

La exportación como forma de internacionalización de las Mipymes uruguayas

EJE 2: Creación y Desarrollo de Empresas. Demografía empresarial.

Autores:

Lucía Ferreira. Instituto de Competitividad. Universidad Católica del Uruguay (UCU).
ferreira.lucia@ucu.edu.uy

Roberto Horta. Instituto de Competitividad. Universidad Católica del Uruguay (UCU).
rhorta@ucu.edu.uy

Resumen ejecutivo

Las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) son en general una parte fundamental del tejido empresarial de las economías, y cada vez más están involucradas en el mercado global. La exportación, por otra parte, es la forma más común que realizan este tipo de empresas para internacionalizarse. En este marco, el objetivo del presente estudio está orientado a analizar las características de las Mipymes exportadoras en Uruguay y del proceso de internacionalización vía exportaciones que han seguido en los últimos años. Para ello se construyó una base de datos de empresas exportadoras para los años 2010 a 2017 que permitió determinar la significación de las Mipymes exportadoras en Uruguay y las características de tres grupos diferenciados: las empresas con exportación consolidada, las empresas en vías de consolidación de su proceso de internacionalización y las empresas de exportación reciente.

Palabras clave: Internacionalización, Exportaciones, Mipymes

Introducción

Los profundos cambios operados en la economía internacional en las últimas décadas, producto de la globalización de los mercados y la creciente interrelación de las economías, ha llevado a las empresas y, en particular a las pequeñas y medianas, a buscar diferentes formas de acceso a los mercados exteriores, como forma de aprovechar las enormes oportunidades que brinda la globalización. Dicho proceso, denominado internacionalización de las empresas, ha venido siendo estudiado por numerosos académicos, buscando conocer con más detalle los factores que lo explican y las características de los diferentes comportamientos que muestran las empresas, al acceder a los mercados exteriores.

La economía uruguaya no ha quedado ajena a dichos procesos, verificándose un fuerte impulso a la internacionalización empresarial, producto de los cambios en el entorno económico nacional y, también, en las profundas transformaciones de la economía internacional, donde se destacan la fuerte reducción de los costos de transporte y de las comunicaciones, que ha facilitado el movimiento físico de mercancías y la realización de nuevas transacciones de servicios y financieras.

Las exportaciones uruguayas de bienes iniciaron un fuerte proceso de crecimiento a partir de la crisis macroeconómica que vivió el país entre 2001 y 2002 constituyéndose en el factor dinamizador de la economía. De exportar en el entorno de los dos mil millones de dólares en esos años, se verificó una tendencia creciente hasta llegar a un valor exportador cercano a los 9.300 millones de dólares en 2014. Los dos años siguientes fueron de disminución de los valores exportados, para recuperarse en 2017 y 2018, aunque sin llegar a los valores alcanzados en 2014.

Como lo ponen de manifiesto diversas investigaciones y estudios, las micro, pequeñas y medianas empresas en Uruguay son una parte fundamental del tejido empresarial de la economía, llegando a representar, en Uruguay, el 99,5% de las unidades económicas del país (Camacho et al., 2010; MIEM, 2017). Si se toma en cuenta el número total de micro,

pequeñas y medianas empresas para el año 2017, se encuentra que el 85,8% son micro emprendimientos, el 11,3% son pequeñas empresas y el 2,9% medianas empresas.¹

Por otra parte, si se analiza el conjunto de empresas que logran colocar parte de su producción en los mercados exteriores, se encuentra que aproximadamente un 83% de las empresas exportadoras en Uruguay son micro, pequeñas y medianas, aunque el valor exportado por ese conjunto de empresas alcanza solo a un 20% del total exportado (Uruguay XXI, 2018). A pesar de ser mayor en número, ellas tienen menor tasa de supervivencia exportadora; solo el 13% de aquellas empresas que exportaron en 2017 lo hicieron sin interrupciones desde el 2001, en el caso de las grandes empresas, esta proporción aumenta al 56% (Uruguay XXI, 2018).

Una característica a destacar es que éstas empresas difieren respecto a las grandes en los productos exportados, eligiendo los menos tradicionales como pescados, lana y tejido, plástico, vestimenta, miel, frutas cítricas, piedras semi preciosas, entre otros productos (Uruguay XXI, 2018). Esta situación tiene efectos muy positivos pues genera un impacto importante en la diversificación de la matriz exportadora, poniendo de manifiesto la significación que tienen las pequeñas y medianas empresas (Mipymes) que acceden a los mercados exteriores, en el desarrollo exportador de la economía del país.

Investigaciones anteriores sobre las características y factores determinantes de la exportación a nivel de firmas en Uruguay (Horta, 2015) concluían en la necesidad de profundizar en los diversos aspectos relacionados con la inserción internacional vía exportaciones de las Mipymes a los efectos de generar mayor conocimiento sobre los procesos que han venido implementando este tipo de empresas.

Este trabajo se enmarca en una investigación que viene desarrollando el Instituto de Competitividad de la Universidad Católica del Uruguay, buscando poner de manifiesto la importancia del estudio de las características de las Mipymes exportadoras y de los procesos asociados a su inserción en los mercados exteriores, permitiendo conocer más en profundidad la realidad de este tipo de empresas y de esa forma contribuir a generar

¹ Se consideran micro empresas las que ocupan entre 1 y 4 personas, pequeñas las que ocupan entre 5 y 19 personas y medianas las que ocupan entre 20 y 99 personas.

información útil para la definición de políticas públicas asociadas a impulsar los procesos de inserción internacional.

