Uruguay XXI
PROMOCIÓN DE INVERSIONES, EXPORTACIONES E IMAGEN PAÍS

30 AÑOS

INFORME MENSUAL COMERCIO EXTERIOR

OCTUBRE 2026

TEMA DEL MES

MUJERES EN EL LIDERAZGO
EMPRESAS EXPORTADORAS



Resumen ejecutivo

- **En octubre de 2026,** las **solicitudes de exportación,** incluidas las zonas francas, alcanzaron **US$ 1.089 millones** y marcaron un **crecimiento interanual de 1%.** Las exportaciones de este mes estuvieron explicadas principalmente por las ventas de **celulosa, carne bovina, productos lácteos, concentrado de bebidas y madera y productos de madera.**

- En el **acumulado de 2026**, las exportaciones de bienes, incluidas las de zonas francas, **totalizaron US$ 11.430 millones**, lo que representó un **crecimiento de 1%** frente al acumulado de 2025.

Exportaciones uruguayas de bienes

Millones de dólares y variación mensual interanual (%)

Territorio	Oct-25	Oct-26	Var (%)
Aduanas	773	756	-2%
Zonas Francas (*)	309	332	8%
Total	**1.082**	**1.089**	**1%**

Territorio	Ene - Oct 25	Ene - Oct 26	Var (%)
Aduanas	7.674	7.907	3%
Zonas Francas (*)	3.664	3.523	-4%
Total	**11.339**	**11.430**	**1%**

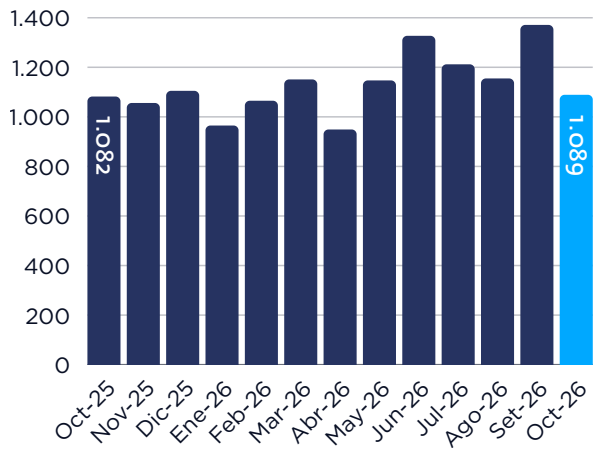
(*) Incluye exportaciones de celulosa, concentrados de bebidas, productos farmacéuticos y granos de Nueva Palmira (cebada, colza, soja y trigo).

- **Tema del mes:** Mujeres en el liderazgo - Empresas exportadoras.

Crecen las exportaciones en octubre de 2026

En octubre de 2026, las solicitudes de exportación totalizaron US$ 1.089 millones, lo que representó un crecimiento interanual del 1%. En el acumulado del año (enero-octubre), las solicitudes también crecieron 1% en relación con el mismo período de 2025.

Gráfico 1
Exportaciones mensuales
Millones US$



Fuente: Uruguay XXI con base en datos de Dirección Nacional de Aduanas (DNA), Montes del Plata y Sistema Nueva Palmira.

En el acumulado de enero a octubre de 2026, la **carne bovina** se mantuvo como el principal producto de exportación con ventas por US$ 2.220 millones, lo que representó un crecimiento del 2% respecto al mismo período de 2025 y una participación del 19% en el total exportado. En términos de volumen, los envíos disminuyeron 14%; pasaron de 321,7 a 276,2 miles de toneladas. La **celulosa** se ubicó en segundo lugar con US$ 1.998 millones, una participación del 17% y un crecimiento del 2% en comparación con el mismo período del año anterior. Por su parte, la **soja** acumuló ventas por US$ 834 millones, lo que representó el 7% del total exportado y una disminución del 37% respecto a 2025. En términos de volumen, los envíos cayeron 42%, al pasar de 3.346 a 1.947 miles de toneladas. Esta caída estuvo explicada principalmente por el impacto de la sequía sobre la zafra 2025/2026, que provocó una reducción cercana al 50% en la producción respecto a la campaña anterior. En cuarto lugar, se ubicaron los **productos lácteos**, con US$ 772 millones, una participación del 7% y un crecimiento del 2%. El top cinco lo completaron los **concentrados de bebidas** con US$ 711 millones, que representaron el 6% del total exportado entre enero y octubre de 2026. En conjunto, estos cinco productos concentraron el 57% de las exportaciones de bienes durante ese período.

