



FOTO: GRUNDIG

Audio Digital: Revolución sonora

La revolución del audio se ha extendido de los bolsillos a los salones. La enorme difusión de los dispositivos portátiles de música capaces de reproducir formatos de compresión digital de audio -como MP3, el más famoso de todos ellos- ha extendido al hogar la popularidad del sonido digital. Los dispositivos portátiles ofrecen cada vez más prestaciones, mientras que las viejas cadenas de música se han quedado obsoletas frente a los nuevos aparatos que reproducen todo tipo de formatos. Y el soporte físico de audio es cada vez más prescindible.

Es la evolución natural de la tecnología. El CD acabó con el vinilo, la cassette y el disquete; el DVD, con la cinta de VHS y el CD; los televisores LED están acabando con el LCD y plasma, y estos a su vez acabaron con los CRT... Ahora le toca al soporte físico de audio. Los pequeños reproductores portátiles nos han acostumbrado a poder disponer de una cantidad enorme de música en cualquier lugar y sin tener que acarrear con decenas de discos. Y esto se está extendiendo al hogar. “Hemos vivido la revolución de la TV plana y ahora nos toca la del audio. Se han renovado todos los televisores de la casa, adaptándolos a nuevas pulgadas y tecnologías, pero no es así en lo que respecta al audio. El formato de audio físico está desapareciendo y la mayoría de nuestros equipos de música de casa no son compatibles con estos nuevos formatos de audio comprimido -MP3, WMA, ACC, OGG...- o sin comprimir -FLAC-”, explica Raúl Centeno, Product Manager HBG-Home Products de Pioneer Electronics Ibérica. Igualmente, Alfred Lozano, Director de Marketing de Sharp Electrónica España, considera que “la llegada del audio digital al hogar ha supuesto una auténtica revolución porque ha permitido acercar la música al consumidor. Una de las principales ventajas es que, gracias a los formatos de compresión se ha conseguido que los archivos ocupen menos espacio, manteniendo la calidad. De este modo, se pueden almacenar muchos más archivos”.

Además, ¿para qué tener centenares de discos ocupando espacio y cogiendo polvo si podemos tener la misma música en formato digital? “La llegada del audio digital cambió totalmente la forma de consumir música y almacenarla. Lejos quedan ya las torres para CD o las cajoneras para los vinilos, objetos que han pasado ahora a ser casi de coleccionista”, se indica desde Energy Sistem Soyntec. Evidentemente, aquellos álbumes que más apreciamos, seguiremos interesados en comprarlos y tenerlos físicamente para coleccionarlos y conservarlos. Pero tal vez ahora prefiramos no adquirir todo el disco de un artista que no es de nuestros favoritos pero que tiene una canción que sí nos gusta o que nos interesa para un momento puntual como una cena, una fiesta, etc. ¿Para qué comprar todo el disco cuando puedo descargar sólo esa canción y almacenarla en algunos de mis equipos digitales? Éste es quizá otro de los grandes cambios que supone la nueva forma de entender la música. “El audio doméstico ha vivido una auténtica revolución en los últimos años. Desde la entrada de soportes digitales, la forma de concebir la música de forma personal ha variado significativamente. Ya no se almacenas discos, todo está disponible en archivos digitales, bien en equipos MP3, discos duros e incluso en servidores a los que accedemos para disfrutar de nuestra música”, explica Luis Suárez, Manager PR Iberia de Philips Ibérica. En el mismo sentido, Josep Brunet, Director de Marketing de Kenwood, afirma que esta evolución “representa la universalización de la música gracias a la digitalización de la

información que se almacena en numerosos soportes, que se distribuye a través de diferentes medios y que está disponible prácticamente en cualquier momento y lugar”.

