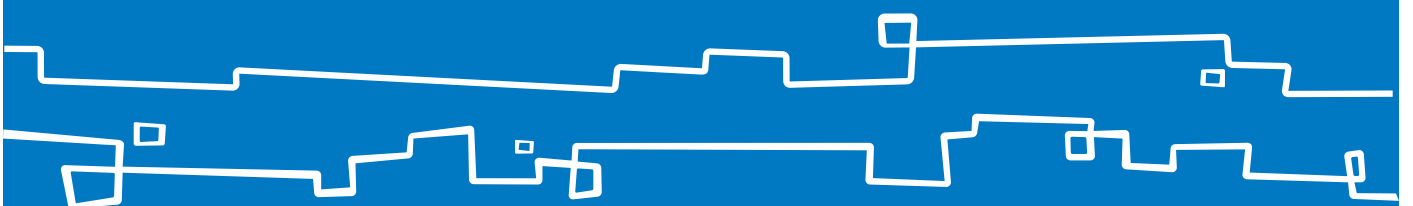


# Perú Service

Summit 2012





# Índice

**5**

Presentación

**13**

Posicionamiento de la nueva canasta exportadora:  
Servicios de software, Centros de contacto y franquicias

**21**

La evolución del Outsourcing y el potencial peruano

**27**

Servicios aún por explorar y exportar:  
Arquitectura, editoriales y videojuegos – Los talleres  
del Perú Service Summit 2012.

**37**

Solución para todo: Convención E-tic

**41**

Resultados del Perú Service Summit 2012





Perú Service Summit 2012

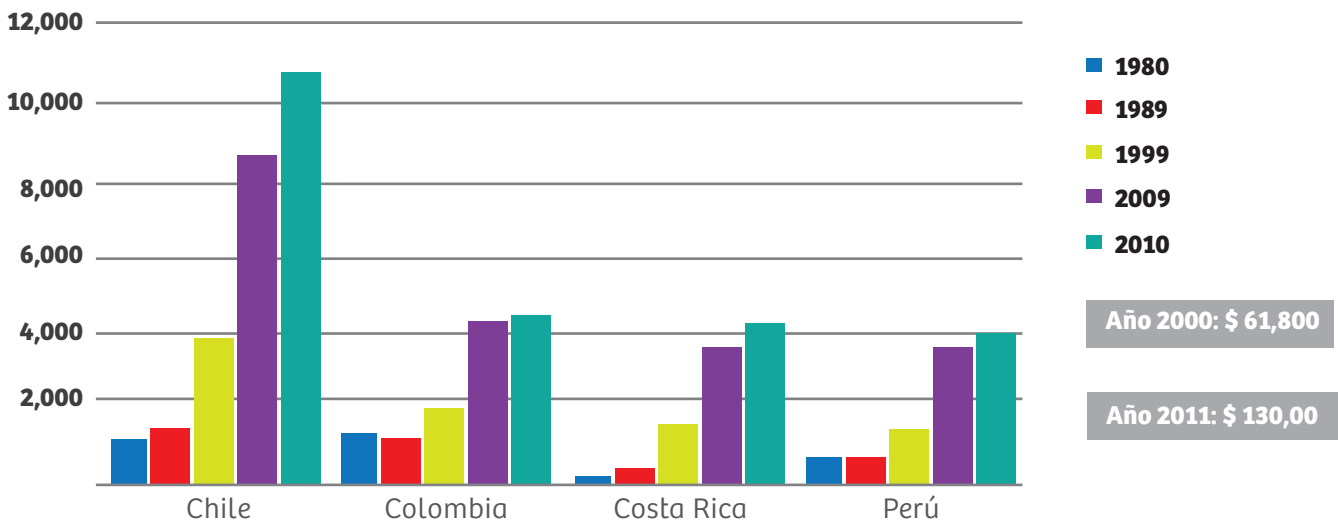
# Presentación



La globalización y el rápido desarrollo de las tecnologías de la información han contribuido al desarrollo del comercio. En la actualidad ya no solo se habla de la transacción de materias primas y bienes manufacturados, sino también del intercambio de servicios; sector que ahora tiene una participación importante en el comercio mundial, no en vano hacia el 2010 las transacciones de este sector representaron el 19% del comercio mundial, según datos de la Organización Mundial de Comercio (OMC), y un ejemplo de ello es que economías como la estadounidense e inglesa han migrado hacia este sector.

Ante esta realidad surge la pregunta ¿Por qué la economía del planeta está en pleno cambio de paradigma? La respuesta es simple: La innovación y el valor agregado se “materializa” a través de la proveeduría de diversos servicios. Un ejemplo muy claro de ello es la famosa muñeca Barbie, la cual es diseñada en los cuarteles de Mattel en California (Estados Unidos), su cuerpo es manufacturado en Taiwán a partir de moldes hechos también en Estados Unidos; mientras que el cabello es elaborado de nylon en Japón, los pigmentos para pintar su estructura en Estados Unidos; los vestidos confeccionados en China, el montaje en Indonesia y Malasia, el test de calidad se hace también en

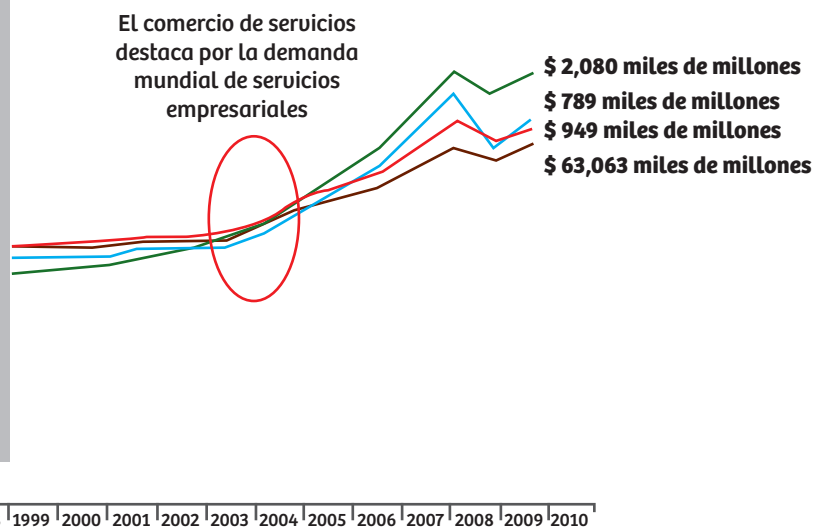
**AMÉRICA LATINA: REPRESENTA EL 3.1%**



Fuente: UNCTAD, OMC. Elaboración: PROMPERU, Departamento de Exportación de Servicios

## COMERCIO DE SERVICIOS Y PBI MUNDIAL

Otros Servicios Comerciales
- Comunicaciones
- Construcción
- Seguros
- Servicios financieros
- Informático y computación
- Regalías y Licencias
- Otros Servicios empresariales
- Servicios, personales, culturales y recreacionales
- Servicios gubernamentales n.i.e.



Fuente: UNCTAD. Elaboración: PROMPERU, Departamento de Exporatción de Servicios

Estados Unidos y el servicio de marketing en todo el mundo.

Con este ejemplo se evidencia que el sector servicios está muy vinculado con el quehacer económico mundial y él es la expresión misma de lo que los economistas llaman la tercera generación del comercio, el cual es reconocido por ser la esencia del valor agregado, debido al alto nivel de profesionalización y especialización que se requiere para formar parte de este sector.

## SERVICIOS EN EL PAÍS

Ahora, el Perú no está exento de esta tendencia y las cifras así lo demuestran. El año pasado, según el Banco Central de Reserva (BCR), este sector registró transacciones en el extranjero por US\$4.364 millones y al cierre del 2012 se proyecta que tendrá un crecimiento de 10%, cifras destacables si se tiene en cuenta que en el 2003 las exportaciones de servicios llegaban a US\$1.716 millones.

Los subsectores que explican este crecimiento son los tradicionales: turismo, transportes, comunicaciones, seguros y reaseguros. A estos se suman los servicios no tradicionales como el de software, centros de contacto, franquicias y de salud. Todo un abanico de opciones que ayudan a diversificar la canasta exportadora del país y a agregarle valor a la misma, porque los servicios no generan mano de obra, sino mente de obra.

Pero detrás de estas cifras de crecimiento de ventas al extranjero hay datos muy significativos que señalan que este sector ayuda al crecimiento del país. Para empezar más del 50% de la población económicamente activa (PEA), tiene un empleo en el sector servicios, según datos del INEI, el mismo que está compuesto, en su mayoría por empresas que cuentan con 1 a 10 trabajadores, lo que quiere decir que el sector está compuesto por emprendedores que, en principio se autoemplean y que luego se convierten en creadores de puestos de trabajo calificado, porque necesita de profesionales ligados a la administración de empresas, contabilidad, las diversas ramas de la ingeniería, arquitectura, economía empresarial y afines, entre otras profesiones ya no tan tradicionales.

De acuerdo con el INEI, un poco más del 40% de los estudiantes de posgrado del país se encuentran ligados a los negocios y la ingeniería, lo que significa que si trabajan en el sector, ayudarán a mejorar la oferta de servicios en el país.

Si bien es cierto que la profesionalización del sector es importante para el desarrollo del mismo, también se debe de contar con un marco legal apropiado para su

mejora. Es por eso que el Estado ha reglamentado la Ley de Exportación de Servicios, con lo cual las empresas que brindan servicios a personas no domiciliadas en el país podrán reclamar el crédito fiscal y con esto se puede incrementar la competitividad del sector. Entre los servicios que son reconocidos como exportables por este reglamento se encuentran la venta de paquetes turísticos, la reparación de bienes muebles, entre otros que son prioritarios para el país como el desarrollo de los contact center y el software.

Otro componente necesario para el crecimiento del sector es el acceso a programas de financiamiento para el desarrollo de nuevos emprendimientos. Es por eso que existen, por parte del Estado programas como el Financiamiento para la Innovación, la Ciencia y la Tecnología (FINCyT), el mismo que, mediante un concurso, financia proyectos de innovación tecnológica en empresas, proyectos de innovación y desarrollo tecnológico en universidades y centros de investigación, proyectos de fortalecimiento y articulación del sistema nacional de innovación, así como fortalecimiento de capacidades para la ciencia y la tecnología con becas y pasantías. También existen otros fondos como el ofrecido por Wayra, institución que también ofrece financiamiento concursable para proyectos de innovación tecnológica.