Cuadro 1
Exportaciones uruguayas de bienes – Principales productos
Millones US$ y variación % interanual

Productos	Oct-25	Oct-26	Var %
Celulosa	167	229	37%
Carne bovina	219	210	-4%
Productos lácteos	98	118	21%
Concentrado de bebidas	63	78	23%
Madera y productos de madera	37	53	44%
Subproductos cárnicos	52	44	-16%
Vehículos	22	41	84%
Productos farmacéuticos	38	40	5%
Otros	26	31	20%
Plásticos y sus manufacturas	22	29	28%

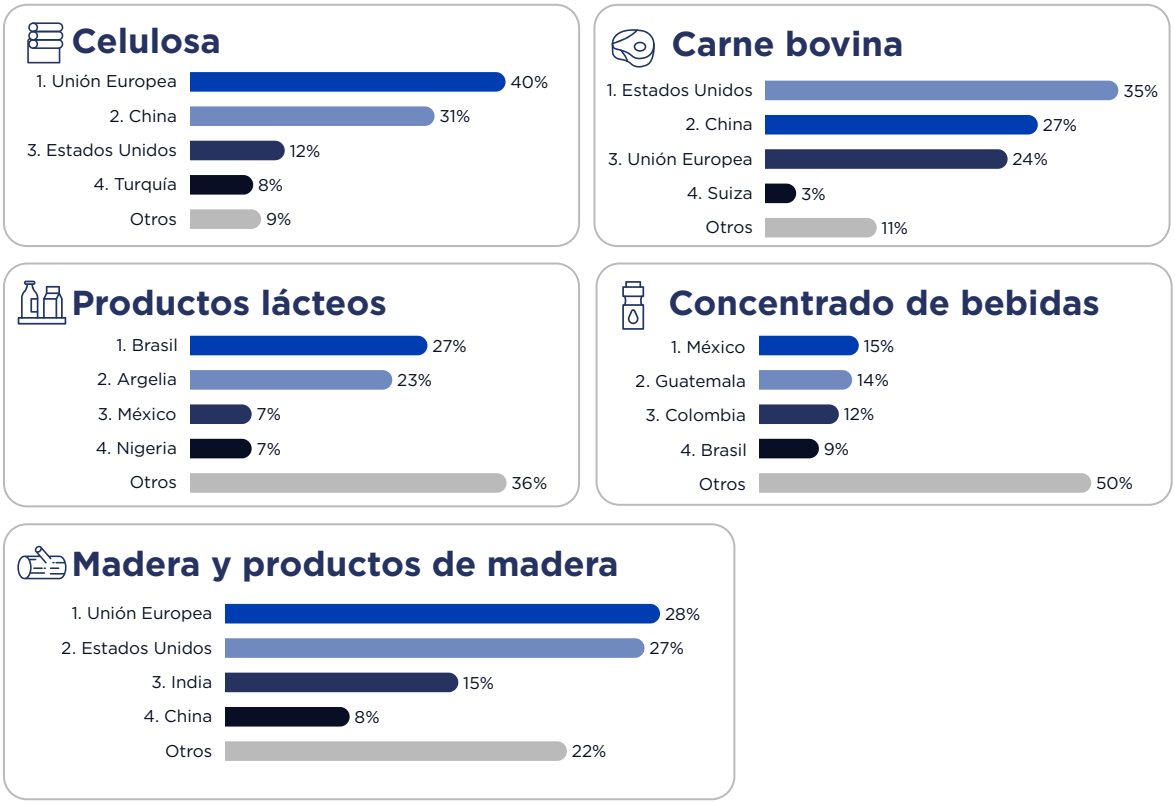
Fuente: Uruguay XXI con base en datos de Dirección Nacional de Aduanas (DNA), Montes del Plata y Sistema Nueva Palmira. La incidencia de cada producto en las exportaciones acumuladas se encuentra disponible en el ANEXO.

DETALLE POR PRODUCTO

La celulosa se mantuvo como el principal producto exportado en octubre, con ventas por US$ 229 millones, lo que representó el 21% del total exportado y un crecimiento interanual del 37%. La **Unión Europea** se consolidó como el principal destino, con colocaciones por US$ 92 millones, equivalentes al 40% de las exportaciones de celulosa, lo que supuso un aumento del 71% respecto a octubre de 2025. **China** ocupó el segundo lugar, con ventas por US$ 70 millones, que representaron el 31% del total y un crecimiento del 14%. Por su parte, **Estados Unidos** se ubicó en la tercera posición, con exportaciones por US$ 28 millones, equivalentes al 12%, registrando un incremento del 7% frente al mismo mes del año anterior. **Turquía** ocupó el cuarto lugar, con ventas por US$ 19 millones, que representaron el 8% del total (+52%), mientras que **Corea del Sur** se ubicó en el quinto puesto, con colocaciones por US$ 9 millones, equivalentes al 4% (+112%). Asimismo, se destacaron los envíos hacia **Japón**, que alcanzaron los US$ 2 millones, representando el 1% de las exportaciones de celulosa, frente a los US$ 525 mil registrados en octubre de 2025, lo que supuso un crecimiento del 286%.

