



INFORME SECTORIAL

INDUSTRIAS CREATIVAS EN URUGUAY

Inteligencia Competitiva

Marzo 2018



Uruguay XXI
PROMOCIÓN DE INVERSIONES,
EXPORTACIONES E IMAGEN PAÍS

Contenido

Industrias creativas: ¿qué son?	2
Industrias creativas en Uruguay.....	3
Análisis sectorial.....	5
Sector audiovisual	5
Sector de la música	9
Sector diseño.....	12
Sector editorial e ilustración	14
Programas de apoyo a las industrias creativas en Uruguay.....	17
Ferias y eventos internacionales.....	23
Páginas web de interés	24

Industrias creativas: ¿qué son?

Las industrias creativas se enmarcan dentro de un concepto más amplio que es el de industrias culturales. Según la UNESCO¹, las **industrias culturales** incluyen cualquier actividad dirigida a la creación, comercialización y distribución de contenidos creativos de naturaleza cultural.

Por su parte, las **industrias creativas** suponen la presencia de un elemento artístico o creativo sustancial en el bien o servicio producido, es por ello que **tienen a la creatividad y al capital intelectual como principales insumos**. De este modo, las industrias creativas incluyen a las industrias culturales, pero también a otros sectores como la arquitectura, la moda, sectores de software o la publicidad en sus diferentes modalidades (publicidad para televisión, composición de jingles, publicidad para sitios web, etc.).

La importancia de estas industrias radica en el valor agregado económico que crean y en la naturaleza de sus actividades, ya que la materia prima por excelencia es la creatividad, insumo que cobra cada vez más valor en un escenario mundial de automatización del trabajo. Además, las industrias creativas pueden ser utilizadas para generar impacto social fortaleciendo, por ejemplo, a las diferentes culturas.

Respecto al valor económico, el comercio de bienes y servicios creativos generó un total de US\$ 547.000 millones en 2012² a nivel mundial.

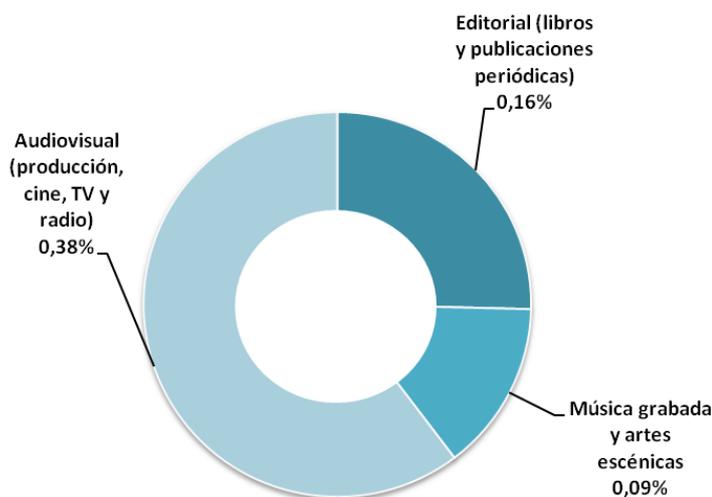
¹ Informe Economía Creativa, UNESCO, 2010.

² [Economía naranja: Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe](#), BID, 2017.

Industrias creativas en Uruguay

- Uruguay se ha caracterizado históricamente por un desarrollo importante de las artes. Diversos factores han contribuido para ello: el país logró una alfabetización temprana en relación a otros países de Latinoamérica. Uruguay se diferenció en el continente por la instauración de un Estado de Bienestar en los primeros años del siglo XX, y se propició la consolidación de una fuerte clase media.
- Todos estos factores han estimulado tradicionalmente un alto consumo de bienes culturales, permitiendo a Uruguay posicionarse como un centro importante de consumo, estímulo y difusión de las artes.
- De hecho, actualmente, la actividad cultural en Uruguay explica casi el **1% del PIB**, de acuerdo con la Cuenta Satélite de Cultura de Uruguay (2012³). En 2016, la actividad cultural empleó a 14.750 personas según estimaciones de Uruguay XXI, en base a la ECH (2016) elaborada por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

Gráfico N° 1 – Distribución de la participación de las Industrias Creativas en el PIB uruguayo por sector de actividad (Part. % - Año 2012)



Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Cuenta Satélite de Cultura de Uruguay 2012.

- Desde hace más de una década, Uruguay apuesta a las industrias creativas mediante una política sumamente activa en materia de promoción de actividades culturales, habiéndose creado una gran variedad de fondos y apoyos.
- Asimismo, en el país existen variadas oportunidades de formación gratuita en diferentes disciplinas artísticas, al tiempo que se cuenta con elencos estables en diversas disciplinas, lo que constituye un soporte a la persistencia y al desarrollo de las industrias creativas.

³ [Cuenta Satélite de Cultura de Uruguay 2012.](#)

- Como corolario, Uruguay ha dado numerosos artistas talentosos, que han recibido importantes reconocimientos internacionales, como premios OSCAR, Grammy's, reconocimientos en el Festival de Cannes, entre otros.

Análisis sectorial

Sector audiovisual

Las actividades audiovisuales son aquellas que se expresan en un proceso creativo y productivo de imágenes en movimiento sobre cualquier soporte y de cualquier duración, destinadas a ser difundidas y comunicadas por cualquier medio. Incluye un conjunto de actividades interrelacionadas y comprende las diferentes fases desde la creación de la obra hasta la puesta a disposición de los consumidores.

Esta industria reviste una importancia significativa para cualquier país, dado su potencial para la promoción de la imagen del mismo para su interior y exterior. Asimismo, es de suma relevancia para la economía en su conjunto, no sólo por generar servicios y productos de alto valor agregado con mano de obra calificada de diversas disciplinas, sino también por generar encadenamientos con otros sectores a través de demanda por servicios gastronómicos, alojamiento, transporte, vestuario. Estos servicios generan una red de exportaciones competitivas muy amplia.

En julio de 2016 fue presentada la marca **Uruguay Audiovisual**⁴ que agrupa a los sectores de cine y audiovisual uruguayos. Uruguay ofrece una vasta gama de beneficios y capacidades a la hora de filmar en el país. Entre estos se destacan:

- Impuesto al Valor Agregado (IVA) de 0% para producciones extranjeras
- Rápida gestión de permisos
- Equipamiento de última generación
- Rápida admisión temporaria para equipos y productos
- Profesionales con vasta experiencia
- Excelentes directores de arte
- Servicios de mixing y mastering
- Derechos de imagen a precios competitivos
- Diversidad de locaciones a poca distancia y accesibilidad logística

» Importancia económica del sector

El sector audiovisual es la industria creativa que genera mayor valor económico al representar casi 0,4% del PIB en 2012. A su vez, es una importante fuente de empleo, ocupando más de 5.300 trabajadores calificados con altos estándares de capacitación.

