

# MIPYMES EXPORTADORAS



**DOCUMENTO DE TRABAJO**



**Uruguay XXI**  
PROMOCIÓN DE INVERSIONES,  
EXPORTACIONES E IMAGEN PAÍS

**Junio 2025**

# ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>1. RESUMEN .....</b>	<b>2</b>
<b>2. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>3. CARACTERIZACIÓN DE LAS MIPYMES EXPORTADORAS .....</b>	<b>6</b>
<b>3.1. Núcleo exportador .....</b>	<b>6</b>
<b>3.2. Mipymes exportadoras.....</b>	<b>8</b>
3.2.1. Territorialidad de las empresas exportadoras .....	8
3.2.2. empleo de las mipymes exportadoras .....	10
<b>4. PRODUCTOS Y ESPECIALIZACIÓN EXPORTADORA .....</b>	<b>12</b>
<b>4.1. Las mipymes en la estructura exportadora.....</b>	<b>12</b>
<b>4.2. Perfil exportador .....</b>	<b>14</b>
4.2.1. Composición de la canasta exportadora.....	14
4.2.2. <b>Oferta exportable</b> .....	15
4.2.3. Nivel de diversificación de las exportaciones .....	17
<b>5. DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES .....</b>	<b>19</b>
<b>6. ESFUERZO NACIONAL INNOVADOR .....</b>	<b>21</b>
<b>7. TRAYECTORIAS EXPORTADORAS .....</b>	<b>23</b>
<b>8. ASISTIDAS POR URUGUAY XXI .....</b>	<b>25</b>
<b>9. CONCLUSIONES .....</b>	<b>26</b>

# 1. RESUMEN

---

Las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) componen gran parte del entramado empresarial orientado al comercio exterior. En 2024 **representaron el 82% de las empresas exportadoras del país**. La amplia presencia contrasta con su peso económico, ya que concentran **apenas el 5% del valor exportado y generan el 20% del empleo**. Esta dualidad revela tanto su importancia estructural como los desafíos que enfrentan para escalar en el comercio internacional.

Las mipymes exportadoras **están presentes en todo el país**, aunque se concentran en los grandes centros urbanos y polos productivos. **Montevideo** se posicionó en 2024 como el **epicentro, con más de la mitad de estas empresas y el 47% del valor exportado**, con productos destacados como los farmacéuticos, partes de maquinaria y pescado. Lo siguió Canelones, con 13% del valor exportado y una oferta centrada en farmacéuticos y productos de madera, y luego Artigas, que representó el 10% con exportaciones destacadas de piedras preciosas.

En términos de empleo, las mipymes generaron más de **13.000 puestos de trabajo**, con un **promedio de 17 empleados por empresa**. A su vez, las empresas grandes ofrecieron una mediana salarial 50% superior al promedio de las mipymes, lo que evidencia la relación directa entre tamaño, personal ocupado y remuneración.

Las mipymes muestran una significativa **diversificación exportadora**. En 2024, **participaron en el 89% de las 724 partidas exportadas por Uruguay** y lo hicieron de forma exclusiva en el 43% de ellas.

Las mipymes presentaron una marcada orientación hacia los mercados regionales. No obstante, tuvieron una participación relevante en algunos mercados extrarregionales como China, Estados Unidos e India. Sin embargo, el elemento más distintivo entre ellas y las grandes empresas siguió siendo el número promedio de mercados atendidos: mientras una empresa grande exportó en promedio a 11 destinos, una mipyme lo hizo a solo tres.

Uno de los principales desafíos para las mipymes es la sostenibilidad exportadora. Las trayectorias muestran una alta fragilidad: las mipymes **tienen trayectorias irregulares**, con una **mayor proporción de empresas** que inician exportaciones, pero **no logran consolidarse**.

## 2. INTRODUCCIÓN

---

Las exportaciones de América Latina y el Caribe retomaron una trayectoria de crecimiento moderado en 2024, aunque sin recuperar el dinamismo previo. El valor de las exportaciones de bienes de la región creció 28% en 2021, 17% en 2022 y se contrajo 2,2% en 2023. En el primer semestre de 2024 se registró una recuperación del 3,2% interanual, que se consolidó hacia el cierre del año con un incremento total anual del 4,1%. No obstante, las perspectivas indican que este repunte no constituye aún una tendencia sostenida<sup>1</sup>.

En cuanto al comercio intrarregional —el mercado más relevante para las pequeñas y medianas empresas— las señales fueron más débiles. Las exportaciones dentro de la región disminuyeron 4,5% en 2024 y su participación sobre el total exportado cayó al 13,7%, reflejando una pérdida de dinamismo respecto del comercio extrarregional, que creció 4,1%.<sup>2</sup>

En la última década, las exportaciones de bienes en Uruguay crecieron en promedio 4% en términos anuales. En 2024 las ventas externas totalizaron US\$ 12.946 millones<sup>3</sup>, lo que determinó un aumento de 14% frente a 2023, marcando una recuperación parcial en un contexto internacional desafiante, pero con mejoras respecto al año anterior. El aumento en los volúmenes exportados y la recuperación de algunos precios internacionales contribuyeron al mejor desempeño. A nivel externo, si bien persistieron las tensiones geopolíticas y la desaceleración del comercio global, la demanda de varios socios comerciales mostró signos de reactivación. En el plano interno, la superación de la sequía que había afectado fuertemente la producción agropecuaria en 2023 permitió la recuperación de rubros claves como la soja, la carne bovina y los lácteos. Aun así, el valor total exportado se mantuvo por debajo del récord de 2022, reflejando un escenario de crecimiento moderado y heterogéneo entre sectores.

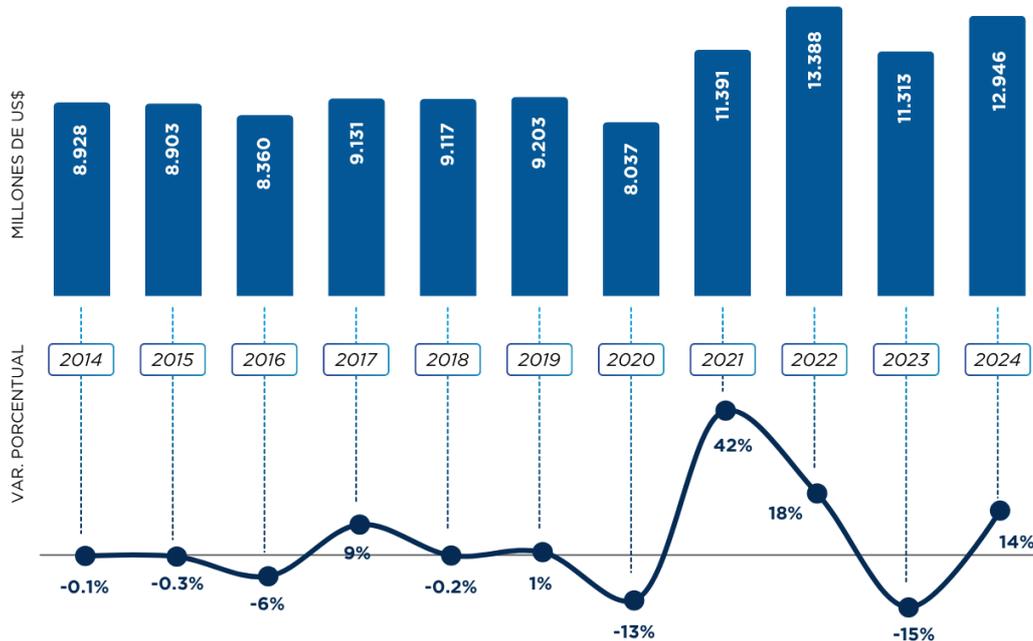
---

<sup>1</sup>Banco Interamericano de Desarrollo. (2024). [Estimaciones de las tendencias comerciales: América Latina y el Caribe](#). BID.

<sup>2</sup>Banco Interamericano de Desarrollo. (2024). [Estimaciones de las tendencias comerciales: América Latina y el Caribe](#). BID.

<sup>3</sup> Fuente: Dirección Nacional de Aduanas (DNA), Banco Central del Uruguay (BCU), Montes del Plata y Nueva Palmira.

