

DETERMINANTES DEL ÉXITO EXPORTADOR DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN SANTANDER, COLOMBIA

Alejandra Estefanía Sepúlveda López¹
asepulveda34@unab.edu.co

Resumen

Las pequeñas y medianas empresas son el motor de crecimiento de los países en vía de desarrollo como lo es Colombia; desafortunadamente estas aún evidencian numerosas dificultades para lograr un progreso verdadero, ya sea por características propias o por las de su entorno; por lo tanto es de suma importancia reconocer, potenciar y trabajar los puntos clave que permiten su éxito en el campo internacional, al cual es cada vez más fácil acceder pero al mismo tiempo exige un alto nivel de competitividad para triunfar. Este estudio pretende indicar los factores determinantes del desempeño exportador de las PYMES en Santander, Colombia.

Palabras claves: PYMES, Desempeño exportador, Santander.

Clasificación JEL: D21, F14.

Abstract

Small and medium enterprises are the engine of growth in developing countries such as Colombia, unfortunately they still have many difficulties to achieve real progress, because of their own characteristics or of the environment, so it is important to recognize, promote and work on the key points that enable its success in the international field, to the one it is becoming easier to access, but also requires a high level of competitiveness to succeed. This study tries to indicate the determinants of export performance of SMEs in Santander, Colombia.

Key words: SMEs, Export performance, Santander.

JEL Classifications: D21, F14.

¹ Estudiante de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, Programa de Economía, Facultad de Ciencias Económicas y Contables. Miembro del Semillero de investigación SEA *Homo Economicus* (Semillero de Economía Aplicada). Documento de trabajo.

INTRODUCCIÓN

Cuando se está en busca del desarrollo, es necesario saber qué se está haciendo bien, qué se está haciendo mal y cuáles son las fortalezas o debilidades con las que se debe trabajar. La economía de un país como Colombia se encuentra soportada en empresas de pequeña escala; las PYMES representan junto a las microempresas al menos el 90 por ciento del conjunto empresarial nacional y generan el 73 por ciento del empleo y el 53 por ciento de la producción bruta de los sectores industrial, comercial y de servicios, de acuerdo a información proporcionada por FUNDES. Lo anterior puede ser considerado una debilidad, puesto que generalmente estas compañías poseen pocos recursos y un personal reducido, lo cual dificulta su expansión y el desarrollo de competencias para enfrentar el mercado internacional; o puede ser considerado una fortaleza, ya que es el inicio para muchas de estas empresas, y aunque en el momento necesiten un gran apoyo, en las condiciones adecuadas pueden evidenciar el crecimiento esperado; las PYMES representan una oportunidad, una herramienta para el progreso de la nación.

Cabe resaltar que el universo de la Pequeña y Mediana Empresa no es conocido por muchos; la carencia de información ha llegado al punto en que no se puede saber con certeza cuál es el número correcto de compañías activas en el territorio colombiano. Lo cual se dificulta aún más por el hecho de que cada institución maneja su propia clasificación PYME, en base a sus criterios o a sus necesidades, a pesar de que existe ya una clasificación designada por ley, y por tal motivo, no se puede estandarizar los escasos datos que se encuentran en la literatura del país.

Es necesario realizar un estudio que permita esclarecer un poco más la situación de las PYMES en la nación. Se debe prestar especial atención a su desarrollo en el ámbito internacional, puesto que el mundo está cada vez más interconectado; no es secreto que con cada acuerdo comercial firmado por Colombia, o con cada preferencia aduanera que otorga; el país está estableciendo un nivel más alto de calidad o de estándares de producción para los empresarios nacionales, al abrirle sus puertas a las compañías del extranjero, que probablemente cuentan con más recursos tanto tecnológicos como económicos; pero además le está brindando la oportunidad a esos mismos empresarios nacionales de salir al mundo, de expandirse, por lo que de igual manera debe brindarle las herramientas y las capacidades necesarias para enfrentarlo, que desafortunadamente no poseen en la actualidad. De allí que sea imprescindible realizar un análisis para establecer cuáles son los factores determinantes del éxito exportador de la Pequeña y Mediana Empresa.

PLANTEAMIENTO PROBLEMA

Las pequeñas y medianas empresas representaban el 66,21% del universo empresarial para el 2011 en el departamento de Santander, Colombia, con una tasa de crecimiento de 6,22% (cálculos realizados en base a la información suministrada por la página web de la DIAN). Conformando de esta manera la mayoría de la industria, se convierten en su centro de atención, generando un mayor interés por parte de terceros cuando se habla del desarrollo de la nación.