Este aspecto es de gran relevancia ya que el resultado de la generación de contenidos de calidad se asienta sobre el talento, los niveles de formación, el desarrollo acumulado de la cultura cinematográfica, la búsqueda de nuevos mercados y las certezas dadas por los recursos técnicos.

Varios aspectos evidencian el notable desarrollo del audiovisual en Uruguay. Entre 2008 y 2011 la facturación del sector audiovisual pasó de US\$ 170 millones, a US\$ 360 millones. Esta facturación se divide entre televisión (75%), servicios de producción, publicidad, animación y videojuegos (16%), exhibición y distribución (7%) y producción de cine (2%)⁵.

⁴ https://www.youtube.com/watch?v=olLt_0ZbCGg
Filmar en Uruguay

⁵ Fuente: [Hacia un Sistema Nacional Audiovisual, junio 2012, Audiovisual Uruguay.](#)

Respecto a la producción cinematográfica, el valor anual es de aproximadamente US\$ 6 millones. Si comparamos la cantidad de estrenos anuales por billón de PIB generado de Uruguay con los países de América del Sur, Uruguay posee una de las mejores relaciones. Esto se explica por la calidad de la producción uruguaya y el reconocimiento internacional que permiten captar recursos del exterior mediante acuerdos de coproducción⁶.

En cuanto a la televisión y la emisión de obras nacionales, el porcentaje de transmisión nacional se sitúa en apenas 3,2%. Este porcentaje además es ampliamente sostenido por la televisión nacional y municipal, ya que si solo consideramos la televisión privada este porcentaje se sitúa en 1%⁷.

» Estructura empresarial

El sector de la producción audiovisual posee, según el informe Fotografía del sector de la producción cinematográfica uruguaya, de Egeda, Uruguay⁸, 400 empresas de las cuales solo 1 es grande, 4 son medianas y el resto se dividen entre pequeñas (25) y micro empresas (369). Esta distribución nos muestra la importancia de las micro empresas en este sector.

En cuanto a la cantidad de estudiantes y graduados en la materia, el informe estima el número en aproximadamente 2.500 personas.

Las empresas del sector poseen diferentes participaciones en el clúster, dedicadas al desarrollo de contenidos y servicios de producción para publicidad, cine, televisión, animación y radio. A su vez, estas empresas se relacionan con un amplio conjunto de proveedores: casting, escenógrafos, venta y alquiler de equipos de filmación, servicios de postproducción, entre otros.

Tabla Nº 1 – Número de empleados por rubro de actividad del sector audiovisual 2016

Producción de películas, series y programas	1.037
Postproducción	95
Agencias de publicidad	4.880
Cines y distribuidoras de películas	673
Radio	1.645
Tv	2.069
TOTAL AUDIOVISUAL	10.399

Fuente: Elaboración propia con datos de ECH 2016.

En lo que atañe al **cine**, existen alrededor de 75 salas en Montevideo, catorce en Maldonado y veinte en el resto del país. Este subsector está dominado por unas pocas empresas, siendo las principales Moviecenter (líder de más del 50% de las ventas de entradas), Grupo Cine y Life.

El servicio de **radio** en Uruguay cuenta con alrededor de doscientas emisoras de radio, situadas mayoritariamente en Montevideo.

En cuanto a la **televisión**, la televisión abierta en Montevideo está conformada por tres canales privados y un canal estatal y uno municipal, Televisión Nacional de Uruguay y TV Ciudad. Asimismo, la gestión de la televisión privada del interior del país está controlada en su casi

⁶ Fuente: [Fotografía del sector de la producción cinematográfica uruguaya, 2018, Egeda, Uruguay.](#)

⁷ Fuente: [Fotografía del sector de la producción cinematográfica uruguaya, 2018, Egeda, Uruguay.](#)

⁸ Fuente: [Fotografía del sector de la producción cinematográfica uruguaya, 2018, Egeda, Uruguay.](#)

totalidad por los tres canales privados de Montevideo. Por su parte, la televisión para abonados tiene un gran peso en Montevideo, ya que en junio de 2017 la cantidad de servicios de TV para abonados fue de 719.823, correspondiendo el 39% (280.061) a Montevideo⁹.

Actualmente, es necesario considerar las descargas de películas, programas de televisión y otros productos audiovisuales a través de programas y plataformas online, que hacen posible el consumo sin que el consumidor pague por el mismo en forma directa y generalmente sin contemplar la propiedad intelectual de los contenidos. De acuerdo con el informe sobre el perfil del internauta uruguayo según el grupo *Radar* en 2016, el 29% de los usuarios declaró haber utilizado internet para descargar o mirar películas en la última semana¹⁰.

En total el sector audiovisual tuvo una producción estimada de US\$ 480 millones y un Valor Agregado Bruto de US\$ 195 millones (2012). Televisión por cable y satelital, así como radio son las actividades representativas de la mayor parte del valor generado por el sector.

» Comercio exterior

El sector audiovisual en conjunto realizó exportaciones por alrededor de US\$ 27 millones en 2012, por concepto principalmente de ventas de servicios de producción y postproducción de audiovisuales.

En contrapartida, las importaciones de productos audiovisuales alcanzaron casi US\$ 80 millones, correspondiendo a las películas proyectadas en salas de cine o distribuidas para alquiler; los programas y películas que adquieren del exterior los canales de televisión y las señales que las empresas de transmisión por cable y satélite contratan a no residentes.

» Regulación normativa

La Ley 18.284 del 2008 constituye el principal empuje para el sector audiovisual en Uruguay y tiene como principal cometido la creación del ICAU y del Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual. Adicionalmente, se faculta al Poder Ejecutivo a exonerar de gravámenes aduaneros y de impuestos a las actividades del sector.

Además, según las actualizaciones al decreto 220 de 1998, realizadas en 2005 y 2006, los servicios de producción cinematográfica y televisiva a empresas extranjeras y a coproducciones con destino a la exportación están exonerados del Impuesto al Valor Agregado (IVA). Este descuento abarca la contratación de diversos servicios como el alquiler de equipos, locaciones, muebles y utilería, la contratación de técnicos, seguros, transporte, catering, costos hoteleros, la construcción de escenografía, entre otros.

La nueva Ley de Zonas Francas (ZZFF), N° 19.566, aprobada en diciembre 2017 y que entrará en vigor el próximo mes de abril, prevé la creación de las llamadas Zonas Francas Temáticas para los servicios de esparcimiento, entretenimiento y audiovisuales. Contará con los beneficios generales de las ZZFF y se autorizarán solamente si están ubicadas fuera del Área Metropolitana (más de 40 km del centro de Montevideo). Se especifica además para el caso del audiovisual la excepción que permite a los usuarios de estas zonas temáticas realizar actividades de filmaciones en el resto del territorio nacional, en las condiciones que determine el Poder Ejecutivo, y siempre que los costos

⁹ Fuente: [Evolución del sector telecomunicaciones en Uruguay, URSEC, Junio 2017](#).

