

La app nuestra de cada día

King of App es una plataforma de creación de aplicaciones para que diseñadores y programadores encuentren un punto de convergencia en sus necesidades.

V. Bustos

El primer mobile CMS open-source, el WordPress de las apps, o un editor de aplicaciones. Pero también un reino, una comunidad, o una tienda. De todas estas maneras define Xavier Barata (uno de los fundadores junto a Oriol Riera, José Vicente Sogorb e Isaac Tinto), la labor de King of App. "Cuando una empresa quiere una aplicación acude a un profesional para que se la monte, así como la campaña de publicidad. Nosotros nacimos para que tenerla sea tan normal como poseer una web", subraya.

Todo comenzó hace dos años, cuando sus creadores elaboraron una primera maqueta de funcionamiento. Con la misma querían demostrar que se podían hacer apps muy baratas. "Levantamos capital para crear el primer CMS [Content Management System], en concreto, 240.000 euros. Ahora hemos conseguido otros 500.000 que nos permitirá hacer el lanzamiento mundial del proyecto", acota Barata. ¿Y cómo funciona? Como una comunidad abierta, viva, dinámica y versátil apta tanto para programadores como para diseñadores. "Queremos ser el WordPress de la tecnología móvil y lo hacemos ofreciendo una plataforma de código abierto que haga posible a todo el mundo tener una app sin necesidad de invertir grandes sumas de dinero", indica el cofundador. Según sus cálculos, el ahorro que puede conseguir una marca que quiere crear una aplicación para un hecho concreto está entre los 1.500 y los 2.000 euros si usan su herramienta o si la encargan ex proceso. "Lo que intentamos es democratizar este mundo", añade.

Su carta de presentación son unas plantillas, básicas o más complejas. A las mismas se añaden una serie de servicios. "El mercado es de todos. Yo lo que hago es poner la base para trabajar de manera conjunta", manifiesta Xavier Barata. Por eso, definen su negocio como una gran comunidad profesional en torno a la herramienta. Un dato: elaborar una aplicación tiene un coste aproximado de unos 3.000 euros. Gracias a su forma de trabajar, esa cifra se puede rebajar a unos 250 euros al año. También los costes de mantenimiento son más bajos, ya que por solo unos diez euros al mes todo está actualizado.

De momento, y en solo mes y medio a pleno rendimiento, ya tienen más de 500 usuarios, y han pasado de su Lleida natal a abrir una oficina en Madrid, una delegación comercial en San Francisco, y a finales de año, esperan hacer lo propio en Nueva York. "En Estados Unidos comprenden mejor la parte creativa, se confía más en las ideas que en los números. Esto último es más habitual en España. Allí están más acostumbrados a saber cómo justificar el proyecto ante los inversores", apunta Barata. Por último, no duda en afirmar que lo más complicado de todo ha sido desarrollar la tecnología, que no tuviera agujeros de seguridad, que fuera fácil de entender, y rápida de trabajar. "Llegar a ese nivel de sencillez es lo que más nos ha costado", concluye.