

REPORT

URUGUAY AT EXPO OSAKA 2025



Uruguay XXI
INVESTMENT, EXPORT AND COUNTRY
BRAND PROMOTION AGENCY

NOVEMBER 2025

REPORTE: URUGUAY EN EXPO OSAKA 2025

Equipo de trabajo: desde Uruguay XXI el área de Marca País, Larissa Perdomo y Mariana Cabrera.

2023-2024: Comisario de Uruguay en la expo Osaka y director de Uruguay XXI, Sebastián Risso.

2025: Comisario de Uruguay en la expo Osaka, Benjamín Liberoff. Se incorporan Martín Mercado, vicedirector de Uruguay XXI. Para el Día de Uruguay Pablo Pereira (Exportaciones) y Germán Amorín (Marca País)

Las articulaciones con prensa y eventos locales fueron llevadas a cabo por el área de Comunicación de Uruguay XXI.

Articulación con el Ministerio de Relaciones Exteriores, área Dirección de Inteligencia, Promoción Comercial e Inversiones.

Articulación con INAC, INAVI, CUTI y SUL entre otras agencias y colectivos exportadores

Puntos focales: Ana Inés Rocanova, Silvana Lesca (2024) y Pablo Porro (2025).

Embajada de Uruguay en Japón: Victoria Francolino y Maximiliano Da Silva.

1. ANTECEDENTES

La participación de Uruguay en la Expo Osaka 2025 refleja el compromiso del país con la promoción internacional. Estas Exposiciones Universales son oportunidades clave para la diplomacia pública, ayudando a proyectar y posicionar la Marca País de manera efectiva.

Uruguay posee una trayectoria consolidada en este tipo de ferias, demostrando una presencia constante en los últimos 15 años, destacando sus fortalezas productivas y su capacidad de innovación, como las más recientes Expo Milán 2015 y la Expo Dubái 2020.

Esta continuidad subraya el compromiso de Uruguay con la agenda global, pues se posiciona como un país capaz de contribuir a la construcción de activos relacionados con la Producción Agropecuaria Sostenible, las Energías Renovables (incluyendo el Hidrógeno Verde), la Innovación y la Transformación Digital. De esta manera, el país utiliza estas vitrinas mundiales para proyectarse no solo como un exportador de materias primas, sino como un socio confiable y líder en sostenibilidad.

La Expo Osaka 2025 fue un foro global que congregó a 150 países y 25 organizaciones internacionales bajo el lema "Diseñando la sociedad del futuro para nuestras vidas". Se posicionó como una plataforma crucial para impulsar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), dado que 2025 marca el punto de inflexión para alcanzar la meta global de 2030.

Los tres subtemas centrales de la Expo fueron: Saving Lives (Salvar Vidas), Connecting Lives (Conectar Vidas), y Empowering Lives (Empoderar Vidas).

Posicionamiento: Uruguay consolidó su participación con el objetivo de impulsar iniciativas económicas y comerciales, así como aumentar el conocimiento sobre el país en Japón y la región Asia-Pacífico.

La estrategia se centró en proyectar una imagen internacional sostenible, destacando a Uruguay no solo como exportador, sino como un socio confiable e innovador:

Sostenibilidad y Tecnología: Producción Agropecuaria Sostenible, Energías Renovables (incluyendo el Hidrógeno Verde), Innovación y Transformación Digital. Producción de Alimentos y Turismo Sostenible.

Vínculo con Japón: La Expo capitalizó la historia de más de un siglo de relación comercial y cooperación bilateral con Japón, sentando un marco de confianza.

Japón es un actor destacado en el comercio internacional (puesto #5 en el ranking mundial de exportadores). Para Uruguay, es el destino #32 de colocaciones externas. El comercio con este socio arrojó las siguientes cifras en 2023:

Exportación Total a Japón (2023): US\$ 62,9 millones.

Principal Producto: Carne Bovina, que representó US\$ 35 millones (56% del total exportado a Japón).

Segundo Producto: Subproductos cárnicos, con US\$ 13 millones (21% del total).

2. AÑO 2024 PREPARACIÓN

El hito inicial en la preparación de Uruguay para la Expo Osaka 2025 fue la selección del espacio y la formalización de su compromiso con el Bureau International des Expositions (BIE). Uruguay aseguró su participación con un pabellón de 62 metros cuadrados ubicado estratégicamente dentro del área denominada "Commons C".

Junio 2024: Participación en International Participants Meeting (IPM) de la Expo Osaka.

Los días 25 y 26 de junio de 2024 en la Prefectura de Nara, Japón se realizó un encuentro para la coordinación de la Exposición Universal.

Delegación Uruguaya: La delegación estuvo compuesta por el director ejecutivo de Uruguay XXI, Sebastián Risso; la embajadora en Japón, Victoria Francolino; la directora de Inteligencia y Promoción Comercial e Inversiones de la Cancillería, Silvana Lesca; el cónsul general en Tokio, Maximiliano Da Silva; y la gerenta de Marca País de Uruguay XXI, Larissa Perdomo.

Esta reunión fue clave porque la preparación se centró en pasar de la fase de construcción a los detalles de la operación de los pabellones, la logística, los eventos y la gestión de visitantes, a menos de 300 días de la apertura de la Expo en abril de 2025.

Contó con la asistencia de aproximadamente 600 personas de cerca de 160 países y organizaciones internacionales.

Sumado a las actividades de la reunión, la delegación en Osaka mantuvo múltiples reuniones de evaluación de proveedores locales certificados por la expo que definieron los proveedores centrales como los de construcción y operaciones del stand. También se mantuvieron reuniones con autoridades del METI (Ministerio de economía de Japón y country Manager de la expo)

Llamados a proveedores:

La preparación para la Expo Osaka 2025 implicó varios llamados a licitación y procesos de selección competitivos para asegurar la operatividad y la presencia física del país en Japón.

Mayo de 2024: Desarrollo de plataforma digital (Landing Uruguay in Osaka).

Se realizó un llamado a proveedores para la realización y el desarrollo de la plataforma digital "Landing Uruguay in Osaka". Tras la evaluación de tres empresas oferentes, se seleccionó a la empresa Áreaw3 como la proveedora de servicios responsable del desarrollo.

Octubre de 2024: Operaciones de Uruguay en la Expo Osaka.

Se llevó a cabo un llamado y posterior selección de una empresa para encargarse de las operaciones de Uruguay en el sitio de la Expo en Osaka. Entre cinco empresas ofertantes, se seleccionó a Branding Latinoamérica, la cual se hizo responsable de las operaciones, incluyendo la instalación de un equipo de tres personas de su equipo en Japón.

Setiembre de 2024: Construcción del Stand de Uruguay.

Se efectuó el llamado y la selección de la empresa constructora del stand. Se eligió a la empresa Beyond Limits entre cinco competidores para ser la responsable integral de la construcción (montaje y desmontaje) del Stand de Uruguay en la Expo Osaka.

Actividades:

Setiembre 2024: evento presentación de Uruguay en la expo Osaka.

El evento se realizó en el Auditorio de Torre Ejecutiva y fue organizado conjuntamente por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Uruguay XXI. La instancia sirvió para anunciar de forma detallada la estrategia, el diseño del pabellón y las oportunidades de colaboración para la Exposición.

Se contó con la presencia del ministro de Relaciones Exteriores, Omar Paganini, el Embajador de Japón en Uruguay, Hideki Asari, y el director ejecutivo de Uruguay XXI y comisario de Uruguay en la Expo, Sebastián Risso.

Se presentó en detalle el diseño y la funcionalidad del stand de Uruguay, junto con las vías de apoyo del sector privado.

A partir de la fecha se comenzó a trabajar intensamente en la captación de sponsors tanto públicos como privados.

Referencias:

<https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/uruguay-llevara-su-innovacion-y-sostenibilidad-a-expo-osaka-2025/>

<https://www.gub.uy/presidencia/comunicacion/audios/completos/cancilleria-uruguay-xxi-presentaron-detalles-acerca-participacion>

Video institucional Uruguay en Osaka:

<https://www.youtube.com/watch?v=fsV6X6zWfRg&t=6s>

Noviembre 2024: Se efectuó el llamado para la selección y contratación del personal (Visitors Guides) destinado a la atención del pabellón de Uruguay en Osaka.

El proceso culminó con la contratación de siete guías para la atención al público del pabellón y un auxiliar de limpieza. Dichas contrataciones se concretaron en marzo de 2025 mediante la intermediación de la empresa Beyond Limits.

3. AÑO 2025, TAREAS PREVIAS A LA EXPO.

En marzo de 2025, tras los cambios en la estructura de liderazgo, el Ministerio de Relaciones Exteriores (MRREE) designó a Benjamín Liberoff como Comisario de Uruguay para la Expo Osaka 2025. El Comisario se integró al equipo de Marca País de Uruguay XXI para coordinar la ejecución del proyecto.

En la fase previa a la inauguración de la participación de Uruguay en la Expo Osaka 2025, el equipo de coordinación llevó a cabo un intenso trabajo diplomático y logístico, el cual se puede resumir en los siguientes puntos:

Se mantuvieron un total de 63 reuniones con instituciones públicas, entidades privadas y empresas, lo que se tradujo en una amplia colaboración. Estos esfuerzos aseguraron múltiples formas de participación:

Contenidos y presencia de marca: Se concretó la provisión de contenidos audiovisuales, la presencia física de productos representativos en el stand, el desarrollo de material institucional y la creación de merchandising específico.

Programación de eventos: Se planificaron en detalle las actividades a desarrollarse durante todo el calendario de la Expo, incluyendo la coordinación de acciones especiales para el Día de Uruguay.

Agenda paralela: La preparación de la Expo no se limitó al stand, sino que se complementó con una agenda paralela de alto nivel en Japón:

Se planificaron reuniones y actividades enfocadas en la captación de inversores y el impulso de exportaciones de bienes y servicios, involucrando instituciones japonesas y empresas clave de interés para Uruguay.

La presencia de Uruguay en Japón fue priorizada y reforzada mediante diversas acciones de cooperación y relaciones diplomáticas, asegurando que la participación en la Expo se enmarcaba en una estrategia integral de política exterior y promoción económica.

Febrero: Coordinación con Gobiernos Departamentales para la Expo Osaka 2025

Con el objetivo de coordinar la participación de Uruguay en la Expo Osaka 2025, el Comisario designado, Benjamín Liberoff, junto a representantes del Ministerio de Relaciones Exteriores y Marca País de Uruguay XXI, organizaron una reunión informativa con intendencias departamentales de todo el país. Este encuentro estratégico sirvió para presentar los detalles de la Exposición Universal y explorar las distintas modalidades en que los gobiernos departamentales y las empresas locales pueden sumarse a la iniciativa.

Referencia: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/expo-osaka-2025-uruguay-coordina-esfuerzos-con-gobiernos-departamentales-para-una-participacion-destacada/>

Febrero: Agro en Punta 2025

En el marco del evento, se llevaron a cabo reuniones personalizadas con empresarios clave y los organizadores del encuentro.