¹⁰ Fuente: Perfil del internauta uruguayo, Radar, 2016.

de las mismas no excedan el 25% (veinticinco por ciento) de los costos totales anuales del usuario correspondiente.

Según el informe Fotografía del sector de la producción cinematográfica uruguaya, de Egeda, Uruguay¹¹, por cada dólar de fondos públicos dedicados al sector audiovisual, el productor consiguió 6 dólares (3 en Uruguay y 3 en el extranjero).

» Locaciones atractivas

La gran variedad de paisajes y las disímiles características arquitectónicas de muchas zonas del país permiten emular diferentes escenarios. La excelente conectividad que existe en Uruguay (posee la red de carreteras más densa de Latinoamérica), las cortas distancias y diversidad de su territorio permiten acceder en escaso tiempo de traslado a paisajes sumamente variados.

Lugares tan diferentes como la Habana Vieja, París, Londres, Alemania, el Caribe, Italia o Irlanda, han sido recreados en los paisajes uruguayos. La diversidad en los rasgos de su población, con una fuerte ascendencia europea, también hace a Uruguay una locación sumamente atractiva.

» Casos de éxito

El sector audiovisual uruguayo ha generado un importante desarrollo en los últimos años, existiendo importantes casos de éxito en los diversos segmentos que lo componen: Cine (documental y ficción), Publicidad, y Animación y Videojuegos.

En el caso de la publicidad se han recibido numerosos premios en los festivales internacionales de Cannes, Nueva York, FIAP, Gramado y en los Clio Awards. Empresas como Honda, Toyota, Peugeot, Colgate, Budweiser y Heineken, entre otras, han realizado sus publicidades en Uruguay.

Por su parte, como casos de éxito en cine, cabe señalar los premios obtenidos por películas como Whisky (Cannes) dirigida por Juan Pablo Rebella y Pablo Stoll, Gigante (Oso de Plata y mejor Opera Prima en Festival de Berlín), La demora (India, Berlín), ANINA coproducción uruguayo-colombiana de animación (Festival de Cartagena, BAFICI), entre otras.

Un notorio caso de éxito uruguayo y un ejemplo de talento fue el lanzamiento del videoclip “Ataque de Pánico” realizado por Federico Álvarez. Debido al éxito del video y a la enorme cantidad de visitas que recibió, fue el primer uruguayo en dirigir una película en Hollywood (“Posesión infernal (*Evil dead*)”), que lideró la taquilla de Estados Unidos en su fin de semana de estreno y logró recaudar US\$ 26 millones en dicho mercado, sumando en 2013 y 2016 dos largometrajes más en el género de suspenso y terror que fueron éxitos internacionales.

Finalmente, respecto al subsector de videojuegos cabe mencionar el éxito de la empresa Ironhide Game Studio con el lanzamiento del famoso Kingdom Rush, que con su segunda edición alcanzó el primer puesto en los rankings de descargas de la tienda de Apple de más de cuarenta países (incluido Estados Unidos) solo unas horas después de su lanzamiento en el mercado, aún ahora sigue siendo un éxito en las tiendas de aplicaciones.

¹¹ Fuente: [Fotografía del sector de la producción cinematográfica uruguaya, 2018, Egeda, Uruguay.](#)

Sector de la música

» Caracterización del sector

Al igual que sucede con otras industrias creativas, la música atraviesa transversalmente diversas actividades económicas. En efecto, la música se vincula con el cine a través de la creación de bandas sonoras, con la publicidad a través de los jingles, con el teatro y la danza a través de la musicalización de los espectáculos, con los videojuegos también a través de su musicalización, con el turismo a través de la realización de festivales y shows en vivo que atraen visitantes extranjeros, etc. A los efectos del presente análisis, la música abarca tres subsectores principales: música grabada, shows en vivo y creación musical.

» Importancia económica del sector

La música grabada generó en 2012 un valor bruto de producción de US\$ 8,8 millones y un valor agregado de US\$ 3,2 millones. En cuanto a la generación de empleos, el sector de música grabada generó 223 puestos de trabajo.

Por su parte, el sector de artes escénicas, que incluye música en vivo, teatro, carnaval y danza registró un valor bruto de producción de US\$ 68,7 millones, cuyo componente principal fueron los ingresos por taquilla de US\$ 23,3 millones. El empleo generado es de 3.600 puestos. Si se extrapola el valor generado por este sector, basándose en los ingresos por taquilla, se deduce un valor bruto de producción para el sector música en vivo de US\$ 52,2 millones y un valor agregado bruto de US\$ 32,2 millones.

En cuanto a la creación musical del mercado uruguayo, se obtuvo en materia de derechos de autor una recaudación bruta de US\$ 14 millones, de los cuales el 50% correspondió luego al pago a creadores nacionales¹².

En conjunto, el sector música generó en 2012 un valor bruto de producción de US\$ 75 millones.

En Uruguay se consume ampliamente la música de artistas uruguayos. Prueba de esto es el ranking de los discos más vendidos de Noviembre 2017, de los cuales el 80% son discos nacionales. Por su parte, del total de los discos vendidos en 2016, el 60% correspondió a música nacional¹³.

En cuanto a la internacionalización de la música uruguaya, los montos recaudados en virtud de derechos de autor desde el exterior, fueron en 2016 de US\$ 1,3 millones. Con una participación de 80%, Argentina es el país que más paga a Uruguay por concepto de derechos de autor¹⁴.

En el trabajo Plan Estratégico de Internacionalización de la Música Uruguay¹⁵ se plantean siete mercados objetivos para la internacionalización de la música uruguaya que son Argentina, España, Estados Unidos, Chile, Paraguay, Brasil y México. Para determinar estos mercados se consideró el grado de internacionalización de la música uruguaya en distintos países, basándose en los derechos de autor generados en el exterior. Estos territorios poseen un volumen de negocio

¹² [Cuenta Satélite de Cultura de Uruguay 2012.](#)

¹³ [CUDISCO](#) y [Evolución de ventas CD/MD/Videos.](#)

¹⁴ [AGADU.](#)

¹⁵ [Plan Estratégico de Internacionalización de la Música Uruguay.](#)

significativo y gracias a su proximidad cultural y/o geográfica, ya existen artistas uruguayos que han logrado posicionarse.

El trabajo plantea un segundo nivel de potenciales mercados donde se marcan Alemania, Francia, Reino Unido y Japón. Se caracterizan por fuertes volúmenes de mercados internos y la presencia de vías de entrada para la música uruguaya.

