



La tecnologia mòbil

FRANCESC BRACERO
Barcelona

Per increïble que sembli, quan Steve Jobs va presentar el primer iPhone el 2007, el mòbil d'Apple no admetia aplicacions de tercers perquè el fundador de la companyia s'hi oposava. Segons el biògraf oficial de Jobs, Walter Isaacson, el líder de la marca "no volia que uns estranys creessin aplicacions que poguessin espantillar l'iPhone, infectar-lo amb un virus o tacar-ne la integritat". La seva resistència va trigar només un any a caure, després d'idear un sistema perquè el desenvolupador s'emportés el 70% de la venda de cada descàrrega si la seva aplicació complia els requisits d'Apple. Avui, només set anys després, per l'App Store hi han passat uns 2,2 milions d'apps, de les quals 1,5 milions estan a la

UN ATRACTIU

La visibilitat com a capital del Mobile World Congress atreu talent a la ciutat

SECTOR CREIXENT

A Europa les aplicacions creen més de mig milió de llocs de treball

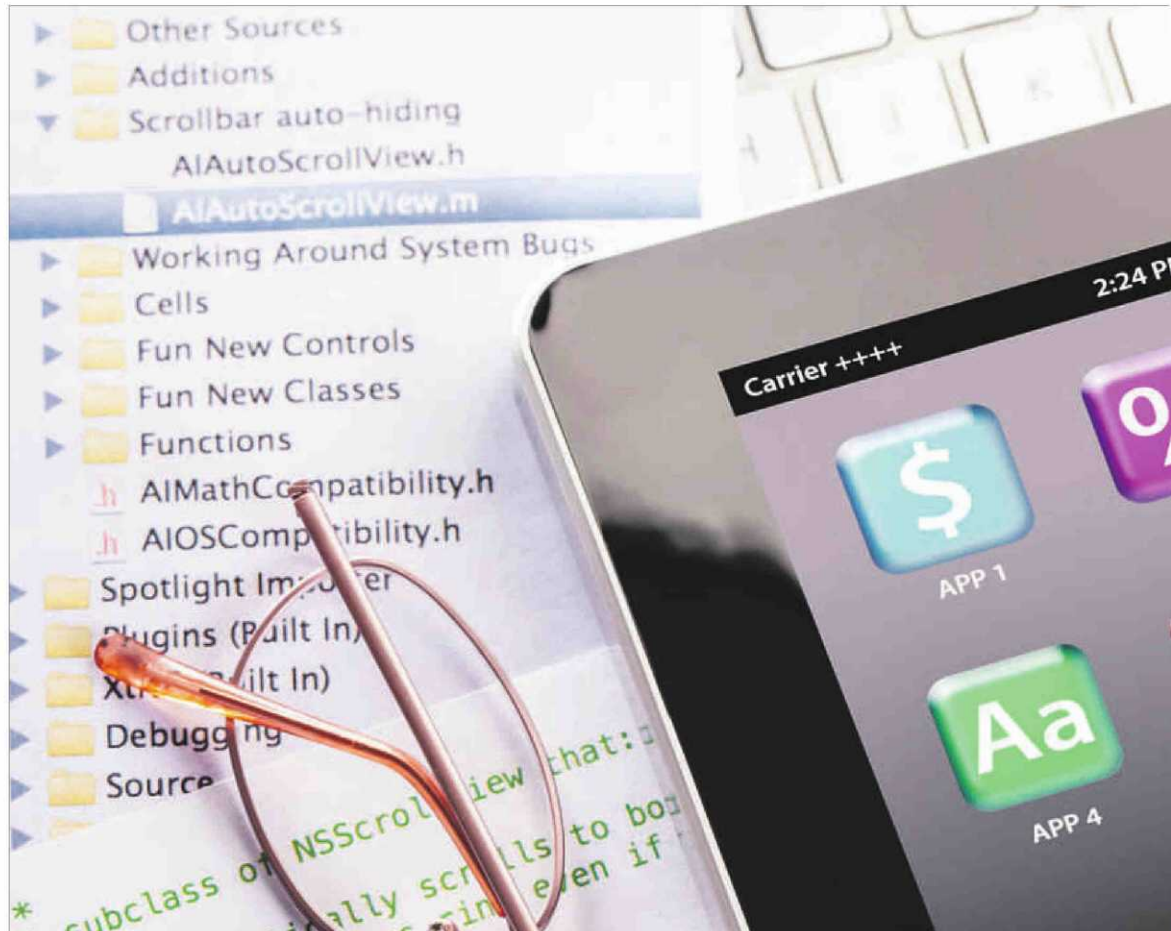
venda en aquests moments. L'obertura de la botiga va ser una explosió que de seguida es va enmanar al sistema Android. I Barcelona és un dels centres que atreu talent d'aquesta indústria.

