

ENCUESTA
a **MIPYMES**
Exportadoras

MARZO 2020



Uruguay XXI
PROMOCIÓN DE INVERSIONES,
EXPORTACIONES E IMAGEN PAÍS



Objetivos

El proyecto tuvo por **objetivo general** generar insumos sobre necesidades de apoyo de las MIPYMES exportadoras uruguayas a utilizarse en el desarrollo de programas para el sector.

Los **objetivos específicos** incluyen:

- Caracterización de las empresas y su actividad exportadora
- Identificación de barreras a la exportación
- Medición del nivel de relevancia, uso y satisfacción de los servicios y programas de apoyo existentes de Uruguay XXI
- Identificación de necesidades de apoyo

Metodología

PÚBLICO OBJETIVO

MIPYMES uruguayas (incluye empresas exportadoras, empresas que estén considerando exportar y otras que aún no consideran hacerlo en el corto plazo).

MARCO MUESTRAL

Elaborado por Uruguay XXI. Se conforma por empresas MIPYMES asociadas a la exportación de producto o servicio y mipymes vinculadas a Uruguay XXI a través de las diversas acciones de asesoría o capacitación que la agencia brinda.

CUESTIONARIO

Elaborado por Uruguay XXI y adaptado por Equipos Consultores, tomando como insumo el cuestionario utilizado en la encuesta 2016. Se realizó una entrevista cognitiva para precisar y adaptar el cuestionario.

MODO DE ENCUESTA

Encuesta Web enviada por mail.

TRABAJO DE CAMPO

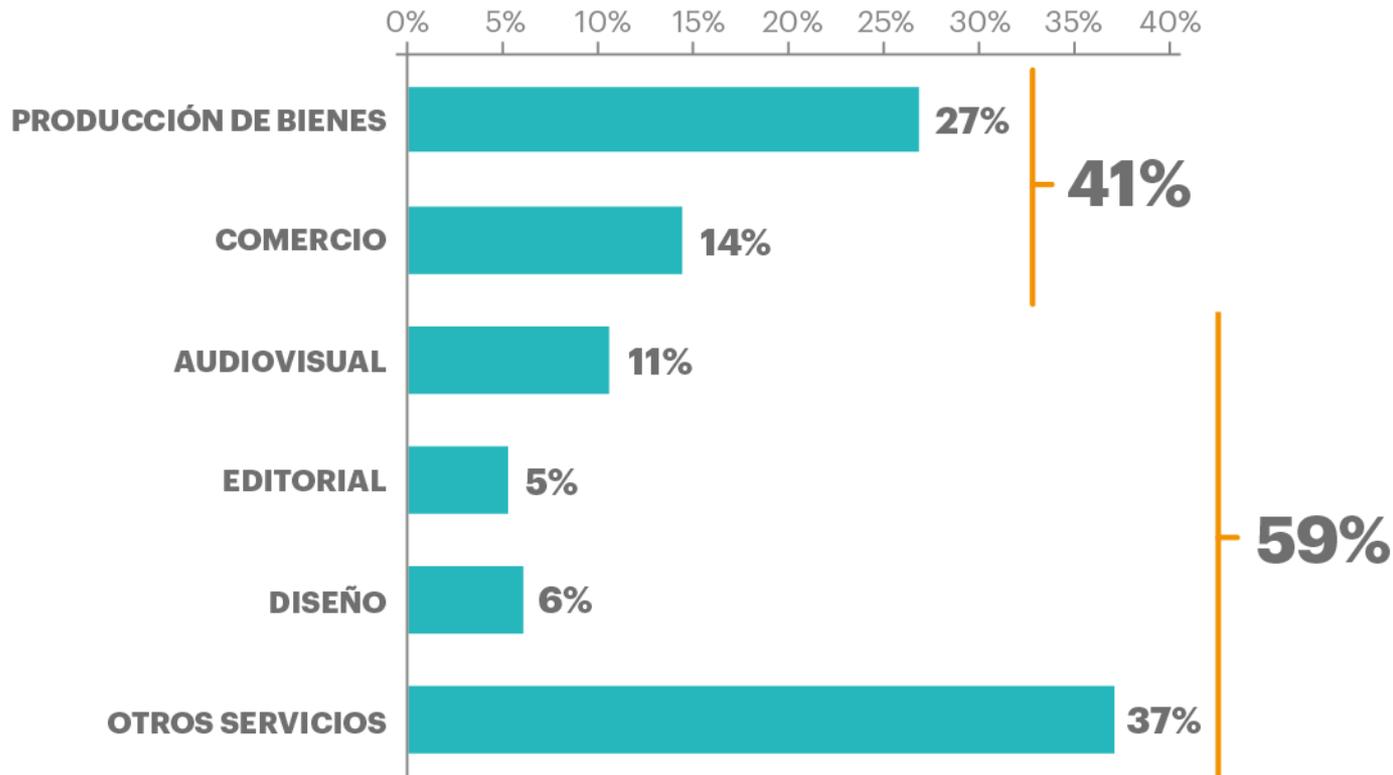
Las encuestas se realizaron entre el 3 y el 23 de diciembre de 2019.