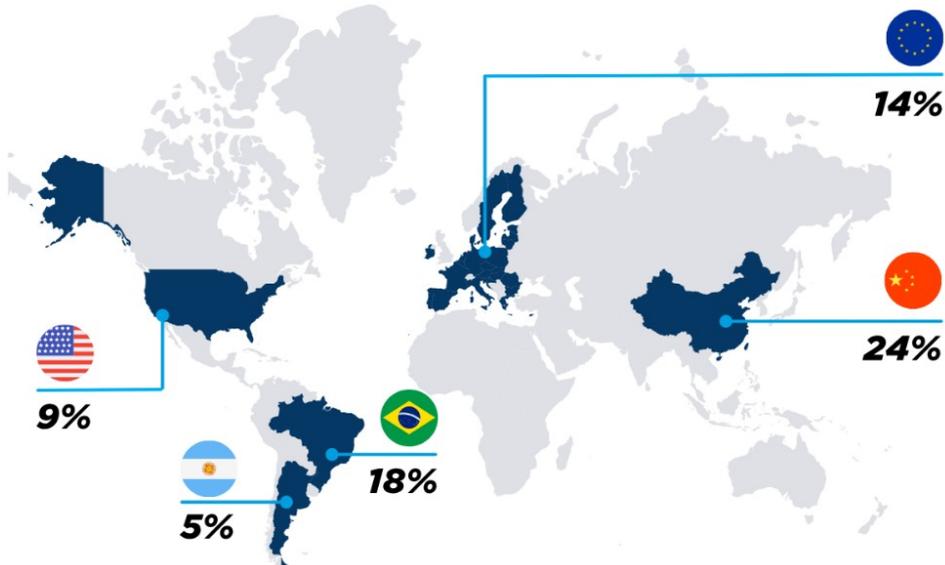
Gráfico N°1  
Exportaciones uruguayas de bienes (2014-2024)



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

En cuanto a los destinos, China se mantuvo como el principal socio comercial de Uruguay, absorbiendo el 24% del total exportado. Lo siguieron Brasil con 18% y la Unión Europea con 14%. Los cinco principales mercados concentraron el 70% de las exportaciones en 2024.

Gráfico N°2  
Destino de las exportaciones de bienes (2024)



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

En términos de oferta exportable, la celulosa se posicionó como el principal producto exportado, con ventas por US\$ 2.546 millones, representando un incremento del 35% respecto a 2023. Este aumento se atribuye principalmente a la operativa de la nueva planta de UPM en Paso de los Toros.

La carne bovina ocupó el segundo lugar, con exportaciones por US\$ 2.017 millones, aunque experimentó una leve caída del 1,5% en comparación con el año anterior. La soja mostró una notable recuperación, alcanzando los US\$ 1.175 millones, lo que representó un aumento del 186%, impulsado por condiciones climáticas favorables y una producción de aproximadamente tres millones de toneladas.

Cuadro N°1

**Principales productos exportados (2024)**

PRODUCTO	PRECIO	VOLUMEN	VALOR
 Celulosa	↑10%	↑22%	↑35%
 Carne bovina	↑3%	↓-4%	↓-1%
 Soja	↓-19%	↑253%	↑187%
 Lácteos	↓-4%	↑4%	0%
 Concentrado de bebidas	↑3%	↑4%	↑7%

Fuente: Uruguay XXI con base en Dirección Nacional de Aduanas (DNA), Banco- Central del Uruguay (BCU), Montes del Plata y Nueva Palmira.

Otros productos destacados en la canasta exportadora incluyeron productos lácteos (US\$ 813 millones), concentrado de bebidas (US\$ 789 millones), arroz, vehículos, subproductos cárnicos, madera y trigo, reflejando la diversidad y fortaleza del sector agroindustrial uruguayo.

## 3. CARACTERIZACIÓN DE LAS MIPYMES EXPORTADORAS

### 3.1. NÚCLEO EXPORTADOR<sup>4</sup>

Para caracterizar el comportamiento de las exportaciones del país, fue necesario distinguir a los actores cuya actividad se centra en la producción y venta externa de bienes de aquellos que, por circunstancias puntuales, hicieron envíos al exterior pero que no formaron parte de su rubro de actividad. Esta depuración permitió identificar, por ejemplo, a grandes importadoras que realizaron devolución de mercadería propia de su operativa, empresas cuyo giro de actividad principal es de servicios y realizaron envíos puntuales al extranjero, así como situaciones de empresas que no están registradas en la Dirección General Impositiva (DGI) o el Banco de Previsión Social (BPS), correspondientes en su mayoría a personas físicas.

Por último, las empresas se clasificaron por tamaño —micro, pequeñas, medianas y grandes— en función del decreto N° 504/007<sup>5</sup> del Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM) ajustados con datos del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS) a diciembre de 2024 y considerando los montos exportados.

Como resultado, se identificó un **núcleo exportador** compuesto por **963 firmas** que, en conjunto, realizaron exportaciones por **US\$ 12.901 millones** en 2024. Esto representó el 60% de los que realizaron alguna venta al extranjero y el 99,5% del valor exportado.

<sup>4</sup> No se consideraron parte del núcleo de empresas exportadoras a las siguientes empresas:

- a. Empresas con giro de servicios (según CIU fuente INE y DGI) que realizaron exportaciones puntuales de bienes.
- b. Empresas que solo realizaron exportaciones de bienes a zonas francas.
- c. Empresas sin registros en DGI e INE (refiere principalmente a exportaciones puntuales realizadas por particulares mediante Cédula de Identidad)
- d. Grandes importadoras (cuya relación Exportaciones/Importaciones es menor al 5%)

Clasificación de tamaño (según INE, DGI, MTSS y correcciones propias -con base en ORBIS-):

1. Microempresas con exportaciones menores a US\$ 3.008 en 2024.
2. Pequeñas empresas con exportaciones entre US\$ 3.009 y US\$ 15.039 en 2024.
3. Empresas medianas con exportaciones entre US\$ 15.040 y US\$ 112.796 en 2024.
4. Empresas grandes con exportaciones mayores a US\$ 112.797 en 2024.

Para los puntos 1, 2, 3 y 4, el valor es aproximadamente el 1% del límite de la facturación máxima de la categoría mipymes inmediata inferior (medida en dólares), fijada según Decreto 504/2007 para determinar el tamaño de la empresa. Para el cálculo se consideró el valor de la Unidad Indexada y el tipo de cambio promedio de 2024.

<sup>5</sup> [Decreto 504/2007](#) - Ministerio de Industria, Energía y Minería

Cuadro N°2  
**Empresas exportadoras de bienes**  
 (2024)

Empresas	Numero Empresas	Exportaciones Mill. US\$
<b>Exportadoras</b>	1.808	12.962
<b>Núcleo</b>	<b>963</b>	<b>12.901</b>
<b>Núcleo/Total exportadoras</b>	60%	99,5%

Fuente: Uruguay XXI con base en DNA, BCU, Montes del Plata, Nueva Palmira, Dirección General Impositiva (DGI), y Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS)

Para determinar el tamaño de las empresas, se toman como referencia los criterios oficiales<sup>6</sup> definidos en el decreto de mipymes, que determina las categorías en función de dos variables: la cantidad de empleados y la facturación anual. Se dispone únicamente información sobre el empleo en las empresas (de acuerdo con MTSS) y no sobre su facturación. Por este motivo, la clasificación se basó en la cantidad de empleados y exportaciones, realizando ajustes en los casos en los cuales el valor exportado indicaba un tamaño superior al correspondiente por número de empleados. Con base en esta metodología, el resultado de empresas y montos exportados se resume en el siguiente cuadro:

Cuadro N°3  
**Núcleo de empresas exportadoras de bienes**  
 (2024)

Tamaño	Número Empresas	Part. % Total empresas	Export. Mill. US\$	Part(%) del valor exportado
<b>Mipymes</b>	<b>787</b>	<b>81,7%</b>	<b>701</b>	<b>5,4%</b>
<b>Mediana</b>	277	28,8%	600	4,7%
<b>Pequeña</b>	283	29,4%	87	0,7%
<b>Micro</b>	227	23,6%	14	0,1%
<b>Grande</b>	176	18,3%	12.200	94,6%
<b>Total</b>	<b>963</b>	<b>100%</b>	<b>12.901</b>	<b>100,0%</b>

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

<sup>6</sup> [Decreto 504/2007](#) del Ministerio de Industria, Energía y Minería

## 3.2. MIPYMES EXPORTADORAS

Al observar la composición del núcleo exportador por tamaño de empresa, se destaca que **las mipymes representan el 82% del total**, aunque solo **concentran el 5% del valor exportado**. Por su parte, las grandes empresas, que constituyen el 18%, explican el 95% de las exportaciones. Esta distribución evidencia la **importancia numérica de las mipymes** dentro del entramado de empresas exportadoras y refuerza la necesidad de desarrollar herramientas que contribuyan a impulsar su participación en el valor total exportado.<sup>7</sup>

Gráfico N°3  
**Mipymes exportadoras de Uruguay**  
 (2024)



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

### 3.2.1. TERRITORIALIDAD DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS<sup>8</sup>

Las mipymes **exportadoras están distribuidas a lo largo de todo el país**, con una concentración significativa en los principales centros urbanos y polos productivos. **Montevideo, como capital y principal núcleo económico, concentró más de la mitad de las empresas mipymes** exportadoras. Canelones lo siguió en importancia, con una base empresarial amplia y vinculada al área metropolitana. Otros departamentos con fuerte presencia fueron Colonia y Soriano, en el litoral sur, y Artigas en el norte del país. Se constató presencia exportadora de mipymes en todos los departamentos del país, incluso en aquellos con menor densidad poblacional como Flores, Treinta y Tres, Durazno y Lavalleja.

