

La evolución tecnológica y la especialización transforman el segmento de tablets y e-readers



La combinación de potencia, inteligencia artificial, diseño y conectividad está transformando los dispositivos en herramientas tanto para el ocio como para la productividad. Aunque el dominio de Apple y Samsung es constante, el avance de marcas como Lenovo y Xiaomi introduce un nuevo dinamismo que redefine las preferencias de los usuarios.

El mercado de las tablets y los e-readers en España atraviesa un momento de madurez, marcado por la consolidación de los grandes actores, el ascenso de nuevas marcas competitivas y una evolución tecnológica que redefine el concepto mismo de estos dispositivos.

El usuario español parece haber dejado atrás el interés por las tablets básicas y de bajo coste para orientarse hacia productos de gama media y alta que integran funciones más avanzadas, mejor conectividad y un diseño premium.

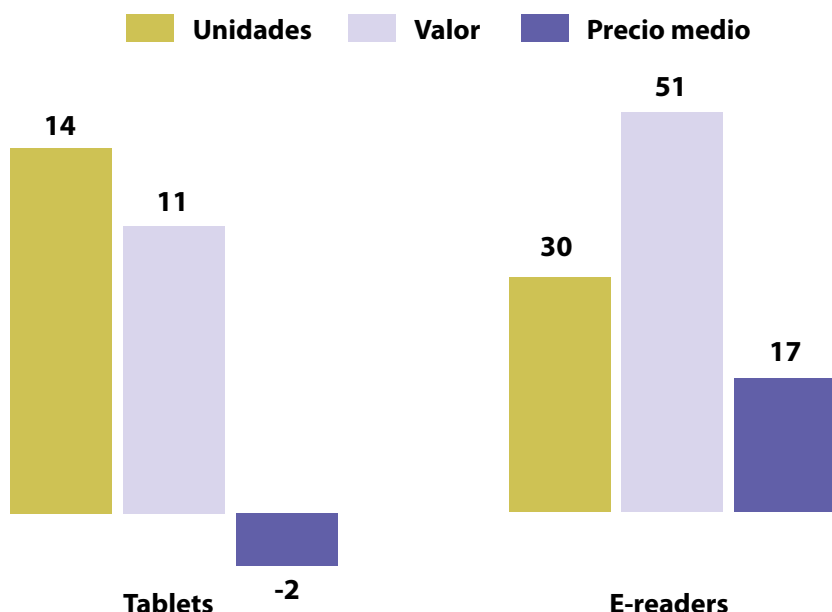
El mercado español de tecnologías de la información mostró una evolución dispar entre 2023 y 2024. Mientras las ventas de tablets registraron una caída tanto en unidades como en valor, con descensos del 14 % y el 11 % respectivamente, los e-readers experimentaron un fuerte impulso, aumentando un 30 % en volumen y un 51 % en facturación.

En el caso de las tablets, el precio medio se redujo en torno a un 2 %, lo que sugiere una mayor competencia y presión por parte de las marcas para mantener su cuota de mercado. Por su parte, los e-readers incrementaron su precio medio en un 17 %, lo que respondería a la incorporación de nuevas prestaciones y a la consolidación del segmento premium.

La tablet recupera protagonismo

Los datos del *IDC Worldwide Quarterly Personal Computing Device Tracker* revelan que el mercado mundial de tablets experimentó un repunte significativo durante el segundo trimestre de 2025. Las ventas totales alcanzaron los 38,3 millones de unidades, lo que representa un crecimiento del 13,1 % respecto al mismo periodo del año anterior. Las cifras muestran un panorama más dinámico y competitivo. Aunque Apple mantuvo el liderazgo con 12,7 millones de unidades vendidas, su cuota de mercado descendió del 36,6 % al 33,1 %, reflejando una cierta desaceleración frente al empuje de otros fabricantes. En segunda posición, Samsung registró un leve descenso en cuota –del 20,3 % al 18,7 %– pese a incrementar sus envíos un 4,2 %, hasta los 7,2 millones de unidades. En contraste, Lenovo y Amazon protagonizaron los avances más destacados del trimestre. La compañía china incrementó sus ventas un 25 %, alcanzando los 3,1 millones de unidades, lo que le permitió mejorar su participación en el mercado hasta el 8,2 %. No obstante, la sorpresa vino de la mano de

MERCADO ESPAÑOL DE IT. EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS 2023-2024 (%)



Fuente: Consultoras Elaboración: Electromarket.

