



# Yura: Relaciones internacionales

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio

Revista electrónica ISSN: 1390-938x

N° 11: Julio - septiembre 2017

Políticas públicas y desempeño exportador en empresas ecuatorianas de manufacturas y servicios. pp. 710 - 725

Guerra Procel, Francisco Javier; Parra Robles; María Dolores.

Universidad Central del Ecuador

Quito -Ecuador

Avenida Universitaria.

fjguerra@eco.edu.ec

### **Resumen**

En el nuevo modelo de desarrollo ecuatoriano denominado Modelo post-neoliberal, mismo que empieza en el año 2007, y que se mantiene hasta la actualidad, al referirse al comercio exterior manifiesta como objetivos, aumentar la productividad real, diversificar las exportaciones, los exportadores y los destinos mundiales y la transformación de matriz productiva que es básicamente primaria. (SENPLADES, 2009). El objetivo de este trabajo, es analizar cómo los programas de apoyo a las exportaciones realizadas, han afectado a la capacidad exportadora de las empresas participantes. Para conseguir ese objetivo, parte de base de datos proveniente del Banco Mundial para el 2010 y se ha realizado tres tipos de análisis: Primero, se estudia el impacto de los programas de fomento de la exportación en el comportamiento exportador utilizando un modelo Probit. Segundo: se analiza si el participar en este tipo de programas tiene correlación con el porcentaje dedicado de las ventas de exportación, y se ha utilizado un modelo Tobit. Tercero: si la empresa está dispuesta a seguir participando en los próximos años, en este tipo de programas, para lo cual se ha utilizado un modelo Probit nuevamente. Los resultados obtenidos ponen de manifiesto como efectivamente este tipo de programas han servido para fomentar el comportamiento exportador tanto incrementando la probabilidad a la hora de exportar como en el porcentaje exportado. También se aprecia que las empresas que quieren participar de estos programas son empresas que ya están presentes en los mercados internacionales y el hecho de haber participado en otros programas en años anteriores, relacionados con la mejora de la competitividad empresarial, hace que las empresas estén más dispuestas a participar en programas de fomento de las exportaciones en años próximos. También se destaca que las empresas más jóvenes son aquellas más abiertas a participar en estos programas.

### **Palabras clave.**

Políticas públicas, comercio internacional, empresas de exportación, promoción de exportaciones, programas de fomento.

### **Abstract**

In the new model of Ecuadorian development called the post-neoliberal model, which began in 2007, and which remains to the present day, when referring to foreign trade, manifests the objectives increase real productivity, diversify exports, exporters and the world destinies and the Transformation of productive matrix that is basically primary (SENPLADES, 2009). The objective of this paper is to analyze how export support programs have affected the exporting capacity of participating companies. In order to achieve this objective, the World Bank database for 2010 has been used and three types of analysis have been carried out: First, the impact of export promotion programs on export behavior is studied using a Probit model. Second, it is analyzed whether the participation in this type of programs correlates with the dedicated percentage of export sales, and a Tobit model has been used. Third: if the company is willing to continue participating in the next years, in this type of programs, for which Probit model has been used again. The obtained results show how effectively these types of programs have served to promote the export behavior both increasing the probability when exporting and the percentage exported. It is also noted that the companies that want to participate in these programs are already present in the international markets and the fact of having participated in other programs in previous years, related to the improvement of the business competitiveness, makes the companies are More Willing to participate in export promotion programs in the coming years. It also highlights that the younger companies are those more open to participating in these programs.

### **Keywords.**

Public policies, international trade, export companies, export promotion, development programs.keywords

En las dos últimas décadas ha aumentado el interés académico en analizar el impacto de las Políticas estatales para la promoción de las exportaciones (PEPE). Para inicios de los años 90, más de la mitad de los estudios se realizaron sobre los EE.UU y Canadá, y desde inicio del 2000, existe mayor atención a países industrializados de Europa, los países emergentes y países no industrializados (Schmidt y Ferreira, 2015), sin embargo la investigación es muy poca para América Latina y casi nula en Ecuador.

Esta investigación tiene como objetivo, dar respuesta a este vacío en las investigaciones referentes al impacto de las PEPE en Ecuador, y en base a información que proviene de la base de datos “Enterprise Surveys” del Banco Mundial para el año 2010, y usando modelos Probit y Tobit, se intenta conocer si los instrumentos de política pública llevados a cabo cumplen con los objetivos gubernamentales, porque el bienestar de los agentes microeconómicos de la exportación, es bienestar para la macroeconomía por ser de estímulo para la inversión y el crecimiento económico (Devlin., R., y Mognillansky, G., 2009).