En términos de **valor exportado, Montevideo lideró ampliamente con el 47% de las ventas externas de las mipymes**, concentrando productos de alto valor agregado como farmacéuticos, partes de máquinas y pescado. Lo siguió **Canelones con el 13%**, destacándose

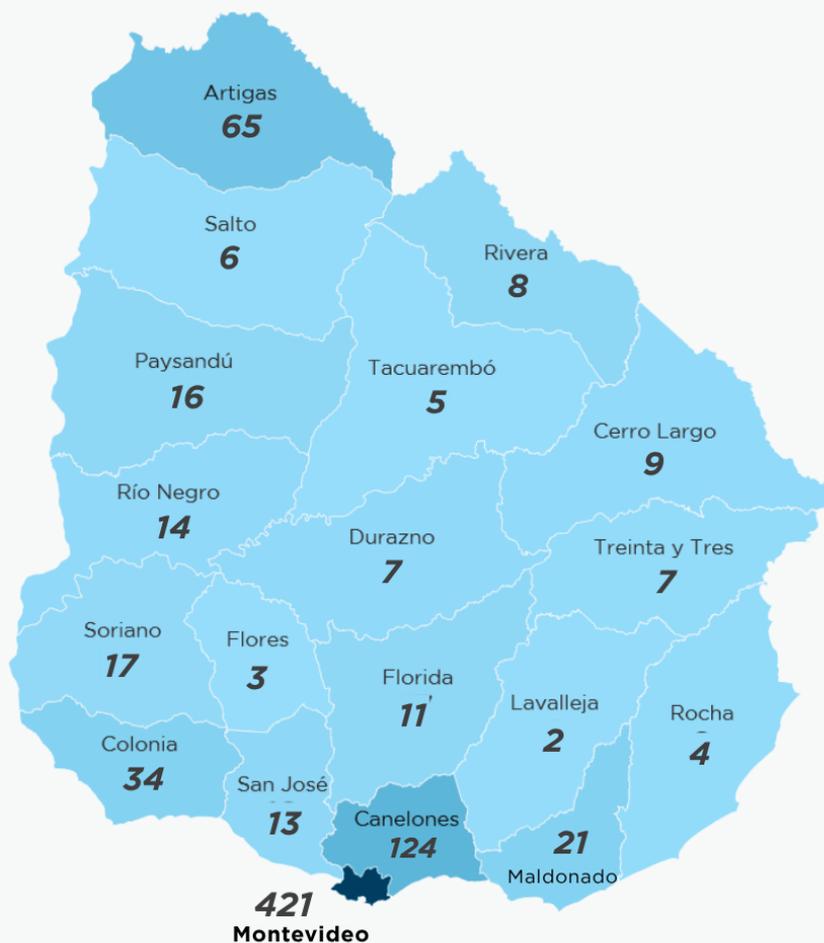
<sup>7</sup> Como forma de tener una clasificación homogénea acerca de las mipymes exportadoras en América Latina y el Caribe y teniendo en cuenta la limitación en cuanto a la disponibilidad de datos en los diferentes países de la región, la Cepal define como mipymes exportadoras a “empresas cuyas exportaciones son menores a mil veces el ingreso per cápita (proxy de la productividad laboral) en paridad de poder adquisitivo, multiplicado por el cociente entre exportaciones y PIB (utilizado como proxy de las ventas totales, ya que en muchos países este dato no está disponible)”.

<sup>8</sup> Las empresas se clasifican en función de donde tienen el domicilio fiscal, que en ocasiones no coincide con la ubicación de las actividades, o no contempla la posibilidad de actividades en múltiples departamentos.

en farmacéuticos, otros alimentos y papel, y **Artigas con el 10%**, donde sobresalieron piedras preciosas y arroz. Colonia y Soriano también mostraron montos relevantes vinculados a productos lácteos, aceites y soja. En el noreste, departamentos como Cerro Largo y Rivera tuvieron una fuerte presencia en madera y productos agroindustriales. Por su parte, departamentos como Salto y Paysandú aportaron productos frutícolas, arroz, miel y cítricos, que diversificaron la canasta exportadora de las mipymes en 2024.

Gráfico N°4  
**Empresas exportadoras**  
 (2024)

**MIPYMES DISTRIBUIDAS POR DEPARTAMENTO**



*En diversas ocasiones, el domicilio fiscal o la oficina central de la empresa no coincide con la dirección en donde se ubica la planta de producción.*

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

El análisis territorial de las mipymes exportadoras permite visualizar su papel clave en términos de capilaridad y anclaje productivo al país. La distribución geográfica de estas firmas es un factor estratégico para comprender las dinámicas de desarrollo y capacidades locales, así como el modo en que se insertan en la exportación.

### 3.2.2. EMPLEO DE LAS MIPYMES EXPORTADORAS<sup>9</sup>

Las mipymes representaron en 2024 más del 80% de las firmas que integran el núcleo exportador, y concentraron el 20% del empleo total, esto representó unos 13.061 puestos de trabajo. Por el contrario, las grandes empresas, generaron el 80% restante<sup>10</sup>.

Cuadro N°4  
**Empleo y remuneraciones (2024)**

Tamaño	Empleo	Empleo por empresa	Mediana de la remuneración mensual* (US\$)
<b>Mipymes</b>	<b>13.061</b>	<b>17</b>	<b>1.594</b>
<b>Mediana</b>	9.977	36	1.944
<b>Pequeña</b>	2.602	9	1.697
<b>Micro</b>	482	2	1.364
<b>Grande</b>	50.641	288	2.375
<b>Total</b>	<b>63.702</b>	<b>66</b>	<b>1.704</b>

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

Al interior de las mipymes, también se observaron diferencias significativas en el tamaño medio de las empresas exportadoras. Las microempresas emplearon en promedio a dos personas, las pequeñas a nueve y las medianas a 36. Si se comparan estos valores con el punto medio del rango definido por el Decreto N° 504/007 para cada categoría, se advierte que las mipymes exportadoras tendieron a ubicarse algo más cerca del extremo inferior que del superior. Esta distribución es consistente con la estructura general de las empresas en la economía, aunque con algunas particularidades. Por ejemplo, las microempresas en el conjunto de la economía tuvieron un promedio de 1,5 empleados por firma, mientras que entre las exportadoras ascendió a 2,1. En el caso opuesto, las grandes empresas mostraron una

<sup>9</sup> En esta sección se examinan los puestos de trabajo generados por las mipymes exportadoras, con base en datos agregados del INE, DGI y MTSS.

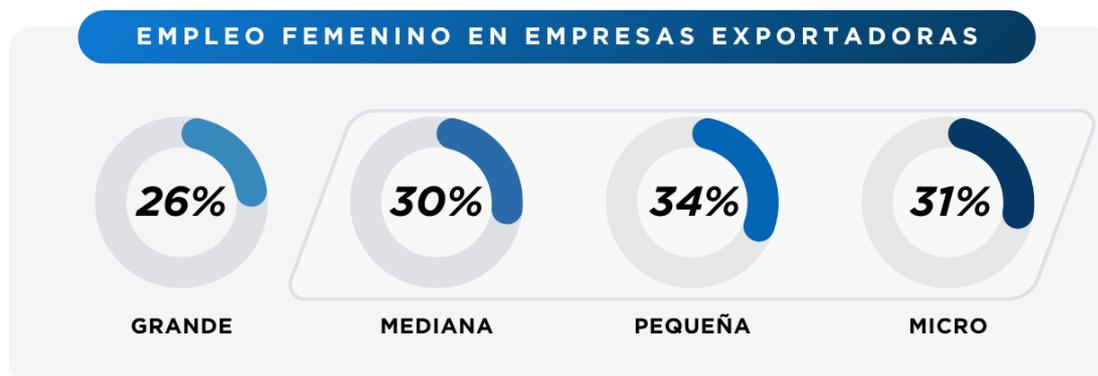
<sup>10</sup> Estos datos hacen referencia al núcleo de empresas exportadoras 2024.

situación inversa: el promedio general es de 472 empleados por empresa, mientras que entre las exportadoras fue sensiblemente menor, con 288 trabajadores por firma.

Las diferencias también se reflejaron en las remuneraciones. En las grandes empresas, la mediana salarial fue 50% superior al promedio de las mipymes. Así, el tamaño no solo determinó la escala del empleo, sino también la calidad de este.

Por otro lado, como se observa en el Gráfico N°5, al analizar la cantidad de personas empleadas por las mipymes del núcleo exportador por sexo, se constató que tanto para las medianas, pequeñas como microempresas, el porcentaje de mujeres empleadas superó al de las grandes. En este sentido, las pequeñas fueron las que presentaron un mayor porcentaje de empleados del sexo femenino (34%), aunque la brecha con los hombres siguió siendo muy alta.

Gráfico N°5  
**Empleo femenino**  
 Participación porcentual del empleo femenino en el total (2024)



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

En la misma línea, Uruguay XXI abordó el rol de las mujeres en las actividades exportadoras en Uruguay<sup>11</sup>. El estudio revela que las empresas exportadoras lideradas por mujeres en Uruguay son generalmente pequeñas y jóvenes, con menos de 50 empleadas y fundadas mayormente luego de 2006. A pesar de su dinamismo y alta orientación al exterior, enfrentan desafíos estructurales como limitaciones financieras, acceso insuficiente a redes internacionales, carencias de mentoría y barreras lingüísticas, además de discriminación implícita y explícita en entornos masculinizados; también deben equilibrar las exigencias familiares, lo que suele restringir su capacidad de viajar y crecer.