TASA DE RESPUESTA

31%

Rubro de actividad

¿Cuál es el rubro principal de la empresa?



La distribución por rubro declarado es similar a la encuesta 2016, e idénticas 2016-2019 en cuanto al peso de los grandes sectores (bienes vs servicios)

Mano de obra ocupada

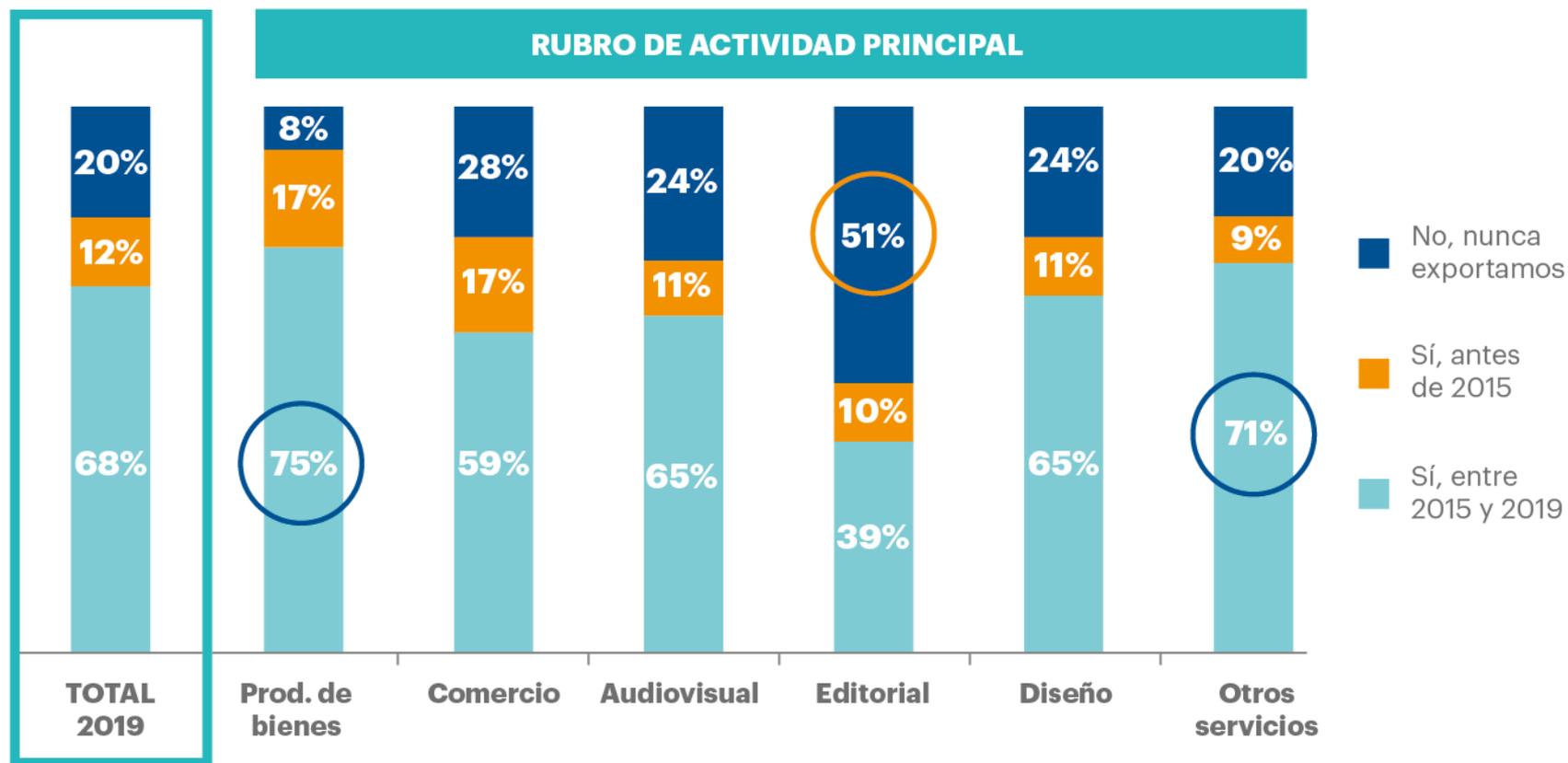
¿Cuántas personas trabajan regularmente en la empresa?

	TOTAL 2019	RUBRO DE ACTIVIDAD					
		Prod. de Bienes	Comercio	Audio-visual	Editorial	Diseño	Otros Servicios
Menos de 5 personas	31%	18%	31%	61%	66%	75%	20%
5 a 19 personas	38%	36%	29%	32%	30%	22%	48%
20 a 49 personas	19%	26%	28%	8%	0%	0%	21%
50 o más personas	12%	20%	12%	0%	4%	3%	11%
Base: total de encuestados	451	92	54	63	32	30	180

En relación al personal ocupado las **muestras de 2016 y 2019** también **son similares**, aunque en la actual medición **aumenta** la participación de **empresas con 20 o más ocupados** (27% a 31%)

Experiencia exportadora según rubro

¿La empresa exportó alguna vez? ¿Cuándo?



