



## INFORME EJECUTIVO DE FERIAS

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Carla Cecilia Rojas Hinostraza	15/10/2013

## Índice

I.	Resumen Ejecutivo .....	3
II.	Antecedentes y Justificación.....	3
III.	Ficha Técnica de la Feria.....	3
3.1	Nombre Oficial .....	3
3.2	Tipo de Feria .....	3
3.3	Sector .....	3
3.4	Fecha .....	3
3.5	Edición.....	3
3.6	Frecuencia.....	3
3.7	Lugar de Celebración.....	3
3.8	Horario de la Feria .....	3
3.9	Precio de la Entrada .....	3
3.10	Organizador .....	3
3.11	Superficie .....	3
3.12	Número de Asistentes.....	4
3.13	Fecha de Próxima Edición.....	4
3.14	Productos Presentados en la Feria .....	4
3.15	Datos Estadísticos de la Feria en General .....	4
IV.	Información Comercial .....	4
4.1	Panorama del Mercado .....	4
4.2	Nuevas Oportunidades Comerciales.....	4
4.3	Nuevas Tendencias .....	4
4.4	Nuevas Tecnologías.....	5
V.	Participación Peruana .....	6
5.1	Expositores Nacionales .....	6
5.2	Actividades de Promoción .....	6
5.3	Resultados .....	6
5.3.1	Cuantitativos .....	6
5.3.2	Cualitativos.....	6
5.4	Comentarios de la Competencia.....	6
5.5	Actividades Adicionales en el Marco de la Feria.....	8
VI.	Directorio de Contactos .....	8
VII.	Conclusiones.....	8
VIII.	Recomendaciones .....	9
IX.	Anexos .....	9

 Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	<b>INFORME EJECUTIVO DE FERIAS</b>	CÓDIGO
		FO-INF-005
		VERSIÓN 02
		PÁG. 3 DE 11