La escasez de incursión en este tema es preocupante, principalmente por los beneficios que puede brindar y más en un país en vía de desarrollo, que no suele ser objeto de esta clase de análisis, empleado usualmente en naciones de altos recursos. Las PYMES producen el 73% del empleo en Colombia, de acuerdo al estudio realizado por FUNDES, por tal motivo, en el largo plazo, al incrementar el apoyo a este sector de la industria; aumentando sus probabilidades de tener éxito en el país y en el exterior, se aumenta la posibilidad de obtener un nivel de empleo superior, mejorando de igual forma las condiciones de vida del pueblo colombiano.

Como consecuencia, se considera adecuado realizar un estudio sobre los factores que determinan el éxito de las PYMES en los mercados extranjeros; una herramienta que puede llegar a ser de suma importancia para su propio crecimiento y el de la economía nacional, al favorecer su expansión a nuevos territorios; teniendo la certeza de qué se debe hacer y de qué se debe corregir.

MARCO TEÓRICO

Colombia es considerada un país en vía de desarrollo puesto que a pesar de sus innumerables carencias y problemas internos, que obstruyen su camino hacia el progreso, evidencia señales esperanzadoras, mediante la paulatina mejora de las condiciones de su ambiente. Este tipo de país está caracterizado por tener bajos niveles de educación y de industrialización relativa a su población; por lo tanto, es común que la mayoría de las empresas nacionales sean pequeñas, con pocos recursos, con un escaso personal, y sin las herramientas apropiadas para expandirse en su territorio y mucho menos en el extranjero; las PYMES cumplen un papel decisivo en el panorama colombiano, al representar sus cimientos, estableciendo un punto inicial para la formación gradual de posibles grandes compañías con un reconocimiento internacional; por tal motivo es necesario realizar un análisis sobre los factores determinantes de su desempeño exportador como empresa, con lo cual se busca acordar los aspectos en

los que se debe trabajar más a fondo, qué tipo de apoyo es requerido, o a qué condiciones del entorno se deben acoplar, entre otras cosas.

A partir de la revisión de literatura se destacan dos tipos de métodos para la medición de los ya mencionados factores, los subjetivos y los objetivos; generalmente se emplea una mezcla de ambos para elaborar una investigación más completa; comenzando por la recopilación de datos mediante los métodos subjetivos, cuya aplicación está compuesta por encuestas, cuestionarios, entrevistas o estudios de caso, realizadas usualmente a la persona a cargo de las decisiones concernientes a las exportaciones, donde en la mayoría de los casos también está al frente de otros procesos de carácter fundamental, por tal razón, tiene una mejor percepción o puede brindar una idea más clara acerca de la situación general de la empresa. Sin embargo, cabe aclarar que la implementación de métodos subjetivos, por si sola, es la más común y preferida por los investigadores; esto es consecuencia de que los métodos objetivos por su parte evidencian mayores complicaciones, porque las empresas son extremadamente reacias a otorgar este tipo de información, por no ser de acceso público, lo que hace imposible verificar su exactitud. Otro aspecto limitante de los estudios realizados en base a los métodos objetivos es tratar de establecer un punto de referencia fijo a través de numerosas empresas, a razón de que el éxito financiero de una empresa puede significar el fracaso de otra. Además que los reportes de la compañía o estados financieros raramente proveen información detallada y los datos que ofrecen son en a menudo difíciles de interpretar.

Luego de reunir la información necesaria, se inicia el análisis; en dado caso que no fuera aplicado ninguno de los métodos subjetivos, se trabaja con una base de datos que satisfaga los requerimientos de la investigación. Una forma de desarrollar dicho análisis de relación entre variables es la aplicación de un test como una manera de evaluar estadísticamente los resultados de esta primera parte y ver si es apropiado su uso; puede ser el Test Chi cuadrado, el Test ANOVA, el Test de homogeneidad de poblaciones o Matching Sample Technique.