<sup>11</sup> [El rol de las mujeres en las actividades exportadoras en Uruguay](#) e [Importancia Económica de las mujeres en las actividades exportadoras en Uruguay](#)

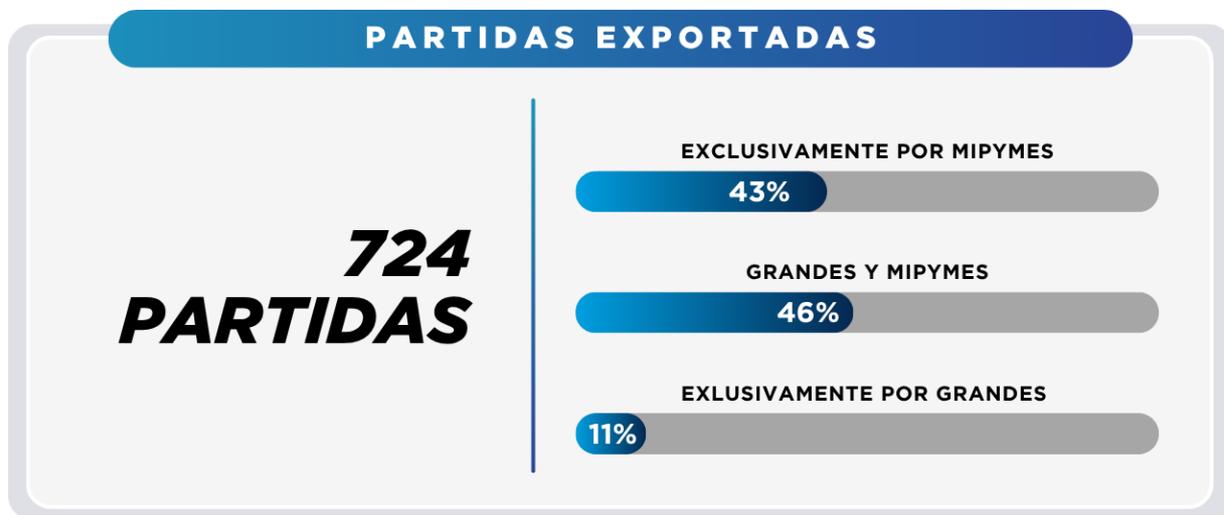
## 4. PRODUCTOS Y ESPECIALIZACIÓN EXPORTADORA

### 4.1. LAS MIPYMES EN LA ESTRUCTURA EXPORTADORA

El comercio internacional se organiza en torno a una clasificación de productos con diferentes niveles de agregación, a nivel de cuatro dígitos estos códigos se denominan *partidas* y representan categorías agregadas de productos comparables entre países. Actualmente, existen 1.241 productos diferentes y en 2024 Uruguay exportó en 724, lo que equivale al 58% de las partidas. Asimismo, las principales diez concentraron el 65% del valor exportado en 2024.

Al analizar la distribución de los 724 bienes en los que exportó Uruguay en 2024, se observa una diferencia clara en los patrones de especialización entre las grandes empresas y las mipymes.

Gráfico N°6  
**Partidas exportadoras según tamaño de empresa**  
 (Part. % 2024)



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

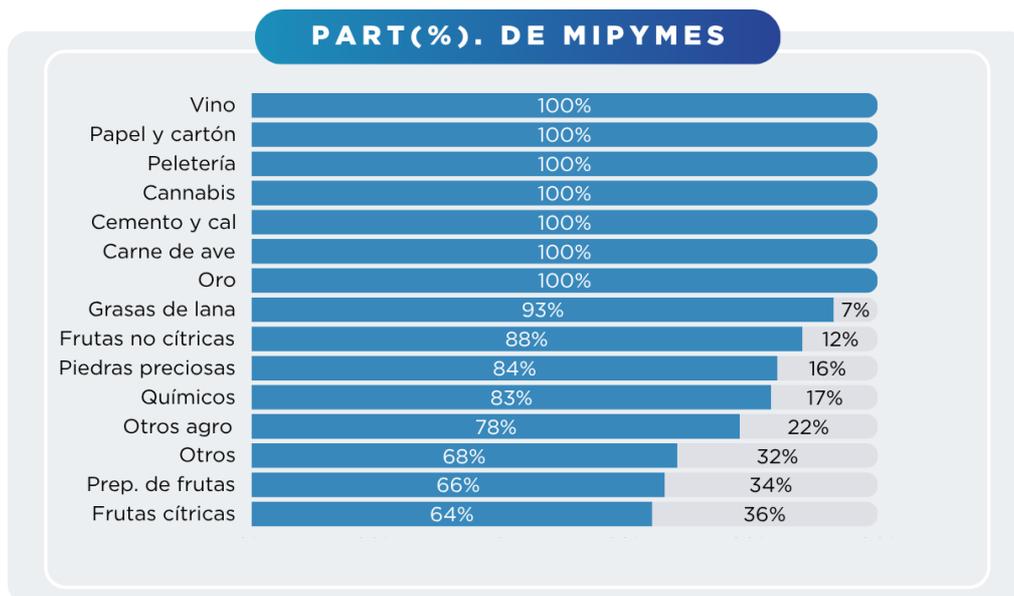
Las firmas de menor tamaño presentaron una estructura más extendida a lo largo del universo de productos exportados: estuvieron presentes en el 89% de las partidas exportadas por el

país y en el 43% de forma exclusiva. En contraste, las grandes fueron más intensivas, concentrando su actividad en un subconjunto más acotado: participaron en el 57% de las partidas y solo en el 11% de forma exclusiva. Esta configuración confirma el rol de las mipymes como fuente de diversificación productiva al expandir la base exportadora hacia productos menos tradicionales.

La clasificación de Uruguay XXI organiza las exportaciones en 50 grandes grupos de bienes, lo que permite sintetizar la información y analizar tendencias generales. Si bien esta agrupación implica una pérdida de detalle sobre los bienes específicos exportados por cada tipo de empresa, resulta útil para identificar, a grandes rasgos, los productos en los que la participación de las mipymes en el valor exportado es más significativa.

Gráfico N°7

### Participación de Mipymes en los montos exportados de productos seleccionados



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

Las micro y pequeñas empresas tuvieron un papel destacado en rubros como piedras preciosas, papelería, frutas no cítricas, vino y vestimenta, donde explican una proporción considerable del valor exportado. Por su parte, las empresas medianas mostraron una incidencia importante en productos como papel y cartón, grasas de lana, piedras preciosas y sustancias químicas. En contraste, las grandes empresas concentraron las exportaciones de celulosa, carne, soja, productos lácteos, vehículos, concentrados de bebidas y energía eléctrica.

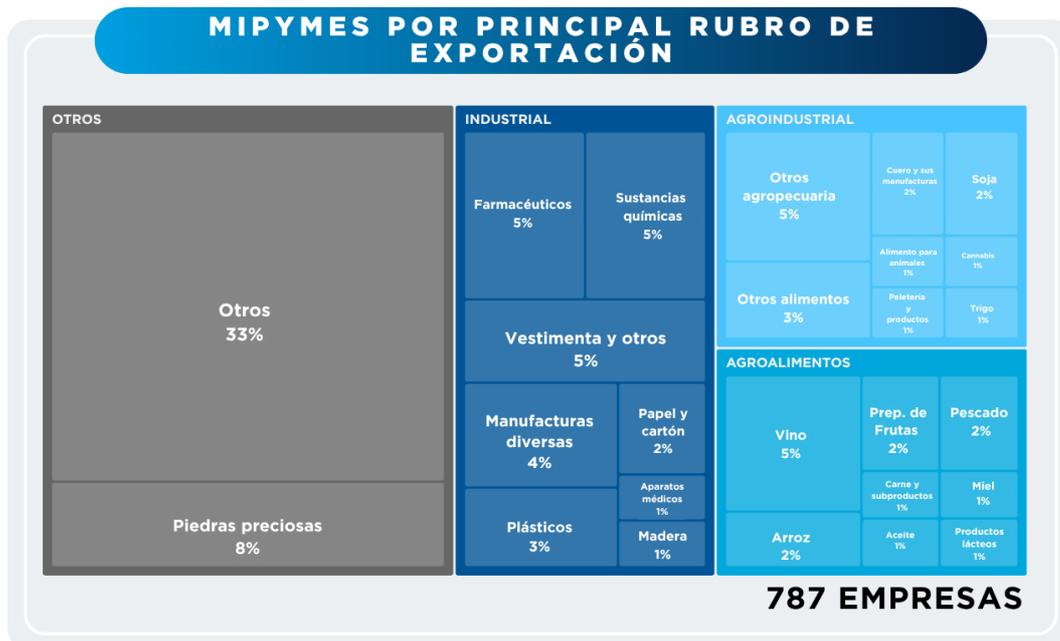
## 4.2. PERFIL EXPORTADOR

Además de analizar la participación de las mipymes en la estructura exportadora y su importancia en distintos productos del universo exportador. Es necesario entender el perfil exportador de estas empresas, observando a qué sectores pertenecen y cuáles son los productos que componen su oferta exportadora.

