

Android Market ZOOM

Por AndroidZoom

*Evolución del **Android Market** del año 2010 y retos para el 2011
Información extraída de **AndroidZoom.com** para mantenerte al día*

Aplicaciones disponibles

*Durante 2.010 se han publicado un total de **170.000 aplicaciones** en el Android Market de Google. Un 75% de éstas sigue activa y disponible al finalizar el año.*

*El **78%** de las aplicaciones han sido **actualizadas** por el desarrollador en los **últimos 6 meses**.*

Actividad reciente

*Cerca de **65.000** nuevas aplicaciones han sido publicadas en el Market desde **Septiembre** de 2010.*

*Esta cifra indica que el Android Market ha **doblado** el número de aplicaciones disponibles en tan solo un periodo de **6 meses**.*

Pago vs Gratis

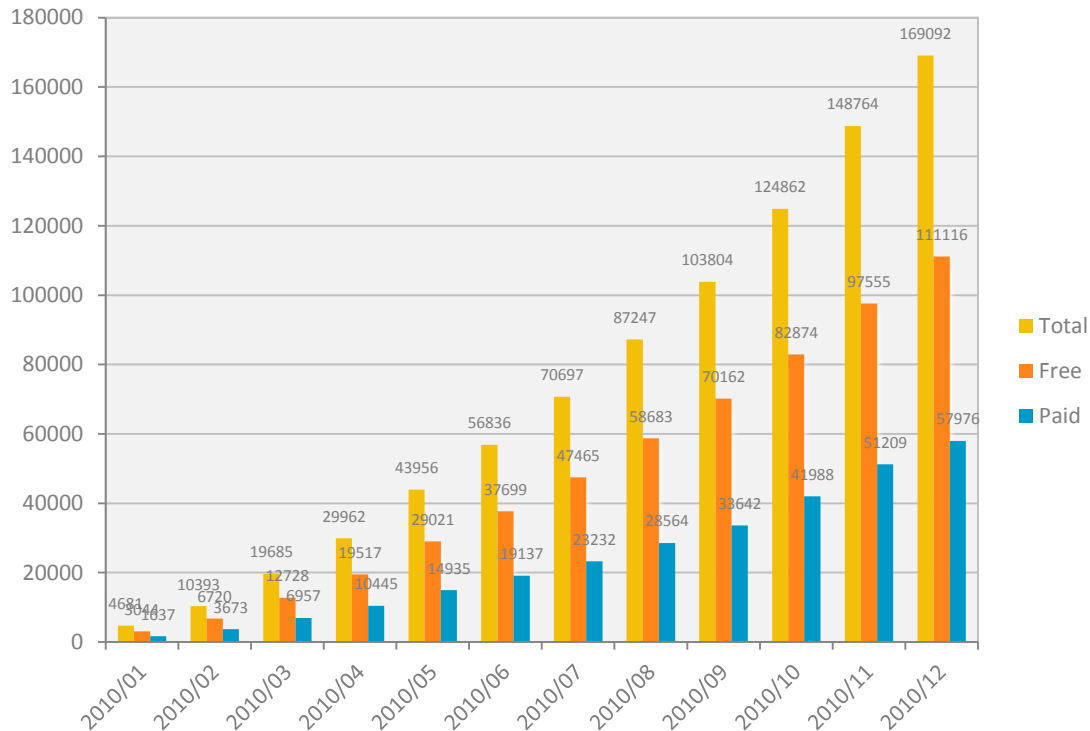
*Sólo **un tercio** de las aplicaciones disponibles **son de pago**. Entre las **aplicaciones de pago**, el **precio más popular es 1\$**. Más de **la mitad** de las aplicaciones de pago se ofrecen a este precio.*

***1\$ también es el precio mínimo** al que se están vendiendo las aplicaciones.*

*Conclusión: **La mitad de las aplicaciones de pago, se venden al precio mínimo.***