Por otra parte, desde Energy Sistem se reseña que esta evolución “ha supuesto un aprovechamiento del espacio y la consolidación de la inmediatez en el consumo de contenido: ahora lo quieres, ahora lo tienes. Además, se multiplican las canciones, podemos disfrutar de más música y de más diversidad, se abrió ante nosotros un nuevo abanico de posibilidades entre las que destacan la portabilidad y la facilidad de compartir contenido con los demás. Y se han roto barreras, pues podemos disfrutar de la misma música en casa, en el coche, en el trabajo, en el gimnasio, en la calle, estando de vacaciones... Con la llegada del audio digital se superaron todos los límites”.

Alta fidelidad en casa

Gracias estos avances, la música está encontrando una nueva forma de expresión en nuestros hogares. Las nuevas microcadenas de alta fidelidad están desterrando los viejos equipos de música gracias a sus superiores prestaciones. “Lo más destacado de las microcadenas es el tamaño. Son más fáciles de colocar en cualquier habitación, salón, etc. Otros aspectos interesantes son la posibilidad de grabar CD en un USB pulsando solo un botón o utilizar el aparato como equipo de vídeo y música gracias a la ranura HDMI”, indica Juan Luis Lugilde, Product Manager Junior de la división de AV de Samsung. Y Blusens remarca que “la compatibilidad de la alta fidelidad con la conexión a dispositivos MP3 permite aunar las ventajas de la

APUESTA POR EL DISEÑO

Cuando hablamos de aparatos destinados a ocupar un lugar en nuestros salones, es indudable que su diseño es una característica casi tan importante como sus prestaciones técnicas. “El diseño es una de las dimensiones más importantes del producto. Si en todos los artículos es uno de los aspectos más cuidados, en el desarrollo de aparatos electrónicos lo es con más motivo todavía, ya que tienen que crear armonía y no romper con el ambiente porque, sólo de este modo, se consigue la funcionalidad técnica combinada con la estética que todo producto debe cumplir. Entre las principales tendencias se observan líneas rectas, con formas depuradas, sin curvas, que destilan una elegancia atemporal”, se precisa desde Energy Sistem. En este sentido, Juan Luis Lugilde (Samsung) señala que “el diseño es un factor fundamental. Muchos productos tienen las mismas especificaciones técnicas y las empresas buscan la diferenciación mediante nuevas formas y conceptos”.

Así, Josep Brunet (Kenwood) apunta que “el diseño estético formal, la ergonomía, los interfaces gráficos, la iconografía, las texturas, los materiales, los volúmenes y los colores son variables con componentes emocionales fundamentales para la aceptación de un producto. Los colores planos y los tonos blanco y negro se consolidan como los que permiten transmitir mayor valor al producto”. A este respecto, Lugilde afirma que “el color marca tendencia. Cada vez más, los consumidores requieren diferentes colores, como por ejemplo el blanco”.

Por su parte, Luis Suárez (Philips) anota que “la tendencia que pide el mercado es la de un producto que pueda añadirse a la decoración de casa sin romper con ésta”. Además, destaca el diseño de altavoces “con bases de cristal, elegantes y sencillas, con colores blancos o negros pulidos muy actuales, huyendo del gris mate, tendencia ya anticuada”. Asimismo, puntualiza que “el tamaño importa y, en este caso, cuanto menos ocupe un equipo, sin renunciar a su calidad de sonido, mejor será”.



FOTO: KENWOOD

FOTO: PIONEER



música digital con procesamiento de audio más avanzado y altavoces de mejor nivel, con lo que la combinación es muy atractiva”.

