



Industrias Creativas

SELA - Agosto 2019





Industrias Creativas

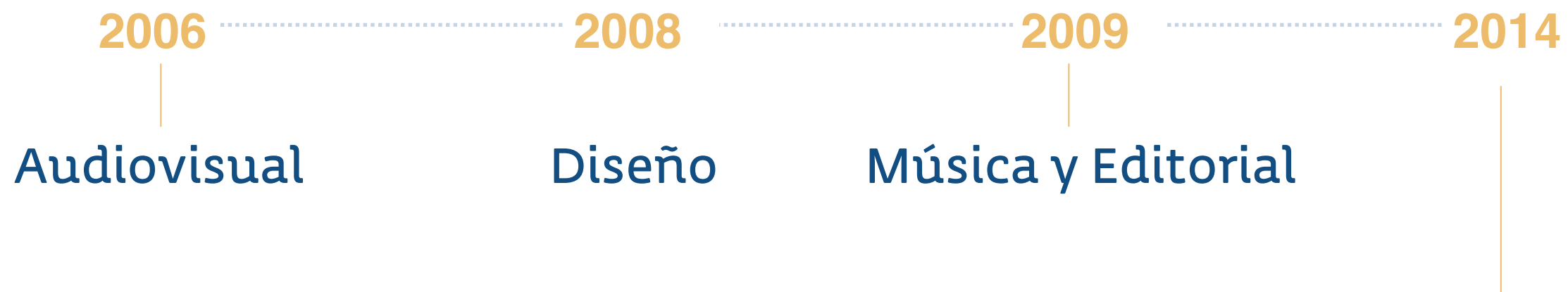
- Institucionalidad
- IICC en Uruguay XXI
- Mercados regionales
- Desafíos
- Casos de éxito
- Uruguay



Institucionalidad / Antecedentes

BID y Gobierno de Uruguay acuerdan préstamo que permite desarrollar el Programa de Competitividad de Conglomerados y Cadenas Productivas (PACC)

Primeros conglomerados, Clusters de Industrias Creativas:



Culmina el proyecto que dio lugar al PACC



PACC / Lecciones aprendidas

- **Es posible** → facilitar desde el Estado el desarrollo de iniciativas público-privadas percibidas como pertinentes y apropiadas por los protagonistas.
- **Es crucial** → el desarrollo participativo en los planes estratégicos.
- **Es importante** → la evaluación periódica de la representatividad de los actores involucrados, y la incorporación de actores emergentes.
- **Es ideal** → para el éxito de este tipo de programas contar con un Estado cercano al sector privado y comprometido con sus logros, que negocia inteligentemente y, cuando es necesario, aplica condiciones y reclama resultados.

2006

2015

Institucionalidad



2016 Creación del Sistema Nacional de Transformación Productiva y Competitividad con la finalidad de promover el desarrollo económico productivo e innovador.

- Nueva forma de trabajar basada en la articulación, coordinación y cooperación entre actores públicos, privados y público - privados.
- Especialización y articulación constituyen principios rectores de Transforma Uruguay permitiendo una visión integral de cada problemática a abordar.

2016

2020

- Énfasis en la coordinación del sector público



Sectores priorizados

El Gabinete de Transforma Uruguay acordó priorizar los siguientes sectores:

- TIC (Ciencias de datos e Inteligencia artificial)
- **Industrias Creativas**
- Ciencia y Tecnología en la Producción de alimentos
- Biotecnología
- Forestal-Madera
- Logística
- Farmacéutica
- Turismo.

Actividades de alto impacto potencial en línea con el objetivo principal de impulsar la transformación productiva a través de actividades innovadoras con mayor valor agregado y contenido tecnológico nacional.

2016

2020

Hojas de ruta

- **OBJETIVO.** Estructurar e implementar un conjunto articulado de proyectos concretos de corto y mediano plazo, determinantes para el desarrollo competitivo e innovador del sector relacionado.
- **ACTORES.** El ámbito institucional en el que se desarrolla una Hoja de Ruta está conformado por gobierno, trabajadores, empresarios y academia, con los énfasis particulares que pudieran corresponder en cada caso.
- **ALCANCE.** Se considera importante potenciar el crecimiento de las industrias creativas, concentrándose en una primera instancia en los subsectores audiovisual y de diseño.