Evolución de las aplicaciones

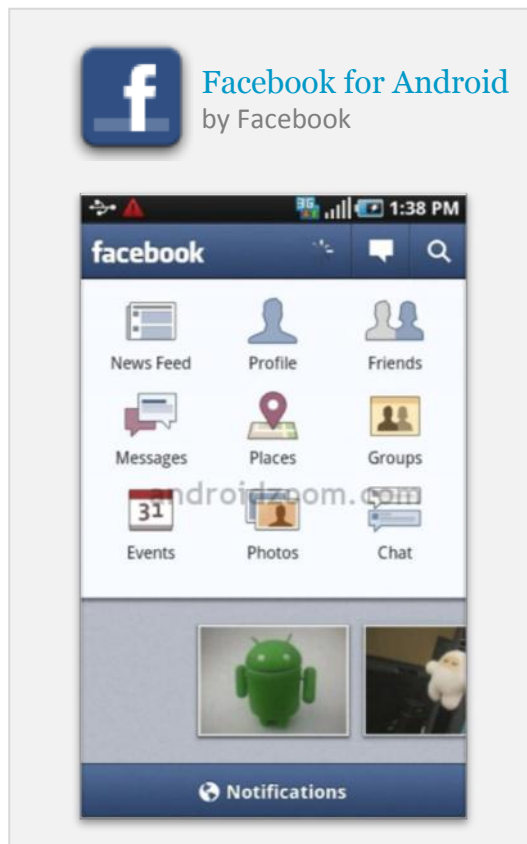
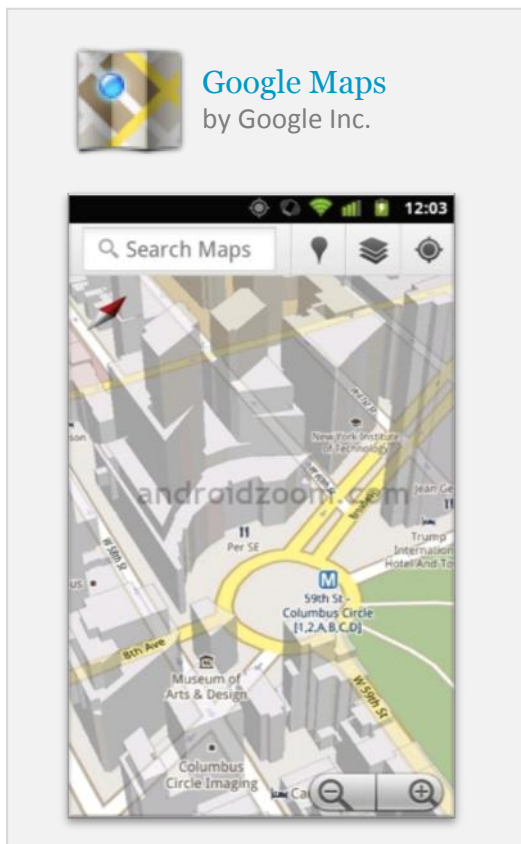
Evolución de las aplicaciones, año 2010



*Después del verano hay un punto de **aceleración**, en la segunda mitad de año es donde se **produce el mayor crecimiento**.*

*Las **aplicaciones gratuitas** son **dos tercios del total**, este dato se mantiene **uniforme** a pesar del rápido crecimiento para todos los meses del año.*

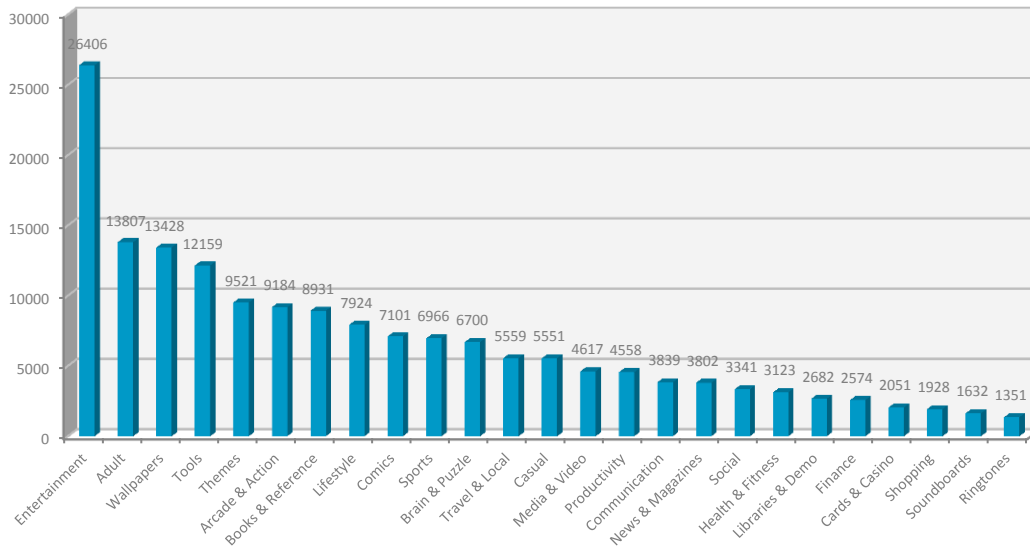
Aplicaciones más descargadas en el año 2010