Base: Total de empresas encuestadas (n=451)

Considera exportar



Base: Total de empresas encuestadas (n=451)



Base: empresas que NO exportaron entre 2015-2019 (n=156)

Destinos de exportación

¿Cuáles han sido los principales destinos de exportación de la empresa? (RM-3 principales)

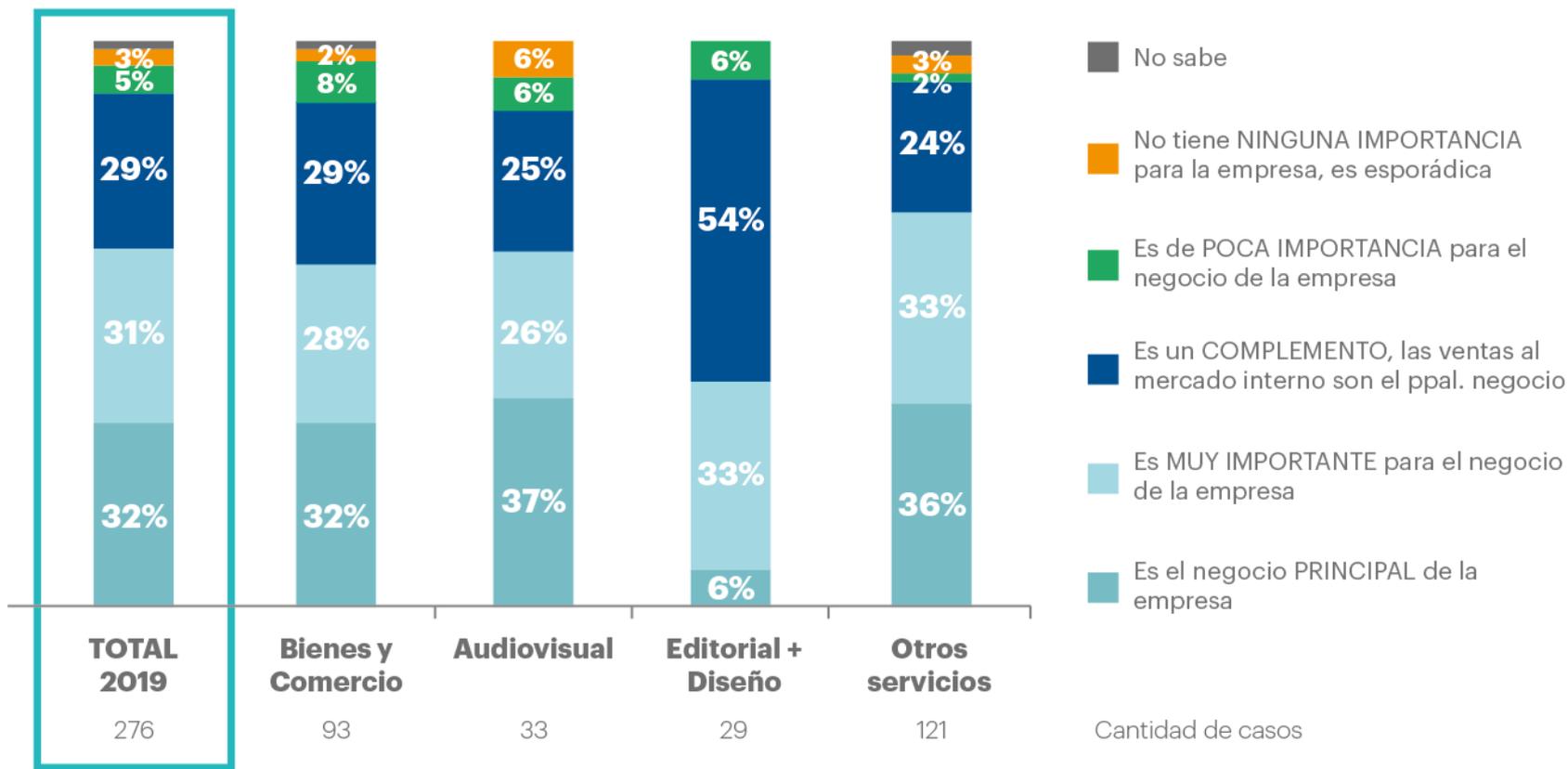
ESTADOS UNIDOS	35%
ARGENTINA	32%
BRASIL	24%
OTROS SUD - AMÉRICA	41%
Paraguay	18%
Chile	14%
A. CENTRAL Y CARIBE	21%
México	11%
Costa Rica	4%
Panamá	4%
EUROPA	25%
España	10%
Reino Unido	4%
OTROS PAÍSES	17%
China	5%
Rusia	4%
NO CONTESTA	0,2%

El **ranking** de los principales destinos de exportación **es exactamente el mismo** que en 2016

Sobre el total de destinos mencionados se observa un leve **descenso relativo** de las referencias a **EE.UU.** y un moderado **aumento de destinos en la región** (Argentina, Paraguay y Chile) en comparación a 2016