A nivel internacional, se mira como positiva a las PEPE, porque si bien el desempeño exportador expresado en sus ventas, crecimiento y rentabilidad (Madsen, 1987), depende de factores internos de la empresa, como mejorar la productividad (Hallak y Sivadasan, 2013), el factor determinante deviene de un factor externo como el conocimiento del mercado externo, por la eficiencia que genera y la posibilidad de implementar un modelo de negocio, y es aquí donde participan apreciablemente las PEPE (Artopoulos A., Friel, D., y Hallak J, 2014).<sup>i</sup>

De manera general, todos los países han establecido medidas de PEPE, son una parte de la política comercial de los Estados y se manifiesta en normativas, instituciones y acciones, con el objetivo de apoyar al exportador real y potencial, hasta que adquiriera un “compromiso exportador”<sup>ii</sup>. Para la primera década del siglo XXI, las PEPE se habían convertido en un componente estándar de las estrategias de desarrollo en todo el mundo, según Lederman D., Olarreaga, M., y Payton, L., (2006) existe impacto y significancia estadística en la mejora de las exportaciones, donde por cada dólar dedicado a la promoción de las exportaciones, se estima un aumento promedio de 40 dólares en las exportaciones, con el detalle de la existencia de fuertes rendimientos decrecientes.

Las PEPE siempre estuvieron presentes a lo largo de la historia del comercio internacional (De Wulf, 1978. Dana L., Grimwood, S., y William G., 2009); se destacan: las subvenciones a la exportación y a los seguros de exportación, las tasas reducidas y/o rebajas-

Políticas públicas y desempeño exportador en empresas ecuatorianas de manufacturas y servicios.

reembolsos de aranceles, el uso de los tipos de cambio además se encuentran la implementación de zonas francas, apoyo financiero, atraer al capital extranjero para inversión directa, la eliminación de las barreras comerciales o el cumplimiento de estándares internacionales, salarios, entre otros; pero la que más se destaca por la constancia, continuidad y contacto directo con los exportadores, son las agencias de promoción de exportaciones (APE), y son una de las instituciones más extendidas y que ejerce una acción constante en el apoyo a las empresas.

713

Las APE, están diseñadas para que las empresas internacionalizadas reciban apoyo gubernamental a través de programas concretos, con el objetivo de impactar significativamente en la estrategia de exportación de la firma (Jindal, G., y Gakhar., G., 2015) mejorando su competitividad<sup>iii</sup> y con programas diversos, como diversas son las empresas (Shamsuddoha, A., Ali, M. y Ndubisi, N., (2009).

En las dos últimas décadas, debido a la intensidad del comercio global, el número de APE se ha triplicado y están integradas como parte de la estrategia de exportación (Lederman D., et, al., 2009), porque logran un efecto positivo en el impulso de las exportaciones y actúan como un catalizador en el aumento y diversificación de las mismas (Hayakawa K., Hyun-Hoon, L., y DongHyun P., 2011). Los programas son similares en los diversos países, lo que cambia es la estructura organizativa, los enfoques estratégicos, la variedad de programas entregados y su eficacia y en el caso de la concesión de subsidios deben ser en áreas que no contravienen las reglas de la Organización Mundial del Comercio (Devlin, R., y Mognillansky, G., 2009).

Los programas que entregan las APE, pueden agruparse en dos áreas: a) ofreciendo conocimientos de la exportación y b) apoyo logístico<sup>iv</sup>, aquí están las antenas comerciales y de inversión, ruedas de negocios, también están las misiones y las ferias comerciales (Seringhaus, R., y Rosson., S., 1998), fundamentales porque las firmas pueden presentar sus últimas novedades (Manera, 2006), es decir; el apoyo que va desde la producción a los mercados internacionales (Diamantopoulos, A., Schlegelmilch, B., y Tse, K. 1993). El conocimiento que ofrecen estas agencias es generalmente de dos tipos, en primer lugar, ofrecen información sobre los procedimientos para exportar y asesoría<sup>v</sup>, factores considerados como fuente de ventaja competitiva, porque el éxito en la internacionalización depende de la disponibilidad y del tipo de conocimientos que se tenga del mercado y en segundo lugar, explican las características del mercado objetivo<sup>vi</sup>, y si se suma a este tipo de conocimientos, la experiencia en marketing, tendrá un impacto positivo en el desempeño de las exportaciones

de la firma, pues el conocimiento y la experiencia que proviene del aprendizaje constante del exportar, son dos factores fundamentales para competir (Wang, G., y Olsen J. 2002). Por estas razones se manifiesta que las APE, desempeñan un papel esencial para impulsarlas (Wilkinson, T., y Brouthers, L. 2000).