Ahondando en esto, el representante de Pioneer incide en que “la música la encontramos dentro de dispositivos móviles, en memorias USB, en internet... no está en una sola ubicación física. Hablamos de versatilidad de reproducción. Las microcadenas o los equipos de alta fidelidad deben ser capaces de reproducir los diferentes formatos de audio digital, ya sea desde el tradicional CD de música o a través de los nuevos dispositivos móviles, o incluso de forma inalámbrica. Se ha cambiado la cassette por la conexión USB y ésta se convierte en obligatoria. Además, se han añadido conexiones específicas para teléfonos móviles o smartphones, con conexiones conocidas como docking. Y los aparatos deben estar preparador para recibir información de forma inalámbrica, de manera que no haga falta tener el audio en el propio equipo, con tecnologías como bluetooth,

FOTO: ENERGY SISTEM



“Se cuida mucho el diseño para que el producto sea un objeto más de la decoración de la casa”

wi-fi, AirPlay o DLNA. Asimismo, hemos cambiado la conexión de la antena AM por la conexión internet, siendo ésta una nueva forma de escuchar la radio”.

Igualmente, el Director de Marketing de Kenwood señala que estos equipos “aportan portabilidad y, sobre todo, conectividad. Las microcadenas actuales permiten reproducir nuevas fuentes de sonido mediante entradas USB, conexión con iPod o iPhone, lectores de tarjetas SD, etc. Y algunas incluyen también conexión ethernet para interconexión a redes y acceso a plataformas de audio a través de internet o a servidores host de la propia red”. Y el responsable de Philips explica que “los nuevos equipos digitales de alta fidelidad incorporan todo tipo de dispositivos para permitir que el usuario acceda a su música en cualquier momento y de la forma más fácil posible, como entradas USB, lectores de tarjetas, bases para teléfonos móviles iPhone y Android, bluetooth, AirPlay, conexión en streaming...”. Al hilo de esto, remarca que gracias a estas tecnologías wireless “se puede acceder al contenido sin tener que recurrir a cables molestos, que ensucian la decoración de una casa y son incómodos de colocar”.

En cualquier caso, Brunet recuerda que con la música comprimida “la calidad está ligeramente limitada por la aplicación de los algoritmos de

CINE EN CASA

Aunque no se trate de aparatos de audio ‘puros’, la importancia que tiene el sonido en los equipos de cine en casa hace que sea imposible hablar de sonido digital sin repasar brevemente algunos aspectos referentes a estos sistemas. Como especifica Josep Brunet (Kenwood), “los nuevos home cinema ofrecen una calidad sonora de alta fidelidad y descodifican los últimos formatos de codificación de audio multicanal. Se han especializado también como centros de conmutación de señales HDMI en sus diferentes formatos, incluyendo compatibilidad con trama 3D en formato de alta definición completa. E incluyen entradas digitales, USB y conexiones ethernet para acceso a internet mediante red local que sirven para complementar con datos y detalles los contenidos musicales o visuales”.

Asimismo, Luis Suárez (Philips) señala que algunos modelos incluso “incorporan tecnología wi-fi a través de la que se conectan a internet, convirtiendo un televisor convencional en un SmartTV, con acceso a miles de contenidos online”. Igualmente, Juan Luis Lugalde (Samsung) afirma que “las mayores novedades se dan gracias a los contenidos, apostando por servicios de TV a la carta -videoclubs, deportes, canales de información general- a través de Smart TV. Además, los nuevos home cinema cuentan con la capacidad de convertir contenidos 2D a 3D -y viceversa- y están dotados de ranuras USB compatibles con un 95% de los formatos. Y mediante un adaptador, hacen que los altavoces en los equipos 5.1 o superiores se hagan wireless, mientras que su sonido 3D complementa a la reproducción 3D”.

Igualmente, Raúl Centeno (Pioneer) destaca que “los nuevos sistemas ofrecen reproducción de vídeo HD de alta calidad a 1080p, junto a numerosas conexiones -USB, iPod o iPhone, bluetooth y DLNA- para que los usuarios puedan disfrutar fácilmente de vídeo, fotografías y música en una amplia gama de formatos y desde diversas fuentes. Y la flexibilidad se extiende a la configuración del sistema, pues disponemos de equipos home cinema Blu-ray de 5.1 canales y Blu-ray de 2.1 canales con un subwoofer delgado de libre ubicación, con los que el usuario puede elegir el sistema óptimo para su casa según el número de altavoces o canales que prefiera”. Incluso ya podemos encontrar equipos de 7.1, como señala Suárez.