La metodología utilizada en la presente investigación es de tipo cuantitativo, a partir de una base de datos de más de 1.700 empresas exportadoras en Uruguay realizada por el Instituto de Competitividad de la Universidad Católica. Dicha base no solo contiene información acerca de los valores exportados por tipo de productos y la cantidad de operaciones realizadas durante el periodo de 2010 a 2017, sino también ofrece información de las características de las empresas exportadoras como, por ejemplo, sector de actividad, el tamaño de la empresa, su localización, su naturaleza jurídica, entre otras variables. La base de datos se confeccionó a partir de dos fuentes primarias: las estadísticas de exportación por empresa, de la central de información NOSIS, por una parte, y el Directorio de Empresas en Uruguay de los años 2011 y 2016 del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), por otra.²

Con dicha información se generó una caracterización del perfil de las Mipymes exportadoras uruguayas en cuanto a diversas variables e indicadores relacionados con su actividad exportadora, y con la permanencia en que la firma se encuentra internacionalizada, todo lo cual permitió definir diferentes perfiles de Mipymes en cuanto a su proceso de inserción internacional.

El estudio se estructura en tres partes: una revisión de la literatura relacionada con la significación de las pequeñas y medianas empresas y sus procesos de internacionalización vía exportaciones, una caracterización de la actividad exportadora a nivel de firma en Uruguay y, finalmente, un conjunto de conclusiones y propuestas para futuras investigaciones.

Marco teórico de referencia

Las firmas para poder crecer dentro de los países pequeños con mercados domésticos limitados tienen la necesidad de salir a buscar nuevos mercados. Si esto no sucede, el mercado puede sobre poblarse de pequeñas firmas limitando el potencial de crecimiento

² Se encuentra en ejecución por parte del Instituto de Competitividad una encuesta a las Mipymes más exportadoras de los últimos tres años, a los efectos de evaluar algunas características del proceso de internacionalización que han seguido.

tanto de ellas como del país (Casey y Hamilton, 2014). Dicha búsqueda de nuevos mercados es una de las características que están presentes en los procesos de internacionalización, en los cuales las empresas buscan acceder a mercados extranjeros, con el objetivo de contribuir al crecimiento de la firma, generar valor y contribuir al desarrollo económico de un país.

En un sentido amplio, la internacionalización se la ha definido como el conjunto de operaciones que facilitan el establecimiento de vínculos más o menos estables entre la empresa y los mercados internacionales, a lo largo de un proceso de creciente implicación y proyección externa de la misma. (Welch y Loustarinen, 1988).

Como señalan Guimarães y Azambuja (2018), en el pasado, la internacionalización se limitaba a las grandes empresas, mientras que actualmente las Mipymes están cada vez más involucradas en el mercado global, no solo a través del intercambio comercial, sino también a través de asociaciones, ofreciendo servicios postventa, creando franquicias, entre otras actividades en los mercados exteriores.

Son diversas las teorías que intentan explicar el fenómeno de la internacionalización. En ese sentido Escandón y Hurtado (2014) las resumen en cuatro enfoques deferentes. El primer enfoque agrupa a las teorías que se basan en la perspectiva económica, centrada en el análisis de las operaciones internacionales de la empresa multinacional. El segundo, está conformado por las teorías que conciben a la internacionalización como un proceso en el que se incrementa el aprendizaje gracias a la acumulación de conocimientos y al aumento de recursos que garantizan la permanencia en los mercados exteriores. El tercer enfoque explica la internacionalización a partir de una perspectiva estratégica, junto con la teoría de redes y de capacidades organizacionales. Finalmente, el cuarto enfoque, se centra en la perspectiva de las empresas de rápida internacionalización, que logran introducirse en los mercados internacionales en sus primeros años de vida.

Por otra parte, el proceso de internacionalización que realiza la empresa, puede verificarse en base a tres alternativas estratégicas: la exportación, los modos contractuales (licencias, franquicias, participación en redes, acuerdos de cooperación) y la inversión en el exterior (Rialp y Rialp, 2005).

En el caso de las Mipymes, el proceso de internacionalización puede ser visualizado, básicamente, desde el enfoque de un proceso evolutivo y gradual en el tiempo (Johanson y Vahlne, 1977 y 2009) o desde el enfoque de la internacionalización acelerada (Rialp y Rialp, 2005). A su vez, el proceso de internacionalización de este tipo de empresas se efectúa, principalmente, vía exportaciones. Ello es así, pues la internacionalización vía exportaciones implica menores riesgos comerciales, bajo compromiso de recursos y alta flexibilidad de acción (Leonidou y Katsikeas, 1996), todos ellos aspectos favorables para las Mipymes. Por otra parte, los recursos y la propiedad de ventajas específicas son factores importantes para el proceso de internacionalización de una firma (Gaur, Kumar y Singh, 2014), en especial para este tipo de empresas.

Para que una PyME sea competitiva internacionalmente, el precio no es el único factor relevante. Además, la acumulación de capital humano y tecnológico, el tamaño de la empresa, el capital extranjero, el sector de actividad, la financiación externa y la membresía en asociaciones de negocios se encuentran entre otros de los factores importantes que contribuyen y facilitan el acceso a los mercados externos (Gashi et al., 2014).

Dalbosco y Floriani (2016, p. 503), investigando los procesos de internacionalización de las PyMEs del sur de Brasil, señalan que el proceso de internacionalización hace que las empresas desarrollen competencias internacionales, mejorando en consecuencia su desempeño organizacional. Su investigación indica que las PyMEs presentan al inicio de la internacionalización un desempeño negativo debido a la inexperiencia de las empresas en los mercados internacionales, la falta de información, la falta de experiencia global, competencia administrativa y experiencia profesional. Pero con el tiempo, las PyMEs pueden cosechar los beneficios de la internacionalización y, como resultado, lograr rendimientos positivos a medida que obtienen experiencia con el mercado extranjero.

A pesar de ello, las Mipymes de los países en desarrollo al momento de exportar enfrentan un gran número de barreras, ya sean internas a las propias empresas o externas a ellas, algunas en el propio contexto local y otras en los mercados exteriores, dificultando el acceso a los países de destino y desalentando el desarrollo exportador (Tesfom y Lutz, 2006).