Abril: llamado y contratación de servicios de contenidos para redes sociales.

Se llevó a cabo el proceso de llamado, selección y contratación de una agencia especializada para la gestión de contenidos en las redes sociales de Uruguay en Osaka. Tras un proceso de llamado a proveedores, la empresa seleccionada del servicio fue VML. Esta contratación tuvo como objetivo garantizar la comunicación digital efectiva y la visibilidad de la participación uruguaya durante la Expo.

La supervisión, lineamiento estratégico y aprobación diaria de los contenidos para Instagram, X y LinkedIn se gestionó íntegramente desde Uruguay XXI.

4 de abril: evento presentación oficial de Uruguay en la Expo Universal Osaka en Torre Ejecutiva.

Participaron el canciller Mario Lubetkin, la directora de Uruguay XXI, Mariana Ferreira, el embajador de Japón ante Uruguay, Okada Kenichi, y el Comisario de Uruguay en la Expo Osaka, Benjamín Liberoff.

El evento fue una instancia previa a la apertura de la Expo. En él, se anunció que Uruguay celebraría su Día Nacional el 17 de junio, destacándose una misión empresarial e institucional coordinada por Uruguay XXI y un espectáculo artístico a cargo del Quinteto Barrio Sur, liderado por Hugo Fattoruso.

Además, se presentó un adelanto del pabellón, que se encontraba en construcción. Este resaltaría por su innovación y sustentabilidad, con un diseño interactivo con una sala de reuniones, un wine bar y espacios para promover al país.

Se presentaron al presidente Yamandú Orsi los antecedentes del trabajo realizado hasta la fecha, junto con la planificación de las actividades a desarrollar en la exposición (Expo) y la preparación de las misiones comerciales.

Referencia: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/uruguay-llevara-su-vision-de-futuro-a-la-expo-universal-osaka-2025/>

3.1 Preparación y logística

Se realizó la selección y coordinación del proveedor logístico para el envío de todos los productos y materiales a Japón. Paralelamente, se llevó a cabo el diseño, cotización y compra de merchandising y materiales promocionales necesarios para la exhibición.

Se cotizaron y compraron los vinos uruguayos para el wine bar, coordinando con bodegas que poseen distribuidores locales en Japón. Además, se supervisó el ingreso de mercadería a la Expo y se gestionaron los permisos correspondientes.

Se coordinó la preparación formal para el ingreso de productos destinados a degustación y exhibición en la Expo. Se supervisó la puesta a punto del Pabellón, incluyendo la construcción final, la verificación de materiales y el funcionamiento integral de los servicios contratados.

Se mantuvieron reuniones de coordinación y logística con todos los proveedores clave. De manera continua, se realizaron capacitaciones semanales online sobre el funcionamiento de la Expo y se llevaron a cabo reuniones de coordinación a distancia con autoridades del BIE (Bureau International des Expositions) y la propia Expo. Además, se completó la capacitación especializada del equipo de front desk.

Se organizó la preparación y coordinación de la inauguración oficial del Pabellón. Esto incluyó la contratación del servicio de catering para el brindis de apertura y una intensa gestión de invitaciones y convocatoria de autoridades y líderes institucionales.

Se trabajó intensamente en la recopilación de los videos institucionales (propios y de las organizaciones del Grupo Interinstitucional) y en la traducción de todo el material al idioma japonés.

4. INAUGURACIÓN DEL STAND DE URUGUAY Y APERTURA DE LA EXPO OSAKA.

Del 6 al 20 de abril: con motivo de la apertura de la expo Osaka, la inauguración del stand de Uruguay se llevó a cabo una agenda con varias actividades.

Actividades relacionadas a los actos de inauguración de la expo, visitas a otros pabellones, representantes de otros países, reuniones protocolares y con autoridades de la expo.

Visitas de locaciones para eventos durante el día de Uruguay, salas de reuniones y salones de hotel. Reuniones con proveedores de servicios de gastronomía.

Planificación de logística de la expo y de los futuros eventos.

Scouting de pabellones para realizar actividades conjuntas. Desde Marca País tuvimos reuniones con Chile, Perú y Brasil.

Visita al centro de prensa para conocer su funcionamiento y coordinar una conferencia de prensa para el día de Uruguay en junio.

Capacitación de equipo fijo de operaciones sobre el funcionamiento deseado del stand de Uruguay y sobre contenidos promocionales de Uruguay.

4.1 Inauguración del Pabellón de Uruguay en la expo.

El 14 de abril de 2025 se llevó a cabo la inauguración oficial del stand de Uruguay en la Expo Universal Osaka 2025.

La ceremonia contó con la asistencia de la embajadora de Uruguay en Japón, Victoria Francolino, el Cónsul en Tokio, Maximiliano da Silva, y el Cónsul en Cantón (China), Facundo Fernández, además de directores de pabellones vecinos y de la región. Tras las palabras de apertura, se ofreció una degustación con vinos uruguayos a los asistentes.

El evento tuvo cobertura de prensa internacional y nacional, incluyendo a la agencia EFE y el noticiero Subrayado (Canal 10 Uruguay).

Referencia: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/uruguay-inauguro-su-stand-en-la-expo-universal-osaka-2025-con-una-propuesta-sustentable-e-interactiva/>

Reuniones paralelas:

Se sostuvieron encuentros en Tokio con el BID (Banco Interamericano de Desarrollo) y JICA (Agencia de Cooperación Internacional de Japón), y en Osaka con JETRO (Organización para el Comercio Exterior Japonés). El objetivo fue coordinar la realización de seminarios de negocios Uruguay-Japón y abordar temas relevantes de cooperación en: agronegocios (carne y forestación), salud e investigación, riego, logística y puertos, movilidad y energías renovables (actividades que se concretaron en junio).

Además, se aprovecharon las actividades del Media Day en la Expo para mantener reuniones con medios clave como Japan Times y NHK.

Marca País por su parte mantuvo reuniones con los representantes de los pabellones de Brasil, Chile y Perú.

Actividades protocolares: La misión también participó activamente en los eventos protocolares organizados por el país anfitrión, el BIE (Bureau International des Expositions), como la inauguración de la propia Expo Osaka y el cocktail de bienvenida organizado por la Prefectura de Osaka.

5. DÍA DE URUGUAY Y MISIÓN MINISTERIAL PÚBLICO – PRIVADA

Actividades preparatorias del día de Uruguay y Misión ministerial MGAP

Después de la misión en abril, se empezó a trabajar en la agenda ministerial y en la delegación que participaría en junio, en el marco de las actividades del Día de Uruguay, acompañando al ministro Alfredo Fratti (MGAP). En el contexto de los preparativos para la celebración del Día de Uruguay y las actividades paralelas en Japón, se llevó a cabo una nueva misión oficial liderada por Uruguay XXI. Las actividades y la agenda de trabajo de esta misión se centraron tanto en la sede de la Expo en Osaka como en la ciudad de Tokio.

Se hizo una convocatoria a empresas para que se unieran a la delegación. Desde el área de Marca País, en coordinación con el área de exportaciones, se invitó a empresas, cámaras, asociaciones e inversores interesados en el mercado japonés o que ya estuvieran trabajando en él.

Paralelamente, se comenzó a coordinar con INAC e INAVI los eventos del Día de Uruguay. Se coordinó con los proveedores elegidos en Japón y también con los artistas para la propuesta cultural, tanto en el evento protocolar de la expo como en las recepciones.

Se organizó toda la etapa protocolar con el equipo de ceremonial de la Expo Osaka, asegurando que cada paso de la ceremonia y la parte artística estuvieran bien coordinados. Se contrató toda la parte técnica necesaria para la realización del espectáculo artístico.

Desde Uruguay XXI, se gestionaron los pasajes y traslados del ministro Fratti, así como del equipo de periodistas de Canal 5 que viajaron para cubrir las actividades.

También se coordinó toda la delegación, así como los traslados y la logística durante los días que duró la misión. Además, se planificaron los contenidos de prensa y redes sociales para las actividades que se llevarán a cabo en junio.

Coordinación del seminario de negocios en la sede de Jetro Osaka. Durante la visita de abril, Uruguay XXI solicitó la colaboración de la institución para llevar a cabo un seminario de negocios dirigido a empresarios japoneses interesados en Uruguay. Este

seminario fue coorganizado entre ambas instituciones de manera remota, incluyendo la convocatoria de invitados y la presentación de contenidos sobre el país que realizaría Uruguay XXI.

Se consideró la contratación de una persona idónea en japonés para traducciones y acompañamiento de las autoridades. Posteriormente, se contrató un intérprete para realizar las traducciones y el acompañamiento presencial en las reuniones y presentaciones del ministro Alfredo Fratti y la delegación en Osaka.

Se contrató a la empresa Branding Latinoamérica para las tareas de prensa internacional. Armado de gacetilla, insumos para materiales.

6 de mayo: Invitación a integrar la delegación empresarial co-organizada con Ceres en Hotel Sofitel

Disertaron: Ignacio Munyo (Ceres), Okada Kenichi, embajador de Japón en Uruguay, Mariana Ferreira, directora de Uruguay XXI e Isidoro Hodara, de la Cámara Uruguayo Japonesa.

Asistentes: 58 personas en total, empresarios convocados por CERES y prensa nacional.

Referencia: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/empresarios-y-autoridades-impulsaron-participacion-de-uruguay-en-la-expo-osaka-2025/>

<https://www.instagram.com/reel/DJXfO8bPcHL/>

6 de junio: Canciller Mario Lubetkin y Uruguay XXI recibieron a la delegación empresarial viajaría a Osaka.

El ministro de Relaciones Exteriores, Mario Lubetkin, realizó su primera visita a las oficinas de Uruguay XXI para reafirmar el rol estratégico e "insustituible" de la agencia en la política exterior y la inserción internacional del país.

El Canciller hizo coincidir su visita con una reunión con la delegación que viajaría a la Expo Osaka 2025 para el Día Nacional de Uruguay (17 de junio).

Referencia:

<https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/el-canciller-mario-lubetkin-visito-uruguay-xxi-y-destaco-su-rol-estrategico-en-la-insercion-internacional-del-pais/>

<https://www.gub.uy/ministerio-relaciones-exteriores/comunicacion/noticias/uruguay-osaka-vamos-hacia-exito>

Delegación.

En el marco del día nacional se realizó una misión encabezada por Alfredo Fratti, ministro de ganadería, agricultura y pesca.

La misión oficial y los eventos paralelos en el marco del día de Uruguay en Osaka contaron con la participación de una amplia delegación que abarcó los sectores público y privado, junto con representantes de prensa y patrocinadores clave.

Representantes del sector público e instituciones nacionales:

Martín Mercado (vicedirector de Uruguay XXI), Benjamín Liberoff (Comisario de Uruguay en Expo Osaka), y Victoria Francolino (Embajadora de Uruguay en Japón).