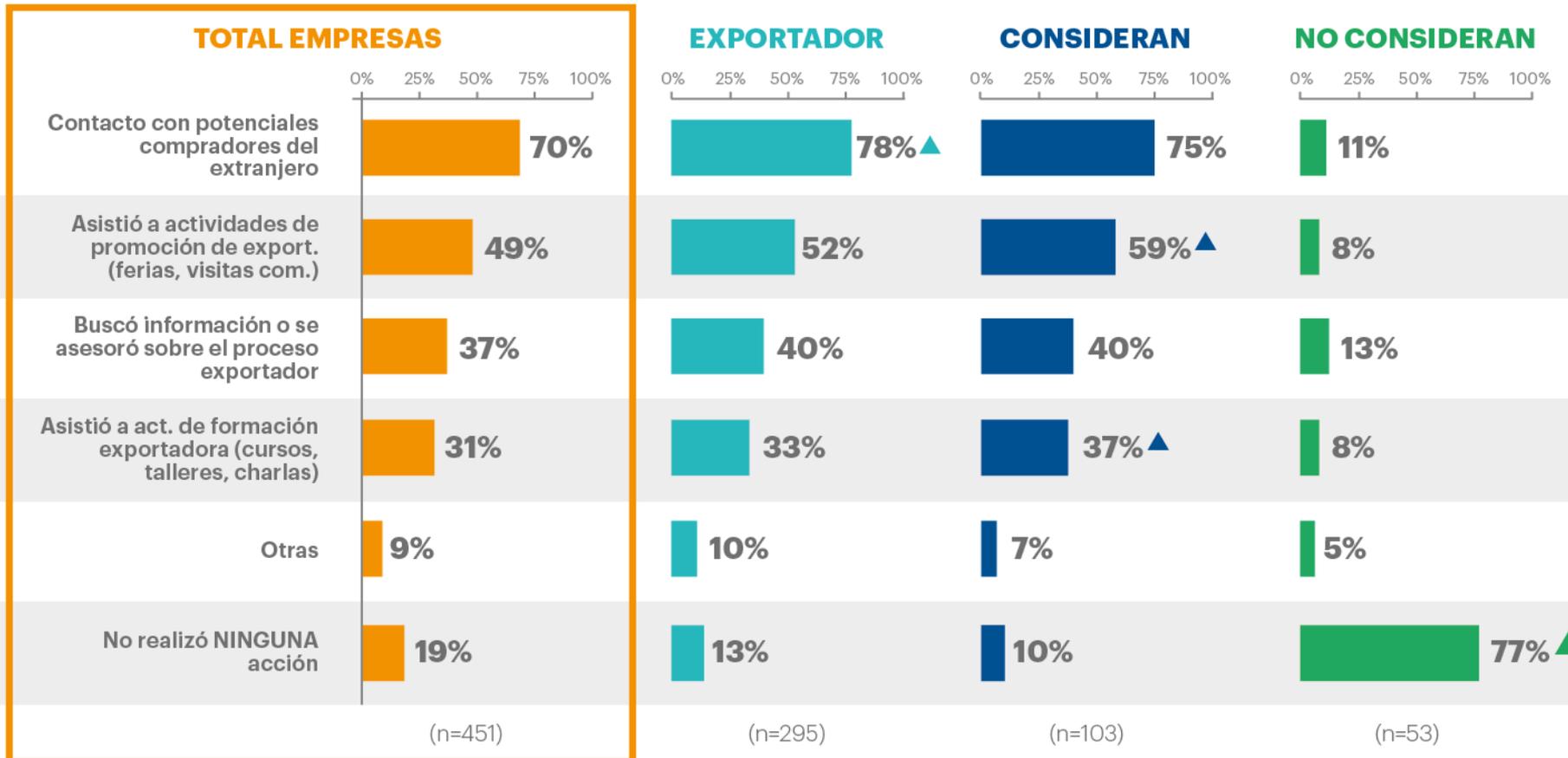
Importancia de la exportación

¿Cuán importante es la actividad exportadora en la facturación de la empresa?
Diría que...



