

# Los 'wearables' gozan de buena salud



*Los consumidores están cada vez más concienciados con el autocuidado y la necesidad de adquirir hábitos de vida saludables, sobre todo después de la pandemia. Ven en estos productos unos grandes aliados para controlar parámetros de su salud que antes estaban relegados sólo al ámbito médico. Y no sólo eso, sino que les sirven para programar su actividad diaria y monitorizar su descanso nocturno. Sin ir más lejos, se vendieron 533,6 millones de unidades a nivel mundial tan solo en 2021.*

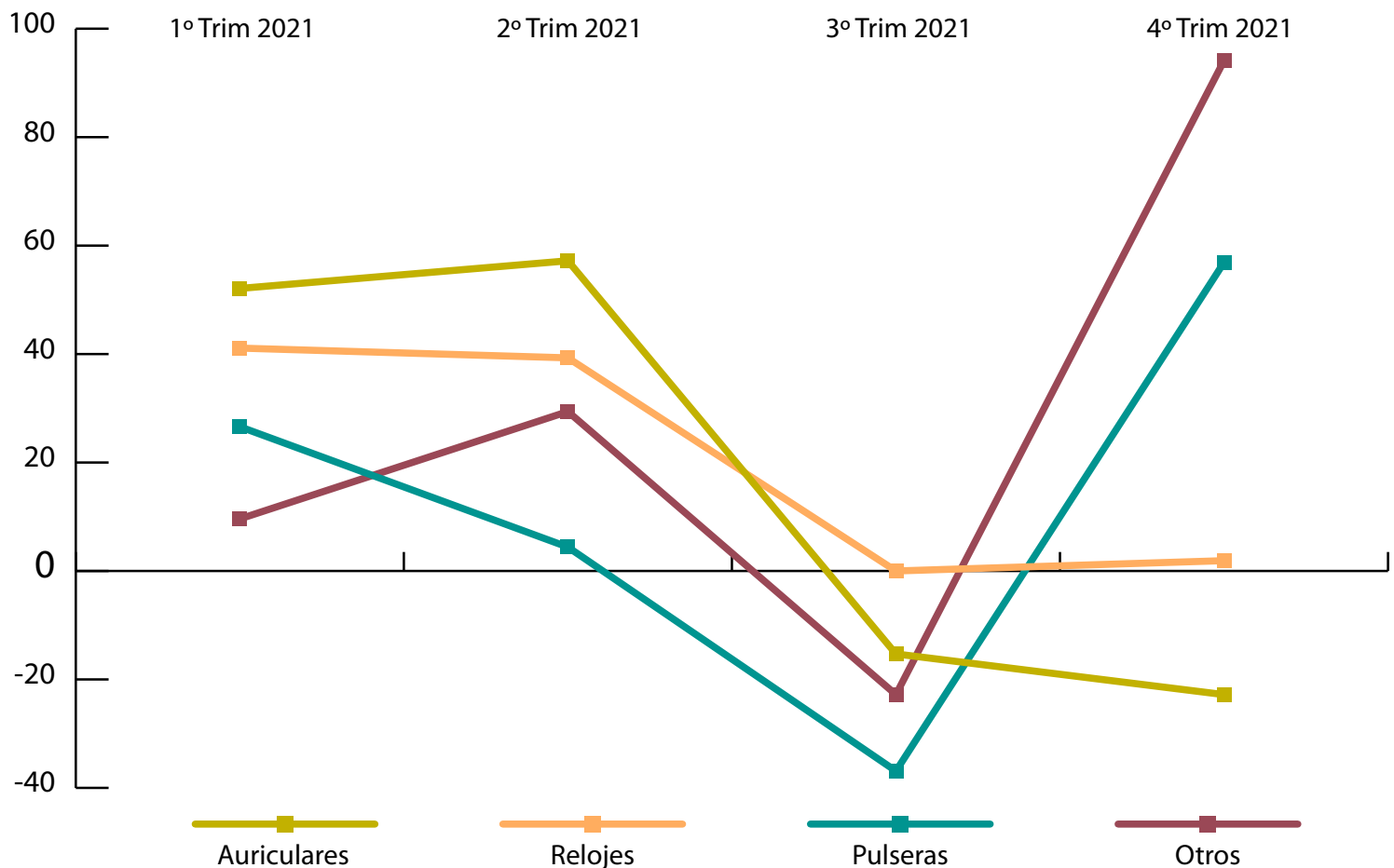
El engranaje de la digitalización está más que en marcha. La pandemia sirvió para acelerar una transformación digital que parecía estar dormida tiempo atrás. Centros educativos, empresas, hogares y hospitales tuvieron que ponerse las pilas a marchas forzadas para poder seguir los pasos de esta nueva necesidad. El trabajo híbrido, el estudio a distancia y la telemedicina emergieron con fuerza, y la innovación tecnológica estuvo ahí para verlo. En el ámbito sanitario se puede observar cómo incrementó el uso de la receta digital y la utilización de dispositivos electrónicos para realizar una monitorización de la salud, con un 38 y un 26%, respectivamente, tal y como refleja la *'Radiografía Savia de la Salud Digital'* presentada por Savia, la plataforma de telemedicina perteneciente a Mapfre. El público joven es el más partidario de utilizar servicios del ámbito sanitario relacionados con lo digital. Está claro que los *wearables* gozan de buena salud al batir un nuevo récord en último trimestre del año pasado, cuando el número de dispositivos vendidos se situó en los 171 millones, casi un 11% más que en el mismo