<b>I. Resumen Ejecutivo</b>																																														
<p>La Feria del Libro de Frankfurt es considerada la feria especializada más importante a nivel mundial, debido a que convoca a las principales editoriales, libreros y profesionales del sector editorial cada año, convirtiéndose en la principal plataforma para hacer negocios y donde se gestan las tendencias que seguirá el sector editorial a nivel internacional.</p> <p>Promperú participa por primera vez con un stand de 32m<sup>2</sup> y 09 editoriales, en el Pabellón Internacional como parte de su estrategia para promocionar el sector editorial peruano a nivel internacional. En tal sentido, esta primera exposición ha concitado el interés de potenciales contratantes de servicios editoriales, lo que ha permitido contribuir al posicionamiento de la imagen del sector editorial peruano a nivel internacional y generar negocios por la venta de derechos de traducción y pedidos de compra de libros peruanos.</p>																																														
<b>II. Antecedentes y Justificación</b>																																														
<p>La Feria del Libro de Frankfurt es la primera feria internacional realizada en Europa y actualmente es considerada la más importante a nivel internacional. Su importancia radica en que convoca la participación de los principales grupos editoriales y profesionales del sector editorial. Es también la principal plataforma de negocios para la cesión de derechos de autor a nivel internacional. El Perú ha participado en años anteriores representado a través de la Cámara Peruana del Libro, con un stand de 09m<sup>2</sup>. Sin embargo, esta participación consistía era insuficiente para lograr un impacto en la demanda de contenidos peruanos. Promperú, como parte de su Plan Estratégico 2012-2014, consideró importante lograr una participación bajo la imagen de la marca país, y contando con las editoriales para aprovechar las oportunidades comerciales generadas de este evento.</p>																																														
<b>III. Ficha Técnica de la Feria</b>																																														
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;"><b>3.1</b></td> <td><b>Nombre Oficial</b></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Feria del Libro de Frankfurt</td> </tr> <tr> <td><b>3.2</b></td> <td><b>Tipo de Feria</b></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Internacional</td> </tr> <tr> <td><b>3.3</b></td> <td><b>Sector</b></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Servicios - Editorial</td> </tr> <tr> <td><b>3.4</b></td> <td><b>Fecha</b></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Del 09 al 13 de octubre</td> </tr> <tr> <td><b>3.5</b></td> <td><b>Edición</b></td> </tr> <tr> <td></td> <td>LXIV (64°)</td> </tr> <tr> <td><b>3.6</b></td> <td><b>Frecuencia</b></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Anual</td> </tr> <tr> <td><b>3.7</b></td> <td><b>Lugar de Celebración</b></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Frankfurt, Alemania</td> </tr> <tr> <td><b>3.8</b></td> <td><b>Horario de la Feria</b></td> </tr> <tr> <td></td> <td>De 09h a 18:00h</td> </tr> <tr> <td><b>3.9</b></td> <td><b>Precio de la Entrada</b></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Expositores tienen derecho a credencial sin costo</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Precio de Venta Público General: 4 euros</td> </tr> <tr> <td><b>3.10</b></td> <td><b>Organizador</b></td> </tr> <tr> <td></td> <td>La Asociación de Publicadores y Libreros de Alemania</td> </tr> <tr> <td><b>3.11</b></td> <td><b>Superficie</b></td> </tr> <tr> <td></td> <td>164,000 metros cuadrados</td> </tr> </table>	<b>3.1</b>	<b>Nombre Oficial</b>		Feria del Libro de Frankfurt	<b>3.2</b>	<b>Tipo de Feria</b>		Internacional	<b>3.3</b>	<b>Sector</b>		Servicios - Editorial	<b>3.4</b>	<b>Fecha</b>		Del 09 al 13 de octubre	<b>3.5</b>	<b>Edición</b>		LXIV (64°)	<b>3.6</b>	<b>Frecuencia</b>		Anual	<b>3.7</b>	<b>Lugar de Celebración</b>		Frankfurt, Alemania	<b>3.8</b>	<b>Horario de la Feria</b>		De 09h a 18:00h	<b>3.9</b>	<b>Precio de la Entrada</b>		Expositores tienen derecho a credencial sin costo		Precio de Venta Público General: 4 euros	<b>3.10</b>	<b>Organizador</b>		La Asociación de Publicadores y Libreros de Alemania	<b>3.11</b>	<b>Superficie</b>		164,000 metros cuadrados
<b>3.1</b>	<b>Nombre Oficial</b>																																													
	Feria del Libro de Frankfurt																																													
<b>3.2</b>	<b>Tipo de Feria</b>																																													
	Internacional																																													
<b>3.3</b>	<b>Sector</b>																																													
	Servicios - Editorial																																													
<b>3.4</b>	<b>Fecha</b>																																													
	Del 09 al 13 de octubre																																													
<b>3.5</b>	<b>Edición</b>																																													
	LXIV (64°)																																													
<b>3.6</b>	<b>Frecuencia</b>																																													
	Anual																																													
<b>3.7</b>	<b>Lugar de Celebración</b>																																													
	Frankfurt, Alemania																																													
<b>3.8</b>	<b>Horario de la Feria</b>																																													
	De 09h a 18:00h																																													
<b>3.9</b>	<b>Precio de la Entrada</b>																																													
	Expositores tienen derecho a credencial sin costo																																													
	Precio de Venta Público General: 4 euros																																													
<b>3.10</b>	<b>Organizador</b>																																													
	La Asociación de Publicadores y Libreros de Alemania																																													
<b>3.11</b>	<b>Superficie</b>																																													
	164,000 metros cuadrados																																													