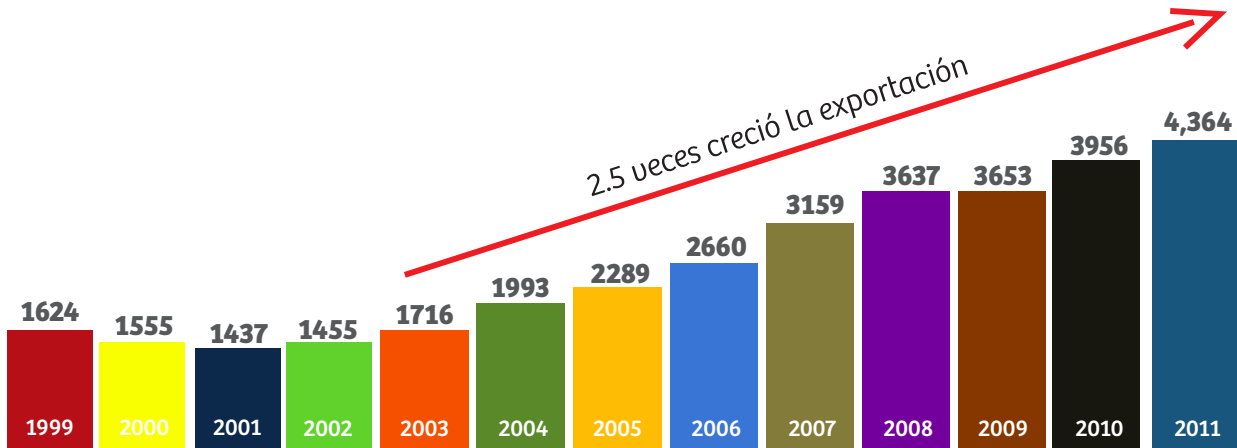
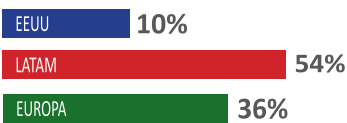
## PROMOCIÓN

Si bien el sector tiene todas las herramientas para superarse a sí mismo, es necesaria la labor promotora del Estado para que este pueda no solo crecer, sino desarrollarse. Así, la Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el turismo

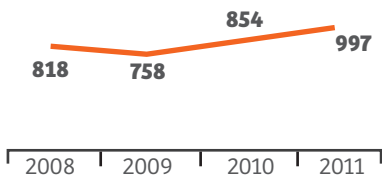


## EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES PERUANAS

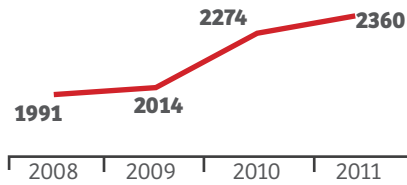
Crecimiento Anual 9%



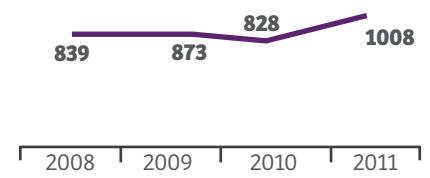
### Transporte



### Viajes



### Otros



Fuente: BCRP, PROMPERU | Elaboración: PROMPERU, Departamento de Exportación de Servicios



# Perú Service Summit 2012

Milton Von Hesse, Carlos Chiappor, Mario Mongilardi, Daniel Manrique, Jose Luis Silua Martinot, Ruben Caballero, Luis Salazar, Carlos Alberto Alvarez, Juan Varillas,



Jose Luis Silua Martinot



Rueda de negocios | Empresas de Software



Exportadores | Compradores

(PROMPERU) organizó entre los días 19 y 20 de julio del 2012, la segunda edición del Perú Service Summit, un cónclave anual que permitió reunir a 68 empresas proveedoras de servicios de software, centros de contacto franquicias gastronómicas, editoriales, arquitectura, animación y videojuegos, con 60 compradores procedentes de 16 países como Brasil, Chile, Argentina, España, Emiratos Árabes Unidos, Colombia, Estados Unidos, entre otros.

El objetivo del Perú Service Summit 2012 fue consolidarse como la plataforma comercial más importante para el sector servicios y superar cónclaves de promoción y negocios como el Guatemala Service Summit y el Costa Rica Service Summit. Además, este evento se constituye en la puerta de entrada a la internacionalización de la pequeña y mediana empresa de servicios con potencial exportador.

Pero no solo eso, esta cumbre de la industria de los servicios se configuró en una ocasión para que las

empresas del sector encuentren información del potencial que tienen el rubro en el que se desenvuelven y de cuáles son las tendencias del mercado internacional. Con ello el Perú Service Summit no solo fue una vitrina para mostrar la variada oferta peruana, sino como una herramienta para conocer más el mercado extranjero y sus demandas.

Esta segunda edición del Perú Service Summit fue organizada por PROMPERU con el apoyo de los ministerios de Comercio Exterior y Turismo y el de Relaciones Exteriores, Proinversión; además de la Sociedad de Comercio Exterior – Comex Perú, la Asociación de Exportadores – Adex, la Cámara de Comercio de Lima – CCL, la Asociación peruana de productores de software – APESOFT, la Asociación Peruana de Centros de Contacto – APECCO, la Cámara Peruana de Franquicias – CPF. A todas estas instituciones que participaron en la primera edición del Perú Service Summit se sumaron la Cámara Peruana del Libro, la Sociedad Nacional de Industrias – SNI.





# Posicionamiento de la nueva canasta exportadora



**E**l Perú Service Summit 2012 sirvió para mostrar a los 60 compradores de diversas partes del mundo que el Perú también puede ser un importante proveedor de servicios de software, centros de contacto, franquicias –sobre todo gastronómicas–, editoriales y de arquitectura. Precisamente los tres primeros rubros son los que el Perú ha comenzado a posicionar en el extranjero, en virtud a la unión de los sectores público, a través de PROMPERU, y privado, al considerarlos rubros estratégicos para el desarrollo de una nueva oferta exportable.

Por ejemplo el Perú ofrece, y eso fue lo que se mostró durante el Perú Service Summit 2012, software especializado para la banca y finanzas, retail, industria farmacéutica y naviera, turismo, industria minera y medio ambiente; además de los servicios de centros de contacto para atención al cliente, telemarketing y cobranzas, franquicias gastronómicas, videojuegos, animaciones, servicios de arquitectura y editoriales.

Este trabajo de posicionamiento comenzó en el 2004 con el lanzamiento del Programa de Exportación de Servicios de PROMPERU y desde ese momento estos tres rubros han registrado avances significativos en sus ventas al extranjero. Es así que la industria de software, tiene 18 años de experiencia y en los últimos siete ha reportado un crecimiento promedio anual de 15%. Según estadísticas hasta el 2010 el sector facturó exportaciones por un valor de US\$21 millones. Además, cuenta con un poco más de 300 empresas formales, las cuales generan aproximadamente 6 mil puestos de trabajo directo altamente tecnificado y alrededor de 9 mil puestos de trabajo indirecto, entre los que se cuentan

posiciones como las de personal de instalación de software, cableado, entre otros. Gran parte de estas empresas cuentan con certificaciones de calidad como el ISO 9001 y CMMI.

Actualmente las soluciones peruanas están presentes en 17 mercados de Latinoamérica, Estados Unidos (clientes hispanos) y Europa. El mayor destino de exportación es Estados Unidos, debido a la contratación de servicios de outsourcing y desarrollos a medida. Le sigue en importancia los países de la Comunidad Andina (CAN), donde llegan con soluciones más especializadas.

La labor de promoción del sector software se realiza a través del programa 'Crea Software Perú', la marca sectorial que ha hecho posible que empresas peruanas conformen 'joint ventures' y otro tipo de asociaciones con firmas internacionales. Se debe mencionar que estas alianzas se desarrollan, principalmente, con compañías brasileñas, las cuales ven al Perú como un mercado con mucho potencial por desarrollar al brindar, por ejemplo, servicios de facturación electrónica que harán más fácil la administración de una empresa, cualquiera sea el rubro en el que se desempeñe.

Pero más allá de la asociación para crecer en el mercado peruano, estas alianzas también sirven para internacionalizar a las compañías del sector y hacer posible la transferencia de tecnología, lo que permitirá ingresar con más fuerza a campos como por ejemplo el de las soluciones móviles para empresas a partir del 'cloud computing', pero para que ello suceda es necesario brindar todas las medidas de seguridad disponibles, las cuales pueden ser desarrolladas a partir de las asociaciones con empresas internacionales.





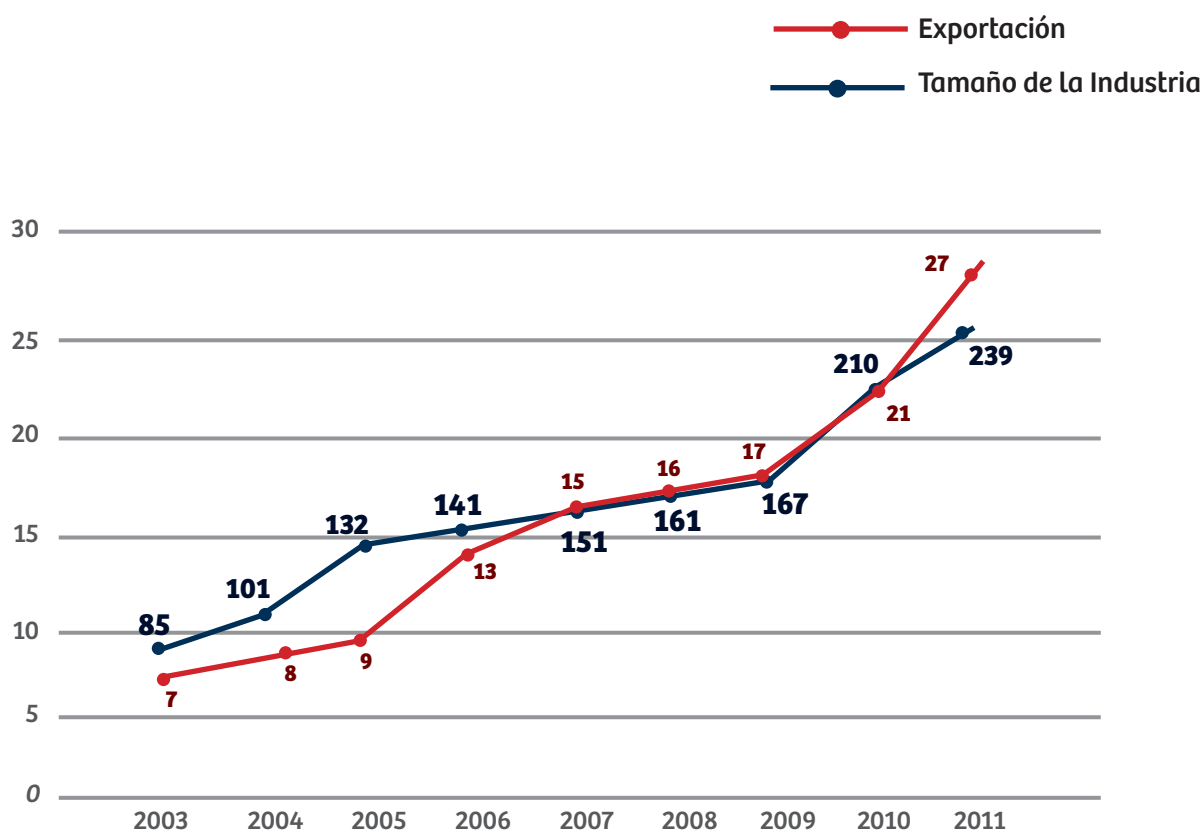
Jorge Barriga | AT Kearney

# Perú Service Summit 2012

Exportando servicios al mundo



## SECTOR SOFTWARE (Millones US\$)



Fuente: Portafolios Sectoriales de Servicios de PROMPERU. Elaboración: PROMPERU, Departamento de Exportación de Servicios

La historia de los centros de contacto está marcada por dos hitos muy importantes: en el 2006 se exoneró del pago del IGV a las exportaciones del servicio de call center. Dos años después se creó la Asociación Peruana de Centros de Contacto – APECCO. Ambos hechos sumados a la tarea de PROMPERU y PROINVERSIÓN han impulsado las exportaciones de este rubro y han permitido pasar de los US\$ 345 mil en el 2005 por colocaciones en el extranjero,

a US\$150 millones en el 2011 y se calcula que al cierre del año llegarán a US\$166,5 millones, lo que significará un incremento de 11%.

