



Uruguay XXI
PROMOCIÓN DE INVERSIONES,
EXPORTACIONES E IMAGEN PAÍS



INFORME **MENSUAL** COMERCIO EXTERIOR

SETIEMBRE 2026

TEMA DEL MES

**MIPYMES
EXPORTADORAS**



Resumen ejecutivo

- En **setiembre de 2026**, las **solicitudes de exportación**, incluidas las zonas francas, alcanzaron **US\$ 1.398 millones** y marcaron un **crecimiento interanual de 10%**. Las exportaciones de este mes estuvieron explicadas principalmente por las ventas de **soja, carne bovina, celulosa, productos lácteos y concentrados de bebidas**.
- En el **acumulado de 2026**, las exportaciones de bienes, incluidas las de zonas francas, **totalizaron US\$ 10.372 millones**, lo que representó un **crecimiento de 1%** frente al acumulado de 2025.

Exportaciones uruguayas de bienes¹

Millones de dólares y variación mensual interanual (%)

Territorio	Set-25	Set-26	Var (%)
Aduanas	859	892	4%
Zonas Francas (*)	408	505	24%
Total	1.267	1.398	10%

Territorio	Ene - Set 25	Ene - Set 26	Var (%)
Aduanas	6.905	7.194	4%
Zonas Francas (*)	3.355	3.178	-5%
Total	10.260	10.372	1%

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

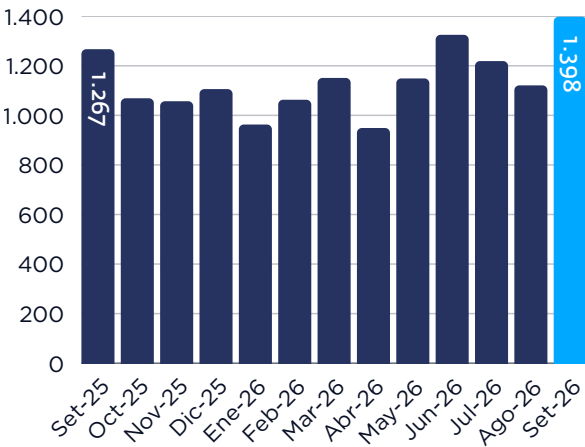
- **Tema del mes:** Las mipymes exportadoras representan 83% del núcleo exportador y sostienen la diversificación de la canasta.

¹ Este informe se elaboró con cifras proporcionadas por Aduanas, SIGES Nueva Palmira, Montes del Plata y UPM. Las cifras publicadas pueden diferir con las elaboradas por otros organismos debido a las diferentes metodologías de trabajo. Además, todas las cifras de este informe están sujetas a variaciones y correcciones de valor que puedan realizarse en los documentos aduaneros después de su publicación. **Nota metodológica:** a partir de mayo de 2024, las cifras de exportaciones desde zonas francas incluyen destinos finales y todas las exportaciones se computan en el momento que parten hacia los destinos (sin considerar los envíos hacia las zonas francas).

Crecen las exportaciones en setiembre de 2026

En setiembre de 2026, las solicitudes de exportación totalizaron US\$ 1.398 millones, lo que representó un crecimiento interanual del 10%. En el acumulado del año (enero-setiembre), las solicitudes 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 2026, la carne bovina alcanzó los US\$ 2.015 millones, lo que representó un crecimiento del 2% respecto al mismo período del año anterior. La celulosa se mantuvo en segundo lugar, con US\$ 1.757 millones, seguida por la soja, que acumuló a setiembre ventas por US\$ 832 millones, lo que implicó un decrecimiento del 32% respecto a los primeros nueve meses de 2025. La zafra estuvo marcada por una severa sequía en enero y febrero, que derivó en una mala cosecha.¹ En el cuarto lugar se ubicaron los productos lácteos, con US\$ 654 millones y

¹ Fuente: [El observador “El impacto de la sequía: las exportaciones de soja uruguaya caen 46% en el año”](#).

una caída del 1%. El top cinco lo completaron los concentrados de bebidas, con US\$ 634 millones y un crecimiento del 12% en relación con el mismo período de 2025. Se destacaron también los envíos de madera y productos de madera, que alcanzaron los US\$ 408 millones, con un crecimiento del 27%, y los envíos de subproductos cárnicos, que totalizaron US\$ 377 millones, lo que representó un crecimiento del 8% en relación con el acumulado de los primeros nueve meses.