Por último, una vez más, es vital señalar el uso de internet para descargar o escuchar música online. Según El perfil del internauta uruguayo, el 49% de los usuarios de internet declaró que en la última semana utilizó Internet para bajar música o escuchar música online¹⁶. Asimismo, más recientemente, el uso de Youtube como plataforma para visualizar videoclips y la llegada de Spotify, aplicación para reproducir música han revolucionado al sector.

» Estructura empresarial

Tabla Nº 2 – Número de empresas por rubro de actividad del sector música grabada en Uruguay

SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS	% VAB CUBIERTO
Grabaciones sonoras	6	91%
Comercio por menor de grabaciones sonoras	2	100%
Comercio por mayor de música	2	100%
TOTAL MUSICA GRABADA	10	

Fuente: Extraído de Cuenta Satélite de Cultura de Uruguay 2012.

Las actividades de grabación y publicación de grabaciones sonoras ocuparon a 253 empleados en 2016, según datos de la Encuesta Continua de Hogares (ECH).

» Comercio exterior

Mientras que el total estimado de exportaciones del sector fue en 2012 de 148.000 dólares incluyendo ventas al exterior de discos y licencias; las importaciones de discos ascendieron a 1.578.000 dólares. De todos modos, nuevamente, cabe aclarar que no se disponen de datos de las descargas o reproducciones online, ni de la facturación de plataformas de pago como Spotify.

» Casos de éxito

Uruguay se caracteriza por un panorama musical sumamente diverso, con un alto nivel de calidad como el atributo más destacable de sus producciones. Se encuentran músicos de diferentes géneros y con diferentes influencias, pero todos con altos niveles de calidad, tanto en la ejecución como en las composiciones. En este contexto, se pueden señalar algunos casos de éxito que sin ser los únicos, han tenido un especial reconocimiento a nivel internacional.

¹⁶ Fuente: Perfil del internauta uruguayo, Radar, 2016.

Óscar para Uruguay: Jorge Drexler

En 2005, Jorge Drexler se transformó en el primer artista uruguayo en obtener un Oscar, por la canción "Al otro lado del río", que pertenece a la película "Diarios de motocicleta", siendo la primera canción en castellano de la historia en recibir este galardón.

Rock de Uruguay rompiendo fronteras: NTVG, La Vela Puerca y El Cuarteto de Nos

Las bandas de rock uruguayo han roto fronteras, generando nuevos hitos año a año y cosechando numerosos reconocimientos. Algunas de las experiencias más exitosas han sido las llevadas adelante por No Te Va a Gustar, La Vela Puerca y El Cuarteto de Nos, bandas que penetraron primeramente en Argentina, el mercado más accesible para las bandas uruguayas por cercanía y afinidad cultural y lingüística, y luego en otros destinos de la región como Chile y México, para llegar más tarde a España y otros países de Europa.

El caso de la cumbia pop for export en Uruguay: Rombai, Márama, Toco para vos, Dame 5, Mano Arriba

Rombai y Márama nacieron en 2014, con lanzamientos de singles que rápidamente alcanzaron el éxito. Entre 2015 y 2017 lanzaron cada uno más de 16 singles logrando la popularidad con millones de visitas en Youtube. Dame 5 fue creada por los mismos productores de Rombai y Márama en 2016. Toco para vos surge en 2013 y en 2016 lanzaron su primer disco con la productora Warner Music. En total, los temas de estas bandas tienen aproximadamente 2.000 millones de visitas en la mencionada plataforma.

Las marcas identitarias de la cultura uruguaya: tango, murga y candombe

Cada país tiene sus propias tradiciones y entre ellas, tiene sus estilos musicales identitarios. En un mundo globalizado, en el que la diferenciación y la especialización constituyen aspectos de valor agregado y generación de ventajas competitivas, las músicas tradicionales y folklóricas que han ido ingresando a los mercados internacionales, como el tango, la murga y el candombe, han permitido la generación de interesantes nichos de oportunidad para exportar bienes y servicios vinculados a la industria de la música.

El **tango** surge tradicionalmente como un género portuario y rioplatense, compartido por las ciudades de Montevideo y Buenos Aires. El género ha transitado y se ha ido desarrollando a lo largo de la historia en nuestro país. La Cumparsita, hito mundial del tango, fue creada por el uruguayo Mattos Rodríguez en el año 1915. Numerosos artistas locales han sido embajadores del tango uruguayo en el exterior. Uruguay cuenta con la Comisión Interministerial de apoyo al Tango compuesta por los Ministerios de Relaciones Exteriores, Educación y Cultura y el Ministerio de Turismo (CIAT).

La **murga** ha cosechado un éxito creciente en el exterior en los últimos años, particularmente en Argentina. Varias murgas uruguayas han realizado giras por el vecino país e incluso se ha observado un importante desarrollo de murgas de estilo uruguayo en Argentina.

Finalmente, el candombe, como ritmo tradicional uruguayo ha sido incorporado al repertorio de diversos artistas, que han mostrado sus composiciones en varias partes del mundo. A su vez, el género ha experimentado interesantes fusiones con otros ritmos locales y tradicionales.

Sector diseño

» Caracterización del sector

El diseño forma parte de la mayoría de las cadenas productivas y genera un fuerte valor agregado en productos y servicios, favoreciendo la competitividad y generando empleo calificado. En este sentido resulta fundamental incorporar el diseño en las distintas áreas del desarrollo empresarial, promoviendo así la incorporación de valor en los procesos productivos. De hecho, existen indicadores que comprueban los aumentos en la rentabilidad de las empresas que incorporan al diseño en sus procesos¹⁷.

El sector público en Uruguay considera al diseño como un sector clave de la economía y ha reunido esfuerzos para promover las actividades en el sector. En este sentido, el Conglomerado de Diseño agrupa a los distintos actores del sector de diseño y brinda un espacio de coordinación, planificación y ejecución de planes estratégicos con el objetivo promover el desarrollo del sector. Uno de los objetivos es lograr posicionar al diseño uruguayo internacionalmente, respaldándolo con la marca país.

El incremento en la participación de las empresas del sector en los programas de apoyo de Uruguay XXI da muestra del desarrollo y profesionalización del sector. Dicha participación se multiplicó por nueve entre 2010 y 2016. Los principales sectores participantes son: mobiliario, diseño gráfico, diseño web, imagen corporativa, así como diseño de indumentaria y accesorios.

» Importancia del sector

Se destacan los reconocimientos internacionales que están teniendo las empresas nacionales. Algunos ejemplos son el estudio de diseño La Agencia, que fue premiado en el A'Design Award & Competition de Milán con su producto "Banco". En la última edición del Premio Salão Design en Brasil fueron premiados: Estudio Claro, Estudio Diario, Sibille y estudiantes de la EUCD. Cruce Design Group fue distinguido con los Premios internacionales CLAP.

