



Las tabletas desbancan también a la tinta electrónica

Amazon y Barnes & Noble lanzarán la semana que viene en EEUU dos dispositivos en color que añaden contenidos multimedia a un precio muy inferior al iPad

BLANCA SALVATIERRA
MADRID

Una nueva generación de tabletas está a punto de desembarcar en EEUU. Respaladas por dos de las librerías más importantes del país, se plantean como serios competidores al iPad de Apple al ofrecer prácticamente las mismas prestaciones a un precio mucho más reducido. Amazon lanzará el próximo martes Kindle Fire, una tableta en color con pantalla táctil de siete pulgadas y con sistema operativo Android, de Google. Barnes & Noble le seguirá tres días después con su tableta Nook, también con pantalla de siete pulgadas, frente a las 9,7 del iPad, y también con Android. Los analistas creen que estos dos lanzamientos pueden suponer un fuerte revulsivo para un mercado de las tabletas en el que hasta ahora ha reinado el iPad, que llegó a tener un 90% del mismo y que, según Canaccord Genuity, se reducirá a un 57% en 2012.

El precio puede ser uno de los factores decisivos en esta

pugna. Los dispositivos de Amazon y Barnes se comercializarán por 146 y 183 euros, respectivamente, una cifra muy por debajo de los 479 euros que cuesta el iPad más barato (ninguno de ellos ofrece 3G por ese precio). Fire supone el primer acercamiento de Amazon a las tabletas. La compañía había apostado por la tinta electrónica en exclusiva en los últimos años, al considerarla la tecnología ideal para el que ha sido tradicionalmente su mayor negocio, los libros. Barnes sí lanzó hace unos meses su Nook Color, que ahora se ve mejorado con la versión tableta que ofrece mayor velocidad y almacenamiento y más autonomía.

Una lectura rápida podría llevar a pensar que estas librerías han abandonado la tinta electrónica que tantos libros digitales les ha hecho vender. No es así, al menos del todo. Amazon mantiene a la venta varios modelos de su tradicional Kindle monocromo cuyo precio comienza a partir de los 58 euros. Barnes & Noble, por

Fire supone el acercamiento de Amazon al mercado de las tabletas

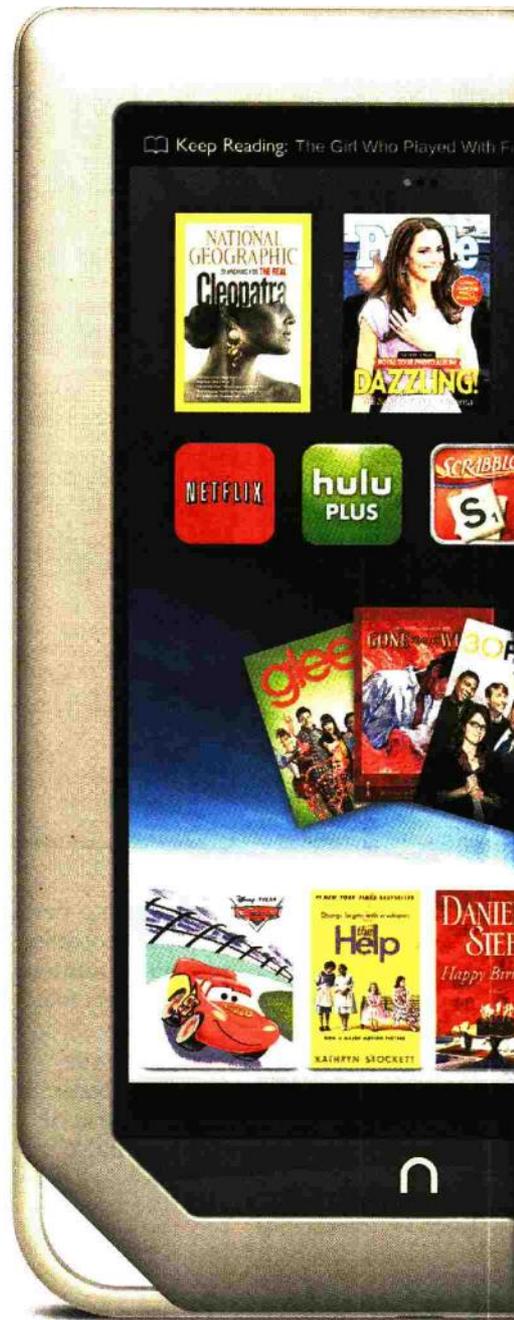
Las grandes librerías mantienen los ereaders, pero amplian su negocio

Las ganancias están más en la venta de contenidos que en los dispositivos

su parte, también conserva su Nook monocromo, que ahora comercializa por 65 euros.

