

INFORME

MIPYMES

EXPORTADORAS

EN URUGUAY



Uruguay XXI
PROMOCIÓN DE INVERSIONES,
EXPORTACIONES E IMAGEN PAÍS



2026

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	2
1. INTRODUCCIÓN	5
2. CARACTERIZACIÓN DE LAS MIPYMES EXPORTADORAS	8
2.1 Núcleo exportador	8
2.2 Mipymes exportadoras	9
2.2.1 Escala exportadora	10
2.2.2 Territorialidad de las empresas exportadoras	10
2.2.3 Empleo de las mipymes exportadoras	12
3. PRODUCTOS Y ESPECIALIZACIÓN EXPORTADORA	14
3.1 Las mipymes en la estructura exportadora	14
3.2 Perfil exportador	15
3.2.1 Composición sectorial	16
3.2.2 Oferta exportable	18
3.2.3 Nivel de diversificación de las exportaciones	19
4. DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES	21
5. TRAYECTORIAS EXPORTADORAS	23
5.1 Dinámica de entrada al núcleo exportador	24
6. ASISTIDAS POR URUGUAY XXI	26
7. CONCLUSIONES	28

RESUMEN

Las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) componen gran parte del entramado empresarial orientado al comercio exterior. En 2025 representaron el 83% de las empresas del núcleo exportador de bienes. Esa amplia presencia contrasta con su peso económico, ya que concentraron apenas el 5% del valor exportado y generaron el 21% del empleo del núcleo. Esta dualidad revela tanto su importancia estructural como los desafíos que enfrentan para escalar en el comercio internacional.

El año 2025 fue favorable para las exportaciones uruguayas de bienes, que alcanzaron US\$ 13.563 millones, el mayor registro de la última década. Ese dinamismo se apoyó en productos —carne bovina, soja y lácteos— en los que la participación de las mipymes es marginal. El valor exportado por las mipymes se ubicó en US\$ 626 millones, equivalente al 4,6% del total del núcleo exportador.

Las mipymes exportadoras están presentes en todo el país, aunque se concentran en los grandes centros urbanos y polos productivos. Montevideo se posicionó como el epicentro, con el 51% de estas empresas y el 46% del valor exportado, con productos destacados como los farmacéuticos, el pescado y las sustancias químicas para el agro. Lo siguió Canelones, con 14% del valor exportado, y Artigas, que representó el 9% con exportaciones destacadas de piedras preciosas y arroz.

En términos de empleo, las mipymes generaron cerca de 13.400 puestos de trabajo, con un promedio de 16 empleados por empresa. La participación femenina en el empleo fue mayor en las mipymes (31%) que en las grandes empresas (27%).

En términos sectoriales, las mipymes estuvieron presentes en 30 de los 32 subsectores en los que exportó el núcleo exportador, frente a 28 en el caso de las grandes empresas, y cuatro subsectores tuvieron exportaciones exclusivamente de mipymes. El agro, alimentos y bebidas concentró el mayor número de empresas y el mayor valor del segmento, aunque las mipymes explican allí apenas el 3% del total; su peso es dominante en minería (78%), maquinaria y equipos (71%) y la cadena hortifrutícola (42%).

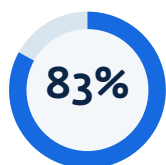
Las mipymes muestran una significativa diversificación exportadora. En 2025 participaron en el 87% de las 730 partidas exportadas por el núcleo exportador y lo hicieron de forma exclusiva en el 45% de ellas, por un valor de US\$ 83 millones.

Además, presentaron una marcada orientación hacia los mercados regionales: el 46% de su valor exportado se dirigió a América del Sur, frente al 23% de las grandes empresas. No obstante, tuvieron una participación relevante en algunos mercados extrarregionales como China, Estados Unidos e India. El elemento más distintivo entre ambos grupos siguió siendo el número promedio de mercados atendidos; mientras una empresa grande exportó en promedio a 12 destinos, una mipyme lo hizo a menos de tres, y más de la mitad de las mipymes exportó a un único mercado.

Uno de los principales desafíos para las mipymes es la sostenibilidad exportadora. Las trayectorias muestran una alta fragilidad: el 27% de las empresas del núcleo exportador de 2025 no había exportado en 2024 y 131 firmas registraron su primera exportación en el año. Entre las microempresas, más de la mitad no había exportado el año previo y siete de cada diez acumularon cinco años o menos de actividad exportadora en las últimas dos décadas.

Mipymes exportadoras de Uruguay

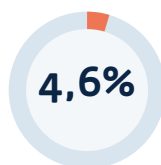
Caracterización del núcleo exportador uruguayo



861

mipymes exportaron bienes en 2025
sobre un núcleo de 1.038 empresas

17% SON GRANDES



US\$ 626

millones exportados por las mipymes
de un total de US\$ 13.488 millones

95,4% LO EXPLICAN GRANDES

Las mipymes sostienen la capilaridad del tejido exportador; las grandes concentran el valor

Empleo y territorio



13.413

puestos de trabajo
21% del empleo del núcleo
16 por empresa



31%

del empleo son mujeres
En las grandes empresas, la participación es 27%



19

departamentos con mipymes
Presencia nacional
Montevideo concentra 51%

Diversidad productiva y alcance de mercados



87%

DE LAS PARTIDAS DEL NÚCLEO
636 de 730 partidas NCM4

PARTIDAS EXCLUSIVAS

45%

325 partidas exportadas solo por mipymes

41

productos relevantes
Las grandes concentran su canasta en 12



53%

EXPORTÓ A UN SOLO DESTINO
Entre las microempresas, llega a 69%

DESTINOS POR EMPRESA

Mipymes

2,6

Grandes

12,3

46% de las exportaciones mipyme van a América del Sur

Trayectoria y especialización sectorial



128

mipymes exportaron por primera vez
83 micro · 33 pequeñas · 12 medianas

69%

de las micro tiene 5 años o menos exportando
Período histórico 2004-2025

COMPOSICIÓN DEL VALOR EXPORTADO MIPYME

42%

Agro, alimentos y bebidas

42% Agro y alimentos 20% Química y farmacéutica 14% Metalmecánica

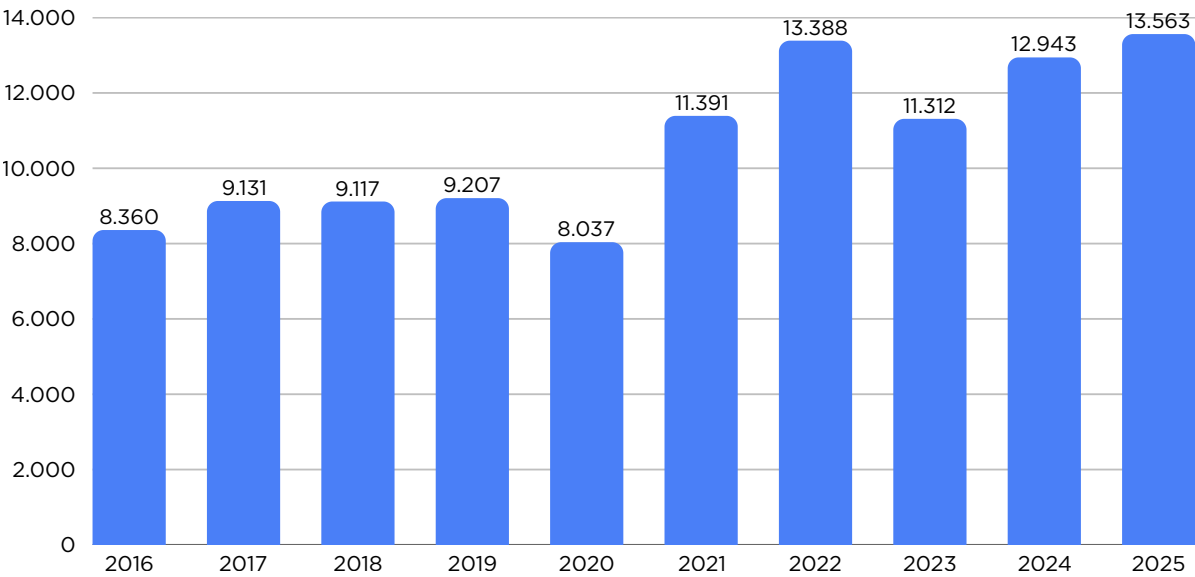
30 de 32 subsectores tienen mipymes exportadoras · 4 exclusivos de mipymes

1. INTRODUCCIÓN

En la última década las exportaciones de bienes de Uruguay crecieron a un ritmo promedio anual de 5%. En 2025 las ventas externas totalizaron US\$ 13.563 millones, lo que determinó un aumento de 5% frente a 2024 y configuró el mayor valor de la serie, superando el récord previo de 2022 (US\$ 13.388 millones).

