



**Oportunidades comerciales  
para el sector de Editoriales;  
Animación 3D; Videojuegos; Ingeniería,  
Consultoría y Arquitectura**

**Max Günther Cornejo**

**Consultor Negocios Internacionales  
CEO MG International Biz Consulting**

**Diciembre de 2012**

# Conclusiones y Recomendaciones Editoriales

Sector editorial en España y mundo en proceso de transformación. Nuevas tendencias en:

- ✓ producción,
- ✓ distribución
- ✓ comercialización
- Irrupción de e commerce
- Irrupción de: POD - impresión bajo demanda (alternativas en comercialización con menor riesgo)
- Nuevos formatos: libro electrónico (e book)
- Tendencia hacia convergencia via tablets
- Sector editorial en España: dependiente del factor lingüístico.
- Peru ty España: partners naturales para acometer 3ros mdos.
- Necesidad de potenciar visibilidad oferta Peru en Liber, Ficod (analizar antecedentes benchmarking: México, Argentina, Colombia y Chile)
- RRPP: mas visibilidad on line y off line de oferta exportable peruana via misiones, encuentros, viajes de prospeccion individual con apoyo de ofecomes Peru en España

# Conclusiones y Recomendaciones Editoriales

- Acercamiento cara a cara en términos de colaboración y partnership bajo paraguas de PROMPERU.
- Potenciar imagen calidad y respeto propiedad intelectual en sector en Peru
- Participación en ferias como Liber ,Frankfurt o FICOD.
- Intercambios a nivel gremial en formación y conocimientos
- Contratación de consultores especializados dispuestos.
- Marketing 2.0 – poner de relieve ventajas diferenciales (Blogs, Linkedin, FB, Twitter, You Tube)
- Posicionamiento SEO empresarial, tanto o mas importante que web
- Temas de diferenciación via especialización : Libros Académicos (Antropología, Sociología, Historia, Derecho) , Arte, Gastronomía, Literatura infantil,.

# Conclusiones y Recomendaciones Animación 3D

- Animación 3D, en España mercado emergente, con buena salud. (excepción sectorial)
- Enmarcado en lo que se conoce como industrias culturales en ICEX
- Origen: Vinculación a industria de publicidad y cine
- Alto grado de internacionalización desde su origen en el marco de programas de intercambio UE
- Explotación de IPS vía 360 grados
- Entorno favorable para colaboración con partners de Latam y Peru
- Áreas de potencial colaboración: Acuerdos recíprocos distribución y representación
- Potenciales co-producciones (similar a Francia, India, Argentina, Colombia)
- Potenciar expertise peruano: especializaciones como VFX. (efectos visuales) por tendencia a democratización de acceso a software (hoy mas asequible)
- Insuficiente conocimiento de la oferta peruana en Europa en ferias sector audiovisual en UE (Cannes).
- Benchmarking: Programación estatal educativa Argentina, Colombia, México.

# Conclusiones y Recomendaciones Animación

- Creación de directorios on line off line de oferta exportable peruana (rpta a preguntas básicas (quien, que como desde cuando y porque)
- Acercamiento en términos de coproducción o de acuerdos de licencia de marca para Ip (Marcas registradas) de éxito en ambas orillas.
- desarrollo y exhibición de prototipos de calidad
- En España: ICEX empuja a los mas adelantados para que funcionen como ejemplos a seguir con efecto arrastre.
- Asociaciones peruanas deben colaborar estrechamente con escuelas.
- Subcontratación : si, pero requisito previo, presentación en sociedad de oferta en forma personal
- Disponer de agentes en el mercado español/ UE introducidos en sector.
- Directivos de BRB, Filmax, Mariscal, así como los representantes de Diboos, DEV y ADESE, interesados en reunirse, intercambiar experiencias y conocimientos
- Posibles consultorías privadas, capacitación en el marco de foros como Peru Service Summit 2013 (19 al 21 de junio)
- Entrevistados (empresas, gremios y asociaciones,) sugieren + visibilidad de oferta en foros sectoriales y mas protección a propiedad intelectual en Latam.

# Conclusiones y Recomendaciones Videojuegos

- Sector videojuegos en UE y España en transición hacia nuevo escenario
- A medio plazo mayoría de ventas via distribución digital (menos consolas).
- Mas conectividad: (teléfonos inteligentes, tabletas, etc.).
- Irrupción de actores globales (Apple, Google, Amazon, Fbook, grandes jugueteras)
- Nuevos modelos de negocio (Free2Play) escalables.
- Negocios conexos: VJ ya no solo es ocio, sino educación, el entrenamiento profesional y publicidad
- Ocio no solo épico, sino también vuelta a juegos de mesa familiares de toda la vida
- Democratización de oportunidades en el mundo (soluciones on line y distribución digital es mas barato y accesible)
- Posibles alianzas para distribución recíproca, adaptación de personajes, idioma
- Por cercanía lingüística, no solo vender sino también comprar o subcontratar.
- Alianzas basadas en la reciprocidad de igual a igual.
- Peru: ventaja versus España: mas cercano culturalmente a mdos USA, China, Japón y andinos.
- Peru, incluso puerta a mercado latino de USA.

