

**Antonio Lorenzo**

MADRID. Quien crea que el móvil sólo sirve para comunicarse con otras personas se ha quedado en el siglo pasado. Ahora mismo, cualquier terminal de gama media incluye decenas de complementos que lo convierten en el *gadget* más completo que habita en el bolsillo: la inmensa mayoría de los teléfonos incluyen cámara de fotos, reproductor de música y de vídeo, agenda, acceso a Internet, correo electrónico, sintonizador de radio, despertador, calculadora, calendario o galería de fotografías, entre otras herramientas. Todas estas funciones se enriquecieron recientemente con el GPS, así como con los accesos di-

rectos a las principales redes sociales y tiendas de aplicaciones. Esta última incorporación se ha convertido en un extraordinario filón para el crecimiento de un sector

**AppStore, de Apple, lleva la voz cantante en el negocio de las aplicaciones y todos siguen su exitosa estela**

que, de una vez por todas, ha desistido en la búsqueda de la misteriosa *killer application*, es decir, aquella utilidad capaz de tirar por sí sola de toda la industria. Ahora mismo,

el sector parece que se ha puesto de acuerdo en que los programas para el móvil son el nuevo maná.

Los fabricantes se han mirado al espejo y ya no quieren verse como simples productores de dispositivos, más o menos sofisticados, cuyos márgenes de beneficio no son lo que eran. No es extraño que BlackBerry tenga su *AppWorld*, Nokia su *Ovi Store*, Sony Ericsson su *Play-NowArena*, Samsung su *Samsung Mobile Applications* y LG su *LGApplication Store*, entre otros.

Lo mismo ha sucedido con los operadores de telecomunicaciones, que se han conjurado para incrementar los ingresos a través de la ventanilla de los servicios. Estos últimos se han convencido de que las

aplicaciones multiplicarán el consumo de datos, lo que promete ser la salvación de un negocio en el que el tráfico de voz hace mucho que tocó su techo. De esta forma, el ac-

**Los fabricantes no se conforman con producir terminales, sino que quieren sumarse a la fiesta de los servicios**

ceso a las aplicaciones requiere de acceso a Internet de banda ancha y ello ha generalizado las tarifas planas. Telefónica puso en marcha el pasado septiembre su *Mstore*, mien-

tras que Vodafone y Orange replicaron la iniciativa con sus propias tiendas online.

Por su parte, los proveedores de software tampoco fueron menos que el resto, y así Google presume con su *AndroidMarket* y Microsoft con su *WindowsMarketplace*.

En cualquier caso, quien lleva la voz cantante en este próspero negocio es la *AppStore* de Apple, con más de 2.000 millones de descargas y un catálogo con 88.000 aplicaciones diferentes. Steve Jobs, fundador de la compañía de la manzana, no exageró ni un ápice cuando afirmó en una de sus más recientes intervenciones que "la *AppStore* ha reinventado lo que se puede hacer con un móvil".

**Al detalle**

**LA DIFERENCIA ENTRE UN MÓVIL Y UN PORTENTO**

La irrupción de las tiendas de aplicaciones en los teléfonos móviles marcan un antes y un después en una industria siempre hambrienta de novedades. En la actualidad, los usuarios que son capaces de descargar los programas de su gusto en sus móviles disfrutan de una experiencia de uso que, de ninguna forma pueden alcanzar el resto. Este elemento crea una nueva brecha que separa los móviles de toda la vida de los auténticos portentos. Estos últimos son los denominados *smarphones* (teléfonos inteligentes). Son dispositivos que, en los dos últimos años han dado un salto de calidad con la incorporación de las tiendas online. Además, la diversidad de la oferta de aplicaciones no tiene techo. De hecho, no hay afición que no cuente con su propia herramienta. La industria de los videojuegos se ha tomado tan en serio el asunto que, desde hace tiempo procura diseñar versiones especiales de sus ofertas para los móviles.

La productividad de los usuarios de estos *smarphones* aumenta de forma considerable, al tiempo que los desarrolladores de programas para móviles se frotan las manos ante la perspectiva de crecimiento de su joven actividad.

Por si fuera poco, el vehículo de promoción de las aplicaciones son el 'boca a boca' de los propios usuarios. Está comprobado que quien prueba una aplicación de éxito no suele tardar en recomendar la descarga del programa entre los allegados. El *marketing viral* juega a favor de una industria que enriquece la telefonía móvil.

					
<p><b>AppStore</b></p> <p>Es el acceso directo más valioso del iPhone. Permite navegar por la tienda para buscar todo tipo de programas. Los hay de pago y gratuitos. Además, todos ellos incluyen comentarios de los propios usuarios.</p>	<p><b>Spotify</b></p> <p>El entusiasmo que ha despertado Spotify entre los usuarios que lo han probado en el móvil no tiene parangón. Ya no hace falta almacenar canciones en el móvil, porque ahora todas están en la 'nube'.</p>	<p><b>Yes.fm</b></p> <p>Disfrutar de la buena música sin pagar un céntimo es posible con Yes.fm. La plataforma de streaming tiene más de tres millones de canciones, con las mejores canciones de artistas de todo el mundo.</p>	<p><b>Radio</b></p> <p>El viejo transistor tiene sus días contados. Con el sintonizador de radios digitales se puede escuchar la programación online de decenas de países. Es una fantástica herramienta para aprender idiomas.</p>	<p><b>TomTom GPS</b></p> <p>Es una de las aplicaciones de pago más exitosas del iPhone. Basta con activar el GPS para saber donde estamos y cual es el mejor camino para llegar donde se pretenda. Tiene instrucciones guiadas por voz.</p>	<p><b>World View</b></p> <p>Es una plataforma con miles de webcams distribuidas por todo el mundo. La opción "Cerca" permite echar un vistazo a algunas de las calles o avenidas próximas y comprobar el estado del tráfico, por ejemplo.</p>
					
<p><b>Fring</b></p> <p>El software de voz sobre IP móvil es un filón. De forma gratuita se puede hablar y enviar mensajes instantáneos a través de la conexión WiFi a otros móviles o PCs por Skype, Google Talk o MSN Messenger.</p>	<p><b>WordPress</b></p> <p>Es el sistema de gestión de contenidos para blogs de referencia, gracias a su enorme cantidad de desarrolladores. Con esta herramienta, los usuarios pueden actualizar directamente sus bitácoras desde el móvil.</p>	<p><b>Parking mani</b></p> <p>Es un adictivo divertimento que consiste en aparcar hasta 15 vehículos diferentes. El giro se puede controlar con el acelerómetro o sin él. A veces, encontrar sitio para aparcar es tan difícil como en la vida misma.</p>	<p><b>Fuel Price</b></p> <p>La herramienta muestra en un mapa las gasolineras más baratas (con distintos colores) que se encuentran más cerca del usuario, con el precio de las gasolinas 95, 98 y Diésel. Funciona en toda la Península.</p>	<p><b>P. Amarillas</b></p> <p>El directorio líder del país dispone de un enlace directo para que los usuarios puedan acceder a todo el catálogo de servicios. La opción 'Aquí cerca' es una gran idea para satisfacer las consultas sobre el terreno.</p>	<p><b>elEconomista</b></p> <p>El líder de audiencia de la información económica en España fue pionero en ganarse un espacio en las tiendas de aplicaciones. Sus contenidos y diseños aseguran el seguimiento puntual de la actualidad.</p>