



LAS VENTAS EN LA TECNOLOGÍA PARA VESTIR ALCANZARÍAN LOS 112 MILLONES DE UNIDADES PARA EL 2018.

Los smartwatch, la nueva mina para la publicidad

Antes de que la tecnología para vestir se popularice, las compañías publicitarias idean formas de hacer llegar mensajes de marketing directamente a las personas que usan relojes, anteojos y sombreros que hacen las veces de computadoras.

Uno de esos casos es el de InMobi, una firma fabricante de herramientas de publicidad móvil que tiene un equipo de desarrolladores que crea versiones virtuales de avisos en smartwatch (relojes inteligentes), sombreros y otros aparatos que permiten tener



Apuesta. Google y Apple apuestan por nuevo mercado.

un panorama de cómo pueden servir como plataforma de venta.

Rodeados de poderosas computadoras con grandes

EL DATO

Innovación. El mercado de la tecnología para vestir brindaría formas más innovadoras de llevar avisos a los consumidores. Los experimentos de publicidad en aparatos para vestir podrían comprender el enviar a un usuario un cupón

monitores en las oficinas de la compañía en San Francisco y Bangalore, India, los ingenieros tratan de obtener ventaja en el incipiente mer-

electrónico para galletas cuando se encuentra en el sector de snacks de un centro comercial. Los anteojos digitales hasta podrían detectar qué mira un usuario cuando sale de compras, dijo Julie Ask, una analista de Forrester Research.

cado, que ya ha llamado la atención de Google y Apple.

Dadas las dimensiones limitadas de las pantallas de los aparatos, los avisos serán

más pequeños que los destinados a smartphones y podrían dedicar las pantallas chicas a la promoción de cupones o seguros de salud.

Millennial Media y Kiip se han sumado a la búsqueda de tecnología publicitaria para vestir que sea viable, lo que ilustra el atractivo de los aparatos como plataformas de marketing.

Se pronostica que las ventas de tecnología para vestir llegarán a casi 112 millones de unidades en el 2018, más que los casi 20 millones de este año, según IDC. Si bien es de todos modos una pequeña

parte de los más de 1,000 millones de relojes inteligentes que se venderán en el 2014, es un impulso suficiente para que las empresas saquen los productos del laboratorio y pasen a su desarrollo.

Un producto exitoso no solo aumentaría las ventas de Apple, Google, Samsung y otras compañías que impulsaron la revolución de los teléfonos inteligentes, sino que también crearía nuevas formas de ganar dinero con aplicaciones, llegar a los consumidores y obtener datos.