### 4.2.1. COMPOSICIÓN DE LA CANASTA EXPORTADORA

La variedad de productos exportados por las mipymes puede dificultar la sistematización del análisis. Para ordenar los resultados y permitir una comparación más robusta, se identificó el principal producto exportado por cada empresa y se agrupó por rubro de actividad. Esta metodología permite vincular a las empresas con su especialización productiva predominante, facilitando el análisis por sectores y la comparación entre distintos tamaños de empresas.

Gráfico N°8  
**Empresas mipymes exportadoras por rubro (2024)**



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

Los resultados mostraron que el 67% de las mipymes exportadoras pertenecieron al sector industrial o al rubro otros. Este dato adquiere relevancia si se lo compara con la estructura general de las exportaciones del país, donde cerca del 80% del valor exportado corresponde a productos agroindustriales. Entre los sectores con mayor número de mipymes exportadoras se destacan ***piedras preciosas, químicos, farmacéuticos, partes de maquinaria, grasa de lana,***

**vino y vestimenta.** Al comparar estos datos con la participación según el valor exportado, se observó que algunos productos más tradicionales como carne bovina y subproductos cárnicos pierden peso relativo, lo que refuerza la idea de que las mipymes tienden a operar en rubros más diversos y menos dominantes del comercio exterior uruguayo.

Otro punto para destacar es la distribución de las exportaciones según la principal actividad de la empresa.<sup>12</sup> El 48% de las exportaciones de las mipymes fueron realizadas por empresas abocadas al rubro otros, seguidas por las de actividad industrial (36%) y las de producción agropecuaria, forestación y pesca (10%) y explotación de minas y canteras (6%). Dentro de la industria manufacturera se destacó la fabricación de bebidas, sustancias químicas, farmacéuticos y plásticos.

A diferencia, las exportaciones de las empresas grandes se encontraron concentradas en tres actividades: industria manufacturera (68%), comercio (15%) y producción agropecuaria, forestación y pesca (12%). Frigoríficos, celulosa, soja, concentrados de bebidas y productos lácteos fueron las principales ramas de actividad

#### **4.2.2. OFERTA EXPORTABLE**

El análisis de los productos exportados por las empresas según su tamaño permite comprender mejor los perfiles de las empresas y la inserción internacional de cada segmento.

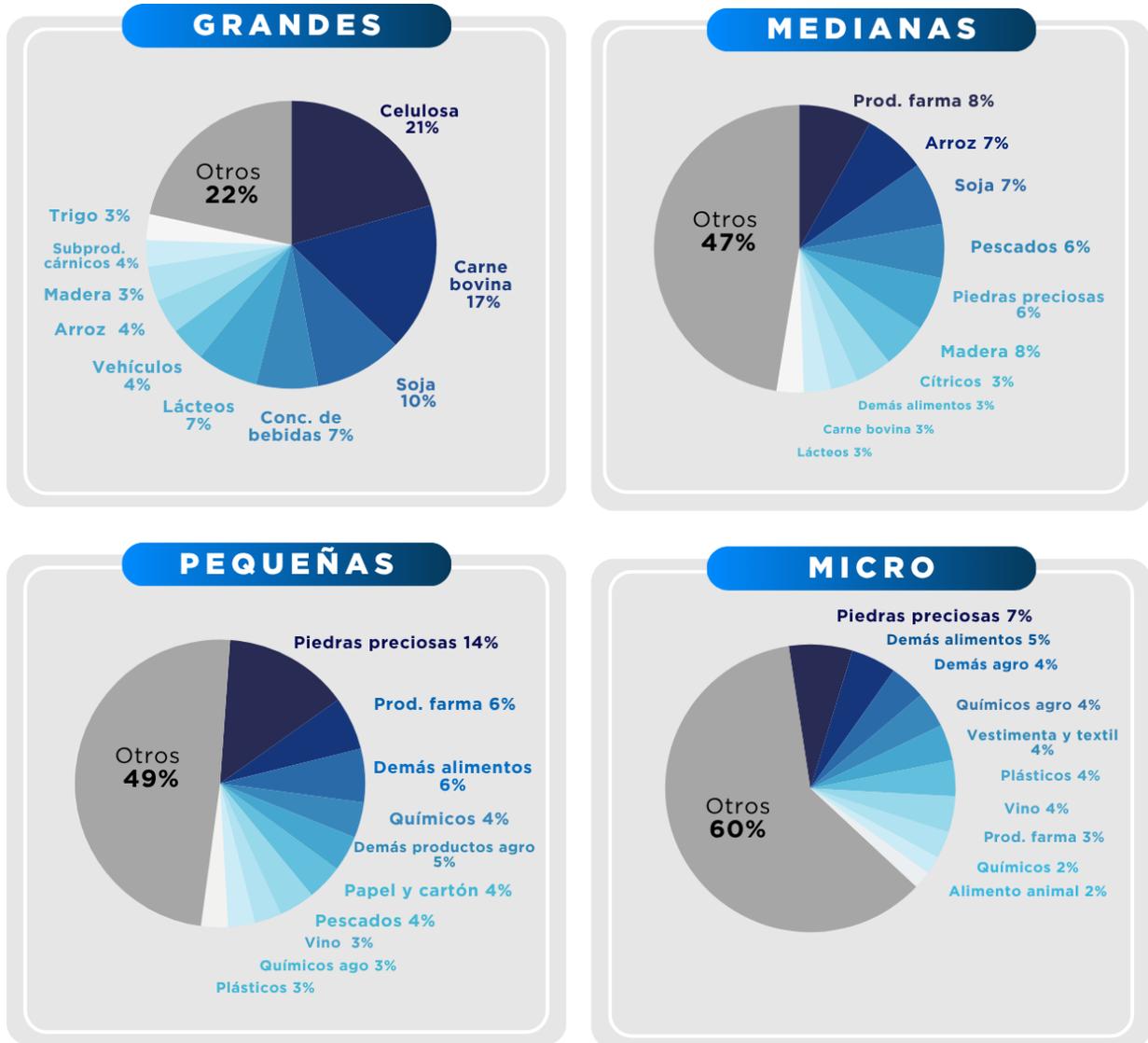
Desde 2016, año en que Uruguay XXI comenzó a sistematizar esta información sobre mipymes exportadoras, se observa una tendencia clara:

- Las micro y pequeñas empresas tienden a concentrarse en la exportación de bienes no tradicionales con producciones de menor escala.
- Las empresas medianas se posicionan en un punto intermedio, combinando productos con cierto mayor volumen.
- En contraste, las grandes empresas concentran la mayor parte del valor exportado en bienes tradicionales como carne, celulosa o soja, sectores donde el país se ha consolidado como un referente a nivel internacional.

---

<sup>12</sup> Elaborado con base en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU Rev. 4) que proporciona DGI, INE y MTSS para cada empresa.

Gráfico N°9  
**Oferta de bienes exportados según tamaño**  
 (Part. % - 2024)



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

Como se evidencia en el gráfico anterior, las empresas grandes concentraron sus exportaciones en un menor número de productos y la categoría “Otros” es la de menor tamaño entre las diversas categorías. Tal como se analiza al comienzo de la sección, las mipymes cuentan una mayor diversificación de productos, destacando su participación en los no tradicionales como pescados, productos farmacéuticos y piedras preciosas, entre otros.

### 4.2.3. NIVEL DE DIVERSIFICACIÓN DE LAS EXPORTACIONES

La diversificación productiva es un rasgo clave para comprender la estrategia exportadora de las empresas, especialmente en un país cuya matriz está históricamente dominada por bienes primarios y agroindustriales.

Para analizar el grado de concentración o diversificación productiva de las empresas, se utilizan indicadores que permiten cuantificar la distribución del valor exportado entre los distintos bienes. Uno de los principales es el índice de Herfindahl-Hirschmann (IHH)<sup>13</sup>. Para facilitar su interpretación, se utiliza su inverso, que permite estimar el número efectivo de productos relevantes, es decir, cuántos productos equivalentes serían necesarios para obtener la misma concentración observada.

De forma complementaria, también se recurre a un indicador más intuitivo: la participación de los 10 principales productos en el total exportado. Este porcentaje refleja el peso relativo de los bienes más importantes dentro de la canasta de exportación de una empresa o grupo de empresas. A menor participación, mayor es la diversificación del portafolio exportador. Ambos indicadores permiten analizar no solo la diferencia entre grandes empresas y mipymes, sino también las variaciones internas dentro del universo mipyme, brindando una visión más completa de sus perfiles productivos y comerciales.