2019

2020

Mapa estratégico

Objetivo 2035



Por su parte, la Oficina de Planeamiento y Presupuesto (OPP), coordinó la elaboración de un **Mapa Estratégico de Industrias Creativas** en el marco de la elaboración de la **Estrategia Nacional de Desarrollo**, de forma de identificar la **estrategia de mediano y largo plazo**.



Principales variables a tener en cuenta



1

Política pública

Continuidad de largo plazo

2

Desarrollo de capacidades

Más allá del sistema formal de educación o del ejercicio profesional, se apunta a la creatividad y el desempeño

3

Posicionamiento social

Involucra la valoración social como clave en el desarrollo del sector, salirse de la asociación con el hobby.

Principales variables a tener en cuenta



4

Vínculos

Desarrollo de capital relacional y de confianza intersectorial.

5

Internacionalización

Mercado ampliado de la mano de estrategias sostenibles, informadas y basadas en aprendizajes anteriores.

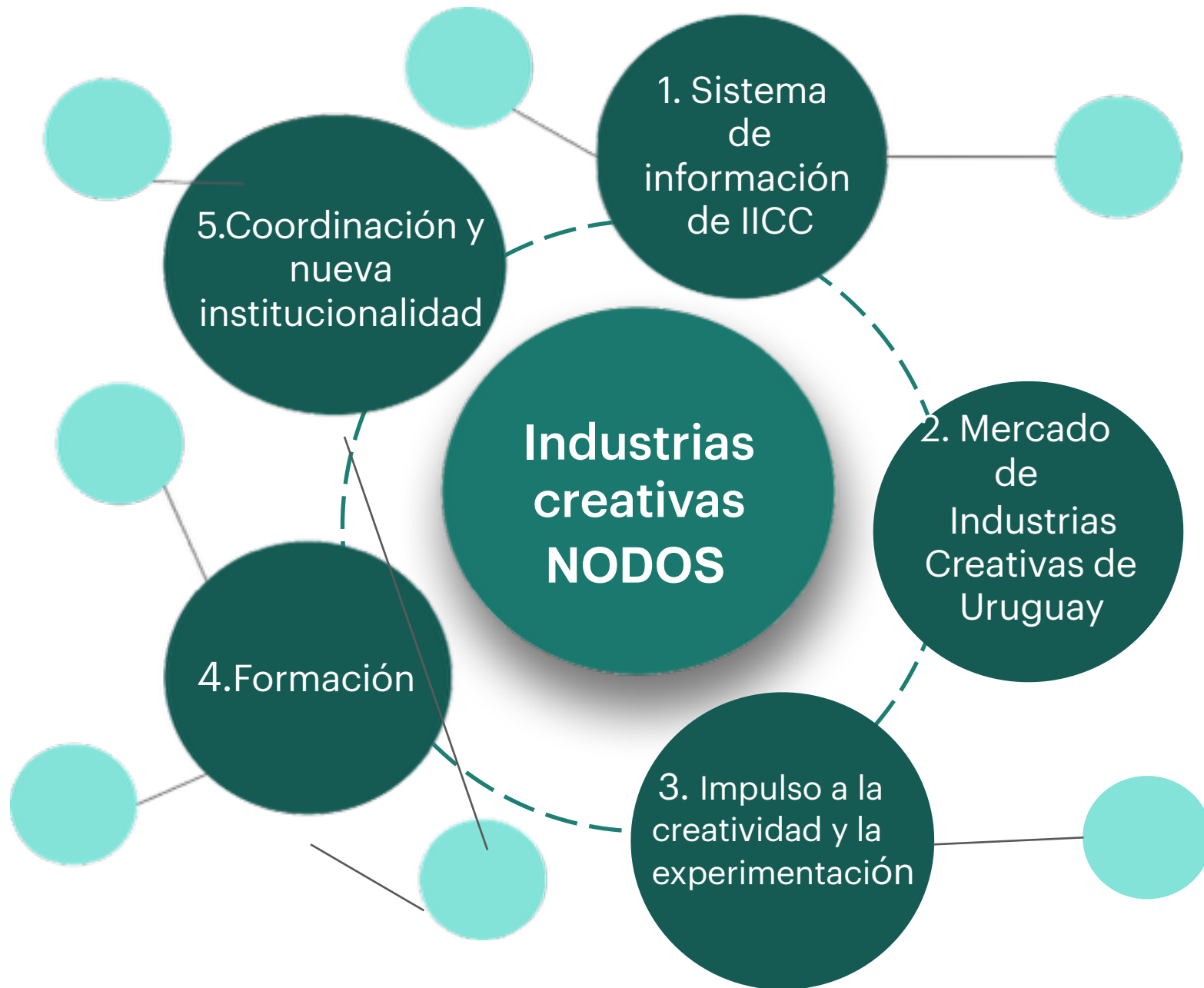
6

Adaptación tecnológica

Utilización de la tecnología en forma aplicada, más allá de quien la desarrolla.



