

Las barras de sonido no tienen rival en un agitado mercado con fuentes diversas

A young man with short brown hair, wearing a grey hoodie and white over-ear headphones, is shown in profile, smiling and looking down at a device he is holding. The background is a bright, blurred outdoor setting, possibly a city street or park, with warm lighting suggesting late afternoon or early morning.

En un 2020 en el que el teletrabajo, el estudio a distancia y el entretenimiento convivieron debido a la pandemia, hubo un producto que sobresalió por encima del resto: las barras de sonido, que registraron un incremento en el número de unidades vendidas y en valor, así como un abaratamiento en el precio.

El audio es una categoría completa compuesta por diferentes dispositivos que nos acompañan en nuestro día a día. Los empleamos para comunicarnos, aprender, jugar o escuchar música. Con la irrupción del coronavirus, estos equipos se han convertido en esenciales, encontrando en ellos un importante apoyo a la hora de estudiar a distancia, teletrabajar, hablar con nuestros seres queridos o entretenernos. Pero como en todos los mercados, hay actores que llevan la voz cantante. Es lo que ocurre con las barras de sonido. En España estos productos han experimentado un crecimiento con respecto a 2019 en cuanto a unidades y valor, de un 18 y un 8%, respectivamente. Este aumento en el número de ventas puede estar motivado por la bajada de precios, la cual se ha abaratado un 10%, alcanzando cifras por debajo de 0 (-4%).

La idea de que se pueda combinar con el televisor también para visionar contenido audiovisual en casa sin que el usuario tenga que acudir al cine es otro de los aspectos a tener en cuenta, pudiendo disfrutar del paisaje sonoro envolvente sin necesidad de emplear otro dispositivo. Algunas referencias hasta traen consigo un subwoofer para potenciar los graves. Esta puede ser una de las razones para que el Audio Home System haya sido desbancado, el cual desciende puestos con respecto al año anterior cayendo en picado más de un 40% en unidades, pasando de 48 a un 5%. Su posición en valor sigue por esta misma tendencia, con un descenso del 21%, situándose así en -11%. En estos resultados a la baja parece tener relación

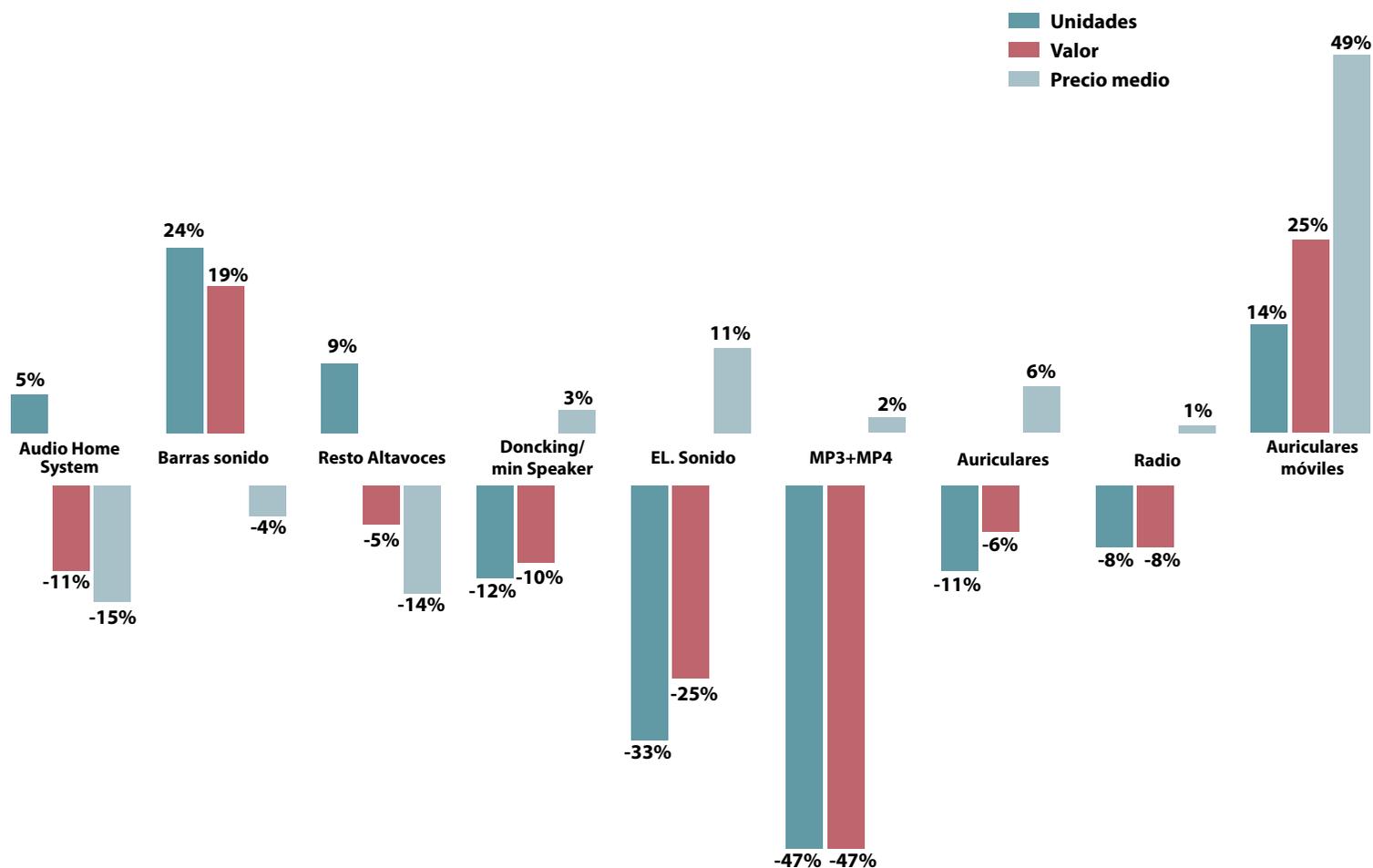
el encarecimiento de los precios, que se han incrementado en más de un 10% si se comparan con el periodo anterior, por lo que hace que estos dispositivos sean menos atractivos para el consumidor.