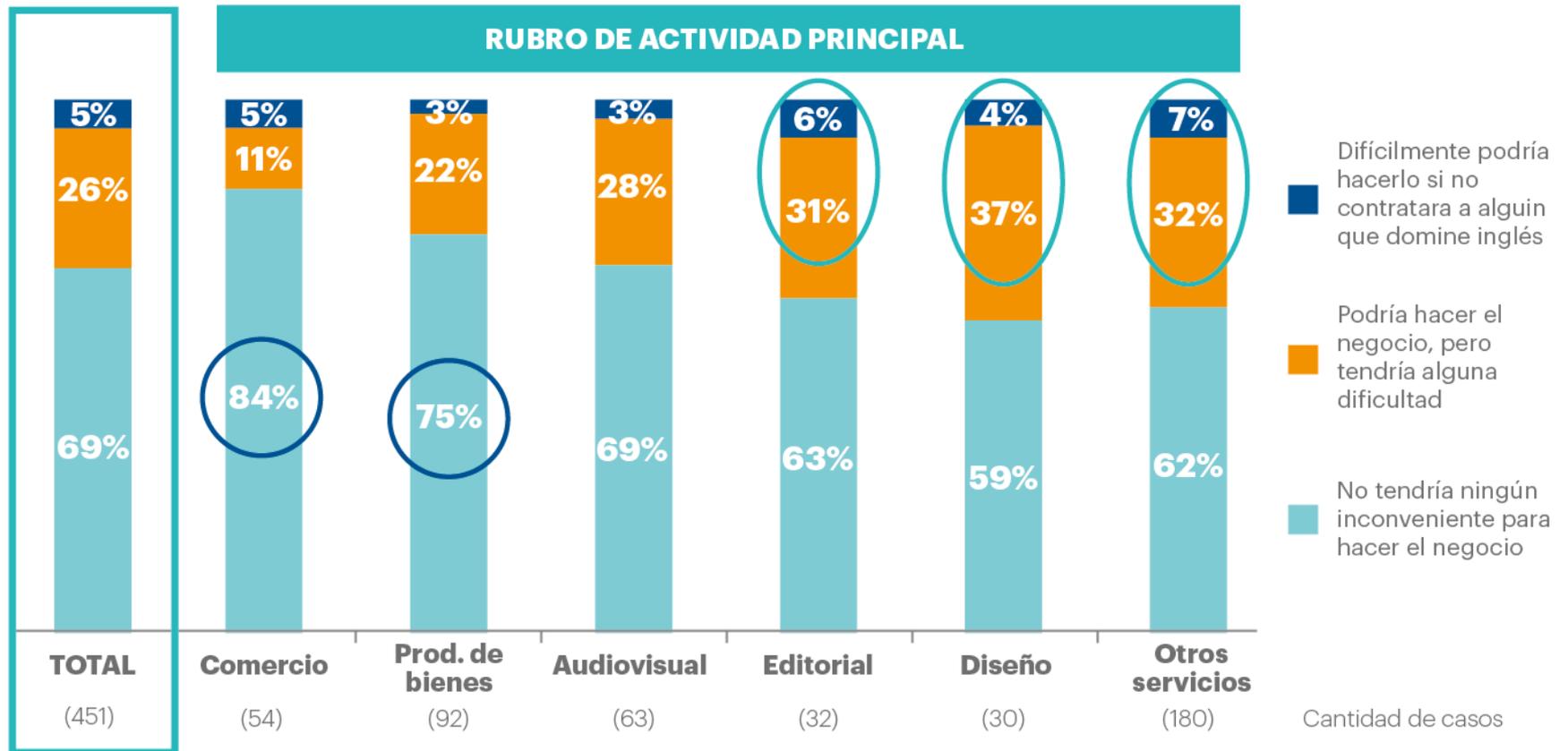
Acciones para exportar

En los últimos 12 meses, ¿la empresa realizó alguna de las siguientes acciones para exportar? Marca todas las que correspondan



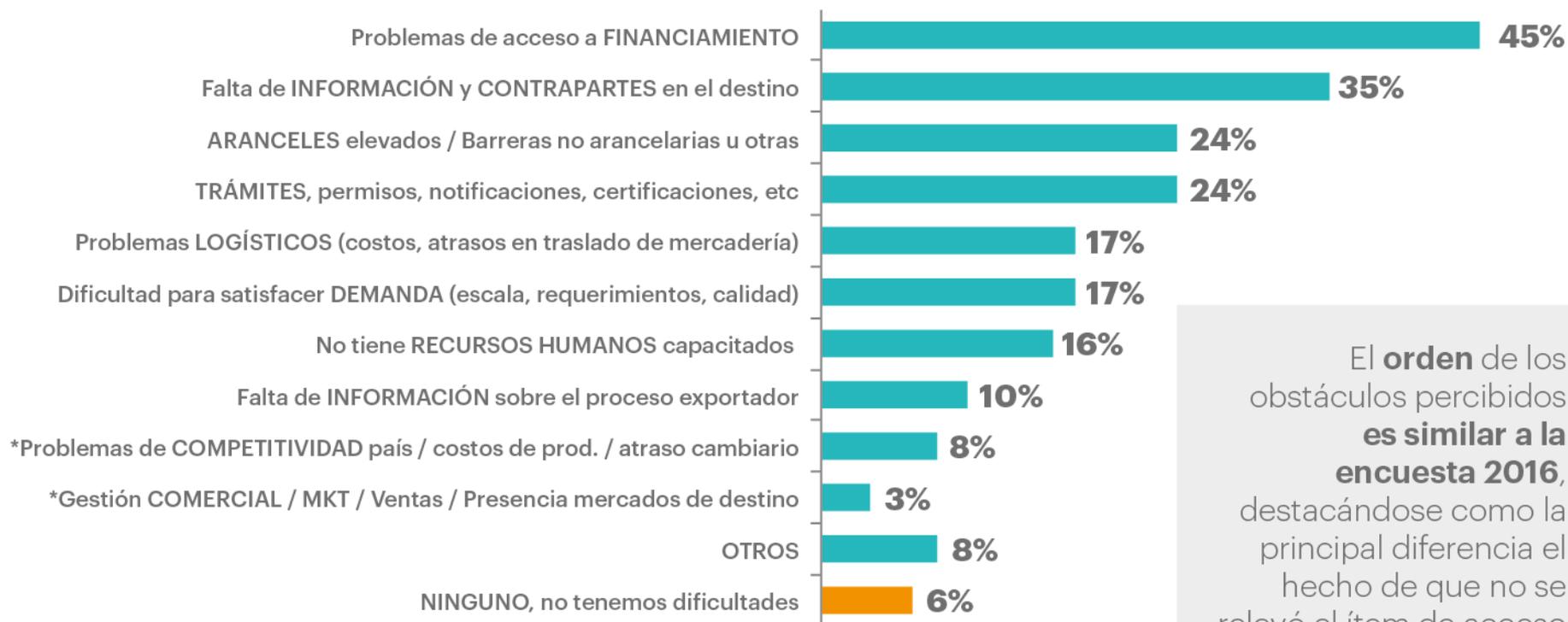
El inglés como barrera (1)