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

Productos	Set-25	Set-26	Var %
Soja	200	276	38%
Carne bovina	230	233	2%
Celulosa	220	196	-11%
Productos lácteos	92	80	-13%
Concentrado de bebidas	59	79	34%
Madera y productos de madera	36	77	115%
Subproductos cárnicos	41	53	29%
Arroz	60	37	-38%
Productos farmacéuticos	41	37	-9%
Ganado en pie	51	32	-38%

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

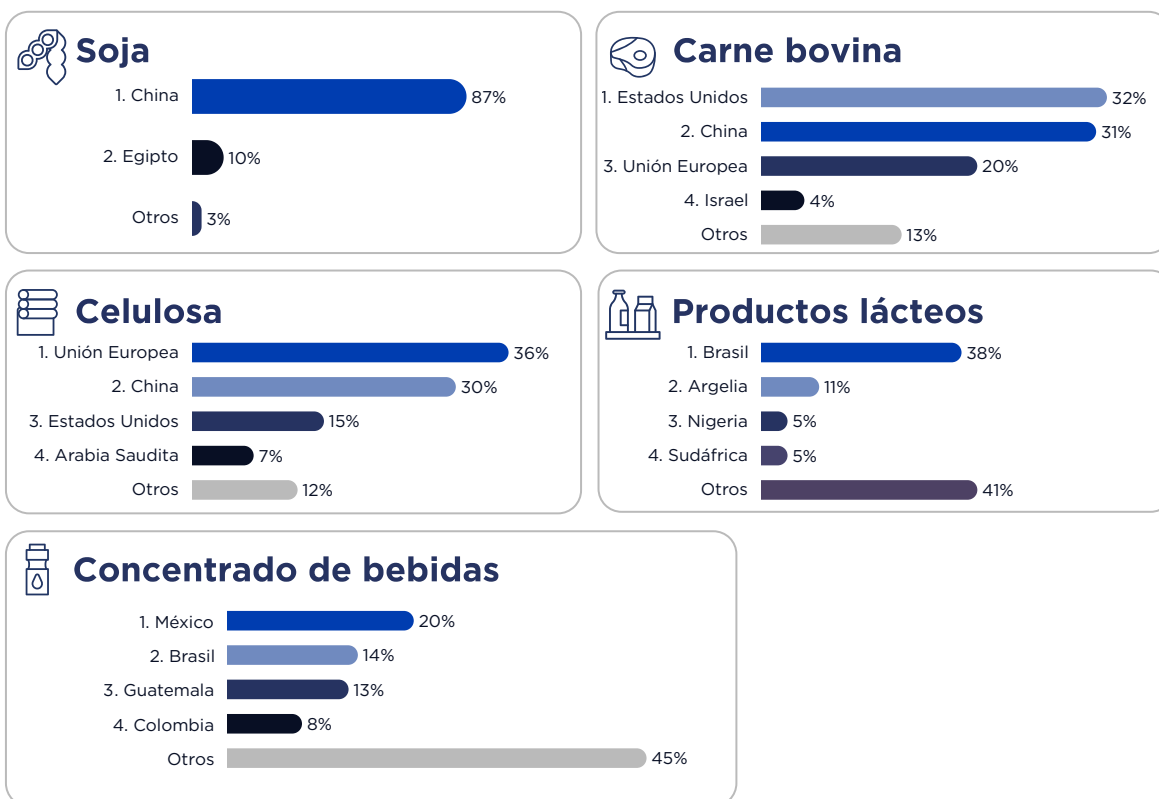
La **soja** fue el principal producto exportado en setiembre, con ventas por US\$ 276 millones, lo que representó el 20% del total exportado y un crecimiento interanual del 38%. Este crecimiento también estuvo acompañado por un aumento del volumen exportado, que se incrementó 26%

