



TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO  
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE TUXTLA GUTIÉRREZ

FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS

UNIDAD 3: EL MERCADO

INGENIERÍA EN SISTEMAS COMPUTACIONALES

PRESENTAN

LÓPEZ GÓMEZ JOSÉ OMAR

SANTOS CARAVANTES ALEXANDRA DE JESÚS

TOVILLA BLANCO KENYA

VIZA AVENDAÑO HUGO ALEXIS

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México, 04 de octubre del 2016.

## Índice

Segmento del mercado .....	3
Estudio de mercado .....	3
Ubicación .....	23
Distribución y puntos de venta .....	24
Fijación y políticas de precio.....	24
Plan de introducción al mercado.....	25
Publicidad y propaganda.....	27
Riesgos y oportunidades de mercado.....	27

## Segmento del mercado

El segmento del mercado está dirigido a pequeñas y medianas empresas a nivel local y regional tanto públicas como privadas del sector publicitario, enfocadas a los medios de comunicación, las cuales tengan dificultades y/o necesidades con la gestión de sus actividades como la emisión de programas, relación, control con el apoyo de un software o de manera manual y requieran generar reportes como los de ingresos, reportes de publicidad entre otros.

## Estudio de mercado

### Búsqueda del nombre de la empresa

Se ha realizado una búsqueda exhaustiva en las principales bases de datos de patentes existentes en México y Estados Unidos con la finalidad de tener la certeza que nuestro nombre de como empresa no se encuentra registrado.

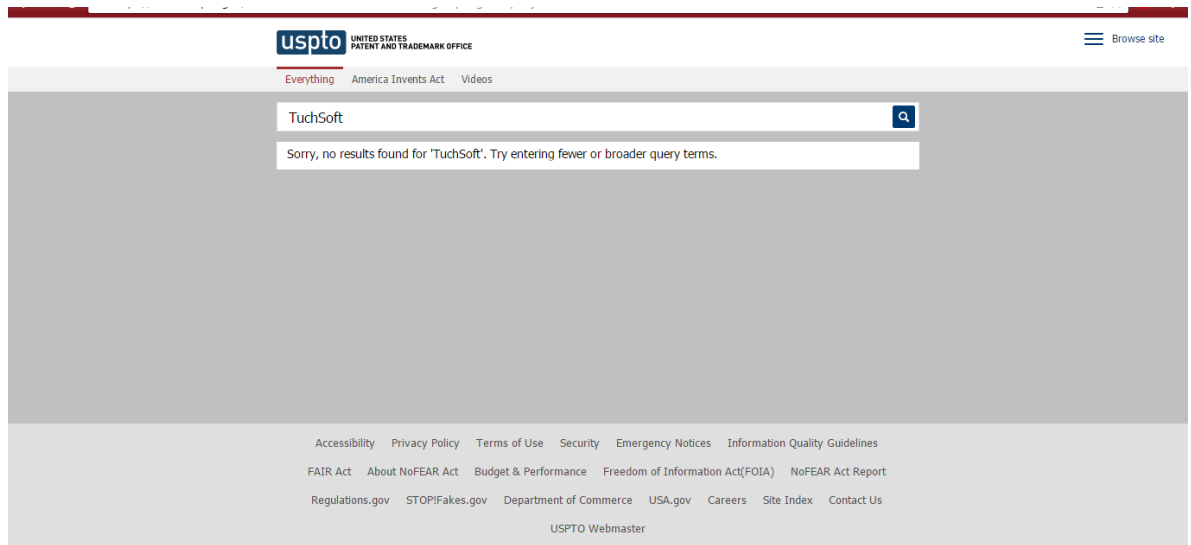
A continuación, se anexan los resultados de las búsquedas realizadas en las diferentes bases de datos:

- IMPI:

The screenshot displays the IMPI website interface. At the top, the date '3/10/2016' is shown on the left, and the header 'Servicio de consulta externa sobre información de marcas - MARCANET' is centered. The IMPI logo is on the right. A left sidebar contains a menu with options: 'Buscar por expediente', 'Buscar por registro', 'Buscar por registro internacional', 'Buscar por denominación', 'Buscar por titular', 'Búsqueda fonética', 'Búsqueda figurativa', 'Búsqueda de signos por mes de recepción', and 'Consultar catálogo de clases'. The 'Buscar por titular' option is selected. The main content area shows a search form titled 'Buscar por titular'. It contains a message: 'El titular no existe... favor de intentar nuevamente... gracias'. Below this, there is a text input field labeled 'Escriba el titular a buscar:' with the value 'TuchSoft' entered. A checkbox labeled 'Buscar en todo el nombre:' is checked. At the bottom of the form are two buttons: 'Buscar' and 'Regresar'.



- Base de datos de Estados Unidos (uspto):



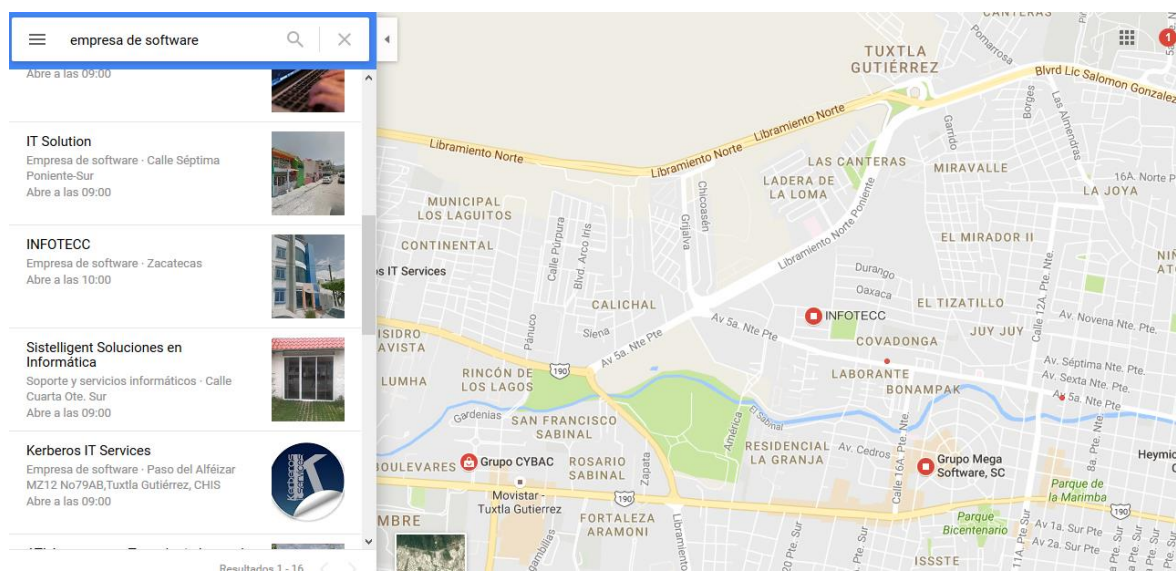
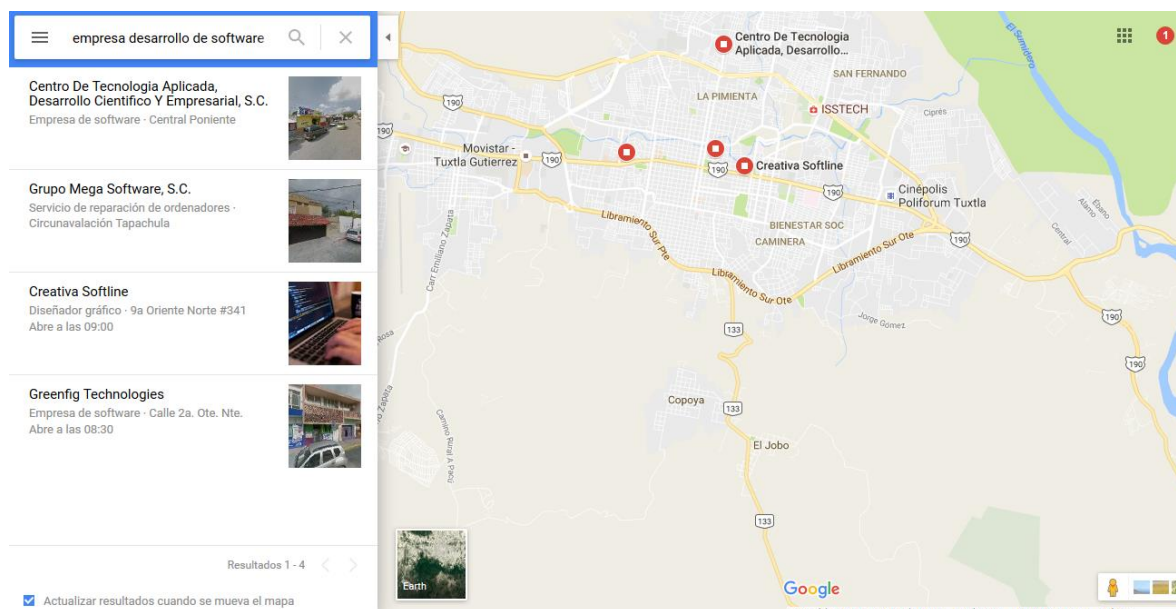
En las búsquedas realizadas con anterioridad no se han encontrado empresas registradas que contengan el nombre de “TuchSoft”, estos resultados son positivos para nosotros, debido a que, la búsqueda nos ayuda a no cometer plagio, además de proporcionarnos la certeza de saber que el nombre es original y único.