periodo del año anterior. Este valor impulsó al mercado mundial a conseguir la cifra total de los 533,6 millones de unidades en 2021, lo que supuso un aumento del 20% de un año con respecto al otro, según el estudio *'IDC Worldwide Quarterly Wearable Device Tracker'*. Por su parte, ABI Research dio a conocer a principios de este 2022 un informe en el que se contempla que la tendencia seguirá por la senda del crecimiento en lo que a *wearables* se refiere. En 2020 se enviaron casi 260 millones de dispositivos en el mundo. Al año siguiente, 304,69 millones, y para este año se augura un aumento del 13,2% hasta alcanzar los 344,9 millones. Por otra parte, la realidad virtual está viviendo un buen momento. Statista avanza que está relacionada con más del 70% de la facturación general del sector de los videojuegos. Atendiendo a sus predicciones, este valor irá en aumento, suponiendo el 95% de la facturación de este mercado en 2025. Futurresource Consulting va más allá y estima que esta industria llegará a superar esta barrera y situarse en los 98 millones de ventas antes de lo previsto, para 2023.

Esta categoría de producto alberga en su interior un sinfín de artículos: smartwatches, pulseras de actividad, gafas inteligentes, auriculares inalámbricos, entre otros. Estos últimos están viviendo una época dorada, ya que lograron enviarse más de 502,7 millones de auriculares a finales del año pasado. Se prevé que este resultado se eleve hasta los 700 millones de unidades vendidas en 2026. **Filomena Iovino**, analista de investigación de dispositivos, teléfonos inteligentes y dispositivos portátiles en ABI Research, lo explica de la siguiente forma: "si bien el sector de los *wearables* ha experimentado un fuerte crecimiento, también lo han hecho los accesorios móviles, donde la demanda de auriculares inalámbricos ha aumentado drásticamente el año pasado. Este aumento ha sido impulsado por la creciente disponibilidad en el mercado de dispositivos más elegantes, repletos de funciones y técnicamente capaces, en particular el uso de verdadera tecnología inalámbrica y, una vez más, el impacto de la pandemia en el comportamiento y el estilo de vida del consumidor".

## EVOLUCIÓN DE LAS PRINCIPALES CATEGORÍAS DE WEARABLES

% Respecto al trimestre del año anterior



Fuente: IDC Worldwide Quarterly Wearable Device Tracker, marzo de 2022

Elaboración: Electromarket

## Cuestión de prioridades

Ya sea por haber pasado más tiempo en casa o por la llegada del Covid-19 a nuestras vidas, los usuarios están más preocupados por adquirir un hábito de vida más saludable en lo que respecta a la alimentación y a la realización de ejercicio físico. Y esto se deja ver, como anticipábamos anteriormente, en el mercado. Los auriculares se han convertido en todo un complemento, de colores diversos y de tamaños casi camuflados, permiten disfrutar de una banda sonora sin interrupciones, dejando que ni el ruido exterior ni la conectividad interfieran, otorgando al individuo total libertad de movimientos. Por ejemplo, los Sony LinkBuds se caracterizan por su innovador diseño en formato de anillo abierto, son ligeros, ergonómicos y han sido diseñados para disfrutar de la música y de las llamadas con total nitidez, incluso cuando el ruido ambiental no acompaña. Además, están equipados con un control de volumen adaptativo, de modo que este se adecua al entorno. Son resistentes al agua y al sudor. La autonomía tampoco será un impedimento al disponer de estuche y de carga rápida. Con los Galaxy Buds Pro de Samsung es posible participar en una conversación sin sacarse los cascos de encima a través del *sonido ambiental*. Así, el consumidor podrá escuchar a su receptor con claridad, ya que el volumen de ambiente se eleva. Además, en caso de que exista viento, es capaz de bloquear su sonido cuando se produce una llamada. Y, por si fuera poco, mediante el sensor inteligente de seguimiento de movimiento es capaz de detectar la dirección del sonido cuando se mueve la cabeza, dando lugar a una experiencia sonora más realista. En el caso de que un amigo esté cerca y disponga del mismo dispositivo, se puede establecer una conexión directa y reproducir las mismas pistas musicales en simultáneo. Existen tres tamaños de almohadilla a elegir para una mayor comodidad.