El resultado se explicó principalmente por el desempeño de la carne bovina, que creció 32% impulsada por mayores volúmenes y precios, y por la recuperación de la soja, que aumentó 22%. Estos incrementos compensaron la caída de la celulosa (-9%), afectada por menores precios internacionales, y el retroceso de los vehículos y el trigo. En el plano externo, la demanda de los principales socios comerciales mostró señales de firmeza, en particular la de Estados Unidos por carne bovina, en un contexto internacional aún marcado por tensiones geopolíticas y por la reconfiguración de los flujos de comercio.

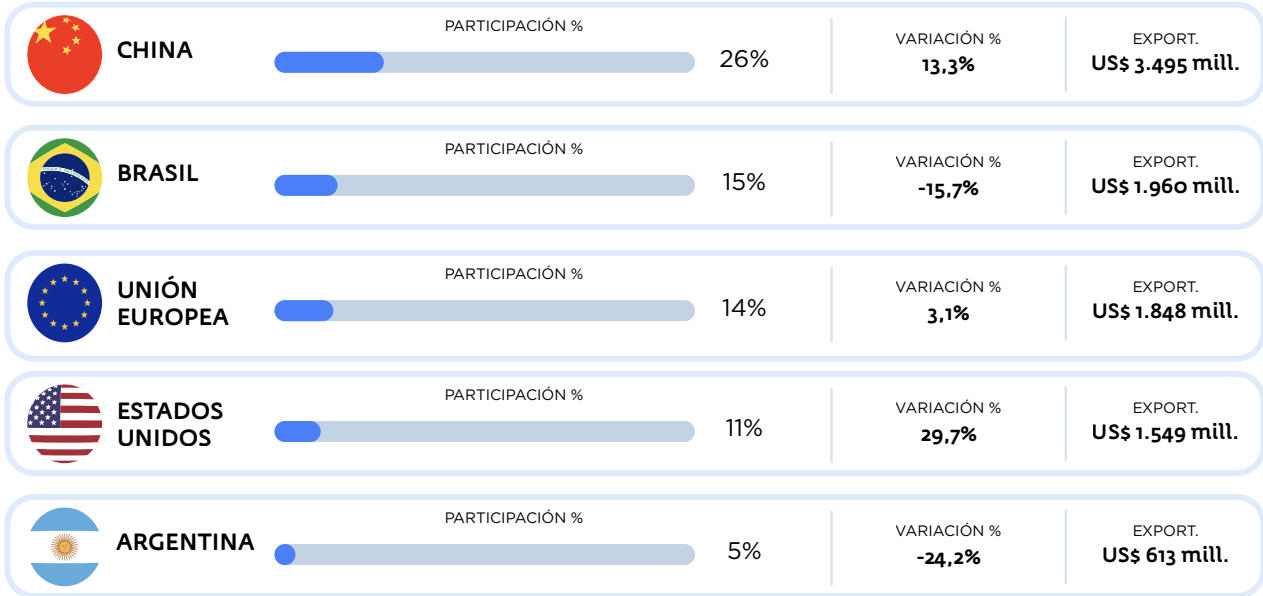
Gráfico 1
Exportaciones uruguayas de bienes
En millones de US\$ (2016-2025)



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 26% del total exportado (US\$ 3.495 millones). Lo siguieron Brasil, con 15% (US\$ 1.960 millones), y Estados Unidos, con 11% (US\$ 1.549 millones), mercado que mostró el mayor dinamismo del año de la mano de la carne bovina. La Unión Europea en su conjunto representó el 14% de las ventas externas y el Mercosur el 20%. Los cinco principales mercados concentraron el 61% de las exportaciones en 2025.

Gráfico 2
Destino de las exportaciones de bienes
Participación % (2025)



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 carne bovina recuperó el primer lugar con ventas por US\$ 2.667 millones y un incremento de 32% respecto a 2024. La celulosa ocupó el segundo lugar, con US\$ 2.317 millones y una caída de 9%. La soja se ubicó tercera, alcanzando US\$ 1.434 millones, con un aumento de 22%.

Cuadro 1
Principales productos exportados
En millones de US\$ (2025)

Producto	2024	2025	Var. %	Part. %
Carne bovina	2.017	2.667	32,3%	19,7%
Celulosa	2.546	2.317	-9,0%	17,1%
Soja	1.175	1.434	22,1%	10,6%
Productos lácteos	812	927	14,2%	6,8%
Concentrado de bebidas	789	753	-4,6%	5,6%
Arroz	547	531	-2,9%	3,9%
Subproductos cárnicos	436	486	11,5%	3,6%
Madera y productos de madera	434	443	1,9%	3,3%
Vehículos	503	387	-23,0%	2,9%
Ganado en pie	300	383	27,9%	2,8%
Productos farmacéuticos	318	364	14,6%	2,7%
Total exportado	12.943	13.563	4,8%	100,0%

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 de la canasta exportadora incluyeron el trigo (US\$ 259 millones), los plásticos (US\$ 258 millones), la malta (US\$ 250 millones) y la margarina y aceites (US\$ 222 millones), reflejando la diversidad del entramado agroindustrial e industrial uruguayo.

Por qué importan las mipymes exportadoras

El interés por caracterizar a las mipymes exportadoras no responde a su peso en el valor exportado, que es reducido, sino a la combinación entre su magnitud en el tejido empresarial y las dificultades que enfrentan para internacionalizarse. Diversos organismos internacionales han documentado esa tensión.

En América Latina y el Caribe, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) estima que las mipymes representan alrededor del 99% del total de empresas y dan empleo a cerca del 67% de los trabajadores, con una contribución al producto notoriamente menor, lo que revela brechas de productividad. Según el organismo, las grandes empresas de la región alcanzan niveles de productividad hasta 33 veces superiores a los de las microempresas y hasta seis veces mayores que los de las pequeñas, mientras que en los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) esa relación oscila entre 1,3 y 2,4 veces. La CEPAL señala además que solo cerca del 10% de las pymes latinoamericanas exporta parte de su producción, frente a al menos 40% en Europa.¹

La Encuesta a Firmas Exportadoras de América Latina y el Caribe del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) aporta evidencia sobre las capacidades internas. El 42% de las empresas encuestadas declaró contar con un área específica de comercio exterior, proporción que va del 30% en las microempresas al 69% en las grandes. La encuesta también constató que las firmas de menor porte son las más expuestas ante perturbaciones externas: el 45% de las microempresas registró caídas en sus exportaciones, frente al 25% de las grandes.²

Exportar obliga a cumplir estándares de calidad, sanitarios y ambientales más exigentes, expone a la empresa a la competencia internacional y amplía la escala potencial de producción, factores asociados a mejoras de productividad y a empleo de mayor calificación. Para una economía pequeña como la uruguaya, además, la ampliación de la base exportadora es una vía directa de diversificación. Como muestra este informe, son las mipymes las que sostienen la presencia del país en los productos menos tradicionales de la canasta.