En el caso específico de Uruguay, se ha detectado que las principales barreras que tienen las Mipymes productoras de bienes para exportar están relacionadas con dificultades a la hora de realizar los trámites y permisos para exportar, como así también la existencia de barreras arancelarias y para-arancelarias en los mercados de destino, los problemas logísticos y la reducida competitividad. Por otra parte, para aquellas empresas que todavía no exportan, pero están en proceso de hacerlo, se han identificado algunos problemas adicionales. Entre las dificultades que estas empresas señalan a la hora de explorar la posibilidad de exportar, hay algunas restricciones que aparecen con mayor frecuencia: trámites y permisos, falta información sobre cómo exportar y problemas para satisfacer la demanda (Uruguay XXI, 2017).

La actividad exportadora a nivel de firma

Una revisión de antecedentes muestra que existen pocos estudios e investigaciones que han centrado el análisis de la exportación a nivel de unidades individuales en Uruguay. Uno de los estudios que se pueden citar es el realizado por Snoeck et al. (2008) que, analizando información para un período de veinticinco años, 1981 a 2005, presentan una serie de conclusiones sobre el comportamiento exportador a nivel de empresas.

En el estudio de Snoeck et al. (2008) se hacía referencia a que aparecen tres períodos claramente definidos en la evolución del número de empresas exportadoras en el Uruguay entre 1981 y 2005: un primer período de crecimiento constante durante los años ochenta hasta alcanzar un máximo en 1992, con algo más de 1.000 empresas exportadoras; un segundo período de disminución en el número de empresas exportadoras durante los años noventa, llegando a cerca de 860 empresas, y finalmente, un tercer período, a partir del año 2000 con una tendencia clara al crecimiento, para superar las 1.200 empresas exportadoras en 2005. Ese crecimiento en el número de empresas exportadoras está asociado a un incremento en los valores exportados por las empresas más grandes, mayor que el incremento verificado en el de las empresas más pequeñas. Coincidentemente, la concentración de ventas de exportación por empresa disminuye hasta 1989, y aumenta hasta el 2005.

La presente investigación aporta información para el período 2010 a 2017 con el objetivo de generar conocimiento actualizado sobre la situación y caracterización de las Mipymes exportadoras en la última década, período de grandes cambios a nivel nacional e

internacional. En este último caso, hay que destacar las diversas repercusiones de la crisis financiera global y los efectos que sobre el comercio han tenido las diversas políticas, tanto de apertura de nuevos mercados como de mayor proteccionismo en otros, aspectos que han incidido en el conjunto de empresas exportadoras en Uruguay.

A los efectos de los objetivos planteados y de acuerdo a la metodología utilizada para este estudio, la cual ha sido detallada en la introducción de este documento, se conformó una base de datos de empresas exportadoras para el período 2010 a 2017, con un conjunto de variables que permitirán caracterizar a las empresas exportadoras, en especial las Mipymes y plantear algunas conclusiones sobre su proceso de internacionalización.

El Cuadro 1 presenta la información sobre la cantidad de empresas, según tamaño de las mismas, que realizaron ventas al exterior en cada uno de los años del período analizado, comprobándose una tendencia a disminuir a lo largo del lapso considerado. Mientras que en el trienio 2010-2012 el promedio de empresas que realizó ventas al exterior fue de 1.884, en el trienio 2015 a 2017, dicha cantidad se redujo a 1.710 empresas. Por otra parte, en el primer trienio las Mipymes representaron el 69% del total, pasando al 72% en el último trienio, indicando la significación que tienen en el conjunto de empresas que efectúan ventas al exterior.

Se aprecia de la información presentada que la cantidad de empresas sin clasificar se ha ido reduciendo al entorno de un 2,3% en 2010 a solo 1,6% en 2017. Por otra parte, si se toman en conjunto los ocho años analizados, se tiene que han realizado exportaciones unas 5.292 empresas, muchas de las cuales han exportado en forma muy esporádica, o por valores muy reducidos.

Cuadro 1: Cantidad de empresas exportadoras por año según tamaño de empresa ³

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Tamaño de empresa								
Grande	206	211	213	210	214	200	198	202
Mediana	449	439	440	448	434	444	441	435
Pequeña	465	487	498	520	471	478	484	477
Micro	335	396	406	364	321	305	319	309
Sin clasificar	429	319	358	390	341	309	249	279
Total empresas exportadoras	1884	1852	1915	1932	1781	1736	1691	1702

Fuente: Instituto de Competitividad

³ Esta información es coincidente con la presentada en Uruguay XXI (2018).

El Cuadro 2 muestra la información según valores exportados en cada año, por tamaño de empresas, comprobándose que las Mipymes han sido responsables de un 30% promedio, en el período 2010-2017, de las exportaciones de bienes realizadas por Uruguay, con una clara tendencia a incrementarse el porcentaje de la mediana empresa en el conjunto de las Mipymes. En el año 2010 las exportaciones de las medianas empresas representaron un 63% del conjunto de las exportaciones de la Mipymes, porcentaje que llegó al 84% en 2017. Incluso se verifica un descenso en valores nominales de las exportaciones de las pequeñas y micro empresas.

Cuadro 2: Monto exportado por año según tamaño de empresas (millones de US\$)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Tamaño de empresa								
Grande	4.245	4.928	5.743	6.028	6.211	4.751	5.075	5.289
Mediana	1.502	1.737	1.805	2.077	2.047	1.725	1.579	1.876
Pequeña	466	538	620	562	497	296	260	266
Micro	211	208	172	143	187	178	92	99
Sin clasificar	435	415	584	450	334	240	216	409
Total empresas exportadoras	6.859	9.836	10.937	11.273	11.290	9.204	9.237	9.956

Fuente: Instituto de Competitividad

Desde un punto de vista administrativo, Uruguay se encuentra dividido en 19 Departamentos, cada uno de los cuales cuenta con una autoridad ejecutiva, el intendente, y un legislativo departamental, la llamada Junta Departamental, que en conjunto forman el gobierno local del departamento. Los departamentos tienen superficies muy diferentes y, a su vez, la actividad económica y productiva está muy centralizada en la capital, Montevideo, que siendo el departamento con menor superficie (0,3% del total) es el que tiene la mayor población, casi el 40% de la población total del país. Esto se refleja en la localización de las empresas ya sean grandes o mipymes, y en particular en las empresas exportadoras. Aproximadamente un 92% de las empresas exportadoras, sean grandes o Mipymes, se localiza en Montevideo.