3.12	<b>Número de Asistentes</b> 7500 expositores 300,000 visitantes
3.13	<b>Fecha de Próxima Edición</b> 08-12 de octubre 2014
3.14	<b>Servicios Presentados en la Feria</b> La oferta editorial peruana consistía en lo siguiente: Libros físicos de los géneros: infantil, académico y científico, técnicos y profesionales y de interés general Libros digitales académicos Servicios editoriales Derechos de Autor Cabe destacar que las negociaciones en la Feria del Libro de Frankfurt giran en torno a la venta de derechos de autor.
3.15	<b>Datos Estadísticos de la Feria en General</b> De acuerdo a información proporcionada por los organizadores, la feria tuvo las siguientes cifras: <ul style="list-style-type: none"> <li>- 7500 expositores provenientes de 100 países</li> <li>- 300,000 visitantes</li> <li>- 10,000 periodistas registrados</li> </ul>
<b>IV. Información Comercial</b>	
4.1	<b>Panorama del Mercado</b> La importancia de esta actividad no responde al mercado alemán, pues la exportación de libros o servicios editoriales peruanos a este mercado son casi nulas. No obstante, la Feria del Libro de Frankfurt es la puerta de entrada para el sector editorial europeo, y la mejor vitrina para posicionar la oferta peruana a nivel internacional.
4.2	<b>Nuevas Oportunidades Comerciales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los temas negociados fueron arqueología, naturaleza peruana, gastronomía y libros científicos culturales. Sin embargo, se encontró un gran potencial para los libros infantiles de temática peruana. En cuanto al perfil de los compradores internacionales, los acuerdos de coedición se cerraron principalmente con editoriales brasileras y colombianas, mientras que quienes compraron derechos y libros digitales fueron las universidades americanas. Los derechos de traducción que se vendieron fueron para editar los libros en inglés, alemán e italiano.</li> </ul>
4.3	<b>Nuevas Tendencias</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• En cuanto a las principales tendencias del sector editorial recogidas durante la Feria del Libro de Frankfurt tenemos las siguientes:             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Rediseñar estrategia de venta de las editoriales: la tendencia mundial tiende a la disminución de librerías, lo que obliga a las editoriales a identificar nuevas maneras de llegar al lector, complementando la distribución tradicional. En tal sentido existen algunas opciones como la venta directa a través de las webs de las propias editoriales, a través de tiendas online especializadas en libros y a través de plataformas transversales de contenidos digitales (libros, música, prensa, revistas, cine, etc.). Sin embargo, esta venta no debe estar pensada únicamente en el cliente final (lector) sino también en las empresas e instituciones que adquieren libros, ambas a través de una misma plataforma de comercio electrónico. El valor añadido de la editorial dependerá del conocimiento del comportamiento de los clientes: sistemas de recomendación personalizados ligados al historial de compras y consumo de los contenidos, multiacceso desde diferentes dispositivos a los archivos comprados, biblioteca personal de notas, descuentos en contenidos relacionados</li> </ul> </li> </ul>

con los intereses del usuario, etc.

- ✓ Los autores y editoriales deben participar o crear comunidades de lectores. Estas incrementan las ventas y el boca a boca es lo que hace de un libro un "best-seller". Se debe cuidar la relación directa con el lector.
- ✓ Auge de la autoedición como nueva vía de ingresos para los autores así como nueva fuente de contratación de derechos. La autoedición es posible gracias a los nuevos recursos tecnológicos y tiene ventajas como una mayor cercanía al lector, menos riesgo y más margen de ganancia.
- ✓ Tendencia positiva a la compra y venta de derechos de distribución y comercialización de Apps (libros enriquecidos destinados a tablets o smartphones) frente a libros físicos y digitales.
- ✓ Precios de venta de ebooks más dinámicos y competitivos.
- ✓ Fuerte apuesta por la exportación digital. Proyectos piloto de traducción interna de títulos a idiomas mundiales (español, chino, alemán, etc.) con el fin de comercializar directamente estas obras.
- ✓ Importancia de una buena gestión de metadatos semánticos que permitan enriquecer los procesos de descubrimiento y recomendación de libros y autores (por ejemplo disponibles en varios idiomas)
- ✓ Mayor uso de videotrailers, así como otro tipo de material audiovisual, en la promoción de libros y autores

Adicionalmente, durante la Feria del Libro de Frankfurt, se dió un amplio protagonismo a las start-ups, directamente relacionadas a la "book discoverability", es decir, se centran en facilitar el descubrimiento de libros y lograr su visibilidad. Sin embargo, la tendencia es que permitan analizar el interés real del lector: si compartiste el libro, si lo leíste hasta el final, si lo subrayaste. Algunas start-ups son jellybooks, 24symbols, bookmovies.tv, enthrill, bookwire, kobo, etc.