En 2024, las diferencias entre grandes empresas y mipymes en este aspecto fueron notorias. Mientras que las grandes concentraron el grueso de sus exportaciones en tan solo 12 productos considerados relevantes, las mipymes alcanzaron un total de 34 productos con peso significativo en su desempeño exportador<sup>14</sup>. Esta diferencia refleja una estructura mucho más concentrada en las grandes empresas, con un portafolio fuertemente enfocado en bienes tradicionales y de alto volumen, como carne, celulosa y soja. En cambio, las mipymes muestran una mayor diversificación, tanto en número de productos como en variedad sectorial, lo que les permite tener una canasta más atomizada y menos dependiente de un conjunto reducido de bienes.

<sup>13</sup> El Índice de Herfindahl-Hirschmann (IHH) mide la concentración de mercado a partir del cuadrado de la participación de cada producto en el total exportado por una empresa o grupo de empresas.

<sup>14</sup> Los productos más relevantes en la matriz exportadora de las mipymes y las grandes empresas son medidos como el inverso del Índice de Herfindahl-Hirschmann (IHH) a nivel NCM4. El IHH es un índice que informa sobre la concentración económica de un mercado. Cuanto mayor es el número de productos exportados (o menor el IHH), más diversificada es la matriz exportadora, por el contrario, cuanto menor sea el número de productos exportados (o mayor el IHH), más concentrada será la matriz exportadora. Como se mencionó anteriormente, para el cálculo de los productos de exportación relevantes se utilizó la siguiente fórmula:  $\frac{1}{\sum_{i=1}^{i=595} s_i^2}$  para las mipymes y  $\frac{1}{\sum_{i=1}^{i=361} s_i^2}$  para las grandes empresas. Siendo "i" los productos exportados con NCM a 4 dígitos y "S" =  $\frac{(\text{Exportaciones US\$})_i}{\text{Exportaciones totales US\$}}$

Esta mayor diversidad también se evidenció en la participación de los 10 principales productos sobre el total exportado por cada grupo. En las grandes empresas, el top 10 representó el 77% de las exportaciones, mientras que en el caso de las mipymes este porcentaje fue de 49%.

Cuadro N°4  
**Productos relevantes**  
 (Part. % 2024)

Tamaño	Productos relevantes	Part. % de los 10 princ. productos	Export. (Mill de US\$)
<b>Grandes</b>	12	77%	12.201
<b>Mipymes</b>	34	49%	1006

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

Dentro de las mipymes, también se apreciaron matices relevantes. Las microempresas fueron las más diversificadas en términos relativos: contaron con 34 productos relevantes y sus 10 principales productos representaron solo el 40% del total exportado, lo que indica una canasta más dispersa. Las pequeñas empresas también mostraron una buena dispersión, con 24 productos relevantes y una concentración del 51% en sus 10 principales productos. Las medianas presentaron una estructura más concentrada (53% en los 10 principales productos).

Cuadro N°5  
**Productos relevantes de las mipymes desagregado por tamaño**  
 (Part. % 2024)

Tamaño	Productos relevantes	Part. % de los 10 princ. productos	Export. (Mill de US\$)
<b>Mediana</b>	31	53%	784
<b>Pequeña</b>	24	51%	167
<b>Micro</b>	34	40%	55

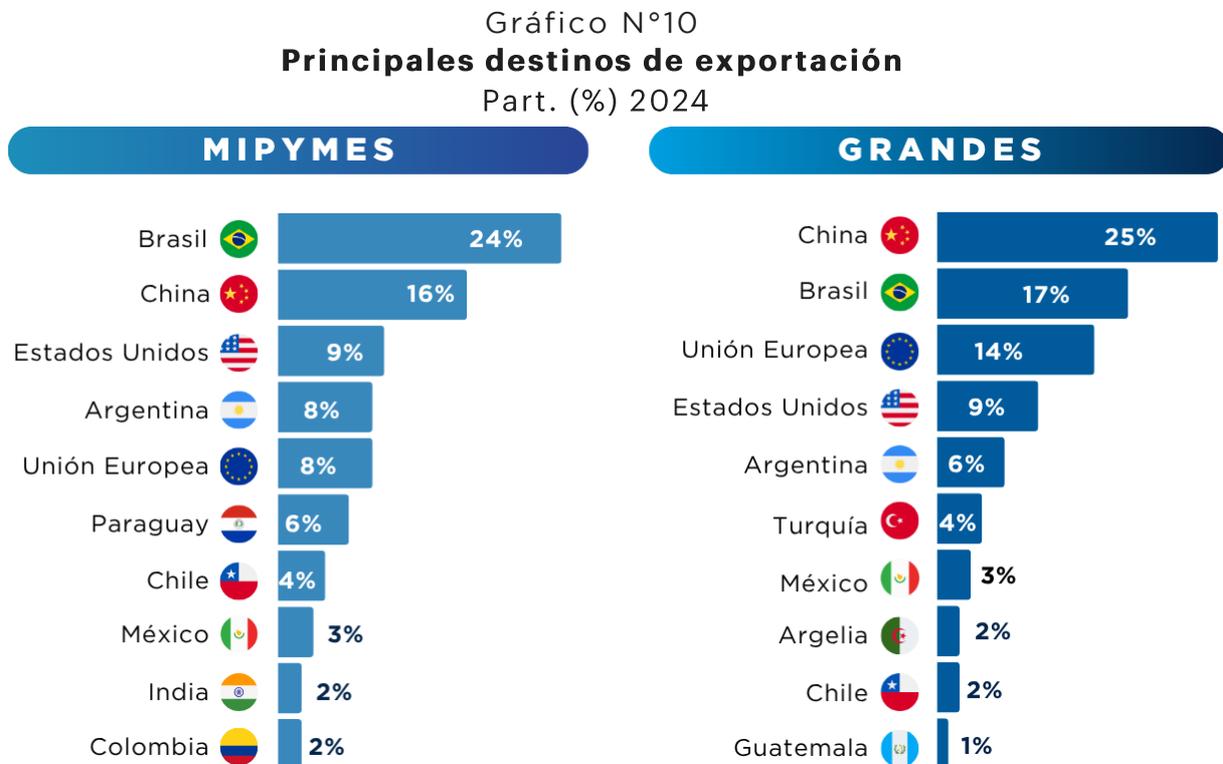
Fuente: Uruguay XXI con base en DNA, BCU, Montes del Plata, Nueva Palmira, DGI, INE y MTSS.

## 5. DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES

Las mipymes exportadoras uruguayas presentan una marcada orientación hacia mercados regionales, en particular América del Sur. En 2024, el Mercosur concentró el 38% del valor exportado por estas empresas, mientras que en el caso de las grandes empresas la participación de este bloque fue sensiblemente menor, alcanzando el 24%.

Esta diferencia refleja una inserción internacional de las mipymes más próxima geográficamente, posiblemente vinculada a menores costos logísticos, relaciones comerciales históricas o adaptaciones más ágiles a demandas regionales. Además, más del 50% de las mipymes tuvo como principal destino de exportación un país sudamericano, lo que confirma esta tendencia regional. En contraste, las grandes empresas mostraron una mayor diversificación hacia destinos extrarregionales, en parte debido a la escala de producción, los sectores en los que operan y su capacidad para competir en mercados más exigentes.

El Gráfico N°10 muestra la distribución del valor exportado por las mipymes según grandes regiones de destino, lo que permite visualizar con mayor claridad estas diferencias.



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

Al analizar las industrias y los productos en relación con los destinos, se encuentra que las grandes empresas concentraron sus exportaciones en bienes tradicionales y de alto volumen: carne bovina, celulosa, soja, subproductos cárnicos y productos lácteos que se dirigieron a destinos como China (donde exportan más de US\$ 2.950 millones), Brasil (US\$ 2.070 millones) y Estados Unidos (US\$ 1.100 millones).

Por su parte, las mipymes exhibieron una canasta más diversificada y atomizada. A Brasil, por ejemplo, exportaron 38 productos distintos, entre ellos pescados y productos del mar, productos farmacéuticos, frutas cítricas, pinturas, sustancias químicas, autopartes, vestimenta y vino. Incluso en mercados extrarregionales como China, Estados Unidos o India, las mipymes tuvieron una participación relevante, especialmente las empresas medianas, que operan con bienes como piedras preciosas, miel, madera, productos farmacéuticos y alimentos.

El caso de Estados Unidos ilustra bien esta diferencia: mientras las grandes empresas exportaron carne, celulosa y preparaciones frutales, las mipymes colocaron miel, cítricos, pescado y vestimenta, con una participación significativa de empresas pequeñas y medianas. En India, algo similar ocurre con exportaciones de madera, productos químicos y cueros, donde las medianas empresas muestran una inserción relevante. Esta estructura permite afirmar que, aunque las grandes empresas explican la mayor parte del valor exportado, las mipymes contribuyen de forma decisiva a la diversificación de productos y mercados, incluso en destinos no tradicionales.

En suma, aunque las mipymes muestran una fuerte concentración en mercados regionales, especialmente en América del Sur, también mantienen una presencia relevante en destinos extrarregionales como China, Estados Unidos e India, donde contribuyen activamente a diversificar la oferta exportadora. Esta capacidad es especialmente visible en las empresas medianas. No obstante, la principal diferencia con las grandes empresas sigue siendo el alcance geográfico: mientras éstas exportan en promedio a 11 destinos, las mipymes lo hacen a solo tres, construyendo redes más acotadas a nivel de empresa.

