



LECCIÓN 17: ¿MÁS APPS O MENOS?

Es obvio que las barreras de entrada para hacer una *app* se desploman, y la teoría dice que cuando eso pasa, entran más jugadores.

¿Pero seguiremos el mismo patrón? ¿Es buena idea partir con una *app*?

Hay un fenómeno que es interesante y pone en duda esa tesis: antes pagabas por un convertor de PDF a Word o al menos tenías que googlear para encontrar el que era gratis, hoy lo resuelve cualquier LLM como Claude o ChatGPT en segundos. Antes abrías Canva para diseñar, ahora Claude Design lo hace en el mismo chat. De hecho, Figma ya perdió valor de mercado por lo efectiva de esta nueva solución. Esto da a entender que, al menos en el B2C, podríamos estar observando más concentración que atomización.

Queda el B2B, donde la seguridad, el cumplimiento normativo y el humano que acompaña todavía pesan más que el precio. Parece haber espacio para nuevos. Salvo que Claude B2B o ChatGPT B2B sean los nuevos Oracle, SAP e IBM, pero mucho más agresivos con los pequeños entrantes.

¿Qué podría blindar entonces a una nueva solución?

La *data* propietaria es una opción. Una inteligencia artificial entrenada con expedientes médicos chilenos le gana a un modelo genérico, siempre. Pero ahí aparece el viejo dilema del huevo y la gallina: para acumular *data* necesitas usuarios, y para atraer usuarios necesitas *data* buena. ¿Y si la gente ya usó mucho los LLM ya instalados y ganaron la competencia sin saberlo?

Tengo dudas honestas. Veo emprendedores lanzando productos cada semana con equipos diminutos. También veo gigantes tragándose categorías enteras en una actualización.

¿El mercado de *apps* se atomiza o se concentra? No es mi intención solo quedarme en la duda filosófica. Es más bien cómo son las nuevas estrategias de entrada al mercado de nuestros queridos emprendedores.

No me atrevo a dar un veredicto. Demasiados argumentos pro y contra. ¿Qué apuestan ustedes?