



ABC Tecnología - Aplicaciones

[ESPAÑA](#) [INTERNACIONAL](#) [ECONOMÍA](#) [OPINIÓN](#) [DEPORTES](#) [CONOCER](#) [GENTE&ESTILO](#) [CULTURA&OCIO](#) [MULTIMEDIA](#) [SERVICIOS](#) [EDICIONES](#) [ABCSEVILLA](#)
[PORTADA](#) [INFORMÁTICA](#) [MÓVILES](#) [ELECTRÓNICA](#) [REDES](#) [VIDEOJUEGOS](#) [BLOGS](#) [CONSULTORIO](#)

Publicidad

ANÁLISIS

WhatsApp: la gratuidad como tótem

» La popular aplicación de chat, que está cerca de romper la barrera de los mil millones de usuarios, pone el foco en el entorno corporativo como nueva vía mientras renuncia al pago por descarga



Compartir



Compartido 31 veces

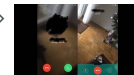
CONTENIDOS RELACIONADOS



La crisis de WhatsApp: se aceleran los bloqueos



WhatsApp dejará de ser de pago



WhatsApp: las videollamadas podrían llegar en 2016



Facebook Messenger supera ya los 800 millones de usuarios



J.M.SÁNCHEZMadrid - 20/01/2016 a las 21:52:11h. - Act. a las **12:01:50h.**

Guardado en: [Tecnología](#), [Aplicaciones](#) - Temas: [Microsoft](#), [José Manuel Sánchez Daze](#), [Redes sociales](#), [Sistemas operativos](#), [WhatsApp](#)

Nada a corto plazo. Sin publicidad. Sin más servicios que la capacidad de enviar mensajes. WhatsApp es el paradigma de irracionalidad empresarial. Facebook pagó por esta aplicación más de 19.000 millones de euros. Se dice pronto, pero representa una cantidad superior al Producto Interior Bruto de un país como Honduras. Tras años aumentando su base de usuarios (alcanzará mil millones próximamente) la operación financiera perfeñada por la compañía americana sigue sin cuajar en la cuadrículada mente de un economista.

El profesor del Instituto de Empresa y considerado gurú de internet **Enrique Dans** incluso escribía recientemente un [artículo](#) en su blog cuestionando las razones de la [operación financiera firmada en 2014](#). Como él, **tantos otros**. Aunque se desconoce el desglose de los balances de Facebook, en el primer año de la adquisición se registraron pérdidas cercanas de 230 millones de euros. El pago por descarga de la aplicación recibió una cantidad meramente testimonial, [de tan solo 16 millones de euros](#). Es decir, se estima que solo el 3% de sus usuarios llegó a pagar en algún momento por su uso. No había (ni hay, por lo que se habla en el sector) [de obtener beneficios](#).

Se ha producido un giro. WhatsApp, tras años de controversia, [ha anunciado](#) que ofrecerá su servicio de forma gratuita. Gratis y para siempre. Para ello orientará algunos aspectos estratégicos para convertirse en un servicio basado en el concepto Business to Consumer (B2C), es decir, del negocio al cliente. Esta idea, fraguada previamente en Facebook Messenger, permitirá, no obstante, ayudar a las empresas a estrechar lazos

Publicidad

TEMAS RELACIONADOS

[MICROSOFT](#) [JOSÉ MANUEL SÁNCHEZ DAZE](#)
[REDES SOCIALES](#) [SISTEMAS OPERATIVOS](#)
[WHATSAPP](#)

Lotería de «El Niño» 2016

Primer premio

22654

Segundo premio

60755

Tercer premio

95395

como servicio técnico online con sus consumidores. Al margen del desarrollo tecnológico de las aplicaciones, qué modelo de negocio subyace a este nuevo paso. El fundador de WhatsApp, **Jan Koum**, se anticipó a confirmar que, de momento, no han comenzado a trabajar aún en este nuevo servicio, pero sí dejó claro que se experimentará con nuevas formas de negocio.