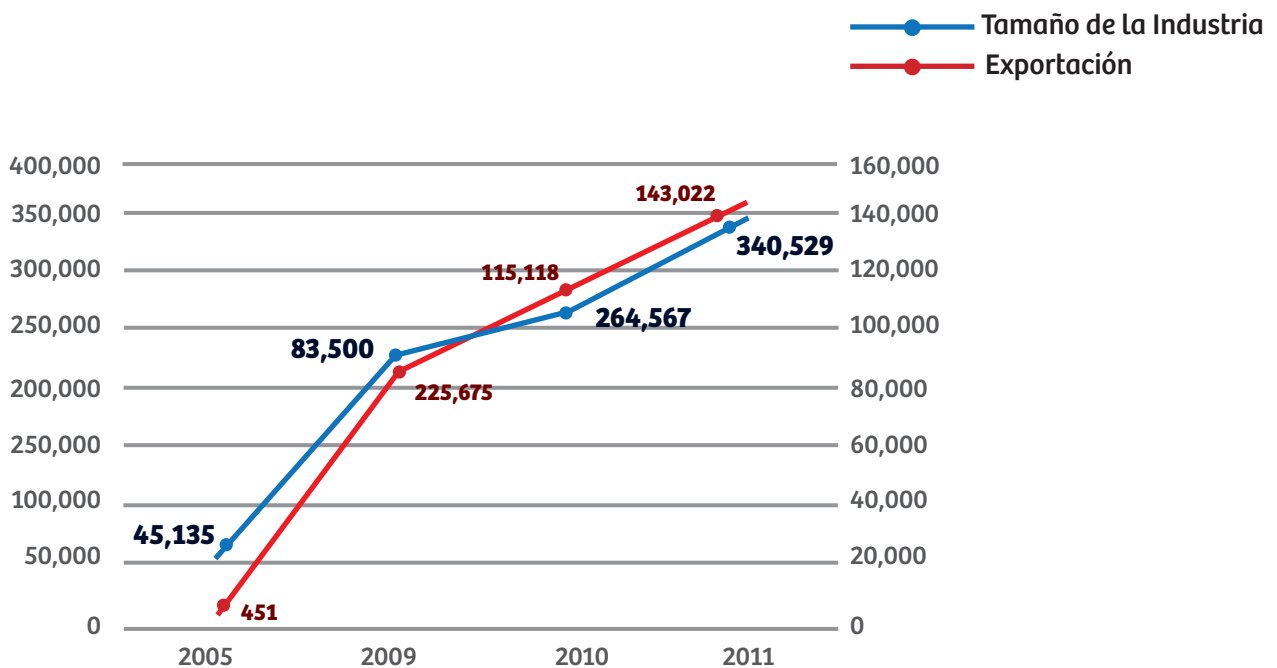
El principal mercado de los centros de contacto o call center ha sido España que hasta el 2011 representaba el 54% de las colocaciones del sector, pero la crisis por la que atraviesa el país ibérico, las ventas hacia



este mercado se han contraído en un poco más de 8%. Ante este escenario las empresas dedicadas a esta actividad han reorientado sus ventas hacia

Chile, Ecuador y Colombia, que en conjunto ahora representan el 53% de las ventas y se explora nuevos mercados como el mexicano.

## SECTOR CENTROS DE CONTACTO (Millones US\$)

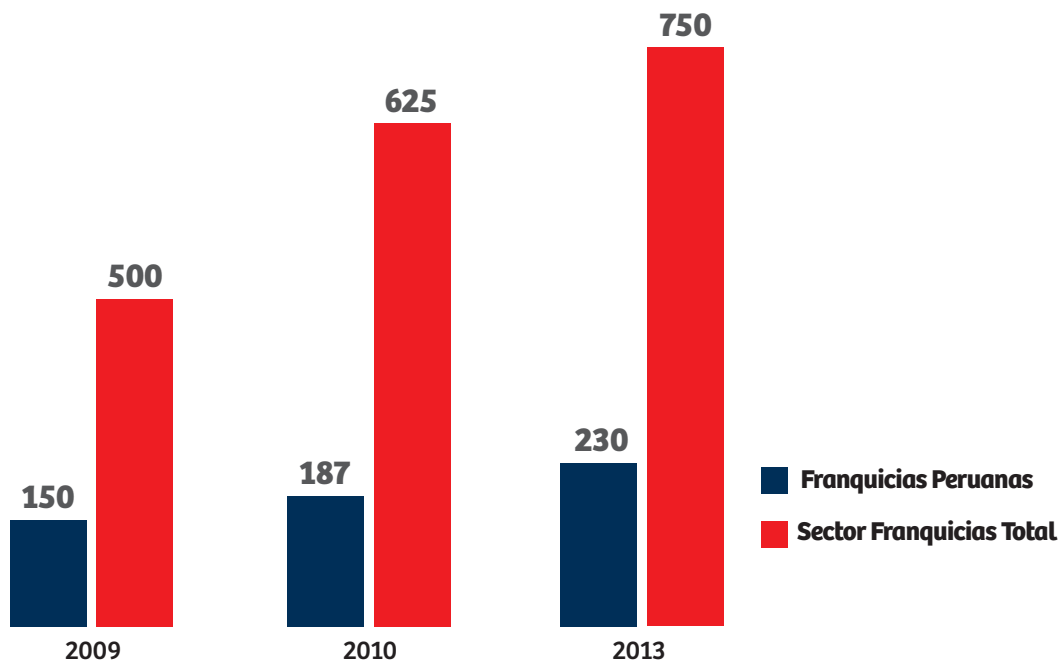


Fuente: Portafolios Sectoriales de Servicios de PROMPERU. Elaboración: PROMPERU, Departamento de Exportación de Servicios

Otro factor que ha permitido el crecimiento del sector es que en el país se aprobó la Ley de Protección de datos Personales, con lo cual se establece la seguridad para el manejo de datos, que es muy importante para los centros de contacto. Así se han podido desarrollar en el país empresas de capital nacional como Fortel, HdeC, Conecta, entre otros, que en conjunto representan el 59% de las empresas del sector, además de

la llegada de compañías de origen extranjero como Atento, GSS, Telemark de España y Tellus (Brasil), entre otros.

Con todo este marco favorable, los centros de contacto pueden emplear a 35,000 jóvenes de entre 18 y 26 años y con los beneficios que le concede la Ley de Exportación de servicios se podrá generar muchos más empleos.

**SECTOR FRANQUICIAS (Millones US\$)**

Fuente: Portafolios Sectoriales de Servicios de PROMPERU.  
Elaboración: PROMPERU, Departamento de Exportación de Servicios

Las franquicias peruanas se han expandido rápidamente hacia el extranjero, principalmente las del sector gastronomía y se han dirigido hacia países de Latinoamérica, Estados Unidos y Europa. Este sector actualmente vive una segunda ola de franquicias, que la lideran empresas de capital peruano, contrario a la primera ola que se dio en 1970 y eran lideradas por

empresas estadounidenses. Hoy las franquicias peruanas han iniciado su internacionalización y los precursores de ello fueron Mediterráneo Chicken, Tip Top, Bohemia, Pardos Chicken, Astrid & Gastón y Rosatel.

Esta expansión de franquicias gastronómicas también ha generado la participación de diversos

sectores productivos, por ejemplo en España la Asociación de Restauranteros se ha juntado para usar productos peruanos.

El sector franquicias es una industria con 17 años de existencia y que tiene 417 unidades, de las cuales el 20% de ellas se encuentran en el extranjero y el 15% en el interior del país. También han desarrollado 16 conceptos que llegan a igual número de mercados. La facturación total de las franquicias hacia el 2010 fue de US\$625 millones, de los cuales US\$ 187 millones fueron colocaciones de franquicias de capital peruano.

Ahora, la gastronomía no es el único sector que se puede franquiciar y eso lo demuestran algunas marcas de joyerías y otros sectores que han iniciado su proceso de expansión a través de esta fórmula, que

es rentable en sí misma debido a que el 88% demanda una inversión menor a los US\$500 mil.

El potencial de desarrollo que tiene este sector se centra en los buenos índices económicos del país, el nivel de desarrollo que han tenido las franquicias en países como Estados Unidos, España, China, Francia y Brasil; el buen clima de negocios en el Perú, así como la red de acuerdos comerciales que ha firmado el país, lo cual nos convierte en una atractiva plataforma comercial.

Estas características han permitido, por ejemplo, que en el Perú Service Summit 2012 varias empresas nacionales hayan tenido significativos avances para instalarse en países como Chile, Colombia, entre otros.



## II FORO INTERNACIONAL DE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS PERÚ SERVICE SUMMIT 2012

Fecha: viernes 20 de julio

Lugar: Hotel Los Delfines - calle Los Eucaliptos N° 555, San Isidro.

- Registro de participantes

- Palabras de Bienvenida. *Luis Torres Paç, Director de Promoción de Exportaciones- PROMPERU.*

- Comportamiento de las exportaciones peruanas de servicios y los instrumentos de promoción. *David Ederý Muñoz, Coordinador del Departamento de Exportación de Servicios de PROMPERU.*

- Situación internacional y bechmarking sobre buenas prácticas de políticas para la internacionalización de los servicios. *Jorge Barriga, Consultor senior de AT Kearney - Colombia.*

- Iniciativas para el emprendimiento en el sector de servicios,

*Gonzalo Villarán | WAYRA*

*Claudia Bustamante | PERU CAPITAL NETWORK*

*Marco Álvarez | FINCYT*

*Javier Kuong | ZOFRA TACNA*

*Manuel Pérez | DOMINIOTECH*

*Rolando Liendo | LOLIMSA*

- Institucionalidad: Servicios que ofrecen en beneficio de los exportadores del sector

*CPL | Cámara Peruana del Libro*

*ADEX | Asociación de Exportadores*

*COMEX | Sociedad de Comercio Exterior del Perú*

*CCL | Cámara de Comercio de Lima*

*APECCO | Asociacion de Centros de Contacto*



- **Presentación del estudio sobre la situación Tributaria y los acuerdos Internacionales para La Exportación de Servicios Peruanos.** *Dante Sanguinetti, socio del Estudio Ferrero*

**Miembros de panel:**

**Giovanni Cerrón López - SUNAT**

**Jose Luis Castillo - MINCETUR**

**Fátima Toche - CAN**

**Gillermo Pacheco - NOVATRONIC**

**Ricardo Gandolfo - CESEL Ingenieros**





# La evolución del Outsourcing y el potencial peruano



**E**l avance de la internacionalización de la economía mundial ha dado pie a la tercerización de procesos y producción de bienes. Este incremento de contratación de servicios a terceros, conocido como outsourcing, ha empujado a la generación de valor agregado, el cual ha permitido que este tipo de servicios evolucionen y se especialicen cada vez más en campos ligados a la tecnología de la información, contabilidad, finanzas, logística, gestión de la información y el conocimiento. Así la tercerización de servicios se puede clasificar como ITO, BPO y KPO.

El outsourcing tecnológico (ITO, por sus siglas en inglés) consiste en tercerizar las tareas relacionadas con aplicaciones empresariales y sistemas de redes de una empresa. El Business Process Outsourcing (BPO) es la externalización de procesos de negocios que no son parte del 'core business' –como por ejemplo las llamadas telefónicas, administración de recursos humanos, contabilidad y finanzas, entre otras– de una empresa. Esto ha sido posible gracias al avance de la tecnología de la información y las comunicaciones, porque permiten realizar este trabajo en cualquier parte del mundo a un menor costo.

Ahora último se ha comenzado a desarrollar el outsourcing de procesos de conocimiento o Knowledge Process Outsourcing (KPO). Este tipo de tercerización entrega servicios a nivel estratégico y no operacional. El KPO abarca áreas relacionadas con la propiedad intelectual; análisis e investigación de negocios, de mercado, de temas legales, inversiones, servicios de ingeniería y diseño, entre otros.

Jorge Barriga, consultor de la empresa de origen estadounidense ATKearney, explicó durante el

Perú Service Summit 2012 que los tres subsectores anteriormente mencionados han tenido un crecimiento conjunto sostenido entre el 2007 y 2010 de 3% y se espera que hasta el 2013 crezcan en conjunto 5%. Eso quiere decir que si al 2010 facturaron en el mundo US\$465 billones (miles de millones), hacia fines del próximo año reportará ventas por US\$542 billones.

También precisó que los pronósticos indican que el sector en su conjunto (ITO, BPO y KPO), duplicará sus tasas de crecimiento anual del 6%, apalancado principalmente en la fuerte dinámica del subsector KPO, el cual reportaría por sí solo un crecimiento mayor al 20% anual y esto se deberá a que cada vez más empresas demandan servicios financieros, administración de bases de datos y servicios de salud. De acuerdo con el especialista el KPO es incipiente en la región y si bien menciona que Chile está a la vanguardia suministrando principalmente servicios de ingeniería, empresas peruanas como CESEL, GMI y CPS ya brindan estos servicios en el mercado exterior.