Per a aquella primera presentació de l'App Store, Apple va escollir una companyia barcelonina de videojocs, Digital Legends, encapçalada per Xavier Carrillo, que aquell dia va pujar a l'estrada a presentar al món el seu joc *Kroll* des d'una de les plataformes amb més difusió que existeixen.

A falta de les xifres de l'últim any, que el conseller delegat d'Apple, Tim Cook, oferirà en la conferència anual que se celebrarà la setmana vinent a San Francisco, el 2014 la botiga d'aplicacions de la poma mossegada va rendir als desenvolupadors 10.000 milions de dòlars (8.870 milions d'euros) de beneficis. Des que es va crear, la indústria de les apps ha rebut uns 25.000 milions de dòlars (22.175 milions d'euros). D'aquests diners, 7.500 milions de dòlars (6.658 milions d'euros) han estat per a desenvolupadors europeus.

A Europa hi ha uns 305.000 desenvolupadors que creen apps per al sistema operatiu iOS (iPhone/iPad). De tots ells, més de 17.500 són empreses i desenvolupadors espanyols. Aquesta indústria suposa avui a Europa uns 530.000 llocs de treball.

Xavier Carrillo assenyalava que Barcelona té "diversos ingredients" que la converteixen en un



El desenvolupament d'aplicacions s'ha convertit en un sector dinàmic i de gran creixement

La nova indústria es diu app

Barcelona és un dels principals pols europeus en un sector econòmic que creix molt ràpidament

centre creador d'aplicacions, entre els quals apunta "una escola de còmic important", escoles d'animació, disseny i universitats "molt potents amb un nivell molt bo". A més, hi ha un grau especialitzat en videojocs a l'Escola de Noves Tecnologies Interactives (Enti), adscrita a la Universitat de Barcelona.

"Barcelona –observa Carrillo– és una ciutat creativa, molt oberta, que atreu molt, i això ha derivat en l'atracció de talent. Formar una *start-up* és una manera de viure". Al costat d'això, el responsable de Digital Legends in-

dica com a factors primordials el Mobile World Congress (MWC), que "ha creat un ecosistema d'atracció d'empreses estrangeres i ha estat un accelerador important". Segons la seva opinió, les administracions també han afavorit la instal·lació d'empreses i petites empreses de l'univers app. "La gent ve aquí perquè hi ha talent, un ecosistema de qualitat, i està connectada internacionalment".

Una bona prova de l'atractiu internacional de Barcelona en l'univers app és la presència de companyies internacionals de

primera fila, com Social Point, Ubisoft, Gameloft i King. Com a exemple, només la primera d'aquestes té a la ciutat uns 225 empleats, amb una xifra de facturació de 98 milions de dòlars (87 milions d'euros) el 2014 i jocs d'impacte a tot món, com *Dragon City Mobile* i *Monster Legends*.

Aquest és el tipus de beneficis que té per a la ciutat disposar d'un esdeveniment mundial com el Mobile, amb una repercussió que associa Barcelona a tot el món amb un entorn molt positiu per a les tecnologies mòbils, a més de ser un lloc més atractiu

per viure que moltes altres destinacions europees que compten amb infraestructura tecnològica i educativa però manquen de clima, gastronomia i estil de vida mediterrani.

Gerard Fernández és el conseller delegat d'OmniDrone, que fa notar que la ciutat "és molt atractiva per a l'estranger, molt agradable". Per a desenvolupadors que provenen de països amb economies avançades, a Barcelona "viure és barat i millor que a altres llocs". "Si pots escollir –assegura–, la gent prefereix Barcelona". El desembarcament d'un ge-



DIVENDRES, 5 JUNY 2015

TENDÈNCIES

LA VANGUARDIA 31

UN MERCAT OBERT DES DE QUAISEVOL MÒBIL AL MÓN

Competidors
Fabricants com Sony i Samsung també tenen botigues d'apps, igual com Amazon

Malware
El sistema obert d'Android és més vulnerable que el tancat iOS a les apps malicioses