El Cuadro 3 muestra como un 87,6% del monto promedio exportado en el período analizado corresponde a Mipymes radicadas en Montevideo (56,0%) y otros cuatro departamentos, Canelones, Soriano, Paysandú y Colonia. Las Mipymes localizadas en los

14 departamentos restantes son responsables de solo un 12,4% las exportaciones realizadas en el período. Estos datos están indicando una concentración muy fuerte de Mipymes exportadoras en la capital y en muy pocos departamentos del interior del país, que corresponden a departamentos cercanos a Montevideo y del litoral del río Uruguay, una de las zonas más productivas del territorio.

Esto muestra la importancia de Montevideo como punto de referencia para la internacionalización de las empresas, debido entre otros factores, a la disponibilidad de servicios portuarios y aéreos, servicios bancarios, realización de trámites, etc. Respecto a los otros departamentos significativos se puede observar que Canelones presenta una mayor diversidad empresarial con casi 300 mipymes exportadoras, siendo el segundo departamento con mayor concentración de empresas luego de Montevideo, seguido por Maldonado (99 empresas) y Colonia (69 empresas). Montevideo, Canelones y Colonia presentan una diversificación similar de las empresas según su tamaño, es clara la prevalencia de las micro y pequeñas respecto a las medianas, esto puede deberse a la menor inversión requerida para su funcionamiento.

Soriano y Paysandú presentan un comportamiento muy similar, tanto en el monto exportado como en la cantidad de empresas y su distribución. Es importante tener en cuenta que ambos departamentos se encuentran en el litoral oeste del país y la principal actividad de exportación en ambos casos está relacionado con el agro, en el caso de Paysandú es la forestación y actividades relacionadas y en Soriano el comercio al por mayor de granos, semillas y frutos oleaginosos.

Cuadro 3: Monto exportado por año según tamaño de empresas (millones de US\$)

Departamentos	% exportado 2010-2017	Número de empresas			
		Mediana	Pequeña	Micro	Mipymes
Montevideo	56,0%	685	952	845	2482
Paysandú	9,5%	12	12	13	37
Soriano	9,0%	12	13	10	35
Canelones	7,1%	69	100	126	295
Colonia	6,0%	18	29	22	69
Sub total	87,6%	796	1106	1016	2918
Otros departamentos (14)	12,4%	66	153	205	424
Total	100,0%	862	1259	1221	3342

Fuente: Instituto de Competitividad

Si se analizan los principales productos exportados por las Mipymes en el año 2017 se comprueba una concentración en actividades de comercialización de productos agropecuarios diversos, principalmente soja, elaboración de productos alimenticios diversos y elaboración y comercialización de productos de la madera, todo lo cual explica casi el 50% del valor exportado por la Mipymes en ese año. El otro 50% de las exportaciones están muy diversificado a nivel de productos exportados.

Aproximación a la internacionalización de las Mipymes

A los efectos de analizar la internacionalización vía exportaciones de las Mipymes exportadoras uruguayas, se decidió dividir las en cinco subgrupos teniendo en cuenta los años que han exportado en el período 2010-2017 que es el que se tiene información.

Los grupos se conformaron y los criterios que los definen son los siguientes:

- Grupo 1: Exportadora **consolidada**. Empresa que ha exportado los ocho años.
- Grupo 2: **En vías de consolidación**. Empresa que ha exportado entre 5 a 7 años, no necesariamente en forma continua.
- Grupo 3: Internacionalización **reciente**. Empresa que ha comenzado a exportar en los últimos 4 años, 3 o 4 años consecutivos.
- Grupo 4: Exportación **esporádica**. Empresa que exportó entre 1 a 4 años no consecutivos.
- Grupo 5: Exportación **detenida**. Empresa que ha dejado de exportar en los últimos 3 o 4 años.

Cuadro 4: Caracterización general de los grupos

Grupos	Número de empresas Mipymes	Promedio por empresa total exportado 2010-2017 (mill. de USD)	% del total exportado
Consolidada	373	39,7	77,3%
En vías de consolidación	413	6,5	13,9%
Reciente	129	3,7	2,5%
Esporádica	1.056	0,3	1,6%
Detenida	1.371	0,7	4,7%
Total general	3.342	50,7	100%

Fuente: Instituto de Competitividad

En primer lugar, es importante diferenciar dos grandes conjuntos. El primero de ellos estaría conformado por las empresas de los grupos 1, 2 y 3 y comprende 915 empresas, un 27% de las 3.342 Mipymes estudiadas. Sus exportaciones se encuentran principalmente consolidadas o en vías de consolidarse, ya que durante varios años consecutivos han exportado en el periodo de estudio considerado. Este conjunto de empresas acumula el 93,8% del total exportado entre el 2010-2017; este factor enfatiza la importancia de las mipymes consolidadas en las exportaciones uruguayas. El grupo con más relevancia tanto en promedio exportado como en porcentaje del total es aquel que ha exportado durante los 8 años seguidos. Este resultado es coherente ya que es de esperar que las empresas vayan aumentando su monto exportado a medida que se van estableciendo en el mercado. Esta evolución también se observa en los grupos 2 y 3.

Por otra parte, el segundo conjunto está conformado por las empresas que se encuentran en los grupos 4 y 5. Representan el 73% de las empresas que han exportado en el periodo 2010-2017, pero el monto comercializado al exterior es muy inferior a los otros grupos, tanto en valores promedio como en porcentaje del total, dado que son empresas que exportan esporádicamente o han dejado de exportar en el periodo. Las exportaciones de este conjunto de empresas apenas supera el 6% del total exportado por la Mipymes en el período analizado.