Ecuador desde los años 80, pasó de un modelo conocido como “Modelo hacia adentro”<sup>vii</sup> a otro llamado Modelo hacia afuera (MHA)<sup>viii</sup>, en donde uno de los elementos básicos, es el impulso a las exportaciones (Bitar, S. 1988), esto lo hizo entregando créditos a través de la Corporación Financiera Nacional (CFN), con la fijación de la tasa de cambios con macro y microdevaluaciones sucesivas (Larrea, C. 1997), devolución de impuestos indirectos (drawback), suscribiendo acuerdos comerciales y complementarios con varios países de la región, y leyes como la Ley de Comercio Exterior e Inversiones (LEXI 1997) que crea la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI) uno de cuyo objeto es fomentar las exportaciones, proporcionando asistencia técnica y financiación para productores y exportadores en especial a largo plazo, que podía obtenerse de la CFN, a tasas preferenciales, y desde el año 2000, debido al nuevo régimen monetario (dolarización) hay un apoyo a la competitividad a través de la depreciación del dólar. Con estos elementos, entre el año 2000-2006, las exportaciones no petroleras crecieron a una tasa de crecimiento promedio anual de 11% (Banco Central 2015) muy por encima del objetivo propuesto por la CORPEI.

Para el año 2007, deviene un nuevo llamado “Modelo post-neoliberal” (MPN), con la intervención del Estado en la economía y la sociedad, intentando cambiar el patrón de especialización productiva de productos primarios (SENPLADES 2015); se crea el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras (PROECUADOR, quien reemplaza a la CORPEI) con el objetivo de promover la oferta exportable e inversión extranjera, así como fomentar la desconcentración y diversificación de exportadores, productos y mercados generando encadenamiento productivo e innovación tecnológica (Asamblea Nacional 2016).

### **Materiales y Métodos**

Los datos utilizados para este trabajo provienen de la base de datos Enterprise Survey del Banco Mundial para el año 2010, con la particularidad de para el análisis se usa de tres años atrás. Esta base está compuesta por encuestas realizadas a empresas de una muestra representativa del sector privado de una economía. Estas encuestas contienen una amplia variedad de preguntas que tienen que ver con variables que recogen información sobre el ambiente de negocios, producción, mano de obra, finanzas entre otros.

Políticas públicas y desempeño exportador en empresas ecuatorianas de manufacturas y servicios.

La muestra para el Ecuador fue seleccionada mediante un muestreo aleatorio estratificado obteniendo un total de 366 empresas encuestadas para el año 2010 y contiene información de empresas manufacturaras y de servicios y mediante modelos Probit y Tobit se analiza el efecto de las PEPE, para ello en primer lugar se estudia la relación entre el haber participado en los últimos tres años en un programa de fomento de la exportación y el hecho de que la empresa exporte o no actualmente, también se analiza si el haber participado en los últimos tres años en algún programa estatal de fomento o apoyo a la exportación hace que esa empresa tenga un mayor porcentaje de sus ventas dedicadas a los mercado internacionales. Adicionalmente se analiza cuáles son los determinantes que hace que una empresa quiera participar en un futuro en este tipo de programas.

## Resultados

Como se observa en la Tabla 1, las empresas que usaron las PEPE fueron empresas con un menor peso de sus ventas en los mercados internacionales, ya que la media del porcentaje de ventas exportado sobre el total fue de un 2.53%, y son empresas más pequeñas con una media de empleados inferior a las de las empresa que no usaron los programas, y son más jóvenes además de tener un peso menor el capital extranjero. Por lo que se refiere a la diferencia de ubicación geográfica, se observa una mayor diferencia en la región, que hace referencia a la región de la Sierra con una menor participación en los programas.

*Tabla 1.*  
Resumen estadístico

Empresa que usaron programas de apoyo a la exportación					
	Observaciones	Media	Desviación Estándar	Min	Max
pexp	314	2.52	12.60	1.00E-06	97
tamaño	314	126.14	376.32	2	4200
ventas	291	1.29E+07	3.30E+07	18634	2.64E+08
antigüedad	313	22.82	17.30	1	121
propiedad	314	12.57	31.60	0	100
reg1	314	0.369	0.48	0	1
reg2	314	0.32	0.46	0	1
reg3	314	0.31	0.46	0	1
Empresas que no usaron programas de apoyo a la exportación					
pexp	52	19.19	30.25	1.00E-06	100
tamaño	52	202.77	276.01	6	1051
ventas	46	3.71E+07	7.69E+07	150000	3.56E+08
antigüedad	51	27.67	16.62	3	67
propiedad	52	24.10	39.44	0	100
reg1	52	0.27	0.45	0	1
reg2	52	0.48	0.51	0	1
reg3	52	0.25	0.44	0	1

Fuente: Banco Mundial (2010)



Políticas públicas y desempeño exportador en empresas ecuatorianas de manufacturas y servicios.

