

TEMA 4

# Publicación y los Markets

*Programación de Dispositivos Móviles*

Estudio de Mercado

Análisis Competitivo

Publicación en Stores

Modelos de Negocio

## CONTENIDOS

---

Tema 4

### 01 Estudio de Mercado

Análisis, target, KPIs, oportunidad

### 02 Análisis Competitivo

Benchmarking, UVP, FODA, posicionamiento

### 03 Publicación en Stores

Google Play, App Store, versionado

### 04 Rollout y Actualizaciones

Staged release, monitoreo, rollback

### 05 Modelos de Negocio

Freemium, suscripción, publicidad, otros

# El Mercado de Apps en 2024: Cifras Clave

\$935B

Valor global  
del mercado

257B

Descargas anuales globales

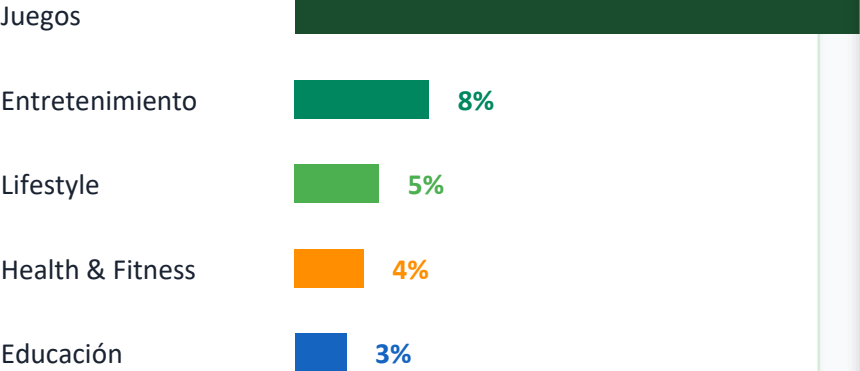
~93%

Apps gratuitas  
en las stores

\$500B+

Industria de  
aplicaciones

## Categorías por ingresos (Top 5)



## Tendencias 2024

|    |               |                                 |
|----|---------------|---------------------------------|
| SC | Suscripciones | +30% crecimiento anual          |
| AI | Apps de IA    | Boom de LLMs y asistentes       |
| HL | Salud Digital | Telemedicina, wellness, fitness |
| FT | Fintech       | Pagos móviles, cripto, banking  |
| GS | Hyper-casual  | Juegos simples y adictivos      |

# Definición del Target y User Personas

## Segmentación de mercado

### Demográfica

Edad, género, ingresos, educación

### Geográfica

País, ciudad, clima, cultura

### Psicográfica

Estilo de vida, valores, intereses

### Conductual

Uso de app, lealtad, beneficios buscados

### Tecnográfica

Dispositivo, OS, hábitos digitales

## Ejemplo de User Persona



**Ana Pérez, 28 años**

Diseñadora UX · Madrid

**Dispositivo:** iPhone 15 Pro + iPad

**Ingresos:** 35.000 €/año

**Apps/mes:** ~15 descargadas

**Paga por:** Productividad y creatividad

**Pain point:** Apps lentas o con demasiados ads

**Goal:** Flujo de trabajo optimizado

# Benchmarking y Propuesta de Valor Única

Matriz competitiva

| Feature / App   | Tu App        | Competidor A | Competidor B | Competidor C |
|-----------------|---------------|--------------|--------------|--------------|
| Precio          | Freemium      | Pago \$4.99  | Gratuito     | Suscripción  |
| Offline         | SI            | NO           | Parcial      | SI           |
| Multiplataforma | iOS + Android | Solo iOS     | Android      | Web + App    |
| Soporte         | Chat 24/7     | Email        | FAQ          | Chat 9-18h   |
| IA integrada    | SI            | NO           | NO           | SI (Beta)    |

UVP: "Para [target] que necesitan [necesidad], [tu app] es la única [categoría] que [beneficio único] a diferencia de [competencia]."

# Análisis FODA y Posicionamiento

**F**

## Fortalezas (S)

- ▶ Tecnología propia o innovadora
- ▶ Equipo con experiencia sectorial
- ▶ Bajo coste de adquisición (ASO/viral)

**O**

## Oportunidades (O)

- ▶ Mercado en crecimiento
- ▶ Vacíos que la competencia no cubre
- ▶ Tecnologías emergentes (IA, AR)

**D**

## Debilidades (W)

- ▶ Recursos limitados de marketing
- ▶ Sin historial de reseñas al lanzar
- ▶ Dependencia de terceros (APIs)

**A**

## Amenazas (T)

- ▶ Grandes players que pueden copiar
- ▶ Cambios en políticas de las stores
- ▶ Saturación del mercado objetivo