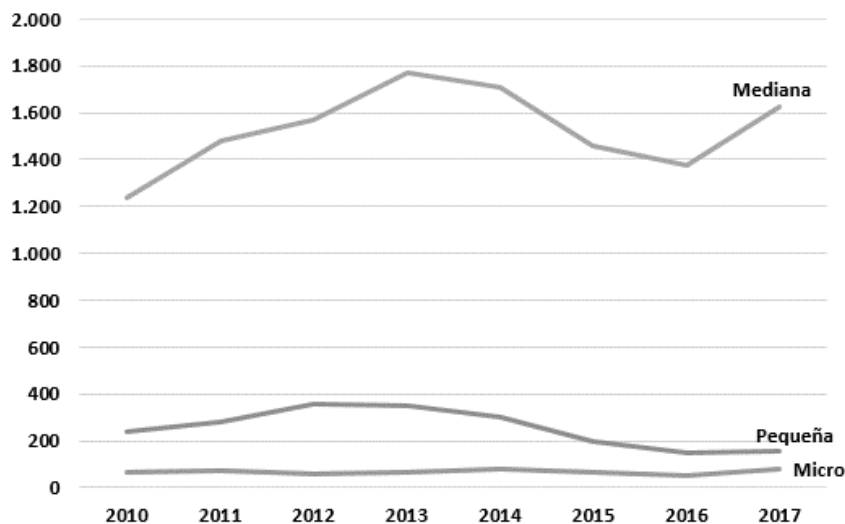
A continuación, se analizan las características de la internacionalización vía exportaciones de las Mipymes de cada uno de los tres grupos estudiados.

Grupo 1: Exportación consolidada

El grupo formado por aquellas empresas consolidadas en la exportación está conformado por 373 empresas, de las cuales 44 son micro, 127 pequeñas y 202 medianas, siendo éstas últimas, además, las de mayor importancia en cuanto a valores exportados, acumulando en promedio el 83% del total. Como se puede observar en el Gráfico 1 el monto exportado por las empresas medianas es ampliamente superior a las pequeñas y micros. A medida que va aumentando el tamaño y el monto de la empresa también se observa que aumenta su volatilidad, siendo los años 2012 y 2013 aquellos que presentan mayor monto exportado. Los años 2014-2016 están marcados por una caída en los montos exportados, afectando especialmente a las empresas con actividades agropecuarias y forestales. El

último año relevado presenta una recuperación de las exportaciones, reflejado especialmente en las empresas medianas.

Gráfico 1: Monto exportado por año según tamaño de empresas (millones de US\$)



Fuente: Instituto de Competitividad

Cuadro 5: Exportadoras consolidadas por departamento

Grupo 1	Mediana	Pequeña	Micro	Total general	Total exportado 2010-2017 (millones USD)	% del total exportado
Montevideo	145	89	32	266	8.265	55,9%
Paysandú	2	3	1	6	1.776	12,0%
Soriano	5	0	0	5	1.579	10,7%
Colonia	5	3	0	8	1.077	7,3%
Canelones	21	14	2	37	954	6,4%
Rio Negro	1	1	0	2	275	1,9%
Artigas	10	7	5	22	239	1,6%
San Jose	7	3	0	10	225	1,5%
Rivera	1	0	0	1	90	0,6%
Salto	2	0	0	2	74	0,5%
Cerro Largo	0	3	0	3	72	0,5%
Rocha	0	1	1	2	47	0,3%
Durazno	1	1	0	2	37	0,3%
Maldonado	2	0	1	3	33	0,2%
Treinta Y Tres	0	1	1	2	30	0,2%
Florida	0	1	0	1	12	0,1%
Flores	0	0	1	1	8	0,1%
Total general	202	127	44	373	14.792	100,0%

Fuente: Instituto de Competitividad

Montevideo es el departamento con mayor número de empresas dentro de este grupo (72%) y el monto exportado por este departamento representa el 56% del total exportado por los exportadores consolidados. Los cinco departamentos principales acumulan el 85%

de lo exportado por este grupo, resaltando los casos de Paysandú, Soriano y Colonia, que presentan una gran concentración empresarial, no superando, en ninguno de los casos, 10 empresas exportadoras.

Canelones, Artigas y San José, son los departamentos, exceptuando Montevideo, con mayor cantidad de empresas en el Grupo 1, concentrándose especialmente en actividades manufactureras como fabricación de plásticos y de caucho sintético en formas primarias, elaboración de productos de molinería de arroz y elaboración de aceite de arroz y curtido y adobo de cueros; adobo y teñido de pieles.

**Cuadro 6: principales actividades Grupo 1
% del total exportado en cada año**

Grupo 1	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promedio
Comercio al por mayor de granos, semillas y frutos oleaginosos	20,3%	16,5%	20,3%	21,0%	21,4%	17,2%	19,0%	21,2%	19,6%
Forestación y otras actividades relacionadas a la forestación	12,2%	9,8%	10,8%	11,1%	11,0%	12,1%	14,4%	12,3%	11,7%
Comercio al por mayor de materias primas agropecuarias y animales vivos	7,8%	7,2%	9,9%	12,2%	10,9%	11,2%	9,4%	11,4%	10,0%
Comercio al por mayor no especializado de otros productos	5,5%	4,8%	3,1%	3,5%	3,0%	4,3%	5,0%	4,2%	4,2%
Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal	3,4%	3,2%	2,0%	2,6%	3,7%	5,3%	5,0%	5,0%	3,8%
Sub total	49,2%	41,6%	46,2%	50,4%	50,1%	50,0%	52,8%	54,2%	49,3%
Otras actividades (145)	50,8%	58,4%	53,8%	49,6%	49,9%	50,0%	47,2%	45,8%	50,7%