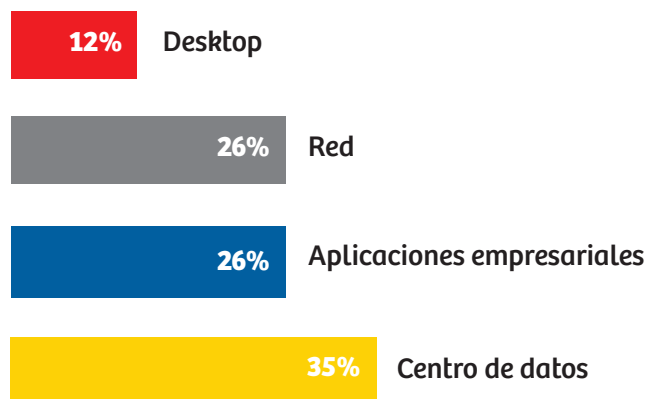
En la actualidad el subsector ITO representa el 62% del mercado y es impulsado por la venta de servicios relacionados con las aplicaciones y redes empresariales que mencionábamos líneas arriba. Es más, la región tiene madurez intermedia en este subsector y su oferta incluye servicios de mayor complejidad como por ejemplo el mantenimiento, soporte, reparación a centro de datos y soluciones de almacenamiento.

Ahora, con lo anteriormente mencionado no se quiere afirmar que el BPO no va a crecer en el mundo. Muy por el contrario, de acuerdo con Jorge Barriga, la región latinoamericana es el menos desarrollado en la proveeduría de este tipo de servicios, lo que quiere decir que tiene un amplio espectro de crecimiento,

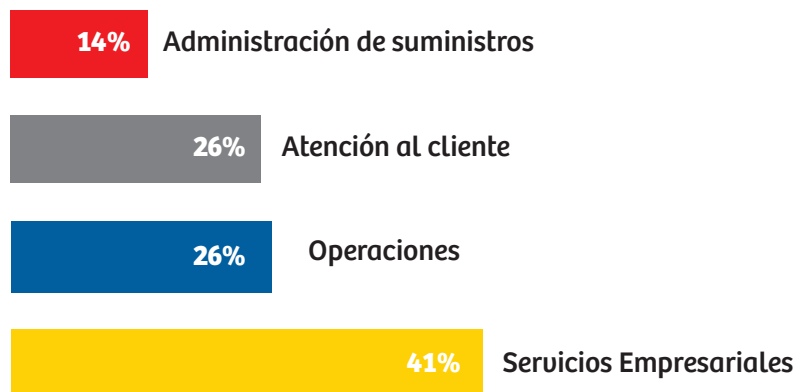


## APROVECHAR LAS OPORTUNIDADES DEL MERCADO

### ITO, 2013: US\$ 347 MM 4% crecimiento



### BPO, 2013: US\$ 195 MM 4% crecimiento





Rueda de negocios | Empresas de Software

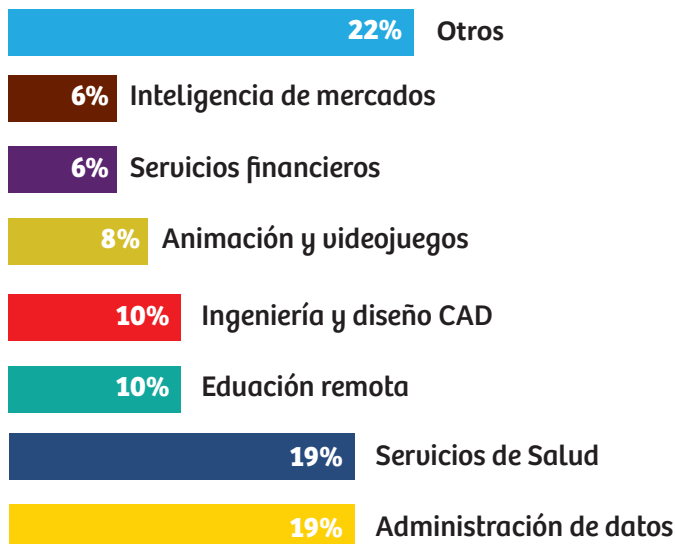


Seminario eTICS



Foro internacional de Exportación de Servicios

## KPO, 2013: US\$ 17MM 20% crecimiento



Fuente: AT Kearney, 2012 | Elaboración: PROMPERU, Departamento de Exportación de Servicios

así en los próximos años Latinoamérica y Asia Pacífico serán los motores de crecimiento de este subsector. Según dice, en comparación al mercado global, Latinoamérica creció a una tasa tres veces mayor en el período 2007 – 2010 y crecerá a un ritmo 2,4 veces mayor durante los siguientes tres años.

Jorge Barriga también afirmó que en estos sectores los países que más están desarrollados son Brasil, México, Argentina, Costa Rica, Chile, Colombia, Guatemala y El Salvador. Sin embargo, reconocen que en los demás países de la región, entre ellos el Perú, están haciendo esfuerzos por promover el desarrollo de estos sectores y mencionó como ejemplo el posicionamiento de estos servicios en la creciente población hispana en Estados Unidos. Además, mencionó que la región ha mejorado su fluidez en inglés para servir a mayores segmentos de este mercado, incluso se dice que la región podría

complementar perfectamente a la India al brindar este tipo de servicios. Con todos estos puntos a favor no es raro que jugadores del segmento call center incursionen en el segmento BPO.

Pero si bien es cierto el sector presenta muchas oportunidades, para moverlo internacionalmente es necesario garantizar recurso humano suficiente, capacitado y bilingüe que permita el desarrollo a largo plazo. Asimismo, se debe tener la claridad sobre la estrategia de posicionamiento a seguir. En este último aspecto, PROMPERU ha logrado un especial desarrollo y ha promovido la implementación de regulación para crear un marco ideal. Sin embargo, el Perú tiene el gran reto en materia de documentación de los costos de operación del sector, la formación del recurso humano y la capacidad de innovación a través de la I+D.



# Servicios por explorar y exportar: Editoriales, arquitectura y videojuegos

Los talleres del Perú Service Summit 2012



**E**l Perú Service Summit 2012 sirvió para reconocer que el Perú cuenta con servicios que tienen un gran potencial de crecimiento y desarrollo en el mercado mundial, tales como el de arquitectura, editoriales y videojuegos. Es por eso que PROMPERU ha priorizado estos rubros en su política de promoción para el período 2012 – 2014.

En ese sentido, en el Perú Service Summit 2012 se realizaron tres seminarios-talleres: el de arquitectura, editorial y videojuegos. El primero contó con la participación del señor Rodo Tisnado, de la empresa de origen francés Architecture Studio, quien estuvo acompañado por Bernardo Fort Brescia. El segundo taller estuvo a cargo del señor Raúl Manco, representante de la empresa estadounidense E-libro; lo acompañaron Irma Dorantes, de la librería Porrúa de Mexico; María Mariotti-Luy, propietaria de la librería El Cóndor ubicada en Suiza. En este mismo taller Friberg Quispe, de Serpost, explicó cómo se usa el régimen Exporta Fácil y el señor Juan Carlos Ganoza, de Prom-Perú, desarrolló el tema “Exportación definitiva de libros. Beneficios tributarios”.

El taller de videojuegos fue organizado en conjunto por PROMPERU y la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). En el participaron especialistas de la universidad como Rosario Villalta, de la escuela de ingeniería de sistemas, y María Hilda Bermejo, coordinadora de la carrera de ciencias de la computación. También participaron empresarios como Oscar Choquecota, game manager de Bamtang Games; Adolfo Pizarro, gerente general de Kybalion; Pedro Sánchez, gerente general de Artigames; Omar del Carpio, de MGP Nuevas Artes, entre otros.

## EL CAMBIO DE SOPORTE PARA EL LIBRO

Pero para poder tener éxito en el mercado extranjero estos sectores tienen que adoptar las tendencias mundiales en el desarrollo de este tipo de servicios. Así, por ejemplo los servicios editoriales deben de pensar en no solo trabajar sobre el papel, sino también utilizar los soportes que la tecnología ofrece y esta nueva forma de mirar el mercado debe de ser adoptado lo más pronto posible, tal como lo recomienda Raúl Manco, gerente general de la plataforma E-libro Perú, quien explicó durante el taller de editoriales del Perú Service Summit 2012 que en el mundo cada vez se incrementa más la adquisición de los libros electrónicos.

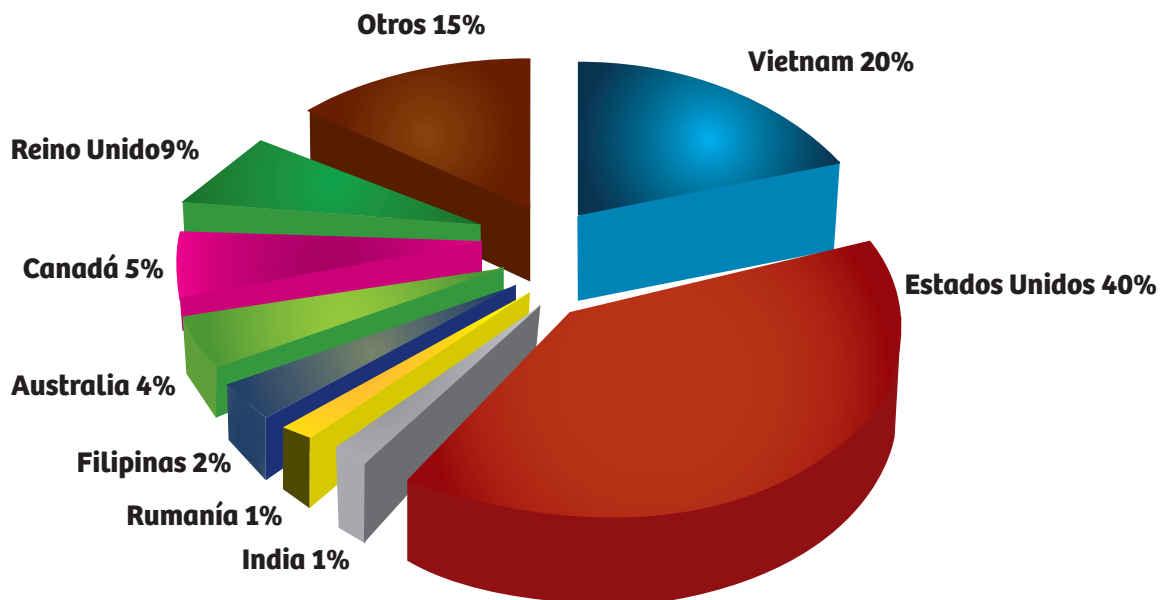
Según afirma, España es uno de los países en donde más se nota el avance de esta nueva forma de proveer servicios editoriales a partir de soportes tecnológicos y esto lo demuestra con el siguiente dato: hacia la primera semana de julio del 2011 el sector editorial facturó 7% menos que el año anterior, lo que significó que la venta de libros impresos regresó a niveles registrados siete años atrás. Mientras que las ventas de libros electrónicos, o e-book, aumentaron en el 2010 37,5% gracias a la digitalización de obras de nivel universitario, sobre todo en las especialidades de derecho y economía cuyas ventas han crecido en 68,9%. Manco cuenta, además, que la tendencia se repite en el resto de países europeos a excepción del Reino Unido donde las ventas de libros electrónicos solo representan un 6%.

El consumo de libros electrónicos no es una moda, sino una tendencia muy marcada en la industria editorial del mundo y evidencia que la guerra del libro

ha comenzado, poniendo en juego una industria y una cultura, principalmente europea, que mueve de acuerdo con Raúl Manco, 23,2 miles de millones de euros anuales

y produce cada año cerca de medio millón de nuevos títulos, dando empleo directo a 140 mil personas e indirecto a varios de cientos de miles más.