# Conclusiones y Recomendaciones Videojuegos

- Se requiere mas referencias de la oferta peruana de videojuegos
- Situar a la oferta exportable de Perú en el mapa mundial del videojuego,
- Participar en ferias lideres en USA, Asia y UE como ya lo hacen Chile, Argentina, Colombia o México)
- Organizar misiones comerciales directas o inversas, pero especializadas no multisectoriales.
- Marcas internacionalizables desde su origen (personajes universales o adaptables
- Identificar socios complementarios para acometer 3ros mercados en ambas orillas
- Venderse no solo como peruanos sino como andinos y como puente a Asia (TLC, y centro de región andina.
- Creación de joint ventures con empresas UE y España
- No solo oferta subcontratable, (procesos parciales) sino oferta de mas valor agregado y
- Apoyo comercial y legal a cambio de conocimiento complementario y financiación

# Conclusiones y Recomendaciones Videojuegos

- Joint Ventures o UTEs, para irse conociendo y generar confianza.
- Estudio de las políticas UE (programa Media) y de otros como Colombia o Brasil, para fomento a sector audiovisual nacional
- Intercambio de conocimiento, via prácticas profesionales y estancias en empresas
- Estudio y difusión de estas políticas para fomento del talento y para identificación de oportunidades de negocio win win.
- Vigilar el mercado global de forma continuada y sistemática, a través de la inteligencia de redes,
- Aparte de la contratación de estudios de mercado puntuales, se sugiere la contratación de un servicio de inteligencia de redes y vigilancia tecnológica en este sector en España.



# Conclusiones y Recomendaciones

## Ingeniería, Consultoría y Arquitectura




- Caída de mercado interno español de ingeniería, consultoría y arquitectura a partir de 2007
- Búsqueda de negocio en emergentes de N. África, O. Medio y Latam, Brasil y Eje Pacifico, inclusive Peru.
- Ahora 2da ola de Implantación de Mypes, especialistas de nicho en Peru siguiendo estela de multinacionales españolas que salieron en los 90s.
- Crisis asimétrica para empresas, dependiendo de su dimensión y experiencia.
- Las más pequeñas (1 a 10 trabajadores) son las más afectadas. Representan oportunidad de negocio si es que estén muy especializadas.
- Oportunidad para los profesionales, del Perú, sobre todo aquellos que hablen idiomas, para utilizar España como base para acometer mercados en la UE, OM Magreb y EEUU latino.

# Conclusiones y Recomendaciones

## Ingeniería, Consultoría y Arquitectura



- Mayor visibilidad en ferias, congresos sectoriales, y misiones comerciales inversas y directas tanto de profesionales, como de empresas y organismos peruanos en España y Europa.
- Las potenciales contrapartes españolas debieran ser vistas, no sólo como compradores de procesos parciales o totales, sino más bien como socios con los que abordar nuevos mercados en alianza, sobre todo en la región andina, aunque también en otros mercados emergentes más allá de América o Europa.
- La experiencia en sistemas de construcción y materiales alternativos (construcción antisísmica, en zonas desérticas, de playa, altiplánicas y tropicales), podría constituir una ventaja diferencial para que las empresas peruanas negocien con sus pares españoles.
- Consolidar la imagen de la arquitectura peruana siguiendo la experiencia española, que pone de relieve el valor artístico de los proyectos,
- Canal: Dada la colegiación obligatoria en España, arquitectos e ingenieros mantienen contactos frecuentes con sus colegios profesionales y por ello son un canal privilegiado para acceder a potenciales contrapartes.
- Exposiciones y presencia reiterada en museos, casas de América, medios y foros especializados, ayuda a vender proyectos fuera,
-  Crear una imagen de marca país innovador mas allá de estereotipos y folklore.

# Conclusiones y Recomendaciones

## Ingeniería, Consultoría y Arquitectura



- Identificar oportunidades colaboración win win aprovechando experiencia boom.
- La **ingeniería** española es reconocidas en UE por especialización en urbanismo, gestión del ciclo integral del agua, energías renovables; soluciones en transporte, ferrocarriles y metro.
- La **arquitectura** española es experta en bioclimatismo, arquitectura terciaria, climatización, calefacción y refrigeración de edificios, construcción anti ruidos, consultaría anti-incendios, construcción de poblados auto-sostenibles alrededor de campamentos agrícolas y mineros, facility services, mobiliario urbano, gestión inteligente de aparcamientos y sector hotelero/ turístico de sol y montaña.
- Experiencia en uso y fabricación de prefabricados de hormigón (concreto), para la rápida construcción de obras residenciales y dotacionales (centros deportivos, escuelas, hospitales, etc.) en países emergentes con importantes deficits en dotacional y residencial como Perú.
- A los profesionales peruanos (ingenieros y arquitectos) interesados en trabajar en España se les recomienda poner de relieve su formación vinculada a USA, conocimiento de idiomas, en particular inglés.
- Desde allí es posible acometer proyectos en UE, Magreb, Oriente Medio y mas.