# 1.2 Modelo de tienda de aplicaciones OS X

La tienda de aplicaciones para todo dispositivo de Apple como son iPhone, iPad, iPhone Touch, tvOS es al App Store o Mac App Store esta tienda permite que los usuarios buscar y descargar aplicaciones informáticas de iTunes Store o Mac Store en el caso de Mac OS X, desarrolladas con las librerias que Apple nos proporciona en nuestro caso seria Cocoa (Appkit) y publicadas por el. Estas aplicaciones están disponibles para ser compradas o bien gratuitas, dependiendo de cada una. Las aplicaciones pueden ser descargadas directamente desde cualquier dispositivo ya mencionado anteriormente.

**Pricing**  
Generalmente, cuando la aplicación no es gratuita cuesta menos de un dólar (13 pesos). “Éste se ha convertido en un número mágico para muchos negocios”, dice Sucharita Mulpuru, analista en la firma de investigación Forrester, destacando que antes de la App Store ya existía el precio de iTunes por descarga de canción. Otro gigante tecnológico que ha apostado esta lógica de pricing es Amazon, que ofrece muchos e-books por menos de un dólar para su lector Kindle.   
  
Se afirma que la ventaja de esta estrategia de pricing es que “es un micropago, por lo tanto es algo en lo que ni siquiera piensas”. Pero asegura que es la mejor estrategia para grandes empresas que tienen un gran volumen de ventas. “Tienes que vender mucho de lo que estés vendiendo para ganar dinero”, dice. Sin embargo, al reducir la fricción de pago (es decir, la resistencia del consumidor a pagar con dinero que le costó ganar) Apple cambió el juego.

**Entrega de producto**  
En cuanto a la forma en que se adquieren los productos, la App Store también impulsó a las empresas a reinventarse para crear ofertas en el espacio digital. “Amazon fue el rey de entrega de libros al hogar”, dice Blau. “Ahora también recibes e-books”.   
  
De manera similar, las marcas impresas como la revista Wired ha desarrollado aplicaciones para entregar contenido personalizado a sus lectores. Y las revistas tradicionales ahora están forzadas a competir con apps gratuitas como Flipboard y Freely, que mimetizan la experiencia de leer una revista mientras que también abstraen información de redes sociales, blogs y otras fuentes.   
  
La expectativa ahora es que la entrega de productos debe ser instantánea y accesible desde cualquier lugar, dice Blau. Y se lo debemos en buena parte a App Store.

**Venta**  
Con la gran mayoría de las aplicaciones son ofrecidas gratuitamente pero tambien algunas veces con costo. Las empresas se han tornado hacia un modelo de negocios en que los clientes pagan por funcionalidades extras. “Atraes al usuario con cierta cantidad de contenido gratuito y si le gusta, ahí es cuando el gancho funciona y estará dispuesto a pagar un dólar por más”, dice Blau. Por ejemplo, en Hipstamatic, una app para tomar fotos, los usuarios podrían pagar más por filtros y lentes especiales; en un juego móvil, las transacciones podrían desbloquear niveles o armas.   
  
Existen aplicaciones costosas, pero por lo general son de nicho y se dirigen a personas dispuestas a pagar ese dinero, señala Blau. El modelo ‘freemium’ es el dominante; también se le conoce como “modelo de navajas de rastrillo”, ya que mientras que los rastrillos son baratos, las navajas son caras. Y Apple ha provisto la plataforma en la que este modelo de negocio funciona.

**Marketing**  
Cuando se trata de iniciativas de marketing, la Mac Store ha sido un arma de doble filo. Mientras que creó una nueva plataforma para la publicidad, también creó un problema para las marcas, básicamente tratándose de cómo aparecer al principio de los resultados de búsqueda en la tienda de Apple, dice Blau. La dinámica es parecida a las búsquedas de palabras clave de Google: si no estás en las primeras cinco o 10, la gente probablemente no te encontrará.   
  
“Muchas veces me dicen el nombre de la app e incluso así no la encuentro”, dice Mulpuru. Pero aunque puede ser difícil atraer nuevos usuarios, lo cierto es que las aplicaciones son excelentes herramientas para generar lealtad en los clientes. Mulpuru usa a [Pinterest](http://soyentrepreneur.com/24961-10-preguntas-para-crear-tu-pagina-en-pinterest.html) y Houzz, una app de ideas de decoración y diseño de interiores, como ejemplos sobre cómo el contenido actualizado constantemente motiva a los clientes a regresar regularmente, convirtiendo la app en parte de su vida diaria.   
  
“Tienen mucho contenido y lo mueven constantemente para mejorar su exposición”, dice Mulpuru. De esta forma, la empresa cautiva a los usuarios sin pasar mucho tiempo desarrollando nuevo contenido.

**Publicación**

**App Store:**La posibilidad de subir una aplicación a Mac Store pasa por estar dado de alta y pagar una subscripción anual

**Procedimientos de publicación:**

Apple emite un certificado con él se debe firmar la aplicación antes de subirla.

En función a su política decide si la aplicación puede ser publicada o no (demora varios días).

Retiene un 30% del beneficio obtenido a través de su servicio.

Links de referencia

<https://www.entrepreneur.com/article/266127>

<http://appdesignbook.com/es/contenidos/las-aplicaciones/>

# 1.3 Modelo de desarrollo en casa (in-house) de aplicaciones OS X

El desarrollo "in house" o hecho en casa generalmente empieza desde "cero", entendiendo que se conocen las necesidades y que es posible hacerlo, el desarrollo podría resultar largo, tedioso y costoso. Debido a que no se llega a tener el compromiso real por parte de la empresa para con el equipo encargado del desarrollo y que quizás el software desarrollado en caso no sigue las mejores prácticas de desarrollo, por no contar con la experiencia necesaria en desarrollo de proyectos y porque a pesar de ser una tarea que requiere casi un 100% de dedicación, la misma debe ser compartida con las funciones propias de las personas del área informática en la empresa. Lo cual lleva a demorar el desarrollo del proyecto y esto incrementa el costo del mismo.

La tecnología y el mundo de los negocios tienen cambios constantemente, así que la organización tendrá que adecuarse a estos cambios y por ende el sistema que se está desarrollando, lo que implica realizar ajustes en el sistema y cubrir los costos que esto implica. Estudios han demostrado que los costos de mantenimiento a largo plazo de un sistema propio implican tres o cuatro veces  más del costo original del software.

Lo cual nos lleva a pensar seriamente si se lleva a cabo este desarrollo " in house", esto sin el ánimo de desalentar a nadie, ya que también considero que es posible realizar cualquier desarrollo, tomando pautas y buenas prácticas en desarrollo de un sistema.

# Otro termino que se describiría el modelo de desarrollo in-house es la realización de una actividad u operación dentro de una empresa, en lugar de depender de una contratación externa. Una empresa utiliza sus propios empleados y el tiempo para mantener una actividad de división o un negocio.

# Links de referencias

# <https://www.apple.com/es/ipad/business/docs/In-house_App_Accelerator_Guide_ES_Apr11.pdf>

# <https://www.apple.com/la/iphone/business/docs/In-house_App_Accelerator_Guide.pdf>

# <http://www.hanantek.com/Software_en_Casa_Comercial_CodigoAbierto>

<https://developer.xamarin.com/guides/ios/deployment,_testing,_and_metrics/app_distribution/in-house-distribution/>