

La penetración de los *smartphones* y *tablets* en las pequeñas y medianas empresas es cada vez mayor. La utilización de estos dispositivos para comprar *online* o comparar diferentes servicios empieza a ser un recurso imprescindible para las compañías. Según un estudio de Hibu elaborado por Gfk Emer, el 83 por ciento de las pymes españolas utilizan *smartphones* en su negocio y el 32 por ciento utilizan *tablets*.

El siguiente paso lógico hacia un negocio más eficiente en el mundo digital pasa ahora por las aplicaciones, sobretudo si su precio se adapta incluso al bolsillo de las microempresas. Compañías como Octopusapp, Upplication, o las más internacionales Bizness Apps o Apps Machine son algunas de las firmas que ofrecen a los emprendedores la posibilidad de crear su propia aplicación, para, dentro de una serie de parámetros y plantillas, llevar su negocio a los nuevos dispositivos.

En el caso de Isaac Blanco, dueño de la peluquería Opzon, la nueva aplicación les sale por 27 euros al mes, nueve por cada dispositivo. En el caso de esta microempresa su agencia de marketing *online* les recomendó Octopusapp, que posibilita agrupar toda la presencia *online* de la empresa, tanto en su página web como en redes sociales, en un sólo canal para el móvil.

Para Blanco, experimentar en el mundo digital es "mucho más rápi-



GETTY

The App Builder, el 'líder mundial'

Muchas de las compañías de creación de *apps* para pequeñas empresas provienen de otros países, ya que su sencilla interactividad posibilita una rápida integración en los mercados. En el caso de The App Builder, la empresa presume de ser la líder mundial de creación de *apps* personalizadas, con un total de 335.300 hasta la fecha. Muchas de estas firmas no tienen más de dos años de antigüedad, por lo que su posicionamiento en estos primeros pasos es determinante.

do y menos costoso", por lo que entrar en los dispositivos móviles fue una decisión sencilla. El problema, continúa el emprendedor, surge al querer generar una "microproducción de contenidos para todas las

plataformas, y conseguir que estos sean originales y de calidad, para poder diferenciarnos".

Por su parte, Ana Hernando, fundadora y diseñadora de *Cup. Your Choice on Top*, apostó por Upplica-

tion para aumentar su presencia *online*. Para esta experimentada emprendedora, una aplicación es una "carta de presentación buenísima" ya que "permite el contacto directo con el usuario final".

Además, explica Hernando, esta herramienta muestra el producto, fideliza al usuario y permite su participación, ya sea en acciones de marketing (concursos, ofertas...) como en la compra *online*. El precio de esta aplicación es de 50 euros al mes, algo que merece la pena según la empresaria, ya que, en las dos primeras semanas de vida, la pyme ha conseguido alrededor de 25 descargas de la aplicación.



Rompe Moldes

María Millán

Consultora en estrategia

¡NO MÁS LISTAS DE CONSEJOS PARA TRIUNFAR!

Estoy harta de tanta presión por superarnos. O de tanto entretenimiento cliché. Las listas de consejos para trabajar mejor, emprender con éxito, comer mejor, mantenerse en forma, ahorrar más o invertir mejor, mantener relaciones maravillosas con tu pareja, hijos y amigos... resultan tópicos e inútiles. Por eso, hoy por hoy, su interés simplón apela a la misma curiosidad que nos lleva a leer el horóscopo.

Entiendo que el tiempo dedicado a la lectura –y más en Internet– es reducido. Y que a todos nos abruma las mismas presiones para concretar una mejor versión de nosotros mismos.

Pero, sinceramente, los únicos cambios útiles son los que nacen de una reflexión profunda y madurada, están alineados con nuestros valores, se esbozan desde una visión y una intención real de cambio y se concretan en acciones realistas y continuas.

Las personas que cambian lo suelen hacer bien porque están viviendo una situación traumática que las obliga a ello, bien porque tienen un enfoque constructivo de sus vidas, e introducen mejoras de manera continua.

Pero puestos a mejorar, reconocamos que uno de los mayores frenos al cambio es confundir los ataques de orgullo visceral con una autoestima sana.

En España es frecuente creer que tener una autoestima sana es aceptar los defectos propios sin culpabilizarse en exceso. Asumir que la personalidad de uno es un activo fijo que las personas que nos quieren tienen la obligación de aceptar. Y, cuando es necesario, defendernos de las críticas con agresividad.

Pues señores, permítanme que les corrija. Una autoestima sana es la que reconoce los aspectos de nuestro carácter que merece la pena cambiar. La que lleva a escuchar con humildad, a crecernos ante las dificultades, a ser coherentes y sencillos.

La autoestima sana es la que lee las listas de consejos y se sonríe al reconocer que están escritas desde lo anecdótico. Y que se plantea lo útil que sería dedicar esos dos minutos de lectura a reflexionar sobre cómo ser mejores personas. No simplemente mejor que otros. Ni mejor para los otros. Sino un poquito mejor que nosotros mismos. Para nosotros mismos.

El Programa para personas enfermas de Obra Social 'la Caixa' presenta un balance saneado

Desde su puesta en marcha, han atendido a más de 51.000 enfermos y 77.000 familiares

elEconomista MADRID.

El pasado viernes Obra Social *la Caixa* presentó en Barcelona un informe-balance de su innovador Programa para la Atención Integral a Personas con Enfermedades Avanzadas, cuyo objetivo es contribuir a establecer un nuevo modelo de atención para mejorar la calidad de vida de estos pacientes. Los resultados de la evaluación científica del



proyecto, que pretende complementar los cuidados paliativos con una atención emocional, social y espiritual, pone de manifiesto que el 90 por ciento de los síntomas y necesidades psicológicas y sociales de los enfermos atendidos mejoran

con esta nueva atención. Además, por primera vez se ha realizado una encuesta a los pacientes y un 92 por ciento de los enfermos consideran que han sido muy bien atendidos.

Desde enero de 2009, 51.550 enfermos y 77.009 familiares de toda

UN PROYECTO PIONERO. El presidente de 'la Caixa', Isidro Fainé, durante una visita a un centro de atención a personas con enfermedades avanzadas, impulsado por la Obra Social 'la Caixa', que ha destinado al Programa para la Atención Integral a Personas con Enfermedades Avanzadas un presupuesto de casi 37,8 millones de euros desde 2009.

España han recibido el apoyo del programa de la Obra Social *la Caixa* a través de 29 equipos multidisciplinares que trabajan en 64 centros hospitalarios y sociosanitarios y 95 equipos domiciliarios de las 17 comunidades autónomas.