interanual y alcanzó las 631.898 toneladas en setiembre. **China** se mantuvo como el principal destino, concentrando el 87% de las colocaciones (US\$ 240 millones), con un aumento interanual del 39%. En volumen, las exportaciones hacia este destino crecieron 28% durante el mes y alcanzaron cerca de 555.000 toneladas. **Egipto** se ubicó en segundo lugar, con exportaciones por US\$ 27 millones (10% del total), y fue uno de los mercados que no había registrado colocaciones en setiembre de 2025. **Turquía** ocupó el tercer lugar, con US\$ 7 millones (3% del total), y fue otro de los mercados a los que no se habían registrado envíos en el mismo mes del año anterior. En contraste, se destacó la caída de mercados alternativos como **Brasil**, cuyas compras disminuyeron tanto en valor como en volumen. El desempeño de la soja en setiembre se produjo en un contexto marcado por el impacto de las fuertes sequías registradas a principios

de año sobre la producción. Asimismo, el precio promedio de la soja en setiembre se incrementó 10% respecto al mismo mes del año anterior.

La **carne bovina** fue el segundo producto con mayor valor exportado en setiembre, con ventas por US\$ 233 millones, lo que representó el 17% del total exportado y un crecimiento interanual del 2%. **Estados Unidos** se ubicó como el principal destino, con colocaciones por US\$ 74 millones y una participación del 32%, lo que representó un crecimiento interanual del 9%. **China** se posicionó en segundo lugar, con compras por US\$ 73 millones, equivalentes al 31% del total exportado, lo que representó un decrecimiento interanual del 3%. En tercera posición se ubicó la **Unión Europea**, con exportaciones por US\$ 47 millones, equivalentes al 20% del total, lo que representó un crecimiento interanual del 15%. Este mercado se destacó entre los principales destinos por el

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.

incremento registrado durante el mes. **Israel** se ubicó en cuarto lugar, con colocaciones por US\$ 10 millones y una participación del 4%, lo que representó un decrecimiento del 4% respecto a setiembre de 2025. En quinto lugar, se ubicó **Brasil**, con compras por US\$ 7 millones y una participación del 3% sobre el total exportado en setiembre de 2026, con un crecimiento interanual del 25%.

La **celulosa** se ubicó en tercer lugar en setiembre, con una participación del 14% en las exportaciones totales de bienes y ventas por US\$ 196 millones, lo que representó un decrecimiento interanual del 11%. La **Unión Europea** fue el principal destino, con colocaciones por US\$ 70 millones y una participación del 36%, mientras que el aumento respecto a setiembre de 2025 fue del 79%. **China** se ubicó en segundo lugar, con US\$ 59 millones exportados, equivalentes al 30% del total, y registró un decrecimiento interanual del 50%. En conjunto, ambos destinos representaron el 66% de las ventas externas del rubro en el mes. En tanto, **Estados Unidos** ingresó en el tercer lugar, con compras por US\$ 29 millones y una participación del 15% del total exportado. En cuarto lugar, se ubicó **Arabia Saudita**, con US\$ 13 millones, equivalentes al 7% del total exportado. Este fue uno de los destinos que no había registrado envíos en el mismo mes del año anterior. En quinto lugar, se ubicó **Corea del Sur**, con US\$ 9 millones, lo que representó un crecimiento interanual del 29% respecto al mismo mes de 2025.