Estratègies
Microsoft posa les seves apps de l'Office de manera gratuïta a les plataformes d'Apple i Google, on aconseguir captar usuaris



En casa aliena
Google té diverses apps disponibles a la botiga d'Apple, que no en fa cap per a Android



OXFORD - / GETTY

seu compte, una gran finestra al món. És el cas de Creatiu Labs, una petita aventura de dos joves, Andreu Taberner i Lukas Bahrlé, que el 2012 van emprendre el desenvolupament d'un joc sense editor ni inversors. Esperaven acabar el seu projecte en tres mesos, però la feina es va allargar dos anys fins que l'abril del 2014 van publicar a l'App Store el joc *Stubies*, d'una gran qualitat i originalitat, que ràpidament va arribar a ser el més venut a més de 20 països, a banda de ser recomanat per la mateixa Apple i per la cadena multinacional de cafeteries Starbucks.

Junt amb l'èxit de les companyies independents com la d'en Lukas i l'Andreu, també hi ha companyies com Kerad Games, un estudi creat pel futbolista Gerard Piqué a finals del 2011 i liderat per Alberto Guerrero, amb àmplia experiència en el sector, com a conseller delegat. El pro-

TOTHOM IGUAL
Empreses grans i petites competeixen al mateix nivell a les botigues en línia

DINERS A REPARTIR
Els beneficis per als desenvolupadors són de milers de milions d'euros en pocs anys

jecte d'aquesta empresa va ser crear un joc de futbol: *Fantasy Football Golden Manager*, que està disponible en 16 idiomes.

Kerad Games es va establir el 2012 amb 15 empleats a Sant Joan Despí. Al març, van posar en marxa una versió preliminar del joc via web i el gener passat van llançar l'aplicació per a l'App Store. Alberto Guerrero exposa que la botiga d'aplicacions "és un accelerador enorme. El fet que existeixi ha canviat la manera de fer negocis. T'asseguren que en el mitjà de pagament i el canal de distribució tots estem en igualtat de condicions. Gran part de les diferències s'igualen".

Per aquest emprenedor expert en la creació de videojocs "l'MWC ens situa a l'epicentre. Durant tota la vida, has anat a les fires sabent que vas al lloc on passen les coses, i el Mobile ens ho porta aquí. El ciutadà no vinculat a la indústria no és conscient de la importància que té". Per Guerrero, la fira "és la més gran del sector tecnològic més gran".

El responsable de Kerad Games assegura que "l'entorn i Barcelona fan marca i són atractius" per atreure empreses i professionals del sector de les aplicacions. Potenciar les carreres relacionades amb el sector, inversions en infraestructures i conservar el Mobile World Congress són factors per continuar al centre d'interès.

gant com King, l'estudi responsable, entre altres èxits, del joc *Candy Crush*, és un factor "que li dona serietat" com a seu.

"Des de la formació i les bases, l'Administració hi és de forma simbòlica però hi és. Els inversors estrangers no tenen por de venir, perquè veuen Barcelona com una cosa seriosa", exposa Fernández. Parla des de l'experiència d'haver aconseguit atreure una inversió de dos milions d'euros "sense cap producte, simplement per fet de tenir talent". Això és el que se'n diu un ecosistema atractiu per a la creació d'aplicacions.

L'aparició de les botigues d'aplicacions, que es queden amb un 30% de la venda de cada descàrrega d'una app i en lliuren el 70% als creadors, ha canviat un model de distribució de software que ja ha quedat obsolet. "Amb el model de les apps -raona Fernández-, a més de ser el desenvolupador, ets el distribuïdor. Abans, quan volies publicar un títol t'havies de cenyir a l'editor, i això matava moltes iniciatives. Ja no existeixen, aquestes barres".

En el moment que es publica, la botiga d'aplicacions proporciona a qualsevol creador, ja sigui una gran companyia o un simple desenvolupador que treballa pel

Les botigues d'Apple i Google contraposen els seus models entre nombre d'usuaris i rendiment de beneficis

Descàrregues i diners

F. BRACERO Barcelona

Malgrat la similitud en el model de venda d'aplicacions i l'obertura a l'admissió d'aplicacions de tercers, les botigues d'Apple (App Store) i de Google (Google Play) tenen diferències essencials i obtenen un comportament i un rendiment econòmic en beneficis molt diferenciat. Fa uns quantes setmanes, el web d'anàlisi d'aplicacions App Annie va presentar un informe en què assenyalava que Google Play supera l'App Store en nombre d'aplicacions descarregades, però no pas en beneficis.