Además, el responsable de Philips destaca innovaciones como “twitters de titanio capaces de entregar un sonido de agudos claro, potente y limpio; lectores de tarjetas de memoria; entradas USB; conexión para el iPhone; NetTV; y, por supuesto, lector Blu-ray 3D, para obtener la mejor experiencia de cine en casa”. Por otro lado, remarca que también “se cuida mucho el diseño para que el producto sea un objeto más de la decoración de la casa”.

compresión utilizados. Por ello, una audición en alta fidelidad sólo podrá obtenerse cuando los medios de compresión utilizados permitan restablecer al completo el espectro de audio original”.



Shhhhhh

...hay tantas maneras de disfrutarme.

Nuestro avanzado receptor AV te ofrece ilimitadas posibilidades de entretenimiento en imagen, foto y sonido. Conéctate a través de Bluetooth* y comparte tu música favorita con AirJam. Sintoniza tus emisoras de radio favoritas de Internet vTuner internet radio. Utiliza AirPlay para transmitir música por toda la casa. Puedes incluso acceder remotamente a los archivos en tu ordenador usando DLNA remoto. La configuración es sencilla con nuestros menús interactivos AVNavigator. Lo mejor de todo, es que puedes utilizar el iPad o iPhone como un mando a distancia con iControlAV2 Ready.



VSX-921 Receptor AV

www.pioneer.es



Made for
iPod iPhone iPad

* Se requiere un adaptador de Bluetooth AS-BT200

iPhone, iPad y AirPlay son marcas registradas de Apple Inc., registradas en U.S. y otros países. "www.tu iPhone/iPad" significa que el dispositivo electrónico ha sido específicamente diseñado para conectar un iPod/iPhone/iPad y ha sido certificado para por el desarrollador por cumplir los estándares de seguridad de Apple. Los datos de rendimiento de Bluetooth y de otros dispositivos se han sometido a pruebas de seguridad y certificación. Pioneer no vende iPod/iPhone/iPad. La marca Bluetooth y sus logotipos son propiedad de Bluetooth SIG, Inc. y cualquier uso de la misma sin el consentimiento de Pioneer se considerará una infracción. DLNA, el logo DLNA y la certificación DLNA son marcas registradas, marcas de servicios o marcas de certificación de la Digital Living Network Alliance.



FOTO: BLU:SENS

Versatilidad portátil

Entre las soluciones de audio digital que mayor auge están teniendo destacan las estaciones de altavoces o docking station para reproductores portátiles y teléfonos móviles. La versatilidad de estos dispositivos les permite tener un lugar tanto en el salón de casa como en las habitaciones. Y su pequeño tamaño y diseño compacto hace que podamos trasladarlos casi a cualquier parte. Incluso hay modelos que podemos llevar con nosotros, como los antiguos radiocassettes. Estos aparatos convierten cualquier reproductor portátil casi en un equipo de audio doméstico normal, con las prestaciones que exigimos a éstos, como calidad de sonido, potencia, manejo por control remoto, etc. Así, Brunet indica que “debido a las limitaciones de formato de los reproductores portátiles, los altavoces que incorporan no pueden reproducir la música en la totalidad de la banda audible y lo hacen sin la presencia ni contenido armónico de dicha música. Por ello, las estaciones amplificadoras con altavoces de mayor formato tienen gran aceptación por la mejora inmediata del sonido reproducido. Hay formatos verticales transportables que incorporan batería; otros horizontales, combinados con display, reloj, radio-receptor, etc.”. Asimismo, desde Energy Sistem se señala que “son la mejor forma de escuchar en casa la música almacenada en estos dispositivos. Y están especialmente concebidos para sacar el máximo rendimiento de ellos. Además, estos altavoces no sólo ofrecen más potencia de sonido, sino que tienen otras



FOTO: PHILIPS

funciones como despertador, conexión wi-fi... Actualmente, hay en el mercado aparatos que cambian de color al ritmo de la música y dispositivos que se pueden alimentar con pilas, lo que permite llevarlos a cualquier parte”.

