

5 claves para el desarrollo de aplicaciones móviles

Por Pablo Álvarez

Lo más importante a la hora de prestar el servicio de desarrollo de aplicaciones móviles.

Resultado de mi experiencia en el tema, comparto a continuación mis 5 claves para desarrollar aplicaciones móviles:

1. Mobile Web App versus App Nativa

Lo primero que debemos evaluar es la utilización de un sitio web desarrollado con estilos para móviles (que nos permitirá ser utilizado en dispositivos multiplataforma); o la utilización de una aplicación *Mobile* desarrollada específicamente para cada plataforma elegida (iOS, Android, Windows 8, BlackBerry, etc). Esto estará ligado a la funcionalidad esperada, a la estrategia de comunicación del cliente, al target al cual va dirigido el desarrollo y a los recursos destinados. En una descripción comparativa de ambos desarrollos podríamos citar las siguientes fortalezas y debilidades de cada opción:

	Fortalezas	Debilidades
Mobile Web App	Se desarrolla en HTML5 y CSS3 y puede ser interpretada por todos los navegadores de Internet integrados en los dispositivos, indistintamente del tipo de plataforma tecnológica. No tiene ningún proceso de aprobación previa y los usuarios ven una única versión actualizada en forma total por la empresa cliente.	Fundamentalmente una Web <i>Mobile App</i> no puede acceder a la totalidad del potencial que el hardware nos proporciona (ej. cámara de fotos o acelerómetro). Dependiendo de las funcionalidades de la aplicación esto podría convertirse en una limitación crítica. También puede ser costosa la implementación de estilos para los distintos tipos de navegadores <i>Mobile</i> . Por otro lado, no se contará con la ayuda que proporcionan los <i>App Stores</i> para que los usuarios puedan encontrar fácilmente la aplicación. Y por supuesto se necesita conexión de datos (3G o WiFi) para la navegación de la aplicación.
App Nativa	Las aplicaciones nativas pueden acceder a la totalidad de funcionalidades del hardware, utilizando como herramientas sumamente útiles las capacidades de geolocalización, acelerómetro, cámaras de video y fotos; y el multimedia del dispositivo. Por otra parte cuentan con un exhaustivo proceso de aprobación de los <i>App Stores</i> , que redundan en la calidad del producto y ayudan a los usuarios a encontrar las aplicaciones. Este es el sitio donde los usuarios están acostumbrados a buscar. Depende de la funcionalidad, y no necesitará conexión de datos.	Necesita un desarrollo en cada plataforma en la que se quiera operar (iOS, Android, Windows 8, BlackBerry, etc) con lo cual se encarece el presupuesto de producción. Mantener múltiples plataformas también incrementa el valor del mantenimiento en cuanto a actualizaciones. El proceso de aprobación puede suponer un retraso en el lanzamiento.

2. Funcionalidades simples, útiles y fáciles de utilizar

Otro aspecto importante a tener en cuenta es que las aplicaciones deben mantener un lineamiento de funcionalidades lo más simple posible, para que cada aplicación sea utilizada con repetición, ayudando al usuario en algún aspecto de su vida cotidiana. Nuestra marca quedará atada a una experiencia placentera por parte del usuario y cuanto más específica sea la funcionalidad mejor podremos focalizar los esfuerzos de producción realizando un producto de calidad.

3. Trabajo exhaustivo en el diseño gráfico de la interfaz

Las aplicaciones correctamente diseñadas y con una estética muy cuidada son agradecidas y valoradas por los usuarios acostumbrados a tener en sus manos dispositivos que han sido creados bajo ese concepto. Como diseñadores gráficos debemos interpretar las necesidades de comunicación del cliente, adecuar el *look and feel* de la marca y establecer un proceso que nos lleve a producir un buen trabajo visual.

4. Elección de la plataforma

Es importante acertar con la elección de la o las plataformas. Por ejemplo evitar centrarse sólo en iPhone. Android es la plataforma más extendida en este momento y las tablets, con iPad a la cabeza, avanzan a paso firme como opción *Mobile*. La adaptación a este tipo de dispositivos es un tema para tener muy en cuenta. Apple posee su propio sistema operativo, hardware, diseño de dispositivo, contenido, servicios y distribución a través del Apple App Store y iCloud; todo para cerrar la cadena de valor desde el chip hasta la nube. Por su parte Samsung, como representante más significativo de la plataforma Android, aporta equipos muy avanzados, con pantallas de nueva generación y procesadores muy potentes que compiten de igual a igual con los dispositivos de Apple.

5. Integración

Es fundamental integrar la estrategia *Mobile* a la estrategia de marketing y comunicación general de la empresa cliente. Asegurando el respaldo de todas las herramientas al alcance del cliente para la creación, implementación, comunicación, mantenimiento y distribución de la aplicación.

Publicado el 10/05/2013