## CONSUMO DEL EBOOK EN EL MERCADO MUNDIAL



Fuente: PROMPERU

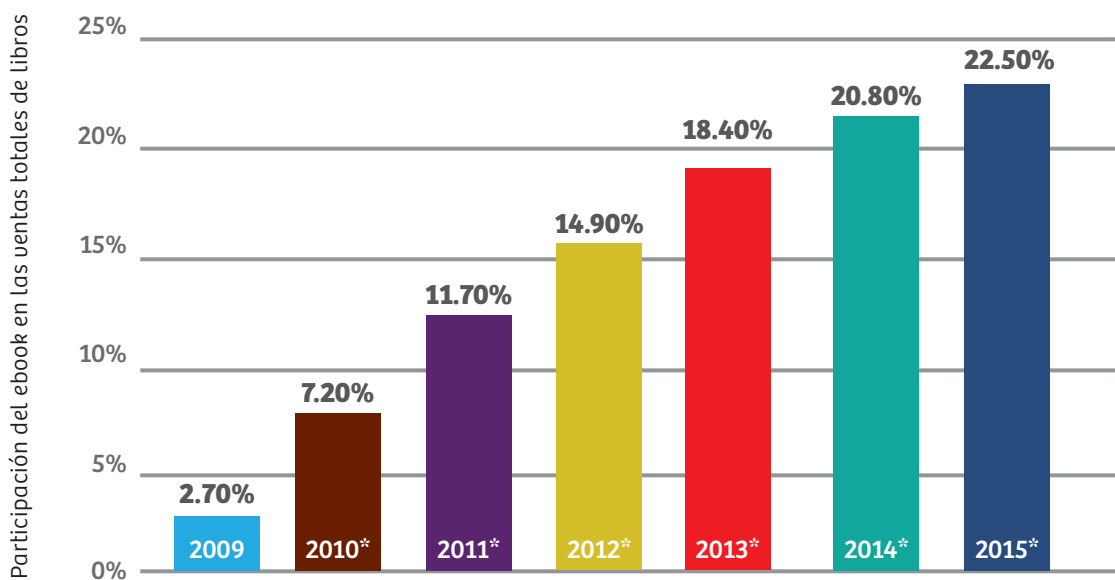
En este cambio de tendencia existe un protagonista que es determinante en la industria del libro digital: Google, el cual lleva años escaneando millones de libros de los que se desconoce quien posee los derechos. Así, en la primera década del siglo XXI, más de mil millones de personas se conectan a internet y realizan más de 6 mil millones de consultas diarias a través de Google, empresa que quiere convertirse en la mayor biblioteca y librería comercial del mundo.

Pero Google no marca esta tendencia, sino que le quiere hacer frente a los libreros digitales ya consolidados como Amazon, La Casa del Libro, Barnes & Noble, entre otros. Siendo Amazon el líder del mercado y tiene como principal mercado a Estados Unidos (63%), China (3,6%), India (3,2%), Alemania (2%), México (0,8%) y España (0,6%). Esto demuestra que el mercado del ebook en Estados Unidos está madurando a pasos agigantados.

De acuerdo con Raúl Manco, el comprador de libros digitales tiene un nicho de mercado en los adultos por su mayor capacidad de compra, poco tiempo para desplazarse y la comodidad de lectura que supone la posibilidad de ampliar el tipo de letra. Este tipo de consumo de libros también se ve beneficiado por el desarrollo de las soluciones java en los teléfonos móviles. A todas luces esta es una tendencia que el sector editorial peruano debe analizar e incursionar

con fuerza, sin dejar de lado la venta del libro en papel, el cual se ha convertido en uno de los factores de crecimiento de este subsector, debido a que la exportación de libros se ha simplificado y desde el 2011 se puede realizar bajo la modalidad de exportación fácil, operado por el servicio de correos Serpost. Así, durante el 2011 se realizaron a través de esta modalidad 2.508 despachos de libros y similares al exterior y hacia mediados del 2012, cuando se realizó el Perú Service Summit, se realizaron 1.138 despachos al extranjero.

### CONSUMO DE EBOOK Y PROYECCIÓN EN USA



Fuente: PWC







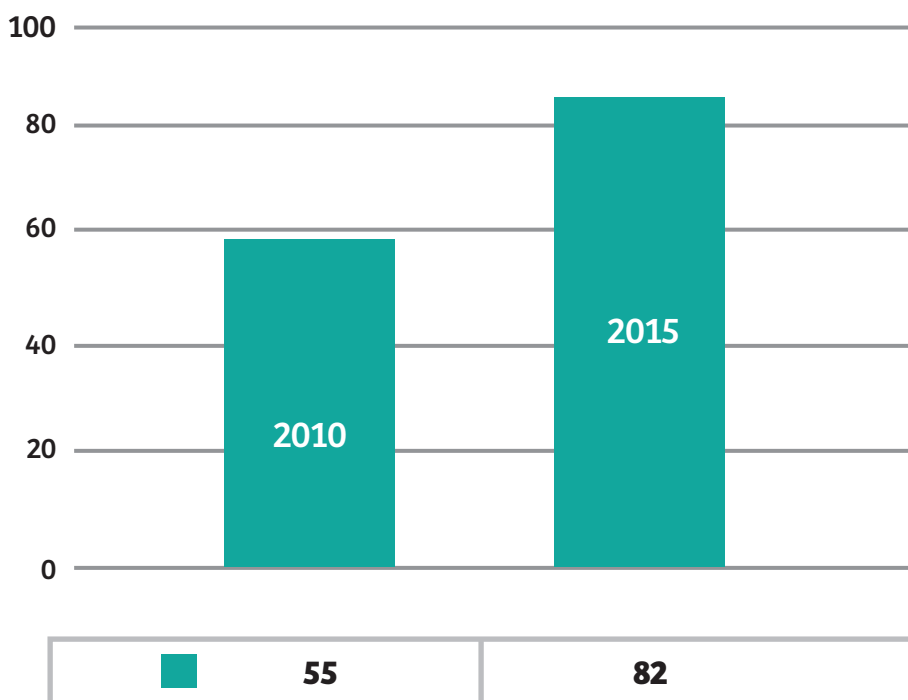
## DISEÑO ARQUITECTÓNICO

El sector arquitectura es otro de los rubros en los que el Perú también puede ser un importante jugador en el mundo. Sobre todo en destinos como el Latinoamericano y en lugares tan distantes y exóticos como el continente asiático. Sobre estos temas conversaron Rodo Tisnado, socio de AS Architecture – Studio con base en Francia, y Bernardo Fort-Brescia, CEO de Arquitectónica cuya sede se encuentra en el Estado de la Florida en Estados Unidos. Según Tisnado, para que un estudio de arquitectura pueda internacionalizarse es importante conocer las características culturales del mercado

al que se desea ingresar, pero además se deben de establecer alianzas estratégicas con empresas ya posicionadas en el mercado de destino.

En tanto, Bernardo Fort afirma que antes de dar el salto hacia la internacionalización, la empresa del rubro servicios de arquitectura debe tener un portafolio ya establecido en su mercado de origen, de tal modo que pueda ofrecer credibilidad en el mercado externo. Fort sugiere que el crecimiento hacia afuera se realice bajo la modalidad “crecimiento semilla”, es decir primero se tienen que tener una obra inicial la cual se obtenga en un concurso por invitación. Por eso destaca la importancia de tener un portafolio significativo de trabajos en el mercado de origen.

## FACTURACIÓN DE LA INDUSTRIA DE LOS JUEGOS DIGITALES A NIVEL MUNDIAL



Fuente: JRC - IPTS Report Born digital / Grown Digital (2010)

## VAMOS A JUGAR, PERO EN VIDEO

El sector videojuegos también es otro de los que tienen potencial tanto en el mercado externo, debido a las expectativas de crecimiento de la industria en el mundo. Así, de acuerdo con el estudio el JRC – IPTS Report Born Digital / Grow Digital del 2010, la industria mundial de videojuegos facturó en el 2010 US\$55 billones y se proyecta que para el 2015 llegará a los US\$82 billones.

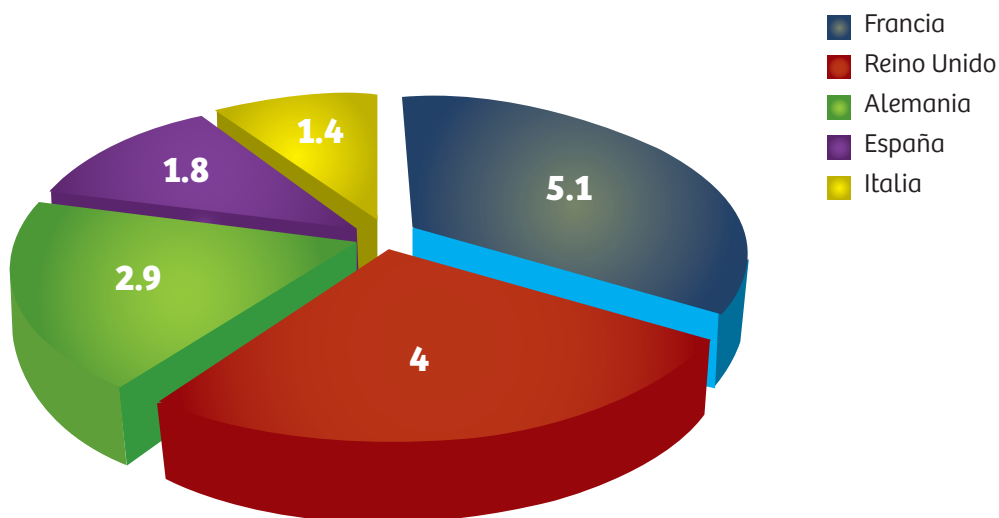
María Hilda Bermejo, Coordinadora de la carrera de Ciencias de la Computación, dijo en el taller de videojuegos del Perú Service Summit que en Estados Unidos existe un gran potencial debido a que las

familias en ese país tienen en promedio una consola, PC o Smartphone dedicado para el juego. De ellos, afirma, el 49% tiene al menos dos consolas.

Ahora, las personas que piensan que los principales consumidores de este tipo de productos digitales son los niños se equivocan, pues la edad promedio del comprador de videojuegos en Estados Unidos es de 35 años y el 52% de ellos son varones. Según los datos estadísticos proporcionados por María Hilda Bermejo, el 42% de los jugadores cree que los juegos le dan mayor valor por su dinero al ser comparados con los DVD, la música o ir al cine y lo que más valora es la calidad de los gráficos, la trama o argumento del juego y la secuela del juego favorito.

## MERCADO EUROPEO

Facturación en video juegos en 2009 (billones de US\$)



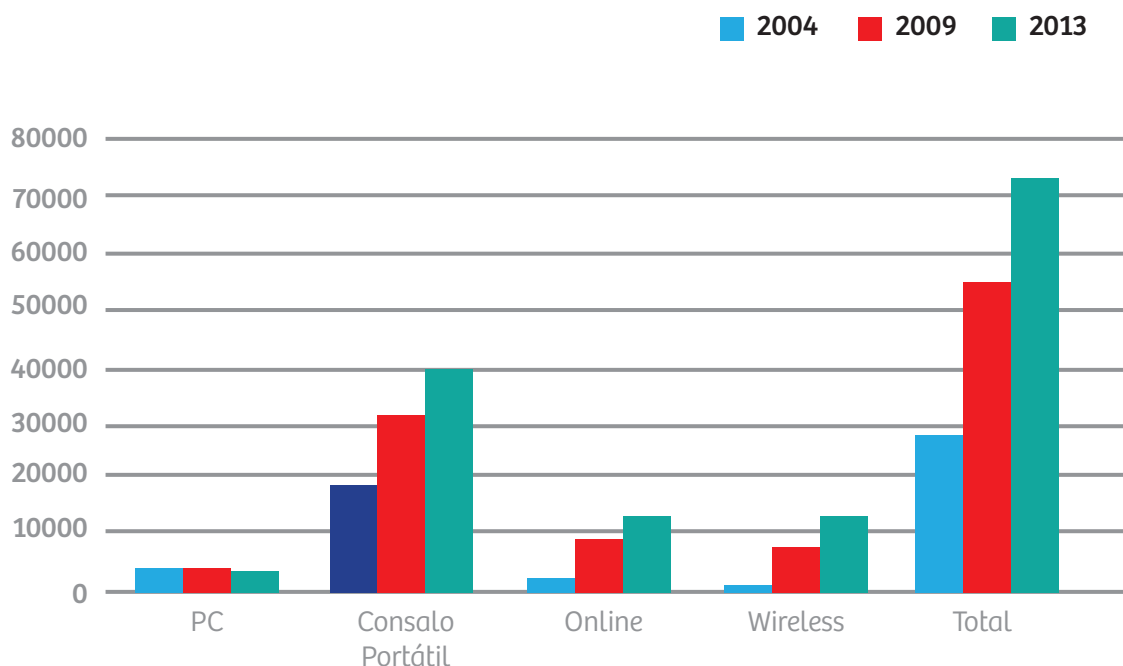
Fuente: IPTS, Sevilla, España, 23-24 de Enero 2012

El consumidor estadounidense de videojuegos prefiere acceder a ellos a través de algún dispositivo móvil, lo que significa que el desarrollo de aplicaciones para este tipo de soporte será esencial para las empresas nacionales que quieran dirigirse a este mercado que solo en el 2011 gastó US\$24,75 billones.