### Búsqueda de posibles competencias

Para localizar empresas dedicadas al desarrollo de software a nivel local se ha verifica la página del INEGI, en esta página no se han encontrado resultados, por lo tanto, se ha realizado una búsqueda más en google maps donde se obtuvo las ubicaciones de diversas empresas desarrolladoras de software.



De los resultados obtenidos solo se han tomado en cuenta a las empresas que tienen como giro empresarial el desarrollo de software a la medida, ya que estas empresas son capaces de desarrollar aplicaciones que incluyan nuestro segmento. Las empresas que por su característica son competencia potencial son Greenfig Technologies y INFOTECC S.A. DE C.V.



Se ha considerado a las tres empresas anteriores como parte de nuestra competencia debido a que ellos actualmente “desarrollan Software basados en las exigencias de sus clientes”.

Debido a esto ellos son capaces de desarrollar sistemas de información administrativos en el ámbito de la publicidad.

TuChSoft al ser una empresa dedicada principalmente al desarrollo de software en el ámbito de la publicidad tendrá las ventajas competitivas que aumentan las probabilidades de ventas y un camino más libre en el mercado.

#### Clientes potenciales

Nuestros potenciales clientes son las emisoras y cadenas de radio del sector público y privado dentro del estado de Chiapas principalmente las que están ubicadas en la capital de Tuxtla Gutiérrez.

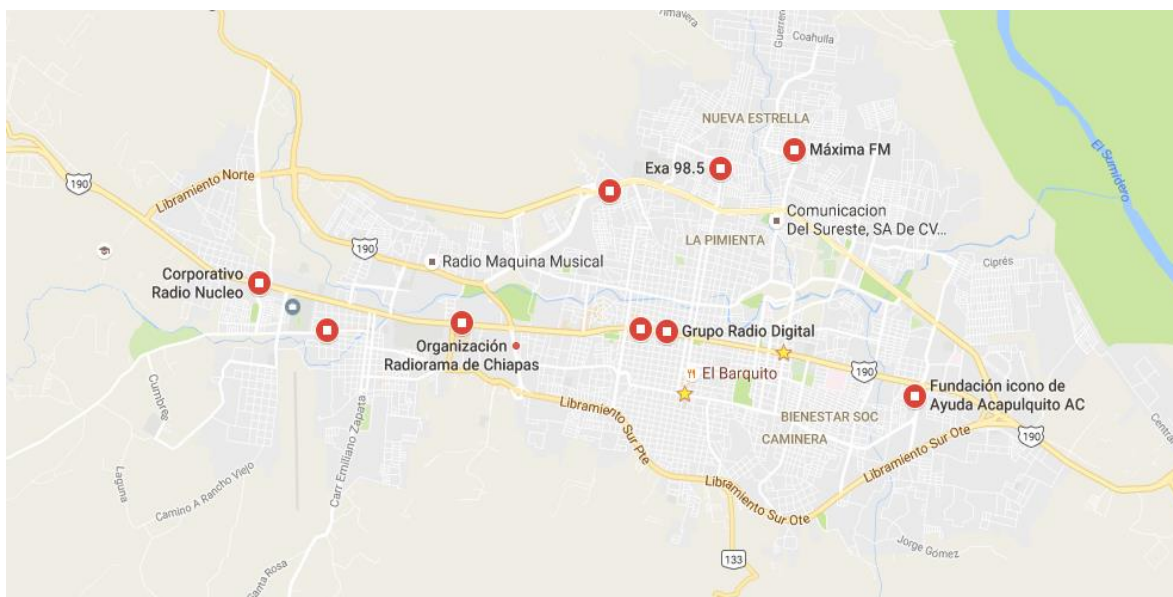
A continuación, se presenta un listado de las principales emisoras de radio registradas legalmente dentro del estado de Chiapas y su ubicación geográfica, tanto a nivel local como regional.

- Nivel local:

Nombre	Dirección
Corporativo Radio Núcleo	Dr. Belisario Domínguez 4820, Zona Sin Asignación de Nombre de Col 30, 29000 Tuxtla Gutiérrez, Chis
Organización Radiorama de Chiapas	Belisario Domínguez 1081, Jardines de Tuxtla, 29020 Tuxtla Gutiérrez, Chis.
Exa 98.5	Central Poniente 554, Centro, 29000 Tuxtla Gutiérrez, Chis.
Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión	Av. San Román, Miravalle 2da Secc, 29039 Tuxtla Gutiérrez, Chis.

Nombre	Dirección
Máxima 96.9	Av. Central Pte. 953 Altos, El Cerrito, 29000 Tuxtla Gutiérrez, Chis
Máxima FM	Segunda Sur Ote. 170, San Francisco, 29000 Tuxtla Gutiérrez, Chis.
Grupo Radio Digital	Avenida Central Poniente 554, Centro, 29000 Tuxtla Gutiérrez, Chis.
Radio Tuxtla	Avenida 2a Sur SN, Alianza Popular Laborante, Centro, 29040 Tuxtla Gutiérrez, Chis.