Amazon, cuyas ventas se dispararon un 205 %, pasando de apenas un millón a 3,1 millones de tablets, y elevando su cuota hasta el 8 %, un récord histórico para la firma en este segmento.

Xiaomi también consolidó su posición en el top 5, con un crecimiento del 42 % y una cuota del 7,4 %, impulsada por la expansión de sus modelos de gama media. En conjunto, las marcas fuera del top 5 sumaron 9,4 millones de unidades, un ligero aumento del 3,6 %, aunque su peso relativo en el mercado global se redujo del 26,8 % al 24,6 %.

Los analistas apuntan a que la recuperación del sector se debe a la renovación del interés por dispositivos híbridos y de productividad, así como al impulso de promociones agresivas en el comercio electrónico y la diversificación de gamas en los principales fabricantes. Con estas cifras, el mercado de tablets parece retomar una senda de crecimiento que muchos daban por agotada.

En conjunto, las cinco principales marcas –Apple, Samsung, Lenovo, Amazon y Xiaomi– controlan más del 73 % del mercado mundial, dejando un 26,8 % para el resto de fabricantes. Este reparto muestra una concentración notable, pero también evidencia la capacidad de los nuevos actores para ganar cuota en segmentos de precio medio.

Marcas líderes

El mercado español de tablets mantuvo en 2023 una concentración en torno a dos grandes actores: Samsung y Apple, que juntos acapararon más del 80 % de la cuota. Según datos de Statista, Samsung reforzó ligeramente su liderazgo con un 42,85 % del mercado, apenas medio punto por encima del año anterior. La marca surcoreana sigue beneficiándose de una amplia oferta de modelos Android y de una fuerte presencia en el canal retail.

A su vez, Apple consolidó su posición con una cuota del 37,24 %, lo que supone un incremento de 1,2 puntos porcentuales respecto a 2022. El impulso se atribuye a la renovación del iPad básico y del iPad Air, junto con el creciente interés por dispositivos compatibles con accesorios de productividad, como el Apple Pencil o el Magic Keyboard.

En el resto del mercado, la tendencia fue desigual. Huawei experimentó un descenso del 10,79 % al 9,21 %, afectada por las restricciones comerciales y la pérdida de presencia en los principales distribuidores. BQ, pese a su escasa actividad en nuevos lanzamientos, logró mantener una cuota residual del 3,11 %, mientras que Xiaomi se destacó como la marca con mayor crecimiento relativo, al pasar del 1,45 % al 2,40 %, impulsada por su

**Las ventas de libros electrónicos en España
crecieron un 5 % en 2024**

relación calidad-precio y su mayor disponibilidad en grandes superficies.

En cambio, Amazon y Acer registraron ligeros retrocesos, con cuotas de 0,63 % y 0,19 %, respectivamente. Los otros fabricantes redujeron también su peso en el mercado, cayendo del 5,24 % al 4,37 % a causa de la concentración del sector en torno a los dos líderes.

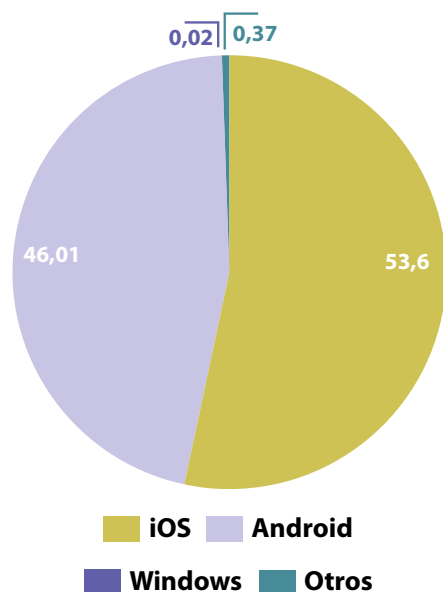
El número de usuarios en 2024 confirma la misma tendencia: Samsung mantiene el liderazgo con un 33 % de penetración, seguida por Apple (28 %), Lenovo (13 %) y Huawei (12 %). Este equilibrio sugiere que el mercado español se ha estabilizado, pero con un desplazamiento progresivo hacia modelos de alta gama, impulsado por la búsqueda de productividad y rendimiento.