Para llevar a cabo este análisis se utiliza la siguiente ecuación;

$$Pr(\exp_{i,t} = 1) = Pr(\beta_0 + \beta_1 \ln(\text{tamaño}_{i,t}) + \beta_2 \ln(\text{edad}_{i,t}) + \beta_3 \ln(\text{propiedad}_{i,t}) + \beta_4(\text{exportprogram}_{i,t-3}) + \beta_5(\text{innprog}_{i,t-3}) + \beta_6(\text{bussprog}_{i,t-3}) + \beta_7(\text{assisprog}_{i,t-3}) + \gamma k + \delta r + u_{i,t} > 0) \quad (1)$$

Donde:  $\ln$  significa logaritmo neperiano del valor de la variable, los sufijos:  $i$  hace referencia a la empresa,  $t$  a los años,  $k$  a cada una de las industria y  $r$  a las regiones geográficas de Ecuador.

717

La variable dependiente  $Pr(\exp_{i,t} = 1)$  denota la probabilidad de la empresa  $i$  a exportar, es dicotómica que toma valor 1 si la empresa exporta y 0 en caso contrario y como es una variable dicotómica, se utiliza un modelo Probit para estimar la ecuación (1).

Como variables de control se incluyen la variable  $\text{tamaño}_{i,t}$  que se mide a través del número medio de trabajadores;  $\text{edad}_{i,t}$  como el número total de años que la empresa se ha constituido;  $\text{propiedad}_{i,t}$  si la empresa cuenta con propiedad extranjera, medida como el porcentaje de la empresa que es propiedad de capital extranjero.

Además se han añadido tres variables adicionales, son variables dicotómicas que es 1 si responden haber participado en algún programa en los últimos tres años en forma positiva y 0 si la respuesta es negativa. Así pues la variable  $\text{innprog}_{i,t-3}$  = de fomento de la innovación empresarial;  $\text{bussprog}_{i,t-3}$  = de fomento de la creación de alianzas con clientes o proveedores;  $\text{assisprog}_{i,t-3}$  = de asistencia técnica;  $\text{exportprogram}_{i,t-3}$  = PEPE.

En la ecuación también se incluyen variables de industria y variables regionales realizado como: Costa, Sierra y la Amazonia.

De modo complementario se plantea analizar el impacto de estos programas midiendo su impacto no sobre la probabilidad de exportar de las empresas, si no del porcentaje exportado.

Para ello la ecuación propuesta es la siguiente;

$$pexp = \beta_0 + \beta_1 \ln(\text{tamaño}_{i,t}) + \beta_2 \ln(\text{edad}_{i,t}) + \beta_3 \ln(\text{propiedad}_{i,t}) + \beta_4(\text{exportprogram}_{i,t-3}) + \beta_5(\text{innprog}_{i,t-3}) + \beta_6(\text{bussprog}_{i,t-3}) + \beta_7(\text{assisprog}_{i,t-3}) + \gamma k + \delta r + u_{i,t} \quad (2)$$

Donde: como variable dependiente se utiliza el porcentaje de las ventas de las empresas que se destina a la exportación, y se estima con un modelo Tobit censurado de 0 a

100. A excepción de la variable dependiente el resto son iguales a las recogidas en la ecuación (1)

La Tabla 2 se observa que el tamaño de la empresa afecta positivamente a la probabilidad de exportar pero la edad no, y la empresa tiene capital extranjero si afecta de forma positiva. Vemos que dicho efecto desaparece cuando se introduce variables de los programas de exportación y de fomento de alianzas con clientes o proveedores donde existe también una alta correlación (ver anexo 1). En cuanto a las PEPE, se incrementa de forma positiva y significativa la probabilidad de exportar de las empresas que participaron en los últimos tres años en los programas de exportación así como en los de asistencia técnica, y vemos en la columna (5) que al incluir los programas todos juntos el programa que recoge todo el efecto sigue siendo los programas de exportación.