Las exportaciones de **productos lácteos** alcanzaron el cuarto lugar en setiembre, con casi 60 destinos colocaciones por US\$ 80 millones y una participación del 6% en las exportaciones totales de bienes, lo que representó un decrecimiento interanual del 13%. A nivel de países, **Brasil** se posicionó como el principal destino, con US\$ 31 millones y una participación del 38%, lo que representó un crecimiento del

33% respecto a setiembre de 2025. **Argelia** ingresó en segundo lugar, con exportaciones por US\$ 9 millones y una participación del 11%, y fue uno de los mercados con mayor decrecimiento, tanto en términos de valor como de volumen. Asimismo, **Nigeria** fue el tercer destino, con colocaciones por US\$ 4 millones, un crecimiento del 27% en valor y del 38% en términos de volumen, constituyéndose en otro de los mercados con mayor crecimiento respecto al mismo mes de 2025. En cuarto lugar, se ubicó **Sudáfrica**, con envíos por US\$ 4 millones y una participación del 5%, registrando un fuerte crecimiento tanto en términos de valor como de volumen. También se destacaron **Mauritania** y **Venezuela**, que representaron 5% y 4% del total exportado respectivamente.

Los **concentrados de bebidas** se ubicaron en quinto lugar entre los principales productos exportados en setiembre, con ventas por US\$ 79 millones, una participación del 6% en las exportaciones totales de bienes y un crecimiento interanual del 34%. **México** fue el principal destino, con colocaciones por US\$ 16 millones y una participación del 20% del total exportado, lo que representó un crecimiento interanual del 495%. **Brasil** ocupó el segundo lugar, con exportaciones por US\$ 11 millones y una participación del 14%, registrando un crecimiento del 49% respecto a setiembre de 2025. **Guatemala** se ubicó en tercer lugar, con US\$ 11 millones y una participación del 13%, lo que representó un decrecimiento interanual del 14%. **Colombia** ocupó el cuarto lugar, con US\$ 6 millones y una participación del 8%, registrando un crecimiento del 7% respecto al mismo mes del año anterior. **Honduras** completó los principales destinos, con US\$ 6 millones y una participación del 7%, lo que representó un crecimiento del 23% respecto a setiembre de 2025. También se destacó el crecimiento de las exportaciones hacia **El Salvador**, que alcanzaron US\$ 6

millones, frente a US\$ 3 millones registrados en setiembre de 2025.

DESTINOS DE EXPORTACIÓN

China fue el principal destino para las exportaciones en setiembre, con colocaciones por US\$ 410 millones, lo que representó el 29% de las exportaciones totales de bienes y un crecimiento interanual del 2%. Las ventas hacia este mercado se concentraron principalmente en **soja, carne bovina y celulosa**, que explicaron en conjunto el 91% del total exportado a China. La **soja** lideró las colocaciones, con US\$ 240 millones y una participación del 59%, registrando un crecimiento del 39% respecto a setiembre de 2025, mientras que el volumen exportado aumentó de 432.723 a 554.859 toneladas. La siguió la **carne bovina**, con US\$ 73 millones y una participación del 18%, que registró un decrecimiento del 3% en términos interanuales, mientras que el volumen exportado pasó de 14.520 a 11.598 toneladas. La **celulosa** ocupó el tercer lugar, con envíos por US\$ 59 millones, una participación del 14% y una caída de 50% respecto a setiembre de 2025. Otros productos relevantes fueron los **subproductos cárnicos**, con US\$ 14 millones, que registraron un decrecimiento del 16%, y **la lana y tejidos**, con US\$ 10 millones, que crecieron 21% en términos interanuales. Por su parte, las exportaciones de **madera y productos de madera** alcanzaron US\$ 5 millones, frente a US\$ 3 millones en setiembre de 2025.

Brasil se ubicó en segundo lugar entre los destinos de exportación en setiembre, con colocaciones por US\$ 200 millones, equivalentes al 14% del total exportado, y un crecimiento interanual del 25%. Este desempeño estuvo impulsado principalmente por las mayores ventas de **vehículos, productos lácteos y plásticos y sus manufacturas**, que en conjunto tuvieron el 43% de las ventas hacia este destino.

