



iTunes Store con música y películas. Foto: Apple

del equipo de Jonathan Ive, con un cambio de aspecto de los botones que en la cuarta generación desaparecerían para integrarse de lleno en la rueda central táctil, uno de los más relevantes factores del triunfo de este reproductor. A excepción del reciente iPod Shuffle y del nuevo iPod Touch, todas las versiones del dispositivo de Apple han integrado este sistema de navegación cautivador para los usuarios. En cuanto a los dos anteriormente comentados, Shuffle y Touch, son en realidad principio y final de la gama. Shuffle no dispone de pantalla, es el más pequeño y ligero de la familia y cuenta con poco espacio de almacenamiento, pero es la forma que ha tenido la compañía de apostar por atraer a un público con menos recursos hacia la filosofía Apple. El iPod Touch, por su parte, ha eliminado la rueda para integrar en todo su cuerpo una pantalla táctil, a semejanza del iPhone, aunque sin la funcionalidad de teléfono.

Además del reproductor como tal, las ventas se han visto enormemente ampliadas gracias a otras empresas que han sabido aprovecharse de las grandes cualidades comerciales de Apple en el campo de la reproducción multimedia portátil. Es el caso de Logitech, Creative o Altec Lansing con los altavoces específicos para el reproductor, aunque por otro lado también existen otros dispositivos totalmente diferentes. Nike, la firma deportiva, formó alianza estratégica con la empresa de la manzana lanzando un set con el que música y deporte se daban la

mano. Gracias a éste, un dispositivo que se coloca en las zapatillas deportivas transmite la información de velocidad y distancia a un adaptador agregado al reproductor mientras se realiza actividad física, y se escucha la música favorita acompañada por el propio ritmo del deportista. Así, además de amenizar la práctica deportiva, el usuario que adquiere este adaptador para el iPod puede controlar su esfuerzo diario.

El software, la otra ventaja del iPod

Sin duda, las ventas de iPod deben en gran medida su éxito al desarrollo de iTunes, tanto como la música le debe el fomento de las descargas legales a iTunes. Frente a las descargas "ilegales" de música, la compañía Apple ha apostado por la venta de música legal a un precio moderado, con descarga directa al reproductor y sincronización entre las compras y la memoria del aparato, gracias a iTunes Music Store. Desde la tercera generación de iPods, en la que se incorporó el software iTunes para PCs bajo sistema operativo Windows, que provocó un aumento instantáneo de compradores que anteriormente habían desestimado la adquisición al no poseer un ordenador Macintosh. Gracias a ofrecer iTunes para Windows los usuarios han adquirido iPods, y tras la compra, muchos se han volcado a la adquisición de música. El reproductor se ha ganado la reputación de sencillez y buena organización, y se ha convertido en el favorito de los usuarios de iPod.

Más calidad

Tras una fuerte aceleración del mercado en años anteriores, donde los usuarios entraban en el sector mediante la compra de reproductores de gama baja, y por tanto también de precio reducido, ahora llega el momento en el que, al igual que ha sucedido en la fotografía digital, el usuario busca más prestaciones, más calidad, y está dispuesto a pagar un poco más. Obviamente siguen existiendo usuarios que apuestan por la gama baja para iniciarse en el amplio mundo de la reproducción portátil, lo que ha provocado que a pesar del considerable aumento en las unidades vendidas, el precio medio del aparato registre un leve descenso. Sin embargo, el mercado cuenta con otra fuente fundamental de ingresos, aunque ha perdido un poco de fuerza ya que, en este caso, la reposición se realiza de una forma más progresiva. Es el segmento de los altavoces, que posibilitan que el pequeño reproductor sustituya a las minicadenas y radiocassettes en el hogar, dejando un mayor margen de beneficio a la tienda debido al alto precio de estos potentes sistemas de sonido. Se estima que para el próximo año, solo los propietarios de un iPod gasten aproximadamente 100 dólares americanos en accesorios para éste.

