

digitales, videojuegos, libros digitales y animaciones.

- Existe un convenio con Proexport por 1200 millones de pesos para incentivar la industria.
- Se adelanta un programa de fortalecimiento de la TV pública para que haya convergencia y se impulsen los contenidos transmisionales.
- A través del programa Apps.co se fomenta el emprendimiento. Por ejemplo, hay más de 15.000 personas estudiando cómo desarrollar en HTML5.
- Se está haciendo visible la industria con aportes a eventos como los Foros ISIS de la Universidad de los Andes. El propósito es que la gente se entere del potencial colombiano para producir videojuegos y animaciones y se motive a estudiar estos temas.
- Se organizó el segundo Colombia 3.0 (<http://www.col30.co>), reunión que en el 2012 triplicó el número de asistentes y a la que trajeron 60 conferencistas. Al mismo tiempo se hicieron visitas con empresarios al Silicon Valley para dar a conocer la oferta y el potencial de los colombianos.
- Se está terminando de desarrollar un Conpes sobre contenidos digitales para darle fuerza a la política lanzada en el 2011. ■



Juan Esteban Medina (izquierda) y Jorge Restrepo, en el foro ISIS.

Identificar oportunidades de negocio, la apuesta de Proexport

María Claudia Lacouture, presidenta de Proexport, respondió las siguientes preguntas sobre las lecciones que les dejó el 2012 y los énfasis de la agencia para la promoción de las exportaciones, la inversión y el turismo respecto de los contenidos digitales este año.



María Claudia Lacouture, presidenta de Proexport.

Foto: Proexport Colombia

¿Cuáles son las principales lecciones aprendidas en el 2012 al trabajar con personas y empresas involucradas en el desarrollo de contenidos digitales?

Lo primero es que es una industria creciente que cuenta con talentos importantes y está siendo reconocida por empresarios internacionales. Hoy, por ejemplo, Colombia exporta videojuegos para Apple en Estados Unidos y México, software que es utilizado por bancos en Reino Unido, aplicaciones móviles a Finlandia y África y proyectos en 3D para China.

Ahora los desarrolladores colombianos son conscientes de sus oportunidades en el exterior y los negocios logrados son la mejor muestra de que están haciendo las cosas bien.

Hemos detectado que Estados Unidos es uno de los principales mercados para el

sector, en particular las zonas de Silicon Valley, Nueva York, Boston y Austin. Allí, gracias a que estamos en contacto permanente con editores y fondos de capital para las empresas colombianas interesadas en recibir capital de riesgo, sabemos que hay potencial para el desarrollo de contenidos digitales. También hemos encontrado oportunidades en los mercados canadiense, peruano, mexicano, centroamericano y europeo, en donde hay demanda tanto de videojuegos como de aplicaciones móviles, animaciones y software.

En lo que tiene que ver con el apoyo a ese sector, ¿en qué aspecto se enfocará el esfuerzo de Proexport en el 2013? ¿Se mantendrá la misma estrategia o habrá variaciones?

Seguiremos en nuestra tarea de identificar las oportunidades de negocios. Pero, además de ese constante monitoreo y posterior divulgación, continuaremos apoyando la participación de los empresarios en los eventos que son referentes a nivel mundial. Por ejemplo, en el 2013 estaremos en Silicon Valley y Nueva York, en el GDC en San Francisco, el American Film Market y Location Trade Show en Los Ángeles, el Casual Connect en Seattle y el SBSW en Texas, entre otros. También apoyaremos a los nacionales invitando a expertos o potenciales compradores de los servicios que prestan los desarrolladores colombianos. ■