Estos equipos suelen ser compatibles con iPod y iPhone, además de incorporar entradas USB, lectores de tarjetas de memoria y entradas audio-in que permiten conectar cualquier teléfono móvil o reproductor portátil MP3. Además, algunos modelos incluso permiten cargar el iPhone o iPod al mismo tiempo que reproduce música. Como explica el Director de Marketing de Sharp, “las cifras de ventas de iPhone, iPad, iPod y reproductores portátiles son altas. Por eso es importante ofrecer al consumidor productos que puedan complementar este tipo de reproductores y que le permitan acceder a su música y otros contenidos de la manera más fácil y con la mejor calidad de sonido”. Y éste último es un aspecto muy relevante, pues en el mercado hay ya múltiples dispositivos compactos de alta fidelidad.

Toda la música (y más) en el bolsillo

Como apuntábamos al comienzo, la revolución digital de la música ha venido propiciada, esencialmente, por la enorme difusión de los aparatos portátiles capaces de reproducir formatos comprimidos de audio. Es decir, los llamados comúnmente MP3. “Los reproductores portátiles digitales revolucionaron con su llegada el mundo de la música y el modo de entender su consumo. Estos pequeños dispositivos se extendieron como la pólvora entre la sociedad y jubilaron los equipos que hasta entonces permitían disfrutar de música portátil. La música cambió para siempre y nos llevaron de la era analógica a la digital. Eran productos sencillos y bastante intuitivos que todo el mundo podía usar, que permitían escuchar canciones sueltas y eran tremendamente portátiles. Era cuestión de poco tiempo que barrieran con todo lo conocido hasta entonces y se convirtieran en los reyes del contenido musical”, se anota desde Energy Sistem.

En una línea similar, desde Blusens se indica que “la llegada de los formatos de compresión y, sobre todo, del MP3, ha supuesto la liberación del usuario en cuanto a la portabilidad de su

DE LAS ONDAS A LOS BITS

La revolución digital también está llegando a la radio convencional. Todas las cadenas tradicionales emiten su programación a través de internet. Además, hay un gran número de emisoras que operan exclusivamente online. Encontramos cadenas dedicadas a diferentes tipos de música; emisoras temáticas de noticias, culturales, economía, deportes, etc.; de distintos países e idiomas... De esta forma, la oferta se amplía. Además, una de las mayores ventajas es que nos permiten oír la radio sin interferencias y escuchar la emisora que queramos desde cualquier lugar del mundo, sin preocuparnos del alcance sus ondas, haciendo posible escuchar nuestro programa favorito sin importar que se emita en una emisora nacional, local o extranjera. Así, gracias a estos equipos podemos acceder a una inmensa cantidad de contenidos, permitiendo sintonizar miles de emisoras. “Los smartphones, así como las unidades conectables a internet por LAN o WLAN, disponen de numerosas aplicaciones que son verdaderas librerías de emisoras. Incluyen cadenas de ámbito local que no pueden sintonizarse en zonas alejadas de la misma. La radio por internet permite difundir cualquier emisora que transmita por internet, con independencia de su procedencia y de lo débil que sea su transmisión radioeléctrica y así llegar a todo el mundo”, precisa Josep Brunet (Kenwood). Igualmente, Raúl Centeno (Pioneer) afirma que “la ventaja es el poder escuchar cualquier emisora del mundo, de cualquier género, en el comedor de nuestra casa”.

Por su parte, Energy Sistem recuerda que “nos hemos convertido en la generación streaming, la primera que puede disfrutar del contenido que quiera, ya sea audio, vídeo o texto, en cualquier momento y lugar gracias a dispositivos como los llamados MP5, tablets, etc. Los últimos dispositivos creados por y para esta generación son los de radio por internet. Tal y como se esperaba, la acogida ha sido buena”.