La internacionalización del diseño puede tomar diferentes formas. La exportación de servicios de diseño (diseño gráfico, diseño web, diseño de producto (mobiliario, moda, packaging, entre otros) y la exportación de productos donde el diseño está incluido (productos con diseño - descomoditización a través del diseño, afectando la estética, el cometido, la operatividad, etc.) o productos de diseño o de autor (diseño como core del producto)¹⁸.

De acuerdo con la Encuesta a Egresados de Diseño 1992-2013, 6 de cada 10 egresados trabajó para clientes del exterior en los últimos 3 años, lo cual indica una importante orientación exportadora. Además, 1 de cada 10 egresados indicó que su actividad profesional está estrechamente ligada a la exportación (más del 80% de sus labores). De todos modos, se debe tener en cuenta que hoy en día existen más herramientas para poder exportar este tipo de servicios (plataformas de oferta, mayor desarrollo de TIC's, mejores índices de conectividad, etc.)¹⁹.

» Fortalezas del diseño uruguayo

- Costos de servicios de diseño competitivos a nivel internacional y regional.

¹⁷ [Diseño Uruguay-Catálogo 2012.](#)

¹⁸ [Diseño Uruguay-Catálogo 2012.](#)

¹⁹ [Encuesta a Egresados de Diseño 1992-2013.](#)

- El diseño uruguayo tiene un profundo vínculo con la modernidad, lo que resulta en un diseño que se incorpora naturalmente a mercados globales como los de Europa y de Estados Unidos.
- Las actividades de diseño uruguayo se vinculan transversalmente con diferentes tipos de industria, siendo un factor relevante dentro de cualquier sector productivo.
- Empresas pequeñas y flexibles, capaces de adaptarse con facilidad a los cambios económicos y productivos.
- Diseño de alta calidad.
- Profesionales destacados con experiencia en los distintos segmentos del diseño.
- Presencia de elementos como cultura, materiales, procesos y solidez profesional que fortalecen las expectativas de desarrollo del diseño uruguayo.
- Respaldo institucional al diseño uruguayo, con énfasis en la coordinación, la generación de redes de valor y la colaboración público-privada.

» Estructura empresarial

De acuerdo con el Informe de Caracterización del sector incluido en el Plan de Refuerzo de la Competitividad para el Sector Diseño (2009)²⁰, existen en Uruguay aproximadamente 320 empresas/estudios de diseño, además de otras empresas industriales y de servicios relevantes para el sector, que han establecido y consolidado departamentos de diseño propios.

Asimismo, se pueden identificar diseñadores free-lance, profesionales del diseño que trabajan en forma independiente, generalmente bajo la forma jurídica de unipersonales. Se estima que en esta situación de autoempleo se encuentran unos 150 diseñadores.

De esta manera, existe un núcleo duro de 470 agentes en el diseño uruguayo. La gran mayoría de las empresas está radicada en Montevideo. Se estima que el empleo total en el diseño alcanza a 1.300 profesionales y que genera 2.700 trabajos indirectos. Finalmente, se estima en US\$ 20 millones la facturación del sector, de la cual aproximadamente 10% provendría de ventas al exterior.

Además del núcleo duro se identificaron las siguientes empresas vinculadas al Cluster de Diseño:

- 100 empresas vinculadas a la comercialización de productos “con diseño”
- 200 empresas proveedores de servicios complementarios como imprentas y editoriales
- 150 empresas proveedores industriales como las matriceras u otras empresas de packaging
- 200 empresas relevantes para los estudios de diseño de interiores como carpinterías, tapicerías u otros servicios de acondicionamiento
- 150 empresas de programación relacionadas al diseño web
- 50 empresas de jardinería y viveros relacionadas directamente con los estudios de diseño en paisajismo

» Caracterización de las empresas de diseño

La Cámara de Diseño de Uruguay²¹ organiza a las empresas y profesionales del área según cinco subsectores, a saber: textil/indumentaria, web/multimedia, producto, gráfico/packaging e interiorismo/paisajismo. A su vez, se señalan algunas características diferenciales de las empresas de diseño:

²⁰ [Plan de Refuerzo de la Competitividad para el Sector Diseño \(2009\)](#).

²¹ <https://cdu.org.uy/>

- Existe una importante heterogeneidad a la interna del sector en cuanto a tamaño de las empresas, áreas de trabajo, etc..
- Son empresas relativamente jóvenes. Las más antiguas datan de comienzos de los 90.
- Utilizan fuentes de financiamiento propias.
- Es un sector que genera empleo calificado y en general con un promedio de edad menor al promedio del país.
- El principal destino de la producción es el mercado interno aunque existen algunas experiencias exportadoras exitosas. Los mercados a los que se ha ingresado con servicios de diseño son: Argentina, Paraguay, Ecuador, Estados Unidos, España e Italia.
- En vista del aumento de la matrícula en las carreras de diseño, se espera que el número de profesionales aumente en forma muy importante en los próximos años.

Sector editorial e ilustración

» Caracterización del sector

Este sector comprende las actividades de edición y publicación de libros, periódicos, diarios y revistas²². En Uruguay las editoriales (empresas dedicadas a la producción de libros) nacionales se caracterizan por publicar un número importante de obras anualmente, promoviendo así el desarrollo de los artistas nacionales. Las editoriales de capitales extranjeros generalmente comercializan parte de su catálogo internacional, importan obras y editan y publican obras en el país. También desarrollan actividades de edición determinadas instituciones educativas y centros de investigación.

Por su parte, las empresas de edición de publicaciones como diarios y revistas, desarrollan las actividades de generación y edición de contenido y generalmente también imprimen sus ejemplares en sus propios establecimientos.

Los libros y publicaciones son distribuidos generalmente por distribuidores mayoristas a comercios minoristas que luego realizan la venta al público. Las editoriales a veces abarcan también las actividades de distribución e incluso las de venta al por menor. Algunos diarios y revistas también utilizan el método de distribución por suscripción.

» Análisis del mercado global²³

El desarrollo de las TIC's y la globalización traen aparejados nuevos paradigmas para el sector. La introducción de nuevos productos, procedimientos y modelos de negocio (e-books, espresso book machine entre otros) el incremento de la demanda de traducciones, el aumento del comercio de derechos de autor.

El sector editorial a nivel mundial ha pasado por un proceso de concentración dando lugar a grandes empresas que dominan el mercado. Dada la globalización, el mercado mundial se ve afectado por una sobreoferta que obliga a las empresas editoriales a aumentar sus inversiones en estrategias de promoción y publicidad. Es por esto que la calidad de la difusión ha ganado importancia frente a otros factores considerados por los consumidores.

