

# Wearables

## ¿moda pasajera o sector de futuro?



*Nuevo nicho de mercado caracterizado por una fulgurante ascensión dentro del sector tecnológico, no queda todavía claro cuál será su futura evolución: si una simple promesa de futuro sin aplicación práctica real o todo un nuevo sector que revolucionará nuestra vida diaria.*

**W**earables, esa palabra difícil de pronunciar que para el común de los mortales no aclara muy bien a qué alude. Se podría traducir por “ponibles” y si bien en un principio se utilizó para designar a la fusión de tecnología y moda (ropa de diseño futurista que interactuaba con el usuario), hoy en día está más identificada con la famosa “Internet de las cosas” y las pulseras de medición en todas sus variantes.

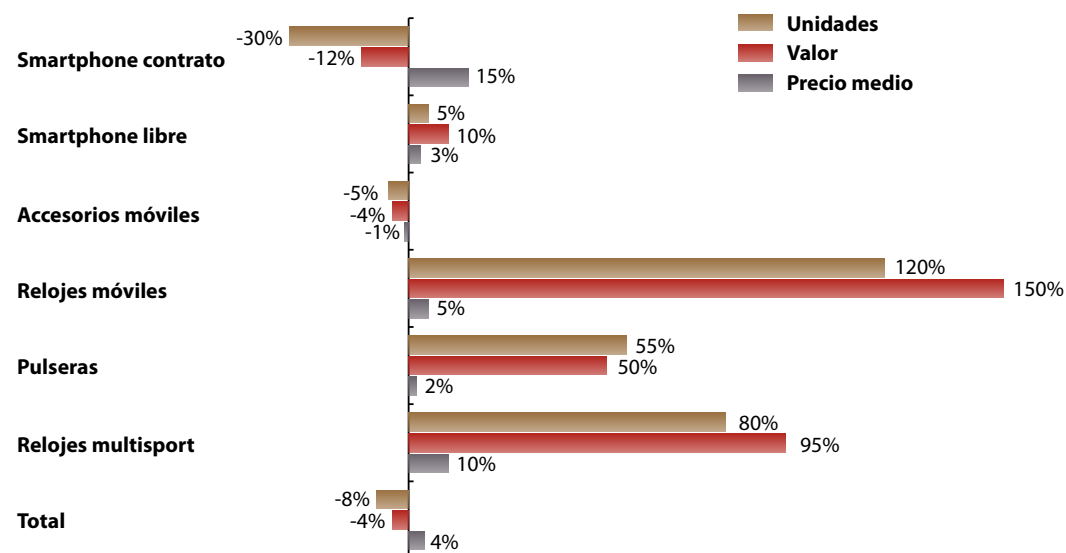
Aunque inicialmente presentada al principio de este siglo, los wearables no fueron conocidos por el gran público hasta hace cuatro o cinco años, con las Google Glass como paradigma de equipo wearable por excelencia. Prometía una revolución en la forma de interactuar con nuestro entorno, pero como suele ocurrir con los equipos demasiados innovadores para su tiempo, no cuajaron y hoy en día casi nadie se acuerda ya de “las gafas de Google”.

Su relevo fue tomado por las pulseras cuantificadoras. Publicitadas como el complemento perfecto para el deportista, fueron evolucionando hasta fusionarse con los relojes inteligentes en un mercado a medio camino entre la moda, lo deportivo y la salud.

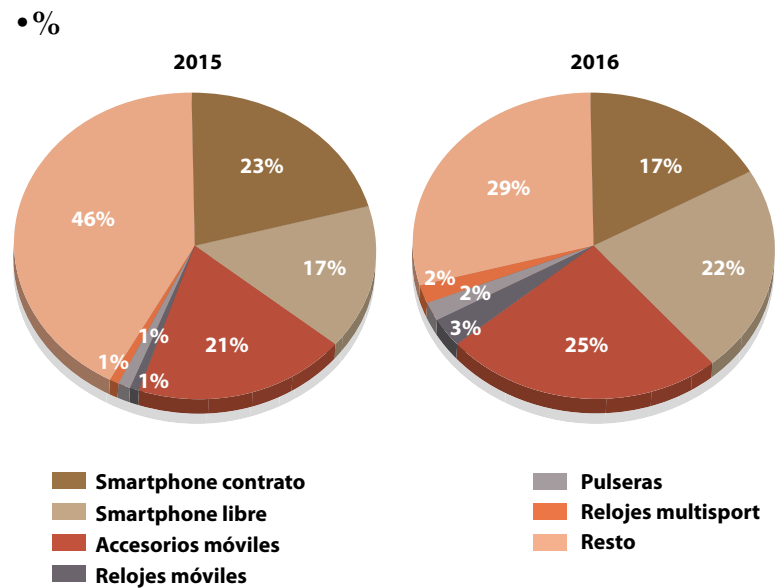
### Pulseras cuantificadoras: realidad vs ficción

Se podría decir que para el gran público, el wearable por excelencia son las pulseras cuantificadoras. Enfocadas en un primer momento hacia un segmento claramente deportista, evolucionaron junto a su conectividad con aplicaciones de smartwatch, hacia “complementos de salud” que prometían mejorar la calidad de vida, promoviendo la actividad física. Fitbit es el fabricante por excelencia de este tipo de pulseras, que abrió el mercado allá por el año 2009. Lo que comenzó siendo un simple “tracker” de actividad física, pasó en sus sucesivas versiones a incluir pulsómetro, altímetro, reloj y hasta notificaciones. Todo ello acompañado con su propia aplicación que compartía tus éxitos en las redes sociales. Sin embargo no todo es oro lo que reluce, puesto que según

### MERCADO ESPAÑOL DE LAS TELECOMUNICACIONES. EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS. 2016



### MERCADO ESPAÑOL DE LAS TELECOMUNICACIONES. PESO POR PRODUCTO



Fuente: Consultoras Elaboración: Electromarket

### Significativo incremento de ventas del sector Core Wearables durante el ejercicio 2015-2016: +55%

diversas investigaciones independientes, aunque las pulseras cuantificadoras son “más o menos ajustadas” a la realidad en cuanto a fiabilidad; no lo son tanto a la hora de mejorar nuestra salud. Y es que parece que aquellos que las utilizan, al final, ni caminan más, ni bajan más kilos que el común de los mortales que no las usan. Toda una paradoja de estos tiempos de sobre información estadística.