"Tabletas y ereaders son productos diferentes y, de hecho, ambas compañías han actualizado sus lectores de ebooks este año. Estos últimos sirven fundamentalmente para leer, igualando la experiencia de lectura del papel. Los ereaders ofrecen la mejor experiencia para leer novelas, y en eso la tinta electrónica no tiene rival", explica Ravin Dhalani, responsable de desarrollo de producto de la empresa BQ, que comercializa tanto lectores como tabletas. Este experto prevé que, con el tiempo, todos los usuarios a quienes les guste la lectura tendrán un ereader, de la marca que sea. La clave está en el precio. Amazon lanzó su primer Kindle hace cuatro años por casi 300 euros. Hoy está disponible desde 58 euros y en España BQ vende los suyos desde 99 euros.

Si la experiencia de lectura es tan buena con un ereader y los precios se han reducido



NOOK, DE BARNES & NOBLE

Esta tableta, que saldrá a la venta el 18 de noviembre en EEUU, dispone de 16 GB de almacenamiento ampliable a través de tarjetas microSD.

OTRAS PANTALLAS QUE AÑADEN FUNCIONES ESPECIALES



Resistente al agua

Panasonic ha anunciado que planea comercializar en 2012 dos modelos (uno de siete pulgadas y otro de diez) bajo su denominación Toughpad, orientada al uso profesional y militar. Se trata de dos tabletas todoterreno que han sido diseñadas para funcionar bajo condiciones extremas. De hecho, la compañía garantiza que su modelo de diez pulgadas

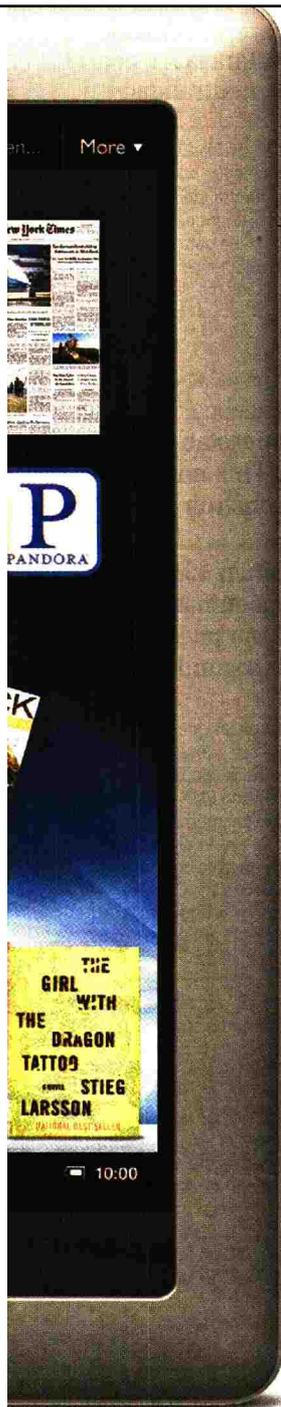
resistiría una caída de cuatro metros y, en las imágenes que ha facilitado Panasonic, se aprecia que puede seguir funcionando tras soportar más de una decena de grifos arrojándole agua a presión. El modelo de diez pulgadas tendrá sistema operativo Android y batería reemplazable por el usuario. Su precio rondará los mil euros.



El móvil para leer

Las tabletas estándar tienen un tamaño que oscila entre las siete y las 10,1 pulgadas. Pero hay usuarios que consideran que, para una lectura ocasional, pueden utilizar su 'smartphone', cuya pantalla varía entre las 3,5 pulgadas del iPhone y las 4,65 de otros teléfonos inteligentes. Samsung acaba de presentar un terminal que quiere situarse entre

tablet y 'smartphones' con un tamaño de pantalla de 5,3 pulgadas, muy cercana a la de la tableta más pequeña. Este Galaxy Note, que saldrá a la venta este mes, aspira a convertirse en una alternativa aceptable entre unas y otros. Aún resta por saber si ese tamaño resulta aceptable para los que utilizan la tableta para leer documentos.



tanto, ¿qué ha llevado a estas librerías a ofrecer sus propias tabletas? "La tableta es un dispositivo multifuncional, recoge todas las funciones del ocio digital, como la reproducción multimedia. Además, es posible que a un lector más casual una tableta le sea suficiente", responde Dhalani.