Los **vehículos** lideraron las colocaciones, con US\$ 31 millones y una participación del 16%. Su crecimiento interanual fue de 40%. Los siguieron los **productos lácteos**, con US\$ 31 millones, una participación del 15% y un crecimiento del 33% respecto a setiembre de 2025. Los **plásticos y sus manufacturas** ocuparon el tercer lugar, con US\$ 24 millones, equivalentes al 12% del total exportado a Brasil, y un crecimiento interanual del 25%. Por su parte, la **malta** alcanzó ventas por US\$ 20 millones, con una participación del 10% y un crecimiento del 17%, mientras que **el arroz** registró exportaciones por US\$ 14 millones, equivalentes al 7% del total, y un crecimiento del 54% en valor. En términos de volumen, las ventas de arroz alcanzaron las 25.702 toneladas, frente a las 21.635 toneladas exportadas en setiembre de 2025. La composición de las exportaciones observada en setiembre estuvo en línea con la estructura del comercio bilateral registrada durante el primer semestre de 2026, período en el que los vehículos, los productos lácteos y los plásticos y sus manufacturas también fueron los principales productos exportados por Uruguay hacia Brasil.

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.

La Unión Europea fue el tercer destino de exportación en setiembre, con colocaciones por US\$ 184 millones, equivalentes al 13% del total exportado, y un crecimiento interanual del 61%. La canasta exportadora hacia este mercado se mantuvo relativamente diversificada, registrando exportaciones de casi 40 productos diferentes. Los cinco principales rubros concentraron el 89% del total exportado. La **celulosa** lideró las ventas, con US\$ 70 millones y una participación del 38%, tras marcar un crecimiento de 79% respecto a setiembre de 2025. La siguió la **carne bovina**, con US\$ 47 millones, una participación del 25% y un crecimiento interanual del 15%. La **madera y los productos de madera** se posicionaron en tercer lugar, con US\$ 28 millones, una participación del 15% y un crecimiento del 230%. En tanto, el **arroz** tuvo ventas por US\$ 11 millones, una participación del 6% y un crecimiento del 102% en relación con setiembre de 2025. Se destacaron las ventas de **subproductos cárnicos**, por US\$ 4 millones, con un crecimiento interanual del 395%, y las exportaciones de **frutas cítricas**, por US\$ 3 millones, que registraron un crecimiento del 302% respecto a setiembre de 2025.

Las exportaciones hacia **Estados Unidos** totalizaron US\$ 160 millones en setiembre, lo que posicionó al país como el cuarto destino del mes, con una participación de 11% del total exportado. Este resultado implicó un crecimiento interanual de 14%. La **carne bovina** lideró las ventas hacia este mercado, con colocaciones por US\$ 74 millones, equivalentes al 46% del total, y registró un crecimiento interanual de 9%. En términos de volumen, las exportaciones de carne bovina alcanzaron las 8.815 toneladas, frente a las 8.640 toneladas exportadas en setiembre de 2025, lo que representó un crecimiento de 2%.

La **celulosa** se ubicó en segundo lugar, con exportaciones por US\$ 29 millones, una participación de 18% y un decrecimiento interanual de 23%. Por su parte, **los subproductos**

cárnicos alcanzaron US\$ 21 millones, equivalentes al 13% del total, y registraron un crecimiento de 117% respecto a setiembre de 2025. **La madera y los productos de madera** se ubicaron en la cuarta posición, con ventas por US\$ 12 millones, una participación de 8% y un crecimiento interanual de 42%. **Los aparatos e instrumentos médicos** completaron el grupo de los principales productos, con US\$ 7 millones, equivalentes al 4% del total, y un crecimiento de 32%. En conjunto, los cinco principales productos explicaron aproximadamente el 89% de las colocaciones hacia este destino. También se destacaron las exportaciones de **frutas cítricas**, que alcanzaron US\$ 3 millones y registraron un crecimiento interanual de 221%.