En esa línea, en 2026 se puso en marcha Uruguay al Mundo, un programa articulado por la Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE), Uruguay XXI, la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII), el Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU) y el Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM), coordinado a través de Uruguay Innova. La iniciativa destina US\$ 1,5 millones entre 2026 y 2027 para apoyar más de 130 proyectos de internacionalización de mipymes y *startups*, mediante dos modalidades que financian hasta el 80% de los costos: Exporta, con un tope de US\$ 10.000, e Internacionalización, con un tope de US\$ 20.000. Entre sus objetivos figuran consolidar nuevos exportadores y extender el alcance del apoyo más allá de Montevideo.

¹ [Acerca de Microempresas y Pymes](#) – CEPAL.

² [Encuesta a empresas exportadoras de América Latina y el Caribe: Comprender el nuevo ADN exportador](#) – BID.

2. CARACTERIZACIÓN DE LAS MIPYMES EXPORTADORAS

2.1 Núcleo exportador³

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 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 504/007 del MIEM, ajustados con datos del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS) a diciembre de 2025 y considerando los montos exportados.

Como resultado, se identificó un núcleo exportador compuesto por 1.038 firmas que, en conjunto, realizaron exportaciones por US\$ 13.488 millones en 2025. Esto representó el 56% de las empresas que realizaron alguna venta al extranjero y el 99,5% del valor exportado.

³ No se consideraron parte del núcleo de empresas exportadoras a las siguientes empresas:

- a. Empresas con giro de servicios (según CIIU 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\$ 3.126 en 2025.
- 2. Pequeñas empresas con exportaciones entre US\$ 3.127 y US\$ 15.630 en 2025.
- 3. Empresas medianas con exportaciones entre US\$ 15.631 y US\$ 117.222 en 2025.
- 4. Empresas grandes con exportaciones mayores a US\$ 117.223 en 2025.

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 2025.

Cuadro 2
Empresas exportadoras de bienes
(2025)

Empresas	Número de empresas	Exportaciones Mill. US\$
Exportadoras	1.868	13.563
Núcleo	1.038	13.488
Núcleo / Total exportadoras	56%	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 definidos en el decreto de mipymes, que establece las categorías en función de dos variables: la cantidad de empleados y la facturación anual. Se dispone únicamente de información sobre el empleo en las empresas (de acuerdo con el MTSS) y no sobre su facturación. Por este motivo, la clasificación se basó en la cantidad de empleados y las exportaciones, realizando ajustes para 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 3
Núcleo de empresas exportadoras de bienes
(2025)

Tamaño	Número de empresas	Part. % total empresas	Export. Mill. US\$	Part. % del valor exportado
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	100,0%

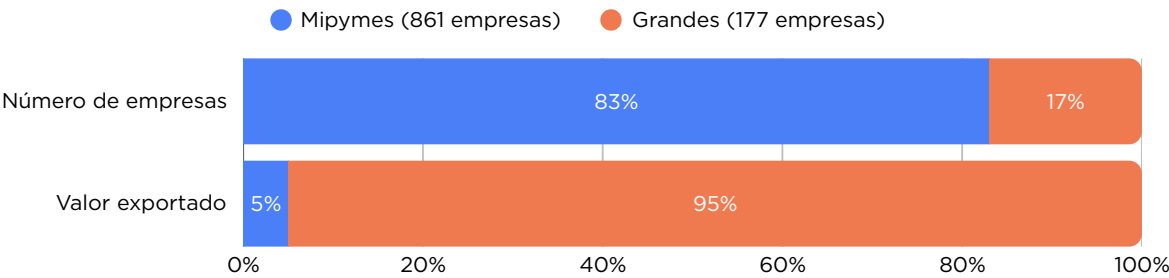
Fuente: Uruguay XXI con base en DNA, BCU, Montes del Plata, Nueva Palmira, DGI, INE y MTSS.

2.2 Mipymes exportadoras

Al observar la composición del núcleo exportador por tamaño de empresa, se destaca que las mipymes representaron el 83% del total, aunque solo concentraron el 5% del valor exportado. Por su parte, las grandes empresas, que constituyeron el 17%, explicaron 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.

Dentro del propio segmento mipymes, la distribución también es desigual. Las empresas medianas, que son el 32% de las mipymes, explicaron el 83% del valor exportado por el conjunto (US\$ 517 millones), mientras que las 294 microempresas aportaron US\$ 17 millones, apenas el 3%. La categoría mipymes agrupa así realidades productivas y comerciales muy distintas, algo a tener presente al interpretar los promedios del segmento.

Gráfico 3
Mipymes exportadoras de Uruguay
Participación en el número de empresas y en el valor exportado (2025)



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

2.2.1 Escala exportadora

Los datos de 2025 muestran diferencias 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 mediana —menos sensible a los valores extremos— confirma el patrón y revela que la mitad de las mipymes exportó menos de US\$ 118.000 en el año.

Cuadro 4
Escala exportadora según tamaño de empresa
En US\$ (2025)

Tamaño	Empresas	Exportación promedio	Exportación mediana
Micro	294	56.537	24.814
Pequeña	296	313.934	163.159
Mediana	271	1.906.159	1.211.052
Grande	177	72.668.111	19.958.200

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

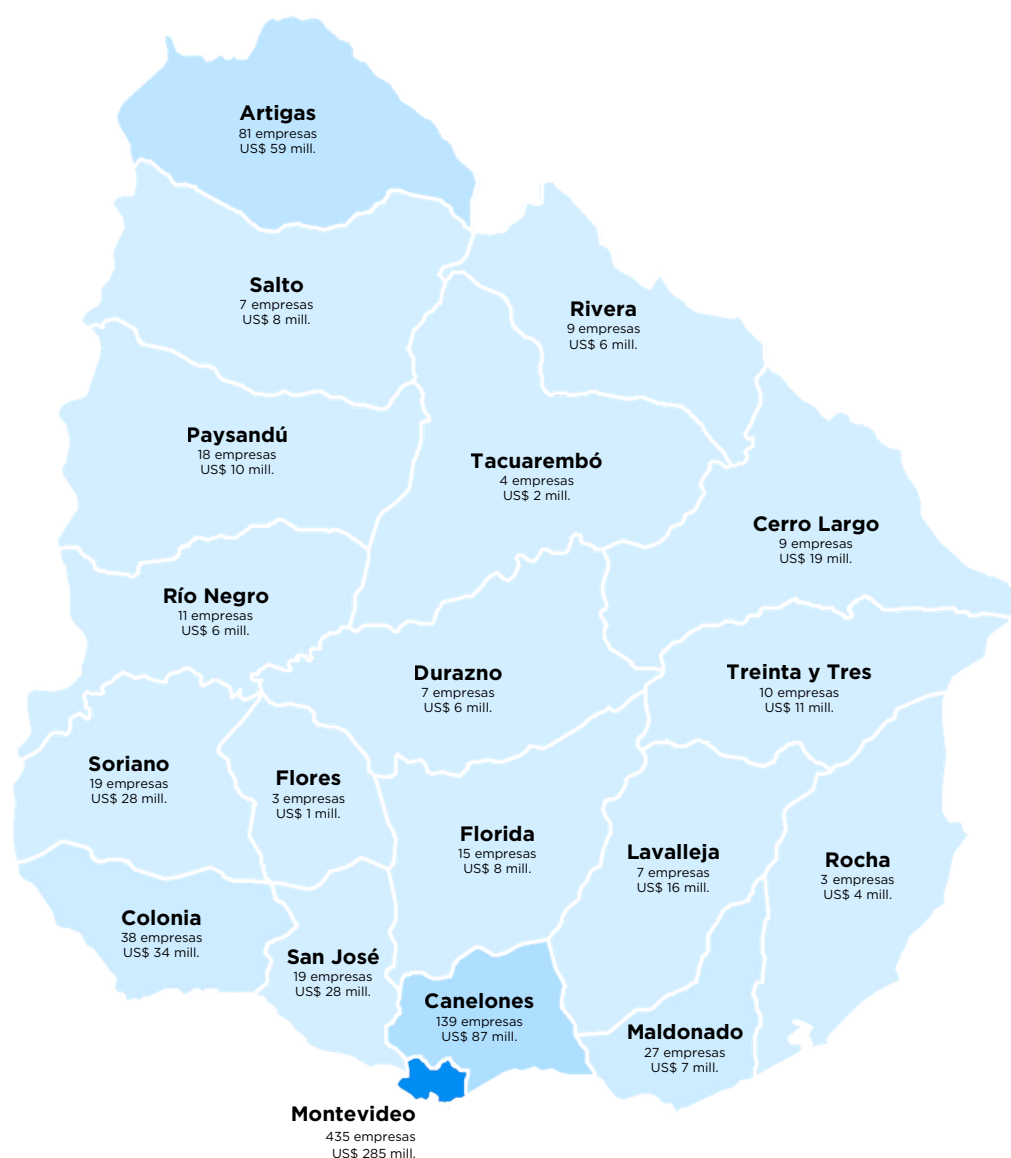
El segmento mipymes tampoco es homogéneo hacia su interior. Las diez principales mipymes explicaron el 15% del valor exportado por el conjunto y las 100 primeras el 66%, mientras que las restantes 761 firmas aportaron el 34% del total. Esta concentración advierte sobre la lectura de los promedios: el desempeño agregado del segmento depende de un grupo acotado de empresas de porte mediano y la mayoría de las mipymes opera con volúmenes exportados muy reducidos.