*Posicionamiento = [Para QUIÉN] + [QUÉ hace tu app] + [POR QUÉ es única] + [CONTRA QUIÉN se posiciona]*

# Google Play Console: Proceso de Publicación

## Requisitos previos

GP

### Cuenta de desarrollador

\$25 USD — pago único

KS

### APK / AAB firmado

Keystore Release + ZipAlign

SC

### Screenshots

2-8 capturas por dispositivo

IC

### Iconos y gráficos

512px icono · 1024x500 banner

PV

### Política de privacidad

URL accesible y actualizada

DS

### Data Safety

Declarar uso de datos del usuario

## Pasos de publicación

1

### Crear app en Play Console

[play.google.com/console](https://play.google.com/console) → Crear aplicación → idioma y tipo

2

### Completar ficha de Play Store

Título (30 chars), descripción corta (80), descripción larga (4000)

3

### Subir assets visuales

Capturas, icono 512px, gráfico de encabezado 1024x500

4

### Configurar categorías

Categoría, etiquetas, clasificación de contenido (IARC)

5

### Subir APK/AAB

Producción → Crear release → Upload .aab → Review

6

### Revisar y publicar

Data Safety → Precios → Enviar a revisión (1-7 días)

# App Store Connect: Proceso de Publicación

## Requisitos previos

- AC

**Apple Developer Program**  
\$99 USD/año — cuenta necesaria
- XC

**Build con Xcode**  
Firma con certificado Distribution
- SC

**Screenshots**  
Todos los tamaños de iPhone/iPad
- MD

**Metadatos completos**  
Nombre, subtítulo (30 chars), keywords
- PV

**Política de privacidad**  
URL obligatoria desde iOS 3.0
- NG

**Sin contenido prohibido**  
Revisar App Store Review Guidelines

## Google Play vs App Store

| Aspecto          | Google Play      | App Store           |
|------------------|------------------|---------------------|
| Registro         | \$25 una vez     | \$99/año            |
| Revisión         | Automática (hrs) | Manual (1-7 días)   |
| Formatos         | APK / AAB        | IPA                 |
| Porcentaje store | 15-30%           | 15-30%              |
| Staged rollout   | Sí (nativo)      | Sí (Phased Release) |
| Plataformas      | Android          | iOS / macOS / tvOS  |

Consejo: Publica primero en Google Play (revisión más rápida) para validar y recoger feedback antes del lanzamiento en App Store.



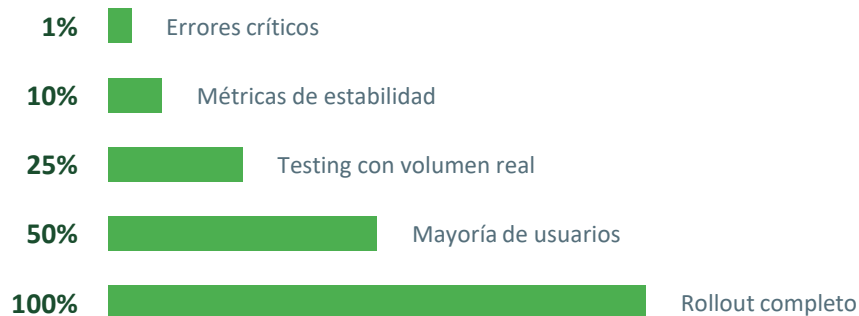
# Versionado, Staged Rollout y Monitoreo

## Semantic Versioning (SemVer)



Ejemplo: 2.4.1 = Major 2, Minor 4, Patch 1

## Staged Rollout (Google Play)



## Monitoreo post-lanzamiento

Crash Rate

< 1%

Firebase Crashlytics

ANR Rate

< 0.47%

Google Play Console

Rating

>= 4.0★

Responder a todas las reseñas

Retención D1

> 35%

Firebase Analytics

DAU/MAU

> 20%

Mide engagement activo

# Panorama: Modelos de Monetización

## FR 01. Gratuita

- + Alto volumen de descargas
- + Sin barrera de entrada
- + Facilita viralidad
- Requiere monetización alternativa
- Usuarios menos comprometidos

## PD 02. De Pago

- + Ingreso directo por descarga
- + Base de usuarios comprometida
- + Sin necesidad de ads
- Barrera alta antes de probar
- Requiere marca establecida