*Tabla 2.*  
Modelo Probit

Variables	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Intamaño <sub>i,t</sub>	0.248*** (0.0857)	0.254*** (0.0792)	0.262*** (0.0777)	0.265*** (0.0781)	0.255*** (0.0896)
Inedad <sub>i,t</sub>	-0.0565 (0.143)	-0.0578 (0.137)	-0.0664 (0.136)	-0.111 (0.142)	-0.0873 (0.145)
propiedad <sub>i,t</sub>	0.260 (0.281)	0.450* (0.262)	0.418 (0.263)	0.429* (0.260)	0.257 (0.278)
exportprogram <sub>i,t-3</sub>	1.378*** (0.272)				1.325*** (0.293)
innprog <sub>i,t-3</sub>		0.315 (0.242)			-0.0833 (0.266)
bussprog <sub>i,t-3</sub>			0.287 (0.217)		-0.0658 (0.239)
assisprog <sub>i,t-3</sub>				0.740** (0.312)	0.403 (0.300)
constante	-2.601*** (0.814)	-2.117*** (0.677)	-1.987*** (0.710)	-2.422*** (0.724)	-2.804*** (0.848)
reg1	0.0942 (0.283)	-0.115 (0.264)	-0.0809 (0.260)	-0.0719 (0.259)	0.103 (0.285)
reg2	-0.492* (0.290)	-0.455* (0.263)	-0.410 (0.259)	-0.417 (0.256)	-0.462 (0.292)
Industria	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
observaciones	335	334	335	335	334
Pseudo R2	0.353	0.248	0.248	0.270	0.360
Log pseudolikelihood	-79.26	-91.99	-92.15	-89.48	-78.32

Errores estándar en paréntesis

\*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1.

Variable dependiente dicotómica, toma valor 1 si la empresa exporta en el año t y toma valor 0 si la empresa no exporta en el año t.

En la Tabla 3 observamos el resultado obtenido de la estimación de la ecuación (2) usando el modelo Tobit. En este caso, la variable dependiente hace referencia al porcentaje

Políticas públicas y desempeño exportador en empresas ecuatorianas de manufacturas y servicios.

que representan las exportaciones sobre las ventas totales de la empresa. Lo que obtenemos al analizar este resultado es similar al obtenido en la Tabla 2. Las empresas que han participado en los últimos tres años en programas de fomento de las exportaciones son las que en el año  $t$  (2010) muestran un mayor grado de apertura de sus ventas al exterior que las que no lo hicieron. En este caso el participar de los programas de asistencia técnica no afecta a ese mayor peso de los mercados exteriores en las ventas de las empresas, y si lo tiene el tamaño, y el caso de que la empresa tenga parte de propiedad extranjera no afecta al peso de las exportaciones sobre las ventas nacionales. Es decir si que es un determinante para exportar pero no en el volumen sobre el total de las ventas.

Tabla 3.  
Modelo Tobit

Variables	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Intamaño <sub>i,t</sub>	0.774 (0.546)	1.166** (0.570)	0.981* (0.559)	1.048* (0.559)	0.868 (0.559)
lnedad <sub>i,t</sub>	-0.175 (0.960)	-0.297 (0.989)	-0.283 (0.981)	-0.259 (0.984)	-0.234 (0.961)
propiedad <sub>i,t</sub>	-0.512 (1.947)	0.427 (1.991)	0.206 (1.984)	0.258 (1.996)	-0.622 (1.955)
exportprogram <sub>i,t-3</sub>	9.238*** (2.133)				9.326*** (2.191)
innprog <sub>i,t-3</sub>		-0.751 (1.528)			-2.544 (1.615)
bussprog <sub>i,t-3</sub>			2.100 (1.460)		1.609 (1.512)
assisprog <sub>i,t-3</sub>				1.078 (1.657)	0.578 (1.692)
constante	-2.783 (4.855)	-0.609 (5.074)	-1.725 (4.969)	-1.853 (5.103)	-2.064 (5.025)
reg1	-0.859 (1.761)	-1.193 (1.807)	-1.268 (1.799)	-1.177 (1.804)	-0.803 (1.760)
reg2	-1.665 (1.752)	-1.073 (1.801)	-1.150 (1.788)	-1.084 (1.795)	-1.383 (1.761)
Industria	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Observaciones	364	363	364	364	363
Log Likelihood	-1445	-1451	-1453	-1454	-1440

Errores estándar robustos en paréntesis

\*\*\*  $p < 0.01$ , \*\*  $p < 0.05$ , \*  $p < 0.1$ .

Variable dependiente porcentaje de exportaciones sobre las ventas totales. Variable dependiente censurada de 0 a 100

Otro tema de interés a analizar es qué aspectos determinan que una empresa quiera participar en un futuro en este tipos de programas.

