

## **Apple consolida su ventaja en el campo de los SmartWatches**

### **El futuro lo dibujan Android Wear y watchOS acaparando el mercado, y Tizen como tercero en discordia**

Los últimos datos de IDC revelan la realidad actual y las proyecciones futuras del mercado de los smartwatches. watchOS corona la clasificación con un 52% de la cuota de mercado, más del doble que su perseguidor, Android Wear. Con las Series 2 recién presentadas tras dos años desde el original, es de esperar que en los próximos trimestres esta ventaja se consolide, sobre todo teniendo en cuenta que, salvo una sorpresa mayúscula, ningún fabricante de los que han impulsado Android Wear lanzará un modelo con él este año, salvo un modelo puntual de LG hace unos meses.

No obstante, se espera que la tendencia varíe en los próximos cuatro años, y para 2020 estén a un nivel casi parejo. De todas formas, tanto watchOS como Android Wear, que compartirían cuotas de entre el 42% y el 44%, verían aumentadas sus unidades distribuidas llegando a entre 22 y 24 millones anuales (por los entre 4 y 10 millones actuales respectivamente).

Ambas plataformas, una en propiedad de un sólo fabricante y la otra a repartir entre Motorola / Lenovo, Asus, LG y compañía, acaparan y seguirán acaparando un mercado donde el tercero en discordia verá su influencia reducida: Tizen, que crecerá en volumen pero disminuirá porcentualmente hasta prácticamente la mitad.

El futuro lo dibujan Android Wear y watchOS acaparando el mercado, y Tizen como tercero en discordia. El resto serán intrascendentes a nivel de ventas. Pese a que Tizen a nivel multiplataforma nació fruto de un consorcio compuesto por varios fabricantes, Samsung lo acabó liderando, y Samsung se quedó sólo en la implementación comercial. No le funciona mal, especialmente con los últimos modelos del Gear S. Responsabilidad de Samsung será buscar la forma de tapar la carencia que puede llegar a tener Tizen en un reloj: ecosistema y aplicaciones de terceros. El arranque fue bueno, pero la carrera será dura.

Por debajo de estos tres no queda sitio para muchos, y la tendencia en los próximos años lo acentuará. Los relojes que funcionan bajo un RTOS son los que utilizan sistemas operativos propietarios que pueden permitir apps de terceros, una solución habitualmente implementada en dispositivos que, sin dejar de enmarcarse en la categoría de smartwatch, están enfocados en la práctica deportiva y en la monitorización del ejercicio. Tendrán cierto crecimiento pero su cuota de mercado será poco más que testimonial (más todavía si tenemos en cuenta que se lo reparten varios fabricantes, al contrario que watchOS o Tizen).

En la categoría "otros" se agrupan alternativas como el Pebble, que tras cumplir un gran papel a la hora de dar ideas sobre cómo debería ser un reloj inteligente que se comunica con nuestro smartphone, se ha visto sobrepasado por los gigantes de la industria. Así y todo, ha sabido continuar

en el mercado. Aunque las perspectivas hacia el futuro no son demasiado halagüeñas: los consumidores abrazarán, sobre todo, Android Wear y watchOS.

El contenido de este post fue publicado primero en Hypertextual

### **Datos de contacto:**

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Finanzas](#) [Dispositivos móviles](#) [Innovación Tecnológica](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>