Estuvieron presentes líderes de diversos organismos:

Ministerio de Asuntos Exteriores: Pablo Porro (subdirector General de Asuntos Económicos Internacionales).

Agencias paraestatales: Juan Ignacio Dorrego (presidente de la Agencia Nacional de Desarrollo), Mario Piacenza (presidente de la Corporación Nacional para el Desarrollo), Larissa Perdomo (Country Brand Manager de Uruguay XXI) y Pablo Pereira (Gerente de Exportaciones de Uruguay XXI)

Agro e Industria: Leonardo Bove y Christian Shaw (vicepresidente y representante de INAC), Martina Litta (responsable de Exportaciones de INAVI), Mariana Giménez Allende (INAC) y Patricia Arroyo (MGAP).

Logística y Transporte: Emilio Rivero (director general del Instituto Nacional de Logística) y Waverley Tejera (director nacional de Transporte Ferroviario, MTOP).

Representantes del sector privado y empresarial:

Consultoría y gremiales: Ignacio Munyo (director general de CERES), Facundo Márquez (CEO de Caviar Polanco y vicepresidente de la Unión de Exportadores), y Gonzalo Aguirre (presidente de la Asociación Olivícola Uruguaya).

Vitivinicultura y Olivos: Christian Wylie (CEO de Bodegas Garzón), Emilia Baravino (Bodega Garzón Regional Asia), Laura Blanco (CEO de Olivares Santa Laura) y Martín Olavarría (CEO de Bodegas Mederos).

Salud e Inversiones: El equipo de CASMU (Sandra Toledo, Mauro Raúl Galante, Mónica Castilla, Raúl Rodríguez, Marcelo Minoletti Di Marco), Andrés Álvarez (Soluciones Médicas Globales), Andrew Echeverría (Inversor Inmobiliario Vicuari), Leo Long (Inversor Turístico),

Prensa y Sponsors: Marisol Nicoletti y Nicolás Tarallo (Punta del Este Internacional). La cobertura de prensa estuvo a cargo de Cecilia Olivera y Manuel Montero (Canal 5). Los sponsors del stand fueron representados por Oji Holdings, con la presencia de Kazuyoshi Ando (Corporate Officer y presidente de la Forest Resources and Environment Marketing Business Company).

Actividades en Osaka:

16 de junio: Seminario de Negocios: "Why Uruguay? Trade and investment opportunities" en Osaka, un evento co-organizado por Uruguay XXI y la oficina de JETRO.

Con una asistencia de 59 personas, el seminario atrajo a profesionales y empresas de una amplia variedad de sectores, incluyendo tecnología, finanzas, industria, comercio y servicios.

La agenda incluyó la presentación de: Alfredo Fratti, ministro de Ganadería, Agricultura y Pesca.

Martín Mercado (vicedirector de Uruguay XXI) sobre las oportunidades de inversión en Uruguay.

Yusuke Nishizawa (director de la oficina de JETRO en Buenos Aires) sobre el estado de las empresas japonesas en el país.

Un testimonio de éxito de Shin Kurosawa, de EBARA CORPORATION, una empresa japonesa ya establecida en Uruguay.

17 de junio: Día nacional de Uruguay, evento protocolar en expo.

La actividad comenzó con una ceremonia del té entre las autoridades, seguida de un almuerzo organizado por los representantes japoneses. Durante la ceremonia, estuvieron presentes el ministro de Agricultura, Hiroyoshi Sasagawa, y el Comisionado General de la Expo, Koji Haneda. Ambos resaltaron en sus discursos la importancia de la cooperación bilateral y los lazos históricos entre sus naciones.

Por su parte, el ministro Fratti reafirmó el compromiso de Uruguay con el multilateralismo y el desarrollo sostenible, destacando logros como su matriz energética renovable, que alcanza un 97% de generación eléctrica, y los avances en agroindustria de bajo carbono.

Después, se llevó a cabo un almuerzo protocolar que reunió a la delegación uruguaya con figuras clave del gobierno japonés.

Entre los asistentes japoneses se encontraban: Hiroyoshi Sasagawa, Ministro de Estado de Agricultura, Silvicultura y Pesca; Midori Matsushima, Presidenta de la Liga Parlamentaria de Amistad Japón – Uruguay; Kentaro Morita, Representante Gubernamental Adjunto de la Expo; Seigo Tanaka, Vice Secretario General de Expo Osaka 2025; Keiko Tanaka, Ex Embajadora de Japón en Uruguay; Hiroshi Ueda, Director de Protocolo de la Prefectura y de la Ciudad de Osaka; Toru Takahashi, Vice Gobernador de Osaka; Michiko Fujii, Secretaria General de la Asociación Japón–Uruguay; y Takeshi Hikihara, Jefe de Protocolo de Expo Osaka 2025.

El evento culminó con un espectáculo artístico en el NH Hall, donde se presentó Hugo Fattoruso, embajador de Marca País, junto al Quinteto Barrio Sur, Albana Barrocas y

figuras del candombe de Cuareim 1080. También se contó con la participación especial del músico japonés Tomohiro Yahiro. La actuación musical abarcó géneros identitarios como el tango, la milonga y el candombe

El Día Nacional de Uruguay en Expo Osaka se centró en una ceremonia protocolar y una destacada muestra cultural que reunió a más de **450 personas**. La ceremonia fue abierta al público y contó con la presencia de representantes de varios países de Latinoamérica, Europa, África y visitantes de la expo.

17 de junio: Cocktail Hotel Prince co-organizado con INAC e INAVI.

En el marco del Día de Uruguay celebrado en la EXPO de Osaka, se llevó a cabo un encuentro empresarial entre empresarios y autoridades de Uruguay y Japón, liderado por Alfredo Fratti, ministro de Ganadería, Agricultura y Pesca de Uruguay. La actividad, realizada en el Grand Prince Hotel de Osaka Bay, reunió a más de cien asistentes, incluyendo a invitados de más de veinte países.

El evento fue coorganizado por Uruguay XXI, INAC e INAVI, a través de sus marcas sectoriales Uruguay Beef y Uruguay Wine.

El show se compuso por la actuación del Quinteto Barrio Sur, liderado por Hugo Fattoruso, Albana Barrocas, junto a los referentes del candombe Mathías Silva, Wellington Silva y Guillermo Díaz Silva, acompañados por el percusionista japonés Tomohiro Yahiro y las bailarinas Olga Aguirre y Naomi Kromberg, integrantes de la premiada comparsa Cuareim 1080.

El cierre del encuentro estuvo marcado por un menú con los cortes premium de carne uruguaya exportados a Japón (lomo, bife ancho y lengua), preparados por los chefs expertos en parrilla Jean Carlos Oyano y Koichi Miyashita.

A su vez, hubo presencia de un gran buffet con platos calientes preparados con carne uruguaya que incluían: Empanadas, Milanesisas y Chivitos. Y, para finalizar, se ofrecieron postres típicos uruguayos como ser: arroz con leche, chajá y alfajor de maicena.

Como figuras invitadas Uruguay Meats llevó 5 influencers destacados del rubro gastronómico de Osaka, que amplificaron orgánicamente el evento en sus redes sociales, Yumi Polish (<https://www.instagram.com/yumi.polish/?hl=es>) y Emika Kamieda (https://www.instagram.com/emika_kamieda).

Bodegas participantes: Garzón, Mederos, Santa Rosa, Cerro Chapeú, Cerro del Toro, Spinoglio, Bouza, Bracco Bosca, Castillo Viejo, Compañía Uruguaya de vinos del Mar, Familia Deicas, Traversa, Pisano y Las Violetas.

Asistentes: 129 personas.

Referencia:

<https://www.youtube.com/watch?v=vOJ37Jpok8k>

Actividades en Tokio:

18 de junio: seminario de negocios “Uruguay Business Seminar. Expanding Bilateral Economic Relations” en Jetro Tokio en colaboración con BID y JICA.

Disertantes: Yoshiaki Ishihara, director-General for Overseas Business Support Center, del BID en Asia, Taro Seriu; el director general de JETRO Buenos Aires, Yusuke Nishizawa; el director para América Latina del Departamento de Cooperación Internacional de JICA, Keisuke Ito; el ejecutivo de Oji Holdings, Kazuyoshi Ando; y representantes de la empresa japonesa calificadora de riesgo R&I, INALOG y MTOP. Se destacaron las oportunidades en logística, energías limpias, industria forestal, y exportación de alimentos. La sesión concluyó con una ronda de networking.

Asistentes: 87 personas del sector público y privado.

Referencias:

<https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/comenzo-la-agenda-oficial-en-expo-osaka-2025-con-seminario-de-inversiones-y-fortalecimiento-de-vinculos-con-japon/>

<https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/uruguay-cautiva-a-japon-con-carne-vino-y-candombe-en-expo-osaka-2025/>

<https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/uruguay-se-luce-en-expo-osaka-y-afianza-lazos-con-japon-en-una-mision-oficial-y-empresarial/>

19 de junio: cocktail de cierre de actividades en el restaurante del Hotel Ana Intercontinental – Tokio.

Degustación de carnes y vinos uruguayos. Uruguay Meats y Uruguay Wine. La actividad reunió a autoridades japonesas, legisladores, empresarios, y miembros de la Asociación Uruguay – Japón. Asistencia de la Diputada Midori Matsushima, presidenta de la Liga Parlamentaria de Amistad Japón–Uruguay. La recepción constituyó una valiosa instancia de encuentro y acercamiento entre la delegación uruguaya y contrapartes clave del sector público y privado japonés. También participaron los parlamentarios Koichi Tani y Hirotaka Ishihara, ambos miembros de la Liga de Amistad Parlamentaria Uruguay – Japón.

Para INAC: este evento permitió afianzar vínculos con Kenematsu, mayor importador de carne uruguaya en Japón, y conocer personalmente a uno de sus mayores clientes, Negishi, una cadena de más de 40 restaurantes en Tokyo y alrededores, con quienes INAC iniciará un proyecto de cobranding para promocionar carnes uruguayas en consumidor final.

Asistentes: 84 personas.

5.1 Reuniones paralelas:

Información recopilada del informe de la embajada de Uruguay en Japón.

Reunión con la Agencia Agriculture & Livestock Industries Corporation (ALIC) Se discutieron acciones específicas (alianzas con hoteles, tendencias de consumo, análisis de preferencias) para proyectar una imagen de calidad, confiabilidad y diferenciación de origen para los productos uruguayos.

Se valoró la habilitación del ingreso de carne bovina a Japón en 2018, tras más de 20 años de interrupción. Se destacó la habilitación para lengua bovina en noviembre de 2022, que convirtió a Japón en el principal destino para este producto.

Uruguay manifestó su interés en obtener nuevas habilitaciones, en particular para:

Carne ovina sin hueso (cuya solicitud formal se presentó en diciembre de 2024).

Lengua ovina, por el creciente interés del mercado japonés.

Ambas partes acordaron la necesidad de profundizar el trabajo técnico conjunto para consolidar los avances y facilitar la inserción de productos uruguayos en nichos de alto valor.