En cuanto a la implementación de métodos objetivos en algunos estudios como una forma de obtener una medición más exacta, se emplean los índice: el Índice del Desempeño Exportador (IDE); de gran relevancia, ya que sintetiza información de las PYMES sobre la estabilidad en la actividad exportadora, el dinamismo exportador y el grado de diversificación y complejidad de los mercados atendidos; el Índice del Dinamismo Exportador, el Índice de la Diversificación por Producto, el Índice de la Diversificación por País, o el Indicador de Especialización Tecnológica Relativa (IETR). Luego de esto, es probable que se plantee un modelo econométrico; éste permite establecer una posición clara frente a las hipótesis

propuestas en el estudio y determinar cuáles son aceptadas, o cuáles no lo son, según la información; lo cual se realiza ya sea mediante una regresión logística binaria, un modelo de mínimos cuadrados parciales, un modelo de mínimos cuadrados ordinarios, un modelo de mínimos cuadrados con efectos aleatorios, un modelo lineal generalizado con efectos fijos o un modelo proxy, entre otros dependiendo del tipo de análisis que se quería llevar a cabo en la muestra.

La dificultad que encierra el desarrollo de un modelo aplicable, es que no es posible estandarizar sus resultados; los cuales se ven afectados por una gran variedad de aspectos principalmente externos, pertenecientes a la nación en la cual está establecida la empresa y a la época en la cual se realizó el análisis. Bonoma and Clark's (1988, p. 1). "Tal vez ningún otro concepto en la corta historia del marketing ha demostrado semejante resistencia a la conceptualización, definición o aplicación".

Sin embargo, como desenlace de lo anterior se pretende obtener los factores determinantes del desempeño exportador de las Pequeñas y Medianas empresas, los cuales pueden ser considerados dentro de los modelos o del análisis como una variable externa o una variable interna.

Variables internas

Este tipo de variables reciben una mayor atención en la literatura puesto que afectan de manera más directa a la empresa exportadora, además que pueden ser determinadas y manejadas por ella misma, de tal forma que se obtenga el resultado esperado y que este se refleje en el desempeño internacional. Las más citadas en la literatura son:

1. Experiencia exportadora: Variable estudiada por Ramiro López et al. (2006), en el artículo "*Relaciones entre la experiencia exportadora y el desempeño productivo de la industria colombiana*"; se plantea que la experiencia exportadora puede ser determinada por el aprendizaje producto de la incursión en mercados distintos al propio, por la capacidad acumulada, o por los años de actividad exportadora, y verse reflejada en la disminución de los costos variables de este proceso. El aprendizaje adquirido en el proceso exportador tiene una incidencia positiva en el éxito de la empresa en mercados externos.

Kor & Mahoney (2005). "La historia de pasadas inversiones de una empresa puede tener un continuo valor económico para ella misma, en el presente y en el futuro, porque estas inversiones ayudan a la empresa a aprender y a absorber nuevos conocimientos más eficientemente".

2. Intensidad exportadora: Variable mencionada por Eileen Brooks et al. (2003), en el artículo *“Why Don’t Firms Export More? Product Quality and Colombian Plants SMEs”*; definida como el total de bienes o servicios exportados dividido por el total de las ventas. En base a la cual se establecen hipótesis como los exportadores de alta intensidad son reflejados como fabricantes de productos de alta calidad que exportan a países de altos ingresos en mercados de fácil acceso, y los exportadores de baja intensidad, enfrentan bajas demandas en el extranjero, puesto que su nivel de calidad no es atractivo para los consumidores de países de altos ingresos.

Y en lo referente al caso colombiano, se llega a la conclusión de que aun cuando sus plantas exportan a economías de mayor tamaño la intensidad de sus exportaciones mantiene un bajo nivel, lo cual puede ser producto de los costos hundidos asociados a su economía, que inhibe el desarrollo de la misma en el extranjero. Sin embargo cuando la calidad o diferenciación del producto aumenta, se incrementa dicha intensidad.

3. Ventajas competitivas: Compuestas por las competencias tecnológicas (tanto de stock como su flujo), la diferenciación y diversificación del producto (las cuales minimizan la dependencia del mercado generando además un reconocimiento o un mejor posicionamiento de la mercancía), las competencias comerciales, las prácticas y competencias organizativas, y la capacidad de penetración de nuevos mercados. Variable analizada por Francisco Serra et al. (2012), en el paper *“Factors influencing the propensity to export: A study of UK and Portuguese textile firms”*; en donde se establece como hipótesis que las empresas con ventajas competitivas relacionadas a la calidad del producto tienen una mayor propensión a exportar.