La **carne bovina** fue el segundo producto con mayor valor exportado en octubre, con envíos por US$ 210 millones, lo que representó el 19% del total exportado y una caída interanual del 4%. En términos de volumen, las ventas alcanzaron las 23.773 toneladas, lo que supuso una disminución del 22% respecto a octubre de 2025. Esta evolución estuvo acompañada por un aumento del precio promedio de exportación, que pasó de aproximadamente US$ 7.163 a US$ 8.815 por tonelada (+23%). En cuanto a los

Gráfico 2
Principales productos por destino
Porcentaje del total exportado por producto



Fuente: Uruguay XXI con base en datos de DNA, Montes del Plata y Sistema Nueva Palmira.

destinos, **Estados Unidos** se mantuvo como el principal mercado con colocaciones por US$ 73 millones, equivalentes a 35% del total, y un crecimiento interanual del 16%. **China** ocupó el segundo lugar, con compras por US$ 57 millones, que representaron el 27% de las exportaciones y registraron una caída del 12%. La **Unión Europea** se ubicó en tercera posición, con ventas por US$ 50 millones, una participación del 24% y una disminución interanual del 4%. **Suiza y Brasil** completaron los cinco principales destinos, con colocaciones por US$ 6 millones (+8%) y US$ 5 millones, respectivamente. Asimismo, **Trinidad y Tobago** se destacó por su dinamismo; hacia allí las exportaciones alcanzaron los US$ 5 millones, lo que representó un incremento del 66% frente a octubre de 2025. En términos de volumen, los envíos a ese mercado totalizaron 680 toneladas, frente a las 487 toneladas registradas en el mismo mes del año anterior.

Los **productos lácteos** ocuparon el tercer lugar entre los principales bienes exportados en octubre, con ventas por US$ 118 millones, equivalentes a 11% del total, y un incremento interanual del 21%. En términos de volumen, los envíos totalizaron 32.881 toneladas, lo que representó un aumento del 28% frente al mismo mes de 2025. Durante ese período, estos productos alcanzaron 65 destinos, distribuidos en cinco continentes, con presencia en América, Europa, Asia, África y Oceanía. **Brasil** encabezó los mercados de destino, con colocaciones por US$ 32 millones, que representaron el 27% del total y registraron un crecimiento interanual del 44%. En volumen, los envíos alcanzaron las 8.532 toneladas, frente a las 5.813 toneladas del año anterior. **Argelia** se situó en segunda posición, con exportaciones por US$ 28 millones y una participación del 23%, lo que supuso una disminución del 21%. Los volúmenes destinados a ese mercado también descendieron 15%, hasta las 7.637 toneladas. En conjunto, Brasil y Argelia concentraron el 50% de las ventas de productos lácteos. Por su parte, **México** ocupó el tercer lugar, con exportaciones por US$ 9 millones, equivalentes al 7% del total y un crecimiento interanual del 235%. En términos de volumen, los envíos aumentaron 320%, al pasar de 506 a 2.125 toneladas. **Nigeria** se ubicó en el cuarto puesto, con ventas por US$ 8 millones y un incremento del 495%; los envíos alcanzaron las 2.174 toneladas, 517% más que en octubre de 2025. Asimismo, se destacó **Venezuela**, con colocaciones por US$ 4 millones, que representaron el 3% del total y registraron un crecimiento interanual del 316%. En volumen, las exportaciones hacia ese mercado aumentaron 258%, hasta las 1.075 toneladas. Finalmente, el precio promedio de exportación se situó en aproximadamente US$ 3.592 por tonelada, lo que representó una disminución interanual del 6% respecto a los US$ 3.815 registrados en 2025.