2.2.2 Territorialidad de las empresas exportadoras

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 el 51% de las empresas mipymes exportadoras. Canelones lo siguió en importancia con el 16%, vinculado al área metropolitana. Otros departamentos con fuerte presencia fueron Artigas (9%), Colonia (4%) y Maldonado (3%). Se constató presencia exportadora de mipymes en los 19 departamentos del país, incluso en aquellos con menor densidad poblacional como Flores, Rocha, Tacuarembó y Durazno.

En términos de valor exportado, Montevideo lideró ampliamente con el 46% de las ventas externas de las mipymes, concentrando productos de alto valor agregado como farmacéuticos, pescados y sustancias químicas para el agro. Lo siguió Canelones con el 14%, destacándose en farmacéuticos, otros productos agropecuarios y carnes no bovinas, 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, vinculados a autopartes, pinturas, productos lácteos, soja y trigo. En el noreste, Cerro Largo destacó en arroz y Lavalleja en cemento y cal y productos de madera. Salto y Paysandú aportaron productos frutícolas, miel y cítricos, que diversificaron la canasta exportadora de las mipymes en 2025.

Gráfico 4
Mipymes exportadoras por departamento
 Número de empresas y participación en el valor exportado (2025)



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

El análisis territorial permite visualizar el papel clave de las mipymes en términos de capilaridad y anclaje productivo. La apertura por tamaño agrega un matiz relevante: mientras en Montevideo las

tres categorías de mipymes se reparten de forma equilibrada, en departamentos como Lavalleja, Soriano, San José y Río Negro predominan las medianas empresas, y en Maldonado, Colonia y Artigas tienen mayor peso las micro y pequeñas. La distribución geográfica de estas firmas es un factor estratégico para comprender las dinámicas de desarrollo y las capacidades locales, así como el modo en que se insertan en la exportación.

2.2.3 Empleo de las mipymes exportadoras

Las mipymes representaron en 2025 más del 80% de las firmas que integran el núcleo exportador y concentraron el 21% del empleo total, lo que representó unos 13.413 puestos de trabajo. Por el contrario, las grandes empresas generaron el 79% restante.

Cuadro 5
Empleo en el núcleo exportador
(2025)

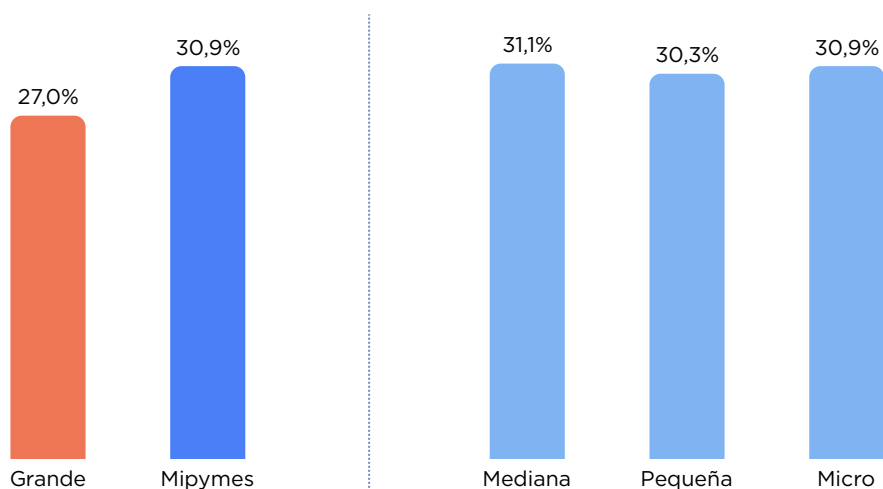
Tamaño	Empleo	Empleo por empresa	Part. % del empleo	% de empleo femenino
Mipymes	13.413	16	21,2%	30,9%
Mediana	10.185	38	16,1%	31,1%
Pequeña	2.625	9	4,2%	30,3%
Micro	603	2	1,0%	30,9%
Grande	49.795	281	78,8%	27,3%
Total	63.208	61	100,0%	28,2%

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 38. Si se comparan estos valores con el punto medio del rango definido por el Decreto 504/007 para cada categoría, se advierte que las mipymes exportadoras tendieron a ubicarse algo más cerca del extremo inferior que del superior. Las grandes empresas exportadoras, por su parte, emplearon en promedio a 281 trabajadores.

Por otro lado, como se observa en el Gráfico 5, al analizar la cantidad de personas empleadas por las mipymes del núcleo exportador según sexo, se constató que tanto para las medianas como para las pequeñas y microempresas el porcentaje de mujeres empleadas superó al de las grandes. En el conjunto de las mipymes las mujeres representaron el 31% del empleo, frente al 27% en las grandes empresas, aunque la brecha con los hombres siguió siendo muy alta en todas las categorías.

Gráfico 5
Empleo femenino
Participación porcentual del empleo femenino en el total (2025)



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

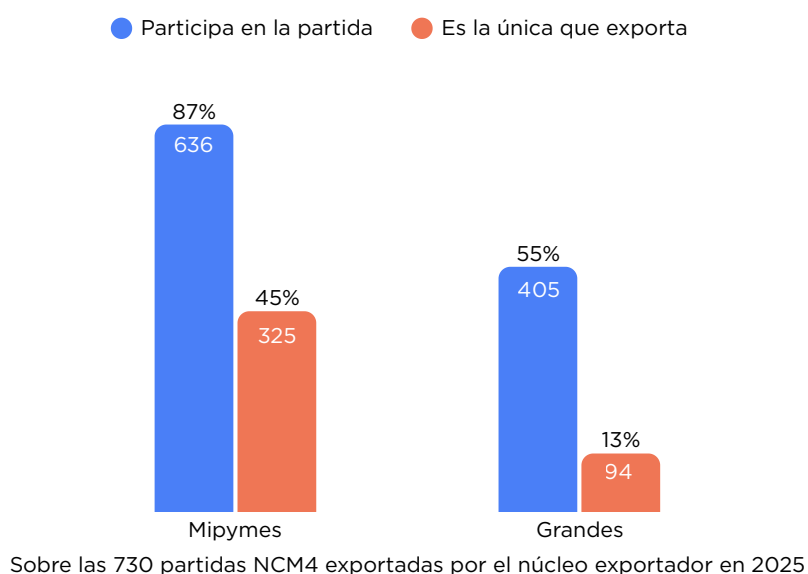
3. PRODUCTOS Y ESPECIALIZACIÓN EXPORTADORA

3.1 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 2025 las empresas del núcleo exportador uruguayo registraron ventas en 730 partidas. Asimismo, las principales diez concentraron el 67% del valor exportado.