iOS resiste y Android se diversifica

A nivel mundial, el dominio del sistema operativo iOS sigue siendo contundente. Según Statista, en 2023 representaba el 53,6 % del mercado de tablets, frente a un 46,01 % de Android. Sin embargo, Windows (0,02 %) y otros sistemas menores (0,37 %) mantuvieron un porcentaje bajo en relación a los dos sistemas predominantes.

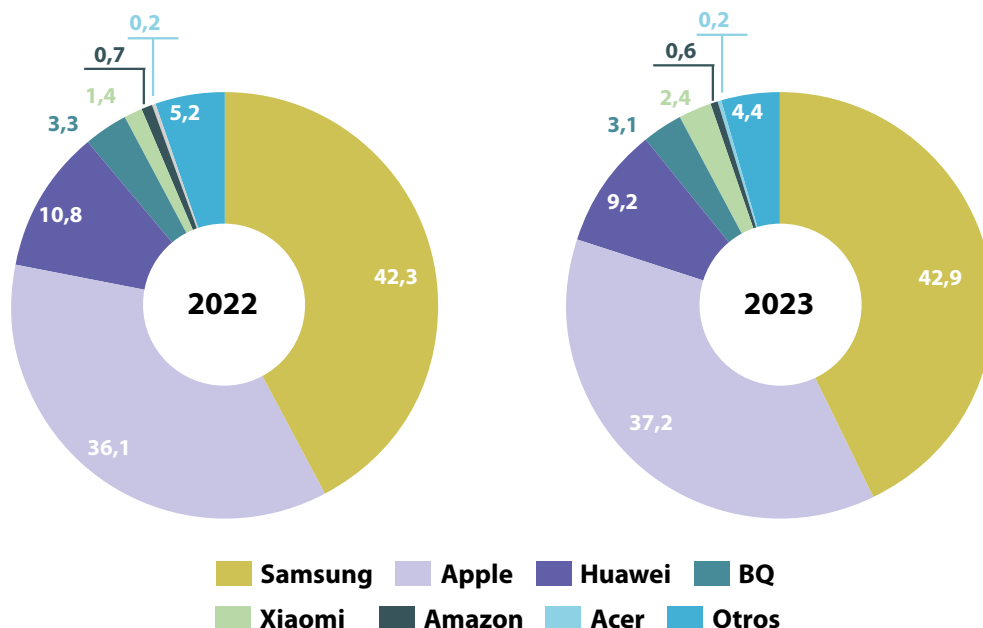
Apple mantiene su liderazgo gracias a la integración entre *hardware*, *software* y servicios, mientras que Android, principalmente en manos de Samsung, Lenovo y Xiaomi,

SISTEMAS OPERATIVOS PARA TABLETS EN EL MUNDO CUOTA DE MERCADO 2023 (%)



Fuente: Statista. Elaboración: Electromarket.

FABRICANTES DE TABLETS EN ESPAÑA CUOTA DE MERCADO (%)



Fuente: Statista. Elaboración: Electromarket.

continúa evolucionando para adaptarse mejor a las necesidades profesionales y de productividad. Por su parte, Windows conserva una presencia marginal, aunque los dispositivos Surface siguen siendo referentes en el segmento corporativo.

Por lo tanto, una de las claves de la hegemonía de Apple y Samsung es la integración de ecosistemas que ofrecen la posibilidad de sincronizar la tablet con el *smartphone*, el reloj inteligente, los auriculares o el portátil crea una experiencia fluida y coherente. En el caso de Apple, la interacción entre iPadOS, macOS y iPhone permite transferir archivos, responder llamadas o copiar texto entre dispositivos de forma instantánea. Samsung, con su ecosistema *Galaxy*, ha replicado con éxito este modelo.