Las exportaciones de **concentrados de bebidas** ocuparon el cuarto lugar entre los principales productos exportados en octubre, con ventas por US$ 78 millones, equivalentes al 7% del total, y un crecimiento interanual del 23%. En términos de volumen, los envíos alcanzaron las 3.583 toneladas, lo que representó un aumento del 9% respecto a octubre de 2025. En cuanto a los destinos, **México** se posicionó como el principal mercado, con colocaciones por US$ 12 millones, que representaron el 15% del total y registraron un crecimiento interanual del 112%. En volumen, los envíos aumentaron 44%, hasta alcanzar las 799 toneladas. **Guatemala** ocupó el segundo lugar, con exportaciones por US$ 11 millones, equivalentes al 14% del total, y un incremento del 14%. Los volúmenes enviados a ese destino crecieron 37%, hasta las 319 toneladas. **Colombia** se ubicó en tercera posición, con ventas por US$ 9 millones y una participación del 12%, lo que supuso un aumento interanual del 87%. En términos de volumen, las colocaciones alcanzaron las 432 toneladas, 81% más que en octubre de 2025.

Por su parte, **Brasil** ocupó el cuarto lugar, con exportaciones por US$ 7 millones, equivalentes al 9% del total, manteniéndose prácticamente estable frente al mismo mes del año anterior. En volumen, los envíos disminuyeron 23%, hasta las 420 toneladas. **Honduras** completó los cinco principales destinos, con colocaciones por US$ 6 millones, una participación del 8% y una caída interanual del 7%. Los volúmenes destinados a ese mercado descendieron 11%, hasta las 159 toneladas. En conjunto, los cinco principales destinos concentraron el 59% de las exportaciones de concentrados de bebidas en octubre. Fuera de este grupo también se destacaron los envíos a **Jamaica y Bielorrusia**, que registraron incrementos interanuales del 188% y 221%, respectivamente, en el valor exportado.

Las exportaciones de **madera y productos de madera** se ubicaron en el quinto lugar entre los principales productos exportados en octubre, con ventas por US$ 53 millones, lo que representó un crecimiento interanual del 44%. En términos de volumen, los envíos alcanzaron las 281.570 toneladas, lo que significó un aumento del 94% respecto a octubre de 2025. Por su parte, el precio promedio de exportación registró una caída del 26%, al pasar de aproximadamente US$ 253 a US$ 187 por tonelada. En cuanto a los destinos, la **Unión Europea** se posicionó como el principal mercado, con colocaciones por US$ 15 millones y una participación del 28% del total exportado, lo que representó un crecimiento interanual del 76%. En volumen, los envíos aumentaron 149%, hasta alcanzar las 117.814 toneladas. **Estados Unidos** ocupó el segundo lugar, con exportaciones por US$ 14 millones y una participación del 27%, registrando un incremento interanual del 54%. En términos de volumen, los envíos crecieron 41%, hasta alcanzar las 15.247 toneladas. **India** se ubicó en tercer lugar con colocaciones por US$ 8 millones y una participación del 15%, lo que representó un aumento interanual del 108% en valor y del 107% en volumen, hasta alcanzar las 99.764 toneladas. **China** ocupó el cuarto lugar, con exportaciones por US$ 4 millones y una participación del 8%. En este mercado, el valor exportado disminuyó 3%, mientras que el volumen aumentó 9% hasta las 15.031 toneladas. Por último, **Vietnam** se posicionó en quinto lugar, con ventas por US$ 4 millones y una participación del 7%, lo que supuso un crecimiento interanual del 56% en valor y del 75% en volumen hasta alcanzar las 15.791 toneladas. En conjunto, los cinco principales destinos concentraron aproximadamente el 85% de las exportaciones de madera y productos de madera en octubre. Dentro de este grupo, India, China y Vietnam reunieron conjuntamente cerca del 30% del valor exportado.

DESTINOS DE EXPORTACIÓN

La **Unión Europea** fue el principal destino de las exportaciones uruguayas de bienes en octubre, con colocaciones por US$ 179 millones, que representaron el 16% del total exportado y un crecimiento interanual del 16% respecto al mismo mes de 2025. Las ventas hacia este mercado se concentraron principalmente en celulosa, carne bovina y madera y productos de madera, que explicaron en conjunto el 87% del valor exportado a la Unión Europea. La **celulosa** lideró las colocaciones, con US$ 92 millones y una participación del 51%, registrando un crecimiento interanual del 71%. En segundo lugar se ubicó la **carne bovina** con exportaciones por US$ 50 millones, equivalentes al 28% del total, lo que representó una disminución del 4% respecto a octubre de 2025. En términos de volumen, los envíos descendieron 17% hasta alcanzar las 3.312 toneladas. Por su parte, el precio promedio de exportación aumentó 16% al pasar de aproximadamente US$ 13.128 a US$ 15.182 por tonelada. En tercer lugar se posicionó **madera y productos de madera**, con colocaciones por US$ 15 millones, que representaron el 8% del

total y registraron un crecimiento interanual del 76%. En cuarto lugar se ubicaron **lana y tejidos** con colocaciones por US$ 5 millones y una participación del 3%, lo que supuso un aumento del 12%. Por último, las exportaciones de **arroz** ocuparon el quinto lugar, con US$ 4 millones y una participación del 2%, registrando una caída interanual del 37%. El precio promedio de exportación del arroz pasó de aproximadamente US$ 566 por tonelada en octubre de 2025 a US$ 545 por tonelada en octubre de 2026, lo que representó una disminución interanual del 4%.