Fuente: Instituto de Competitividad

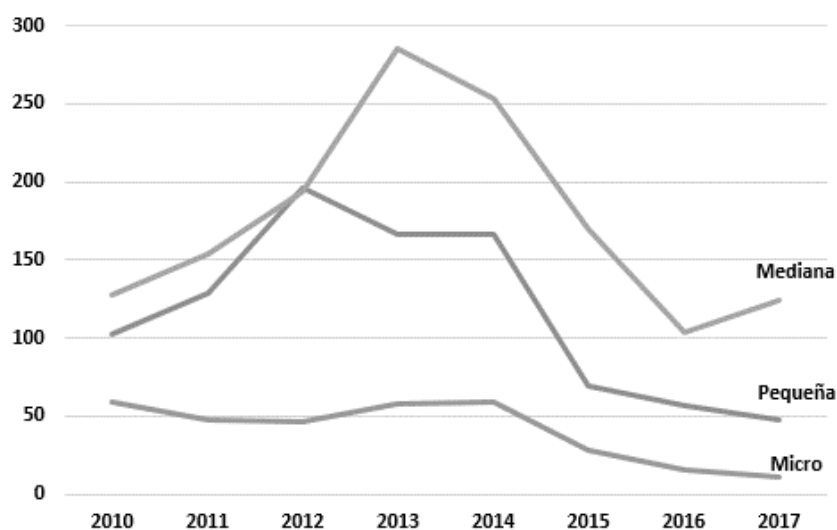
Hay tres actividades, todas relacionadas con el sector primario, que acumulan más del 40% del total exportado en este grupo. Luego, en importancia, la siguen dos actividades más relacionadas con el sector secundario, ya que requieren productos con mayor elaboración. Es importante destacar que en las primeras 5 actividades se concentra casi el 50% del total exportado, dividiéndose el restante 50% en 145 actividades exportadoras.

Respecto a la cantidad de empresas por área de actividad, de las principales actividades exportadoras, solo el comercio al por mayor no especializado y el comercio al por mayor de granos, semillas y frutos oleaginosos, con 20 y 15 empresas respectivamente, son de las actividades con mayor número de empresas. Las otras actividades están más concentradas en menos empresas. En el caso de la forestación, hay una sola empresa exportadora de tamaño mediana en este grupo de empresas.

Grupo 2: Exportación en vías de consolidación

El grupo conformado por aquellas empresas con exportación en vías de consolidación está integrado por 413 empresas, de las cuales 102 son micro, 176 pequeñas y 135 medianas. A diferencia del Grupo 1, las empresas pequeñas son aquellas con mayor peso en este grupo (43% del total). A su vez, el análisis de los valores exportados por tamaño de empresas, muestra un comportamiento diferente respecto al grupo de exportadoras consolidadas. Aunque las empresas medianas exportan en conjunto un monto mayor, la diferencia que existe con el monto exportado por las empresas pequeñas se reduce respecto a las exportadoras consolidadas y creciendo la brecha entre las empresas pequeñas y micro. Esta característica indica que existe un proceso de consolidación de la inserción internacional a nivel de las empresas pequeñas, aspecto importante para el perfil exportador del país.

Gráfico 2: Monto exportado por año según tamaño de empresas (millones de US\$)



Fuente: Instituto de Competitividad

Las exportaciones de este grupo se presentan más volátiles, creciendo los primeros años del período analizado, hasta el 2012, 2013 según el tamaño, para luego presentar una pronunciada caída en los valores exportados, evolución que se revierte para las empresas medianas en el último año. Este comportamiento puede deberse en parte, a la situación

internacional de los productos comercializados, donde es importante la exportación de granos, semillas y frutos oleaginosos.

La mayoría de las empresas de este grupo (72%) se localizan en Montevideo, seguido de los departamentos de Canelones, San José y Artigas. En este último departamento se destaca las empresas de extracción de ágatas y amatistas, actividad característica de dicha zona. En Montevideo las actividades son muy diversas, predominando las actividades comerciales y actividades de varios sectores industriales. Por su parte, en Canelones se encuentran empresas vitivinícolas, algunas curtiembres y empresas vinculadas a la actividad del sector de la madera.

Cuadro 7: Exportadoras en vías de consolidación por departamento

Grupo 2	Mediana	Pequeña	Micro	Total general	Total exportado 2010-2017 (Mill. US\$)	% del total exportado
Montevideo	108	122	68	298	1.367,5	51,3%
San Jose	3	5	3	11	433,8	16,3%
Canelones	15	14	12	41	299,6	11,2%
Tacuarembó			2	2	117,3	4,4%
Soriano		3		3	95,5	3,6%
Cerro Largo	1	2		3	94,8	3,6%
Rivera	1	4	4	9	55,9	2,1%
Florida	1	4		5	54,3	2,0%
Salto	1	1		2	35,1	1,3%
Colonia	3	3	1	7	30,2	1,1%
Artigas		8	3	11	29,0	1,1%
Durazno			1	1	19,1	0,7%
Flores		3		3	13,0	0,5%
Rio Negro		2	1	3	12,4	0,5%
Maldonado		3	4	7	3,8	0,1%
Rocha	1	1	2	4	3,4	0,1%
Paysandú	1		1	2	2,5	0,1%
Lavalleja		1		1	0,4	0,0%
Total general	135	176	102	413	2667,6	100,0%

Fuente: Instituto de Competitividad

Cuadro 8: principales actividades grupo 2
% del total exportado en cada año

Grupo 2	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promedio
Fabricación de vehículos automotores	27,3%	31,1%	20,8%	40,3%	33,0%	28,2%	13,3%	17,0%	26,4%
Comercio al por mayor de granos, semillas y frutos oleaginosos	22,1%	12,7%	21,8%	9,4%	6,2%	2,7%	2,2%	0,7%	9,7%
Comercio al por mayor de otras materias primas agropecuarias y animales vivos	0,1%	1,7%	3,3%	4,5%	7,0%	8,8%	6,3%	8,9%	5,1%
Aserrado, cepillado y trabajo a máquina de la madera	10,5%	5,5%	3,5%	5,2%	3,6%	1,1%	1,6%	1,7%	4,1%
Elaboración de productos de molinería de arroz y elaboración de aceite de arroz	0,0%	0,1%	5,1%	6,3%	3,2%	4,1%	3,1%	2,2%	3,0%
Sub total	60,0%	51,1%	54,4%	65,7%	53,0%	44,8%	26,6%	30,5%	48,3%
Otras actividades (145)	40,0%	48,9%	45,6%	34,3%	47,0%	55,2%	73,4%	69,5%	51,7%