## Ubicación

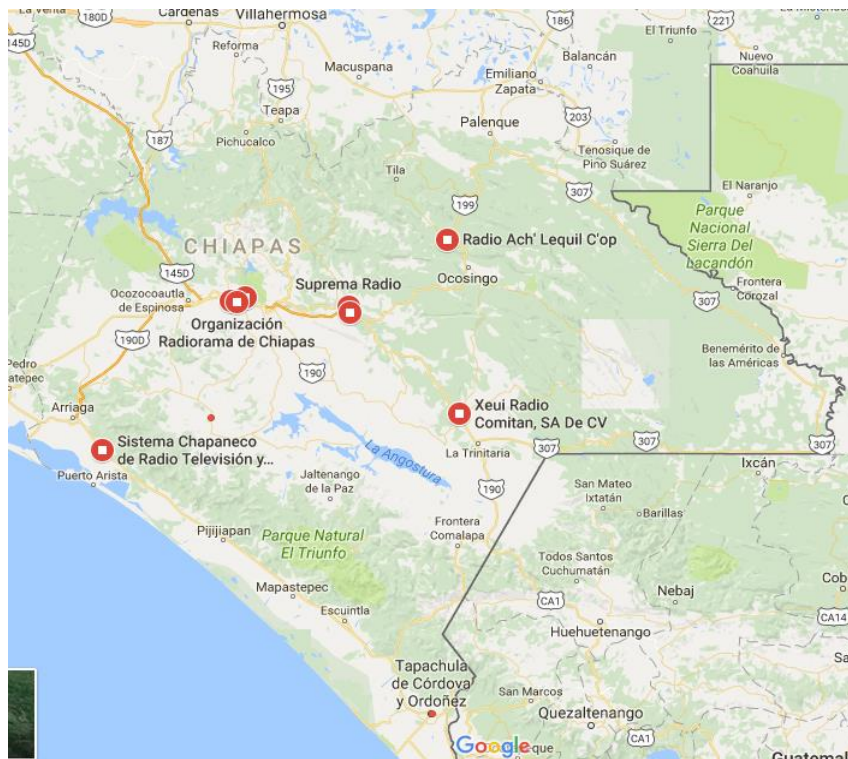




- Nivel regional:

Nombre	Dirección
Suprema Radio	Crescencio Rosas 12, Zona Centro, 29200 San Cristóbal de las Casas, Chis.
Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión	Primera Calle Pte. 16, Centro, 30700 Tapachula de Córdova y Ordoñez, Chis
Radio Núcleo Tapachula	7 Avenida Nte. 2, Centro, 30700 Tapachula de Córdova y Ordoñez, Chis
Xeui Radio Comitán, S.A. De C.V.	Morales 12, Comitán de Domínguez Centro, 30000 Comitán de Domínguez, Chis.
Xechz Radio Lagarto Imer	Libramiento Chiapa de Corzo Kilómetro 14, Barrio Benito Juárez, 29160 Chiapa de Corzo, Chis

## Ubicación



Software parecido

A continuación, se presentan los productos que tienen similitud al de la empresa TuChSoft:

<b>Producto</b>	<b>Características</b>	<b>URL</b>
<b>Mediagenia.com</b>	Gestión de proyectos y trabajos  Prensa, radio y televisión.	<a href="http://www.mediagenia.com">http://www.mediagenia.com</a>
<b>Fitnet manager</b>	*Gestión de propuestas comerciales.  *Seguimiento de la actividad (hoja de actividades, bajas, costos).  *Seguimiento y análisis de resultados (producción y cargos, márgenes brutos de los proyectos, comparación entre previsto y realizado).	<a href="http://es.fitnetmanager.com">http://es.fitnetmanager.com</a>
<b>TOTVS</b>	*Gestión de servicios.  *Gestión de contratos.  *Gestión de contenido.	<a href="http://www.totvs.com.mx/">http://www.totvs.com.mx/</a>

## Encuesta

Como siguiente punto, se muestran las preguntas de la encuesta que se aplicó a los posibles clientes potenciales, así como también los resultados obtenidos mediante gráficas realizadas acorde lo obtenido:

1. ¿Qué tan importante considera el sistema de información de la empresa donde labora?

- a) Muy importante.      b) Importante.
- c) Poco importante.      d) Nada importante.

2. ¿Qué tipos de reportes emplea?

- a) Reporte de ingresos.      b) Reporte de publicidad.
- c) Reporte de factores de riesgo.      d) Reporte de gastos de recursos humanos
- e) Reporte de cantidad de patrocinadores en un tiempo determinado.
- f) Otros defina cuál: \_\_\_\_\_

3. De las siguientes funcionalidades ¿cuáles cree que son más importantes dentro del software para

radiodifusoras?

- a) Gestión actividades de la emisora.      b) Gestión de recursos humanos.
- c) Gestión de publicidad.      d) Gestión de empresas asociadas.
- e) Gestión de patrocinadores.      f) Gestión de programas y horarios.

4. ¿Qué busca en un software? (Elija dos opciones)

- a) Excelente interface gráfica (Ventanas con vistas agradables y coloridas).
- b) Seguridad de acceso (Protección mediante usuarios y contraseñas).
- c) Robustez (fiabilidad y apto para desempeñar las tareas asignadas).
- d) Facilidad de uso.

5. ¿Qué servicios son de su interés al solicitar un software?

- a) Soporte técnico.      b) Cursos para el uso adecuado del software.
- c) Actualizaciones constantes.

6. ¿De qué manera adquiriría un software?

- a) Comprar disco de instalación.      b) Descarga directa desde internet.

c) Instalación personal por medio de un agente de la empresa de software.

7. ¿Cuánto dinero está dispuesto a invertir en un sistema de información que cumpla todos los

requisitos básicos concernientes a su empresa y además le cubra una mayor gama de posibles

actividades que surjan en un futuro?

a) Menos de 5,000 pesos.    b) Entre 5,000 y 10,000 pesos.

c) Entre 10,000 y 30,000 pesos.    d) Más de 30,000 pesos.

8. ¿Qué método de pago ampliaría?

a) Efectivo.        b) Tarjeta de crédito.

9. ¿Qué sistema operativo utiliza más?

a) Linux.        b) Windows XP / Vista / 7 / 8 / 10.