Lenovo y Xiaomi avanzan en la misma dirección, ofreciendo continuidad entre dispositivos mediante sistemas propios, lo que refuerza la fidelización del usuario y amplía las posibilidades de productividad.

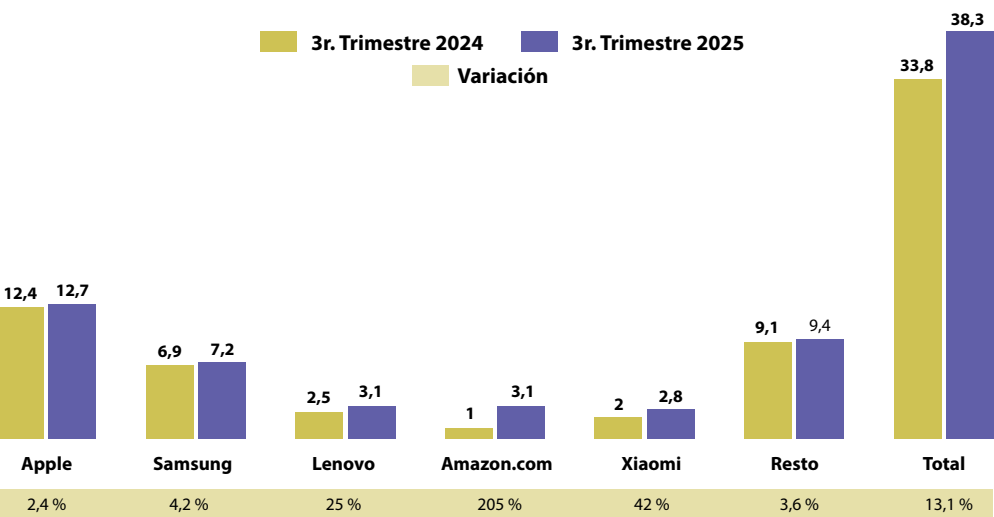
Centro de productividad

Después de que las tablets hayan sido percibidas durante años como herramientas de entretenimiento o consumo de contenido, están ganando terreno como dispositivos de trabajo, educación y creación.

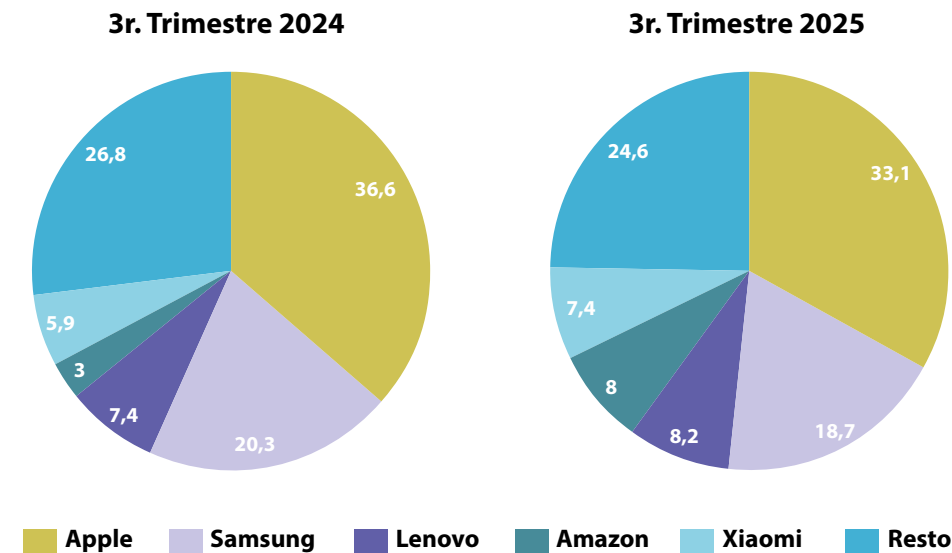
La pandemia de 2020 aceleró la digitalización, pero ha sido la evolución tecnológica posterior la que ha redefinido su papel. De esta forma, la combinación de procesadores de alto rendimiento, pantallas de calidad profesional y funciones de inteligencia artificial (IA) ha convertido a la tablet en un dispositivo híbrido capaz de sustituir parcialmente al portátil. Asimismo, la llegada del 5G ha transformado la movilidad. Las tablets actuales permiten trabajar en la nube, hacer videollamadas en alta resolución y transferir grandes archivos sin depender de redes Wi-Fi. Además, la incorporación de chips más eficientes y memorias RAM de hasta 16 GB posiciona a las tablets como herramientas de trabajo válidas incluso para la edición de vídeo, diseño 3D o programación.