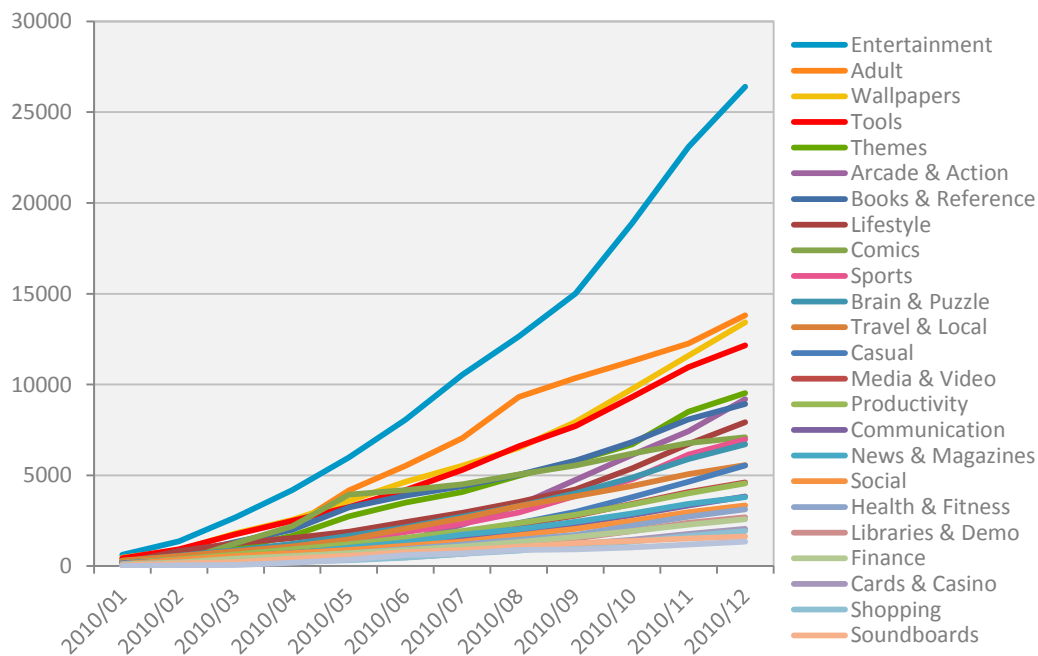
Source: http://www.androidzoom.com/android_applications/by_popularity

Análisis de las categorías

Número total de aplicaciones ordenadas por categorías



Evolución del número de aplicaciones ordenadas por categorías



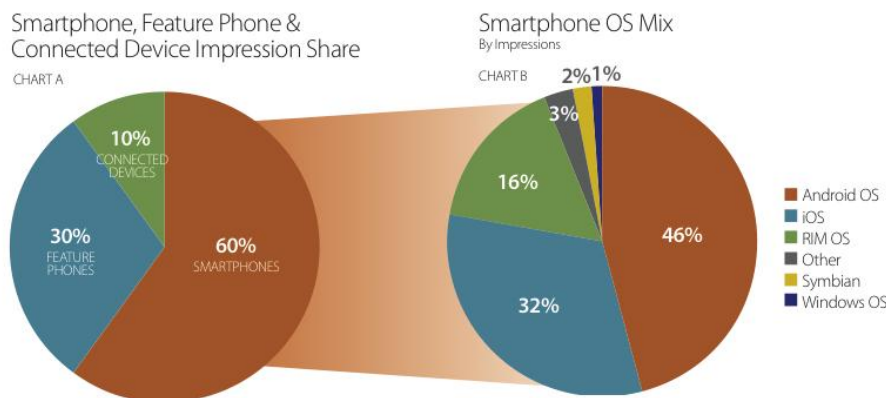
Entretenimiento es la **primera categoría** con un **53%** de aplicaciones más que la segunda, **Adultos**, y es la que ha **crecido más rápidamente** en la **segunda mitad de año**.