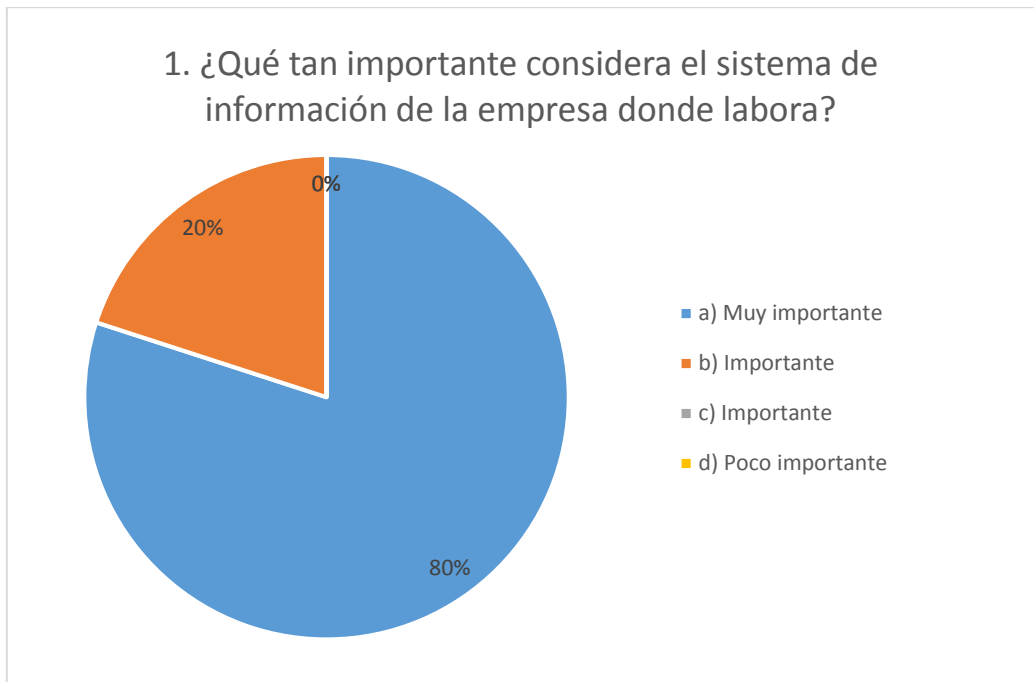
c) Mac OS.

10. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir la asesoría técnica?

a) Chat en una página web.    b) mediante una llamada telefónica.

c) Personalizada.

## Gráficas



### *Objetivo:*

Conocer la magnitud de importancia que nuestros clientes potenciales le asignan al sistema de información con el cual realizan sus actividades informáticas y almacenan datos concernientes a la emisora.

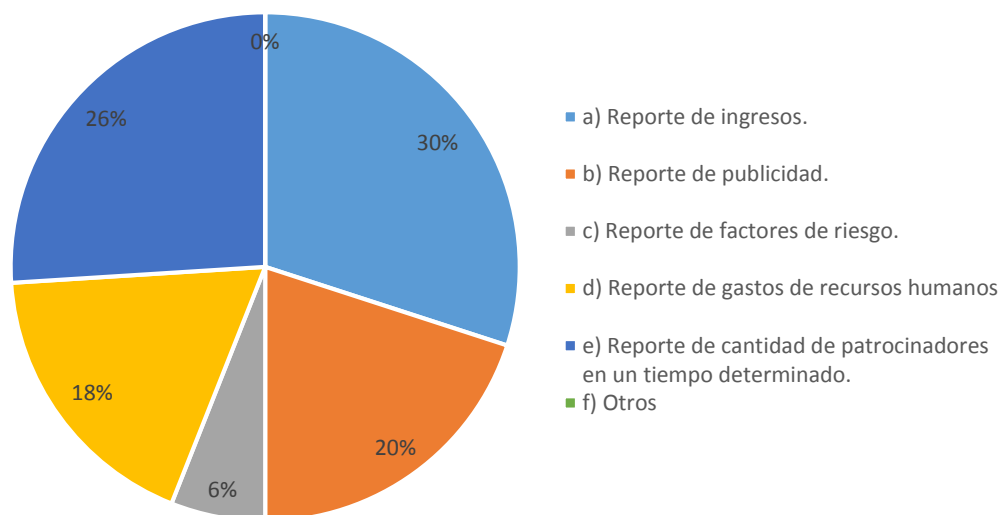
### *Interpretación:*

Los resultados de la gráfica arrojan datos positivos para nosotros, siendo que el 80% de las personas encuestadas de las diferentes emisoras de radio consideran que el sistema de información X que ellos actualmente utilizan es “Muy importante” y el otro 20% consideran que es “Importante”.

### *Estrategia:*

Las emisoras de radio en lo general son muy dependientes a un sistema de información que facilite realizar sus actividades de gestión, por lo tanto, las emisoras estarán dispuestos a conocer un nuevo software que les proporcione soluciones a sus necesidades de control y gestión de datos.

## 2. ¿Qué tipo de reporte emplea con más frecuencia?



### *Objetivo:*

Conocer qué tipo de reporte es más utilizado y cuáles son los reportes secundarios dentro de las radiodifusoras locales.

### *Interpretación:*

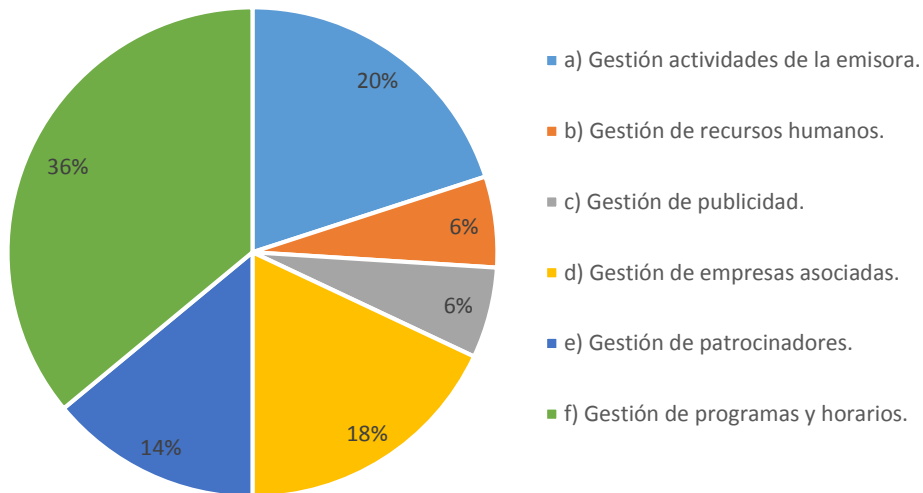
Según la muestra encuestada los tres principales reportes más utilizados en las radiodifusoras son los siguientes:

- Reportes de ingresos.
- Reporte de patrocinadores.
- Reporte de publicidad.

### *Estrategias:*

Desarrollar una sección de reportes fácil de acceder, operar y además incluirlo en la publicidad y propaganda que se realice al software.