Más recientemente, la integración de IA optimiza el uso de la batería, ajusta el rendimiento en tiempo real, mejora la experiencia visual y sonora, y asiste al usuario mediante herramientas inteligentes de escritura, diseño o edición. Apple, con su chip M4 y el motor *Neural Engine*, y Samsung, con su plataforma *Galaxy AI*, están liderando este proceso de transformación digital. Por otro lado, la pantalla se ha convertido en el componente estrella. Las tecnologías OLED y Mini-LED ofrecen negros profundos, contraste elevado y fidelidad cromática, mientras que las frecuencias de refresco de 120 Hz aportan una experiencia fluida tanto para juegos

VENTAS MUNDIALES DE TABLETS. TOP 5 COMPAÑÍAS
MILLONES DE UNIDADES VENDIDAS



VENTAS MUNDIALES DE TABLETS. TOP 5 COMPAÑÍAS
CUOTA DE MERCADO (%)



Fuente: IDC Worldwide Quarterly Personal Computing Device Tracker, August 7, 2025 (Preliminary results, combined company view for the current quarter only, shipments in millions). Elaboración: Electromarket.

como para aplicaciones creativas. Modelos como la Samsung Galaxy Tab S10 Ultra o el iPad Pro M4 han elevado el estándar visual a niveles comparables con monitores profesionales.

Foco en el diseño

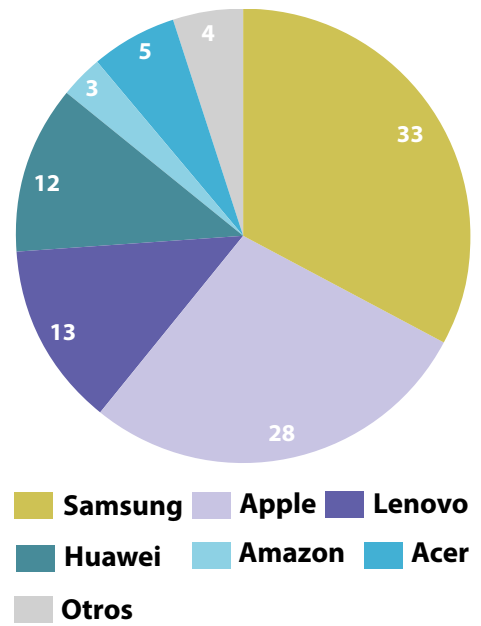
Los fabricantes apuestan por chasis de aluminio, magnesio y materiales reciclados, reduciendo el grosor y el peso sin sacrificar resistencia. Los marcos son más finos y las pantallas ocupan prácticamente todo el frontal, ofreciendo una experiencia inmersiva. La sostenibilidad también gana protagonismo, ya que se emplean componentes reciclados y procesos de fabricación más ecológicos. Al mismo tiempo, el empaquetado se reduce y se priorizan materiales biodegradables.

