

Bajarán compras de TIC (El Reforma 08/01/09)

Bajarán compras de TIC (El Reforma 08/01/09) Estiman ejecutivos que la contracción de su presupuesto tecnológico respecto a 2008 será de 1.3 por ciento en promedio. Lilia Chacón Ciudad de México (8 enero 2009).- Para este año, 35 por ciento de las empresas tienen proyectado reducir sus inversiones en Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC), por lo que la industria buscará mantener su desarrollo en la búsqueda de nuevos clientes, especialmente del segmento con mayores recursos, como el caso del Gobierno, indica la consultora Select. De acuerdo con la encuesta realizada entre los ejecutivos del sector y las principales empresas clientes de las TIC en el País, la inestabilidad económica mundial generó que poco más de la mitad de los encuestados (57 por ciento) pararan los proyectos de inversión planeados para el último trimestre del año. Según las estimaciones de los ejecutivos, la contracción de su presupuesto tecnológico en promedio sería de 1.3 por ciento respecto al año anterior. En general, Select proyecta que las ventas totales del mercado de TIC en 2009 llegará a los 36 mil 870 millones de dólares, 5.3 por ciento menos que los 38 mil 924 millones facturados en 2008. Los segmentos más castigados, describe la investigadora Jenefer Ramírez Monge, serán el software, que se contraerá en 11 puntos porcentuales, y el hardware, con 10 por ciento. Los menos afectados serán los servicios para las tecnologías de la información, con una reducción del 2 por ciento, y de telecomunicaciones, con 4 por ciento, destaca Ramírez Monge. Una de las causas de la reducción, ubica la encuesta de la firma, son las proyecciones negativas en las ventas de las empresas mexicanas. Al cierre del último trimestre de 2008, poco más de las dos terceras partes de los encuestados consideraron una caída de la demanda de sus productos y servicios. Para este año, 46 por ciento comentó que el panorama seguirá siendo negativo, detalló el director de la consultora, Ricardo Zermeño. La principal estrategia para contrarrestarlo, describieron 38 por ciento de los proveedores entrevistados, será con la atracción de nuevos clientes, especialmente en las área de Gobierno, pequeñas y medianas empresas.