#### 4.4 Nuevas Tecnologías

**Kobo:** empresa agregadora digital que ofrece una aplicación de lectura digital gratuita que permite sincronizar el ebook en en múltiples dispositivos (kindle, android, blackberry, ipad, etc). Ofrece sus propias tablets para leer con pantalla curva, y ofrece servicios como el Reading life que permite organizar la lectura, ofrece recomendaciones de otros archivos en la web, organiza los libros, permite hacer apuntes e interactuar con redes sociales y la web. También ofrece en Writing life para autopublicaciones o para que editoriales independientes inicien en la edición digital.

**Bookwire:** distribuidora (agregadora) digital alemana que comercializa contenidos digitales en todos los canales de ventas (Amazon, Apple, Barnes & Nobles, etc) y ofrece reportes de ventas centralizados y en tiempo real. Ofrece libros en lengua original en todas partes del mundo. Está tratando de fortalecer su catálogo de libros en español (actualmente tiene una alianza con la empresa española Leer-e que es agregadora digital y editorial, que le ha dado acceso a 3,000 títulos en español).

**Enthrill:** start-up canadiense que gestiona contenidos digitales y ofrece soluciones para el sector editorial. Ha desarrollado un nuevo método de distribución y venta de ebooks: "ebooks tarjetas (regalos)". Estas son distribuidas en grandes superficies, librerías y cualquier punto de alto consumo. Asimismo contienen la plataforma Endpaper, que permite la gestión de contenidos (cargar archivos, metadatos), promoción (descuentos y requisitos para las ventas al por mayor, reembolsos), Informes estadísticos (información de ventas, reembolsos, permite comprobar la efectividad de una campaña de promoción) y finalmente un sistema de mapeo de la satisfacción del lector o cliente final.

Reunión con el Strategic Partner Development Latin America de Google, Newton Neto.

Google Play Books es una aplicación que da acceso a una de las más grandes tiendas de libros online a nivel mundial (4 millones de libros). Los libros se almacenan en la nube, por lo que podemos acceder a ellos desde nuestros celulares (android) o tablets. Actualmente está presente en 36 países aunque en Latinoamérica está presente sólo en Brasil y México. Google está interesado en ingresar al Perú y el resto de países de Latinoamérica, para lo cual está negociando con los operadores de telefonía móvil para realizar el cobro directo por la compra de libros y otros contenidos (música, videos, etc). Como resultado de la reunión, se invitó al representante de Google a formar parte del programa de capacitación del sector editorial impulsado por Promperú, así como en la Rueda de negocios que se lleva a cabo en el marco del Perú Service Summit.

## V. Participación Peruana

### 5.1 Expositores Nacionales

Las empresas que conformaron la delegación peruana fueron las siguientes:

1. Apus Graph (pequeña empresa): libros de arqueología, antropología, naturaleza, turismo y gastronomía en gran formato.
2. Editorial Macro (pequeña empresa): libros técnicos y profesionales, de idiomas e interés general.
3. Grupo Editorial Mesa Redonda (pequeña empresa): libros de literatura y gastronomía.
4. Editorial La casa del libro: libros de historia, empresariales y gastronomía
5. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas – UPC (empresa mediana): libros académicos sobre literatura, liderazgo, marketing, psicología.
6. Pontificia Universidad Católica del Perú (universidad sin fines de lucro): libros académicos sobre derecho, historia, antropología y literatura.
7. Universidad San Martín de Porres: libros de investigación sobre gastronomía peruana
8. Fundación para la literatura peruana: asociación sin fines de lucro que promueve a autores peruanos a través de editoriales independientes. Su objetivo de participación fue captar fondos para programas de traducción de libros peruanos en varios idiomas. Está conformada por el fundador del grupo universitario Cibertec/UPC, y cuenta con importantes autores como Alonso Cueto entre su Consejo Consultor.
9. Cámara Peruana del Libro: el gremio representó los títulos de algunas editoriales asociadas, sobretodo de literatura.