No obstante, no debemos olvidar que se trata de una tecnología poco conocida aún, por lo que su implantación todavía es escasa. Así, Luis Suárez (Philips) advierte que “la radio por internet llega despacio a un mercado que todavía no está preparado”. Y Leonardo Borregas (Samsung) reconoce que es un opción “muy interesante para el consumidor, pero todavía es bastante desconocida”.



FOTO: ENERGY SISTEM

música. También es más sencillo para el usuario crear listas de reproducción, al estilo de lo que se hacía antes con las cintas de cassette. Ya no se depende de cargadores de CD y el usuario puede llevar horas de música en un dispositivo de tamaño muy reducido. Al mismo tiempo, permiten conservar mejor los CD originales de música. Es cierto que la calidad de audio no es la misma, pero para usos portátiles o en automóvil es más que suficiente y las ventajas superan ampliamente la reducción de calidad con respecto a un CD original”.

Por su parte, el Manager PR Iberia de Philips declara que “hay claramente una nueva forma de acceder a la música, debido en gran parte al papel de los reproductores portátiles, que hacen que cada uno pueda escuchar su música favorita en cualquier lugar, en cualquier momento y con la máxima facilidad. Atrás quedan los soportes físicos, los CD que ocupaban mucho espacio y tenían poca capacidad. Hoy, con dispositivos que caben en la palma de la mano, cada usuario puede llevar consigo miles de canciones, ordenarlas, categorizarlas e incluso compartir con los demás sus escuchas a través de las redes sociales”. Y el Director de Marketing de Sharp coincide en que “los reproductores portátiles digitales han supuesto un auténtico boom, pues han multiplicado las posibilidades de que el consumidor lleve la música con él y la escuche en infinidad de lugares”.

Estos pequeños aparatos han encontrado acomodo en los bolsillos de casi todos nosotros, pero su evolución no se ha detenido, trayendo cada poco tiempo novedades tecnológicas que los hacen aún más atractivos. “Un simple reproductor para escuchar música o ver películas ya no es suficiente. Se busca algo más”, indica Leonardo Borregas, Product Manager Mobile Internet Device de Samsung. Los principales avances se desarrollan en estas líneas:

MP4 y MP5. Los primeros aparatos que tan sólo reproducían música han ido cediendo el paso a otros más modernos y capaces de reproducir múltiples formatos de imagen y vídeo (MP4) e incluso sintonizar televisión (MP5).

Conectividad. Además de la capacidad de acceso a contenidos online, los nuevos aparatos incorporan conectividad a través de bluetooth o wi-fi. Desde Blusens se apunta que “ambas tecnologías tienen usos interesantes en los reproductores portátiles, tanto por la conectividad a altavoces y otros dispositivos como por la posibilidad de acceder a la red, compra de música, servicios de almacenamiento online, etc.”. Así pues, Suárez explica que “la conectividad es un aspecto muy importante en los nuevos dispositivos portátiles digitales, ya que gran parte de la música a la que podemos acceder se encuentra en servicios de internet como iTunes o Spotify, entre otros”.

“Hay claramente una nueva forma de acceder a la música, debido en gran parte al papel de los reproductores portátiles, que hacen que cada uno pueda escuchar su música favorita en cualquier lugar, en cualquier momento y con la máxima facilidad”



FOTO: ENERGY SISTEM

Y desde Energy Sistem se resaltan avances como la tecnología FM-T, “que envía la música a la radio del coche o a la minicadena sin cables”.

Controles táctiles. “Las pantallas táctiles se están generalizando por la presión de los smartphones”, se reconoce desde Blusens.

Pantallas de alta definición. El representante de Philips destaca la creciente utilización de pantallas con mayores prestaciones que las empleadas anteriormente.