Reunión con el ministro de Estado de Agricultura, Silvicultura y Pesca, Hiroyoshi Sasagawa. La reunión se centró en los esfuerzos de Uruguay para expandir su acceso al mercado japonés y fortalecer la cooperación técnica y científica. Se solicitó el apoyo de Japón en varios sectores clave como son la industria forestal y la Acuicultura y Recursos Marinos.

Ministerio de Asuntos Exteriores de Japón (MOFA) - (19 de junio)

Participantes Uruguay: Embajadora Victoria Francolino y Embajador Pablo Porro (director general Adjunto de Asuntos Económicos Internacionales del MRRREE).

Participantes Japón: Yasuhiro Tsukamoto (vicedirector para Sudamérica, División para América Latina y el Caribe).

Se analizó la posibilidad de realizar una nueva ronda de consultas políticas bilaterales en Tokio en octubre de 2025 y se planteó la conveniencia de retomar la dinámica de trabajo del Comité Conjunto Uruguay-Japón para las Relaciones Económicas y Comerciales.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID) - Oficina Regional Asia

Participantes Uruguay: Uruguay XXI, ANDE, CND, MTOP, INALOG y la Embajada.

Participantes BID Taro Seiru (director de la Oficina Regional para Asia).

Presentación de las prioridades de desarrollo de Uruguay (infraestructura logística, promoción de inversiones) y revisión de posibles líneas de cooperación, buscando profundizar la articulación con las oficinas regionales.

Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) - (21 de junio)

Participantes Uruguay: Delegación uruguaya.

Participantes JICA: Keisuke Ito (director para América Latina y el Caribe).

Intercambio sobre prioridades (desarrollo ferroviario, logística, innovación) y manifestación de interés en fortalecer vínculos, incluyendo el potencial para ampliar programas existentes (ej. TSUBASA) y explorar nuevas áreas con énfasis en sostenibilidad.

Reuniones de intercambio sectorial: Transporte, Logística y Desarrollo Urbano

Participantes Uruguay representantes del MTOP, INALOG y CND.

Reunión con Hankyu Corporation (Osaka) - (16 de junio)

Se conoció el modelo de esta compañía privada de transporte que integra la seguridad como prioridad y complementa el negocio con dominios inmobiliarios y de ocio.

Interés Uruguay: Se destacó la concentración poblacional en Montevideo y la necesidad de mejorar las conexiones. El MTOP manifestó el deseo de mantener contacto para futuros intercambios.

Reunión con Puerto de Osaka - (16 de junio)

Puerto estratégico con amplia experiencia en innovación portuaria.

Interés Uruguay: INALOG subrayó el rol del Puerto de Montevideo como hub logístico y expresó interés en asesoramiento en sus desafíos actuales. El Puerto de Osaka se mostró receptivo y dispuesto a facilitar intercambio de información y contactos técnicos.

Reunión con Gobierno Metropolitano de Tokio - (17 de junio)

Se presentó la red G-NETS (Global City Network for Sustainability).

Interés Uruguay: La delegación valoró la herramienta como útil para el desarrollo urbano y se comprometió a compartirla con los gobiernos departamentales de Montevideo y Canelones.

Reunión con la Agencia de Turismo del Japón (MLIT) - (19 de junio)

Participantes Uruguay: Martín Mercado por Uruguay XXI y Benjamín Liberoff

Temas centrales: solicitud de apoyo institucional para facilitar reuniones de alto nivel durante una eventual visita del ministro de Turismo uruguayo.

Solicitud de colaboración para incentivar el turismo de residentes japoneses en São Paulo hacia Uruguay.

Consulta sobre la posibilidad de restablecer el programa de cooperación en turismo Japón-Mercosur.

En el marco de la misión y visita a Osaka, Uruguay XXI formalizó un convenio con la agencia Spirit de Eslovenia.

Uruguay, representado por la agencia Uruguay XXI, firmó un Memorando de Entendimiento (MoU) con su par eslovena, SPIRIT Slovenia Business Development Agency, en el marco de la misión en Expo Osaka 2025, con el objetivo de profundizar sus lazos económicos. Este acuerdo estratégico compromete a ambas agencias a intercambiar información sobre oportunidades de inversión extranjera directa, impulsar el comercio bilateral y aumentar la visibilidad de sus ecosistemas empresariales, abriendo un nuevo horizonte de cooperación para Uruguay hacia Europa Central y del Este, bajo un enfoque común de desarrollo sostenible e innovación.

Referencia: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/uruguay-firmo-acuerdo-con-eslovenia-para-fortalecer-comercio-e-inversiones-durante-mision-en-expo-osaka-2025/>

6 RESULTADOS DE PRENSA

6.1 COBERTURA DÍA DE URUGUAY - INTERNACIONAL

En el marco del Día Nacional de Uruguay en la Expo Osaka y sus actividades paralelas, se contrató al proveedor Branding Latinoamérica como la agencia de prensa local encargada de la cobertura integral.

Mensajes clave transmitidos:

Los contenidos difundidos se centraron en:

- Uruguay como país confiable, moderno y sostenible.
- La celebración de los 100 años de amistad con Japón.
- Promoción de la carne bovina y ovina, vinos, lana, cultura y tecnología uruguaya.

Alcance estimado: Se logró un alcance conservador estimado de 21.6 millones de impactos. Este cálculo se realizó aplicando un ajuste por posible solapamiento de audiencias (30% de descuento sobre el alcance bruto de 30.8 millones).

Valor PR estimado: La exposición mediática obtenida asciende a USD 141.012,40, lo que valida el impacto de la campaña en términos de visibilidad y posicionamiento internacional.

Medios cubiertos: La cobertura superó ampliamente el objetivo mínimo (4 publicaciones internacionales), alcanzando a más de 25 medios y canales en Japón, Europa y América Latina.

La estrategia integral aseguró la presencia en medios de referencia internacional y japonés, entre los que destacan:

Japón: NHK Japón, KYODO News, The Japan Times, Nikkei y The Yomiuri Shimbun.

Internacional y Europa: Agencia EFE (España), ABC España y Swissinfo.ch.

ROI estimado de cada publicación:

Medio: ABC España, Fecha: 18/6

ROI USD 50.405

Medio: Swissinfo.ch, Fecha: 18/6

ROI USD 9.900

Medio: Agencia EFE, Fecha: 18/6

USD 1.125

Más de 20 millones de personas alcanzadas.

6.2 COBERTURA DÍA DE URUGUAY - NACIONAL

Periodo mayo – junio.

Se identificaron más de 60 publicaciones destacadas en medios nacionales, internacionales y regionales, con un alcance estimado conservador de 21,6 millones de personas para el Día Nacional, y una cobertura total acumulada superior a 30,8 millones.

Mayo:

Medios principales: El País, El Observador, Canal 4, Canal 5, VTV, Medios Públicos, Infonegocios, Galería, Universal, Somos Uruguay, Helvecia, Agencia Uruguaya de Noticias, Crónicas.

Temas destacados:

Presentación del stand de Uruguay y su enfoque en innovación y sostenibilidad.

Participación de empresarios y autoridades en la coordinación del pabellón.

Cobertura audiovisual relevante: VTV, Canal 4, Canal 5, Buscadores, con ROI destacados (Canal 4: \$1.930.400).

Mayor exposición en medios nacionales sobre la preparación para la inauguración y las acciones promocionales previas.

Junio:

Periodo considerado: primeros 6 días del mes.

Total estimado: unas 20 notas y menciones, con fuerte presencia audiovisual.

Medios principales: Canal 4, Canal 5, Canal 12 (Desayunos Informales), Radio Carve, Radio Montecarlo, El Telégrafo, Últimas Noticias, Punta del Este Internacional, Presidencia.

Temas destacados:

Apertura de la Expo Osaka y despliegue de Uruguay en el evento.

ROI relevantes:

Desayunos Informales (Canal 12): \$613.210

Canal 4: \$1.243.808

Canal 5: \$124.389 (Basta de Cháchara)

Medios destacados:

Canal 4 (3/6) – Nota con Benjamín Liberoff (78.000 espectadores aproximadamente.)

Canal 5 (19/6) – Informe de cobertura

TV Ciudad (13/6) – Entrevista delegación uruguaya

El Observador (19/6) – Nota sobre negocios y vínculos

Radio Uruguay, Carve, Universal, Viva, Concierto FM –cobertura radial

Canal 12, Desayunos Informales (6/6) – Anticipos y análisis

Medios públicos:

Canal 5 (Sodre / YouTube / institucional):

2/6 – Basta de Cháchara (video)

3/6 – Reporte institucional

19/6 – Nota en YouTube (35.000 vistas)

TV Ciudad:

13/6 – Cobertura en vivo desde Japón

Clipping con delegación, shows y entrevistas

Cobertura Canal 5: La delegación oficial integró a dos comunicadores de Canal 5, Cecilia Olivera y Manuel Montero, quienes aseguraron una cobertura completa de todas las actividades protocolares, culturales y de negocios desarrolladas en Osaka y Tokio. Esta cobertura periodística fue de valor fundamental para la audiencia local, garantizando una visibilidad directa de la misión y logrando resultados muy exitosos en la televisión abierta de Uruguay.

La cobertura especial realizada por Canal 5 y su canal de YouTube durante el 19 de junio, que incluyó salidas en vivo y reportajes desde Japón, generó un Retorno de Inversión (ROI) estimado de USD 21.204.

Referencias:

<https://www.youtube.com/watch?v=DfUmEXuEB-I>

https://www.youtube.com/watch?v=pV7nTsW1_5o

<https://www.youtube.com/watch?v=1j0EA3iDXXU>

<https://www.youtube.com/watch?v=XdbLAlk8EWk>

6.3 Evaluación de Prensa: Hugo Fattoruso & Cuareim 1080 en Expo Osaka 2025

La selección de Hugo Fattoruso y Cuareim 1080 como embajadores de Marca País fue clave, dada la conexión profunda y bilateral que Fattoruso mantiene con Japón, forjada a lo largo de más de dos décadas de colaboración con el percusionista Tomohiro Yahiro. Este vínculo generó muy buenos resultados entre el público y la prensa japonesa. Paralelamente, el impacto se amplificó con la gira promocional del Quinteto Barrio Sur y los talleres de Candombe ofrecidos por Cuareim 1080, logrando un intercambio cultural activo que se proyectó positivamente en medios de Japón y el ámbito internacional.

Estos medios mencionaron el espectáculo artístico:

Las notas en Kyodo News, NHK, Tele Japan y Latin-a contribuyeron a presentar a Uruguay como un país con riqueza cultural exportable.

Tele Japan (YouTube), Japón, 17/06/2025

Video titulado Uruguay National Day – Candombe Show con subtítulos en japonés

Latin-a.org, Japón, 20/06/2025

ABC España, 18/06/2025. Incluye mención a show cultural como parte del evento nacional

El espectáculo no solo potenció la recordación mediática de Uruguay en Japón, sino que también fortaleció su imagen como una nación con una sólida proyección cultural a nivel global.