3. De las siguientes funcionalidades ¿cuál cree que es la más importante para un software utilizado en radiodifusoras?



*Objetivo:*

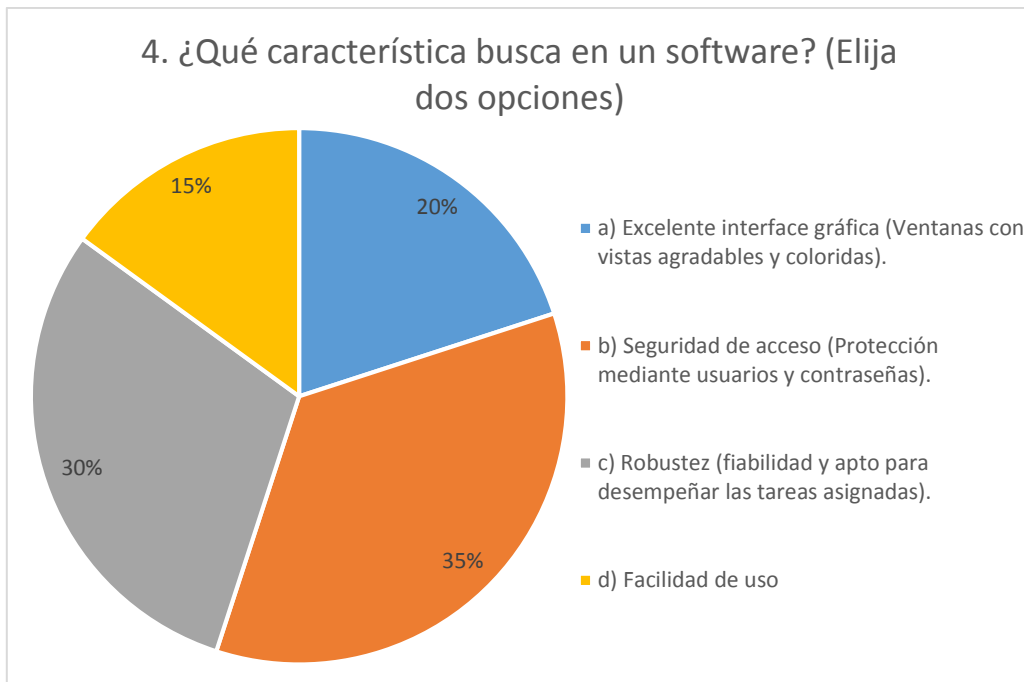
Determinar la principal función que debe cubrir nuestro software dedicado a la administración de datos en el ámbito publicitario.

*Interpretación:*

El 36% de la muestra encuestada considera que es de mayor importancia la "Gestión de programas y horarios".

*Estrategia:*

Desarrollar una sección especial dentro del menú principal que permita acceder fácilmente a las interfaces de "Gestión de programas y horarios", además de hacer énfasis acerca esta funcionalidad en la descripción del producto.



*Objetivo:*

Conocer las principales características que una persona busca al adquirir un nuevo software e implementar dicha característica.

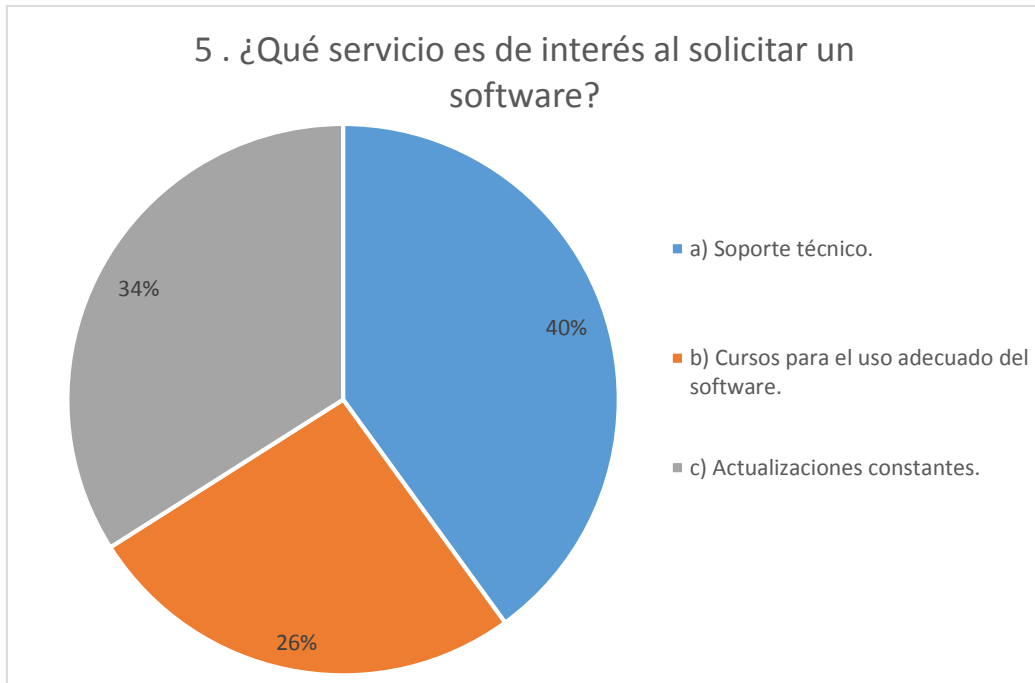
*Interpretación:*

La mayor parte de la población encuestada que cubren el 35% sugiere que es más importante tener un software que ofrezca “Seguridad de acceso” el cual les permita controlar el acceso a la información propia de la empresa.

*Estrategia:*

Desarrollar una sección especial en el sistema que permitan al administrador crear nuevos usuarios con diferentes jerarquías de acceso a la información según el puesto que se vaya a ocupar dentro de la empresa.





*Objetivo:*

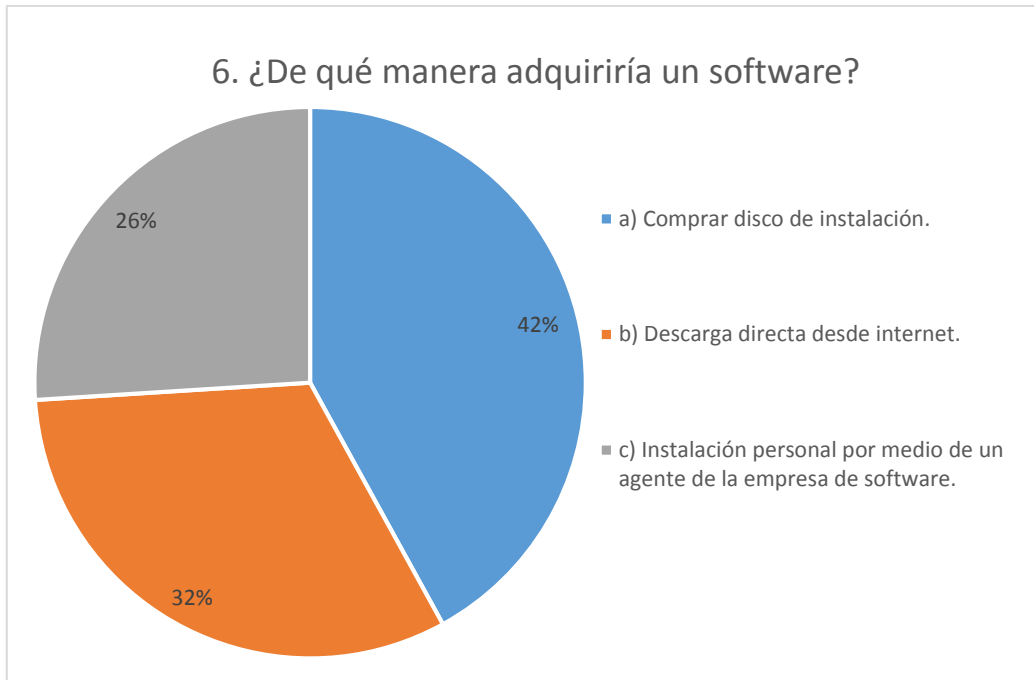
Conocer el principal servicio que un cliente considera necesario tener para el software a adquirir.

*Interpretación:*

40% que es la mayor parte de la muestra encuestada considera que un software debe contar con el servicio de “Soporte técnico” después de realizar la compra.

*Estrategia:*

Se establecerán horarios de soporte técnico dirigido a nuestros clientes, para resolver sus dudas y problemas relacionados con nuestro software.



*Objetivo:*

Conocer como nuestros clientes prefieren obtener un software y determinar estrategias que ayuden a facilitar dicha adquisición.

