

CincoRed

Operadores y fabricantes buscan subirse al boom de la 'app economía'

Las aplicaciones acapararán la atención otro año en el Mobile World Congress

MANUEL ÁNGEL-MÉNDEZ Barcelona

Faltan dos días para que comience en Barcelona la mayor feria mundial de telefonía, el Mobile World Congress, y los motores ya calientan. Este año, además de las grandes novedades, como la presencia por primera vez del jefe de Google, Eric Schmidt, o el supuesto lanzamiento del Zune Phone de Microsoft, la atención girará inevitablemente en torno a otro punto: el boom de las aplicaciones. Operadores y fabricantes aprovecharán la ocasión para colarse en un mercado que, según Gartner, moverá 4.900 millones de euros a finales de año.

"Se hablará mucho del tema. Hay un claro dominador pero también aspirantes muy fuertes. Nosotros presentaremos novedades", dice Pablo Barallat, director de contenidos de Vodafone España. La operadora, junto a Google, RIM o Motorola, estará en el App Planet, el evento paralelo del MWC dedicado a aplicaciones y pensado para atraer a cientos de programadores.

Está por ver qué conseguirán Movistar, Orange o Vodafone y fabricantes como Nokia, LG, Samsung, Palm o RIM con sus recientes tiendas de aplicaciones. Apple, el gran gorila, cuenta con 140.000 aplicaciones en

su App Store y 3.000 millones de descargas. Los analistas le dan el 80% del pastel. El Android Market de Google, con 20.000 aplicaciones, y la Ovi Tienda de Nokia, con 3.500, son lejanos perseguidores. Detrás, una constelación de tiendas virtuales. ¿Hay hueco para todos?

"Los operadores hasta ahora son los grandes perdedores, aunque están vendiendo más planes de datos. Por tanto, pierden en la app economía pero ganan dinero gracias a ella", explica Stéphanie Baghdassarian, directora de investigación de Gartner. Estos, por supuesto, no se conforman. Las palabras de César Alierta, presidente de Telefónica, la semana pasada dejan clara la estrategia: construir una plataforma abierta en la que los desarrolladores podrán publicar aplicaciones descargables en cualquier termi-

nal y llegar de un plumazo a sus 200 millones de clientes móviles en el mundo.

mStore, la tienda virtual lanzada el pasado septiembre por Movistar, será la base de este intento. Cuenta, según la operadora, con "varios miles" de aplicaciones, el 30% gratis y el resto de pago, a un precio medio de 2,99 euros y disponibles en 110 modelos de terminales. "El reparto de ingresos con desarrolladores está alineado con el mercado, pero no facilitamos datos concretos", asegura Ignacio Fernández-Vega, director de aplicaciones y contenidos de Telefónica. "Nuestro objetivo es una sana coexistencia con fabricantes, proveedores de sistemas operativos, aplicaciones, contenido y agregadores de internet".

Vodafone ambiciona lo mismo con su tienda embebida en 360, el servicio que sincroniza contenidos entre el PC y el móvil. Tiene 1.000 aplicaciones, la mayoría gratuitas. En las de pago, se embolsa un 70% del ingreso y un 30% va al desarrollador, igual que Apple. "Ellos han reinventado el negocio de las aplicaciones, hay que reconocerlo. Pero la competencia es buena. No cobramos cuota anual, puedes subir a 360 un programa en dos o tres días y soportamos 15 terminales", apunta Barallat. "El

iPhone tiene el pico de la pirámide, nosotros vamos al peldaño inmediatamente inferior, que es mucho más grande". Los operadores, al igual que Google y Nokia, guardan un as en la manga para intentar cambiar el peso de la balanza: controlar cientos de modelos de terminales en lugar de uno sólo y así acceder a más clientes. Los datos dan la razón. Nokia, HTC y Samsung sumaron el 47% del mercado mundial de smartphones (en unidades) en 2009, según IDC, frente al 14% de Apple. En España, GfK calcula que el iPhone sólo controla el 1,2% del mercado total de móviles.