La conclusió és lògica. Si hi ha més usuaris d'Android que d'iOS, el més normal és que Google Play sumi més apps descarregades que l'App Store, així com que el creixement de la seva botiga i de descàrregues tinguin un ritme més alt. Tot i així, les aplicacions que ven Apple a la seva botiga li proporcionen el 60% dels ingressos, encara que representin menys del 40% de les descàrregues.

A Espanya, la quota de mercat d'Android era a començaments d'any del 86,7%, enfront del 10,4% d'iOS, segons un informe de Kantar Worldpanel Com-Tech que assenyalava, de tota manera, que el creixement més significatiu a principis d'any l'havia registrat iOS, que guanyava 3,1 punts d'increment respecte a l'any anterior gràcies al fort atractiu de vendes de l'iPhone 6.

Entre Android i iOS queda ca-

da vegada menys competència. El mateix document apuntava que Windows Phone havia baixat del 5,5% al 2,5% en un any.

Aquestes diferències no són iguals en la resta dels mercats mundials. Als Estats Units, An-

de Google, un 21,9% per a iOS i un 9,6% per a Windows. La resta de sistemes, com BlackBerry, ja s'han convertit en inapreciables o amb quotes de l'1%.

En aquesta lluita per la venda d'apps els estudis solen assenyalar que els usuaris d'iOS estan més predisposats per l'ús d'aplicacions que els d'Android.

Aquests últims anys s'ha començat a imposar un model anomenat *freemium*, una combinació de les paraules *free* (de franc) i *premium*. Consisteix a llançar aplicacions que són gratuïtes, poden ser utilitzades de manera bàsica i ofereixen característiques addicionals o millores mitjançant el pagament d'algunes quantitats. És una de les grans tendències del sector.

Es tracta d'una indústria que tot just acaba de néixer. En aquests moments, les grans companyies fixen la vista en països com la Xina i l'Índia, que els proporcionen expectatives de creixement de centenars de milions d'usuaris. Apple, que, tot i que fabrica els telèfons a la Xina, al principi trigava a llançar els models al país asiàtic, ha assolit una quota de mercat una mica superior al 25%.

Cal tenir en compte que cada client de mòbil es converteix en un usuari de les botigues d'aplicacions. Els diners que cadascun d'aquests clients es gasta en apps, quan es parla de xifres de milers de milions d'usuaris, es converteixen en una indústria molt lucrativa, encara que va néixer gairebé de mala gana. Ara és el nou grial de la tecnologia.

Cada nou client d'un sistema operatiu mòbil passa a ser un usuari de la seva botiga de software

droid és líder, però només amb el 51,9% del mercat, mentre que iOS el segueix, més igualat que a Espanya, amb un 42,8%. Windows té un 4,3% i no sembla que l'imminent llançament de la versió Windows 10 hagi d'interferir

A Espanya Android s'acosta al 90%, mentre que a Europa i els Estats Units hi ha més equilibri

en les expectatives dels dos sistemes operatius mòbils que ara són hegemònics.

En el grup dels cinc principals països europeus, malgrat la marcada inclinació d'Espanya per Android, l'àrea econòmica marca un 67,2% per a aquest sistema

NOU MOVIMENT COMERCIAL

L'Apple Watch arribarà a Espanya el 26 de juny

■ L'Apple Watch es començarà a vendre a Espanya el dia 26 de juny. Apple va anunciar ahir una segona ronda de set països que s'incorporaran a la distribució del relloge intel·ligent de la companyia. El seu vicepresident d'operacions d'Apple, Jeff Williams, va admetre problemes per atendre la demanda: "La resposta a l'Apple Watch ha ultrapassat totes les nostres expectatives i estem entusiasmats de posar-lo a disposició de més clients de diferents llocs del món". El relloge es podrà adquirir a través de la botiga d'Apple a internet, les botigues oficials de la companyia i alguns distribuïdors autoritzats". El nou dispositiu, que necessita un iPhone



TIM IRELAND / AP

L'Apple Watch en un expositor

(del model 5 als actuals 6 i 6S), es presenta en tres col·leccions (alumini, acer i or), dues mides per a cadascuna i diversos acabats, a banda d'una infinitat de

corretges. Apple no va comunicar els preus per a Espanya. Als Estats Units costen, sense impostos, entre 349 i 17.000 dòlars (de 310 a 15.100 euros).