Argentina cerró el top cinco de destinos en setiembre, con exportaciones por US\$ 42 millones, lo que representó una participación de 3% del total exportado y un decrecimiento interanual de 5%. Las colocaciones hacia este mercado estuvieron relativamente diversificadas, **con otros productos, margarina y aceites, celulosa, productos farmacéuticos y artículos de limpieza** como los principales rubros exportados. **Margarina y aceites** registró exportaciones por US\$ 4 millones, una participación de 10% y un decrecimiento de 11%, y **la celulosa**, con US\$ 4 millones, representó el 10% de las ventas y registró un crecimiento interanual de 10%. Por su parte, **los productos farmacéuticos** alcanzaron US\$ 4 millones, equivalentes al 10% del total, con un decrecimiento de 16%, mientras que **los artículos de limpieza** totalizaron US\$ 4 millones, con una participación de 9% y un crecimiento interanual de 30%. También se destacaron las exportaciones de **sustancias químicas para el agro**, que alcanzaron US\$ 3 millones y registraron un crecimiento de 14%, y **plásticos y sus manufacturas**, que totalizaron US\$ 3 millones, frente a US\$ 2 millones en setiembre de 2025, lo que representó un crecimiento de 76%.

Mipymes exportadoras: representan 83% del núcleo exportador y sostienen la diversificación de la canasta

Las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) componen gran parte del entramado empresarial orientado al comercio exterior. En 2025 fueron 861 de las 1.038 firmas que integran el núcleo exportador de bienes, es decir, el 83% del total. Esa amplia presencia contrasta con su peso económico: concentraron apenas el 4,6% del valor exportado por el núcleo (US\$ 626 millones) y generaron el 21% de su empleo. Esta dualidad revela tanto su importancia estructural como los desafíos que enfrentan para escalar en el comercio internacional.

El interés por caracterizar a las mipymes exportadoras no responde a su peso en el valor exportado, sino a la combinación entre su magnitud en el tejido empresarial y las dificultades que enfrentan para internacionalizarse. En América Latina y el Caribe, cerca del 10% de las pymes exporta parte de su producción, mientras que en Europa alcanza al menos el 40%, según la CEPAL².

Para una economía pequeña como la uruguaya, la ampliación de la base exportadora es, además, una vía directa de diversificación.

Peso en el núcleo exportador

Para caracterizar a las empresas exportadoras, Uruguay XXI identifica un núcleo exportador que excluye a los actores que realizaron envíos

puntuales ajenos a su actividad principal (grandes importadoras, empresas de servicios o personas físicas, entre otros). En 2025 este núcleo estuvo compuesto por 1.038 firmas que exportaron US\$ 13.488 millones y el 99,5% del valor exportado. Las empresas se clasificaron por tamaño según el Decreto 504/007, a partir del empleo registrado en el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS) y de los montos exportados.

Cuadro 2
Núcleo exportador según tamaño de empresa

Número de empresas, millones US\$ y participación % (2025)

Tamaño	Empresas	Part. %	Export. mill. US\$	Part. % valor
Mipymes	861	82,9%	626	4,6%
Mediana	271	26,1%	517	3,8%
Pequeña	296	28,5%	93	0,7%
Micro	294	28,3%	17	0,1%
Grande	177	17,1%	12.862	95,4%
Total	1.038	100%	13.488	100%

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

El segmento tampoco es homogéneo hacia su interior. Las empresas medianas, que son el 32% de las mipymes, explicaron el 83% del valor exportado por el conjunto, mientras que las 294 microempresas aportaron US\$ 17 millones, apenas el 3%. Las diferencias de escala son de varios órdenes de magnitud: una microempresa exportó en promedio US\$ 57.000 en el año, una pequeña US\$ 314.000 y una mediana US\$ 1,9 millones, frente a los US\$ 72,7 millones de una empresa grande. La mitad de las mipymes exportó menos de US\$ 118.000 en 2025 y las 100 principales explicaron el 66% del valor del segmento.