Baterías de alta duración. Suárez incide en los esfuerzos por mejorar la autonomía de estos aparatos. “Las baterías son el caballo de batalla en un producto que se utiliza en periodos largos”, indica Blusens. En idéntico sentido, desde Energy Sistem se explica que se trata de “ofrecer dispositivos con muchas horas de autonomía para que la portabilidad sea máxima”.

Más que reproductores. El responsable de Philips remarca el uso de “sistemas operativos antes reservados a los teléfonos móviles, como Android”. Gracias a ello, se pretende reforzar la experiencia del usuario, facilitando su utilización y aumentando sus funcionalidades, como se anota desde Blusens. Igualmente, Borregas destaca la apuesta por aparatos “con acceso a internet vía wi-fi para acceder a redes sociales, descargar aplicaciones, videojuegos...”.

Diseño. “Se trata de acoplar diseño y funcionalidades. Hacemos estudios ergonómicos para conjugar y encontrar el binomio perfecto entre usabilidad y diseño, y llegar a un equilibrio entre ambas partes para que el conjunto tenga calidad como un todo”, se realiza desde Energy Sistem. A su vez, desde Blusens se considera que este aspecto es fundamental, “pues la evolución de los dispositivos en posicionamiento y funciones hace que el diseño y la

personalización sean un elemento distintivo para las marcas. Por la sencillez inherente a estos productos, deben impregnarse de diseño e imagen de marca con el objetivo de diferenciarse y mejorar la experiencia del usuario”. Igualmente, el responsable de Philips cree que “el diseño y el tamaño son aspectos muy importantes a la hora de acceder a uno de estos dispositivos. Se buscan productos con pantalla grande y clara pero que sean cómodos para transportar en el bolsillo, y que sean finos y ligeros. La disposición de los botones del producto también es importante para que el usuario tenga en su mano, y de forma cómoda, acceso a todas las funciones”. Y el representante de Samsung reconoce que “el diseño juega un papel fundamental a la hora de adquirir un dispositivo u otro. Ante la masificación y saturación de productos, es un elemento diferenciador, y muchas veces decisivo, al que damos una importancia capital”.

La tendencia del mercado

Por lo que respecta a la evolución de esta familia de productos, Lozano expone que “el mercado se concentra cada vez más en la sustitución



FOTO: PIONEER

de los dispositivos cuya única función es la reproducción de música o de vídeo -MP3 y MP4- por aparatos del tipo smartphone, que integran varias funcionalidades y una capacidad de almacenamiento cada vez mayor”. Asimismo, el Director de Marketing de Kenwood afirma que “el mercado se conforma alrededor de los nuevos productos digitales que intentan converger en formatos, conectividad, compatibilidad y sincronización. Además, alrededor de los productos estrella aparecen complementos de mejora sonora o visual y accesorios. Así, auriculares, protectores y soportes se asocian con los smartphones y reproductores de formato digital”.

Según Lugalde, el segmento de audio doméstico “es un mercado estable donde el crecimiento viene dado por las microcadenas y las barras de sonido. Estos productos son un complemento perfecto para la TV, por lo que esperamos que tengan acogida en esta campaña”. Mientras que si hablamos de reproductores portátiles, afirma que “el mercado se encuentra en una fase de mantenimiento en donde otros dispositivos con similares funciones han entrado muy fuerte. Sin embargo, el precio competitivo al que se encuentran, sus tamaños reducidos y las mejoras constantes en sus funcionalidades, hacen de ellos un regalo muy solicitado para las fechas navideñas”.

Por otro lado, hemos de destacar la incidencia del boom de los tablets en sus diversas versiones, los cuales, como destaca Brunet, “reciben también el foco de atención e interés como plataformas para visionar fotografías, vídeos, libros y revistas, además de presentarse como potentes terminales de acceso y navegación a través de internet”. De esta manera, opina que “el audio se ve afectado por la numerosa oferta de TV, smartphones, tablets y PC y se sitúa en un segundo plano, intentando mostrarse como un accesorio importante para mejorar el disfrute y entretenimiento de aquellos equipos”.