En conjunto, estos cinco productos concentraron aproximadamente el 92% de las exportaciones destinadas a la Unión Europea en octubre de 2026.

Gráfico 3
Principales destinos de exportación
Millones US$ y porcentaje del total exportado



Fuente: Uruguay XXI con base en datos de Dirección Nacional de Aduanas (DNA), Montes del Plata y Sistema Nueva Palmira.

Brasil se posicionó como el segundo destino de las exportaciones uruguayas de bienes en octubre de 2026, con ventas por US$ 178 millones, equivalentes al 16% del total exportado. Esto representó una disminución interanual del 1% respecto a octubre de 2025. Las colocaciones en este mercado se concentraron principalmente en vehículos, productos lácteos y plásticos y sus manufacturas, que reunieron conjuntamente el 52% del valor exportado. Los **vehículos** encabezaron las ventas con US$ 35 millones y una participación del 20%, registrando un incremento interanual del 107%. En segundo lugar se ubicaron los **productos lácteos**, con colocaciones por US$ 32 millones, equivalentes al 18% del total, lo que representó un crecimiento del 44%. En términos de volumen, los envíos aumentaron 47%, al pasar de 5.813 a 8.532 toneladas. Por su parte, las exportaciones de **plásticos y sus manufacturas** alcanzaron los US$ 24 millones y representaron el 14% del total, con un aumento interanual del 32%. En cuarto lugar, se posicionaron las **margarinas y aceites**, con ventas por US$ 12 millones y una participación del 7%, registrando un incremento del 17%. Por último, el **arroz** ocupó el quinto lugar, con exportaciones por US$ 12 millones equivalentes al 7% del total, lo que supuso un crecimiento interanual del 78%. En términos de volumen, los envíos aumentaron 43% al pasar de 14.983 a 21.368 toneladas. Por su parte, el precio promedio de exportación se incrementó 25% al pasar de aproximadamente US$ 448 a US$ 560 por tonelada.

En conjunto, estos cinco productos concentraron aproximadamente el 65% de las exportaciones destinadas a Brasil en octubre de 2026.

China fue el tercer destino de las exportaciones uruguayas de bienes en octubre de 2026, con colocaciones por US$ 160 millones equivalentes al 15% del total exportado. Esto representó una caída interanual del 37% respecto a octubre de 2025. La canasta exportadora hacia este mercado se concentró principalmente en celulosa, carne bovina y subproductos cárnicos, que reunieron conjuntamente el 89% del valor exportado. La **celulosa** lideró las ventas, con US$ 70 millones y una participación del 44%, registrando un crecimiento interanual del 14%. En segundo lugar, se ubicó la **carne bovina**, con colocaciones por

US$ 57 millones, equivalentes al 36% del total, lo que representó una disminución del 12% respecto a octubre de 2025. En términos de volumen, los envíos descendieron 33%, al pasar de 12.888 a 8.691 toneladas. En contraste, el precio promedio de exportación aumentó aproximadamente 31%, al pasar de US$ 5.052 a US$ 6.594 por tonelada. Por su parte, los **subproductos cárnicos** ocuparon el tercer lugar, con exportaciones por US$ 15 millones y una participación del 10%, lo que significó una caída interanual del 13%. El volumen exportado también disminuyó 18%, al pasar de 11.308 a 9.287 toneladas. Entre los demás rubros, **madera y productos de madera** se ubicaron en cuarto lugar, con ventas por US$ 4 millones, equivalentes al 3% del total, y registraron una disminución interanual del 3%. Sin embargo, el volumen exportado aumentó 9% hasta alcanzar las 15.031 toneladas. Por su parte, **otros** productos ocuparon el quinto lugar, con colocaciones por US$ 4 millones y una participación del 3%, lo que representó un crecimiento interanual del 175%. Finalmente, se destacó la ausencia de exportaciones de **soja** hacia este destino en octubre de 2026, frente a los US$ 87 millones registrados en el mismo mes de 2025. Esta variación contribuyó a la caída interanual del 37% de las exportaciones totales hacia China.