Se concluye como recomendable, introducir más factores intangibles como un buen diseño, un buen posicionamiento de la marca y operaciones logísticas efectivas; de igual manera, métodos de acercamiento, como el uso de catálogos, muestras gratis, regalos y descuentos.

4. Vinculación a otras instituciones: Ya sean instituciones de fomento tecnológico, productivo y comercial, otras instituciones del sector o grupos de negocios, mediante seminarios, actividades de investigación o docencia. Variable tratada por Deeksha Singh et al. (2009), en el artículo *“Export performance of emerging market firms”*.

Las economías emergentes carecen de las instituciones necesarias para se produzca un intercambio eficiente; de allí que las empresas se asocien a grupos de negocios que les permiten controlar estas fallas. Estas asociaciones le otorgan una ventaja competitiva a las pequeñas

compañías en mercados emergentes, puesto que le brindan una posición estratégica en la negociación al controlar aspectos clave del producto.

5. Tamaño de la empresa: Variable trabaja por John Adeoti et al. (2012), en el paper "*Technology-related factors as determinants of export potential of Nigerian manufacturing firms*"; el tamaño de la compañía es normalmente asociado al nivel de recursos que posee, a las facilidades, ventajas y beneficios que estos le otorgan, con mayor tamaño se genera una mayor propensión hacia las exportaciones. Por el contrario, las empresas de países emergentes, que son por lo general pequeñas y aún están creciendo en su propio mercado, tratan de evitar riesgos como los que implica salir a producir en el mercado internacional.

Wagner (1995). "Un mayor tamaño de la empresa proporciona más economías de escala, más fácil acceso al capital necesario para la exportación, y una mayor capacidad para absorber los riesgos asociados con la exportación".

Penrose (1959). El tamaño es un indicador de gestión y de recursos financieros disponibles en una empresa, y las empresas con exceso de recursos son más propensas a buscar oportunidades de crecimiento.

6. Cuota de mercado: Variable propuesta por Alloy Ezirim et al. (2010), en el artículo "*Entrepreneurial orientation and export marketing performance*". El conocimiento referente a las exportaciones y su respectivo riesgo muestra una débil influencia en el crecimiento de la cuota del mercado, mientras que el comportamiento innovador indica una fuerte influencia negativa en este mismo crecimiento.

7. Diversificación de clientes: Variable mencionada por Carlos Sousa et al. (2004), en el paper "*Export performance measurement: an evaluation of the empirical research in the literature*". La falta de ella puede ser un limitante, ya que si se concentran las ventas en solo un cliente, éste se convierte en prioridad, incrementando la dependencia de la empresa hacia sus características o preferencias particulares. Por lo tanto, se deduce que las PYMES exportadoras exitosas manejan una cartera de clientes más diversificada, combinan estrategias de destino y de esta forma no hay gran dependencia ni se exponen tanto al estado de los mercados.

8. Mano de obra: Variable analizada por Nicolas Papadopoulos et al. (2010), en el artículo "*Toward a model of the relationship between internationalization and export performance*"; definida por el salario promedio, el valor agregado por trabajador, los costos por trabajador, las ventas por

trabajador, el capital por trabajador, la inversión por trabajador, y el número de empleados en actividades de carácter internacional.

9. Gasto en publicidad: Variable propuesta por Homin Chen et al. (2010), en el estudio *“Internationalization, resource allocation and firm performance”*; aunque este gasto ha generado controversia, ya que así como algunos investigadores consideran que tiene efectos positivos, otros no lo encuentran relevante. Chen y Hsu proponen que existe una relación en forma de U entre los gastos de publicidad y el desempeño; con un desempeño decreciente hasta un cierto punto, después del cual, mayores niveles de gasto en publicidad mejoran el mismo desempeño. Y se deduce que el mercado de valores reacciona positivamente cuando una empresa le da mayor importancia a la apropiación en lugar de a la creación de valor; por ejemplo, cuando aumenta los recursos destinados al desarrollo de la marca.

10. Innovación: Se puede dar por inversión en investigación y desarrollo (I+D), adquisición de modelos o patentes, capacidad de innovación, propensión a innovar, o simplemente una indagación sobre nuevas formas o métodos para producir. Variable expuesta por Carlos Aggio et al. (2008), en el artículo *“Éxito exportador, Innovación e Impacto social: Un estudio exploratorio de PYMES exportadoras latinoamericanas”*.