Factores clave para 2011

1. Las categorías de entretenimiento y de adultos se consolidaran y aumentaran su distancia como las más destacadas. Todo parece indicar que durante 2011 habrá un crecimiento muy significativo en la venta de tabletas digitales basadas en Android. Las capacidades multimedia de las tabletas van más allá que la de los smartphones (pantallas más grandes, procesadores más rápidos, más capacidades multimedia, etc.) Este hecho hace prever que aparezcan más aplicaciones que hagan uso de estas características (juegos, multimedia, etc.) respondiendo a la demanda que éste nuevo parque de dispositivos generará.

2. Las aplicaciones sin coste seguirán teniendo un gran protagonismo: Tal y como indicamos en la fase de análisis, el protagonismo de las aplicaciones gratuitas ha sido muy evidente. La distribución de la aplicación de manera gratuita es una técnica muy habitual para captar usuarios. Dentro del grupo de aplicaciones gratuitas tenemos dos tipos: Las que vienen esponsorizadas por otros servicios, y cuya razón de ser es generar actividad (twitter, Facebook...) y las que tienen alguna vocación comercial con modelos indirectos (principalmente publicidad).

Es en este segundo grupo dónde creemos que las cosas mejorarán. Los nuevos modelos y características de los servicios publicitarios para móvil permiten ser optimistas y esperar una mejora de la rentabilidad para las empresas que quieran mantener sus desarrollos con la explotación publicitaria.



Fuente: <http://mashable.com/2011/01/13/android-surpasses-iphon/>

3. Subida de la categoría Books and reference. El evidente uso de las tabletas digitales como libro digital, junto a la inercia de productos más maduros como Kindle, hace prever también que se creen muchas más aplicaciones en este ámbito y por tanto que la categoría “Books and reference” suba significativamente en número de aplicaciones.

4. Google será uno de los principales desarrolladores de su propia plataforma. A diferencia de Apple con iOS, Google tiene un papel protagonista como desarrollador de aplicaciones para su propia plataforma Android, los ejemplos de [Google Maps](#), [Google Translate](#) o [Google Googles](#) como aplicaciones de las más descargadas por los usuarios, así lo indican. En el año próximo, prevemos que siga esta tendencia y Google siga siendo buque insignia también en la generación de aplicaciones para su sistema operativo.

Retos para 2011

- **Desarrollar soluciones de tipo empresarial más maduras.** Los datos actuales parecen indicar que el uso que hasta ahora se le está dando a los dispositivos Android es eminentemente de ocio. Las propias características de los dispositivos y la integración nativa con soluciones como Google Apps, Contacts o GMail, ofrecen un contexto de oportunidad para que alguien decidido apueste por Android como plataforma que pueda captar público corporativo que ahora utiliza soluciones de RIM o Microsoft.
- **Acabar con la fragmentación de versiones y de capacidades de los dispositivos** Por su carácter de software libre, la diversidad de fabricantes que utilizan Android en sus dispositivos es muy elevada. Esto favorece, y mucho, el crecimiento de la plataforma. No obstante, genera múltiples dificultades a la vez de distribuir las nuevas actualizaciones del sistema operativo. Este proceso ofrece muchos problemas para los usuarios, ya que no se sabe exactamente cuándo llegará a su dispositivo, tan siquiera si nunca llegará. Este hecho genera incertidumbre, dificulta mucho el proceso de compra de nuevos dispositivos, genera frustración por la incapacidad de instalar ciertas aplicaciones desde el Market, acelera la obsolescencia de los dispositivos...

Una de las principales razones por las que las actualizaciones se retrasan (o incluso nunca se dan) es por la necesidad de migrar e integrar los sistemas propietarios de cada fabricante (como el Sense de HTC). Una gran mejora en este aspecto sería poder separar la capa de presentación del propio núcleo del sistema, permitiendo recibir las actualizaciones casi de manera inmediata.

- **Aumento del periodo de prueba de las aplicaciones.** El nuevo periodo de prueba para las aplicaciones instaladas desde el Android Market de 15 minutos es claramente insuficiente. Una solución sería diferenciar entre categorías de aplicaciones, no es lo mismo probar un juego que una aplicación de ámbito empresarial y por tanto, los tiempos para efectuar las pruebas podrían ser muy diferentes para cada uno de ellos.