Si la empresa tuviera que hacer un negocio con un cliente en inglés, dirías que con el personal actual la empresa...



Obstáculos para exportar

¿Cuáles son las principales DIFICULTADES que enfrenta la empresa para exportar? (RM)



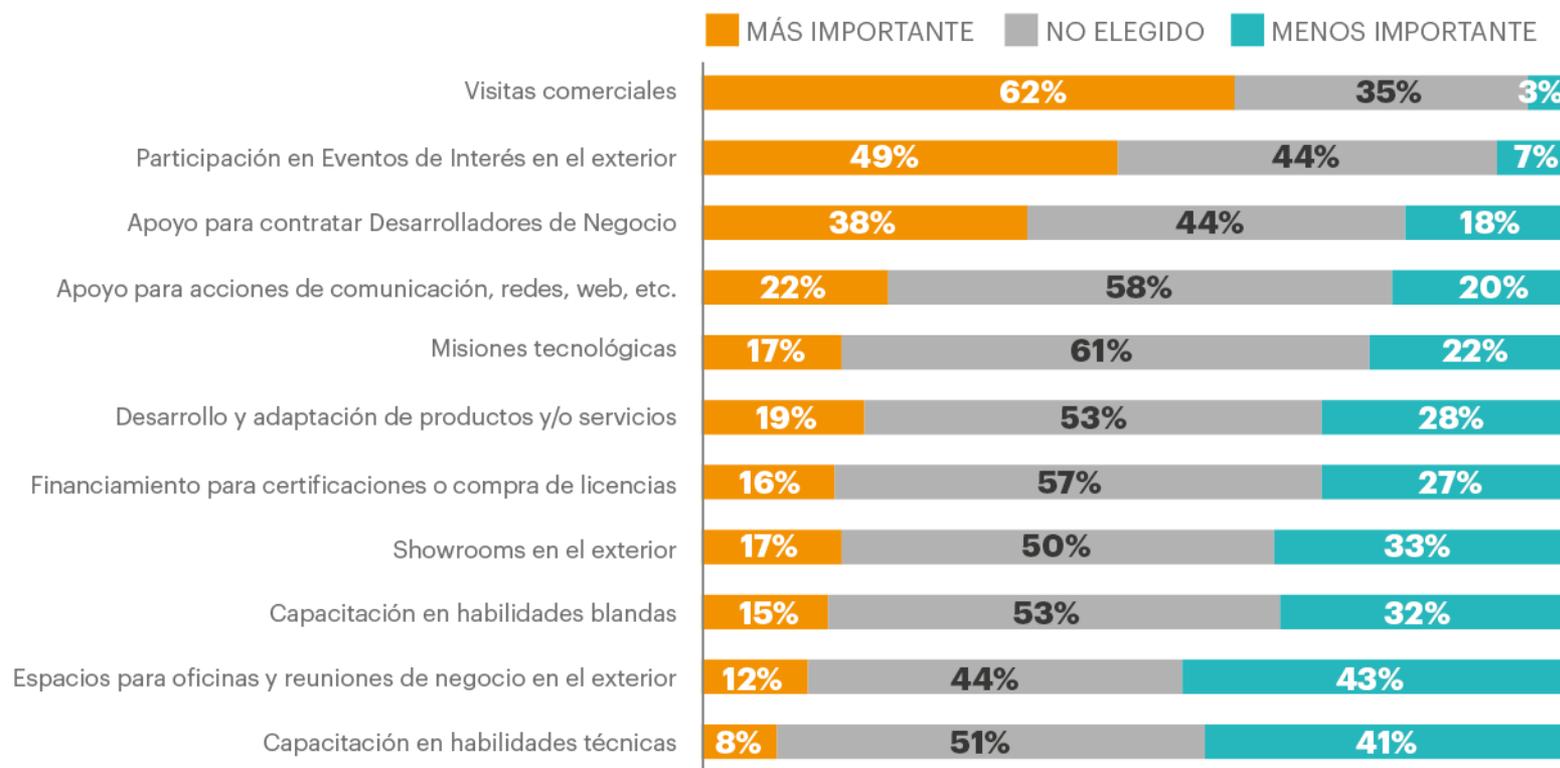
El **orden** de los obstáculos percibidos es similar a la encuesta 2016, destacándose como la principal diferencia el hecho de que no se relevó el ítem de acceso a Financiamiento

*Generadas a partir de especificación de respuestas en "Otros" (nivel de respuestas no comparable con otras opciones)