Al analizar la distribución de esas 730 partidas se observa una diferencia clara en los patrones de especialización entre las grandes empresas y las mipymes.

Gráfico 6
Partidas exportadas según tamaño de empresa
Participación % (2025)



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 87% de las partidas exportadas por el núcleo y en el 45% de forma exclusiva, por un valor de US\$ 83 millones. En contraste, las grandes fueron más intensivas y concentraron su actividad en un subconjunto más acotado: participaron en el 55% de las partidas y solo en el 13% 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 7
Participación de las mipymes en los montos exportados de 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.

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%), y participaciones relevantes en otros productos agropecuarios (46%), miel (44%), preparaciones de frutas y hortalizas (41%), pescados y productos del mar (34%), carne equina, porcina y otras (32%), vestimenta y calzado (32%), frutas cítricas (32%) y papel y cartón (30%). En contraste, las grandes empresas concentraron prácticamente la totalidad de las exportaciones de celulosa, carne bovina, soja, productos lácteos, vehículos y concentrado de bebidas.

3.2 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.

3.2.1 Composición sectorial

Para ordenar el análisis se asigna cada empresa a un sector según su principal producto exportado, siguiendo la clasificación sectorial de Uruguay XXI. Esta clasificación organiza la producción exportable en tres niveles: 7 sectores (nivel 1), 32 subsectores (nivel 2) y 68 rubros (nivel 3). Todo el valor exportado por una empresa se imputa al sector en el que se la clasifica, lo que permite comparar grupos de empresas sobre una misma base y vincular a cada firma con su especialización productiva predominante.

Gráfico 8
Mipymes exportadoras por sector
Número de empresas y valor exportado (2025)



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

El sector agro, alimentos y bebidas lideró tanto en número de mipymes exportadoras como en valor exportado; reunió 250 empresas, equivalentes al 29% del segmento, y registró exportaciones por US\$ 263 millones, el 42% del total. Lo siguieron metalmecánica, maquinaria, equipos y automotriz, con 199 empresas —el segundo sector por número de firmas, aunque el tercero por valor—, química, farmacéutica, plásticos y caucho, con 149 empresas y exportaciones por US\$ 125 millones; y minería, energía y minerales no metálicos, con 99 empresas y US\$ 66 millones.

El contraste con las grandes empresas es nítido. Estas concentraron el 65% de su valor exportado en agro, alimentos y bebidas y otro 21% en forestal, celulosa y papel, dos sectores que explican el 86% de sus ventas externas. Las mipymes, en cambio, reparten su valor de forma más pareja entre cuatro sectores, que en conjunto representan el 86% del segmento, pero con pesos que van del 42% al 11%.

El indicador más revelador es la participación de las mipymes dentro de cada sector. En otras manufacturas y bienes diversos explicaron el 53% del valor exportado y en minería, energía y minerales no metálicos el 45%. En el extremo opuesto, su participación fue de apenas 3% en agro,

alimentos y bebidas y de 1% en forestal, celulosa y papel, los dos sectores que dominan la canasta exportadora del país.

Al bajar al segundo nivel de la clasificación, los subsectores con mayor número de mipymes exportadoras fueron maquinaria y equipos (117 empresas), minería (88), bebidas (57), farmacéutica y ciencias de la vida (52), agropecuario primario y vestimenta, calzado y textiles (46 cada uno). Por valor exportado el orden cambia: lidera la cadena de granos y oleaginosos, con US\$ 87 millones concentrados en solo 41 empresas, seguida por farmacéutica y ciencias de la vida (US\$ 54 millones), minería (US\$ 52 millones) y la cadena pesquera (US\$ 41 millones).

Cuadro 6
Subsectores con mayor número de mipymes exportadoras
(2025)

Subsector	Empresas mipymes	Part. % de las mipymes	Export. mipymes Mill. US\$	% del sub-sector
Maquinaria y equipos	117	13,6%	37,3	71%
Minería	88	10,2%	51,5	78%
Bebidas	57	6,6%	10,9	1%
Farmacéutica y ciencias de la vida	52	6,0%	53,6	15%
Agropecuario primario	46	5,3%	24,9	6%
Vestimenta, calzado y textiles	46	5,3%	8,5	33%
Otros alimentos y alimento animal	45	5,2%	29,0	17%
Cadena de granos y oleaginosos	41	4,8%	87,4	3%
Material eléctrico y electrónico	34	3,9%	9,0	100%
Editorial e industrias creativas	32	3,7%	7,6	97%

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

La columna de participación ordena el mapa de otra manera: identifica los subsectores donde las mipymes no son un actor complementario sino el actor principal. En cuatro subsectores — material eléctrico y electrónico, materiales de construcción no metálicos, joyería y bijouterie y artículos varios— la totalidad de las exportaciones uruguayas correspondió a mipymes. En editorial e industrias creativas explicaron el 97%, en minería el 78% y en maquinaria y equipos el 71%.

Cuadro 7
Subsectores donde las mipymes explican la mayor parte del valor exportado
 (2025)

Subsector	Export. mipymes Mill. US\$	Total del subsector Mill. US\$	% que explican las mipymes	Empresas
Materiales de construcción no metálicos	14,1	14,1	100%	11
Material eléctrico y electrónico	9,0	9,0	100%	34
Editorial e industrias creativas	7,6	7,9	97%	32
Joyería y bijouterie	4,5	4,5	100%	7
Artículos varios	3,3	3,3	100%	11
Minería	51,5	65,7	78%	88
Maquinaria y equipos	37,3	52,2	71%	117
Cadena hortifrutícola	29,2	69,8	42%	21
Cadena pesquera	41,4	114,2	36%	19
Vestimenta, calzado y textiles	8,5	25,8	33%	46

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

Finalmente, la cobertura sectorial confirma a nivel de sectores lo que la sección anterior mostró a nivel de partidas. Las mipymes estuvieron presentes en 30 de los 32 subsectores y en 60 de los 68 rubros en los que exportó el núcleo, mientras que las grandes empresas participaron en 28 subsectores y 44 rubros. Cuatro subsectores y 24 rubros tuvieron exportaciones exclusivamente de mipymes. Sin ellas, la matriz exportadora uruguaya perdería no solo productos puntuales sino ramas completas de actividad.