Pero el mercado de Estados Unidos no es el único en el que los videojuegos peruanos pueden

desarrollarse. También están el europeo. Según explicó en el Perú Service Summit 2012 Omar del Carpio Rodríguez, director del Programa de incubación e-passport MGP, en el 2011 Europa facturó alrededor de US\$16 mil millones y se proyecta que para el 2015 supere los US\$20 mil millones. A todas luces una región bastante interesante a la que el Perú podría llevar su oferta en la creación de videojuegos.

**PLATAFORMA DE MERCADO PARA LOS VIDEO JUEGOS (millones US\$, precios al 2008)**



Fuente: IPTS, Sevilla, España , 23 -24 de Enero 2012



Dentro de Europa, de acuerdo con Del Carpio, el mercado que en el 2011 invirtió de manera considerable en el desarrollo de videojuegos ha sido el Reino Unido. Las empresas de este país destinaron cerca de 3.600 millones de libras (un poco más de US\$5.700 millones), debido a que el 52% de la población gasta dinero en videojuegos y el principal canal de distribución que utilizaron fue el de las redes sociales (18%), seguido muy de cerca por páginas web especializadas en videojuegos (17%) y dispositivos móviles (15%). Estos detalles lo convierten en un mercado digno de ser explorado por los desarrolladores peruanos.

Pero a entender de Omar del Carpio, estos no son los únicos mercados interesantes para los videojuegos que en el Perú se pueden desarrollar. También recomienda dar una mirada a lugares tan remotos como el Medio Oriente, África y Asia Pacífico. Es más, detalla que esta última región superó en nivel de ventas a Europa en el 2011 al registrar US\$22 billones.

Ahora, si bien existe un mercado potencial fuera del Perú, los desarrolladores de videojuegos deben tener en cuenta que en el mundo la producción se caracteriza por altos costos fijos y bajos costos marginales; también que la competencia es dura, porque usualmente los desarrolladores, sobre todo los europeos, son estudios con equipos multidisciplinarios. En cuanto a tendencias,

Omar del Carpio, detalló durante el Perú Service Summit, que los juegos en línea y móviles se están convirtiendo en dos fenómenos que permiten modelos de negocio innovadores a tal punto que es probable que ellos cambien la estructura actual del mercado basado en una plataforma de PC, pero que comienza a mudarse hacia las consolas de dispositivos de mano y de plataformas inalámbricas portátiles como los teléfonos inteligentes. ¿Por qué sucedería este cambio? Del Carpio explica que el escenario de los juegos móviles ya no es la de una pequeña ampliación de los juegos de consola o PC, sino que es una experiencia de usuario diferente con una serie de vías inexploradas.

El mercado peruano no está exento del boom de los videojuegos y el principal público objetivo son los niños y adolescentes, al ser ellos quienes se encuentran más expuestos a los últimos avances en tecnología, sobre todo a la telefonía móvil. Es por eso que empresas peruanas ya han comenzado a entrar a este mercado, un claro ejemplo de ello es la compañía Magia Digital, la cual desde la quincena de julio del 2012 su juego Inka Madness, puede ser descargado desde cualquier celular del mundo que cuente con el sistema operativo Windows Phone 7 y antes de que termine el año lanzará al mercado las versiones de este juego para los sistemas operativos iOS de Apple, para iPhone e iPad y terminales con Android.



## **PROGRAMA DEL TALLER ESPECIALIZADO DE EDITORIALES PERÚ SERVICE SUMMIT 2012**

Fecha: viernes 20 de julio

Lugar: Hotel Los Delfines - calle Los Eucaliptos N° 555, San Isidro.

### **Tendencia del Consumo de Editoriales en los Mercados Internacionales**

- Sr. Raúl E. Manco Bastante. Empresa "E-Libro" (USA)
- Sra. Irma Dorantes. Empresa Librería Porrúa (México)
- Sra. María Mariotti-Luy. Propietaria Empresa "Librería El Cóndor" (Suiza)  
Gerente General

### **Mecanismos de Exportación para Micro y Pequeñas Empresas**

- Sr. Friberg Quispe Grajeda. Empresa SERPOST (Perú)  
Tema: EXPORTA FACIL
- Sr. Juan Carlos Ganoza. PROMPERU  
Tema: Exportación Definitiva de Libros.  
Beneficios Tributarios (IGV – Drawback)

## PROGRAMA DEL TALLER ESPECIALIZADO DE ARQUITECTURA PERÚ SERVICE SUMMIT 2012

Fecha: viernes 20 de julio

Lugar: Hotel Los Delfines - calle Los Eucaliptos N° 555, San Isidro.

### **La Internacionalización de los Servicios de arquitectura en el Mercado Global**

- Sr. Rodo Tisnado . Empresa Architecture – Studio (Francia)
- Sr. Bernardo Fort Brescia. (Invitado especial)  
Empresa Arquitectónica (EEUU)

### **Jinan un Cuento Chino**

- Sr. Rodo Tisnado . Empresa Architecture – Studio (Francia)



## PERÚ SERVICE SUMMIT 2012 TALLER ESPECIALIZADO DE VIDEOJUEGOS

Fecha: Jueves, 19 de julio del 2012

Lugar: Sala Opian – Hotel Los Delfines - calle Los Eucaliptos N° 555, San Isidro.

### Tendencia del Consumo de Editoriales en los Mercados Internacionales

- Ingreso de participantes.
- Palabras de bienvenida de la Directora de la Escuela de Ing. de Sistemas y Computación de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). *Ing. Rosario del Pilar Villalta Riega.*
- Situación y perspectivas del sector de Videojuegos  
*Mg. María Hilda Bermejo Ríos. Coordinadora de la Carrera de Ciencias de la Computación. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).*
- Lic. Oscar Choquecota, *Game Manager de Bamtang Games S.A.C.*
- Ing. Adolfo Pizarro, *Gerente General de Kybalion S.A.C.*
- Sr. Renzo Sánchez, *Gerente General de Artigames S.A.C.*
- Sr. Omar del Carpio, *MGP Nuevas Artes S.A.C.*
- Mesa Redonda  
*Moderador: Mg. María Hilda Bermejo. Coordinadora de la carrera de Ciencias de la Computación de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).*

#### Panelistas:

Ing. Jennifer Semeler, Gerente de Operaciones de Bamtang Games S.A.C.  
Ing. Henry Tong, Arquitecto de Software de Kybalion S.A.C.  
Sr. Renzo Sánchez, Gerente General de Artigames S.A.C.  
Sr. Claudio Velarde, Fundador de MGP Nuevas Artes S.A.C.







# Soluciones para todo: Conuención E-tic



**L**a tecnología ayuda a desarrollar la economía de un país, porque permite optimizar los procesos industriales y de servicios, de tal modo que pueda atender sus mercados, tanto locales, como internacionales de una manera eficiente y competitiva. Esto fue uno de los aspectos que se resaltaron en la Convención E-tic, evento que se desarrolló como parte del Perú Service Summit 2012 y que fue coorganizado por PROMPERU y la Asociación de exportadores del Perú (Adex), el Ministerio de Comercio Exterior, la Asociación Peruana de Productores de Software (Apesoft) y la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).

Ejemplos sobre lo útil que es la tecnología para desarrollar un negocio sí existen. Uno de ellos es el de Yesica Mamani, gerente general de la empresa Inkasecrets y que participó de la convención E-Tic quien ha basado sus ventas de bisutería en mercados extranjeros en el uso de plataformas como e-bay, mercadolibre.com, alibaba.com, kotear.pe y su propia página web para vender sus productos. Además, utiliza el facebook como catálogo y espacio para recibir comentarios sobre los mismos, mientras que el youtube sirve como canal para mostrar a sus clientes y a todos aquellos que quieran verlo, el proceso de manufactura de sus productos.

El uso de todos estos medios le ha valido a Yesica Mamani y su compañía no solo una serie de reconocimientos en el país, como el premio mayor numero de exportaciones y Excelencia Exporta Fácil 2009, 2010 y 2011, sino que le ha permitido ayudar a formalizar a los artesanos que trabajan con ella como proveedores y darle mayor calidad a sus productos.

El uso de las redes sociales es algo importante

en un mundo que cada vez está más conectado, porque son comunidades activas donde las marcas ofrecen contenido de valor a sus usuarios, pueden interactuar con ellos y fortalecer su relación con los clientes. Por eso las redes sociales son un medio mas no una estrategia de mercado, según destacó Daniela Gajardo, directora comercial de Addconsulta, una empresa dedicada al marketing virtual.

Las redes sociales permiten que las marcas estén más cerca de los clientes y, como lo ha demostrado la experiencia de Inkasecrets, se podrá recibir el feedback de los clientes, lo que permitirá conocer cuál es su percepción sobre un determinado producto o servicio.

Pero el uso de tecnologías en un negocio no solo se limitan a espacios de venta o redes sociales, sino que existen diversas soluciones para mejorar la gestión de una empresa. Tal es el caso de la nube de cómputo, instrumento virtual que permite almacenar información y administrar procesos de manera remota, lo que permite acceder a ella desde prácticamente cualquier equipo de escritorio, portátil o teléfono celular.

Jimmy Sanchez, gerente de marketing de la consultora en soluciones en TI Sinux, afirma que la computación en la nube permite a las empresas a adaptarse a los cambios y generar nuevas oportunidades. Además de reducir costos y simplificar y automatizar procesos.

Si bien la computación en la nube es una alternativa al alcance de todos. Se debe de tener en cuenta que no todas las soluciones que se pueden ofrecer en materia tecnológica pueden ser para todas las

empresas, por lo que se debe de hacer un análisis detallado de las demandas de cada compañía, lo que implica hacer negocios con inteligencia.

Hacer negocios con inteligencia, de acuerdo con Marita Huamán, gerente general de Ciclus Group, significa tomar decisiones de negocio rápidas y oportunas sustentadas en los propios datos que a lo largo de los años se han generado en los movimientos y transacciones de la empresa.

Por eso propone que las compañías hagan un análisis

exhaustivo de sus procesos de negocio, identificar el flujo de datos ya sean métricos, indicadores, tendencias, listas de clientes, entre otros, de tal modo que puedan clasificar las necesidades esenciales para diseñar la estrategia a implementar. Una vez que hayan hecho esto podrán contar con los sistemas de información que den soporte a su empresa de la manera más eficiente, tales como los sistemas de factura electrónica, software optimizador de carga, sistemas de custodia de mercaderías, entre otras opciones que ha desarrollado las tecnologías de la información.