Tira y afloja

Si se atiende al resto de altavoces, no se presentan cambios de un año para otro en las ventas (9%). Sin embargo, en lo que respecta a valor y precio medio sufren una caída. Así, en el primer bloque muestran una bajada del 7% y en el segundo del 9%, lo que se corresponde con unos valores negativos del -5 y 14%, respectivamente en 2020. Por su parte, Doncking/Min Speaker no se encuentra en su mejor momento, puesto que sus cifras retroceden un 13% en número de unidades vendidas y un 11% en valor, posicionándose en los -12 y -10% durante este 2020. Si nos fijamos en su precio, vemos que se produce un ligero repunte de tan sólo un 2%, colocándose en un 3%. A pesar de que este aparato puede llevarse a cualquier parte de forma práctica y ligera, parece no haber calado lo suficiente en el público. Continuando con los desplomes, el segmento de El. Sonido que, si ya en el año anterior no presentaba buenos resultados, en este periodo tampoco tiene previsiones de mejorar. En cuanto al número de unidades cae un 33%, lo que supone una bajada de casi un 20%. Por su parte, si nos centramos en su valor

Las barras de sonido llevan la delantera, con un crecimiento en el número de unidades y valor, del 18 y 8%, respectivamente

VENTAS SONIDO 2020



los datos siguen sin ser buenos, ya que pierde un 13% hasta situarse en -25%. Algo completamente distinto ocurre con su precio, que aumenta un 6%, alcanzando así un 11%.

Al igual que ocurría con el Audio Home System, Docking/ Min Speaker y El. Sonido, los MP3 + MP4 continúan por el mismo camino al mostrar caídas de un 17 y un 16%, respectivamente, lo que se traduce en unas pérdidas del 47% en lo que respecta a unidades y valor. En cambio, su precio medio asciende lo suficiente como para volver a registrar valores positivos (2%). Estos reproductores han quedado un poco en el olvido con el paso del tiempo, en el que los consumidores prefieren otras formas de escucha, ya sea en streaming a través de plataformas de música o YouTube, así como a través de sus smartphones.

Por su parte, los auriculares son los únicos que suben en las tres categorías, a pesar de que sus números siguen siendo negativos en varias de estas durante el 2020. Analizando las unidades nos damos cuenta de que una subida del 14% no es suficiente, ya que se registran valores de -11%. Si analizamos ahora la segunda, la de valor, vemos como la situación se repite. En este caso el incremento es todavía mayor hasta situarse en un 18%, pero al igual que ocurría en el apartado anterior sigue siendo poco, ya que la cifra que se recoge es de un -6%. Finalmente, si nos paramos a valorar su precio vemos cómo se produce un leve repunte de un 5%, lo que le permite colocarse en el 6%.

Otra de las grandes desterradas es la radio, que le ocurre algo parecido a los reproductores. Esta obtiene los mismos datos en unidades vendidas y valor, posicionándose en un -8%. Sufre una caída del 5% en la primera categoría, mientras que en la segunda se mantiene. Con todo, la subida que experimenta en el coste le permite recuperar valores positivos (1%).