» Importancia económica del sector²⁴

²² [Cuenta Satélite de Cultura Uruguay 2012.](#)

²³ [Conglomerado Editorial - Plan de Refuerzo de la competitividad Noviembre 2009.](#)

²⁴ [Cuenta Satélite de Cultura Uruguay 2012.](#)

El sector de libros generó en 2012 un valor bruto de producción de US\$ 39,0 millones y un valor agregado de US\$ 21,7 millones. En cuanto a la generación de empleos, el sector de generó 1.239 puestos de trabajo (considerando dependientes, no dependientes y no remunerados).

El comercio en tiendas especializadas acumula 65% de la producción y 73% del valor agregado total del sector (incluye la venta de artículos de papelería como actividad secundaria). Las editoriales acumulan el restante 35% de la producción del sector y el 27% del valor agregado.

Por su parte, el sector de publicaciones, que incluye diarios y revistas entre otras, registró un valor bruto de producción de US\$ 115,7 millones y un valor agregado de US\$ 60,0 millones. El empleo generado por este sector fue de 2.499 puestos (considerando dependientes, no dependientes y no remunerados).

Los diarios y las revistas acumulan el 84% de la producción y 85% del valor agregado total del sector. El comercio al por mayor y por menor acumula el restante 16% de la producción y el 15% del valor agregado.

En conjunto, el sector en 2012 generó un valor bruto de producción de US\$ 154,7 millones y un valor agregado de US\$ 81,4 millones.

» Comercio exterior

Respecto a la internacionalización del sector, en 2012 la cifra exportada de libros fue de 72.000 dólares, mientras que las exportaciones de diarios y revistas fueron mínimas (5.094 dólares).

» Factores de competitividad del sector editorial²⁵

Existen dos factores críticos para que las empresas de este sector logren ser competitivas: alcanzar ciertos estándares de calidad y poseer las capacidades empresariales para ello.

1. Competencia en calidad²⁶

El concepto de calidad abarca mucho más que la calidad del contenido, implica también la presentación, difusión, distribución y comercialización del libro. En este sentido es importante que la calidad sea el objetivo de los distintos eslabones de la cadena.

Para lograr cierto nivel de calidad es imprescindible que los recursos humanos posean un alto nivel educativo y por ende es necesaria la existencia de cursos y carreras para el sector (edición, traducción, correctores, diseño gráfico, marketing). Se entiende por lo tanto la importancia de políticas de educación por parte del gobierno.

2. Desarrollo de capacidades²⁷

Las capacidades que deben desarrollar las empresas del sector son la gestión, los recursos humanos, la tecnología, y la financiera.

» Análisis FODA para el sector nacional²⁸

²⁵ [Conglomerado Editorial - Plan de Refuerzo de la competitividad Noviembre 2009.](#)

²⁶ [Conglomerado Editorial - Plan de Refuerzo de la competitividad Noviembre 2009](#)

²⁷ [Conglomerado Editorial - Plan de Refuerzo de la competitividad Noviembre 2009](#)

²⁸ [Conglomerado Editorial - Plan de Refuerzo de la competitividad Noviembre 2009](#)

▪ Fortalezas

- Ley del libro, que declara de interés nacional a este sector abarcando aspectos como estímulo a la producción, fomento a la circulación, apoyo a la exportación, estímulo a la edición nacional, financiamiento, difusión por publicidad, ferias y exposiciones, entre otros.
- El hábito lector de la población uruguaya.
- Bajo índice de piratería.
- El sector posee años de experiencia y un buen reconocimiento entre países de habla hispana.
- Respeto por el precio establecido por la editorial.

3. Debilidades

- Ley de libro no se aplica fuertemente.
- No se respeta la Ley de Derecho de Autor.
- Si bien el precio fijo se respeta, no está regulado lo que puede afectar negativamente a las librerías.
- El desempeño del Estado como promotor de la lectura se entiende como escaso y poco articulado con el resto de los actores.
- Falta de economía de escala por el tamaño reducido del mercado.
- Cuestiones más concretas relacionadas con el sector, el entorno se caracteriza por la ausencia del libro en los medios de comunicación.
- Falta de una estrategia conjunta del sector que tenga como objetivo la exportación.
- Escasa profesionalización de los recursos humanos específicos (librerías, bibliotecas).
- Falta de canales de distribución y acceso en el interior del país.

4. Oportunidades

- La existencia de un conglomerado de la industria editorial que promueve la articulación público-privada.
- Existencia de nichos de mercado internacionales que podrían estar omitidos por las grandes empresas globales.
- La existencia de nuevos paradigmas genera nuevas oportunidades para las empresas nacionales.
- El Plan Ceibal como oportunidad para adquirir know how en la adaptación de contenidos a formatos exigidos en este tipo de planes.

5. Amenazas

- Creciente concentración en las empresas del sector.
- Necesidad de rápida adaptación a los cambios tecnológicos.
- Dado el incremento en el comercio internacional del sector, se puede dar un aumento en las importaciones (dada la fuerte asimetría entre las importaciones y las exportaciones en Uruguay).

» Casos de éxito

Uruguay se caracteriza por una larga tradición de escritores reconocidos mundialmente, ya que cuenta con figuras como Juana de Ibarburu, Horacio Quiroga, Juan Carlos Onetti, Mario Benedetti y Eduardo Galeano y Mario Levrero. En particular, Juan Carlos Onetti fue el primer uruguayo en ganar el premio Cervantes.

Por su parte, en el campo de la historieta y de las ilustraciones también ha habido interesantes casos de éxito. Por un lado, Eduardo Barreto dibujó para la empresa de comics DC, en la cual fue ilustrador de Batman y de Superman. Otros ilustradores uruguayos que han generado suceso internacional son Hermenegildo Sabat y Hogue.

Programas de apoyo a las industrias creativas en Uruguay

» Programa de Innovación para Industrias Creativas

En Marzo de 2018 se realizó el lanzamiento anual del programa de innovación para industrias creativas de la ANII (programa operativo desde mayo de 2017). El programa busca generar sinergias entre el sector de industrias creativas y el resto de los sectores de la economía (o viceversa) para generar innovación, a través de la cofinanciación de proyectos con fondos no reembolsables.

Empresas que deseen innovar y/o agregar un valor diferencial a sus productos, servicios, procesos y/o comercialización, podrán presentar proyectos, siempre que se dé esa interconexión con "sectores opuestos" y estén alineados al espíritu de los instrumentos.