Para los que andan en constante movimiento, Jabra acaba de presentar recientemente un mono auricular Bluetooth con un 80% de cancelación de ruido. Con un alcance de hasta 100 metros y una autonomía de 14 horas es posible beneficiarse de una escucha sin interrupciones. Se trata de los Jabra Talk 65, que, asimismo, cuentan con transmisión de localización GPS y archivos multimedia.

Los smartwatches y bandas deportivas caminan a la par, siendo capaces de hacernos un chequeo en tiempo real desde nuestra muñeca, arrojando datos tan destacados, como la frecuencia cardiaca, la calidad del sueño, el nivel de oxígeno en sangre, el estrés y contabilizando la cantidad de pasos que llevamos a cabo a lo largo de la jornada. Los hay más o menos sofisticados, algunos relojes inteligentes hasta se cargan

con la luz solar, incorporan GPS y hay modelos que cuentan con visión nocturna, cartografía y métricas de escalada, y hasta de linterna, dirigidos a un público con un espíritu más aventurero. Algunas referencias incluyen el seguimiento del ciclo menstrual. Al final casi se podría decir que son como un teléfono comprimido al que le han añadido un control médico de bolsillo, puesto que permiten atender llamadas, consultar mensajes, escuchar música, transferir archivos, emplearse como método de pago y actúan como nuestros vigías en una situación de alerta, enviando avisos a contactos prioritarios, e introducen diversas funcionalidades que hacen que la salud siga siendo lo primero. Sin ir más lejos, Fitbit Sense incorpora un sensor de actividad electrodérmica (EDA), que se encarga de gestionar el estrés. En la aplicación se pueden encontrar sesiones guiadas de *mindfulness* y ejercicios de respiración para mejorar este estado. Pero no es lo único. Con la aplicación Escáner ECG, compatible con Fitbit Sense y la pulsera de actividad Charge 5, es posible realizar electrocardiogramas en pocos segundos y comprobar si existe alguna anomalía con la frecuencia cardiaca. El usuario estará informado cuando se detecte algún parámetro por encima o debajo de lo habitual. Otra de las peculiaridades de Charge 5 es su función de *nivel de recuperación diario* que ayuda a descubrir si el cuerpo está preparado para volver a entrenar o si, por lo contrario, es necesario tomarse un descanso.

Contar con un sueño de calidad se está haciendo cada vez más cuesta arriba. Es por eso que los fabricantes han visto un filón para que los consumidores conozcan cómo duermen. OPPO Watch Free evalúa los ronquidos y analiza los niveles de oxígeno en sangre junto con los valores de frecuencia cardiaca para detectar posibles problemas respiratorios en el momento de irse a dormir. Asimismo, profundiza en las distintas fases de sueño y monitoriza el uso que se hace del teléfono móvil antes de acostarse, generando un informe sobre el tiempo que se le ha dedicado a la pantalla y la calidad del sueño. De los relojes en formato cuadrado nos vamos a los redondos, con Samsung Galaxy Watch4, el cual apuesta por la personalización en cuanto a correas, fondos, tipografías y colores en lo que respecta a su esfera. En su parte trasera viene equipado con un sensor BioActive que informa en tiempo real acerca del porcentaje de grasa corporal, masa muscular y la cantidad de agua del cuerpo. Parece que Google no quiere perder la oportunidad de sumarse a los relojes inteligentes y lo va a hacer de la mano de Google Pixel Watch, tal y como avanzó en Google I/O 2022. Llama la atención por su atractivo diseño minimalista con esfera circular y pantalla táctil.