7 RESULTADOS DE REDES

Uruguay in Osaka para actividades Día de Uruguay

Período: 14 de abril – 20 de junio 2025

Contenido 100% orgánico

La estrategia digital generó un crecimiento sostenido en todas las plataformas, utilizando la apertura del pabellón y el Día Nacional como catalizadores de la visibilidad y la interacción.

Instagram se consolidó como el canal de mayor alcance, generando +76.700 visualizaciones y liderando el crecimiento de la comunidad con +478 nuevos seguidores. La clave del *engagement* fueron las publicaciones visuales (carruseles y reels).

LinkedIn fue la plataforma más estratégica para alcanzar a públicos profesionales e inversores, destacándose por la calidad de la interacción y una alta tasa de *engagement* (hasta 31.7%).

El contenido visual institucional fue el mejor recibido, la estrategia logró una notable penetración en Japón, que se posicionó como el segundo país en audiencia, validando el impacto de la estrategia.

Estimación de la inversión: el valor total de esta exposición orgánica se estimó entre USD 4.000 y USD 4.500.

Resultados:

Aumento sostenido de seguidores y visitas (Instagram +68.6%)

Alta tasa de interacción en LinkedIn (hasta 31.7%)

LinkedIn validado como espacio clave para vínculos de negocios.

Activación de comunidad digital alineada con eventos presenciales.

Instagram expandió el alcance internacional: 33.4% de interacciones de no seguidores

ROI orgánico estimado por red social:

Instagram generó un valor equivalente aproximado de USD 770

LinkedIn alcanzó un valor estimado de USD 3.200, debido a su alto nivel de clics e interacción profesional

8. Acciones posteriores y presentación de resultados de la Misión.

13 de agosto: Presentación de resultados Día de Uruguay.

Representantes públicos y privados que participaron en la misión de junio a Expo Osaka 2025 se reunieron para evaluar los resultados de la presencia de Uruguay, destacando un balance "100% positivo" en diplomacia, cultura y negocios.

Logros de la Misión (junio): El Día Nacional mostró el potencial de Uruguay con una ceremonia oficial de alto nivel y actividades paralelas enriquecedoras. La delegación (compuesta por 34 personas, mitad pública y mitad privada) celebró un seminario con 60 empresarios japoneses, un cóctel de promoción (carnes y vinos), reuniones estratégicas (como con Oji Holdings) y la firma de un convenio entre Uruguay XXI y la agencia Spirit de Eslovenia

Se generaron vínculos de cooperación en acuicultura y logística (vinculación con el puerto de Osaka y entidades ferroviarias), y se aceleraron proyectos de innovación en salud.

Se anunció una nueva misión oficial del 23 al 27 de septiembre, encabezada por la subsecretaria de Turismo, Ana Claudia Caram, y el intendente de Canelones, Francisco Legnani.

Referencia: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/delegacion-valoropositivamente-la-presencia-uruguay-en-la-expo-osaka-y-anuncio-nueva-mision-oficial/>

8.1 Resultados obtenidos de los integrantes de la delegación:

A) Conclusiones destacadas del informe recibido de INAC:

INAC participó de la delegación con tres integrantes de su equipo, incluido el vicepresidente de INAC, Leonardo Bove.

Acceso a mercados y comercio: se promovió la inserción de nuevos productos agropecuarios (carne ovina deshuesada y lengua ovina, con presentación de intereses sanitarios).

Se reafirmó la importancia estratégica del mercado japonés para la carne bovina y los productos lácteos uruguayos.

Cooperación y desarrollo: Se exploraron vías de cooperación técnica en sectores clave como celulosa, madera y acuicultura. Se mantuvieron intercambios con organismos clave como ALIC, MAFF, JICA y BID.

Marco institucional y promoción: Se planteó la celebración de una nueva ronda de consultas políticas (octubre de 2025) y la II reunión de la Comisión Económica y Comercial.

Se fortalecieron vínculos con el sector privado mediante instancias de promoción económica en Osaka y Tokio.

Desafío identificado: A pesar del buen recibimiento, se percibió la necesidad de un mayor nivel de definición y preparación por parte de Uruguay respecto a sus prioridades técnicas y objetivos específicos para las reuniones.

B) MTOP, Waverley Tejera, representante del Ministerio de Transporte y Obras Públicas (MTOP).

El principal logro del MTOP fue generar vínculos interesantes con entidades del mundo logístico japonés, reconocida como una potencia por su eficiencia y su ubicación estratégica como puerta al sudeste asiático. Específicamente, tuvieron un importante intercambio con autoridades del puerto de Osaka y se reunieron con diversas empresas logísticas (ferroviarias, de transporte público y de cargas), además de entidades gubernamentales, como las de la ciudad de Tokio.

C) CASMU: estuvieron cinco personas en la delegación incluida la jefa de compras y su presidente con el objetivo de explorar oportunidades y avanzar en la internacionalización de sus servicios de salud.

Como resultado del viaje, CASMU está desarrollando un proyecto con Canon (a través de Clínicas Zenith) para incorporar ecógrafos portátiles con inteligencia artificial en el primer nivel de atención. Además, se estableció contacto con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para proyectar financiación de proyectos, y se fortalecieron lazos con Global Medical Services (participante de la delegación) para concretar acuerdos de prestación de servicios.

9. SEGUNDA MISIÓN MINISTERIAL: TURISMO – INTENDENCIA DE CANELONES

22 al 29 de setiembre 2025. Asistentes: Ana Claudia Caram, viceministra de Turismo, Ana Paula Moreno Cooperación internacional ministerio de Turismo, Francisco Legnani, intendente de Canelones y Mauricio Rompani de Cooperación Internacional de la Intendencia de Canelones, con el objetivo de impulsar la cooperación bilateral en turismo, tecnología y sostenibilidad. Estuvieron acompañados por la Embajadora de Uruguay en Japón y el Comisario de la Expo, Benjamín Liberoff.

Visitas y reuniones coordinadas por el equipo de operaciones del Pabellón de Uruguay.

- Pabellón Lidia Group – Universidad Metro Osaka
- Pabellón del Reino de Arabia Saudita
- Pabellón de Kansai Power Company
- Pabellón Earth Mart
- Pabellón Future City
- Pabellón de Japón
- Pabellón de Francia
- Pabellón de Alemania
- Pabellón de la Mujer
- Pabellón de la Salud

El Comisario Liberoff sostuvo reuniones estratégicas con empresas como Kawasaki Heavy Industries.

9.1 Información recopilada del informe de la Misión del Ministerio de Turismo.

La misión oficial a Japón se centró en establecer alianzas estratégicas y tecnológicas para promover el turismo receptivo desde Asia, sorteando los desafíos de la distancia y la conectividad.

Reunión con FTS Turismo (Osaka): Se estableció contacto con esta agencia de viajes japonesa que tiene una crucial sucursal en São Paulo. Se acordó explotar esta cercanía geográfica para posicionar a Uruguay como una extensión natural de viaje desde Brasil.

Reunión con HITACHI (Osaka): El diálogo con los representantes de Hitachi y su subsidiaria GlobalLogic abrió una vía para la incorporación de Inteligencia Artificial (IA) en la gestión de destino de Uruguay. La sinergia se facilitará a través de la oficina central de GlobalLogic en São Paulo, creando una oportunidad de cooperación triangular (Japón-Brasil-Uruguay).

Reunión con Osaka Convention & Tourism Bureau (OCTB): El Bureau mostró interés en promover el turismo de bienestar (termas) y el fútbol uruguayo, elementos de identidad nacional que resuenan con el público japonés.

Reunión con JATA (Japan Association of Travel Agents) (Aichi): Fue un encuentro de gran relevancia, donde la principal asociación de agencias de viaje de Japón manifestó que sus miembros buscan activamente nuevos destinos tranquilos, seguros, con naturaleza y cultura auténtica en América Latina, validando la oferta uruguaya. La delegación uruguaya también participó en la Mesa Ministerial de la Tourism Expo Japan, destacando la innovación y la sostenibilidad.

Reunión con viceministro de MLIT de Japón (Aichi): Se reafirmó el interés mutuo en la cooperación bilateral, haciendo hincapié en la necesidad de descentralizar la actividad turística hacia las provincias y la importancia de la capacitación de recursos humanos en el sector, compartiendo objetivos de sostenibilidad y desarrollo inclusivo.

Reunión con directora de Turismo de Eslovenia (Osaka): Se exploraron sinergias en el uso de Inteligencia Artificial aplicada al turismo, especialmente en la gestión de big data para la planificación estratégica.

Reunión con GSTC (Global Sustainable Tourism Council) (Osaka): Se dialogó sobre la posible membresía y la cooperación técnica en turismo sostenible, un criterio altamente valorado por el viajero japonés. Uruguay puede acceder a cursos y workshops del GSTC para fortalecer sus prácticas en esta área.

Prensa: entrevista en "The Yomiuri Shimbun" (Osaka): La Subsecretaria concedió una entrevista al diario de mayor prestigio en Japón, logrando una proyección mediática masiva. Se promocionó a Uruguay como un destino seguro, hospitalario, con naturaleza, cultura (candombe, tango) y una excelente oferta enogastronómica (Tannat y carnes).

Referencia: <https://www.yomiuri.co.jp/expo2025/now/20251004-OYO1T50046/>

Conclusión general: La misión fue exitosa en validar el posicionamiento de Uruguay como un destino premium para el exigente mercado japonés. Se logró una estrategia de mitigación de la distancia a través de alianzas con base en Brasil y se abrieron puertas para la incorporación tecnológica (IA) y el fortalecimiento del pilar de sostenibilidad, vital para el futuro del sector.

9.2 Información recopilada del informe de Misión de la Intendencia de Canelones.

La visita de la Intendencia de Canelones a Osaka se centró en tres ejes principales: gestión de residuos y economía circular, cooperación vitivinícola y turística, e innovación y emprendimiento.

Reunión con PNUMA: La reunión abordó la gestión de residuos en Canelones. El Intendente solicitó el apoyo del PNUMA para utilizar Canelones como un "laboratorio vivo" para el diseño e implementación de políticas de economía circular que sean replicables en América Latina. A cambio, el PNUMA se comprometió a ofrecer asistencia técnica y creación de capacidades, ayudar en el diagnóstico y planificación, y facilitar el acceso a financiamiento internacional mediante un "sello de garantía" para proyectos.

Reunión con el Gobierno de la Prefectura de Osaka: El encuentro más importante se sostuvo con el Gobierno de la Prefectura de Osaka, que definió el sector vitivinícola y el turismo enológico como el eje central de la cooperación con Canelones. Osaka, que busca posicionarse en vinos de alta calidad (especialmente en las ciudades de Kashiwara y Habikino), valoró la experiencia uruguaya y la presencia del país en la Expo 2025. Se acordó iniciar un proceso de intercambio de conocimientos, con el compromiso de realizar visitas mutuas y explorar sinergias en áreas adicionales como deporte (mencionando a Diego Forlán) y cultura.