Las exportaciones hacia **Estados Unidos** totalizaron US$ 151 millones en octubre de 2026, lo que posicionó a este mercado como el cuarto destino del mes, con una participación del 14% del total exportado. Este resultado representó un crecimiento interanual del 25% respecto a octubre de 2025. La carne bovina, la celulosa y los subproductos cárnicos concentraron en conjunto el 79% de las ventas hacia este mercado. La **carne bovina** lideró las ventas hacia este destino con colocaciones por US$ 73 millones, equivalentes al 48% del total. También registró un aumento interanual del 16%. En términos de volumen, los envíos disminuyeron 4%, al pasar de 9.097 a 8.743 toneladas. En este contexto, el precio promedio de exportación aumentó 21%, al pasar de aproximadamente US$ 6.929 a US$ 8.350 por tonelada. La **celulosa** se ubicó en segundo lugar con exportaciones por US$ 28 millones, una participación del 18% y un crecimiento interanual del 7%. Por su parte, los **subproductos cárnicos** ocuparon la tercera posición, con ventas por US$ 18 millones equivalentes al 12% del total. Además, registraron un crecimiento del 127% respecto a octubre de 2025. En términos de volumen, los envíos aumentaron 320%, al pasar de 2.661 a 11.180 toneladas. La **madera y los productos de madera** se ubicaron en cuarto lugar con colocaciones por US$ 14 millones, una participación del 9% y un crecimiento interanual del 54%. El volumen exportado también aumentó 41% al pasar de 10.795 a 15.247 toneladas. Finalmente, la categoría **otros** productos completó el grupo de los cinco principales rubros, con ventas por US$ 5 millones, equivalentes al 3% del total, y un crecimiento interanual del 65%.

En conjunto, estos cinco rubros concentraron aproximadamente el 92% de las exportaciones hacia Estados Unidos en octubre de 2026.

Argentina cerró el grupo de los cinco principales destinos de las exportaciones uruguayas de bienes en octubre, con colocaciones por US$ 60 millones, equivalentes al 5% del total exportado. Este resultado representó un crecimiento interanual del 17% respecto al mismo mes de 2025. Las ventas hacia este mercado se distribuyeron entre diversos rubros, entre los que se destacaron los aceites de petróleo, otros productos, productos farmacéuticos, vehículos y celulosa, que concentraron conjuntamente el 54% del valor exportado. Los **aceites de petróleo** encabezaron las colocaciones, con exportaciones por aproximadamente US$ 9 millones, equivalentes al 15% del total. En segundo lugar, se ubicó la categoría **otros**, con

ventas por US$ 8 millones, que representaron el 13% de las exportaciones y registraron un crecimiento interanual del 26%. Los **productos farmacéuticos** ocuparon la tercera posición, con colocaciones por US$ 6 millones y una participación del 10%, lo que supuso un aumento del 4% respecto a octubre de 2025. Por su parte, los **vehículos** alcanzaron los US$ 5 millones, equivalentes al 9% del total, con un crecimiento interanual del 6%. Finalmente, la **celulosa** se ubicó en quinto lugar, con exportaciones por US$ 5 millones y una participación del 8%, lo que representó un decrecimiento del 2% en comparación con el mismo mes de 2025.

Entre los demás rubros, se destacaron las exportaciones de **plásticos y sus manufacturas,** que crecieron 58% interanual y alcanzaron los US$ 3 millones. También sobresalieron las ventas de **papel y cartón**, que aumentaron 120% respecto a octubre de 2025.

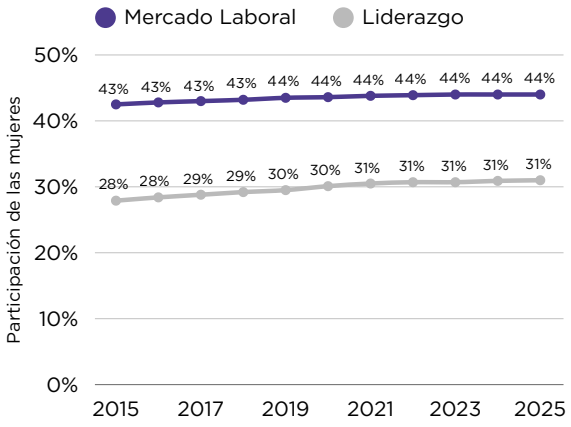
Mujeres en el liderazgo
EMPRESAS EXPORTADORAS

Las mujeres se incorporaron al mercado laboral hace ya varias décadas, pero todavía no llegan en igual medida a los puestos en los que se toman las decisiones. Esto repercute en la distribución de la riqueza, la equidad y la movilidad social.