Una forma de ser competitivas consiste en generar innovaciones, es decir, ser capaz de introducir nuevos productos, nuevas prácticas, nuevas tecnologías o nuevas formas de organización, de manera que produzcan riqueza transfiriendo los recursos de campos de baja productividad y rendimiento a niveles de mayor productividad y rendimiento. Adicionalmente como parte del análisis, se deduce que las empresas exitosas manejan altos niveles de innovación, en diversas actividades, como se evidencia para Colombia, lo que refleja la necesidad de hacer esfuerzos integrales; y que debido a su tamaño y características es más frecuente que las PYMES adquieran tecnología incorporada a que desarrollen la tecnología.

11. Aspectos relacionados con el gerente: Conformados por la edad, nivel educativo, cantidad de idiomas que maneja, percepción de costos y beneficios, y el compromiso con la empresa. Variable utilizada por John Pointon et al. (2012), en el paper *“Factors influencing the propensity to export: A study of UK and Portuguese textile firms”*. De acuerdo a esto se plantean diversas hipótesis como las empresas que tienen a cargo gerentes más jóvenes probablemente tienen una mayor propensión a exportar, las empresas que tienen a cargo gerentes con niveles más altos de educación tienen una mayor propensión a exportar, as empresas que tienen a cargo

gerentes con la capacidad de hablar más lenguas extranjeras tienen una mayor propensión a exportar, las empresas que tienen a cargo gerentes que reconocen mejor los riesgos asociados a las exportaciones tienen una mayor propensión a exportar, las empresas que tienen a cargo gerentes que perciben mayores costos en las exportaciones que en las ventas nacionales tienen una propensión menor a exportar, las empresas que tienen a cargo gerentes que perciben beneficios en las exportaciones tienen una mayor propensión a exportar.

Obteniendo como resultado del estudio, que para Portugal el tamaño de la empresa y el nivel de educación de los gerentes son los determinantes clave de la propensión a exportar. Y En cuanto al Reino Unido, son la edad y la percepción de los costos

12. Protección del medio ambiente: Variable analizada por Sebastián Mañodes et al. (2012), en el informe de tesis "*Factores críticos de éxito en las pequeñas y medianas empresas exportadoras de la región del Bío Bío*"; medida a través de la obtención de certificados o el cumplimiento de normas que indiquen el interés de la empresa por el cuidado del ambiente.

Así mismo, estas variables de interés fueron trabajadas por muchos otros autores entre los cuales están: Jan De Loecker (2007), Virginia Moori (2007), Gabriel Yoguel (2007), Ann Hodgkinson (2008), Richard Fabling (2009), Arthur Grimes (2009), Lynda Sanderson (2009), Roberto Antonietti (2009), Giulio Cainelli (2009), Chia-Wen Hsu (2010), Oscar Martín (2010), Peerawat Chailom (2010), Sirilak Kaiwinit (2010), Oliver Bertrand (2011), Magnus Hultman (2011), Constantine Katsikeas (2011), Matthew Robson (2011), Anna Kaleka (2011), Hussein Abdou (2012), Cristina Crespam (2012), Flavia Scherer (2012), Clandia Gomes (2012), Sergio Garcilazo (2012), Alfredo D' Angelo (2012), David Kaplan (2012).

Estudio de FUNDES

Colombia se caracteriza por la relevancia de la dimensión comercial en la determinación del éxito exportador, lo que coincide con el tipo de actividades que predominan en el perfil exportador de las PYMES colombianas. El análisis aplicado por FUNDES, el cual se centra en el periodo compuesto por los años del 2001 al 2004, conduce a determinar que las PYMES exitosas de la nación dirigen una elevada proporción de sus exportaciones a mercados considerados complejos²; así mismo, que utilizan más canales de comercialización, por ejemplo, al disponer de una página web propia, con objetivos mayoritariamente asociados a la provisión de información; y que estas compañías se caracterizan porque

² El término mercados complejos hace referencia a aquellos países que ya sea por su lejanía, tipo de gobierno, moneda, idioma u otras características particulares, son de difícil acceso para los empresarios de Colombia.

poseen un alto conocimiento de los mercados que seleccionan como destino, y porque realizan un elevado seguimiento del desempeño de los productos que son enviados.

Los principales destinos para las exportaciones de las PYMES colombianas son la Comunidad Andina de Naciones (Bolivia, Ecuador y Perú) y los países que conforman NAFTA (Estados Unidos, Canadá y México); dichas exportaciones están constituidas primordialmente por artículos más elaborados como aquellos correspondientes a distintas manufacturas de cuero, prendas de vestir y calzado; con la implementación de baja y media baja tecnología.