EL AUDIO EN CIFRAS

Según los datos recopilados por Nielsen, el mercado del audio movió en España 245,5 millones de euros en los doce meses previos a septiembre de 2011. Esto supone un incremento de la facturación del 22,8%, pese a haberse producido un descenso en el número de unidades vendidas (-4%). Esta evolución está justificada por el comportamiento de los reproductores portátiles, que son el bastión de esta familia, ya que suponen más de cuatro quintas partes (82%) del total del mercado de audio. A pesar de reducirse la cantidad de aparatos portátiles vendidos (-3,6%, hasta un total de casi 1,88 millones de equipos), este tipo de dispositivos aumentaron su cifra de ventas un 30,9% para alcanzar los 201,3 millones de euros. Esto se puede explicar por el aumento de las prestaciones exigidas a los reproductores portátiles (reproducción de vídeo, capacidad de almacenamiento, control táctil...), lo que ha conllevado una subida del precio medio. Algo similar sucedió con los elementos Hi-Fi, que recortaron su venta en unidades (-23,6%) a la par que creció la facturación (+17,9%).

Por el contrario, si atendemos a los datos facilitados por GfK, observamos un comportamiento distinto del mercado. Sus cifras coinciden con las de Nielsen en el descenso del número de unidades vendidas, pero en este caso llevarían aparejada una reducción de la cifra de ventas. Según los cálculos de esta consultora, la variación interanual del segmento de audio doméstico para este ejercicio acumula un descenso del 6% en volumen y del 12% en valor; mientras que el audio portátil reduce sus ventas un 13% en unidades y un 19% en valor.

EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE AUDIO DIGITAL

	Ventas (millones de euros)	Peso relativo	Variación respecto al año anterior	Ventas (miles de unidades)	Variación respecto al año anterior
Total sonido	245,5		22,8%	2233	-4,0%
Hi-Fi cadenas	35,9	14,6%	-8,2%	300	-2,1%
Hi-Fi elementos	8,4	3,4%	17,9%	48	-23,6%
Reproductores portátiles (MP3, MP4, iPod)	201,3	82,0%	30,9%	1884	-3,6%

FUENTE: NIELSEN (TAM OCT'10-SEP'11)



	Variación 2010-2011	
	Unidades	Valor
Audio estático/hogar	-6%	-12%
Audio portátil	-13%	-19%

FUENTE: GfK



FOTO: SHARP

Papel importante en la tienda

Si nos centramos en los aspectos comerciales de este tipo de productos, no cabe la menor duda de que los dispositivos de audio, tanto portátiles como domésticos, son un magnífico reclamo para el cliente. Estos aparatos generan tráfico en el punto de venta, más aún en un momento como el actual, en el que los consumidores se encuentran realizando sus compras navideñas. Por eso, es casi obligado disponer de un surtido acorde a la demanda

de los clientes que acuden al establecimiento y conocer perfectamente las características y prestaciones de los productos a la venta. “Las tiendas están en primera línea, en el front office, y luchan con profesionalidad para satisfacer las necesidades del consumidor disponiendo de oferta para poder aconsejar de forma correcta e intentando destacar algún aspecto importante como el sonido de alta fidelidad. Son importantes para tratar que el cliente experimente, aunque sea por un momento, el sonido en toda su dimensión y así poder vender e ilusionar”, declara Brunet.

Por otro lado, el responsable de Sharp apunta que “los aparatos de audio portátiles o para el hogar pueden ser una muy buena opción para regalar estas navidades, así que disponer de este tipo de producto en las tiendas de electrodomésticos puede ser un valor añadido para incrementar las ventas”.



FOTO: PHILIPS

+ TIEN 21

+ MILAR

+ CONFORT

+ IVARTE

SINERSIS

sinersis

seguimos creciendo juntos

TIEN 21

MILAR

Confort electrodomésticos

ivarte