## PROGRAMA I CONVENCION DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA EL COMERCIO EXTERIOR - ETICS

### MODULO I

#### Sistemas de Gestión y Optimización de Procesos

- Funcionalidad de los Sistemas de Soporte a la Gestión Empresarial: ERP y el CRM en arquitectura cliente servidor e Internet, *Henry Barrio de Mendoza Muñoz Najar, Director del Instituto Latinoamericano de Cooperación Técnica - ILCTEC y Director de INTUITIVE SYSTEMS.*
- Soluciones Cloud Computing aplicadas para el comercio internacional, *Jimmy Sánchez, Gerente de Marketing Regional de SINUX LATAM.*
- Tecnología de la Nube Colaborativa aplicada para la Trazabilidad desde la producción, exportación y distribución en los mercados internacionales, *Andres Sanchez, Presidente de ICE SOLUTIONS de EE.UU.*
- GE PACK - Optimizador de Carga para la mejora de la Distribución Física Internacional para empresas de Comercio Exterior, *Hector Espinoza, Oficina en Perú de GE PACK de México.*
- Custodia de Mercadería en Transito de Puertos, Aeropuertos y Almacenes, *Sandro Espinoza, Director de POLICE SECURITY.*

### MODULO II

#### Operaciones electrónicas, aplicaciones móviles y protección de datos

- Facturación Electrónica para grandes y pequeños negocios - Operaciones seguras, *Gustavo De Paula Santos Cordeiro, Director Comercial NEOGRID Brasil.*
- Engranando Aplicaciones Móviles, *Hernán Quintana, Gerente General DEVOS INC.*
- Inteligencia de Negocios y Perfiles en la Seguridad de Información, *Marita Huaman, Gerente General CICLUS GROUP.*
- Ronda de Preguntas.



## **MODULO I II**

### **Plataformas de Promoción, Comercialización y Proyectos de Inversión**

- Plataforma de Promoción para el Comprador Extranjero - Perú Trade Now, *Carlos Diaz Colmenares, Coordinador de Información y Negocios Electrónicos de PROMPERÚ Exportaciones.*
- Plataforma de Promoción de Proyectos de Inversión EMPRESABIO.COM, *Irina Rymshina, Consultora internacional de plataformas de HOLOSENS.*

## **MODULO IV**

### **Comercio electrónico, mercados virtuales y redes comerciales**

- GOOGLE ANALYTICS - Como lograr que empresas alcancen sus metas, Miguel Cachay, Gerente General de ADDCONSULTA de Perú.
- Estrategias de posicionamiento de la marca: Las Redes Sociales, las Relaciones Públicas y Marketing PR - Online, Daniela Gajardo, Consultora de negocios online y TIC ´S DE CHILE.
- Herramientas Virtuales ALADI - Oportunidad para las PYMES en América Latina, Maria Soledad Villanueva, Departamento de Promoción del Comercio y Desarrollo de la Competitividad ALADI de Uruguay.
- PYME CREATIVA: Plataforma Virtual para la mejora de la Gestión y Operatividad de los Negocios, Jorge Urbina, Gerente de Cooperación y Proyectos ADEX.
- Caso de Éxito en comercio electrónico internacional  
Comercio de Artesanías on-line - Experiencia de Perú, Jessica Mamani, Gerente General [www.inkasecrets.com](http://www.inkasecrets.com).
- Palabras de Clausura , Luciana León Romero, Presidenta de la Comisión de Comercio Exterior y Turismo del CONGRESO DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ.
- Coffee de Networking e Intercambio de Tarjetas Empresariales.





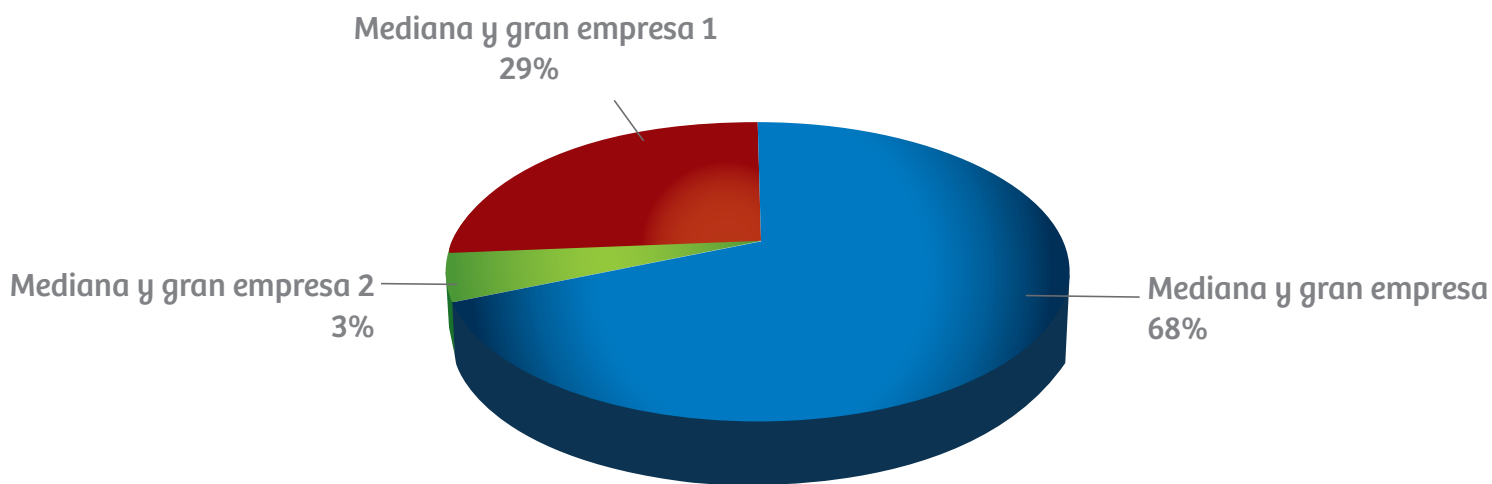
# Resultados del Perú Service Summit 2012



**E**l Perú Service Summit es un evento anual que está en franco crecimiento. Así lo demostró su segunda versión al incluir en su portafolio de promoción cuatro servicios adicionales a los tres existentes en el Perú Service Summit 2011. Esto quiere decir que a los servicios de centros de contactos,

software y franquicias, se adhirieron los de arquitectura, animación 3D, videojuegos y editoriales. La inclusión de estos sectores al portafolio del Perú Service Summit se condice con la nueva priorización que contempla la estrategia de promoción de exportación de servicios de PROMPERU para el período 2013 – 2015.

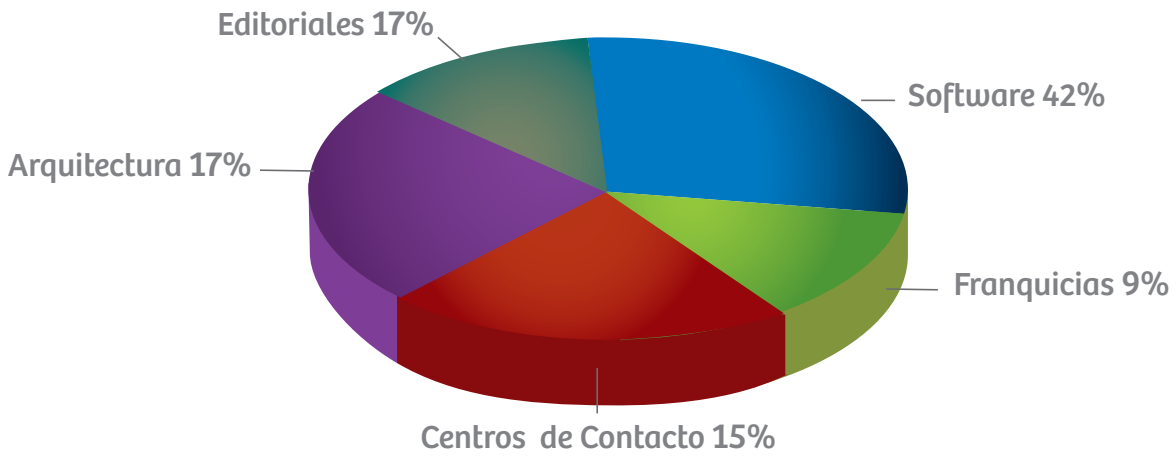
### OFERTANTES POR TAMAÑO DE EMPRESA



Fuente: PROMPERU

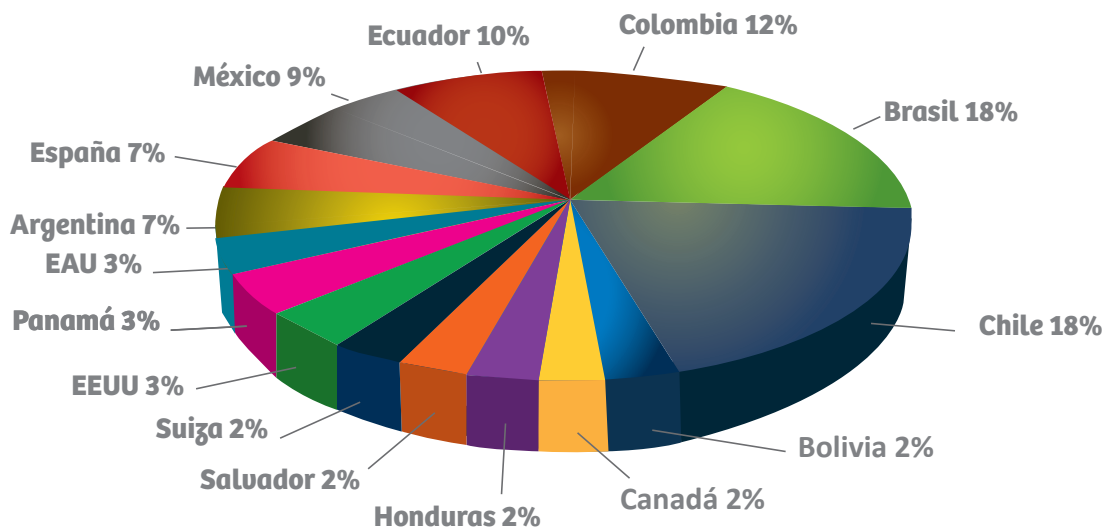


## OFERTANTES POR SECTOR



Fuente: PROMPERU

## CONTRATANTES POR MERCADO



Fuente: PROMPERU



## CONTRATANTES POR SECTOR DE INTERÉS



Fuente: PROMPERU

Pero el evento, que está en camino a consolidarse como la plataforma comercial más importante del sector servicios en Latinoamérica, no solo creció en oferta exportable, sino también en número de actividades, citas en la rueda de negocios y creó nuevas categorías en el Premio Perú Exporta Servicios, cuya versión 2012 reconoció el esfuerzo de cuatro empresas de los rubros de animación, videojuegos, editoriales y arquitectura, además de

otorgar un reconocimiento especial a los Servicios Industriales de la Marina (SIMA).

El Premio Perú Exporta Servicios reconoce a las empresas del sector por sus aportes en la innovación, responsabilidad y calidad. En ese sentido PROMPERÚ, dentro de las actividades del Perú Service Summit 2012, premió a las siguientes empresas:

EMPRESA	RUBRO	PREMIO
Aronnax Animaton Studios	Animación 3D	Diversificación de mercados
Bamtang	Videojuegos	Desarrollos para samrt TV y/o celulares
Aerolíneas Editoriales (Estruendomundo)	Editorial	Empresa más internacional
Gaviria Arquitectos	Arquitectura	Creatividad y diferenciación
Servicios Industriales de la Marina - SIMA	Construcción y reparación naval	Reconocimiento especial

Aronnax Animation Studios, es una empresa dedicada a la animación 3D por computadora y efectos visuales de vanguardia. Entre la animaciones realizadas más conocidas están: Piratas del Callao, Dragones: Destinos de Fuego y El Delfín: La historia de un soñador.

En tanto la compañía Bamtang está enfocada a la creación de juegos casuales bajo entorno PC, web y para plataformas de Apple y Android. Los proyectos son trabajados de manera integral, es decir, desde la programación hasta el aspecto visual final, muy valorado por la industria.

Aerolíneas Editoriales y su sello Estruendomundo, es la empresa más internacional del Perú, con una participación activa en ferias y foros del libro en México, Argentina, Chile, Ecuador, Bolivia, España, Noruega, Francia y Alemania.