Para llevar a cabo este análisis se utiliza la siguiente ecuación;

$$Pr(\text{exportprogram}_{i,t+3} = 1) = Pr(\beta_0 + \beta_1 \ln(\text{tamaño}_{i,t}) + \beta_2 \ln(\text{edad}_{i,t}) + \beta_3 \ln(\text{propiedad}_{i,t}) + \beta_4(\text{exportprogram}_{i,t-3}) + \beta_5(\text{innprog}_{i,t-3}) +$$

$$\beta_6(bussprog_{i,t-3}) + \beta_7(assisprog_{i,t-3}) + \beta_8(xo_{i,t}) + \beta_7(mo_{i,t}) + \beta_7(xm_{i,t}) + \gamma_k + \delta_r + u_{i,t} > 0 \quad (3)$$

Donde: la variable dependiente  $Pr(\text{exportprogram}_{i,t+3} = 1)$  es una variable dicotómica que toma valor 1 si la empresa declara que quiere participar en un programa de apoyo a la exportación dentro de los próximos tres años y 0 en caso contrario. El resto de variables de control son las ya utilizada en la ecuación (1) y (2) a excepción de la variables  $xo_{i,t}$ ,  $mo_{i,t}$  y  $xm_{i,t}$  que son variables dicotómicas para medir el tipo de perfil internacional de la empresa, donde  $xo_{i,t}$  toma valor 1 si la empresa solamente exporta,  $mo_{i,t}$  si la empresa solamente importa y  $xm_{i,t}$  si la empresa realiza las dos actividades, esto no excluye que la empresa venda también en el mercado doméstico.

Estas variables resultan de especial interés ya que el hecho de que una empresa ya participe de los mercados internacionales puede que afecte a su decisión de mejorar su posición o bien empezar una actividad de exportación en el caso de que solamente importe y nos permite comparar con aquellas empresas que solamente se dedican al mercado ecuatoriano, ya que ha sido esta categoría la que se ha usado como grupo de control.

La Tabla 4, muestra los resultados de este análisis, donde se han analizado los determinantes de las empresas que expresan su deseo de participar en los próximos tres años en los programas de exportaciones facilitados por el gobierno ecuatoriano. Como puede extraerse del análisis realizado las empresas que declaran que quieren participar en el futuro de dicho programa son empresa jóvenes, ya que la variable tamaño aparece con signo negativo y resulta estadísticamente significativa. Otro aspecto importante es el haber participado ya en años anteriores en programas de fomento a la exportación, puesto que la variable  $\text{exportprogram}_{i,t-3}$  aparece positivamente correlacionada y es significativa estadísticamente. Del mismo modo el haber participado de otro tipos de programa tales como de apoyo a la innovación o programas de ayuda a la creación de alianzas empresariales con clientes o proveedores también aparece como un determinante a la hora de que las empresas ecuatorianas quieran participar en el futuro de programas de fomento o ayuda a la exportación. Igualmente resulta curioso como las variables que recogen el perfil internacional de las empresas, nos muestra que comparándolo con el grupo de control, que en este caso son las empresas que no venden en el extranjero ni tampoco importan productos de otros países, es decir, no tienen o no participan del comercio internacional son las empresas que ya están presentes en los mercados internacionales las que muestran mayor interés por este tipo de

Políticas públicas y desempeño exportador en empresas ecuatorianas de manufacturas y servicios.

programas de ayuda a la exportación, bien sean empresas que solamente exportan  $xo_{i,t}$ , empresas que solamente importan  $mo_{i,t}$  o bien aquellas que realizan ambas actividades  $xm_{i,t}$

Tabla 4.

Resultados modelo Probit.

VARIABLES	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
ltamaño <sub>i,t</sub>	0.162 (0.151)	0.158 (0.147)	0.246* (0.142)	0.213 (0.139)	0.0991 (0.162)
ledad <sub>i,t</sub>	-0.610** (0.269)	-0.607** (0.282)	-0.487* (0.277)	-0.511* (0.266)	-0.781*** (0.303)
propiedad <sub>i,t</sub>	-0.0531 (0.483)	0.306 (0.423)	0.143 (0.414)	0.207 (0.402)	-0.0386 (0.513)
exportprogram <sub>i,t-3</sub>	1.917*** (0.411)				2.130*** (0.511)
innprog <sub>i,t-3</sub>		0.629* (0.365)			0.417 (0.414)
bussprog <sub>i,t-3</sub>			0.560* (0.325)		0.462 (0.399)
assisprog <sub>i,t-3</sub>				0.348 (0.374)	-0.482 (0.418)
xo <sub>i,t</sub>	2.967*** (1.009)	2.273** (0.939)	1.839* (0.956)	1.980** (0.945)	3.556*** (1.111)
mo <sub>i,t</sub>	1.482*** (0.570)	1.224** (0.509)	1.114** (0.465)	1.091** (0.483)	1.801*** (0.633)
xm <sub>i,t</sub>	1.848*** (0.634)	2.008*** (0.519)	1.861*** (0.496)	1.795*** (0.504)	2.408*** (0.719)
reg1	0.464 (0.474)	0.00332 (0.422)	0.00368 (0.404)	0.00875 (0.414)	0.578 (0.516)
reg2	1.081** (0.548)	0.365 (0.466)	0.386 (0.446)	0.446 (0.454)	1.186* (0.605)
Industria	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
constante	-1.142 (0.792)	-0.625 (0.790)	-1.051 (0.729)	-1.079 (0.714)	-0.791 (0.853)
observaciones	90	89	90	90	89
Pseudo R2	0.418	0.306	0.282	0.267	0.473
Log pseudolikelihood	-36.30	-42.78	-44.76	-45.73	-32.49

Errores estándar robustos en paréntesis \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1.