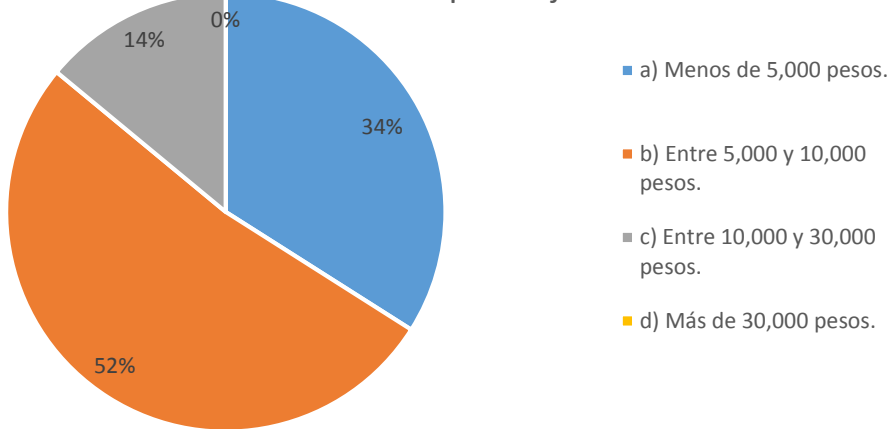
*Interpretación:*

El 42% de la muestra encuestada prefieren obtener el software por un medio físico que en este caso será un CD de instalación.

*Estrategia:*

Se creará un punto de venta ubicado en las oficinas de TuChSoft donde los clientes podrán comprar el software grabado en un CD de instalación, además desde nuestra página oficial también será posible obtener el software mediante una descarga directa.

7. ¿Cuánto dinero está dispuesto a invertir en un sistema de información que cumpla todos los requisitos básicos concernientes a su empresa y además le cubra una mayor gama de posibles actividades que surjan en un futuro?



#### *Objetivos:*

- Conocer la cantidad de dinero que nuestro mercado potencial está dispuesto a gastar en la compra de sistema de información administrativo.
- Determinar un precio de venta para nuestro software.

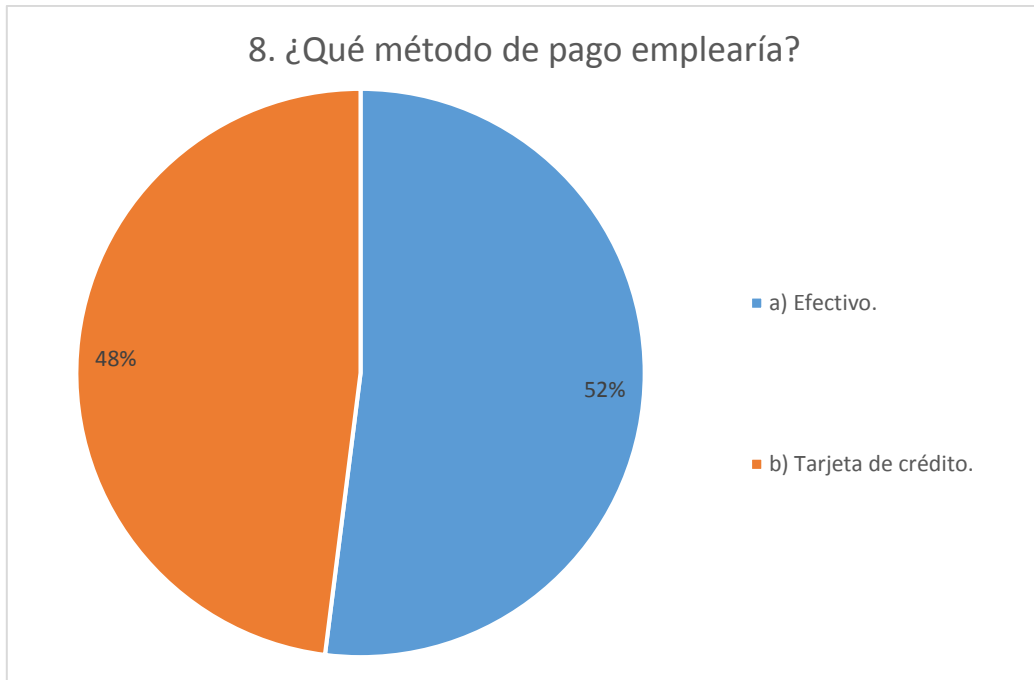
#### *Interpretación:*

La mayor parte de la muestra encuestada que son el 52% están dispuestos a gastar entre 5 mil y 10 mil pesos en un sistema de información administrativo.

#### *Estrategia:*

El monto preferido por nuestro mercado potencial es demasiado bajo en comparación a los beneficios que nuestro software ofrece, por lo tanto,

- Se ha buscado la posibilidad de vender el software a un precio aproximado de 12 mil pesos únicamente por introducción al mercado.
- Generar versiones de prueba con vigencia de un mes con el objetivo de dar a conocer los beneficios que brinda nuestro software y así aumentar la posibilidad de venderlo a un precio más elevado.



*Objetivo:*

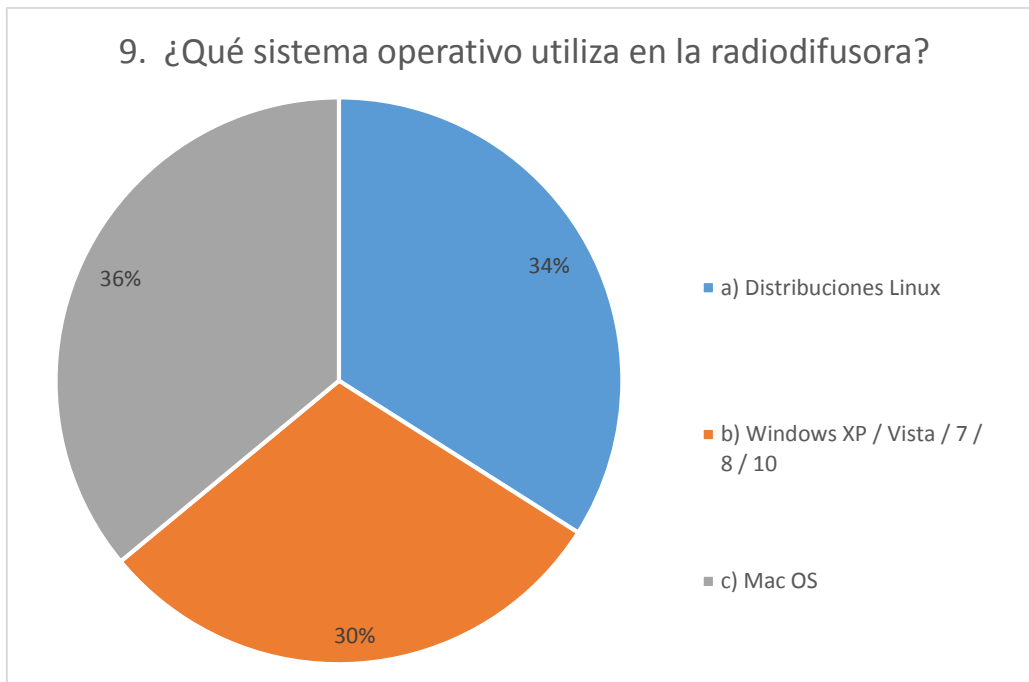
Determinar el método de pago que se aceptará para adquirir el software.