En lo que corresponde a Arquitectura, por la creatividad y diferenciación fue reconocida Gaviria Arquitectos, caracterizada por la internacionalización de sus profesionales en proyectos de gran envergadura, colocando al Perú como referente en el desarrollo de infraestructuras hoteleras, empresariales y hospitalarias.



# Perú Service Summit 2012



Premio Peru Exporta Servicios: Aerolíneas Editoriales, Bambang, Aronnax, Sima, J-Guiria Arquitectos



Luis Torres Paz



Perú Negro

El reconocimiento especial brindado a los Servicios Industriales de la Marina - SIMA, fue por su labor en la construcción y reparación naval, además de la fabricación de estructura metálicas y servicios de armas y electrónicas. Atiende embarcaciones de Ecuador, Chile, Panamá, China, España, Japón, Colombia, Corea e Italia y en la fabricación de bienes a Chile, Brasil, Costa Rica y Panamá.

## RUEDA DE NEGOCIOS

El Perú Service Summit 2012 fue también la plataforma para entablar contactos y hacer negocios. En estas reuniones participaron empresas de los sectores software, BPO centros de contacto, arquitectura, editoriales, franquicias y Fabricación de estructuras. A continuación los nombres de las empresas por rubros:

### SOFTWARE

AVANCES TECNOLOGICOS	<a href="http://www.avances.com.pe">www.avances.com.pe</a>
AVANTICA TECHNOLOGIES S.A.C.	<a href="http://www.avantica.net">www.avantica.net</a>
CICLUS GROUP S.A.C.	<a href="http://www.ciclusgroup.com.pe">www.ciclusgroup.com.pe</a>
CONTASIS S.A.C.	<a href="http://www.contasis.net">www.contasis.net</a>
DATA CONSULTING EIRL	<a href="http://www.dcp.pe">www.dcp.pe</a>
DEVOS INC S.A.C.	<a href="http://www.devosinc.com">www.devosinc.com</a>
DOMINIOTECH	<a href="http://www.dominiotech.com.pe">www.dominiotech.com.pe</a>
INEXXO	<a href="http://www.inexxo.com">www.inexxo.com</a>
INFHOTEL SERVICIOS INFORMATICOS S.A.C.	<a href="http://www.infhotel.com.pe">www.infhotel.com.pe</a>
INTERBISSNET S.A.C.	<a href="http://www.interbissnet.com">www.interbissnet.com</a>
LOGICENTER SRL	<a href="http://www.logicenter.com.pe">www.logicenter.com.pe</a>
MAGIA COMUNICACIONES S.A.	<a href="http://www.magiadigital.com">www.magiadigital.com</a>
MEDISYS INTERNATIONAL S.A.C.	<a href="http://www.medisys.com.pe">www.medisys.com.pe</a>

NOVATRONIC	<a href="http://www.novatronic.com">www.novatronic.com</a>
PERU SOFTWARE FACTORY S.A.	<a href="http://www.peruswfactory.com">www.peruswfactory.com</a>
QUIPU TECHNOLOGY S.L.	<a href="http://www.quiputechnology.com">www.quiputechnology.com</a>
RISKO S.A.C.	<a href="http://www.risk-o.com">www.risk-o.com</a>
ROYAL SYSTEMS	<a href="http://www.royalsystems.net">www.royalsystems.net</a>
SISCONT.COM S.A.C.	<a href="http://www.siscont.com">www.siscont.com</a>
UNIFLEX DEL PERU S.A.	<a href="http://www.uniflex.com.pe">www.uniflex.com.pe</a>
V&C CORPORATION S.A.C.	<a href="http://www.uc-corporation.com">www.uc-corporation.com</a>
VISUALSOFT	<a href="http://www.pcsistel.com">www.pcsistel.com</a>

## BPO CENTROS DE CONTACTO

ALLUS SPAIN SL	<a href="http://www.allus.com">www.allus.com</a>
ATENTO	<a href="http://www.atento.com.pe">www.atento.com.pe</a>
AVAL PERU	<a href="http://www.avalperu.com">www.avalperu.com</a>
BPO CONSULTING S.A.C.	<a href="http://www.360contacto.com">www.360contacto.com</a>
CONECTA	<a href="http://www.grupoacp.com.pe/conecta">www.grupoacp.com.pe/conecta</a>
DYNAMICALL PERU	<a href="http://www.dynamicall.com">www.dynamicall.com</a>
MTG PERU SAC	<a href="http://www.mtgperu.net">www.mtgperu.net</a>



OUTMULTI	<a href="http://www.outmulti.com">www.outmulti.com</a>
REPRESENTACIONES H de C	<a href="http://www.hdec.com.pe">www.hdec.com.pe</a>
SERPROIN S.A.C.	<a href="http://www.fortelcorp.com">www.fortelcorp.com</a>
SUCCESSFUL CALL CENTER	<a href="http://www.success-crm.com">www.success-crm.com</a>

## ARQUITECTURA

ARQ & MEDIA S.R.L.	<a href="http://www.arqymedia.com">www.arqymedia.com</a>
ARQUIVIRTUAL	<a href="http://www.arquivirtual.com">www.arquivirtual.com</a>
BAERTL INMOBILIARIA S.A.C.	<a href="http://www.baertlarquitectos.com">www.baertlarquitectos.com</a>
BIOARQ EDIFICACIONES S.A.C.	<a href="http://www.bioarq.net">www.bioarq.net</a>
FAUSTO CORNEJO ARQUITECTO	<a href="http://www.faustocornejo.com">www.faustocornejo.com</a>
GARCIA + TORRES ARQUITECTOS	<a href="http://www.garciaorresarq.com">www.garciaorresarq.com</a>
HIRATA ARAMAYO ARQUITECTOS	<a href="http://www.hirata-aramayo.com">www.hirata-aramayo.com</a>
ID12°77°	<a href="http://www.id1277.com">www.id1277.com</a>
J-GAVIRIA ARQUITECTOS	<a href="http://www.j-gaviria.com">www.j-gaviria.com</a>
SAMADHI PERU S.A.C.	<a href="http://www.samadhiperu.com">www.samadhiperu.com</a>
SHI ARCHITECTURE AND CONSTRUCTION S.A.C.	<a href="http://www.shi.com.pe">www.shi.com.pe</a>
POGGIONE + BIONDI ARQUITECTOS	<a href="http://www.poggionebiondi.com">www.poggionebiondi.com</a>



**EDITORIALES**

AEROLINEAS EDITORIALES S.A.C.	<a href="https://es-la.facebook.com/estruendomudo">es-la.facebook.com/estruendomudo</a>
BORRADOR EDITORIALES S.A.C.	<a href="http://www.borradoreditores.com">www.borradoreditores.com</a>
CENTAURO EDITORES S.A.C	<a href="http://www.centauroediciones.com">www.centauroediciones.com</a>
EDITORIAL SAN MARCOS	<a href="http://www.editorialsanmarcos.com">www.editorialsanmarcos.com</a>
EDITORIAL SEPTIEMBRE S.A.C.	<a href="http://www.editorialseptiembre.com">www.editorialseptiembre.com</a>
EMPRESA EDITORA MACRO E.I.R.L	<a href="http://www.editorialmacro.com">www.editorialmacro.com</a>
FONDO EDITORIAL DE LA UNMSM	<a href="http://www.unmsm.edu.pe">www.unmsm.edu.pe</a>
FONDO EDITORIAL PUCP	<a href="http://www.pucp.edu.pe">www.pucp.edu.pe</a>
GRUPO EDITORIAL MESA REDONDA S.A.C.	<a href="http://www.editorialmesaredonda.com">www.editorialmesaredonda.com</a>
GRUPO EDITORIAL PEISA S.A.C.	<a href="http://www.peisa.com.pe">www.peisa.com.pe</a>
INDUSTRIAL SOLUTIONS OF PERU S.A.C.	<a href="http://www.graphediciones.com">www.graphediciones.com</a>
INSTITUTO DE ESTUDIOS PERUANOS	<a href="http://www.iep.org.pe">www.iep.org.pe</a>
LOS LIBROS MAS PEQUEÑOS DEL MUNDO E.I.R.L.	<a href="http://www.minibooks.com.pe">www.minibooks.com.pe</a>
PALESTRA EDITORES S.A.C.	<a href="http://www.palestraeditores.com">www.palestraeditores.com</a>
UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES	<a href="http://www.usmp.edu.pe">www.usmp.edu.pe</a>

**FRANQUICIAS**

BRUJAS DE CACHICHE	<a href="http://www.brujasdecachiche.com">www.brujasdecachiche.com</a>
DISFRUTA	<a href="http://www.disfruta.com.pe">www.disfruta.com.pe</a>

EL ESCONDITE DEL GORDO	<a href="http://www.elesconditedelgordo.com">www.elesconditedelgordo.com</a>
EL HUARIKE	<a href="http://www.elhuarike.com">www.elhuarike.com</a>
EMBARCADERO 41	<a href="http://www.embarcadero41peru.com">www.embarcadero41peru.com</a>
LAS CANASTAS S.A.C.	<a href="http://www.lascanastas.com">www.lascanastas.com</a>

## EXHIBICIÓN COMERCIAL

El Perú Service Summit 2012 permitió mostrar la oferta exportable de servicios en Arquitectura, Videojuegos

y Animación 3D. A continuación el nombre de las empresas por rubros:

## ARQUITECTURA

BAERTL INMOBILIARIA S.A.C.	<a href="http://www.baertlarquitectos.com">www.baertlarquitectos.com</a>
BIOARQ EDIFICACIONES S.A.C.	<a href="http://www.bioarq.net">www.bioarq.net</a>
García Milla Leon Arquitectos	<a href="http://www.gmlarquitectos.com">www.gmlarquitectos.com</a>
GARCIA + TORRES ARQUITECTOS	<a href="http://www.garciatorresarq.com">www.garciatorresarq.com</a>
J-GAVIRIA ARQUITECTOS	<a href="http://www.j-gaviria.com">www.j-gaviria.com</a>
SAMADHI PERU S.A.C.	<a href="http://www.samadhiperu.com">www.samadhiperu.com</a>

## VIDEOJUEGOS

BAMTANG	<a href="http://www.bamtang.com">www.bamtang.com</a>
ARTIGAMES	<a href="http://www.artigames.com">www.artigames.com</a>



## ANIMACION 3D

ARONNAX ANIMATION STUDIOS	<a href="http://www.aronnax.pe">www.aronnax.pe</a>
RED POST STUDIO	<a href="http://www.redpost.pe">www.redpost.pe</a>

En líneas generales el Perú Service Summit 2012 obtuvo los siguientes resultados:

US\$26,3 millones fue el monto negociado entre empresas nacionales y extranjeras que participaron en la rueda de negocios.

2.340 metros cuadrados para la realización del evento, lo que significó un incremento del espacio en 12%.

Se tuvo las siguientes actividades: foro internacional de exportación de servicios; rueda de negocios; talleres estratégicos de servicios editoriales, arquitectura y videojuegos; convención E-tic; exhibición comercial de arquitectura, videojuegos y animación; exhibición de las instituciones que colaboraron en la organización del evento (Comex Perú, Adex, CCL, APESOFT, APECCO, CPF Cámara Peruana del Libro, SNI, Zofratacna); premio Perú Exporta Servicios.

2.500 asistentes al evento.

63 exportadores de servicios de los sectores: software, centros de contacto, franquicias, editoriales, empresas de arquitectura, videojuegos y animación 3D.

57 contratantes de 15 países.

781 citas de negocios, lo que significó un aumento de 75% comparado con la primera versión.

Visitantes de 16 mercados.







# Perú Service Summit 2013

Exportando servicios al mundo



*prom*  
perú

Perú

19 al 21 de junio de 2013

[www.peruservicesummit.com](http://www.peruservicesummit.com)

*prom*  
perú

[www.promperu.gob.pe](http://www.promperu.gob.pe)