## Discusión

La mejora de las exportaciones es una de las principales apuestas de crecimiento de los países en vías de desarrollo. Ecuador ha sido uno de los países que ha apostado en los últimos años por un nuevo modelo de crecimiento donde propone usar la apertura comercial y en especial las exportaciones como un instrumento para el cambio del patrón de especialización productiva, dejando de producir esencialmente productos primarios o manufacturas basadas en recursos naturales a otros de mayor valor añadido, tal y como quedó recogido en la estrategia del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010.

Los resultados obtenidos ponen de manifiesto como efectivamente este tipo de programas han servido para fomentar el comportamiento exportador de las empresas ecuatorianas tanto incrementando la probabilidad de estas a la hora de exportar como en el porcentaje exportado. Del mismo modo se obtiene que las empresas que quieren participar de estos programas son empresas que ya están presentes en los mercados internacionales y el hecho de haber participado en otros programas en años anteriores, tanto programas de fomento de la exportación como otro tipo de programas gubernamentales relacionados con la mejora de la competitividad empresarial, hace que las empresas estén más dispuestas a participar en programas de fomento de las exportaciones en años próximos. Igualmente las empresas más jóvenes son aquellas más abiertas a participar en estos programas.

Así pues las PEPE han conseguido en este periodo su objetivo de incrementar la competencia exportadora de las empresas ecuatorianas. Donde el principal resto está en intentar llegar a las empresas que solamente se dedican al mercado interno, ya que son estas quienes no han mostrado interés en participar de dichos programa. Así pues el gobierno ecuatoriano debe trabajar de forma intensa para hacer llegar a estas empresas la información de los programas y explicar las posibles ventajas para las empresas que decidan iniciarse en los mercados internacionales a través de la exportación de sus productos.

Se sugiere la necesidad de datos más detallados y continuados a lo largo del tiempo para poder evaluar los programas públicos y cómo estos programas han funcionado para poder establecer líneas de trabajo futuras.

Políticas públicas y desempeño exportador en empresas ecuatorianas de manufacturas y servicios.

### Lista de referencias

- Artopoulos Alejandro, Daniel Friel y Juan Carlos Hallak (2014). Levantando el velo doméstico: el desafío de exportar bienes diferenciados a países desarrollados. *Desarrollo Económico*, 53 (211). 285-311.
- Asamblea Nacional (2016). Asamblea Nacional del Ecuador. Recuperado en: [www.asambleanacional.gob.ec](http://www.asambleanacional.gob.ec)
- Banco Central (2015). Banco Central del Ecuador. Recuperado en: <http://www.bce.fin.ec>
- Banco mundial (2016). Enterprise survey data. Recuperado en: <http://www.enterprisesurveys.org/data>
- Báez René (1992). *Ecuador: ¿genocidio económico o vía democrática?* Quito, Ed. Corporación Editora Nacional.
- Bitar Sergio (1988). "El nuevo enfoque liberalizador-privatizador". En: Neoliberalismo versus neoestructuralismo en América Latina. *Revista de la CEPAL*. 34. Chile. Abril.
- Dana Leo, Sam Grimwood and Gerard William (2009). Export incentives and international entrepreneurship in New Zealand firms. *J. International Business and Entrepreneurship Development*, 4, 1-5.
- Devlin Robert y Graciela Moguillansky (2009). Alianzas Público-privadas. Para una visión estratégica del desarrollo. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Colección Documentos de proyectos. LC/W.283. Santiago de Chile. Noviembre.
- De Wulf, L. (1978) 'Fiscal incentives for industrial exports in developing countries', *National Tax Journal*, 31 (1), 45-52.
- Diamantopoulos, A., Schlegelmilch, B.B. and Tse, K.Y. (1993), "Understanding the role of export marketing assistance: empirical evidence and research needs", *European Journal of Marketing*, 27 (4), 5-18.
- Hallak, Juan Carlos & Sivadasan, Jagadeesh, 2013. "Product and process productivity: Implications for quality choice and conditional exporter premia," *Journal of International Economics*, Elsevier, 91(1), 53-67.
- Hayakawa Kazunobu, Hyun-Hoon Lee, and DongHyun Parqu (2011). Do export Promotion Agencies Increases Export? Institute of Developing Economies (IDE). Discussion Paper No. 313. October.
- Jindal Gitanjali and Kamlesh Gakhar (2015). Export Promotion Programs and Exporters Performance, Strategies and Competencies: A Review. *International Journal of Research in Management, Science & Technology*. 3, 4, December.