Nodos



Complemento a la elaboración del mapa estratégico a partir de los objetivos delimitados anteriormente.

Linealidad = estanca, ineficiente y vertical.

Cada objetivo es alcanzable en el largo plazo a través de una serie de acciones que se cruzan en actividades o elementos comunes

Sectores priorizados

Inversiones & Exportaciones



Uruguay XXI
PROMOCIÓN DE INVERSIONES,
EXPORTACIONES E IMAGEN PAÍS



Infraestructura y logística

Infraestructura
Logística

Agronegocios

Agroalimentos
Forestal madera

Servicios Globales

Ciencias de la vida
Servicios corporativos
Industrias IT
Arquitectura e Ingeniería

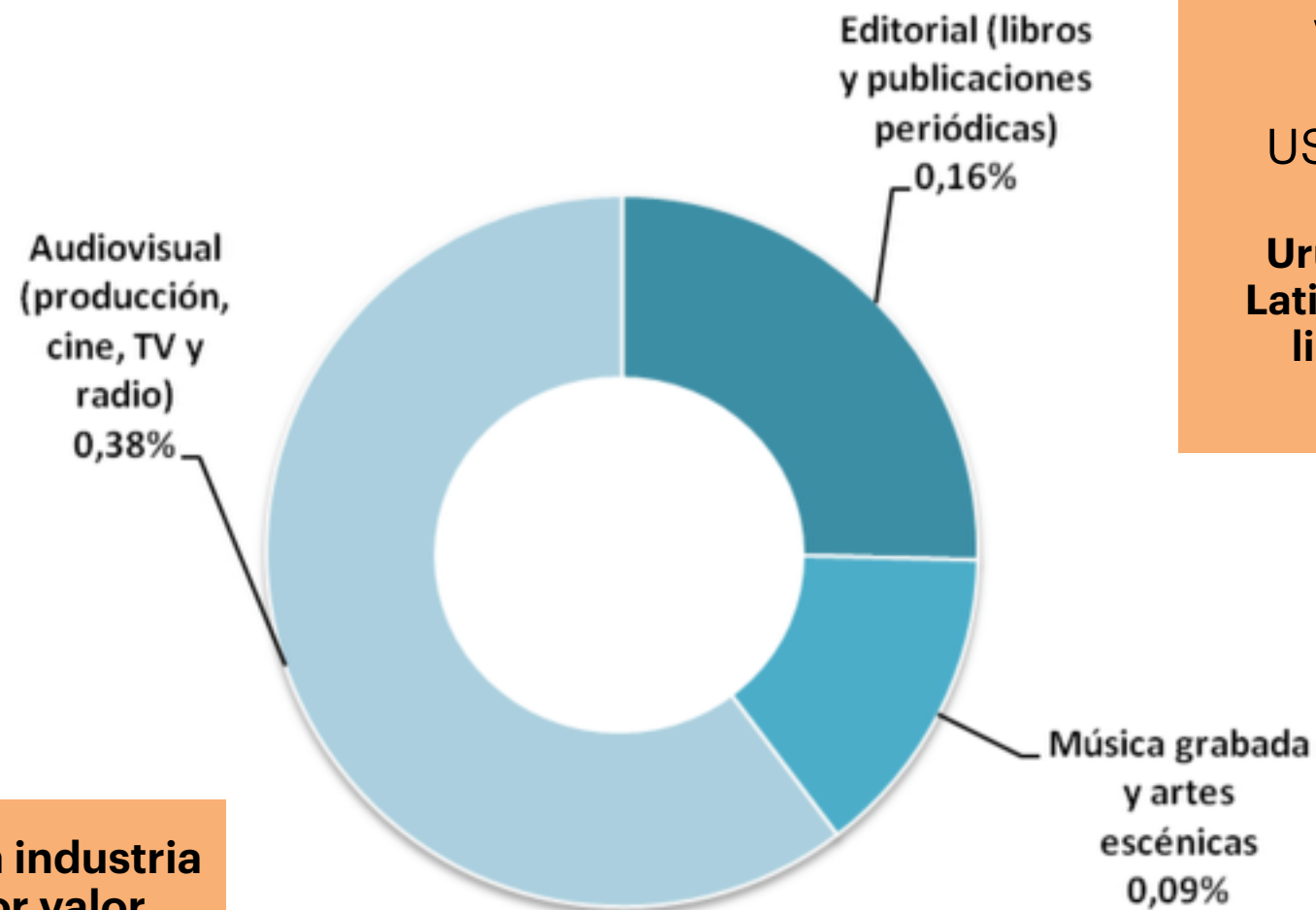
Industrias creativas

Industrias culturales
Diseño de mobiliario y moda

Industrias Creativas en Uruguay

1% del PBI (PBI Uruguay 60.000 millones)

Valor bruto de producción
USD 480 millones



Valor bruto de producción
USD154,7 millones

Uruguay es el país de Latinoamérica que más libros produce por habitante.

El sector audiovisual es la industria creativa que genera mayor valor económico con el 0,4% del PIB. y ocupa más de 5.300 trabajadores calificados con altos estándares de capacitación.

Entre 2008 y 2011 la facturación del sector audiovisual pasó de US\$ 170 millones, a US\$ 360 millones.

Valor bruto de producción
USD 75 millones

Se destaca la recaudación por Nuevas Tecnologías (usos digitales) que pasó de \$ 42.613 en 2016 a \$16.227.605 en 2017

¿Cómo estamos trabajando desde Uruguay?

Articulación interinstitucional.

Plan estratégico basado en tres pilares:

Formación permanente, Apoyo a la gestión comercial y Promoción y difusión.

BOLOGNA, GUADALAJARA

PROGRAMA PILOTO DE INTERNACIONALIZACIÓN

PRIMAVERA SOUND / PRO

INVERSA DE MÚSICA

PROGRAMA URUGUAY AUDIOVISUAL / CASH REBATE y PRODUCCIONES NACIONALES en conjunto con ANDE; ICAU, MIEM.



Uruguay XXI
PROMOCIÓN DE INVERSIONES,
EXPORTACIONES E IMAGEN PAÍS

Mercados Regionales