Como parte del desarrollo del estudio de FUNDES se presenta el Índice de Desempeño Exportador como una forma de medir el éxito de las empresas en los mercados externos. Para implementar dicho índice se toman seis variables, que son el centro de esta investigación:

- * Continuidad en la exportación: Otorga una calificación a las empresas de acuerdo a la capacidad que posee para mantenerse en el campo internacional, asignándoles un puntaje en función de la cantidad de años en que registran exportaciones (4 años, 10 puntos, 3 años, 6 puntos, 2 años, 4 puntos y un año, 2 puntos).
- * Dinamismo exportador: Califica a las empresas según el crecimiento de sus exportaciones entre el primer año y el último año en que registra exportaciones (crecimiento mayor a 40%, 10 puntos, entre 24% y 40%, 8 puntos, entre 12% y 23%, 6 puntos, entre 4% y 11%, 4 puntos, entre 1% y 3%, 2 puntos, sin variación o caída hasta el 10%, 0 puntos, y con una caída mayor al 10%, 2 puntos negativos).
- * Dinamismo exportador sostenido: Brinda una evaluación de las empresas en función de la repetición de tasas positivas de crecimiento en el periodo analizado (si el incremento de valores se mantiene todos los años, se le otorga a los países la calificación máxima, la cual es de 10 puntos; la segunda mejor calificación, de 8 puntos, la reciben las empresas que mantuvieron un comportamiento positivo en los últimos tres años parte del estudio; por otra parte si se presenta una disminución tan sólo del segundo al tercer año, reciben 6 puntos; si el crecimiento se da en los primeros tres años, 4 puntos; y si el incremento se presenta tan sólo en la diferencia de los últimos dos años, se otorgan 2 puntos).

- * Diversificación de mercados: califica a las empresas según la cantidad de destinos a los que dirigen sus exportaciones en el año 2004 (seis o más países, 10 puntos, cuatro y cinco países, 8 puntos, tres países, 6 puntos, dos países, 4 puntos, un país, 2 puntos).
- * Complejidad de los mercados de destino: se clasifica a las empresas según el peso de las exportaciones en 2004 que dirigieron a mercados considerados con mayor dificultad de acceso. Entre menor es el porcentaje que tiene como destino países preferenciales o de fácil acceso, mayor el puntaje recibido (10% o menos, 10 puntos, entre 11% y 30%, 8 puntos, entre 31% y 50%, 6 puntos, entre 51% y 70%, 4 puntos, entre 71% y 90%, 2 puntos, mayor al 90%, 0 puntos).
- * Evolución de la complejidad de los mercados de destino: se clasifica a las empresas según la diferencia en el indicador de complejidad del primer año en que exportó (2003, 2002 o 2001) y 2004. El indicador oscila entre 10 (10 puntos en 2004 y 0 en el primero) y -10 (0 puntos en 2004 y 10 en el primero).

De tal manera, luego de tener definidas las variables y la forma en que se deben medir, se puede realizar fácilmente el cálculo del indicador de desempeño exportador (IDE); este cálculo se aplica en base a la ponderación establecida en el mismo estudio. Para el análisis se consideraron firmas exitosas a aquellas que mostraron en 2004 un IDE mayor a 6,5 puntos.

| Indicadores | Ponderación (%) |
|-----------------------------|-----------------|
| Continuidad | 25 |
| Dinamismo | 15 |
| Dinamismo sostenido | 10 |
| Diversificación | 20 |
| Complejidad | 25 |
| Evolución de la complejidad | 5 |

Fuente: *Estudio comparado sobre el éxito exportador PYME en Argentina, Chile y Colombia*. FUNDES.

Variables externas

Otra línea de investigación que se ha desarrollado en relación a las variables que explican el desempeño exportador, es la influencia que pueden tener las denominadas variables externas, que aun no dependiendo de las decisiones de la empresa, sino más bien del entorno, pueden afectar de alguna manera los resultados de ella. En esta dirección las más mencionadas son:

1. Entorno económico: Siendo éste el ambiente que rodea la empresa y la nación a la que pertenece, facilitando o no su interacción con otros países, dicho entorno está determinado por los precios relativos, los costos de producción, la carga tributaria, los indicadores de la industria, el PIB mundial y la tasa de cambio. Variable tratada por Deeksha Singh et al. (2009), en el paper *“Export performance of emerging market firms”*.