- Larrea Carlos (1997). Ajuste Estructural, Distribución del ingreso y empleo en el Ecuador. *Rev. Economía y Humanismo* 2, Primer Trimestre.
- Lederman Daniel, Marcelo Olarreaga and Lucy Payton (2009). Resums. World Bank. Policy Research Working Paper 5125.
- Madsen T. K. (1987). "Empirical export performance studies: a review of conceptualizations and findings". *Advances in International Marketing*, 2, 177-198.
- Miner William (2007). *Modern history of trade policy*. In: William A. Kerr Kerr William and James Gaisford editors. Handbook on international trade policy. Edition first. Northampton-Reino Unido. Editorial Cheltenham.
- Ochoa, Pablo (1998) "Políticas e instrumentos de promoción de exportaciones en Colombia". En: Integración y Comercio / INTAL; BID.– Buenos Aires.– 2 (4/5). 147-160.
- Peña-Vinces Jesús y Rafael Triguero (2011). *Modelo de Competitividad Internacional de la Empresa: En economías en Desarrollo y/o Emergentes de Latinoamérica*. Primera edición. Madrid. EOI. Business School.
- SENPLADES (2009). Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Plan Nacional del Buen Vivir 2007-2103. Recuperado en: <http://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-para-el-buen-vivir-2009-2013/>
- Seringhaus Rolf and Rosson P. (1998). Management and performance of international trade fair exhibitors: government stands vs independent stands. *International Marketing Review*. 15 (5), 398-412.
- Shamsuddoha, A., Ali, M. Y., & Ndubisi, N. (2009). A Conceptualisation of Direct And Indirect Impact of Export Promotion Programs on Export Performance of Smes And Entrepreneurial Ventures. *International Journal of Entrepreneurship*, 13, 87–106.
- Volpe Christian (2009). ¿Es Efectiva la Promoción de Exportaciones en América Latina y el Caribe? Curso sobre Políticas Comercial OMC-BID-Gobierno de España. Sector de Integración y Comercio. BID. Montevideo, 30 de Septiembre.
- Wang, G. and Olsen, J. (2002), "Knowledge, performance, and exporter satisfaction: an exploratory study", *Journal of Global Marketing*, 15(3/4), 39-64.
- Wilkinson, T. J. and Brouters, L. E. (2000), "An evaluation of state sponsored export promotion programs", *Journal of Business Research*, 47 (3). 229-236.



### Notas de pie de página

---

<sup>i</sup> También se destaca otras dos factores externos para el buen desempeño exportador y son: las políticas macroeconómicas, y la matriz productiva que posea el país (Ochoa, p. 1998).

<sup>ii</sup> Se refiere a la actitud y comportamiento de la gerencia para dedicar los recursos necesarios para la exportación. (Shamsuddoha, A., Ali, M., & Ndubisi, N, 2009).

<sup>iii</sup> Entendida como la capacidad de las empresas para lograr un mejor rendimiento con relación a la competencia internacional, preservando las condiciones de sus rendimientos actuales (Peña-Vinces, J., y Triguero T., 2011).

<sup>iv</sup> Aquí están las antenas comerciales y de inversión, ruedas de negocios, también están las misiones y las ferias comerciales (Seringhaus, R., y Rosson, P., 1998), fundamentales porque las firmas pueden presentar sus últimas novedades y con demostraciones (Manera, W. 2006).

<sup>v</sup> Implica tramitación del envío, condiciones de acceso, formas de pago, potenciales mercados, perfiles de demanda, costos y métodos de transporte, canales de distribución, cursos técnicos de normalización u homologación, posibles socios comerciales, estudios de pre y factibilidad, planes de negocios, entre otras; y asesoría (Volpe, C., 2009. Yannopoulos, P., 2010 ).

<sup>vi</sup> Macro y microeconómica del entorno del mercado objetivo (Shamsuddoha, A., et al, 2009).

<sup>vii</sup> Sobre la base de una industrialización sostenida por la sustitución de las importaciones por producción nacional, con intervención del Estado planificando, regulando, y protegiendo a sus industrias nacionales.

<sup>viii</sup> Por un lado, con políticas de estabilización con el control de la inflación y los déficit fiscal y comercial, y por otro con el ajuste estructural con la reducción de la participación del Estado, y la liberalización de los mercados de mercancías y de capitales (Báez, R., 1992).