Visita a la Planta de Maishima: La visita a la planta de tratamiento de residuos de Maishima sirvió para observar un modelo tecnológico avanzado y sostenible. La planta, de gestión privada, genera energía mediante la incineración de residuos. El punto clave de eficiencia del sistema es la clasificación de residuos en origen por parte de los ciudadanos, lo cual es esencial para su éxito.

Reunión con la Ciudad de Osaka: La reunión con la directora de Relaciones Internacionales de la Ciudad de Osaka, Sra. Aya Wada, sirvió para reafirmar el interés en la cooperación en alimentos (seguridad alimentaria, dado que Japón importa el 70% de sus alimentos) y destacar la estabilidad, seguridad jurídica y el entorno favorable para los negocios en Uruguay. Se confirmó que la cooperación vitivinícola se canalizará a través de la Prefectura y las ciudades seleccionadas, pero la Ciudad de Osaka se mostró dispuesta a seguir colaborando como enlace.

Visita al Osaka Innovation Hub: Se visitó el Osaka Innovation Hub, que articula un sólido ecosistema de apoyo a las Startups y la innovación en la región de Kansai. El Intendente expresó el interés de Canelones en aprender del modelo japonés y promover sus propios emprendimientos tecnológicos. El Hub invitó a Uruguay a participar en el Tech Osaka Summit el próximo año, ofreciendo una vía concreta para la internacionalización y el intercambio tecnológico.

Conclusión: la misión fue exitosa al establecer un punto de partida claro para la cooperación con la Prefectura de Osaka, centrada en el vino y el enoturismo, y al asegurar vías de colaboración en áreas clave para el desarrollo territorial, como la economía circular (con apoyo del PNUMA) y la innovación tecnológica (con el Innovation

Hub). El Intendente logró posicionar a Canelones como un socio confiable y con potencial en alimentos, turismo y tecnología.

Video resumen de actividades: <https://www.youtube.com/watch?v=ZNbYlt10KqE>

Referencia: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/uruguay-impulsa-la-promocion-turistica-y-nuevos-vinculos-en-la-expo-osaka/>

<https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/el-pabellon-de-uruguay-en-expo-osaka-alcanza-los-3-350-000-visitantes-igual-a-la-poblacion-del-pais/>

Actividades realizadas en el Pabellón de Uruguay

27 de setiembre degustación de vinos y aceite de oliva uruguayos. En el marco del día internacional del turismo.

Con el apoyo de Uruguay Wine y la Asociación Olivícola Uruguay (Asolur), organizó una cata de vinos y aceites de oliva extra virgen en el marco de la Expo Osaka, como parte de la estrategia para posicionar a Uruguay como un exportador de productos premium en el mercado japonés.

La actividad buscó diferenciar la oferta uruguaya, destacando la alta calidad y sostenibilidad de sus productos, con el fin de aumentar el valor de las exportaciones en el exigente mercado japonés, conocido por su alto poder adquisitivo.

Referencia: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/vinos-y-aceites-de-oliva-uruguayos-conquistaron-paladares-en-la-expo-osaka-1/>

10. OPERACIONES DEL STAND DE URUGUAY Y RESULTADOS

Las operaciones del stand de Uruguay en Japón fueron gestionadas por la empresa contratada Branding Latinoamérica.

El equipo de Branding Latinoamérica estuvo compuesto por dos responsables fijos del Pabellón. Adicionalmente, una persona del equipo viajó en dos ocasiones (abril y junio) para apoyar las tareas durante esas misiones.

Por su parte, Uruguay XXI se encargó de la supervisión general de las operaciones, incluyendo la revisión de contenidos, logística, gastos de mantenimiento y todas las tareas inherentes a la organización y participación durante los seis meses de la Expo.

10.1 Empresas e instituciones uruguayas presentes en el stand de Uruguay.

Contenidos:

Durante los seis meses que duró la Expo, la estrategia de comunicación se basó fundamentalmente en la generación de contenidos audiovisuales como eje central para la difusión de los valores, atributos y principales características de Uruguay y de las empresas nacionales ante el público internacional. Los contenidos se elaboraron de manera específica y coordinada para alinearse con las semanas temáticas propuestas por la Expo, asegurando la máxima relevancia del mensaje uruguayo.

Se logró la participación y promoción de una amplia y diversa gama de instituciones y marcas sectoriales, destacando la transversalidad de la oferta del país: Uruguay XXI (con sus pilares Live In, Invest In, Visit In), las marcas sectoriales Uruguay Wools, Uruguay Videogames, y Uruguay Logistics (INALOG), además de INAC (Uruguay Meats), INAVI (Uruguay Wine), Ministerio de Turismo, Oji Holdings (sector Forestal), CAVI, CUTI (Uruguay Technology), Instituto Pasteur, UCU, INIA, AGESIC, Secretaría de Deporte, Caviar de Polanco, Manos del Uruguay, Garzón, Tenfield, Ceibal, UTEC, ACAU (Uruguay Audiovisual), MACA, Aeropuertos, INALE, MEC, AUCI, UTE y Conaprote.

A nivel de gobiernos departamentales, se contó con la presencia audiovisual de Maldonado, Salto, Canelones, Rocha, Montevideo, Florida y San José.

Vitrinas: El stand sirvió como una vitrina comercial y cultural para exhibir productos y marcas nacionales

Se convocó a empresas licenciatarias de la Marca País que mostraron interés en el mercado japonés.

Empresas: Autóctona, Olivares Santa Laura, Olivares Garzón, Vitanna y Sinfonía Blends.

Por otra parte, a través del Secretariado Uruguayo de la Lana (SUL) y de la marca sectorial Uruguay Wools, se seleccionaron a Manos del Uruguay, Don Báez, Texturable y La Pasionaria para participar en la decoración del espacio con sus productos.

Todos los productos expuestos contaban con códigos QR para que los visitantes pudieran obtener información detallada sobre los artículos y las empresas.

También estuvieron presentes: Colectivo Escala Humana y libros de la editorial Aguaclara, Guía Highlights y Panorama.

Muestra de arte permanente: en coordinación con el Instituto Nacional de Artes Visuales (INAV) del Ministerio de Educación y Cultura se contó con la exhibición de obras de los artistas Sofía Córdoba, Adela Casacuberta, Silvina Cortés, María Fernanda Hernández, Julio Machín, Agustina Parry, Erika Bamonte, Florencia Flanagan y Federico Ruiz Santesteban, las cuales estuvieron en exhibición. Los artistas fueron seleccionados por el INAV.

Presencia de Uruguay Wine: el Wine Bar rotativo presentó a 13 bodegas, incluyendo a Garzón, Mederos, Santa Rosa, Cerro Chapeú, Cerro del Toro, Spinoglio, Bouza, Bracco Bosca, Castillo Viejo, Compañía Uruguay de Vinos del Mar, Familia Deicas, Traversa, Pisano y Las Violetas.

Se contó con el apoyo de la empresa patrocinadora OJI Holding, que facilitó mobiliario (mesas y bancos) elaborado con madera forestada uruguaya, el cual fue exhibido en el stand y utilizado por los visitantes.

10.2 Actividades destacadas.

a) Proyecciones:

Los Carpinchos, corto metraje: en coordinación con Uruguay XXI y Uruguay Audiovisual, se destacó la exhibición del cortometraje animado "Los Carpinchos", dirigido por Alfredo Soderguit y basado en su libro homónimo. El autor cedió los derechos para la proyección de la película durante toda la duración de la Expo.

La obra fue un componente central de la programación del espacio audiovisual. Fue seleccionada por su mensaje inclusivo y su narrativa sin diálogos, haciéndola accesible a un amplio público internacional.

Las proyecciones se realizaron continuamente durante todas las semanas de la Expo, atrayendo a un gran público familiar e infantil.

A los visitantes escolares se les obsequió el libro "Los Carpinchos" traducido al japonés, el cual ha sido traducido a un total de 17 idiomas, reforzando la promoción de la literatura uruguaya.

La proyección tuvo un impacto significativo en la afluencia, con un promedio semanal de visitantes al stand de 3.000 a 4.000 espectadores durante los periodos de exhibición.

Referencia: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/uruguay-conquistó-expo-osaka-con-una-joya-del-cine-animado-1/>

Documental Los sueños del Pepe: Se incluyó en la programación del stand la proyección de fragmentos del documental "Los sueños de Pepe", dirigido por Pablo Trobo, una obra que explora la vida y el legado del expresidente uruguayo José Mujica.

Se exhibió el capítulo dedicado a la visita e influencia de Mujica en Japón. Para maximizar su alcance entre el público local, el material audiovisual fue subtítuloado completamente al japonés.

Las proyecciones semanales de este documental registraron un alto interés, atrayendo un promedio de 2.000 a 2.500 espectadores por semana.

Videojuegos: en coordinación con Uruguay XXI, Uruguay Videogames y La Cámara Uruguaya de videojuegos (CAVI)

Bajo la marca sectorial Uruguay Video Games, siete estudios nacionales presentaron sus desarrollos más recientes e innovadores en el pabellón de la Expo.

La curaduría de videojuegos, realizada en colaboración con la Cámara Uruguaya de la Industria de Videojuegos (CAVI), se enfocó en títulos localizados o con localización prevista para el mercado japonés. La selección incluyó: Ironhide Games: Kingdom Rush 5

Alliance, Pomelo Games: Outlanders 2: Second Nature, Rubber Duck Games: Kingdom of Cards y Evil Wizard, Totem Games: Water 2050 (con foco en la sustentabilidad y el uso consciente del agua) Pixel Core Games: Ship Miner, Pi0h1: Heat Division, Brunomir: Poison Noir: Desire, Time & Gangsters.

La posibilidad de descargar los juegos mediante un código QR y llevarlos en el dispositivo móvil fue valorada por visitantes de todas las edades e, incluso, por expertos del sector japonés, quienes destacaron la calidad visual, la narrativa y el ritmo de juego como elementos diferenciadores.

Durante las jornadas de activación de Uruguay Videogames el promedio de visitantes fue de 700 personas por semana, los escaneos de QR a los juegos tuvieron más de 300 lecturas.

Referencia: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/videojuegos-uruguayos-sorprenden-al-publico-en-la-expo-osaka-2025-1/>

Contenidos AGESIC: En el marco de la semana temática "El futuro de la comunidad y la movilidad", se proyectaron contenidos específicos de AGESIC enfocados en la Ciberseguridad.

Referencia:

https://www.instagram.com/reel/DKKO018xVsU/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFLZA==

25 de agosto Día de la independencia de Uruguay: proyección del recital de Rubén Rada y un saludo del artista al público japonés.

El evento, organizado por el Ministerio de Relaciones Exteriores, fue pensado para la diáspora uruguaya y se transmitió en embajadas, consulados y misiones diplomáticas a nivel mundial. La transmisión se proyectó en el pabellón de Uruguay en la Expo Universal Osaka 2025, donde el músico también envió un saludo especial en video al público.