Tras una fuerte aceleración del mercado en años anteriores, hoy los usuarios buscan más prestaciones en su nuevo dispositivo

Ser o estar
Formar parte de algo
Pertener a una comunidad

Bienvenidos al futuro con Blusens



Blusens.G14
Bluetooth + WiFi
Música.Vídeo.Fotos

www.blusens.com | www.blugeneration.com

be: different

VENTAS DE UNIDADES PORTÁTILES												
	UNIDADES (miles de unidades)						VALOR (miles de euros)					
	ENE'06 DIC'06	ENE'07 DIC'07	%	DIC'06	DIC'07	%	ENE'06 DIC'06	ENE'07 DIC'07	%	DIC'06	DIC'07	%
RADIOCASSETTE	884,1	812,9	-8,1	128,7	121,8	-5,4	46163,0	41170,0	-10,8	6569,0	5776,0	-12,1
RADIO DESPERTA-DOR	592,5	597,8	0,9	95,3	95,5	0,2	13523,0	13737,0	1,6	2205,0	2698,0	22,4
ESTÉREO DE BOLSILLO	377,0	341,7	-9,4	50,8	46,8	-7,9	9639,0	8030,0	-16,7	1291,0	1219,0	-5,6
CD PORTÁTIL	332,3	137,9	-58,5	30,8	12,4	-59,7	13493,0	5157,0	-61,8	1158,0	487,0	-57,9
MP3 + MP4	3111,7	3481,2	11,7	690,1	578,7	-16,1	248842,0	277734,0	-2,5	59205,0	50017,0	-15,5
TOTAL							367660,0	345828,0	-5,9	70428,0	60197,0	-14,5

Elaboración Protiendas con datos GfK. Periodo Enero-Octubre 2006-2007



VENTAS DE UNIDADES PORTÁTILES						
	PRECIO MEDIO					
	ENE'06 DIC'06	ENE'07 DIC'07	%	DIC'06	DIC'07	%
RADIOCASSETTE	52,2	50,6	-3,0	51,0	47,4	-7,1
RADIO DESPERTA-DOR	22,8	23,0	0,7	23,1	28,3	22,1
ESTÉREO DE BOLSILLO	25,6	23,5	-8,1	25,4	26,0	2,5
CD PORTÁTIL	40,6	37,4	-7,9	37,6	39,3	4,5
MP3 + MP4	91,4	79,8	-12,7	85,8	86,4	0,7

El mercado ha crecido en unidades vendidas durante el último año, aunque ha bajado en valor de éstas. La causa es el precio medio, que ha bajado considerablemente, aunque se espera un repunte en el gasto a medida que vayan desapareciendo las opciones más económicas

El canon digital

El “Canon”, tan de moda en los últimos meses, es un cantidad de dinero de pago forzado que se aplica a todos los equipos y soportes electrónicos, o dicho de otra manera, un impuesto que compensa “el derecho a realizar copias privadas de los contenidos que adquirimos legalmente”, según se cita en el artículo 25 introducido en 2006 tras la reforma de la Ley de Propiedad Intelectual (LPI). Por tanto, esta tasa la pagan los ciudadanos cada vez que adquieren un producto electrónico gravado, que pasa a manos de fabricantes o distribuidores y que éstos a su vez han de abonar a las entidades privadas de gestión de derechos. Los problemas de este impuesto son básicamente tres: a) es indiscriminado, es decir, que grava tanto la copia de contenidos como el desarrollo privado de información; b) las asociaciones que recogerán el dinero recaudado no reúnen a todos los artistas; y c) el precio del canon supone más de la mitad del valor real del producto en algunos casos, como el de un DVD grabable.

De la teoría a la práctica, la realidad es que estos tres inconvenientes que persiguen al canon son claros para todos los usuarios:

a) Si un usuario decide grabar fotografías de un viaje vacacional en un DVD para su familia, está pagando canon por el soporte. Y si decide imprimir algunas para enmarcarlas, también estará gravada la impresora. Si además suele hacer copias de seguridad en un disco duro externo en el que almacena toda su información, esta memoria física también contará con un suplemento en su precio. De hecho, habrá pagado “derechos de autor” por información propia en todos los casos.

b) El dinero del canon lo recaudan solo algunas entidades de gestión de derechos de autor, por lo que los artistas suscritos a otras o que publican sus trabajos bajo otras fórmulas como Copyleft o Creative Commons, no percibirán ningún dinero de ese canon, que también grava su labor.

c) El importe del canon:

Importes del canon			
Fuente: Elaboración protiendas en base al canon de la LPI	Precio	Canon	
	Con iva	Sin iva	Con iva
CD-R 74 min (cada unidad)	0,40 €	0,22 €	0,26 €
CD-R 80 min (cada unidad)	0,50 €	0,24 €	0,28 €
DVD+R SL (cada unidad)	0,65 €	0,60 € (1,20 € [4])	0,70 € (1,39 € [4])
Tarrina de 50 CD-R 80 min	0,28 €	12 €	13,92 €
Tarrina de 25 DVD+R	0,59 €	15 € (30 € [4])	17,40 € (34,80 € [4])
Tarjeta de memoria SD 512MiB	4,27 €	1,92 €	2,23 €
Reproductor MP3 con tarjeta de memoria de 512 MiB	12,37 €	2,52 €	2,92 €
Regrabadora de DVD 16x	28,65 €	6,61 €	7,67 €
Equipo de música con dos fuentes de grabación (radio+CD)	46 €	1,20 €	1,40 €
Equipo grabador de vídeo VHS o de DVD	115 €	6,61 €	7,67 €
Cinta virgen de vídeo de 180 minutos	3,75 €	0,90 €	1,04 €
Cinta virgen de audio de 90 minutos	2,90 €	0,27 €	0,31 €

* MP3: 32MiB = 40 minutos de audio (96 kbps).
* CD-A: 525MiB = 1 hora de audio.
* DVD: 4483MiB = 2 horas de vídeo (4 horas de vídeo[4])

La fuerza de un formato

Es tal la importancia que han obtenido los distintos formatos de compresión de música que hoy se han integrado en prácticamente todas las parcelas de nuestra vida. Así, hoy descubrimos que casi cualquier aparato que nos rodea ha conseguido incorporar de algún modo la manera de combinarse con un reproductor MP3.

Las televisiones ya cuentan con entrada de audio, gracias a la que conectando un simple cable de 3,5 entre ambos dispositivos son capaces de reproducir el sonido del reproductor, pudiendo llenar la sala donde se encuentra la TV de nuestra música favorita. Algunos modelos de pantallas disponen además de un programa especial que crea ambiente con efectos visuales mientras emite la música seleccionada.

Los sistemas de altavoces han recogido a la perfección la mentalidad de los reproductores: cada vez más estéticos, más potentes y más

reproducir los archivos de música desde otras fuentes. Más allá de los reproductores, gracias a esta conexión universal pueden recoger información de lápices de memoria, tarjetas, discos duros... Cualquier fuente es accesible para disponer de la música preferida sin necesidad de grabarla en un soporte óptico, con las limitaciones de espacio que esto supone.



Lo más comprado

Según datos de la consultora GfK, en cuanto a tipo de memoria, la flash integrada arrasa en el segmento, dado su bajo coste y peso, su duración y posibilidades de capacidad. Sin embargo, en cuanto a reproductores de gama más alta, aquellos que disponen de visualización de vídeo, el disco duro integrado obtiene algo más de cuota de utilización, dado que aumentan considerablemente el espacio posible en memoria, pudiendo albergar más vídeos que con memoria flash quedaría ligeramente limitado.

El precio medio hace honor a su nombre. Según la consultora, esta cifra ronda los 90 euros, más o menos el precio medio entre un reproductor de gama media-alta, alrededor de los 150 o 200 €, y uno de gama baja y poca memoria, en torno a unos 15 o 20 €.

La capacidad ha crecido considerablemente, ya que apenas existen reproductores de 512 MB, cuando hace solo dos años eran el referente en el mercado. La gran acogida de estos reproductores ha hecho que crezca con fuerza la demanda de capacidad, y hoy el estándar son 4 Gb, aunque aún se siguen comprando reproductores con menor capacidad debido a su bajo precio, ya que supone un buen regalo con un coste moderado para el comprador.



pequeños. Son casi elementos decorativos del hogar y cuentan en su mayoría con ranuras especiales para conectar los dispositivos más populares. Teniendo en cuenta sus funciones, su precio depende en gran medida de las tareas que sean capaces de realizar, ya que existe una amplia gama: desde los simples altavoces hasta aquellos que integran vídeo, radio, despertador, etc.

Las cadenas musicales, sea cual sea su tamaño, no se encuentran ya casi sin entrada de audio o conexión USB, con las que poder

son capaces de leer las pequeñas tarjetas de memoria.



Aunque los consumidores siguen adquiriendo los reproductores de características estándar, se hace notar un repunte hacia la gama media-alta por parte de aquellos que quieren mejorar el dispositivo que ya tienen