*Interpretación:*

Existe casi un empate entre los métodos de pago debido a que el 52% de la muestra encuestada prefiere pagar mediante dinero en efectivo y el resto prefiere pagar con tarjeta de crédito.

*Estrategia:*

Se permitirán los dos métodos de pago que son efectivo y tarjeta de crédito para la adquisición del software.



*Objetivo:*

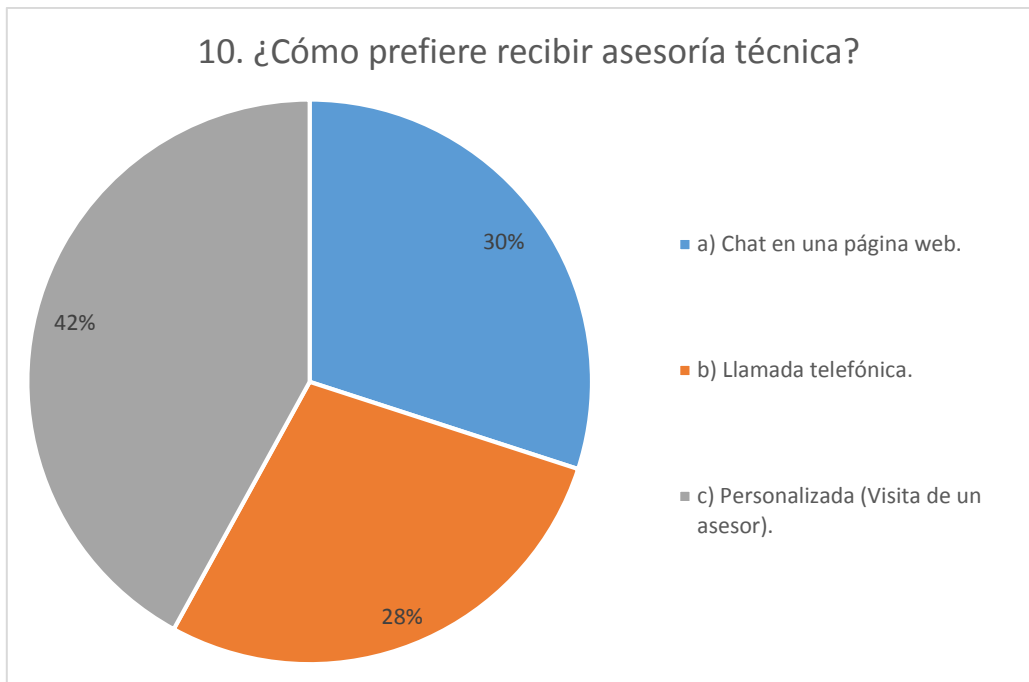
Determinar la plataforma sobre la cual se tiene que desarrollar el sistema de información.

*Interpretación:*

Prácticamente existe un pequeño empate entre los sistemas operativos más utilizados en las emisoras de radio debido a que el 36% de los encuestados utilizan Mac OS, el 34% utiliza distribuciones Linux y el 30% restante utiliza Microsoft Windows.

*Estrategia:*

Para eliminar la barrera entre diferentes sistemas operativos es muy viable desarrollar el sistema de información en Java debido a que este lenguaje es multiplataforma.



*Objetivo:*

Establecer el medio a través del cual se brindará el servicio de asesoría técnica.

*Interpretación:*

El 42% de la muestra encuestada prefiere recibir asesoría mediante una visita personal de uno de nuestros asesores a su empresa.

*Estrategias:*

Se brindará la asesoría técnica mediante los tres medios para lograr satisfacer a todos nuestros clientes.

*Conclusión*

TuchSoft planea lanzar un software de sistema de información administrativo enfocado a la publicidad en medios de radiofrecuencia por lo tanto las encuestas realizadas fueron a personas que laboran en emisoras y/o cadenas de radio, así como otros medios de comunicación.

En la actualidad un sistema gestor de información es una herramienta que ayuda a facilitar y sistematizar un conjunto actividades y procesos que realiza una empresa, estas actividades y procesos que se ejecutan mediante un Sistema de Información (SI) ahorran tiempo y costos. Se sabe que un buen sistema de información que satisface las necesidades de una empresa generará ganancias mayores y la mejora de la empresa misma al optimizar sus actividades. El 80%

de las personas encuestadas consideran que tener un sistema de información es muy importante el otro 20% considera que es importante.

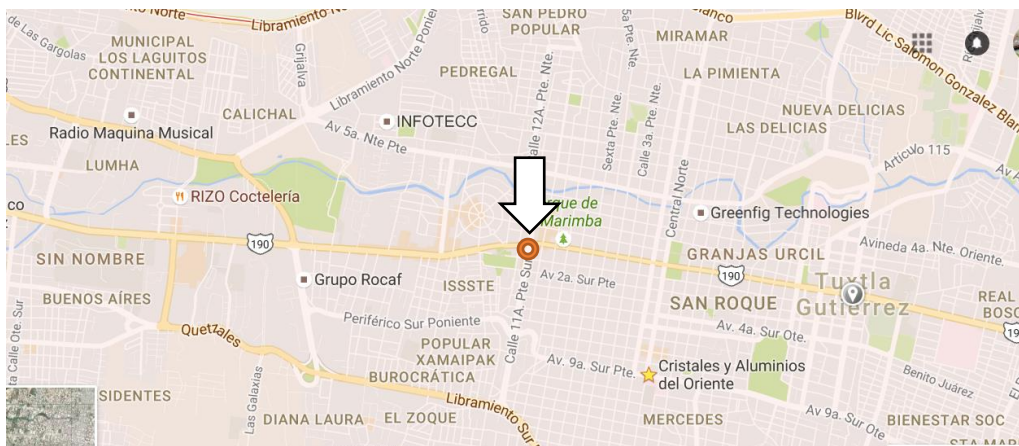
Los encuestados consideran que la característica esencial de un buen SI es generar reportes de ingresos que les permita saber cómo va la productividad de la empresa. Una de las características que buscan en el software es la seguridad y puedan existir diversas jerarquías de acceso a información dentro de él. Ellos buscan la facilidad de controlar de manera muy específica los programas y horarios emitidos desde la emisora de radio, además de poder controlar todo lo relacionado con la publicidad que debe emitirse en las distintas franjas horarias.

El mercado potencial está interesado en comprar un software que sea demasiado económico, un rango de 5 mil a 10 mil pesos que pagarían en efectivo, además, tienen la preferencia de comprar el software en un medio físico el cual es un CD de instalación, el software por lo general será ejecutado en alguna de las versiones del Sistema Operativo Windows y como un plus los usuarios del software les gustaría recibir asesoría técnica mediante reuniones personales.

## Ubicación

La localización donde estableceremos nuestro negocio está ubicada por el parque de la Marimba, a media cuadra de la Avenida Central y Hotel Holiday Inn Express, donde tiene como dirección 12 Poniente entre Avenida central y 1era. Norte, Colonia el Magueyito.