### Smartwatches

El otro frente de los wearables ha sido sin duda alguna el de los “Smartwatch” o relojes inteligentes. Eran el paso natural tras los smartphones y las pulseras cuantificadoras, pero su gran problema era la autonomía. Con una gran pantalla, multitud de notificaciones y funciones de cuantificación, se requería de gran cantidad de energía que era difícil de implementar en su reducido tamaño.

El primer gran éxito vino de la mano de Pebble, una pequeña



**Productos de similares categorías como los auriculares, también siguieron la tendencia del sector, con repuntes de ventas de hasta el +28%**

ni en la autonomía, ni en las prestaciones, llevó a una ligera caída de ventas en los años 2014-15 que supusieron una barrera infranqueable para muchos en el sector. Sobre todo después de la entrada de Apple, que se hizo directamente con gran parte del mercado mundial de smartwatches. ¿El resultado?, Pebble la empresa pionera en el segmento cesó actividad este mismo 2017, siendo adquirida por su rival Fitbit.

Pese a todo, parece que el sector se recupera. Todo un logro para un segmento que hace cuatro o cinco años ni existía. De hecho, ha calado más allá del segmento tecnológico y las firmas de moda se están apuntando a un sector con el que pueden mejorar sus cifras de negocio de manera natural. Ahí tenemos los ejemplos de Fossil, TAG Heuer o Swatch. Fabricante este último, que incluso está diseñando su propio sistema operativo para lograr mayor autonomía y versatilidad que el famoso Google Wear.

### Otras aplicaciones

Pero el nicho de los wearables no se limita a relojes o pulseras. La demostración la tenemos en otra de las grandes revelaciones en cuanto a ventas del último año; los auriculares. Puede que no sean tan “interactivos” como sus compañeros de muñeca, pero la tecnología está ahí. Se han convertido en un objeto de moda y la última tendencia es sin lugar a dudas la de los auriculares sin cable. Equipos Bluetooth de cuarta generación, con gran calidad de sonido, contenido consumo y funciones incluso de manos libres, que han llevado al sector a un aumento de sus ventas entre el 2015 y el 2016 de nada menos que un +28%.

empresa independiente que gracias a la utilización de pantallas e-Ink podía conseguir autonomías de uso de hasta cinco días. Todo ello a cambio de contar sólo con notificaciones y dejando de lado las funciones de cuantificación.

Tras el éxito de sus equipos, el resto de fabricantes vieron el potencial: Google ya se había apuntado a la tendencia y tenía desarrollado un sistema operativo propio para este tipo de equipos (Google Wear) que actualmente es casi un estándar en el sector. Motorola, Sony o Samsung presentaron sus propios modelos, muchos de los cuales ya incluían las famosas opciones de cuantificación. Desde pulsaciones, hasta pasos o calorías consumidas. Y finalmente Apple también vio el potencial de este mercado y no quiso dejar la oportunidad: en 2015 lanzó su Apple Watch.

Pero el gran talón de Aquiles seguía siendo la autonomía, con uno o dos días

como mucho. Los fabricantes utilizaban diversos trucos para intentar alargarla, como que la pantalla no estuviera constantemente encendida o modos de bajo consumo. A día de hoy, la autonomía continúa siendo todavía el gran inconveniente de este tipo de equipos.

Ese gran inconveniente y la constatación por parte de los usuarios de que no se estaba produciendo mejora palpable

**Consolidación del sector tanto en lo que se refiere a empresas (adquisiciones) como a equipos: smartwatch y pulseras cuantificadoras**



Las posibilidades del sector son infinitas. Desde sneakers con podómetro, hasta ropa de bebé que te avise cuando el pequeño tenga fiebre, pasando por sistemas de control de acceso en el trabajo. Es este último punto donde más aplicación práctica diaria se puede llevar a cabo (a la vez que polémica). Lo prueba el hecho de que la empresa belga NewFusion haya implantado un chip a trabajadores voluntarios para así poder tener control de acceso sin necesidad de recordar claves, contraseñas, ni llevar tarjetas de identificación. De hecho, en NewFusion tienen varias opciones a elección del trabajador: desde un microchip del tamaño de un grano de arroz que se implanta entre los de-

dos índice y pulgar, hasta las tarjetas de toda la vida, pasando por anillos muy utilizados por su plantilla femenina.

En definitiva, estamos ante un segmento con un fuerte potencial de crecimiento en el sector retail, aunque deberíamos ser cautelosos ya que sus fuertes incrementos de ventas se basan en un punto de partida con cifras de negocio casi inexistentes. Las implicaciones en cuanto a su aplicación en el ámbito laboral resultan inquietantes, sobre todo en lo concerniente a la privacidad de los datos. Por todo ello cabría decir que nos encontramos todavía ante un segmento por madurar y de incierta evolución. ▶