Un universo de tendencias

Los altavoces evolucionan hasta convertirse en pequeños aparatos compactos de formatos diversos y tamaños diferenciados. Ciertos modelos hasta traen una correa incorporada para su fácil transporte y tecnología TWS, que permite emparejar más de una unidad de audio mediante conexión Bluetooth. Pero como el trabajo y el entretenimiento no tienen por qué estar reñidos y pueden entenderse a la perfección, muchos fabricantes han diseñado sus dispositivos para hacerlos aptos y flexibles para ambos ámbitos, ofreciendo sonidos nítidos, gran autonomía y compatibilidad con los asistentes de voz. Junto a ellos, referencias un poco más grandes en formato vertical portátil para improvisar una fiesta en cualquier lugar, creando un espectáculo de luces y sonido a todo color acompañado de un sonido nítido y vibrante, con conectividad Bluetooth y, en algunos casos, con entradas de micrófono. La posibilidad de comunicarse mediante voz para controlar su funcionamiento también está presente en las barras de sonido. Estos equipos tienen la finalidad de proporcionar una experiencia envolvente y nítida que recorre cada rincón de la sala hasta tal punto que el usuario se siente igual que en una sala cinematográfica o en un estadio de fútbol con una riqueza sonora sin precedentes, aportando precisión del detalle y fidelidad. En ocasiones, los fabricantes equipan a sus modelos con sensores que activan el equipo cuando el consumidor se acerca y con tecnologías que permiten mejorar la legibilidad de lo que se está escuchando aun cuando el volumen del sonido no está alto. Como agregan Bluetooth, dan la opción de reproducir de forma inalámbrica los archivos almacenados en otros dispositivos, como pueden ser smartphones, tabletas o portátiles. Son fáciles de conectar al televisor mediante HDMI y ya que ofrecen un diseño minimalista y esbelto no ocupan apenas espacio, por lo que contribuyen a vestir la zona en la que se colocan. Otra de

sus ventajas es la incorporación de diferentes modos preestablecidos que se pueden poner en marcha en función del contenido que se está visualizando, reforzando aún más el sonido en encuentros deportivos, películas o series, así como en las partidas gaming.

Pero estas también se reinventan. De este modo, los fabricantes diseñan televisores que ya vienen equipados con estos elementos para que los consumidores no tengan que adquirirlas por separado y acoplarlas a los mismos. Para que no desentonen las diseñan con líneas ultrafinas y estrechas, de modo que puedan ir adheridas a la parte inferior de la televisión, como ocurre con la serie C82 de TCL. Algo similar ocurre con los auriculares inalámbricos. Estos se reducen a la mínima expresión hasta convertirse en diminutas piezas que encajan de forma ergonómica y confortable en el pabellón auditivo del consumidor, con cómodas almohadillas que contribuyen a que sean utilizados durante un período largo de tiempo sin que resulte incómodo para quien los lleva. Esta poderosa herramienta no solo es empleada para escuchar música, sino que en los tiempos que corren, sobre todo con la irrupción de la pandemia, han jugado un papel fundamental a la hora de realizar llamadas o durante las videoconferencias, con sonidos claros, cancelación de ruido externo o con posibilidad de escuchar lo que sucede alrededor sin perder de vista lo que el emisor está contando. Hasta es posible utilizar un auricular solo mientras el otro está cargándose, como ocurre con los auriculares RZ-B100W de Panasonic, con su función Dual Connect. De este modo, el consumidor puede utilizar uno de ellos para escuchar su música favorita mientras el otro recupera su carga. Además, gracias a su emparejamiento por Bluetooth, dará lugar a un sonido sincronizado con calidad superior. La ligereza, la posibilidad de manejar el aparato a través del control táctil o por voz, la resistencia al sudor, al polvo o al agua, son otros aspectos a tener en cuenta a la hora de adquirir un dispositivo de este tipo. Gracias al estuche de carga es posible incrementar el nivel de autonomía y llevarlos a cualquier parte de una forma cómoda.

Si los anteriores productos se adecuan a las nuevas exigencias de quienes los usan, los auriculares móviles no se quedan atrás: claridad sonora, amplias baterías, cancelación activa de ruido incorporada, así como estuche de carga, diseños compactos, modernos y diferentes colores, controles táctiles e intuitivos, cargas rápidas, etc. Entre medias, se encuentran los de diadema inalámbricos, que continúan incorporando todo tipo de mejoras para hacerlos más atractivos, sobre todo para el lugar de trabajo. Un buen ejemplo es la serie Voyager 4300 UC de Poly, con un alcance de hasta 50 metros y diseñados para bloquear los molestos ruidos de fondo. Además, están certificados por Microsoft Teams y Zoom.

Pero no sólo los trabajadores y amantes de la música encuentran unos dispositivos acordes con sus demandas, sino que también los apasionados de los videojuegos se sirven de estos elementos para hacer que sus partidas sean más inmersivas, con sonidos potentes y micrófono de brazo flexible añadido. Junto a ellos surgen unos altavoces totalmente fuera de serie como el modelo SC-GN01 de Panasonic, los wearable o de llevar, puestos como si fuese un collar, van colocados alrededor del cuello acompañando al usuario allá donde vaya. Este altavoz portátil, diseñado en colaboración con FINAL FANTASY® XIV Online de SQUARE ENIX®, proporciona un sonido que rodea a quien lo lleva de forma cómoda e inalámbrica, pudiendo elegir entre varios modos de sonido. Además, posee cuatro altavoces y micrófono dual. Es como si llevase el sonido a cuestas y este recayese completamente en sus oídos. ▀