

Mercado del Software Libre en el Perú y el Mundo

por Fernando P. García

1. En el Perú

- **Tamaño del Mercado Peruano**
 - 2001 - US\$ 110 Millones
 - 2007 - US\$ 900 Millones
 - Agencia Andina: "los sectores que lideran la demanda por software para gestión de capital humano son servicios (bancos, comercio, retail, telefonía, entre otros) concentrando el 70 por ciento del total, seguido de manufactura y minería"
 - **Educación**
 - 7% de analfabetismo
 - Difundido en el area de Networking
-
-

1. En el Perú (continuación I)

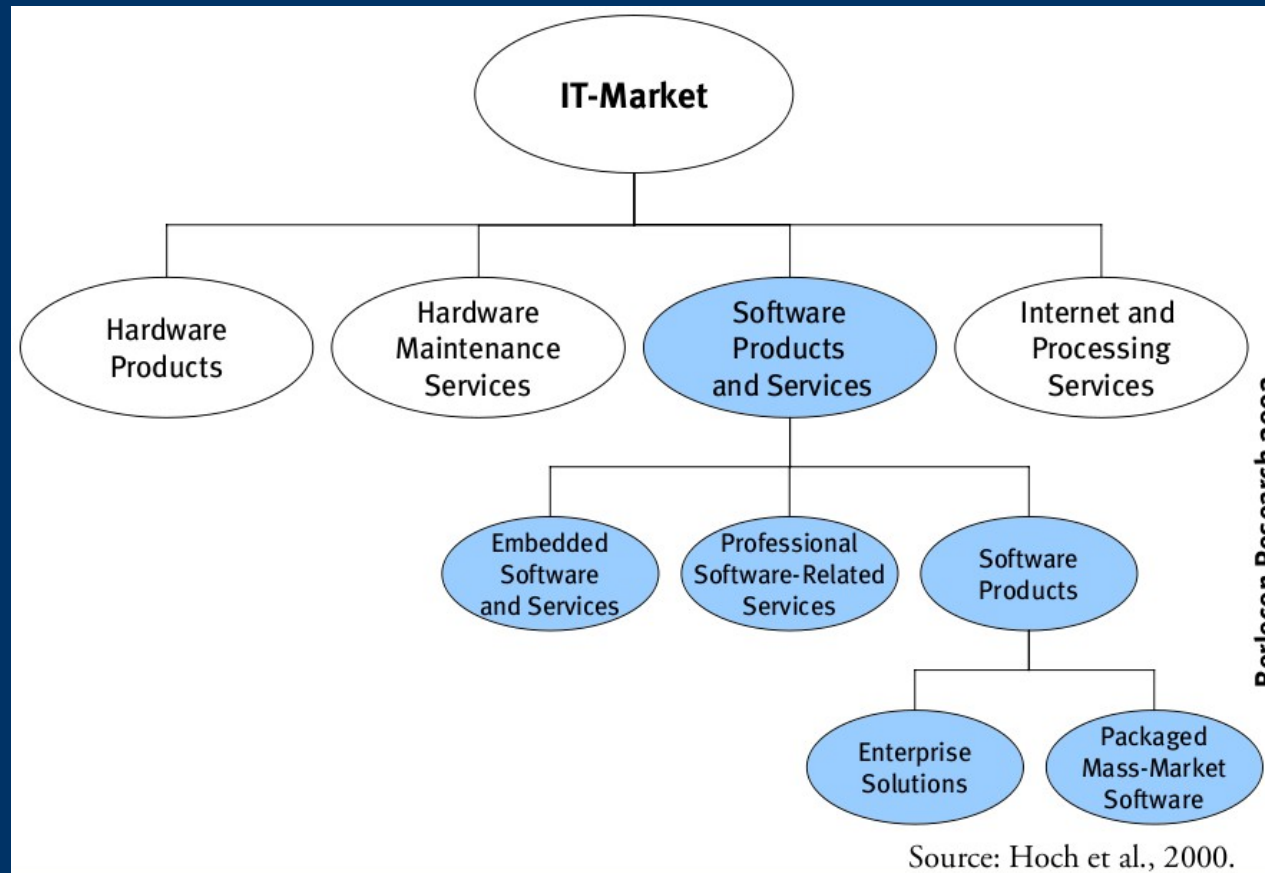
- **Importancia del sector de Software Libre en el mercado peruano**
 - Asociación Peruana de Software Libre (APESOL)
Objetivo Principal: promover el desarrollo e investigación de tecnologías de la información basadas en software libre como una alternativa económica y tecnológica
 - 2006 - 30 comunidades de usuarios de Software Libre reconocidas por la APESOL
 - **Financiamiento Capital de riesgo**
 - Mercado de Alto riesgo, es más difícil buscar financiamiento
 - Gran Incapacidad para cumplimiento de plazos con calidad de resultados
-
-

1. En el Perú (continuación II)

- **Apoyo moral del Estado**
- **Oportunidades en el Mercado Peruano**
 - Capacitación
 - Desarrollo de Software

2. En el Mundo

- Mercado del Software dentro de la TI



2. En el Mundo (continuación I)

- **El mercado de los Productos de Software**
 - Segmentación dirigida por el consumidor
Ejemplo: Cuando un usuario compra software de escritorio, depende del que esté disponible para la arquitectura del hardware que adquiere.
 - Distinción entre soluciones empresariales y mercado de paquetes de software para las masas
 - La diferencia fundamental está en que el costo de servicios es alta.
 - El mercado empresarial es principalmente un mercado de servicios.
 - El servicio de ventas está primariamente basado en paquetes de software especial.
-
-

2. En el Mundo (continuación II)

- **El mercado de Servicios Relacionados al Software**
 - Pequeñas barreras de entrada, flujo constante de nuevos competidores.
 - Ritmo rápido de innovación. Las nuevas tecnologías hacen surgir nuevos proveedores de servicios.
 - Constante y significativo costo marginal. La venta de servicios es la clásica "venta de personas", haciendo que el costo de un segundo proyecto sea casi el mismo que el primero.
 - Recursos humanos de importancia vital.
 - Alta fragmentación. El mercado de servicios se divide en: Personas particulares, Pequeñas compañías, Compañías de focalización regional y muy pocos Actores a nivel Mundial, p.e.: IBM y KPMG
-
-

Bibliografía

- **La Industria del Software en el Peru - Análisis de Mercado y Estratégico Sectorial.** Johanna Pumarejo - Fedesoft - 2001 (www.fedesoft.org)
- **FLOSS Final Report – Part 3.** Free/Libre Open Source Software: Survey and Study. Basics of Open Source Software Markets and Business Models. BERLECON RESEARCH GmbH - June 2002 (www.berlecon.de)
- **Agencia Andina.**
<http://www.andina.com.pe/espanol/Noticia.aspx?id=Ic18fE8PmL8=>