Base: empresas exportadoras entre 2015-19 o que consideran exportar en 2020 (n=397)

Importancia de servicios de apoyo

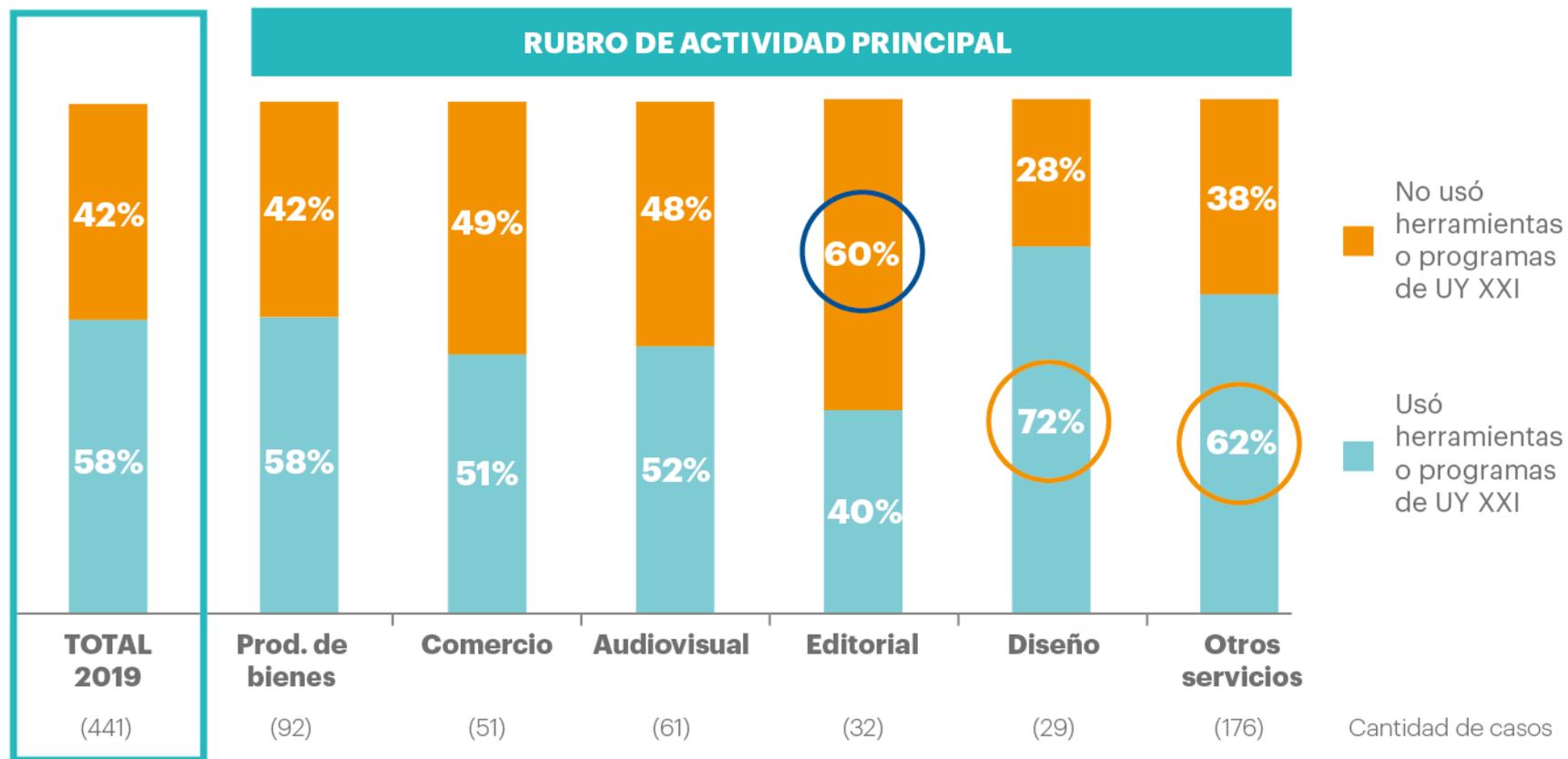
Nos gustaría saber tu opinión sobre algunos servicios que puede brindar Uruguay XXI para apoyar el proceso exportador. Elige el más y el menos importante para tu empresa



Base: empresas exportadoras entre 2015-19 o que consideran exportar en 2020 (n=397)

Uso de herramientas de Uruguay XXI

¿La empresa ha utilizado las siguientes herramientas o programas de Uruguay XXI?
Marca todos los que correspondan

