



Empresas latinoamericanas compiten por mercado informático regional

Varias firmas del continente anunciaron la introducción al mercado de nuevos modelos de tabletas a precios más competitivos que las multinacionales

Publicado: Sábado 18 agosto 2012 | 02:43:40 pm.

Publicado por: Juventud Rebelde

Directivos de las empresas latinoamericanas Positivo GBH, Compumax y Ken Brown precisaron este viernes que piensan dar la batalla a las multinacionales en el mercado de las tabletas. Según la Corporación Internacional de Datos (IDC por su sigla en inglés), este año se espera vender 2,1 millones de tabletas en América Latina.

Las tabletas, un tipo de computadora portátil de mayor tamaño que un teléfono inteligente integrado en una pantalla táctil, serán vendidas en la región a bajo costo para competir con las multinacionales en un mercado donde estos productos tecnológicos tienen perspectivas de crecimiento de las ventas, publicó Telesur.

La empresa colombiana Compumax ha sido una de las primeras en sacar una tableta ensamblada en la región, sumando sus modelos a los más de 200 que se encuentran hoy a la venta.

El modelo es un BluePad de siete pulgadas y sistema operativo Android 4.0, que salió a la mercado en el mes de mayo por 220 dólares. Incluye programas y aplicaciones desarrolladas por programadores locales.

El gerente general de Compumax, Mauricio Navas, destacó que la aceptación de los clientes ha sido buena, por lo que ya empezaron a hacer algunas mejoras en el producto. Detalló que han vendido dos mil unidades y estiman empezar a comercializar en Venezuela.

«Hay una gran cantidad de oportunidades en el mercado colombiano que hay que aprovechar. Hicimos un análisis de mercado y lo que vimos es que está la posibilidad de ofrecer un producto más liviano, más portable y más fácil de llevar con precios muy por debajo de la competencia», agregó Navas.

Por su parte, la empresa argentina Ken Brown empezó a comercializar una tableta de siete pulgadas por un precio de 350 dólares y «es única en el mercado por varios factores», según el gerente comercial de la compañía, Patricio Kolker.

«El primero es porque es una tableta que tiene incorporado un sintonizador digital, lo que permite tener una televisión portátil. Por otra parte, cuenta con un teclado de cinco puntos, cuando muchas tabletas la tienen de cuatro e incorpora un GPS», añadió.

Kolker destacó que esperan cerrar el año con unas ventas de ocho mil unidades mensuales. Agregó que la idea es empezar a exportar las tabletas a toda Latinoamérica.

Entre tanto las empresas Positivo y BGH, de Brasil y Argentina, decidieron formar una alianza para atacar el mercado tecnológico regional y se disponen a sacar a la venta su primer modelo de tableta en septiembre.

El gerente de marketing de Positivo BGH, Leandro Pugliese, detalló que «en el mercado están los iPad de Apple que han marcado un estándar de precio de gama alta. En el otro extremo tienes otro modelo de negocio que es el Amazon con Kindle Fire».

«Lo que vemos es que, a diferencia de 15 o 20 años atrás, cuando se lleva a cabo un lanzamiento tecnológico en América Latina tenemos la capacidad de adoptar la tecnología más rápidamente. Esto está dando lugar a un acceso a la tecnología que la región nunca tuvo (...) Los mercados locales son fuertes y la escala da para tener proyectos locales».

<http://www.juventudrebelde.cu/ciencia-tecnica/2012-08-18/empresas-latinoamericanas-compiten-por-mercado-informatico-regional>