La sensación persistente es que la empresa se ha centrado más en aumentar la base de usuarios que de darle a la palanca de los billetes. «No creo que Facebook pretenda sacarle rentabilidad económica», asegura a este diario **Carles Garrigues**, director del máster de desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles de la UOC. A su juicio, el objetivo de esta compra ha sido más intentar «sacarle notoriedad» y adelantarse a una posible compra por parte de la competencia. «Creo que fue más por miedo que les acabara robando protagonismo o la comprara otra empresa. WhatsApp no tenía claro que iba a un modelo de negocio revolucionario ni que iba a recuperar la inversión».

“

«Lo que Facebook busca es ser el dominador total de la comunicación. Por eso pone en marcha iniciativas en el tercer mundo y compra WhatsApp»

Carles Garrigues

«Era evidente que el modelo de negocio de cobrar por usar la aplicación no era beneficioso. Podría haber provocado que creciera otra plataforma. La mayor ventaja competitiva de un servicio online es el número de usuarios. **Realmente, tu prioridad es no perderlos, sino ganarlos cada día**», subraya este experto. Y sí lo ha conseguido. En manos de Facebook, la aplicación de chat por excelencia ha pasado de utilizarse por 450 millones de personas a rozar los mil millones.

Aunque no ha trascendido la fórmula, un nuevo mecanismo para conectar empresas y consumidores podrían aumentar los ingresos. Se especula con servicio premium en donde las empresas desembolsen una cantidad por utilizar una herramienta con ventaja competitiva. «Lo que Facebook está buscando es ser el dominador total de la comunicación. Por eso pone en marcha iniciativas en el tercer mundo y compra WhatsApp. **En el momento en el que sean números uno podrán sacar un rendimiento mayor a otros negocios que sí le dan dinero**», matiza.

En lugar de convertirse en un canal de comunicación interna tipo Yammer (Microsoft), miran hacia otro lado porque han comprobado que ya existen numerosas empresas que utilizan WhatsApp para ayudar a sus clientes. **«Por ejemplo, comunicarse con tu banco si una transacción ha sido errónea o con la aerolínea si el vuelo se ha retrasado**. Nos comunicamos por mensajes y llamadas y queremos probar nuevas herramientas para hacer WhatsApp más fácil y potente, brindando al mismo tiempo una experiencia sin publicidad de terceros ni spam», adelantó Jan Koum durante su intervención en las jornadas Digital-Life-Design DLD.

Precisamente, Facebook ha comenzado a probar esta filosofía en Messenger. «Tratamos de probar lo que funciona para el usuario en las empresas. Abrimos la plataforma a veinte usuarios de prueba pertenecientes al sector del comercio electrónico para ensayar sobre los diferentes modos de interacción», insistía recientemente **David Marcus**, vicepresidente de productos de mensajería

Otros servicios con características similares como Line, Kakao, Snapchat o WeChat han luchado por encontrar distintas maneras de **hacer dinero como los videojuegos, la personalización o las cuentas oficiales de usuarios corporativos**. Sin embargo, para esas aplicaciones es importante y supone un gran desafío asegurarse de que esos esfuerzos para generar ingresos no socavarán su atractivo como instrumentos de comunicación.

> [Toda la actualidad en portada](#)

Comprueba tu número



> [Ver las terminaciones de dos cifras, de tres y las extracciones especiales](#)

Publicidad

APLICACIÓN DEL DÍA



Washrocks, para hacer la colada

VALORACIÓN ★★★★★

VIDEOJUEGOS



WII U

Star Wars rompe la cuarta pared de los videojuegos

Los escenarios de «El despertar de la fuerza» se suman al reparto del infantil «Disney Infinity 3.0» con alicientes para los fans de la saga

L.CANO

- > «Just Cause 3»: el fuego como aliado
- > «Juego de Tronos»: del hielo, hierro
- > «Tearaway: Unfolded»: original
- > «Star Wars: Battlefront»: lejana galaxia

LOS MEJORES...

Las mejores «apps» de productividad para el Apple Watch

Publicidad

BLOGS DE CIENCIA

FRIKIPANDI BLOG DE TECNOLOGÍA

Twitter se cae en todo el mundo

POR JUAN CASCON BAÑOS

LO MÁS LEÍDO EN...

ABC.es

Tecnología

Publicidad

El mensaje de Donald Trump a