Referencia: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/uruguay-celebra-su-bicentenario-con-un-concierto-de-ruben-rada-para-el-mundo/>

b) Activaciones temáticas:

20 de mayo, Día de los derechos humanos: la jornada se centró en un homenaje a las personas detenidas desaparecidas durante la última dictadura cívico-militar (1973-1985), reafirmando el compromiso del país con la verdad, la memoria y la justicia.

Proyecciones Audiovisuales: Se exhibieron videos sobre las Marchas del Silencio (TV Ciudad), la labor de la Fundación Michelini, el documental DF Destino Final (2008), y el proyecto "197 Historias Ilustradas". Se presentó un video del Instituto Nacional de

Derechos Humanos (INDDHH), invitando a los presentes a escanear un código QR a su sitio web. Todos los videos fueron subtítulos al japonés.

A los asistentes se les entregaron margaritas, símbolo de homenaje a los detenidos desaparecidos.

A la iniciativa se sumaron los pabellones vecinos de San Marino y Panamá, además de Paraguay y las Naciones Unidas.

Cobertura de la activación: https://www.youtube.com/watch?v=eFJWAWD6_lk

Videos proyectados:

<https://www.youtube.com/watch?v=K3dHQqgduxs>

<https://www.youtube.com/watch?v=Susj2snMmHQ&t=10s>

<https://www.youtube.com/watch?v=ZWuXx6N5k88>

Referencia:

<https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/uruguay-conmemoro-el-dia-de-los-derechos-humanos-en-su-pabellon-de-expo-osaka/>

15 de junio: festejo de los visitantes “1 millón” en Commons C.

Para conmemorar este logro, se llevaron a cabo actividades especiales durante la jornada. Por la mañana, se organizó una actividad infantil donde los niños pintaron las banderas de los países participantes. Por la tarde, se realizó un concurso de preguntas y respuestas (trivia) para promover el conocimiento sobre las naciones que componen el Common-C.

Los directores del pabellón realizaron un brindis conmemorativo junto a autoridades de la Expo y los Country Managers de las naciones presentes.

Los visitantes que marcaron el hito del millón recibieron obsequios representativos de cada país participante. Los países miembros del Pabellón Commons C son: Eslovenia, Eslovaquia, San Marino, Israel, Gabón, Ucrania, Croacia, Montenegro, Panamá, Guatemala y Uruguay.

24 de junio: homenaje a los 90 años de la muerte de Carlos Gardel.

La conmemoración incluyó una programación especial con la proyección de imágenes y piezas sonoras del "Zorzal Criollo", celebrando su legado musical y su impacto cultural como símbolo de la identidad uruguaya y el tango. Además, se entregó merchandising alusivo al público general.

Referencia: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/uruguay-celebro-el-legado-de-carlos-gardel-con-un-homenaje-especial-en-su-pabellon-de-expo-osaka/>

30 de junio: festejos visitantes 1.5 millón en el stand de Uruguay.

Referencia: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/el-pabellon-de-uruguay-en-expo-osaka-2025-ya-supero-1-5-millones-de-visitas-y-desarrolla-una-agenda-cultural-diversa/>

3 de julio: actividad de intercambio de pines con San Marino.

Uruguay y el pabellón de San Marino organizaron un intercambio simbólico de pines. Este gesto reforzó los lazos de cooperación y celebró el encuentro de culturas entre los pabellones en el marco de la Expo Osaka 2025.

9 de julio: Activación de Uruguay Wools y presentación de la lana uruguaya en Japón.

El pabellón de Uruguay presentó una destacada activación especial co-organizada con el área de exportaciones de Uruguay XXI, centrada en la lana uruguaya, el diseño y la sostenibilidad.

La experiencia inmersiva guio a los visitantes a través del proceso completo de la fibra, desde el campo ("de la oveja a la prenda") hasta el producto final, permitiendo tocar, comparar y apreciar su calidad. El circuito incluyó una narración visual del campo uruguayo y la proyección de un video sobre los procesos artesanales y las colecciones de diseño.

La actividad generó una gran afluencia de público, superando la hora y media de duración prevista, y se tomó la decisión de mantener la exhibición como una muestra permanente en el pabellón debido a su éxito. La curaduría estuvo a cargo de Paula Delgado (fundadora de la marca Ound) y su representante en Japón, Yoko Iwasa. Participaron marcas destacadas como Ound, María Kassler, Estancia Mendoza, Satori, Nido, Texturable, Engraw, Manos del Uruguay y La Pasionaria.

Adicionalmente, la promoción tuvo una extensión estratégica en Tokio (12 y 13 de julio) con un evento boutique dirigido a prensa, compradores y estudiantes de diseño de arte.

Referencia: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/la-lana-uruguaya-cautivo-al-publico-japones-con-un-recorrido-sensorial-en-expo-osaka/>

Video: <https://www.youtube.com/watch?v=bcBSFGeW-3g>

15 de julio, conmemoración de los 75 años del Maracanazo: Se implementó una trivia interactiva, impulsada por el Plan Ceibal, que ponía a prueba los conocimientos de los visitantes sobre los mundiales de 1930 y 1950, conectando generaciones.

Se proyectaron videos de saludo de Diego Forlán y materiales exclusivos de Tenfield. El periodista Sergio Gorzy cedió imágenes restauradas del partido final.

La activación fue parte de una estrategia para proyectar la identidad de Uruguay en el mundo, aprovechando el prestigio del fútbol sudamericano en Japón.

Los participantes recibieron recuerdos conmemorativos, incluida una lata de corned beef diseñada especialmente para la fecha.

Se tuvo un promedio de 2500 asistentes en esta actividad.

Referencia: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/el-espiritu-del-maracanazo-revive-en-japon-uruguay-celebra-su-gesta-eterna-en-la-expo-osaka-2025/>

21 de julio, día del Deporte. actividad conjunta de Commons C

En el marco de la colaboración entre los países que integran el pabellón compartido en la Expo Osaka 2025, se llevó a cabo una activación conjunta centrada en la temática deportiva.

Cada país participante contribuyó con elementos representativos, incluyendo indumentaria, objetos temáticos y piezas audiovisuales, que fueron exhibidos y proyectados en la pantalla principal del stand de Uruguay.

Durante la jornada, un animador dinamizó la actividad invitando al público a participar en propuestas interactivas y se realizó la entrega de souvenirs de los países participantes.

Uruguay, en colaboración con la Secretaría Nacional del Deporte y Tenfield, presentó un video especial con imágenes destacadas de los recientes Juegos Olímpicos de París y de la selección uruguaya de rugby.

6 de agosto: Homenaje por los 80 Años de Hiroshima y Nagasaki.

En conmemoración de los 80 años de los sucesos de Hiroshima y Nagasaki, se realizó un acto simbólico en el cual se entregó una hoja filatélica conmemorativa del Correo Uruguayo a la Sra. Nako Orihara, Country Manager de Uruguay y directora general del International Bureau. Este gesto reafirmó el compromiso de Uruguay con la memoria, la paz y la cooperación entre las naciones.

c) Eventos colaborativos:

Unidos por el vino: en conjunto con Chile y San Marino.

Uruguay, Chile y San Marino unieron esfuerzos en la Expo Osaka 2025 para celebrar la colaboración con el evento "Unidos por el Vino". La actividad consistió en una exitosa degustación de vinos tintos emblemáticos de los tres países, a la que asistieron 40 personas, incluyendo directores, comisarios generales de pabellones vecinos, representantes de prensa y autoridades de la Expo. El evento tuvo como objetivo principal fortalecer los lazos entre las naciones participantes y celebrar la diversidad de su oferta vitivinícola.

Con el apoyo de Uruguay Wine, Uruguay presentó las bodegas uruguayas.

Asistentes: 50 personas entre autoridades, representantes de los países latinoamericanos y prensa japonesa.

Referencia: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/un-brindis-por-la-integracion-uruguay-chile-y-san-marino-unieron-fuerzas-en-expo-osaka-2025/>

19 de agosto -Unidos por el vino, segunda edición en el Pabellón de Uruguay.

Evento de degustación de vinos en conjunto con Eslovaquia, Montenegro, San Marino, Croacia y Eslovenia, con el apoyo de Uruguay Wine. Fue una actividad abierta al público y a prensa internacional, que celebró la diversidad vitivinícola y la cooperación entre naciones.

d) Visitas oficiales:

El Pabellón de Uruguay recibió la visita de destacadas figuras internacionales, consolidando la relevancia diplomática de su participación en la Expo. Las autoridades presentes incluyeron a Su Alteza Imperial la Princesa Takamado de Japón, el presidente de la República de Panamá, José Raúl Mulino, el primer ministro de Croacia, Andrej Plenković, el presidente de la República Eslovaca, Peter Pellegrini, junto con el presidente del Consejo Nacional, Richard Raši, y el ministro de Trabajo de la República de San Marino, Alessandro Bevitori. Además de estas figuras, se recibieron delegaciones oficiales de más de 20 países.

11. MATERIALES INSTITUCIONALES Y MERCHANDISING

Artículos de promoción y regalos institucionales.

La distribución de obsequios se categorizó en dos grupos: los regalos institucionales, entregados a autoridades y visitantes ilustres, y el material promocional, distribuido al público general del stand.

Entre el material propio de Uruguay se incluyeron banderas, paraguas con logo, bolsas tote con logo, sets de té Sinfonía y sets de condimentos uruguayos, así como la camiseta oficial de Uruguay de la AUF. Se destacaron especialmente los pines culturales (tambor, mate y termo, bandoneón), pines de banderas Uruguay/Japón y pines de Marca País, pines de logo Uruguay en Osaka.

Además, se entregaron ediciones en japonés de libros El discurso del presidente más pobre del mundo de Pepe Mujica y Los Carpinchos de Alfredo Soderguit, y libros de la editorial Aguaclara (Highlights y Panorama sobre Uruguay)

Los sponsors y colaboradores contribuyeron con: vinos y espumantes de Bodega Santa Rosa, pañuelos de Oji Holdings, lapiceras y llaveros del BROU, hojas filatélicas y librillos de El Correo, y Corned Beef edición especial para Uruguay en Osaka en coordinación con el Frigorífico Marfrig e INAC para la marca Uruguay Beef.

12. CONTACTOS GENERADOS

Contactos generados en el Pabellón de Uruguay: 364

Pabellones Nacionales y delegaciones oficiales: numerosos contactos de altos funcionarios, Comisionados Generales, directores de Pabellón y personal de Protocolo de más de 40 países y territorios, incluyendo:

América: Brasil, Colombia, Granada, Panamá, Belice, Bolivia, República Dominicana, Cuba, Paraguay, Santa Lucía, Chile, Perú.

Europa: Unión Europea, Eslovenia, Macedonia del Norte, Santa Sede, Croacia, República Checa, Irlanda, Italia, Portugal, San Marino, Luxemburgo.