La visión basada en los recursos ha surgido como uno de los marcos teóricos más comúnmente utilizado en la investigación sobre exportaciones. Sin embargo no todos los recursos ayudan a la compañía a diferenciarse de sus competidores, según el autor para ello deben cumplir el requisito de ser valioso, raro, inimitable y no sustituible.

2. Factores externos: Hace referencia al sector de la industria, a la hostilidad del ambiente, a los recursos naturales del país, o a las características de los países destino. Variable trabajada por Carlos Jardón et al. (2011), en el artículo *“Innovación empresarial y territorio: Una aplicación a Vigo y su área de influencia”*; cuyos componentes son valorados como ventajas competitivas para la empresa de acuerdo a una escala Likert, de 1 a 5 según la importancia.

Se concluye que la escasez de recursos en este tipo de empresas limita sus posibilidades de innovación. Por tal motivo, la cooperación aparece como una estrategia para generar redes que sirvan de apoyo al desarrollo de mejoras en productos, procesos o servicios.

3. Papel del Estado: Variable mencionada por José Martínez et al. (2006), en el artículo *“Factores críticos para el desempeño exportador de las PYMES”*; este puede ser brindado mediante programas de apoyo y fomento, financiamiento a las exportaciones, establecimiento de redes e instituciones para la integración y divulgación, o la creación de leyes, normas y reglamentos para orientación y protección.

Se concluye que el apoyo o financiamiento de actividades por parte del gobierno, impulsa la capacidad exportadora y sería más efectivo si es destinado a actividades complementarias y no de forma aislada. Por tal motivo, las políticas gubernamentales colombianas, así como de las entidades multilaterales, se concentran cada vez más en fomentar un mayor desarrollo de estas empresas en un modelo de inserción en la economía mundial.

4. Acuerdos comerciales: Variable estudiada por Yasir Mohmand et al. (2013), en el paper *“The gravity of Pakistan’s export performance in stratified sampling”*; dichos acuerdos pueden representar una amplio conjunto de nuevas oportunidades para los pequeños empresarios, y asimismo pueden afectar la elección de un país como destino de exportación.

5. Proveedores: Variable analizada por Darío Milesi et al. (2007), en el paper “*Estudio comparado sobre el éxito exportador PYME en Argentina, Chile y Colombia*” de FUNDES; en el cual se resalta como diferenciador de éxito una mejora acentuada de la competitividad de la red de proveedores locales y el manejo de un número promedio alto de proveedores regulares, superior al evidenciado por las demás compañías.
6. Infraestructura: Variable propuesta por Astrid Rodríguez et al. (2003), en el artículo “*La Realidad de la PYME colombiana: Desafío para el desarrollo*”; de ésta se debe destacar la poca incursión que existe en el tema, lo cual es preocupante debido a la relevancia que tiene en el análisis de la economía colombiana o de cualquier otro país en vía de desarrollo o subdesarrollado, ya que cuando se encuentra en mal estado, como ocurre en la mayoría de estos países con bajos recursos, representa un impedimento para la expansión de las empresas, especialmente las PYME, ya sea en un nivel nacional o internacional.

La infraestructura vial es la principal para la nación colombiana, ésta se puede clasificar en tres categorías: Vías primarias, administradas por el Instituto Nacional de Vías (INVIAS) y por el Instituto Nacional de Concesiones (INCO), bajo la tutela del Ministerio de Transporte; Vías secundarias o departamentales; y Vías terciarias, pertenecientes a la administración de los municipios aunque algunas de ellas son manejadas por INVIAS. Se estima que para el año 2012 la red vial nacional estaba compuesta por 165.000km, de los cuales tan sólo el 70% se encuentra pavimentado y la gran mayoría de esta en malas condiciones con motivo de la inestabilidad del terreno entre ciudades lo que permite un alto número de deslizamientos, y las otras están localizadas en afirmado o tierra. La infraestructura aeroportuaria es la más popular debido a la complicada topografía del país, siendo este el único medio de conexión de algunas ciudades con el resto de la nación. En cuanto a la infraestructura ferroviaria, fluvial y portuaria, de igual relevancia para el desarrollo del comercio internacional, existe un margen alto de subutilización, a pesar de que ofrecen grandes ventajas para el territorio.