Aunque, desarrollar para decenas de celulares diferentes obliga al programador a altas inversiones en tiempo y recursos, algo sólo al alcance de los grandes estudios. "Que Ovi Tienda tenga con-



Los nuevos smartphones de Motorola están basados en la plataforma Android, que impulsa Google.
P. MONGE

Del móvil a decenas de equipos

Probada su efectividad en el celular, las tiendas de aplicaciones preparan su mudanza a múltiples equipos conectados. El foco ya no está en el hardware, que también, sino en lo que realmente se puede hacer con él. Tablets, libros electrónicos, consolas, televisores... cualquier dispositivo ya es susceptible de convertirse en lan-

zadera de aplicaciones. "Los eReaders son una plataforma interesante, dependerá de sus capacidades, procesador y calidad de pantalla. En el iPad ya estamos trabajando", dice Yann Fourneau, de Gameloft. Por su parte, Yahoo quiere ser el primero en trasladar el modelo al salón. Su visión: televisores conectados a internet, mandos a dis-

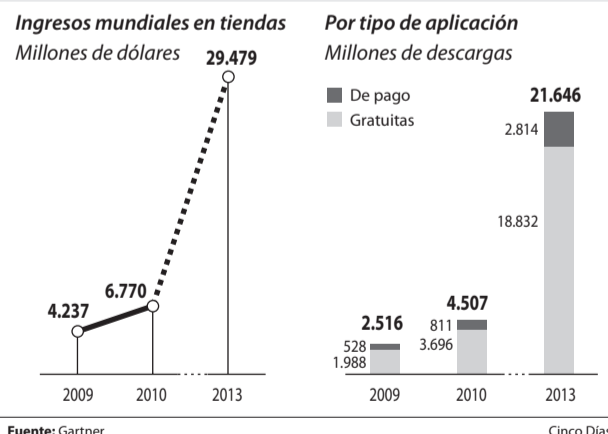
tañencia con teclados qwerty y la posibilidad de descargar programas o comprar productos sin moverse del sofá. En enero anunció la apertura a programadores de su plataforma TV Widgets, una tienda virtual para el televisor. En EE UU cuatro fabricantes, Samsung, Vizio, LG y Sony, ya trabajan con Yahoo. En Europa, sólo

Samsung. Por ahora, sólo hay 30 aplicaciones disponibles y otras 100 se liberarán pronto. "Esperamos crear un sistema de reparto de ingresos en el 2010 y comenzar a generar dinero en 2011", añade Shirlene Chandrapal, responsable del servicio de Yahoo en Europa. "En el futuro, las aplicaciones serán parte de nuestra vida".

CONSOLIDACIÓN

Los analistas ven inevitable la consolidación de tiendas. Las que atraigan más programadores y mejor contenido sobrevivirán. Apple, Google y Nokia están en la lista. Microsoft es una incógnita. De los operadores, Vodafone y Orange son los mejor posicionados.

El mercado de aplicaciones en el móvil



Fuente: Gartner

Cinco Días

Apple, el gran gorila, cuenta con 140.000 aplicaciones en su App Store y 3.000 millones de descargas

tenidos para muchos móviles es una ventaja pero también una complejidad", admite Manuel Reverte, director de soluciones de Nokia. "Son barreras que vamos a resolver". La solución a la finlandesa tal vez la aporte Maemo, el sistema operativo basado en Linux (igual que Android) y llamado a sustituir a Symbian. En noviembre, Nokia lanzó el N900, el primer terminal con Maemo para el cual ya es posible descargarse aplicaciones en la Ovi Tienda.

Aún así, si la app economía beneficia a alguien es a los desarrolladores. Igno-

rados antes por los operadores, ahora tienen decenas de plataformas a su disposición. A los grandes no les puede ir mejor. Gameloft, gigante en juegos, tiene 3.500 empleados que trabajan sobre 1.200 terminales. Sus 60 títulos para el iPhone han recibido más de 10 millones de descargas. Para ellos, cuantas más canales de comercialización, mejor.

"No creo que el negocio haya pillado por sorpresa a los operadores. Simplemente son grandes empresas, tardan más en moverse. Cuando arranquen fuerte, con toda su base de clientes, serán duros competidores", opina Yann Fourneau, director de Gameloft en Europa del sur. Muchos pequeños programadores discrepan. "Se portaron mal con los que teníamos menos nombre, crearon barreras de entrada. Ahora no los necesitamos y no les debemos nada, es nuestra pequeña venganza", dice Julio Gorgé, autor de juegos para el iPhone y fundador de la start-up Lemon Team. Una de sus creaciones, Airport Mania, llegó al top-5 en Europa y al top-50 en EE UU. "Deberían limitarse a proveer servicio de acceso, no hay sitio para ellos", remacha. Algo con lo que difícilmente se conformarán. Como dijo hace unos días Alierta: "¿Qué piensan los mercados? Que de esto no vamos a ver un duro. ¿Qué creo yo? Que están totalmente equivocados".