Cuadro 8
Cobertura sectorial según tamaño de empresa
 Número de categorías con presencia exportadora (2025)

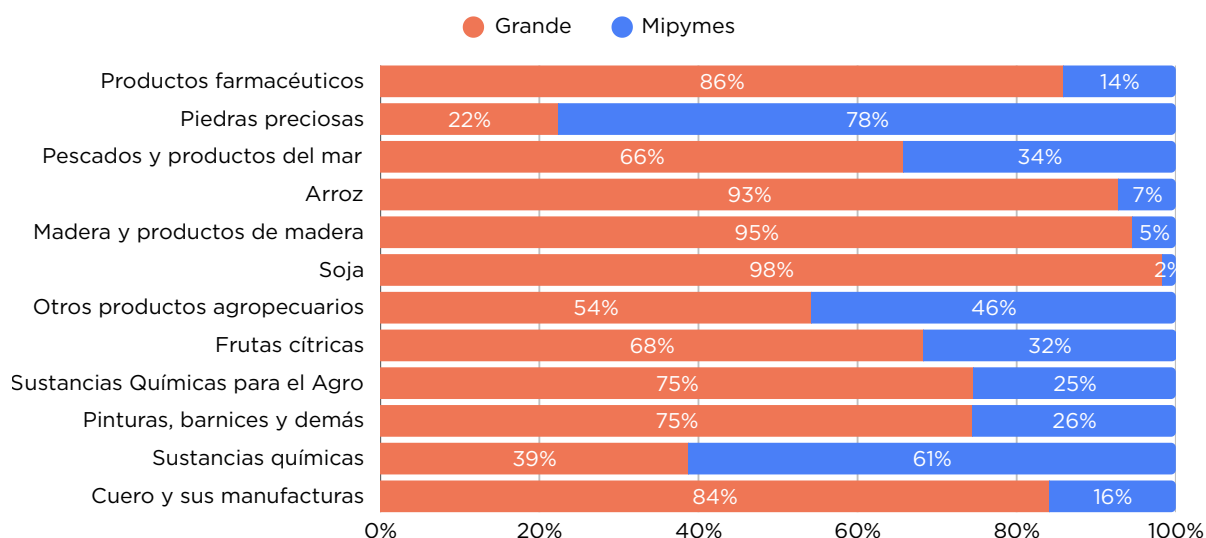
Nivel de la clasificación	Total del núcleo	Con mipymes	Con grandes	Exclusivos de mipymes
Sectores (nivel 1)	7	7	7	0
Subsectores (nivel 2)	32	30	28	4
Rubros (nivel 3)	68	60	44	24

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

3.2.2 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.

Gráfico 9
Oferta de bienes exportados según tamaño
Participación % (2025)



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 con una mayor diversificación de productos, destacándose su participación en los no tradicionales como piedras preciosas, pescados, productos farmacéuticos y vino, entre otros. En 2025 los principales productos exportados por las mipymes fueron el rubro “otros” (US\$ 105 millones), los productos farmacéuticos (US\$ 51 millones), las piedras preciosas (US\$ 49 millones), los pescados y productos del mar (US\$ 42 millones) y el arroz (US\$ 38 millones).

3.2.3 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). 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.

En 2025 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 41 productos con peso significativo en su desempeño exportador. Esta diferencia refleja una estructura mucho más concentrada en las grandes empresas, con un portafolio fuertemente enfocado en bienes tradicionales y de alto volumen. 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.

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 70% de las exportaciones, mientras que en el caso de las mipymes ese porcentaje fue de 41%.

Cuadro 9
Productos relevantes
(2025)

Tamaño	Productos relevantes	Part. % de los 10 princ. productos	Export. Mill. US\$
Grandes	12	70%	12.862
Mipymes	41	41%	626

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 medianas empresas contaron con 37 productos relevantes, aunque con una estructura algo más concentrada (44% en sus 10 principales productos). Las microempresas registraron 31 productos relevantes y sus 10 principales productos representaron el 38% del total exportado, la canasta más dispersa del conjunto. Las pequeñas empresas mostraron una situación intermedia, con 29 productos relevantes y una concentración del 40%.

Cuadro 10
Productos relevantes de las mipymes desagregado por tamaño
(2025)

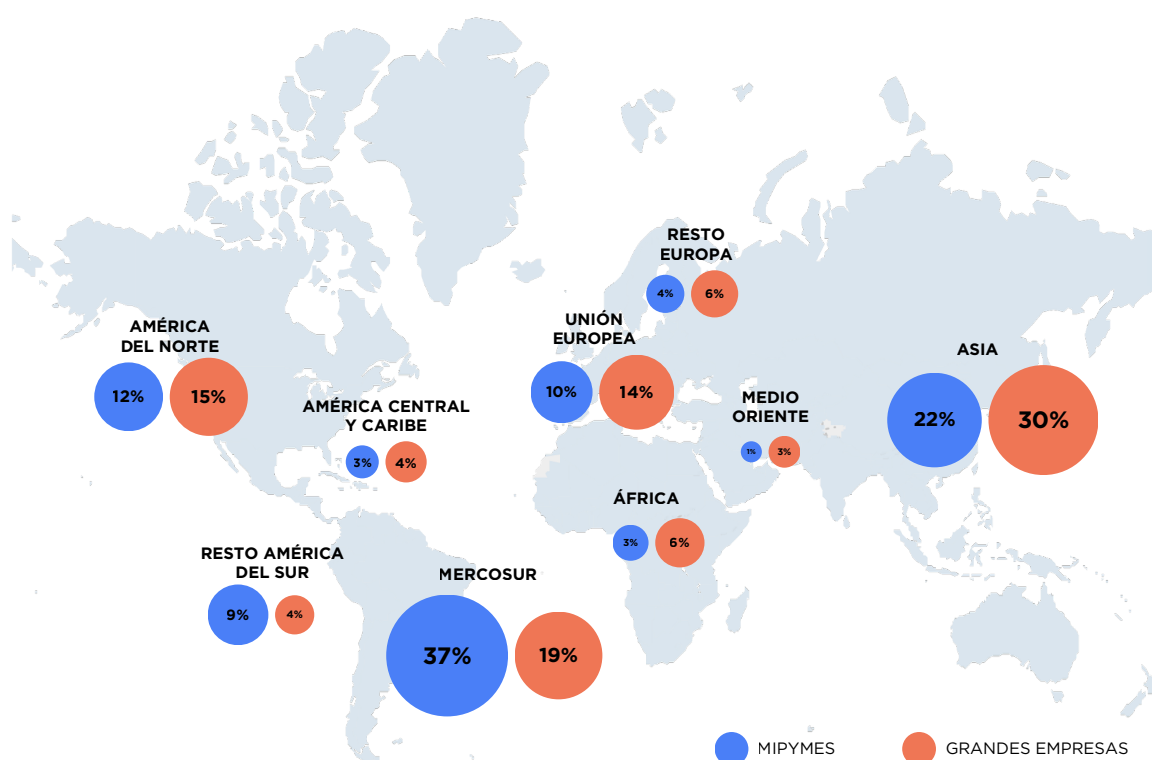
Tamaño	Productos relevantes	Part. % de los 10 princ. productos	Export. Mill. US\$
Mediana	37	44%	517
Pequeña	29	40%	93
Micro	31	38%	17

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

4. DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES

Las mipymes exportadoras uruguayas presentan una marcada orientación hacia mercados regionales, en particular América del Sur. En 2025 el Mercosur concentró el 37% del valor exportado por estas empresas, mientras que en el caso de las grandes empresas la participación de este bloque fue de 19%. Si se considera toda América del Sur, la brecha se amplía: 46% para las mipymes frente a 23% para las grandes.

Gráfico 10
Principales destinos de exportación
Participación % del valor exportado (2025)



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

Esta diferencia refleja una inserción internacional de las mipymes más próxima geográficamente, posiblemente vinculada a menores costos logísticos, relaciones comerciales históricas, mejores condiciones de acceso arancelario y adaptaciones más ágiles a las demandas regionales. Además, el 54% de las mipymes tuvo como principal destino de exportación un país sudamericano, lo que confirma esta tendencia. 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.

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: soja, celulosa,

carne bovina y subproductos cárnicos dirigidos a China (US\$ 3.388 millones), Brasil (US\$ 1.817 millones) y Estados Unidos (US\$ 1.479 millones).

Por su parte, las mipymes exhibieron una canasta más diversificada y atomizada. 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). En India, las mipymes colocaron US\$ 15 millones, explicados casi en su totalidad por madera y productos de madera.