TOP 5 COMPAÑÍAS DE WEARABLES. Ventas y envíos en millones					
	Envíos 2021	Cuota de mercado 2021	Envíos 2020	Cuota de mercado 2020	Crecimiento
Apple	161,8	30,3%	151,5	34,1%	6,8%
Xiaomi	54,4	10,2%	50,8	11,4%	7,1%
Samsung	48,1	9%	40,1	9%	20,1%
Huawei	42,7	8%	34	7,6%	25,6%
Imagine Marketing	26,8	5,0%	10,2	2,3%	163,4%
Otros	199,9	37,5%	158,2	35,6%	26,3%
<b>Total</b>	<b>533,6</b>	<b>100%</b>	<b>444,7</b>	<b>100%</b>	<b>20%</b>

Fuente: IDC Worldwide Quarterly Wearable Device Tracker, marzo de 2021  
Elaboración: Electromarket

## Nos vemos en el metaverso

Y del mundo real nos vamos al virtual para adentrarnos en un nuevo escenario en el que se puede trabajar, entretenerse o interactuar con otras personas con un avatar. Para acceder a este universo paralelo debemos contar con una serie de tecnologías que nos harán que nuestra entrada en este espacio sea lo más inmersiva posible. Panasonic no lo ha dudado un segundo, creando una serie de dispositivos que facilitan que así sea. Así, MeganeX destacan por ser unas gafas de realidad virtual ultraligeras y de alta resolución. Son capaces de proyectar imágenes 5,2K HDR de 10 bits con una frecuencia de refresco de 120 Hz. A ellas se unen Pebble Feel, lo que sería un equipo portátil, que se coloca sobre la espalda para proporcionar refrigeración y calefacción. La oferta se completa con Mutalk, un micrófono con Bluetooth integrado que evita que el sonido ambiental se cuele en el metaverso.

Las TCL NXTWear Air, a simple vista te parecerán unas gafas de sol al uso, pero en realidad contienen dos pantallas micro OLED con una resolución de 1080p, y cuando el usuario las lleva puestas puede visualizar el contenido como si tuviera una pantalla de 140 pulgadas a tan

sólo cuatro metros de distancia. Son elegantes, ligeras, poseen altavoces duales y reproducen el sonido en estéreo. Idóneas para el trabajo y estudio a distancia, ya que pueden utilizarse como una segunda pantalla si se combinan con un portátil, hasta traen lentes intercambiables para modificar su aspecto exterior. En cambio, OPPO Air Glass se define como un dispositivo de realidad asistida que consta de un microproyector Spark desarrollado por la firma, con micro LED y cinco lentes de vidrio, un procesador Qualcomm Snapdragon Wear 4100 y una montura de apenas 30 gramos de peso. Actúa como teleprónter en el que poder visualizar las presentaciones, de traductor al poder traducir de forma automática en distintos idiomas, y de navegador.

## Viento en popa

Apple encabeza la lista con una cuota de mercado que roza el 35%. Le sigue Xiaomi y Samsung, con resultados muy parecidos entre ellos. Pero quizás el que registró una mayor subida fue Huawei, al crecer casi un 36% en comparación con ese mismo trimestre del año anterior. El origen de este repunte puede estar relacionado con una estrategia de "marketing agresiva",

tal y como informan desde la consultora IDC. En Europa, los envíos de terminales llevados a cabo por esta compañía estuvieron relacionados con el 29% del catálogo de productos de Huawei durante la época navideña, suponiendo un 10% más que el año anterior. Por su parte, Imagine Marketing se sitúa en quinta posición, logrando un crecimiento bastante notable con respecto a sus homólogos (69,6%). La clave de su éxito fue vender sus dispositivos a un precio asequible. Cabe destacar que, tras la pandemia, los smartwatches salieron reforzados tras ascender un 24% en 2021, mejorando los resultados alcanzados en la etapa anterior. Apple sigue siendo el líder, con una cuota de mercado de más del 30%. Samsung le come terreno a Huawei, logrando desbancarlo hasta el tercer puesto y colocándose segundo, con un 10,2%. Huawei queda en tercera posición, con un 7,7%. La cuarta posición la ocupa Imoo que, a pesar de seguir en la misma posición, decrece hasta un 5,2%, seguido muy de cerca de Amazfit. Este último consigue pasarle por delante a Fitbit, el cual desciende hasta los últimos puestos, con un 3,8%. Por su parte, Garmin se coloca en medio de Fitbit y de Amazfit, con un 4,6%. Finalmente, Xiaomi gana una posición, con el 3,6%. ▶

VARIO 1200W

Máxima potencia.

Mínimo esfuerzo.