Contenidos, no máquinas

Tanto Amazon como Barnes & Noble se han convertido en los últimos tiempos en algo más que librerías. Sus tabletas van a ofrecer juegos, películas y series de televisión, canciones, aplicaciones... y sí, también libros. "Lo normal es que aparezcan alternativas que intentan capitalizar un mercado abierto por otros (en este caso Apple)", explica el profesor del Instituto de Empresa Enrique Dans. Apple ha reinventado varios sectores con un resultado diferente. Dans argumenta que, mientras en reproductores MP3 el iPod "se ha llevado el mercado completamente de calle y no ha vuelto a aparecer un competidor mínimamente significativo que lo eclipse, en la telefonía móvil puede verse cómo el iPhone redefinió el estándar en factor forma, pero no ha sido capaz de resistir el impacto de la llegada de Android".

En el caso de la aparición de nuevos actores en el mercado de las tabletas, el profesor apunta a que este sector puede estar más cercano al caso de los smartphones. "Plantamientos como una oferta de contenidos específica o un precio más barato podrían llegar a erosionar en alguna medida el dominio de Apple. Seguramente queda todavía una fase prolongada de marea que eleva todos los barcos: la llegada de otros competidores con precios más bajos representará una entrada de nuevos clientes que harán crecer el mercado", añade Dans.

Amazon y Barnes & Noble han llegado a acuerdos con diferentes compañías para ofrecer sus contenidos y aplicaciones en sus tabletas. Fire ofrece acceso a 100.000 películas y series de televisión, así como

a 17 millones de canciones. Nook también dispone de vídeos y música en streaming (sin tener que descargarlos) gracias a acuerdos con servicios como Netflix, Hulu y Pandora. En el caso de los libros, como sucede con Amazon, ya tienen experiencia.

En estos casos, el modelo de negocio que pretenden mantener unos y otros dista mucho del de empresas como Samsung, el principal vendedor de tabletas después de Apple, que sólo fabrica los dispositivos y no ofrece (salvo excepciones) fórmulas propias para vender entretenimiento. "Amazon y Barnes & Noble son empresas de contenidos y por eso se pueden permitir vender equipos con especificaciones muy buenas a un precio inferior. Ellas no ganan el grueso de su dinero vendiendo los dispositivos, sino con los contenidos", aclara Dhalani. De hecho, según estimaciones realizadas por consultoras externas, Amazon pierde 36 euros por cada Kindle Fire que vende. El negocio está indudablemente en otro sitio. La ganancia, según Dhalani, consiste en masificar un producto para obtener ingresos con otros aspectos del mismo. "Amazon comercializa la tableta a ese precio para que consumas sus libros, su música y sus vídeos", añade.

Apple no parece preocupada por estos lanzamientos. Según el analista de Barclays Ben Reitze, el presidente ejecutivo de Apple, Tim Cook, expresó en una reunión que el lanzamiento de este tipo de tabletas baratas equipadas con Android sólo contribuye a fragmentar el mercado de los dispositivos que incorporan este sistema operativo. Estas son las esperanzas de Apple, que ha asistido a cómo el sistema Android se lanzó después y ha logrado convertirse en su pesadilla. El resultado en cuanto a ventas en esta batalla sólo podrá comprobarse por ahora en determinados mercados. Amazon, pese a que acaba de presentar su tienda online en España recientemente, aún no vende el Kindle en ella. *

TINTA VS LCD

La lectura real frente a los contenidos multimedia

1 LAS VENTAJAS DEL EREADER
Los dispositivos de ebooks utilizan la tecnología de tinta electrónica en su pantalla y no cuentan con retroiluminación. En consecuencia, no cansan la vista más de lo que lo haría un libro convencional. También permiten una lectura sin

reflejos desde cualquier ángulo de visión, la definición es la misma que la de un libro en papel y el dispositivo consume muy poca energía (sólo cuando se cambia de página).

2 LAS VIRTUDES DE LA TABLETA
La principal diferencia entre una tableta y un ereader es que este último, a pesar de los esfuerzos que se han hecho, no logra mostrar colores con viveza (de ahí que los modelos que se venden en EEUU y Europa sean en blanco y

negro). La tableta, equipada con pantalla LCD, muestra colores brillantes con pantalla retroiluminada, lo que la convierte en el dispositivo ideal para reproducir contenidos multimedia. Además, todos los modelos de tabletas disponen de miles de aplicaciones. A cambio, la lectura en ellas cansa la vista como si se tratase de la pantalla de un ordenador (por lo que se recomienda su uso para la lectura ocasional y no para la intensiva), tiene reflejos y su ángulo de lectura es limitado.