Los mercados de industrias creativas son, sin lugar a dudas, una ventana clave de presentación para proyectos, emprendimientos o artistas de todas las disciplinas y sectores de la cultura.

Habiendo participado del MICSUR en Mar del Plata, que se caracterizó por su gran organización, del MICBR en San Pablo, que significó una gran oportunidad de negocios para muchos de los uruguayos participantes y del MICA, puede observarse que una gran cantidad de participantes son emprendedores y una menor cantidad son empresarios constituidos y con años de trayectoria. Esto se explica en parte por la especificidad de espacios profesionales que presentan la propias disciplinas por separado.



Uruguay en el MICA

Uruguay fue país invitado de honor en la quinta edición del MICA y esto significó una oportunidad para 180 emprendedores y empresarios uruguayos de las industrias creativas de beneficiarse del trabajo que este país viene desarrollando para las industrias creativas de su mercado local.

La cercanía física y cultural permitió generar una agenda que superó ampliamente los 4 días del MICA y se extendió a espacios culturales de la capital argentina.



El MICUY es una plataforma nacional de desarrollo, formación y negocios, para generar condiciones de internacionalización de las ICC del país. Podremos contar con un espacio donde compartir con otras empresas, lo que estimulará la generación de servicios y productos innovadores, creativos y de mayor calidad.



Principales retos

La articulación con el resto de los organismos públicos.

Fomentar el crecimiento y la diversificación de las exportaciones.

Desarrollo de capacidades empresariales.

Sistema de evaluación y monitoreo.

Dinamismo del sector.



Uruguay XXI
PROMOCIÓN DE INVERSIONES,
EXPORTACIONES E IMAGEN PAÍS



QUÉ VIDA!

SU ÚLTIMO LIBRO FUE TRADUCIDO AL ALEMÁN, LO QUE LA LLEVÓ A ESTAR NOMINADA A UN PRESTIGIOSO PREMIO

Mercedes Rosende, la autora uruguaya que conquistó Alemania

Escrito por Matías Canabarro — Última actualización May 26, 2019
ds.republica.com.uy...