Empleo y territorio

Las mipymes exportadoras generaron en 2025 unos 13.413 puestos de trabajo, con un promedio de 16 empleados por empresa: dos en las microempresas, nueve en las pequeñas y 38 en

² [Acerca de Microempresas y Pymes - CEPAL](#)

las medianas. La participación femenina en el empleo fue mayor en las mipymes (31%) que en las grandes empresas (27%), aunque la brecha con los hombres siguió siendo alta en todas las categorías.

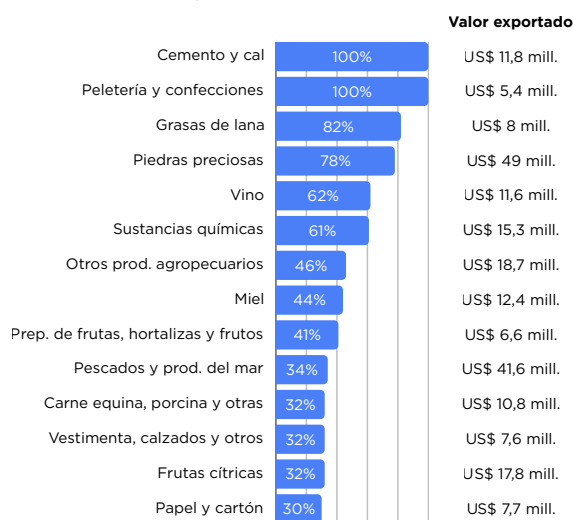
En términos territoriales, se constató presencia exportadora de mipymes en los 19 departamentos del país. **Montevideo** concentró el 51% de estas empresas y el 46% de su valor exportado con productos como farmacéuticos, pescados y sustancias químicas para el agro. Lo siguieron **Canelones**, con el 14% del valor exportado, y **Artigas**, con el 9%, donde sobresalieron las piedras preciosas y el arroz. Colonia (5%), San José (4%) y Soriano (4%) también mostraron montos relevantes.

Productos y especialización

La principal contribución de las mipymes a la matriz exportadora es la diversificación. En 2025 participaron en el 87% de las 730 partidas (a cuatro dígitos) exportadas por el núcleo y lo hicieron de forma exclusiva en el 45% de ellas, por un valor de US\$ 83 millones. Las grandes empresas, en cambio, estuvieron presentes en el 55% de las partidas y solo en el 13% de forma exclusiva. Mientras las grandes concentraron el grueso de sus ventas en 12 productos relevantes —el top 10 explicó el 70% de su valor exportado—, las mipymes registraron 41 productos relevantes y su top 10 representó el 41%.

Las mipymes explicaron la totalidad de las exportaciones de **cemento y cal** y de **peletería**, y una proporción muy alta de las **grasas de lana** (82%) y las **piedras preciosas** (78%). También tuvieron un peso mayoritario en **vino** (62%) y **sustancias químicas** (61%). En contraste, las grandes empresas concentraron prácticamente la totalidad de las exportaciones de celulosa, carne bovina, soja, productos lácteos, vehículos y concentrado de bebidas.

Gráfico 4
Participación de las mipymes en productos seleccionados
Participación % en el valor exportado de cada producto (2025)



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

A nivel sectorial, las mipymes estuvieron presentes en 30 de los 32 subsectores en los que exportó el núcleo, frente a 28 en el caso de las grandes empresas, y cuatro subsectores —material eléctrico y electrónico, materiales de construcción no metálicos, joyería y bijouterie y artículos varios— tuvieron exportaciones exclusivamente de mipymes. El agro, alimentos y bebidas concentró el mayor número de mipymes (250) y el 42% de su valor exportado, aunque allí el segmento explica apenas el 3% del total del sector. Su peso es, en cambio, dominante en minería (78%), maquinaria y equipos (71%) y la cadena hortifrutícola (42%).

Destinos de exportación

Las mipymes presentan una marcada orientación hacia los mercados regionales. En 2025 el **Mercosur** concentró el 37% de su valor exportado, frente al 19% en las grandes empresas. Si se considera toda América del Sur, la brecha se amplía a 46% frente a 23%. Además, el 54% de las mipymes tuvo como principal destino un país sudamericano.