Para lograr el objetivo el programa prevé 4 herramientas de apoyo en distintas modalidades, pensadas para que puedan aplicar tanto las empresas de los propios sectores creativos, así como por el resto de los sectores económicos de Uruguay:

Herramientas:

Instrumentos para las empresas que pertenecen al sector de las Industrias Creativas:

Editorial, audiovisual, música, publicidad, diseño, artes visuales, artes escénicas y espectáculos, fonografía, software de contenido, agencias de noticias, turismo y patrimonio cultural

1. Validación técnica y comercial para industrias creativas

- Fomenta la investigación de nuevas formas de agregar valor e innovación a productos, servicios, procesos o modos de comercialización dentro de la empresa.
- Bajo este instrumento se podrá financiar materiales e insumos para llevar a cabo la validación, contratación de consultorías, servicios técnicos y pruebas de concepto, contratación de hasta dos meses de profesionales para planificar acciones de innovación dentro de la empresa, entre otros.
- Apoyo a brindar: Hasta \$160.000 (sin IVA) no reembolsables para desarrollar el proyecto.
- Modalidad de postulación: Ventanilla abierta, sin fecha límite de postulación.

Por más información: <http://www.anii.org.uy/apoyos/innovacion/120/programa-de-validacion-tecnica-y-comercial-para-industrias-creativas/>

2. Voucher de innovación para empresas de las industrias creativas

- Este instrumento prevé facilitar la conexión con otros sectores externos a lo creativo (tecnología, ingeniería, etc.) para generar innovación y mejora en productos, servicios, procesos y/o formas de comercialización dentro de las empresas de las industrias creativas, como puntapié hacia posibles proyectos colaborativos de mayor tamaño a futuro.
- Bajo este instrumento se podrá financiar desarrollo y testeo de conceptos o prototipos, actividades de investigación y desarrollo, contratación de técnicos y profesionales, adquisición de materiales, capacitación específica, software o programación a medida, entre otros.

- Apoyo a brindar: Hasta el 80% del costo total del proyecto con un tope máximo de hasta \$254.000 (sin IVA) no reembolsables.
- Modalidad de postulación: Ventanilla abierta: sin fecha límite de postulación.

Por más información: <http://www.anii.org.uy/apoyos/innovacion/122/vouchers-de-innovacion-para-empresas-de-las-industrias-creativas/>

Instrumento para el resto de los sectores económicos:

3. Voucher de innovación para la contratación de empresas de las industrias creativas

- Este instrumento prevé facilitar la vinculación con el sector creativo para generar innovación y mejora en productos, servicios, procesos y/o formas de comercialización, como puntapié a hacia posibles proyectos colaborativos de mayor tamaño a futuro.
- Bajo este instrumento se podrá financiar la diferenciación y/o mejora de productos o servicios, aplicación y/o validación de diseño, desarrollo y/o testeado de conceptos o prototipos, implementación de iniciativas no estándares de marketing y/o comunicación, transferencia de conocimiento, entre otras posibilidades.
- Podrán postular proyectos las empresas de derecho privado de todos los tamaños radicados en el país, incluyendo cooperativas productoras de bienes y servicios.
- Apoyo a brindar: Hasta el 80% del costo total del proyecto con un tope máximo de hasta \$254.000 (sin IVA) no reembolsables.
- Modalidad de postulación: Ventanilla abierta: sin fecha límite de postulación.

Por más información: <http://www.anii.org.uy/apoyos/innovacion/121/vouchers-de-innovacion-para-la-contratacion-de-empresas-de-las-industrias-creativas/>

Instrumento para instituciones:

4. Actividades de fomento para industrias creativas

- Este instrumento prevé la financiación de actividades de sensibilización, capacitación y colaboración con el objetivo de evidenciar las potencialidades de las Industrias Creativas como factor de innovación y competitividad.
 - Bajo este instrumento se podrá financiar actividades de difusión y casos de éxito de buenas prácticas de cooperación entre las Industrias Creativas y otros sectores económicos, actividades de networking, entre otras posibilidades.
- Podrán presentar proyectos las instituciones públicas o privadas de cualquier sector.
- Apoyo a brindar: Hasta el 80% del costo total del proyecto con un tope máximo de hasta \$201.600 no reembolsables.
 - Modalidad de postulación: Convocatoria en modalidad concurso: apertura 06.03.2018 | cierre 25.04.2018.

Por más información: <http://www.anii.org.uy/apoyos/innovacion/119/actividades-de-fomento-para-industrias-creativas/>

» Fondo Concursable para la Cultura

El Fondo Concursable para la Cultura (FCC) fue creado en 2005 por la Ley Nº 17.930 con el objetivo de financiar “Proyectos de Fomento Artístico y Cultural”. Se realiza una convocatoria pública al año, dirigida a artistas y emprendedores culturales. El FCC comprende las siguientes categorías: artes visuales, danza, diseño, música, teatro, letras, memoria y tradiciones, revistas especializadas en cultura y relato gráfico y animación. Entre el año 2006 y 2015, hubo un total de 3956 proyectos inscriptos, siendo 933 premiados. A lo largo de esas 9 convocatorias, se destinaron más de \$172 millones al FCC, posibilitando el trabajo directo de aproximadamente 4.500 artistas y hacedores de cultura en todo el país.

Por más información: www.fondoconcursoable.mec.gub.uy

» Fondos de Incentivo Cultural

Los Fondos de Incentivo Cultural (FI) fueron creados también en el año 2005 a través de la misma ley que creó el FCC. Este apoyo constituye una potente herramienta de facilitación de financiamiento de proyectos artísticos culturales en todo el país. Anualmente, se realiza un llamado a concurso a proyectos artístico-culturales de todo el país en las categorías: audiovisual, artes visuales, danza, letras, música, teatro, museos y multidisciplinarios.

Luego de ser evaluados por un tribunal idóneo en cada disciplina, los proyectos pueden ser incluidos en el Registro de Proyectos de Fomento Artístico Cultural, quedando así habilitados a ofrecer a las empresas el beneficio fiscal que la ley otorga. Dado que estos fondos se integran con los aportes de las personas físicas y empresas contribuyentes al IRAE y al Impuesto al Patrimonio, a cambio reciben beneficios fiscales, que son del 65% en el caso de los proyectos del interior, 55% en cuanto a los proyectos de Montevideo y 35% si se trata de proyectos oficiales.

Por más información: fondosdeincentivocultural.gub.uy

» Programa de Competitividad de Conglomerados y Cadenas Productivas

El Programa de Competitividad de Conglomerados y Cadenas Productivas (PCC) fue financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo y ejecutado por la Oficina de Planeamiento y Presupuesto. Tuvo como objetivo aumentar la competitividad de empresas, a través de la dinamización de los conglomerados²⁹ en el que se insertaron las diferentes empresas, buscando generar ventajas competitivas de cara a los mercados internacionales.

En virtud de este programa se conformaron conglomerados de audiovisual, diseño, música y editorial. El programa apuntó a la creación de un entorno favorable, que permitiera una adecuada articulación entre empresas, instituciones de investigación y enseñanza y gobierno.

» Fondos de Estímulo a la Formación y Creación Artística (FEFCA)

²⁹ El programa entiende por “conglomerado” al un conjunto de empresas que comparten un territorio y una cadena de valor o cadenas conexas.