## 6. ESFUERZO NACIONAL INNOVADOR

---

Uruguay XXI utiliza un clasificador denominado Esfuerzo Nacional en Innovación (ENI) que le permite medir la sofisticación e innovación del perfil exportador de Uruguay<sup>15</sup>. A diferencia de otras metodologías internacionales, el enfoque se adapta al contexto uruguayo al incorporar datos de encuestas nacionales de innovación y ajustar por el peso relativo de cada producto en la canasta exportadora. El objetivo es identificar sectores con alto potencial innovador y productos estratégicos que puedan ser impulsados.

Al analizar el ENI en las exportaciones uruguayas de 2024 según el tamaño de empresa, se observaron diferencias marcadas que reflejan tanto la estructura productiva como la lógica de la metodología utilizada. Esta clasificación pondera la sofisticación tecnológica de los productos, su inserción en cadenas de valor complejas y la exigencia de los mercados de destino, factores que suelen estar más presentes en empresas grandes y especializadas.

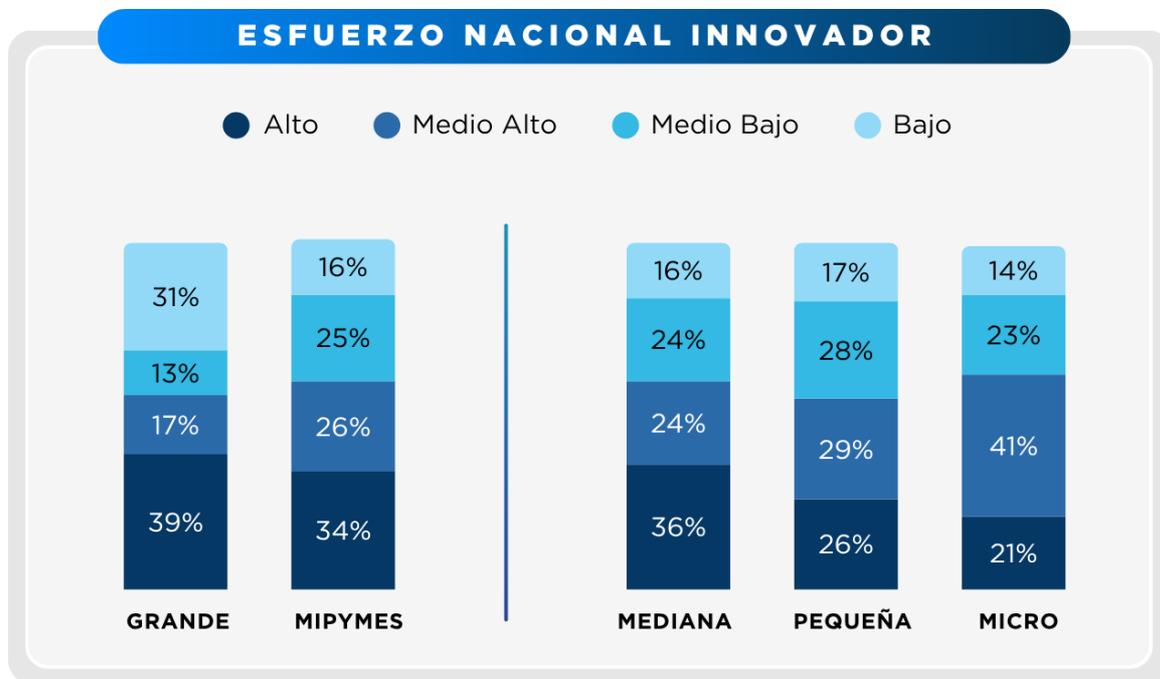
Así, mientras las grandes empresas concentraron más del 60 % de sus exportaciones en productos de alto y medio-alto ENI, las microempresas destinaron cerca del 60 % de sus exportaciones a productos de medio-bajo y bajo ENI. Las empresas medianas, en cambio, mostraron un perfil intermedio, con más de US\$ 215 millones exportados en productos de alto ENI y otros US\$ 137 millones en productos de medio-alto ENI, lo que evidencia capacidades innovadoras destacadas aún dentro del segmento mipyme.

Las pequeñas empresas también mostraron un desempeño relevante, con exportaciones por más de US\$ 27 millones en productos de alto ENI, lo que sugiere espacios para potenciar sectores dinámicos fuera de las grandes firmas.

---

<sup>15</sup> Este indicador se construye a partir de tres dimensiones: intensidad en I+D (esfuerzo innovador), oportunidades tecnológicas sectoriales (retornos esperados de la innovación en distintos sectores) y sofisticación de las exportaciones, estimada mediante el índice QPrody ajustado, que considera no sólo el nivel de desarrollo de los países que exportan un producto, sino también el precio unitario como proxy de calidad.

Gráfico N°11  
**Exportaciones según Esfuerzo Nacional Innovador (ENI)**  
 (Part. % 2024)



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

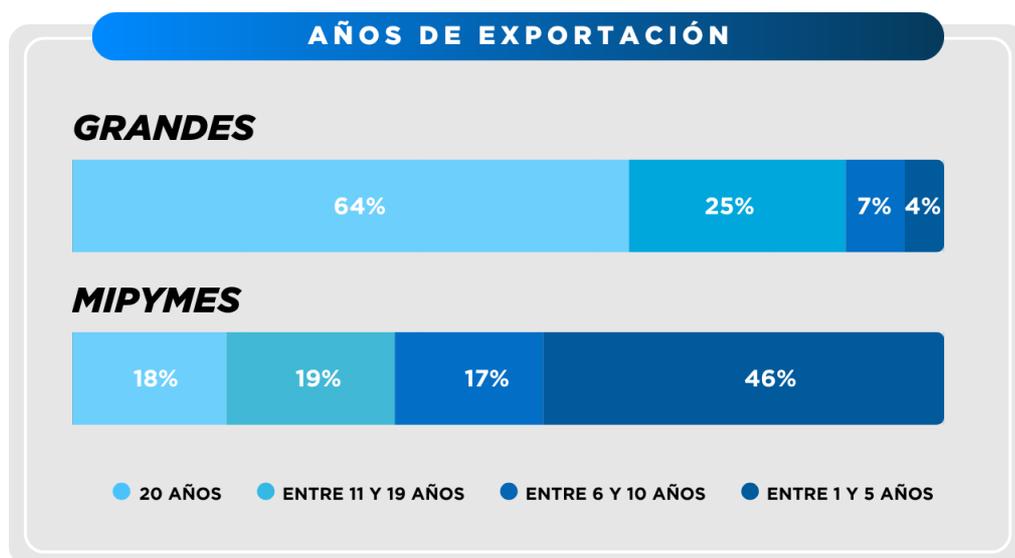
Dentro de los productos clasificados como de alto ENI, las mipymes lograron insertarse en rubros como productos farmacéuticos, miel, vino, frutas cítricas, cannabis, aparatos e instrumentos médicos y productos lácteos, todos ellos con potencial de crecimiento por su valor agregado y la posibilidad de acceder a mercados exigentes. Si bien representaron montos menores en comparación con las grandes empresas, estas categorías demostraron que existen nichos donde las mipymes pueden especializarse y escalar innovación. También se identificaron productos como colza, arroz y pescado entre los más dinámicos de las mipymes en esta categoría. A su vez, la participación de las mipyme en productos de medio-alto ENI como soja, sustancias químicas para el agro, cuero, lana y transformadores eléctricos refleja capacidades industriales que podrían fortalecerse.

En resumen, si bien el diseño del ENI favorece la lógica de productos complejos y mercados sofisticados —ámbitos en los que las grandes empresas se destacan— los resultados de 2024 mostraron que existen segmentos de mipymes con un perfil innovador.

## 7. TRAYECTORIAS EXPORTADORAS

La sostenibilidad en el tiempo es uno de los aspectos más relevantes para comprender el perfil y desempeño de las empresas exportadoras. En términos generales, las empresas más grandes muestran una mayor estabilidad y continuidad en los mercados internacionales, mientras que las mipymes enfrentan mayores dificultades para sostener sus operaciones exportadoras en el tiempo. Según los datos del período 2004-2024, las grandes empresas exportaron en promedio durante casi 21 años, con 86% de ellas logrando mantener exportaciones de forma consecutiva durante al menos cinco años después de su primer registro y 81% durante diez años consecutivos<sup>16</sup>. En cambio, las microempresas —el grupo más frágil— exportaron en promedio solo 7,6 años y apenas el 15% logró sostener exportaciones por diez años seguidos.