Brasil fue su principal mercado con US\$ 139 millones y 235 partidas distintas, entre ellas arroz, cemento y cal, pinturas y piedras preciosas. Lo siguieron **China** (US\$ 92 millones, con piedras preciosas, productos farmacéuticos y pescado), **Estados Unidos** (US\$ 63 millones, con soja, miel, pescado y frutas cítricas), **Argentina** (US\$ 52 millones, con la mayor variedad de productos: 344 partidas) y **Paraguay** (US\$ 39 millones, con productos farmacéuticos y plásticos).

Cuadro 3
Destinos atendidos por empresa según tamaño

Promedio, mediana y % de empresas (2025)

Tamaño	Promedio de destinos	Mediana	% con un solo destino
Micro	1,8	1	69%
Pequeña	2,1	1	59%
Mediana	4,1	2	30%
Mipymes	2,6	1	53%
Grande	12,3	8	7%

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

La principal diferencia con las grandes empresas sigue siendo el alcance geográfico. Mientras una empresa grande exportó en promedio a 12,3 destinos, una mipyme lo hizo a 2,6, y el 53% de las mipymes exportó a un único mercado, frente al 7% de las grandes.

Trayectorias exportadoras

La sostenibilidad en el tiempo es uno de los principales desafíos del segmento. Entre 2004 y 2025, las grandes empresas exportaron en promedio durante 18,5 de los 22 años analizados y el 56% lo hizo de forma ininterrumpida. Las microempresas, en cambio, exportaron en promedio cinco años, el 69% acumuló cinco años o menos de actividad exportadora y apenas el 10% logró sostener sus ventas externas durante diez años seguidos. Las medianas muestran un perfil más cercano al de las grandes, ya que

exportaron en promedio 12,8 años y el 52% se mantuvo al menos una década.

La dinámica de entrada refuerza este diagnóstico. El 27% de las empresas del núcleo exportador de 2025 no había exportado en 2024, proporción que ascendió al 53% entre las microempresas. Además, 131 firmas registraron en 2025 su primera exportación, de las cuales 128 fueron mipymes (83 micro, 33 pequeñas y 12 medianas). La intermitencia, más que la ausencia de vocación exportadora, aparece como el principal obstáculo. El desafío no radica únicamente en generar nuevas exportadoras, sino en acompañar la segunda y la tercera operación, que son las que efectivamente consolidan una trayectoria.

Apoyo a la internacionalización

Durante 2025, el departamento de Promoción de Exportaciones de Uruguay XXI asistió a 662 empresas uruguayas de 18 departamentos, el 45,8% de bienes y el 54,2% de servicios. La asistencia se concentró en sectores no tradicionales —TIC, diseño, industrias creativas y alimentos y bebidas reunieron el 75% del total— y el 47,4% de las empresas atendidas no había recibido asistencia en los 24 meses previos. A su vez, el programa Más Comercio continuó su despliegue territorial con talleres y mentorías en siete departamentos del interior y una jornada en Montevideo, orientado a que las mipymes del interior avancen en su proceso de internacionalización.

En 2026, además, se puso en marcha Uruguay al Mundo, un programa articulado por la Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE), la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII), el LATU, el Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM) y Uruguay XXI, coordinado a

través de Uruguay Innova, que destina US\$ 1,5 millones entre 2026 y 2027 para apoyar más de 130 proyectos de internacionalización de mipymes y startups.

Estos datos forman parte del Informe Mipymes exportadoras 2026 elaborado por Uruguay XXI, que profundiza en la caracterización del segmento— escala, territorio, empleo, especialización sectorial, destinos y trayectorias— y está disponible para su consulta en [Informe Mipymes exportadoras 2026](#).



Uruguay XXI
PROMOCIÓN DE INVERSIONES,
EXPORTACIONES E IMAGEN PAÍS

