

## ¿Por qué caen las ventas de smartwatch?

Después de que en julio se publicara la primera caída del mercado de smartwatch o relojes inteligentes en su historia, ahora la consultora IDC muestra que la tendencia continúa y que la caída en este último trimestre, el tercer del año 2016, ha ascendido a unas pérdidas de más del 50% frente al mismo periodo de hace un año.

Teniendo en cuenta que **Apple es el líder del mercado con alrededor de un 40 %** de participación, pero que desde el tercer trimestre del 2015 sus ventas han llegado a mostrar un decrecimiento del 70% todo apunta a que una de las principales causas del fracaso de este mercado es que los clientes esperaban una nueva versión, la cual salió a la venta al final de este trimestre estudiado.

No hay que olvidar que, como publicó [ChannelBiz](#) el pasado mes de septiembre, la segunda generación de **Apple Watch, bautizada como Series 2, es muy similar a la versión anterior**, destacando que es casi el doble de rápido que la primera versión del reloj. Según los líderes de Cupertino, el reloj podrá utilizarse para calcular las calorías quemadas o el índice de actividad al nadar y permitirá registrar la ruta en un mapa durante una carrera y se puede sumergir en el agua, funcionalidades similares a las de los smartphones o a otros relojes del mercado. El hecho de que el dispositivo sea tan similar a la versión anterior podría llevar a que las ventas no lleguen a impulsarse tanto.

Top Five Smartwatch Vendors, Shipments, Market Share and Year-Over-Year Growth, 3Q 2016 (Units in Millions)					
Vendor	3Q16 Unit Shipments	3Q16 Market Share	3Q15 Unit Shipments	3Q15 Market Share	Year-Over-Year Growth
1. Apple	1.1	41.3%	3.9	70.2%	-71.6%
2. Garmin	0.6	20.5%	0.1	2.3%	324.2%
3. Samsung	0.4	14.4%	0.4	6.4%	9.0%
4. Lenovo	0.1	3.4%	0.3	6.2%	-73.3%
5. Pebble	0.1	3.2%	0.2	3.3%	-54.1%
Others	0.5	17.2%	0.6	11.5%	-27.2%
<b>Total</b>	<b>2.7</b>	<b>100.0%</b>	<b>5.6</b>	<b>100.0%</b>	<b>-51.6%</b>

Source: IDC Worldwide Quarterly Wearable Device Tracker, October 24, 2016

Otras marcas como LG o Huawei tampoco han renovado sus dispositivos y eso también puede afectar. Por otro lado, **los expertos consideran que los relojes inteligentes disponibles en el mercado no han logrado ofrecer unas funcionalidades** que realmente consigue distinguirse de los teléfonos inteligentes existentes en el mercado. Habrá que ver qué sucede en este cuarto

trimestre del año, que es posterior a la llegada del último Apple Watch.

Pero no todo son malas noticias y es que Garmin creció más de un 300% anual hasta situarse como segundo vendedor del mercado y Samsung se impulsó en un 9%, [como se ve en el estudio de IDC](#).