La lectura sectorial de los destinos agrega otra capa. En el Mercosur las mipymes colocaron principalmente agro, alimentos y bebidas (US\$ 75 millones), química, farmacéutica, plásticos y caucho (US\$ 57 millones) y metalmecánica (US\$ 54 millones), una composición mucho más industrial que la del país en su conjunto. En los mercados asiáticos, en cambio, el peso recae en minería, energía y minerales no metálicos y en agro, alimentos y bebidas (US\$ 40 millones cada uno). Argentina es el mercado más metalmecánico de las mipymes y Paraguay el más químico y farmacéutico, mientras que China absorbe sobre todo minería —piedras preciosas— y Estados Unidos, alimentos.

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. Esta capacidad es especialmente visible en las empresas medianas.

No obstante, 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. El dato más elocuente es la concentración de mercados a nivel de firma: el 53% de las mipymes exportó a un único destino en 2025, frente al 7% de las grandes empresas. Entre las microempresas esa proporción se elevó al 69%.

Cuadro 11
Destinos atendidos por empresa según tamaño
(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%

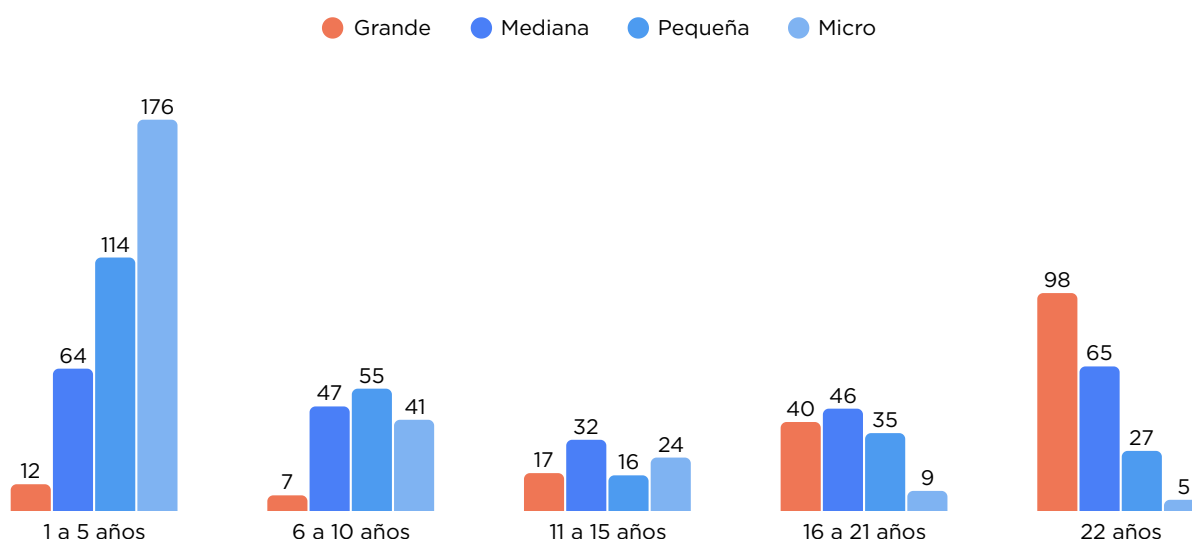
Fuente: Uruguay XXI con base en DNA, BCU, Montes del Plata, Nueva Palmira, DGI, INE y MTSS.

5. 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 2004-2025, las grandes empresas exportaron en promedio durante 18,5 de los 22 años analizados, con 94% de ellas logrando mantener exportaciones de forma consecutiva durante al menos cinco años y 86% durante diez años consecutivos. Más aún, el 56% exportó de forma ininterrumpida durante los 22 años. En cambio, las microempresas —el grupo más frágil— exportaron en promedio solo cinco años y apenas el 10% logró sostener exportaciones por diez años seguidos.

Gráfico 11
Número de años de exportación
Distribución de empresas según años exportados (2004-2025)



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 dos décadas de actividad prácticamente 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.

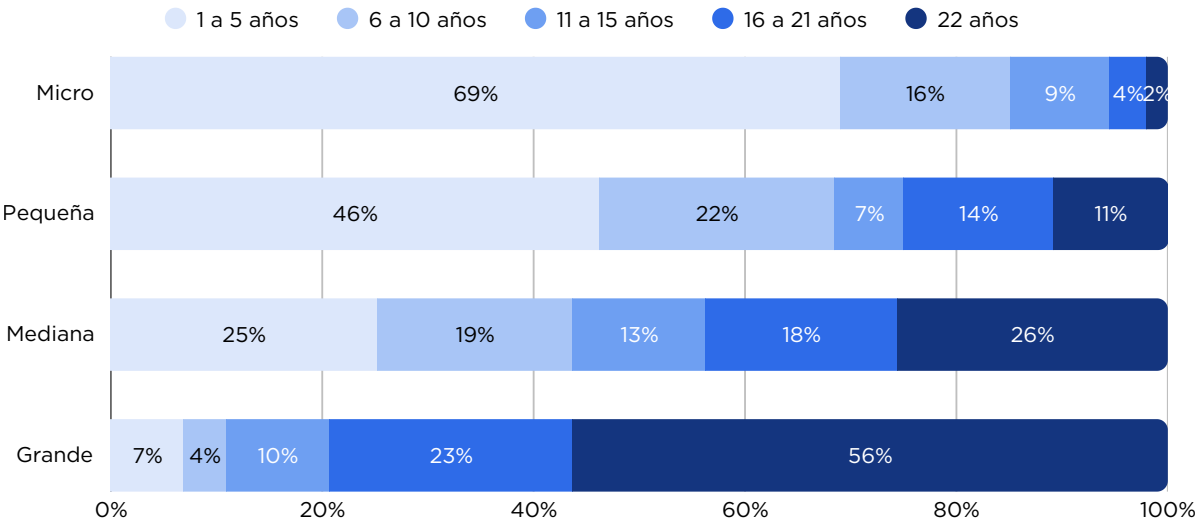
Cuadro 12
Trayectorias exportadoras según tamaño de empresa
Período 2004-2025

Tamaño	Años exportando (promedio)	% con 5+ años consecutivos	% con 10+ años consecutivos	% con 5 años o menos
Micro	5,0	27%	10%	69%
Pequeña	8,9	49%	30%	46%
Mediana	12,8	73%	52%	25%
Grande	18,5	94%	86%	7%

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

Al interior de las mipymes también se verifican diferencias. Las empresas medianas mostraron un comportamiento significativamente más estable: exportaron en promedio 12,8 años y el 52% logró sostenerse durante al menos una década. Las pequeñas exportaron durante un promedio de 8,9 años y 30% alcanzó los diez años de continuidad. En el extremo opuesto, las microempresas mostraron altos niveles de volatilidad: el 69% exportó durante cinco años o menos, con trayectorias fragmentadas y discontinuas, revelando barreras estructurales que impiden su consolidación en el mercado internacional.

Gráfico 12
Número de años de exportación según tamaño de empresa
Período 2004-2025



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

5.1 Dinámica de entrada al núcleo exportador

Complementariamente al análisis de permanencia, resulta útil observar la renovación anual del núcleo exportador, es decir, cuántas de las empresas que exportaron en 2025 lo hicieron también el año anterior.

Del total de empresas analizadas, el 27% no había exportado en 2024. La cifra esconde diferencias marcadas por tamaño: más de la mitad de las microempresas (53%) exportadoras en 2025 no había

registrado ventas externas el año previo, proporción que baja al 32% en las pequeñas, al 11% en las medianas y al 4% en las grandes.

Asimismo, 131 empresas registraron en 2025 su primera exportación desde que existe registro, de las cuales 83 fueron microempresas y 33 pequeñas. La antigüedad exportadora promedio refuerza la lectura: una microempresa exportadora acumula en promedio seis años desde su primera venta al exterior, una pequeña 11, una mediana 15 y una grande 20.