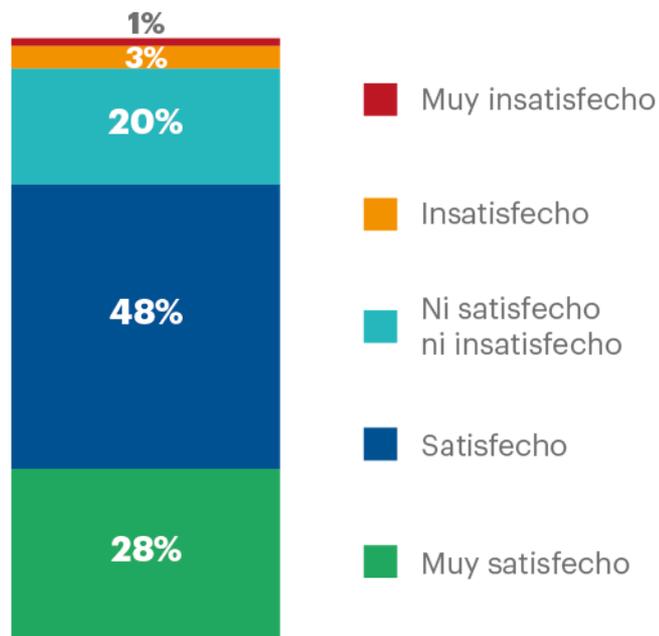


Satisfacción con Uruguay XXI

De acuerdo a lo que Ud conoce, ¿cuán satisfecho está con el trabajo de Uruguay XXI?

EMPRESAS EXPORTADORAS QUE PARTICIPARON DE ACTIVIDADES DE UXXI

Entre quienes responden, el **76%** declara estar **SATISFECHO** y **4%** están **INSATISFECHOS** con el trabajo de Uruguay XXI



Base: empresas EXPORTADORAS O QUE CONSIDERAN EXPORTAR y que evalúan UyXXI (se excluyen quienes responden "No sabe") (N=242)

Comentarios finales – Perfil exportador

2 de cada 3 empresas **encuestadas exportaron en el quinquenio**, y dentro de este grupo la amplia mayoría son exportadores regulares

se destaca que hay un **20%** de empresas que **nunca exportaron**, y aproximadamente **la mitad** de ellas **no consideran exportar en 2020**

Este segmento de **empresas no exportadoras que no consideran exportar** representa el **11%** del total, siendo más alto en sector **editorial, comercio y audiovisual**

Comentarios finales – Destinos

Los **principales destinos de exportación se encuentran en la región** (Argentina, Brasil, Chile y Paraguay), mientras que fuera de la región se destaca en primer lugar EE.UU. y en un segundo nivel de relevancia aparecen México y España.

Este ranking de destinos de exportación se mantiene incambiado respecto a la encuesta de 2016, y es similar al listado de países que evalúan exportar en 2020 los no exportadores (aumenta Paraguay y baja EE.UU.)

Entre los exportadores hay 79% que está evaluando exportar a NUEVOS destinos el próximo año, indicador que sufre un descenso respecto a la encuesta realizada en 2016 (85%)

Comentarios finales – Acciones e innovaciones

La **importancia que tiene la exportación** en la facturación de las empresas es **similar a la registrada en 2016: 63% considera que es parte principal o muy importante** de su negocio, 29% lo considera un complemento y para el 8% restante es poco importante

Entre las **acciones para exportar** evaluadas se destacan el **contacto con potenciales clientes** y la **asistencia a actividades de promoción** como las más mencionadas. Además, 1 de cada 3 empresas exportadoras o que consideran hacerlo asistió a actividades de formación exportadora en los últimos 12 meses, y apenas 1 de cada 10 empresas NO realizaron ninguna de las acciones relevadas tendientes a exportar

Los cambios realizados orientadas a ingresar a un mercado más frecuentes fueron los siguientes: innovación de producto o servicio, estrategias de MKT, de comunicación y cambios en diseño

Comentarios finales – Barreras

Los **principales obstáculos** percibidos para exportar se vinculan en primer lugar con los problemas de **acceso al capital o financiamiento** y en segundo lugar con falta de **información sobre contrapartes**.

Estos aspectos son aún más mencionados en las empresas de SERVICIOS, mientras que las empresas que producen BIENES presentan barreras diferentes (más asociadas a aranceles, aspecto burocrático-administrativos, problemas logísticos y de competitividad país)

La **falta de RRHH capacitados** es un obstáculo mencionado particularmente por empresas del sector “Otros servicios”, que se compone principalmente de empresas dedicadas a las TIC

Las **empresas que no consideran exportar** en el corto plazo tienen mayores **dificultades para el manejo de Inglés por parte de su personal**: 26% tendría dificultades para hacer negocios en ese idioma y 17% considera casi imposible hacer negocios con un cliente en Inglés con su personal actual. Además, apenas el 13% tiene sitio web en Inglés

Comentarios finales – Servicios de apoyo

La **GESTIÓN COMERCIAL** y la **PRESENCIA EN LOS MERCADOS DE INTERÉS** son las áreas más importantes en las que Uruguay XXI puede brindar apoyo a las empresas exportadoras

La mayoría de las empresas eligen las **visitas comerciales** como el apoyo principal que podría brindar Uruguay XXI. En un segundo nivel de relevancia mencionan la participación en **eventos internacionales** y el apoyo para contratar **desarrolladores de negocio**

Por otra parte, las **capacitaciones** tanto en habilidades técnicas como “blandas” **son consideradas poco importantes** en comparación a los demás servicios de apoyo en que Uruguay XXI podría colaborar



Uruguay XXI

PROMOCIÓN DE INVERSIONES,
EXPORTACIONES E IMAGEN PAÍS

uruguayxxi.gub.uy

info@uruguayxxi.gub.uy