El Fondo de Estímulo a la Formación y Creación Artística (FEFCA) fue creado mediante la Ley Nº 18.719 de 2010, como un programa que destina fondos públicos al estímulo de la formación y creación artística a través de mecanismos concursables.

Se realiza una convocatoria pública por año, dirigida a artistas y hacedores de la cultura para postular a las becas de formación Eduardo Víctor Haedo o las becas de creación Justino Zavala Muniz. Las 54 becas están disponibles en seis categorías: artes visuales, audiovisual, danza, letras, música, teatro, artes circenses y títeres.

» **Fondo de Fomento y Desarrollo de la Producción Audiovisual Nacional (FONA)**

El FONA, creado en 1995, contempla la participación de proyectos de ficción, documentales y proyectos a realizarse con técnicas de animación.

» **Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual**

Los recursos disponibles gracias al Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual se asignan mediante dos modalidades: concursable, para producción, desarrollo, festivales y muestras; y no concursable, para lanzamiento, promoción y posicionamiento internacional de proyectos y películas. Dependiendo de la modalidad, se prevé la presentación de largometrajes de ficción o documental, así como cortometrajes de animación y telefilms.

» **Programa Montevideo Socio Audiovisual**

El Programa Montevideo Socio Audiovisual es gestionado por la Oficina de Locaciones Montevideanas de la Intendencia de Montevideo. Los proyectos deben ser presentados por una productora uruguaya y el director puede ser uruguayo o extranjero con al menos cinco años de residencia en el país.

Se realizan dos llamados por año, a través de dos líneas de financiamiento, Montevideo Filma (proyectos que inicien el rodaje dentro de los seis meses siguientes a la convocatoria) y Finalización de Largometrajes (proyectos ya rodados una vez abierta la convocatoria).

» **Fondo Nacional de Música (FONAM)**

El Fondo Nacional de Música (FONAM) fue creado en 1994 por la Ley 16.624 con el objetivo de financiar el apoyo y difusión de la actividad musical nacional en todo el territorio de la República. Para ello, se realizan dos llamados anuales a presentación de proyectos a ser financiados total o parcialmente. A la vez, la Comisión Administradora tiene la potestad de gestionar ante organismos oficiales exenciones y tarifas especiales.

» **Fondo Pro-Industria + Diseño**

El Fondo Pro-Industria + Diseño financia la contratación de servicios de diseño para dos modalidades: diseño de producto o packaging; y diseño gráfico, web o de interfaz gráfica. El objetivo del programa es fomentar el encuentro entre las empresas del sector productivo y empresas de diseño o diseñadores independientes, permitiendo la valorización del diseño como una herramienta de mejora competitiva.

» **Otros Fondos y Premios**

- Fondos para el Desarrollo de Infraestructuras Culturales en el Interior del país
- Fondo de Apoyo al Fortalecimiento de Instituciones Artísticas del Uruguay
- Gran Premio Nacional a la Labor Intelectual
- Premio Nacional de Artes Visuales
- Premio Anual de Música
- Fondos de la Dirección General de Asuntos Culturales del MRREE
- Fondos de la Dirección de Cultura y Dirección de Industrias Creativas del MEC
- Fondo Ibermedia

Por información detallada sobre estos fondos y premios: www.cultura.mec.gub.uy

Ferias y eventos internacionales

Las ferias internacionales son uno de los elementos de mercadotecnia más completos para la promoción de las empresas y sus productos en el exterior. Esta herramienta no solo permite a las empresas exponer sus productos, encontrar a los principales actores de su sector y generar encuentros de negocios en un mismo lugar, así como medir la actuación de su competencia; sino que también hace posible que las empresas conozcan la situación actual de su sector y actualicen sus conocimientos a través de seminarios y talleres realizados habitualmente en forma paralela al evento.

Cabe destacar que, en lo referente al sector audiovisual, la Uruguayan Film Commission and Promotion Agency (UFCPO) es la entidad encargada de promover las locaciones uruguayas como escenario para producciones extranjeras y de contribuir con la proyección internacional de la producción audiovisual nacional. Algunos de los eventos de relevancia internacional para el sector son: Festival Internacional de Cine de Guadalajara, Forum Brazil TV, Sevilla International Locations Expo, Ventana Sur (Argentina), Locations Shows (USA), Festival de San Sebastián (España), Festival Internacional de cine de Busan (Corea del Sur) y Marché Du Film de Cannes (Francia).

El sector de la música posee varios eventos de peso a nivel internacional, como: Womex en Dinamarca, SWSW en Estados Unidos, Popkomm en Alemania y Bafim en Argentina.

El sector de diseño tiene como referentes en el rubro de vestimenta, calzado y accesorios las ferias de moda, como NY Fashion Week, London Fashion Week y São Paulo Fashion Week. En Uruguay, la Moweeek, tras su octava edición el pasado año se ha consolidado como un marco de referencia para los diseñadores del país, abarcando no solo stands y desfiles, sino también charlas y presentaciones. A nivel diseño de mobiliario, se destacan Designjunction en Londres y Salão Design en São Paulo.

En cuanto al sector de editorial e ilustración, la feria más relevante para la industria uruguaya, según fuentes del Departamento de Industrias Creativas es la la Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil de Bolonia, Italia, que además tiene premiación para estos rubros y son de gran reconocimiento internacional. Además, las principales ferias a nivel internacional son la Feria del Libro de Fráncfort, Alemania y La Feria Internacional del Libro de Guadalajara, México.

Páginas web de interés

» Sector audiovisual

Asociación de Empresas Proveedoras para la Industria Audiovisual (APROVE): www.aprove.com.uy

Asociación de Productores y Realizadores de Cine del Uruguay (ASOPROD): www.asoprod.org.uy

Cámara Audiovisual del Uruguay: www.cadu.org.uy

Instituto del Cine y el Audiovisual (ICAU): www.icaui.mec.gub.uy

Locaciones Montevideo: locaciones.montevideo.gub.uy

» Sector música

Asociación de Productores y Managers Musicales del Uruguay: promuy.wordpress.com

Asociación General de Autores del Uruguay (AGADU): www.agadu.com.uy

Asociación Uruguaya de Músicos (AUDEM): www.audem.org.uy

Cámara Uruguaya del Disco (CUD): www.cudisco.org

Escuela Universitaria de Música: www.eumus.edu.uy

Orquesta Filarmónica de Montevideo: www.filarmonica.org.uy

Sociedad Uruguaya de Artistas Intérpretes (SUDEI): www.sudei.org.uy

Federación Uruguaya de Músicos (FUDEM): fudem.uy

» Sector diseño

Cámara de Diseño del Uruguay (CDU): www.cdu.org.uy

» Sector editorial

Cámara Uruguaya del Libro (CUL): www.camaradellibro.com.uy