Existe vasta evidencia nacional e internacional sobre distintos mecanismos que operan de forma desfavorable para sus carreras, como la segregación horizontal y la vertical. La primera refiere a la concentración de las mujeres en puestos de trabajo asociados a su rol de género, mientras que la segregación vertical, que es el centro de este análisis, implica que las mujeres accedan en menor medida que los hombres a puestos jerárquicos. A lo largo de este apartado se presentan datos que describen la presencia de este mecanismo en Uruguay.

Las series históricas a nivel global muestran que la participación de las mujeres en cargos de liderazgo ha aumentado, pero aún tiene un valor reducido respecto de la presencia total en el mercado laboral.

Gráfico 4
Participación de las mujeres en el mercado laboral y en puestos de liderazgo
Mediana de 74 países



Fuente: LinkedIn, The State of Women in Leadership (2026).

El *ranking* de participación de mujeres en el liderazgo, realizado por LinkedIn, ubicó a Uruguay en el puesto 20 entre 74 países. Según sus estimaciones, basadas en datos de perfiles de la plataforma, las mujeres ocupan el 34% de los cargos de dirección en Uruguay, tres puntos por encima de la mediana mundial.

La evidencia para Uruguay con fuentes primarias de información va en la misma línea, con pequeñas variaciones entre estudios por diferencias en la metodología o el período definido.

Un estudio de la Agencia Nacional de Desarrollo encontró que la participación femenina en la dirección y propiedad de las empresas es de 35,9%, mientras que, al considerar solo las sociedades de capital, el promedio de

participación desciende a 29,5%. Por su parte, un estudio de Naciones Unidas sobre las empresas que cotizan en las bolsas de América Latina registra una proporción aún menor: para el caso de la Bolsa Electrónica de Valores de Uruguay, las mujeres ocupan solo el 17% del directorio.

Estos ejemplos evidencian que la proporción de liderazgo femenino no es homogénea entre tipos de empresas ni entre sectores de actividad. Por eso resulta importante estudiar la participación femenina en distintos grupos, para poder diagnosticar adecuadamente la segregación existente en el mercado laboral.

Uruguay XXI llevó este análisis a las empresas exportadoras, entendiendo que conforman un grupo de especial importancia económica para el país. Vender al exterior permite a las empresas superar el límite del mercado interno, diversificar clientes y así tener más estabilidad frente a fluctuaciones económicas locales. La pregunta que guía este análisis es en qué medida las mujeres acceden a cargos altos en estas empresas, a las cuales la inserción internacional les exige mayores niveles de productividad e innovación.

Este trabajo da continuidad a una línea de estudio que Uruguay XXI desarrolla desde 2019, cuando coordinó dos estudios complementarios sobre la participación de las mujeres en las actividades exportadoras. El primero, de carácter cuantitativo, fue elaborado por el CINVE y actualizado en 2023 a partir de una encuesta a empresas exportadoras. El segundo, de carácter cualitativo, se basó en entrevistas a mujeres que lideran empresas exportadoras y contó con el apoyo del Programa Ganar-Ganar de ONU Mujeres, la OIT y la Unión Europea.

A diferencia de esos trabajos, este análisis se basa en registros administrativos y abarca al conjunto de las empresas del núcleo exportador de bienes y de servicios globales. Se tomó la información a diciembre de 2025 y se identificaron 1.217 empresas con datos disponibles en el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. De ellas, 1.045 cuentan con al menos un puesto de alta dirección identificado y son las que se consideran en este análisis.

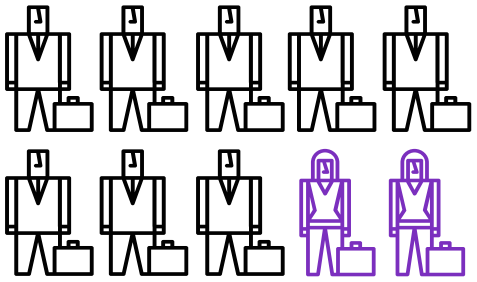
En este trabajo, los puestos de alta dirección incluyen dos niveles. El primero es la **propiedad**: personas dueñas o socias, con participación en el capital de la empresa. El segundo es la **dirección**: personas responsables de gobernar o conducir la empresa y de tomar sus principales decisiones estratégicas, como los integrantes del directorio o quien ejerce la máxima función ejecutiva, por ejemplo, la gerencia general. La clasificación se realizó a partir del vínculo funcional y del cargo registrados en el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, considerando la estructura de cada empresa.