Asia/Medio Oriente/África: Israel, Ghana, Pakistán, Kenia, Nigeria, Kuwait, Tailandia, Vietnam, Gabón, Armenia, Azerbaiyán, India, Malasia, Qatar, Arabia Saudita.

Organizaciones internacionales: representantes de la UNESCO, NACIONES UNIDAS (UN), y la Cruz Roja Internacional.

Empresas Japonesas y locales: empresas como YOMIURI, INGS.co, EXPO MANIA, YURI GROUP, PRUDENTIAL, HONDA (director y Supervisor en Uruguay), OJI GREEN RESOURCES, KUBOTA, y Osaka Chamber of Commerce.

Otros Interesados: Se registraron contactos de la Universidad de Osaka y la Universidad Femenina Mukogawa, así como de particulares interesados en productos uruguayos.

Intereses específicos en Uruguay:

Vinos y Bebidas: Varios particulares manifestaron un interés específico en adquirir productos de Vitanna.

Se identificó a una compradora de Vinos Garzón en EEUU que ya compra productos desde Uruguay.

Un distribuidor de vinos de la empresa PRUDENTIAL y un distribuidor de VALENTINI VINI LIQUORL SRL mostraron interés en Uruguay.

MINERVA FOODS (cuyo contacto es de Singapur) fue registrada como compradora de carne de Uruguay.

TIMBERTEC TECNOLOGIA FORESTAL fue identificada como una empresa de tecnología forestal en Uruguay.

Inversión y Servicios:

KITENERGY (Italia) es una empresa de energía interesada en invertir en Uruguay.

Se registró a ALEX FARRELL (YURI GROUP) con interés en recibir información sobre Uruguay.

13. SPONSORS Y APOYOS ECONOMICOS

En el año 2024 la captación de sponsors desde el área Marca País, logró las siguientes instituciones como aliados de la participación de Uruguay en la expo Osaka.

Instituto Nacional de Carne (INAC) USD 150.000

Ministerio de Turismo, USD 80.000

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), solamente para comunicación. USD 46.296

Banco República del Uruguay (BROU)- USD 30.000

Agencia ME VUELO: USD 5.000

En el año 2025: OJI Holdings, USD 10.000

En marzo, se concretó el respaldo de INAVI mediante su marca Uruguay Wine, que se encargó de la provisión de vinos tanto para la barra estable como para todos los eventos de degustación programados a lo largo de los seis meses de la Expo.

Conaprole: USD 15.000

UTE: USD 12.000

Sponsors de contenidos y productos:

Bodega Santa Rosa, Secretariado Uruguayo de la Lana (SUL), CEIBAL, CAVI, Manos del Uruguay, Garzón, Tenfield, MEC, AUCI, El Correo, Frigorífico Marfrig, Vitanna, Sinfonía Blends, Texturable, Autoctona, Olivares Santa Laura, Olivares Garzón, Don Báez, Texturable y La Pasionaria. Canal 5 y Tv Ciudad

14. RESULTADOS DE REDES TOTALES

Informe redes Uruguay in Osaka

<https://www.instagram.com/uruguayinosaka/>

<https://x.com/uruguayinosaka>

<https://www.linkedin.com/company/uruguay-in-osaka>

El enfoque se centró en priorizar contenido de valor, institucional, diplomático y de innovación, lo cual generó una alta interacción con audiencia.

Plataforma LinkedIn (Foco institucional y de negocios)

La presencia en esta plataforma se construyó completamente desde cero a partir de abril de 2025, logrando alcanzar una audiencia profesional de alto valor.

Resultado consolidado de los 6 meses:

Impresiones orgánicas: 26.459 – alto alcance logrado sin inversión en pauta publicitaria.

Interacciones: 1.149 (incluye reacciones, comentarios y contenido compartido)

Tasa de interacción promedio: 15.5% se mantuvo alta durante el período.

Pico de actividad: junio 2025. El mes del Día Nacional concentró la mayor actividad (más de 6.5K impresiones y más de 300 reacciones). Esos contenidos fueron los generaron más tráfico y clics.

Perfil Geográfico: El principal origen de los seguidores profesionales se concentró en Montevideo (54.2%), seguido por Buenos Aires, Madrid y Ciudad de México.

Perfil profesional: Los seguidores mostraron un alto interés en áreas de desarrollo de negocios: Desarrollo Empresarial: 15.5%, Ventas: 13.9%, Educación: 12.3% y Operaciones: 11.6%.

Plataforma Instagram (Foco visual y de descubrimiento)

Instagram fue la plataforma clave para la conexión visual y el descubrimiento de la participación de Uruguay en la Expo Osaka 2025. La estrategia se enfocó en diversificar el contenido para captar una audiencia amplia, logrando un éxito en visibilidad y *engagement*.

Resultado consolidado de los 6 meses:

Crecimiento de seguidores: más de 1.326. El número total de seguidores cerró en 2.409 al finalizar la Expo.

Interacción: más de 140% de aumento en la interacción total. Se superaron las 4.450 interacciones, mostrando la efectividad del contenido.

Visualizaciones /alcance: 62.577 visualizaciones solo en el mes de octubre. La plataforma se consolidó como canal de descubrimiento, con un 61% de las visualizaciones provenientes de no seguidores.

Análisis del contenido: Las publicaciones tradicionales se destacaron como el formato más relevante, generando el 81.4% de las visualizaciones y el 69.4% de las interacciones.

Contenido con mayor resonancia: El contenido que generó mayor *engagement* fue aquel que apeló a la Cultura e Identidad (ej. videos sobre Candombe, artistas como Rada o el Bicentenario) y a la Relevancia y Prestigio (ej. visitas de figuras de alto nivel como la Princesa Takamado de Japón).

Plataforma X (Twitter) (Foco en amplificación)

La presencia en X se centró en la publicación de mensajes clave amplificadas mediante reposts estratégicos de medios, Cancillería y organizaciones asociadas, lo cual fue fundamental para aumentar la visibilidad.

La actividad y el impacto en X se concentraron fuertemente en momentos específicos, demostrando la efectividad de la amplificación de eventos en tiempo real:

Apertura del stand: La inauguración oficial generó un pico de actividad.

Días Nacionales de otros países: La participación de Uruguay en las ceremonias de otros países, destacando la colaboración y el intercambio cultural, fue un tema que generó tráfico en la red.

Día Nacional de Uruguay: La celebración propia también impulsó el interés y la visibilidad de la cuenta.

15.RESULTADOS WEB

<https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/expo-osaka/>

Se desarrolló una landing para informar sobre la participación de Uruguay en la expo Osaka en tres idiomas (español, inglés y japonés).

Resumen ejecutivo de métricas digitales (Expo Osaka) del período: (01/02/2025 – 25/10/2025):

Vistas totales (Sesiones): Se registraron 8.057 vistas totales.

Usuarios activos: El sitio atrajo a 5.302 usuarios activos.

Interacción (Eventos): Se generaron 18.968 eventos totales.

Conclusión: El sitio web demuestra una alta tasa de interacción (más de tres eventos por vista), y la versión en español se posiciona como la ruta de página más activa en términos de sesiones y eventos, mientras que la versión en japonés tiene la mayor cantidad de usuarios activos únicos en el último período.

Según los datos consolidados hasta el 25 de octubre de 2025, el sitio web fue visitado por un total de 5.302 Usuarios Activos (personas que interactuaron activamente con el sitio).

16. RESULTADOS DE PRENSA

El presente análisis toma como base el informe de prensa de Uruguay XXI (desarrollado por la agencia Burson) y los datos de monitoreo de medios nacionales e internacionales provistos por Globalnews.

El informe cubre la cobertura de prensa nacional e internacional generada entre febrero y octubre de 2025.

Principales indicadores:

Resultados totales (Nacional e Internacional)

Notas registradas: 303

Alcance (REACH): 49.710.879 personas

Retorno de Inversión (ROI): USD 610.317

Cobertura Nacional: notas registradas: 270

Se contabilizaron 260 notas en medios tradicionales, más 10 entrevistas en plataformas de streaming.

Alcance: 8.497.855 personas

Retorno de Inversión: USD 422.593

Distribución temporal: El mes de junio se destacó con el mayor número de impactos (94 notas), seguido por abril (64 notas).

Distribución por medio: El 69% de la cobertura fue en formato prensa o digital.

Todas las publicaciones fueron positivas o informativas, reforzando una imagen favorable de Uruguay como un país confiable para invertir y con una oferta exportable de alta calidad.

Prensa internacional: notas registradas: 33

Alcance: 41.213.024 personas

Retorno de Inversión: USD 187.724

Impacto: Aunque el número de notas fue limitado, su impacto fue significativo debido a que las publicaciones se realizaron en países de relevancia estratégica, como Japón, lo que resultó en un alto alcance y visibilidad.

17. LOGROS

El informe final sobre la participación de Uruguay en la Expo Osaka 2025

Métricas de la participación de Uruguay:

Visitantes totales a la Expo Osaka: Más de 28.3 millones (28.391.403 al 12 de octubre)

Visitantes Commons C / stand de Uruguay: 3.882.800

Promedio diario de visitantes en el pabellón 22.000 personas

Más de 20 actividades realizadas.

Audiencia acumulada de proyecciones audiovisuales: superior a 60.000 personas (en más de 150 funciones)

Artículos promocionales: más de 5000 artículos entregados al público general.

Participación en Días Nacionales de otros países: se asistió a más de 70 días nacionales de otros países.

Base de datos de contactos generados: Más de 370 contactos (incluyendo empresas japonesas, medios y representantes de países)

2 delegaciones oficiales:

Junio (Día de Uruguay): 34 personas (mitad sector público / mitad privado).

Setiembre (Turismo e Intendencia de Canelones): 4 autoridades principales + equipo técnico.

Referencias videos:

Video resumen:

<https://www.youtube.com/watch?v=Vlsz1oFXIU&list=PLFyKMA4dc7Rk5fckwgQfLPkAAwFjMDQew>

Día Nacional

<https://www.youtube.com/watch?v=cXkwPkDIRGw&t=2s>
<https://www.youtube.com/watch?v=vOJ37Jpok8k>

Delegación setiembre:

<https://www.youtube.com/watch?v=ZNbYlt10KqE>

Video institucional:

<https://www.youtube.com/watch?v=fsV6X6zWfRg&t=8s>

Equipos de trabajo Uruguay XXI.

Administración y Finanzas: Pablo Quagliotti y Marinela Castro.

Comunicación: Sofía Alonzo, Cecilia Amorín, Maximiliano Spera, Rodrigo Camy y Lucía Lema.

Promoción de Exportaciones: Omaira Rodríguez y Elisa Schroeder.

Inversiones: Cecilia Pattarino.

Contactos del informe:

Larissa Perdomo: lperdomo@uruguayxxi.gub.uy

Mariana Cabrera: mcabrera@uruguayxxi.gub.uy



Uruguay XXI
PROMOCIÓN DE INVERSIONES,
EXPORTACIONES E IMAGEN PAÍS