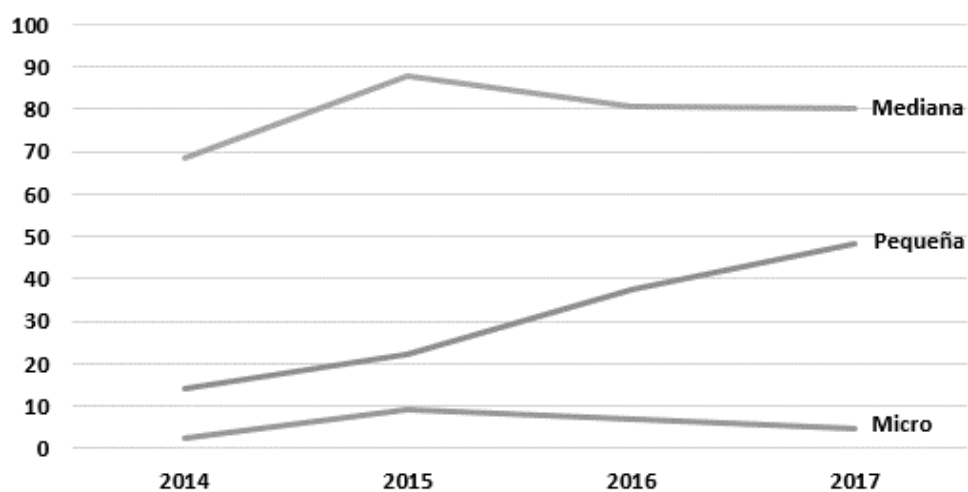
Fuente: Instituto de Competitividad

Grupo 3: Exportación reciente

Este grupo está conformado por empresas que han empezado a exportar en los últimos cuatro años. Lo integran unas 129 empresas mayoritariamente micro y pequeñas empresas. Sólo un 30% son empresas medianas. En cuanto a los valores exportados se verifica un crecimiento en los cuatro años de las ventas de las pequeñas empresas y una tendencia relativamente estable en los valores exportados por las empresas medianas y las micro empresas.

Según la localización, el 84% se trata de empresas radicadas en Montevideo y Canelones, mientras que el 16% restante se distribuye en el resto del país. Se trata de empresas de sectores diversos donde predomina la actividad comercial de semillas y frutos oleaginosos, otras materias primas agropecuarias y elaboración de productos de industrias químicas y de la madera.

Un 36% de las empresas de este grupo muestran un proceso de internacionalización vía exportaciones creciente, con una evolución al alza de sus valores exportados en los cuatro o tres años que llevan comercializando al exterior. La distribución por tamaño de empresas es muy pareja, no pareciendo ser un factor que discrimine en este aspecto.

Gráfico 3: Monto exportado por año según tamaño de empresas (millones de US\$)

Fuente: Instituto de Competitividad

Cuadro 9: Exportadoras recientes por departamento

Grupo 3	Mediana	Pequeña	Micro	Total general	Total exportado 2014-2017 (Mill. US\$)	% del total exportado
Montevideo	30	30	39	99	385,8	81,7%
Canelones	1	3	5	9	22,0	4,7%
Tacuarembó			1	1	19,8	4,2%
Paysandú	1		2	3	17,9	3,8%
Colonia	1	1	1	3	13,8	2,9%
Durazno		2		2	8,9	1,9%
Artigas	1	3	1	5	3,2	0,7%
Soriano	1			1	0,5	0,1%
San Jose	1			1	0,2	0,0%
Maldonado		3		3	0,1	0,0%
Rio Negro			1	1	0,1	0,0%
Salto			1	1	0,1	0,0%
Total general	36	42	51	129	472,4	100,0%

Fuente: Instituto de Competitividad

**Cuadro 10: principales actividades grupo 3
% del total exportado en cada año**

Grupo 3	2014	2015	2016	2017	Promedio
Comercio al por mayor de granos, semillas y frutos oleaginosos	63,2%	58,7%	45,8%	38,8%	51,6%
Comercio al por mayor de otras materias primas agropecuarias y animales vivos	9,5%	13,5%	19,1%	9,4%	12,9%
Pesca marina de altura y otras capturas marinas	3,2%	4,4%	9,2%	9,4%	6,5%
Fabricación de otros productos de plástico n.c.p.	0,0%	0,6%	7,9%	9,7%	4,6%
Aserrado, cepillado y trabajo a máquina de la madera	0,0%	0,4%	0,9%	13,7%	3,7%
Sub total	75,9%	77,7%	82,8%	81,0%	79,4%
Otras actividades (145)	24,1%	22,3%	17,2%	19,0%	20,6%

Fuente: Instituto de Competitividad

Conclusiones

El presente estudio ha tenido por objetivo analizar las características de las Mipymes exportadoras en Uruguay a los efectos de conocer más en profundidad la realidad de este tipo de empresas y de esa forma contribuir a generar información útil para la definición de políticas públicas asociadas a impulsar los procesos de su inserción internacional.

Se trata de conclusiones preliminares, las que serán ampliadas con los resultados de una encuesta en profundidad a las principales Mipymes exportadoras, que se viene ejecutando, en el marco de la investigación que lleva adelante el Instituto de Competitividad sobre la inserción internacional de este tipo de empresas.

