

Android continúa liderando el mercado tablet mientras las ventas de iPad se resienten

El mercado tablet se hace fuerte respecto a los números de hace un año, según los resultados del [estudio de Strategy Analytics](#) para el Q1 y también de acuerdo con los de **Digitimes Research** para el Q2... aunque con matices.



De enero a marzo, las distribuciones mundiales de tabletas alcanzaron los **51,7 millones** de unidades, un 43% más que en 2012 (o **36,2 millones**, un 47% más, **si sólo se cuentan las tabletas de marca**).

De éstas, el 67% fueron **Android**, el 28% estaba gobernado por **iOS** y el **4,5%** corría software Windows, lo que significa que **la única que ha incrementado su cuota ha sido la plataforma de Google**, mientras que las ventas de iPad y otros dispositivos como Surface se han resentido notablemente.

“Android está experimentando un progreso constante debido a la asociación con compañías de hardware como Samsung, Amazon, Google e incluso tabletas genéricas que, a pesar del hecho de que los fabricantes de equipos originales de marca están bajando los precios y presionando, todavía funcionan bien”, comenta Peter King, director de Tablets en Strategy Analytics.

Por su parte, los [cálculos de Digitimes Research](#) señalan que **de abril a junio se colocaron un total de 29,32 millones** de tabletas, evidenciando una caída del 8,2% respecto a su recuento para el trimestre anterior pero una subida del 46,6% frente al mismo periodo del año pasado.

Uno de los modelos más afectados es el iPad de Apple, del que se habrían vendido únicamente 14,6 millones de unidades, un 25,1% menos que en el Q1 de 2013 y también un 2,7% menos que en el Q2 de 2012.