Se eligió este lugar por la concurrencia que se tiene en los alrededores del local, también cuenta con fácil acceso además de un alto flujo vehicular y peatonal, lo que llega a ser un lugar muy transitado, céntrico y de fácil acceso para nuestros clientes potenciales.



## Distribución y puntos de venta

Distribución directa:

TuChSoft ofrecerá a los clientes venta directa a los clientes, ya que, en una encuesta anteriormente realizada, la mayor parte se siente cómodo o más seguro al comprar un software de forma directa a la empresa quien lo diseño, la atención para la venta del producto será de 8 am a 8 pm.

El producto tendrá una presentación de una caja con diseño exclusivo de TuChSoft con el logotipo tanto de la empresa como el del producto, serán cajas con las medidas 20 x 26.3 x 5 cm de material de cartón corrugado, contendrá lo que es un disco en un portadiscos, un manual de instalación y más información sobre el programa.

Se eligió este material ya que el cartón es un material muy resistente que protegerá al disco y los documentos dentro de ella.

Producto	piezas	precio unitario	precio
Caja de cartón	25	\$20.50	\$512.50
Impresión en caja de cartón a color	25	\$50.00	\$1,250.00
Impresión de disco a color/con disco	25	\$13.40	\$335.00
Estuche de CD/DVD de plástico	25	\$4.00	\$100.00
Portada de estuche a color	25	\$10.00	\$250.00
Impresiones de hojas por manual de instalación/blanco y negro	25	\$15.00	\$375.00
Total		\$112.90	\$2,822.50

## Fijación y políticas de precio

Para fijar los precios del software, se decide efectuarlo en función al costo, ya que es uno de los más convenientes para TuChSoft por ser empresa de reciente creación. Este método consiste en fijar un precio específico al producto, pero se tienen ciertos lineamientos o políticas para establecer los precios adecuados. Los precios se manejarán de la siguiente manera:

- 1.- El software tendrá compatibilidad en distintas plataformas (Windows, Linux, Mac OS) pero su costo será el mismo no importando que Sistema Operativo usen.
- 2.- Para las temporadas de promociones, se efectuarán descuentos entre un 10% hasta 25%.



3.- Cuando se publique una nueva versión del producto, la versión anterior bajara de precio, y el nuevo producto tendrá un precio mayor a lo que tenía la versión anterior, pero este depende de las características que tenga.

4.-El costo de la licencia se hace en un solo pago.

## Plan de introducción al mercado

Para la introducción al mercado, TuChSoft optará por la estrategia de precios, siendo esta una de las más convenientes para la empresa, debido a que por medio de los precios bajos se establecerá una buena participación en el mercado de manera que se tendrá el aumento de la cartera de clientes, posteriormente el incremento de las ventas del producto. Por lo tanto, se realizarán las siguientes estrategias:

- Estrategia 1: Precio inicial bajo.  
Consiste en lanzar el producto con un costo bajo, con objetivo de atraer a nuestros clientes potenciales; para eso, se ofrecerá a cada empresa un mes como periodo de prueba del software. Esto incluye la visita a cada una de las empresas para exponerles la información acerca del software.

Tabla de costos:

Promoción de precio inicial:	\$12,000.00
Viáticos:	\$1,200.00
Total:	\$13,200.00

- Estrategia 2: Repartición de folletos.  
Se repartirán 100 folletos de hoja tamaño carta, impresos a color, donde se presentan las características y beneficios del software.

El folleto contendrá la siguiente información:

- ⇒ Nombre de la empresa.
- ⇒ Slogan.
- ⇒ ¿Quiénes somos? (Como empresa).
- ⇒ Misión y visión.
- ⇒ Nombre del producto y su descripción general.
- ⇒ Características del software (incluyendo su logo y nombre).

⇒ Números telefónicos y el sitio web para tener contacto con la empresa.

A continuación, se presenta el diseño:



### Te ofrecemos

- ✓ Interface amigable e intuitiva.
- ✓ Accesos rápidos mediante comandos en teclado.
- ✓ Gestión de franjas horarias y programas.
- ✓ Gestión contratos de publicidad.
- ✓ Múltiples herramientas administrativas.
- ✓ Habilidad de gestionar y vincular emisoras de radio.
- ✓ Gestión de empresas de medios de comunicación asociados.
- ✓ Sistema de seguridad en la información.
- ✓ Generación de distintos reportes
- ✓ Soporte técnico gratis durante un mes.

## TuChSoft



Un software que se diseña a tu medida.

### ¿Quiénes somos?

TuChSoft es una empresa 100% chiapaneca, orientada al desarrollo de sistemas de información administrativos en el ámbito publicitario. Nos dedicamos a generar soluciones únicas de la manera más atenta, óptima y eficiente a cada uno de nuestros clientes, mediante el desarrollo de un software que cumpla con sus necesidades, que asegure la excelencia en los resultados, así como la seguridad y protección de la información que contenga.

### Misión y Visión

**Misión:**  
Satisfacer las necesidades informáticas de nuestros clientes mediante el desarrollo de soluciones innovadoras en sistemas de información administrativos en el sector publicitario, teniendo como resultado el aumento de la productividad, uso de recursos en forma eficiente a través de la sistematización de sus actividades, de esta manera garantizar el bienestar de la empresa.

**Visión:**  
Ser una empresa reconocida y preferida en el mercado local de sistemas de información administrativos en el ámbito de publicidad, a través del desarrollo de software robusto y seguro que se acople a las necesidades de nuestros clientes, además, iniciar la expansión de nuestra empresa al mercado regional.

Es posible que desee mencionar a algunos de sus clientes más impresionantes aquí:

- Compañía grande e importante
- Compañía muy conocida
- Compañía impresionante

### ¿Qué es SIA RADIO?

SIA RADIO es una aplicación de escritorio que ofrece herramientas administrativas básicas, diferentes herramientas de gestión y control sobre emisoras de radio y cadenas de radio, además, permite generar reportes sobre la información relevante de la empresa.

### Contacto

Vístenos en la web:

Tabla de costos:

Cantidad de folletos:	100
Costo de folleto:	\$20.00
Total:	\$2,000.00

## Publicidad y propaganda

## Riesgos y oportunidades de mercado

Análisis FODA

Fortalezas:	Debilidades:
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Personal con características proactivas.</li><li>2. El precio accesible de nuestro software.</li><li>3. Desarrollo de software en diferentes plataformas.</li><li>4. Nuestro canal de distribución de ventas directas.</li><li>5. Contamos con el servicio de soporte técnico personalizado.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Poca disponibilidad de capital y recursos.</li><li>2. Poca experiencia laboral.</li><li>3. No contar certificados de desarrollo de software.</li><li>4. Ser una empresa de reciente creación.</li></ol>
Oportunidades:	Amenazas:

<ol style="list-style-type: none"><li>1. No existe una empresa de forma local dirigido a nuestro segmento de mercado.</li><li>2. Ubicación estratégica de la empresa.</li><li>3. Obtener certificados de desarrollo de software.</li><li>4. Desarrollo de software versionado</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Poco interés en el software por parte de las empresas.</li><li>2. Existencia de empresas que se dedican al desarrollo de software a la medida.</li><li>3. Introducción de nuevas empresas que se dediquen o especialicen en nuestro giro empresarial.</li><li>4. Hay mercado potencial muy reducido.</li></ol>
---	---