Adicionalmente, participó la Editorial Polifonía, especializada en libros para niños, cuya autora fue invitada por la Feria al programa de jóvenes editores. Este programa subvencionó los gastos de pasaje y alojamiento de la editora, y le ofreció un pequeño stand para la exhibición de sus libros. Los libros ilustrados de Polifonía tuvieron gran éxito concretando importantes negocios de venta de derechos y asociaciones para participación en licitaciones públicas.

### 5.2 Actividades de Promoción

**Stand con exhibición de libros, de acuerdo a cada editorial**

**Se contrató a un consultor para agendar citas de negocio**

**Se realizó un coctel con gastronomía peruana y una presentación de bailes típicos peruanos**

### 5.3 Resultados

#### 5.3.1 Cuantitativos

- En cuanto a los resultados económicos de la participación peruana, se generaron negocios por el monto de US\$ 1'920 mil dólares correspondientes a la venta de derechos de autor, coediciones y venta de libros digitales. Los temas negociados fueron arqueología, naturaleza peruana, gastronomía y libros científicos culturales. Sin embargo, se encontró un gran potencial para los libros infantiles de temática peruana. En cuanto al perfil de los compradores internacionales, los acuerdos de coedición se cerraron principalmente con editoriales brasileras y colombianas, mientras que quienes compraron derechos y libros digitales fueron las universidades americanas. Los derechos de traducción que se vendieron fueron para editar los libros en inglés, alemán e italiano.
- 200 citas de negocio

#### 5.3.2 Cualitativos

Con respecto a los datos cualitativos, los resultados fueron los siguientes:

- El 100% de los expositores manifestó que gracias a la feria cumplieron sus objetivos planteados.
- El 100% de los exhibidores peruanos considera a la feria como una herramienta muy buena para conseguir nuevos contactos.
- El 100% de empresas exhibidoras peruanas piensa participar en la próxima edición del evento.

### 5.4 Comentarios de la Competencia

## Colombia (36m2)



## Argentina (126m2)



## Brasil (Invitado de Honor)



**5.5 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria**

Se realizó una presentación del libro “Arquitectura Andina” de la editorial Apus Graph

**VI. Directorio de Contactos**

Documentos adjuntos.

**VII. Conclusiones**

- Siendo la primera vez que Perú participa en la Feria del Libro de Frankfurt, se logró captar la atención de los profesionales quienes junto con los organizadores del evento, felicitaron a la delegación por la presencia del stand y calidad de los libros. En tal sentido, se cumplió con el objetivo de promocionar la oferta exportable de libros peruanos. Como consecuencia, el Perú recibió el ofrecimiento de participar en las Ferias del libro de Bolonia (Italia), Paris, Londres y Argentina, además del interés de compradores internacionales de distintas partes del mundo como USA, Italia, España, Argentina, Alemania, India, Brasil, Reino Unido y Colombia.
- En cuanto a los resultados económicos de la participación peruana, se generaron negocios por el monto de US\$ 1'920 mil dólares correspondientes a la venta de derechos de autor, coediciones y venta de libros digitales. Los temas negociados fueron arqueología, naturaleza peruana, gastronomía y libros científicos culturales. Sin embargo, se encontró un gran potencial para los libros infantiles de temática peruana. En cuanto al perfil de los compradores internacionales, los acuerdos de coedición se cerraron principalmente con editoriales brasileras y colombianas, mientras que quienes compraron derechos y libros digitales fueron las universidades americanas. Los derechos de traducción que se vendieron fueron para editar los libros en inglés, alemán e italiano.
- La feria de Frankfurt es la más importante del sector editorial a nivel mundial. Atrae la atención de profesionales y líderes de la industria editorial por lo que resulta importante estar presente. Las editoriales peruanas han realizado importantes contactos de editoriales y universidades que se han mostrado interesadas en los libros peruanos, en total se llevaron a cabo 200 citas de negocio, además de los contactos que las empresas realizaron durante las capacitaciones que se realizaron en la Feria.

 Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	<b>INFORME EJECUTIVO DE FERIAS</b>	CÓDIGO FO-INF-005
		VERSIÓN 02
		PÁG. 9 DE 11

- Se cumplió con el objetivo de establecer relaciones con instituciones ligadas a derechos de autor y fomento del libro digital que puedan brindar capacitación y asistencia técnica a las empresas editoriales peruanas. En tal sentido, se iniciarán las coordinaciones correspondientes para desarrollar el programa “Frankfurt Academy” en Perú.

#### VIII. Recomendaciones

- Participar en la próxima edición de la Feria del libro de Frankfurt manteniendo la ubicación del stand peruano estratégicamente ubicado en el Hall Internacional, frente a México y Argentina.
- Incrementar el espacio del stand de Perú de 32m2 a 40m2
- Recomendamos que el diseño del stand sea más abierto, como el del resto de países o el de las principales editoriales. De esta manera, los libros toman protagonismo y el público se siente más atraído a ingresar el stand.
- Incrementar a 12 el número de editoriales peruanas que participan en la Feria, las cuales deben estar representadas en Frankfurt por el editor principal o persona de decisión dentro de la empresa. Es altamente recomendable que la persona que participe hable inglés. De lo contrario, se recomienda contratar un intérprete o viajar acompañado de una persona que sí domine el idioma.
- Como estrategia de venta, las editoriales deben tener un catálogo de derechos o fichas técnicas independientes de sus libros. El documento debe estar en inglés: debe contener título, foto de la portada, autor, breve reseña del contenido, código ISBN, encuadernación, tamaño, precio y comentarios de medios especializados sobre el autor. Asimismo, se debe indicar si el libro está disponible en formato digital. Estas fichas son las que se entregan en caso de que algún comprador se muestre interesado.
- Los directorios de las empresas participantes elaborados por Promperú, deben ser en formato “minibook” para que sean transportados fácilmente por los profesionales.
- Debido al carácter profesional de la feria, no se recomienda llevar más de 02 ejemplares de un mismo título. Se deben llevar sólo las muestras de los libros que son novedades (publicados el mismo año) y cuyos derechos deseen venderse, el resto de libros puede ser ofrecido vía el catálogo.
- Se recomienda la contratación de un traductor junior alemán – español para asistir en el stand, debido a que muchos profesionales hablan solo alemán.
- Se recomienda que el comisionado llegue un día antes del inicio de la feria para supervisar la construcción del stand y tener capacidad de reacción frente a cualquier inconveniente con el contratista.
- Contratar un PR que asegure la promoción en medios y participación en las actividades organizadas por la delegación peruana. La Feria de Frankfurt es tan grande que si bien asisten más de 9,000 medios, se requiere que éstos conozcan la oferta editorial peruana y las actividades programadas en el stand. Asimismo, se recomienda hacer un trabajo de difusión en medios locales sobre los logros alcanzados en la Feria del Libro de Frankfurt.
- Algunos países como Argentina, aprovechan su stand para la presentación de libros con contenido político y social de la historia reciente argentina, otros como Brasil presentaron libros y demostraciones gastronómicas. En el caso de Perú, debería explotarse los contenidos propios de la cultura peruana, a través de un corte académico e intelectual y complementarse con temáticas de interés general como la gastronomía.
- Se recomienda fomentar la participación de editoriales con publicaciones infantiles, pues son altamente demandados.
- Debido a las restricciones de peso al momento de viajar por Europa, los profesionales suelen llevarse lo mínimo indispensable, básicamente catálogos de libros de su interés. Por lo tanto, se recomienda un merchandising mínimo y con utilidad para el sector editorial o cultural. (marcadores de páginas, usb, etc)
- Se recomienda complementar la participación peruana de editoriales con empresas de base tecnológica relacionadas al mundo editorial: start-ups, desarrolladores de apps (libros), imprentas que desarrollen actualmente e-books y ofrezcan servicios de impresión bajo demanda.

#### IX. Anexos

Fotos del Stand de Perú en Feria del Libro de Frankfurt 2013



