Quinta-Feira, 05 de Novembro de 2026

Apple quer revolucionar o mercado dos óculos inteligentes

Empresa espera que elas se tornem, no futuro, um dispositivo de saúde

Por Europa Press – Portaltic/EP

A **Apple tem como objetivo liderar o mercado de óculos inteligentes**, atualmente dominado pela Meta, e pretende transformar o produto, que ainda está em desenvolvimento, em um fenômeno de massa, assim como aconteceu na época com o Apple Watch.

A **Apple pretende seguir os mesmos passos do Apple Watch, quando entrou em um mercado que contava com a presença de vários concorrentes** (Pebble, Samsung, etc.), dos quais nenhum foi capaz de alcançar uma participação de mercado significativa.

E pretende fazer isso com seus primeiros óculos inteligentes, que atualmente desenvolve sob o codinome N50. Mas, embora os planos iniciais previssem o lançamento ainda no final deste ano, eles foram adiados para o final de 2027, conforme aponta o jornalista da Bloomberg Mark Gurman em seu boletim “Power On”

Os **primeiros óculos inteligentes da Apple se destacarão por elementos de design marcantes, câmeras ovais, cores exclusivas e diversos estilos de armação**. A Apple espera que elas se tornem, no futuro, um dispositivo de saúde e que, por fim, incorporem tecnologias de realidade aumentada.

Um mercado cheio de concorrentes

Conforme aponta Gurman, a Apple **“está indo direto para um dos maiores mercados de consumo e um com o potencial de ter os mesmos clientes que o mercado global de smartphones”**.

Trata-se de um mercado composto por bilhões de pessoas que usam óculos graduados, assim como o dedicado aos óculos de sol como acessório de moda. Nele, a Apple terá que enfrentar marcas de alta costura como Cartier, Matsuda ou Dita, assim como o segmento dominado pela EssilorLuxottica com Ray-Ban, Oakley e Chanel, com óculos que geralmente custam entre 200 e 500 dólares, no qual a empresa pretende competir.

Dados da Organização Mundial da Saúde estimam que 2,2 bilhões de pessoas em todo o mundo tenham algum tipo de deficiência visual, o que faz com que o mercado de óculos seja avaliado em aproximadamente 200 bilhões de dólares anuais.

A marca Ray-Ban é a líder indiscutível por uma margem muito ampla, representando cerca de 4% a 4,5% da quota de mercado, com um faturamento estimado entre 8 e 9 bilhões de dólares. A EssilorLuxottica – fabricante da Ray-Ban -, que fatura 30 bilhões de dólares por ano, domina cerca de 15% de todo o mercado mundial.

É aqui que entra em cena o sucesso retumbante da Meta com seus óculos inteligentes Ray-Ban e Oakley que, graças ao acordo com a EssilorLuxottica, venderam mais de 7 milhões de óculos em 2025, segundo a Bloomberg Línea, tornando-se o motor dominante do crescimento da divisão da empresa.

No mercado global atual da óptica (saúde visual, equipamentos para lentes e lentes de contato), os verdadeiros concorrentes não são marcas de moda, mas multinacionais médicas e tecnológicas. Entre elas, destacam-se a HOYA Corporation, consolidada como a segunda fabricante mundial de lentes graduadas com uma avaliação de mercado de cerca de 56 bilhões de dólares, segundo um relatório próprio, e a Johnson & Johnson Vision, como líder absoluta no mercado de lentes de contato com sua marca Acuvue, de acordo com a Intel Market Research (de 3,5% a 4% do mercado óptico global).

Segundo Gurman, os trunfos da Apple nesse mercado são sua marca sólida, seu design industrial e a integração com o iPhone. **O risco real para a empresa de Cupertino, segundo Gurman, é que "a Meta e outras empresas continuem ganhando terreno antes do lançamento dos óculos da Apple, ou que os avanços em inteligência artificial visual de que a Apple precisa não deem os frutos esperados a tempo".** Isso dependerá da Siri e, até o momento, a reformulação do assistente digital da empresa sofreu inúmeros atrasos.

estadao conteudo

leiaja