2012

2019

<https://www.republica.com.uy/mercedes-rosende-la-autora-uruguaya-que-conquistó-alemania-id711469/>

<https://ladiaria.com.uy/articulo/2018/2/el-camino-a-la-autoria/>



**BOLOGNA
CHILDREN'S
BOOK
FAIR**



2018

2019

<https://ladiaria.com.uy/articulo/2019/1/la-prestigiosa-feria-del-libro-infantil-y-juvenil-de-bolonia-selecciono-a-tres-uruguayos-para-integrar-su-catalogo-2019/>



URUGUAY MÚSICA

Músicos uruguayos buscan hipnotizar al Primavera Sound con ritmos latinos

EFE | Montevideo | 27 may. 2019



MÚSICOS URUGUAYOS BRILLARON EN EL FESTIVAL PRIMAVERA SOUND DE BARCELONA

Fecha de publicación: 03/06/2019

<http://marcapaisuruguay.gub.uy/primavera-sound/>

<https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/uruguay-estara-presente-en-el-primavera-sound/>

<https://www.efe.com/efe/america/cultura/musicos-uruguayos-buscan-hipnotizar-al-primavera-sound->



Uruguay
Audiovisual



URUGUAY

on the up



under an hour to reach Buenos Aires and two and a half hours to Sao Paulo meaning that any additional equipment is easily accessible.

The capital city Montevideo has large streets and a uniquely European style characterised by buildings such as the Palacio Barolo and Solis Theatre. For this reason, Uruguay has been used to stand in for a range of global capitals by commercial productions looking for a cheaper price point.

On the other hand, the city can easily exude a classic South American ambience. A spot for Kayak entitled *Carnival* did just this, putting on a traditional carnival for oversized puppets in a city street.

A fast paced commercial for Nike (pictured left) serviced by Oriental Films for La Casa Films gives an urban feel to Uruguay's picturesque coastline and city. Shot on the palm fringed coastline, colourful outdoor sports courts and faded halls the spot has a charming allure.

With a new incentive in April 2019 Uruguay introduced a





**Invertir, Exportar,
Trabajar, Vivir**



Desarrollo Social

Índices 2018



Inclusión



Prosperidad



Oportunidades

#1

**Desarrollo y Crecimiento
Inclusivo**

América del Sur (WEF)

#1

Índice de Prosperidad

América Latina (Legatum Institute)

#1

**Índice de Mejores
Trabajos**

América Latina (BID)

#1

**Índice de Inclusión
Social**

América del Sur (Américas Quarterly)

#1

Calidad de Vida

América Latina (Mercer)

#1

**Índice de Equidad
de Género**

América Latina (PNUD)

Estabilidad Política y Social

URUGUAY

#1
en LAC

(2018)



Democracia

#1

Democracia

The Economist



Equidad

#1

Desarrollo y
Crecimiento Inclusivo

WEF



Transparencia

#1

Baja percepción de
Corrupción

International Transparency

#1

Estado de Derecho

World Justice Project

#1

Voz y
Representatividad

Banco Mundial

#1

Índice
Multidimensional
de Protección Social

OIT

#1

Control de la
Corrupción

Banco Mundial

Conectividad de vanguardia

#1

en América Latina



Adopción de TICs (2018 – WEF).



Gobierno electrónico en América Latina (ONU) y **#7** en el mundo (D9).



Acceso universal de empresas a fibra óptica.



#10 en el mundo en porcentaje de hogares conectados por fibra óptica.

Infraestructura



Mejor Data Center de América Latina (2016).



Cable submarino conexión Uruguay – Brasil – Estados Unidos.

Inclusión Digital Universal



Plan Ceibal

Plan Ceibal

1er país en el mundo en brindar computadoras portátiles al **100%** de sus estudiantes y maestros de escuelas y liceos públicos.



Plan Ibirapitá

Entrega gratuitamente **tablets e internet** a jubilados de bajos ingresos.

Desarrollo de talento



#1

Uruguay tiene la tasa más alta de alfabetización en toda Latinoamérica: **98%**

Formación gratuita de alta calidad en todos los niveles

87% de los estudiantes universitarios son de universidades públicas.

Alto manejo de idiomas

Más del **75%** de los universitarios leen inglés y **55%** lo habla. El **36%** lee portugués, y un **21%** lo habla.

Diversificación productiva

Exportaciones bienes y servicios (2018)



Fuentes: Uruguay XXI en base a Dirección Nacional de Aduanas y Zonas Francas (2018)

US\$ 16.406 millones
Exportaciones Totales



Exportador de
servicios globales

US\$ 3.446 millones



Trading
43%



Servicios
Empresariales
39%



TICs
12%



Servicios
Financieros
4%



Servicios
Creativos
2%

gracias