Gráfico N°12  
**Número de años de exportación**  
 (Período 2004-2024)



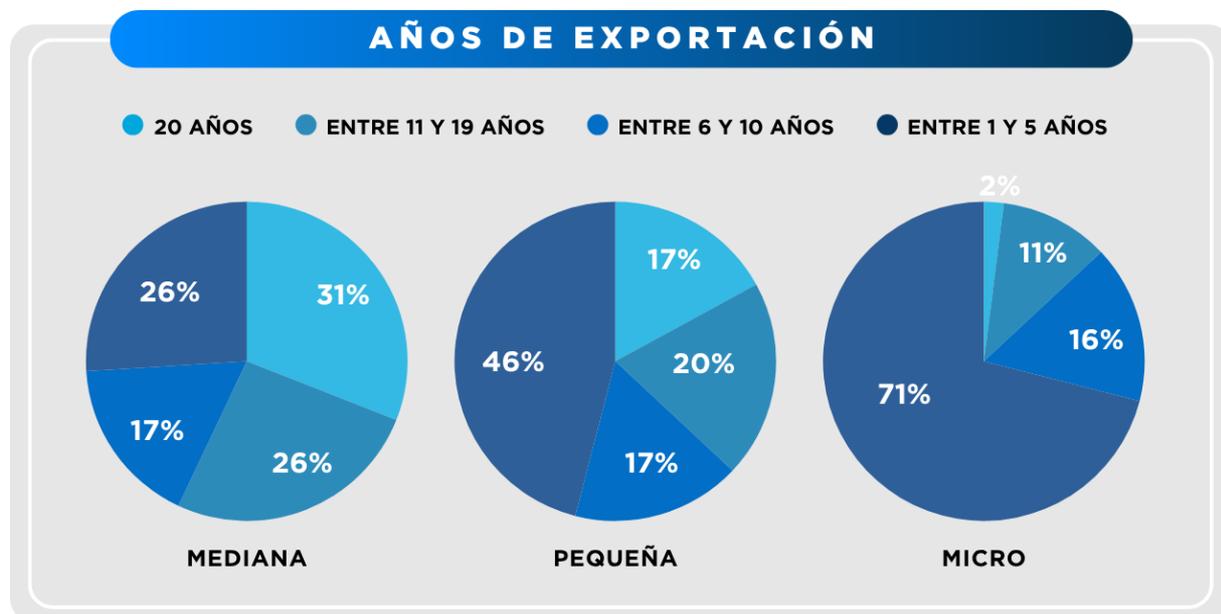
Fuente: Uruguay XXI con base en DNA, BCU, Montes del Plata, Nueva Palmira, DGI, INE y MTSS

Si se comparan las mipymes con las grandes empresas, se evidencia una clara brecha en la trayectoria exportadora. Mientras las grandes cuentan con más de dos décadas de actividad

<sup>16</sup> En este análisis debe tenerse en cuenta que algunas empresas que actualmente son consideradas grandes, pudieron ser mipymes en algún año del periodo analizado o viceversa.

continua y un historial sostenido de participación en el comercio exterior, las mipymes presentan trayectorias más irregulares, con una mayor proporción de empresas que inician exportaciones, pero no logran consolidarse. Esto responde, en parte, a diferencias estructurales: las grandes empresas suelen estar más especializadas, cuentan con redes comerciales más robustas y operan en sectores con economías de escala y barreras de entrada más elevadas, lo que les permite sostener su actividad incluso ante *shocks* externos.<sup>17</sup>

Gráfico N°13  
**Número de años de exportación**  
 (Período 2004-2024)



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

Al interior de las mipyme también se verifican diferencias. Las empresas medianas mostraron un comportamiento significativamente más estable: exportaron en promedio más de 16 años y el 53% logró sostenerse durante al menos una década. Las pequeñas, por su parte, exportaron durante un promedio de 14 años y 44% alcanzó también los diez años de continuidad. En el extremo opuesto, las microempresas mostraron altos niveles de volatilidad: más del 70% exportó durante cinco años o menos, con trayectorias fragmentadas y discontinuas, revelando barreras estructurales que impiden su consolidación en el mercado internacional.

<sup>17</sup> Documento: [OECD \(2021\), Understanding Firm Growth](#),

## 8. ASISTIDAS POR URUGUAY XXI

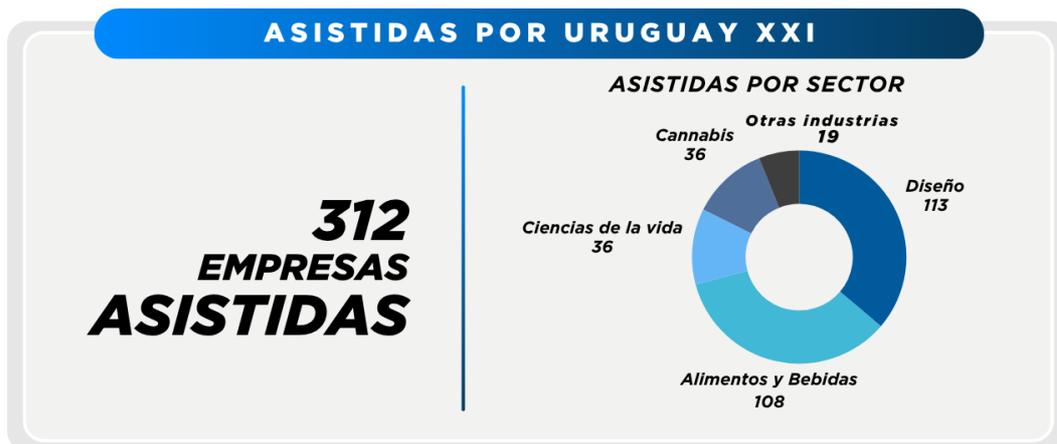
Uno de los cometidos de Uruguay XXI es brindar asesoramiento a las empresas en su proceso de internacionalización, articular con el ecosistema exportador y ayudar a las empresas a generar las capacidades necesarias para crecer hacia el exterior. Asimismo, a través del Programa Más Comercio. Más mercados, más inversión, se busca llegar a las mipymes de todos los departamentos del país para concientizarlas y apoyarlas en su camino hacia la exportación.

En 2024, el área de Exportaciones de Uruguay XXI asistió a 600 empresas exportadoras, de las cuales el 52% pertenecían a la producción de bienes y el restante 48% fueron de servicios.

Entre las exportadoras de bienes, 36% fueron empresas del sector diseño, seguidas de cerca por las de la industria de alimentos y bebidas que representaron el 35%, las siguieron aquellas de los sectores cannabis y ciencias de la vida con 12% respectivamente, otras industrias fueron solamente el 6% de las firmas asistidas. De esta forma, se observa que las empresas asistidas por Uruguay XXI corresponden a sectores no tradicionales. Además, aparecen nuevos sectores a los descritos en secciones anteriores. Asimismo, si se examinan las 325 empresas asistidas, se constata que el 91% son mipymes.

Gráfico N°14

### Empresas exportadoras asistidas por Uruguay XXI. 2024



Fuente: Uruguay XXI

## 9. CONCLUSIONES

---

Las mipymes exportadoras representan un componente estratégico del tejido productivo nacional y un canal clave para la diversificación económica del país. Aunque su participación en el valor total exportado es relativamente baja (alrededor del 5%), estas empresas constituyen el 82% del núcleo exportador, lo que evidencia su peso numérico.

El informe muestra que las mipymes exportadoras tienden a especializarse en productos no tradicionales y con una canasta más atomizada y diversa que la de las grandes empresas. Exportan en 89% de las partidas en las que Uruguay registró ventas en 2024. El 43% de estas partidas fueron exportadas exclusivamente por este tipo de empresas, lo que confirma su papel en la diversificación de la oferta exportadora. Además, muestran una inserción regional más marcada, con fuerte orientación hacia países del Mercosur, favorecidas por la proximidad geográfica, los acuerdos arancelarios y la afinidad cultural.

En términos de empleo, las mipymes exportadoras generaron más de 13.000 puestos de trabajo directos en 2024, distribuidos en todo el país.

Si bien presentan menores niveles de sostenibilidad exportadora en el tiempo en comparación con las grandes empresas, muchas mipymes logran construir trayectorias estables e incluso diversificadas. Las medianas, en particular, tienen un perfil más cercano al de las grandes firmas en términos de permanencia en el mercado internacional y variedad de destinos.

En cuanto al esfuerzo innovador, si bien las grandes empresas concentran la mayor parte del valor exportado asociado a productos con alto Esfuerzo Nacional Innovador (ENI), también se identificaron productos de alta intensidad innovadora exportados por mipymes, como productos farmacéuticos, vino, miel y aparatos médicos. Esto sugiere que existen nichos de especialización con potencial para ser fortalecidos a través de políticas de promoción comercial y de innovación.

En suma, las mipymes exportadoras son agentes clave para impulsar una matriz exportadora más diversificada, territorialmente equilibrada y resiliente. Promover la internacionalización y sostenibilidad de estas empresas resulta una apuesta estratégica para el crecimiento y la inserción competitiva de Uruguay.



**Uruguay XXI**  
PROMOCIÓN DE INVERSIONES,  
EXPORTACIONES E IMAGEN PAÍS

 [www.uruguayxxi.gub.uy](http://www.uruguayxxi.gub.uy)

 [info@uruguayxxi.gub.uy](mailto:info@uruguayxxi.gub.uy)

  [UruguayXXI](#)