Cuadro 13
Dinámica de entrada al núcleo exportador
(2025)

Tamaño	Empresas anali- zadas	No exportó en 2024	Debutantes en 2025	Antigüedad prom. (años)
Micro	255	52,9%	83	6,1
Pequeña	247	31,6%	33	10,7
Mediana	254	11,4%	12	14,6
Grande	174	4,0%	3	20,2

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

Esta alta rotación tiene implicancias directas para el diseño de instrumentos de promoción. Una parte sustantiva del universo de mipymes exportadoras de cada año está compuesta por empresas que se asoman al comercio exterior de manera puntual. 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.

6. 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, se busca llegar a las mipymes de todos los departamentos del país para concientizarlas y apoyarlas en su camino hacia la exportación.

Durante 2025 el departamento de Promoción de Exportaciones de Uruguay XXI asistió a 662 empresas uruguayas. La asistencia se canalizó a través de reuniones de asesoramiento, solicitudes gestionadas, participación en actividades organizadas o coorganizadas por Uruguay XXI y oportunidades de exportación relevadas. Del total, el 45,8% fueron empresas de bienes y el 54,2% de servicios.

El alcance territorial es amplio. Se asistieron empresas de 18 departamentos del país y 159 firmas (24% del total) corresponden al interior, con Canelones, Maldonado y Colonia como los departamentos con mayor número de empresas asistidas. En conjunto, el universo asistido emplea a unas 16.586 personas y, en el caso de las empresas de bienes, registró exportaciones por US\$ 1.467 millones entre enero y diciembre de 2025.

La renovación del universo asistido también resulta significativa. El 47,4% de las empresas atendidas en 2025 fueron “nuevas”, en el sentido de que no habían recibido asistencia en los 24 meses móviles previos.

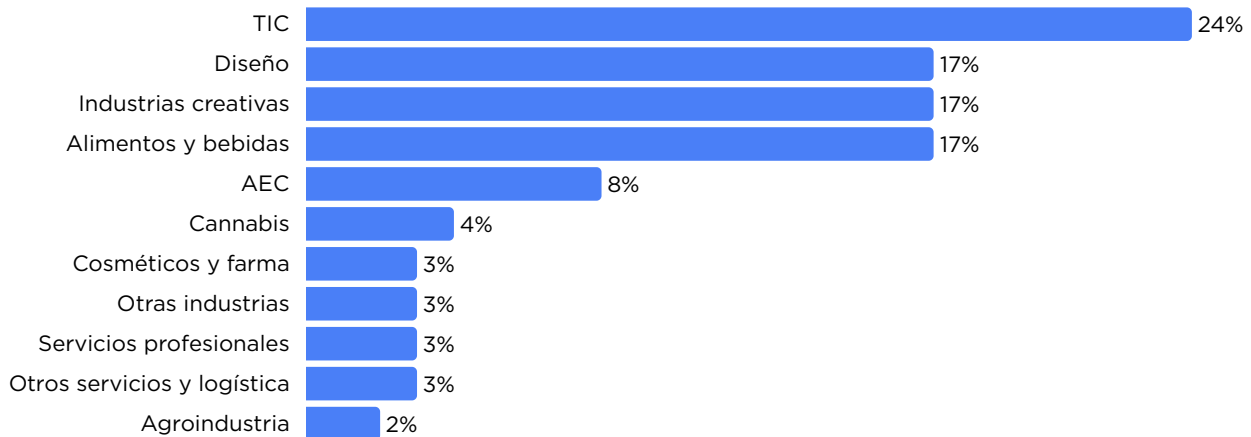
Cuadro 14
Empresas asistidas por Uruguay XXI
(2025)

Indicador	2025
Empresas asistidas	662
Empresas de bienes	45,8%
Empresas de servicios	54,2%
Empresas asistidas nuevas	314
Empleo del universo asistido	16.586
Exportaciones de las empresas de bienes (millones de US\$)	1.467

Fuente: Uruguay XXI con base en MTSS y DNA.

La composición sectorial confirma que la asistencia se concentra en sectores no tradicionales, distintos de los que explican el grueso del valor exportado del país. Las TIC, el diseño, las industrias creativas y los alimentos y bebidas reunieron en conjunto el 75% de las empresas asistidas, seguidos por arquitectura, ingeniería y construcción (AEC) con 8% y cannabis con 4%. Aparecen además sectores como cosméticos, servicios profesionales e industrias creativas, lo que refleja el perfil emergente y diversificado de la demanda de asistencia.

Gráfico 13
Empresas asistidas por Uruguay XXI según sector
Participación % en el total de empresas asistidas (2025)



Fuente: Uruguay XXI.

Por su parte, el programa Más Comercio continuó su despliegue territorial con talleres y mentorías en siete departamentos del interior y una jornada en Montevideo. El programa se desarrolla en conjunto con ANDE, LATU, Correo Uruguayo, INEFOP, DINAPYME, las Intendencias Departamentales, los Centros Pymes y los centros comerciales de cada departamento, y está orientado específicamente a que las mipymes del interior avancen y profundicen su proceso de internacionalización.

7. 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 (4,6% en 2025), estas empresas constituyeron el 83% del núcleo exportador, lo que evidencia su peso numérico.

El año 2025 dejó un resultado contrastante. Las exportaciones uruguayas de bienes alcanzaron un récord de US\$ 13.563 millones, impulsadas por la carne bovina, la soja y los lácteos, productos donde la presencia de las mipymes es marginal. El valor exportado por las mipymes se ubicó en US\$ 626 millones, lo que ilustra hasta qué punto el desempeño agregado del país y el de este segmento responden a dinámicas distintas.

El informe muestra que las mipymes exportadoras tienden a especializarse en productos no tradicionales, con una canasta más atomizada y diversa que la de las grandes empresas. Exportaron en el 87% de las partidas en las que el núcleo exportador registró ventas en 2025 y el 45% de esas 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 los países del Mercosur, favorecidas por la proximidad geográfica, los acuerdos arancelarios y la afinidad cultural.

La mirada sectorial refuerza ese diagnóstico. Las mipymes participaron en 30 de los 32 subsectores y en 60 de los 68 rubros en los que exportó el núcleo, y en cuatro subsectores fueron las únicas exportadoras. Su peso es marginal en los sectores que dominan la canasta —3% en agro, alimentos y bebidas y 1% en forestal, celulosa y papel— pero mayoritario en minería, maquinaria y equipos, industrias creativas y materiales de construcción. La política de promoción encuentra allí dos frentes distintos: consolidar los subsectores donde las mipymes ya son el actor principal y abrir espacio en aquellos donde su participación es testimonial.

En términos de empleo, las mipymes exportadoras generaron 13.413 puestos de trabajo directos en 2025, distribuidos en todo el país, y presentaron una participación femenina superior a la de las grandes empresas (31% frente a 27%).

El análisis de escala incorporado en esta edición matiza la lectura del promedio: la mitad de las mipymes exportó menos de US\$ 118.000 en el año y las cien principales explicaron el 66% del valor del segmento. El desempeño agregado depende, por tanto, de un grupo acotado de empresas medianas, mientras la mayoría opera con volúmenes muy reducidos y en un solo mercado.

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.

La nueva evidencia sobre la dinámica de entrada refuerza el diagnóstico: 27% de las empresas del núcleo exportador de 2025 no había exportado el año previo y 131 firmas debutaron en el comercio exterior. La intermitencia, más que la ausencia de vocación exportadora, aparece como el principal obstáculo a superar.

Finalmente, la información sobre empresas asistidas aporta una mirada complementaria. En 2025 Uruguay XXI asistió a 662 empresas, concentradas en sectores no tradicionales —TIC, diseño, industrias creativas y alimentos y bebidas reunieron el 75% del total— y con un fuerte componente de renovación: casi la mitad no había recibido asistencia en los dos años previos.

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