Se partió de la construcción de una base de datos de empresas exportadoras en Uruguay para el período 2010 a 2017 que permitió mostrar que en dicho lapso se ha ido reduciendo la cantidad de empresas que exportan por año, aunque ha ido aumentando el número de Mipymes en el total de empresas exportadoras, siendo responsables de casi la cuarta parte de las exportaciones totales de bienes del país.

Por otra parte, del análisis realizado surge una concentración muy fuerte de Mipymes exportadoras en la capital del país y en algunas zonas del interior, que corresponden a

regiones cercanas a Montevideo y al litoral con río Uruguay, una de las zonas más productivas del territorio.

En lo que respecta a los principales productos exportados por las Mipymes se comprueba que alrededor del 50% se relacionan con actividades vinculadas a la comercialización de productos agropecuarios diversos, elaboración de productos alimenticios, productos de la madera, y otras actividades manufactureras, y en menor medida productos de la industria extractiva del norte del país; el otro 50% de las exportaciones están muy diversificado a nivel de productos y actividades.

El análisis del proceso de internacionalización mostró un primer grupo de empresas exportadoras consolidadas con un peso significativo de medianas empresas y que han mantenido una corriente exportadora a lo largo del período estudiado. Otro grupo de empresas, que se las denominó en vías de consolidación, más diverso que el anterior, muestra un mayor peso de la pequeña empresa y una evolución de sus exportaciones en forma más volátil, demostrando estar más expuestas a los cambios en el mercado internacional. Finalmente, se identificó un tercer grupo, integrado por empresas de exportación reciente, conformado mayoritariamente por micro y pequeñas empresas radicadas en un alto porcentaje en el sur del país, y que muestran una inserción creciente en los mercados externos.

Avances en la investigación podrán profundizar en el análisis de las características del proceso de internacionalización de las Mipymes uruguayas tratando de determinar, por ejemplo, la incidencia de factores internos y externos a las empresas en su proceso de internacionalización.

Bibliografía

- Camacho, M., Jung, A., Horta, R. y García, A. (2010). ¿Cómo innovan las empresas exitosas en Uruguay?: una aplicación del modelo “La cometa de la innovación”. Instituto de Competitividad. Universidad Católica del Uruguay.
- Casey, S. y Hamilton, T (2014). Export performance of small firms from small countries: The case of New Zealand. *Journal of International Entrepreneurship*. 12. 254-269.
- Dalbosco, I. y Floriani, D. Grau de internacionalização, competências. internacionais, e desempenho organizacional da pme: estudos de caso no sul do brasil. *REAd-Revista Eletrônica de Administração*, v. 22, n. 2, 2016.
- Escandón Barbosa, D. y Hurtado Ayala, A. (2014). Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia. *Estudios Gerenciales* 30. 172-183.
- Gashi, P., Hashi, I. y Pugh, G. (2014). Export Behaviour of SMEs in Transition Countries. *Small Business Economics* 42. 407–435.
- Gaur, Ajai S., Kumar, Vikas y Singh, Deeksha A. (2014). Institutions, Resources, and Internationalization of Emerging Economy Firms (March 14, 2013). *Journal of World Business*, 49 (2).
- Guimarães, S. y AZAMBUJA, L. Internacionalização de micro, pequenas e médias empresas inovadoras no Brasil - Desafios do novo paradigma de desenvolvimento. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 33, p.1-19, 2018.
- Hessels, J. y Van Stel, A. (2009). Entrepreneurship, export orientation, and economic growth. *Small Business Economics*. 37. 255-268.
- Horta, R. (2015). La exportación como una de las vías de internacionalización de las empresas: algunas reflexiones del caso uruguayo. *Revista Enfoques Económicos*, Cámara de Industrias del Uruguay.
- Horta, R., Camacho, M. y Silveira, L. (2017). Indicadores de Competitividad Departamental en Uruguay. *Pharos*, Academia Nacional de Economía, Universidad Católica del Uruguay.
- Johanson, J. & Vahlne, J.E. (1977), “The Internationalization Process of the Firm: A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments”, *Journal of International Business*, Vol. 8, Nº 1: pp 23-32.
- Johanson, J. & Vahlne, J.E. (2009), “The Uppsala Internationalization Process Model Revisited: From Liability of foreignness to liability of outsidership”, *Journal of International Business Studies*, No.40, pp. 1411-1431.
- Knight, G.A. y Cavusgil, S. T. (1996), “The Born Global Firm: A challenge to traditional Internationalization Theory”, *Advances in International Marketing*, Vol. 8, pp. 11-26.

- Rialp, A. y Rialp, J. (2005), “El Fenómeno de las Empresas Rápidamente Internacionalizadas: Una Revisión Comentada de la Literatura a Nivel Internacional y Nacional”, en “La Empresa Multinacional Española: Estrategias y Ventajas Competitivas”, coord. J. J. Durán Herrera, pp.47-82.
- Leonidou, L. & Katsikeas, C.S. (1996). The export development process: an integrative review of empirical models. *Journal of International Business Studies*, 27. 517-541.
- MIEM-Ministerio de Industria Energía y Minería (2017). Encuesta Nacional de MiMipymes.
- Snoeck, M., Casacuberta, C., Domingo, R., Pastori, H. I Pittaluga, L. (2008), “The Emergence of New Successful Export Activities in Uruguay”, Departamento de Economía, Facultad de Ciencias Sociales, UDELAR, Documento N°9/08.
- Tesfom, T. & Lutz, C. (2006). A classification of export marketing problems of small and medium sized manufacturing firms in developing countries. *International Journal of Emerging Markets*. 1. 262-281
- Uruguay XXI (2017). Encuesta a Mipymes exportadoras de bienes y servicios en Uruguay. Documento de Trabajo No. 8.
- Uruguay XXI (2018). Caracterización de las Mipymes exportadoras de bienes en Uruguay. Departamento de Inteligencia Competitiva, Instituto Uruguay XXI.
- Welch, L. & Luostarinen, R. Internationalization: Evolution of a concept. *Journal of General Management*, 14 (2) (1988), pp. 36-64