Especialización por perfil de usuario

El mercado actual de las tablets, e-readers y e-books ya no se define por una única tipología de producto, sino por una segmentación orientada a las necesidades del usuario final. Cada perfil de consumidor encuentra hoy un tipo de dispositivo adaptado a su forma de trabajar, estudiar

o disfrutar del ocio digital. Esta especialización ha permitido a los fabricantes diversificar sus gamas y ofrecer soluciones más precisas, tanto en prestaciones como en precio. En el ámbito profesional y creativo, destacan modelos como el iPad Pro M4, el Samsung Galaxy Tab S10 Ultra o el Microsoft Surface Pro. Estas tablets ofrecen prestaciones comparables a las de un ordenador portátil, con una potencia de procesamiento sobresaliente, compatibilidad con lápices ópticos de alta precisión y pantallas HDR de gran calidad. En el segmento educativo y estudiantil, dispositivos como la Lenovo Tab M11, la Samsung Galaxy Tab S9 FE o la Xiaomi Redmi Pad SE combinan una excelente autonomía y precios más accesibles. Impulsadas por los programas de digitalización educativa y el auge del aprendizaje en línea, así como su facilidad de uso, portabilidad y compatibilidad con aplicaciones de estudio, las convierten en la opción preferida por alumnos y docentes. El consumo multimedia y el ocio digital sigue representando otro de los pilares del mercado. Tablets como la Samsung Galaxy Tab A9 o las Amazon Fire HD continúan gozando de una gran popularidad gracias a su equilibrio entre coste y prestaciones. Ofrecen una autonomía prolongada y pantallas de buena calidad, adecuadas para ver series, leer libros electrónicos, navegar por internet o utilizar redes sociales.

USUARIOS DE TABLETS EN ESPAÑA POR MARCA 2024 (%)



Fuente: Statista. Elaboración: Electromarket.

Por último, se afianza la tendencia de los modelos 2 en 1 y de productividad híbrida, representados por dispositivos como el Microsoft Surface Go o el Google Pixel Tablet. Estos equipos pueden utilizarse como tablets táctiles para tareas cotidianas, o transformarse en portátiles al conectarse a un teclado.

El auge del libro digital

El mercado español de los e-books y los e-readers continúa expandiéndose por la comodidad de la lectura digital, los precios más bajos respecto al formato físico y el interés creciente de los jóvenes lectores. Según el 'Informe Anual del Libro Digital' de Librandia, las ventas de libros electrónicos en

España crecieron un 5 % en 2024, consolidando una tendencia sostenida en la última década. El ecosistema digital español también se ve favorecido por el auge de las bibliotecas públicas electrónicas, como eBiblio y eLiburutegia, que han recibido inversión pública y ampliado su catálogo y funcionalidades. Estos servicios han democratizado el acceso a la lectura digital y se han convertido en una fuente complementaria de ingresos para las editoriales.

E-readers especializados

Aunque el libro físico sigue dominando el mercado editorial español con más del 80 % de los ingresos, los e-readers se han consolidado como una herramienta clave para los lectores habituales. El crecimiento de las ventas de estos dispositivos está ligado a la digitalización general del consumo cultural y a la expansión del comercio electrónico. Modelos como el *Kindle* de Amazon o el *Rakuten Kobo* lideran el mercado, mientras que marcas nacionales como Casa del Libro y Planeta, a través de UDL Digital, refuerzan su presencia en la distribución y venta digital.

Las tendencias tecnológicas también están transformando el panorama: la integración de IA, las nuevas experiencias de lectura aumentada y el auge de los audiolibros están cambiando el modo en que los usuarios acceden al contenido. A largo plazo, los e-readers se perfilan como una alternativa asequible y sostenible para el acceso a libros electrónicos mediante aplicaciones y servicios en la nube. En paralelo, la Ley 11/2023 y el fomento de la lectura digital accesible posicionan a España como uno de los países europeos más activos en la transición hacia la lectura digital inclusiva.

En todos los segmentos, el futuro apunta hacia una consolidación de las gamas altas y una IA, la evolución de las pantallas hacia tecnologías más eficientes y sostenibles, y el refuerzo de la conectividad 5G. ▶

El segmento de los e-readers creció un 30 % en unidades y un 17 % en precio medio durante 2024

ES
VIVIR
ESTILOS DE VIDA
QUE ATRAPAN



TENDENCIAS
SALUD
VIDA
MUJER
LUJO



www.esvivir.com

