

El iPad pierde fuelle en el segmento tablet

A pesar de que el CEO de BlackBerry, Thorsten Heins, [le da unos cinco años de vida al mercado tablet](#), el aumento de las ventas de este tipo de dispositivos y la mejora de los fabricantes parecen no tener fin... al menos de momento.



Durante el primer trimestre de 2013, y a pesar de no tratarse de un periodo vacacional, se colocaron **49,2 millones de tablets PC en todo el mundo**, lo que supone un ligerísimo descenso respecto al cuarto anterior y sus 52,5 millones de unidades auspiciadas por la campaña navideña. Pero también supone un incremento interanual considerable.

[Según estimaciones de la consultora IDC](#), el segmento de las tabletas creció un 142,5% del Q1 de 2012, cuando se vendieron 20,3 millones de modelos, al Q1 de 2013.

La primera posición sigue ocupada por el iPad de **Apple**, aunque va perdiendo cuota de mercado informe tras informe y ahora mismo representa el **39,6%** frente al 58,1% del año pasado y el 43,6% del Q4. El segundo lugar es para su rival por antonomasia, **Samsung**, que ya controla el **17,9%** de la tarta con sus diversos modelos, mientras que el resto del top 5 lo completan una sorprendente **Asus (5,5%)**, una irregular **Amazon (3,7%)** y una novata **Microsoft (1,8%)**.

En total, se calcula que la firma de la manzana mordida ha despechado unos 19,5 millones de iPad gracias al éxito sostenido del iPad Mini y la decisión de lanzar el Nuevo iPad en el último cuarto de 2012. Pero su estrategia no ha sido suficiente para mantener su participación intacta y se ha vuelto a dejar varios puntos porcentuales por tercer trimestre consecutivo.

Samsung, por su parte, ha experimentado un incremento interanual del 288,7% con la distribución combinada de 8,8 millones de tabletas Android y Windows 8, especialmente en mercados emergentes.

El ascenso es notable, pero no tanto como el de Asus que ha conseguido destronar a Amazon de la tercera posición gracias a la alta demanda de Nexus 7 (se estima que la firma asiática ha vendido un total de 2,7 millones tabletas).

Los de Jeff Bezos han sido víctima de su vulnerabilidad a los ciclos de producto estacionales y Microsoft se ha visto aupada por la curiosidad despertada por los tablets PC Windows RT y Pro, que juntos han ascendido hasta las 900.000 unidades.

Si se hace la comparación **por tipo de sistema operativo, el líder ya no es iOS sino Android**, con un 56,5% de participación frente al 39,6% de su rival.