## FP 03. Freemium

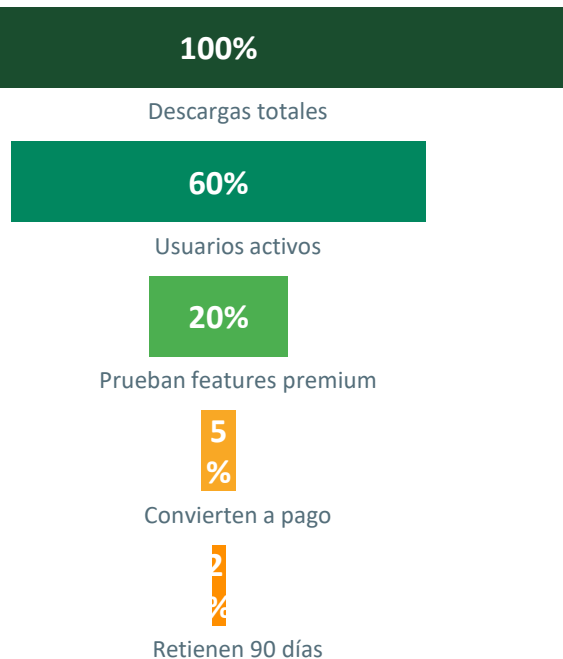
- + Gran alcance + monetización
- + Conversión escalable
- + Modelo probado
- Equilibrio difícil (free vs pago)
- Puede generar frustración

## SB 04. Suscripción

- + Ingresos recurrentes predecibles
- + LTV alto por usuario
- + Favorecida por stores
- Alto churn si no hay valor continuo
- Requiere contenido/valor constante

# Freemium, Suscripciones y Publicidad

## Embudo Freemium



## Tipos de Publicidad (AdMob)

| Tipo           | CPM       | Ingresos | Ventaja              |
|----------------|-----------|----------|----------------------|
| Banner         | \$0.3-\$2 | Bajo     | No intrusivo         |
| Interstitial   | \$3-\$8   | Medio    | Alta visibilidad     |
| Rewarded Video | \$10-\$25 | Alto     | Voluntario, mejor UX |
| Native Ads     | \$2-\$5   | Medio    | Se integra con UI    |
| App Open       | \$1-\$4   | Medio    | Al abrir la app      |

*Regla de oro: Rewarded Video genera 5-10x más que banners. Limitar frecuencia de interstitials a 1 cada 3-5 acciones del usuario para no perjudicar retención.*

# Selección del Modelo por Categoría

## Modelo recomendado según categoría de app

| Categoría          | Modelo recomendado         | ¿Por qué?                                |
|--------------------|----------------------------|------------------------------------------|
| Juegos Casual      | Gratis + Ads + IAP         | Alto volumen, monetización gradual       |
| Juegos Premium     | De pago + Contenido DLC    | Audiencia comprometida dispuesta a pagar |
| Productividad      | Freemium + Suscripción Pro | Usuarios de negocios con alto LTV        |
| Salud & Fitness    | Suscripción mensual/anual  | Motivación de hábito, fácil renovación   |
| Educación          | Freemium + Suscripción     | Valor demostrable, renovación alta       |
| Noticias/Contenido | Suscripción + Donaciones   | Modelo medios digitales probado          |

## Otros modelos de negocio

**WL**  
White Label

**SP**  
Sponsorship

**AF**  
Affiliate Mktg

**B2B**  
B2B / Enterprise

**DM**  
Data (con consent.)

# Puntos Clave

- 01 El mercado de apps mueve \$935B. Estudiar el mercado, el target y los KPIs antes de desarrollar es fundamental.
- 02 El análisis competitivo (benchmarking, FODA, UVP) determina cómo diferenciarte y posicionar tu app.
- 03 Google Play: \$25 una vez, revisión automática. App Store: \$99/año, revisión manual 1-7 días. Firmado obligatorio.
- 04 Staged rollout: empezar al 1-10% para detectar errores. Monitorear crash rate, rating, retención D1 y DAU/MAU.
- 05 Freemium + suscripción es el modelo más escalable. Rewarded Video es el formato de publicidad con mayor CPM.

## Ejercicios del Tema 4

### 1 Análisis de mercado

Investigar 3 apps competidoras: descargas, rating, precio y modelo de monetización.

### 2 User Persona

Crear una Persona detallada para tu idea de app: demografía, goals y pain points.

### 3 Matriz FODA

Elaborar análisis FODA para tu app e identificar la UVP frente a la competencia.

### 4 Ficha de Play Store

Redactar título (30 chars), descripción corta (80) y larga (4000) optimizadas para ASO.

### 5 Keystore y firma

Generar un keystore de release, firmar el APK y comprobar con apksigner.

### 6 Modelo de negocio

Diseñar el modelo de monetización y proyectar ingresos a 12 meses con supuestos.

### 7 Plan de lanzamiento

Definir estrategia de staged rollout, métricas de éxito y plan de rollback de emergencia.