En estas 1.045 empresas se identificaron 2.209 puestos de alta dirección, de los cuales 401 están ocupados por mujeres. Es decir, las mujeres ocupan el 18,2% de los puestos de alta dirección de las empresas exportadoras.

Gráfico 5

Puestos de alta dirección en empresas exportadoras, por sexo

Mujeres: 401 (18,2%), Hombres: 1.808 (81,8%)



Fuente: Uruguay XXI con base en Dirección Nacional de Aduanas (DNA), Banco Central del Uruguay (BCU), Montes del Plata, Nueva Palmira, Dirección General Impositiva (DGI), Instituto Nacional de Estadística (INE) y Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS).

Al analizar por empresa, solo 298 (28,5%) cuentan con al menos una mujer en un puesto de alta dirección. Es decir, **el 71,5% de las empresas del grupo no tiene mujeres en este nivel de liderazgo.**

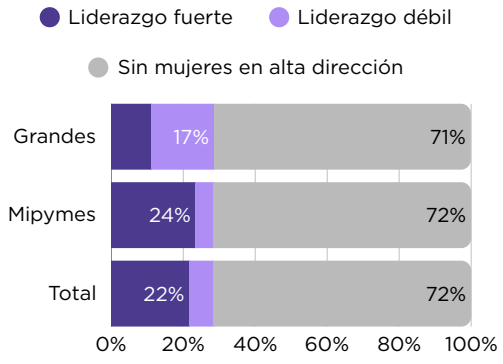
La distribución por sexo de los puestos de alta dirección varía entre estas 298 empresas. Para este análisis, se considera que una empresa tiene **liderazgo fuerte de mujeres** cuando ellas ocupan el 50% o más de los puestos de alta dirección, y **liderazgo débil** cuando ocupan menos de la mitad. Con este criterio, 227 empresas tienen liderazgo fuerte y 71, liderazgo débil.

Al analizar por tamaño, la proporción de empresas con al menos una mujer en alta dirección es prácticamente la misma: 28,7% en las grandes y 28,5% en las mipymes. La diferencia está en la fortaleza de ese liderazgo: el 23,5% de las mipymes tiene liderazgo fuerte de mujeres, frente al 11,3% de las grandes empresas. Hay que tener en cuenta que las mipymes suelen tener menos puestos de alta dirección, por lo que una sola mujer puede alcanzar la mitad de ellos.

Gráfico 6

Fortaleza del liderazgo de mujeres

Porcentaje de empresas por tipo



Fuente: Uruguay XXI con base en DNA, BCU, Montes del Plata, Nueva Palmira, DGI, INE y MTSS.

Por otra parte, sí se presentan variaciones entre sectores, por ejemplo, para el sector forestal, solo el 15% de empresas cuentan con al menos una mujer en puesto de liderazgo, mientras que en el sector textil asciende a 39%. Este fenómeno también se veía en la estimación global de LinkedIn, alcanzando hasta 34,6 puntos porcentuales de diferencia entre sectores.

Cuadro 2

Proporción de empresas con al menos una mujer liderando

Por sector, cantidad y porcentaje

Sector	Sin liderazgo de mujeres	Con al menos una mujer liderando	%
Agro, aimentos y bebidas	232	82	26%
Forestal, celulosa y papel	33	6	15%
Metalmecánica, maquinaria, equipos y automotriz	122	52	30%
Minería, energía y minerales no metálicos	78	18	19%
Otras manufacturas y bienes diversos	32	21	40%
Química, farmacéutica, plásticos y caucho	106	50	32%
Servicios globales	96	38	28%
Textil, cuero, vestimenta y calzado	48	31	39%
Total	**747**	**298**	**29%**

Fuente: Uruguay XXI con base en DNA, BCU, Montes del Plata, Nueva Palmira, DGI, INE y MTSS.

Los datos se presentaron en el marco de la primera edición de Más Comercio Mujeres, un evento que se llevó a cabo el jueves 15 de octubre en Presidencia. Más Comercio es un programa sin costo liderado por Uruguay XXI. Su objetivo es dar a conocer las herramientas disponibles para que las empresas logren la internacionalización, impulsando su capacidad exportadora. A esta primera edición asistieron más de 100 empresarias. La jornada completa se encuentra disponible en el canal de YouTube de Uruguay XXI.



Uruguay XXI

PROMOCIÓN DE INVERSIONES, EXPORTACIONES E IMAGEN PAÍS