Las variables anteriormente mencionadas, como externas, fueron estudiadas por diversos autores además de los ya indicados, como los son: Carl Solberg (2008), Ali Azadeh (2009), G. H. Ataei (2009), Jorge Lengler (2009), Anjani Kumar (2010), Kichun Kang (2011), Sumanjeet Singh (2011), Serdar Durmusoglu (2012), Gerhard Apfelthaler (2012), Dilek Nayir (2012), Roberto Álvarez (2012), Terry Mughan (2012), Joanne Freeman (2012), Chris Styles (2012), Meredith Lawley (2012).

Departamento Santander

Santander es un departamento colombiano, con una superficie de 30.537 km^2 , compuesto por un total de 87 municipios. Su economía es considerada la cuarta del país, después de Bogotá D.C., Antioquia y Valle. Ésta presentó un crecimiento para el periodo 2010 – 2011 del 4,6%, frente a un 5,9% de Colombia; con una participación del 6,8% en el PIB nacional.

De acuerdo a información otorgada por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Santander evidencia una alta competitividad dentro del contexto colombiano.

| Escalafón de competitividad | Puesto 4 / 29 |
|-----------------------------|---|
| 29 departamentos | Fortaleza de la Economía (2.Medio Alto) |
| 5 indicadores | Infraestructura (2.Lider) |
| (CEPAL, 2009) | Capital Humano (1.Lider) |
| | Ciencia y Tecnología (4.Colero) |
| | Finanzas y Gestión Públicas (1.Alto) |

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

En el año 2011, las exportaciones colombianas totales fueron de 57.420.355.000 USD, y las del departamento santandereano de 631.784.000 USD; representando así un 1,10% de las nacionales, y constituyendo aproximadamente un 2,7% del mismo PIB departamental.

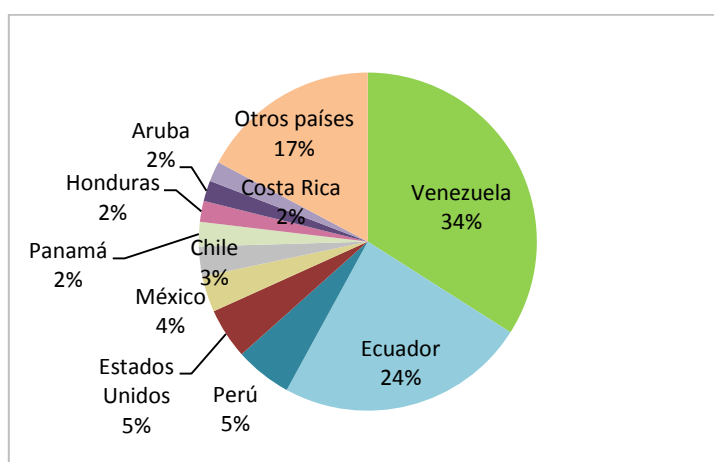
Para este mismo año, el perfil empresarial de Santander estaba constituido de tan sólo 279 compañías exportadoras según NIT registrado, de 54.083 empresas activas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, un 0,51 por ciento. Y por tal motivo, obtuvo la posición número 17 en el país por su desenvolvimiento en el mercado extranjero; lo anterior demuestra el atraso del departamento en este aspecto, que a pesar de su supuesta competitividad frente a otros aún no ha logrado explotar todo su potencial manteniendo un nivel muy bajo en lo que se refiere a la exportación.

Los principales países destino de exportaciones para Santander son: Venezuela, Ecuador, Estados Unidos, Perú y México. Mostrando una alta concentración, de 34%, hacia la nación venezolana, lo cual genera una elevada dependencia de su economía, considerada de por sí inestable por razones políticas; y de 24%, hacia la nación ecuatoriana, posiblemente producto de la cercanía del país. Por lo tanto más del 50% de las mercancías que se producen en el departamento tiene como destino uno de estos mercados; de allí que se busque probar la incidencia de estos factores en el rendimiento de las compañías a nivel

internacional por medio del planteamiento de hipótesis en el artículo como: “La diversificación de los mercados de destino tiene un efecto positivo en el desempeño exportador de las PYME, contrario a la concentración de un destino”; y, “Exportar a países con altos ingresos afecta positivamente la rentabilidad de las PYME”; aspectos que de ser correctos indicarían que el departamento santandereano necesita un cambio de estrategia.

Gráfica 1. Principales destinos de las exportaciones de Santander, 2012.

(Excluyendo café, petróleo y derivados)

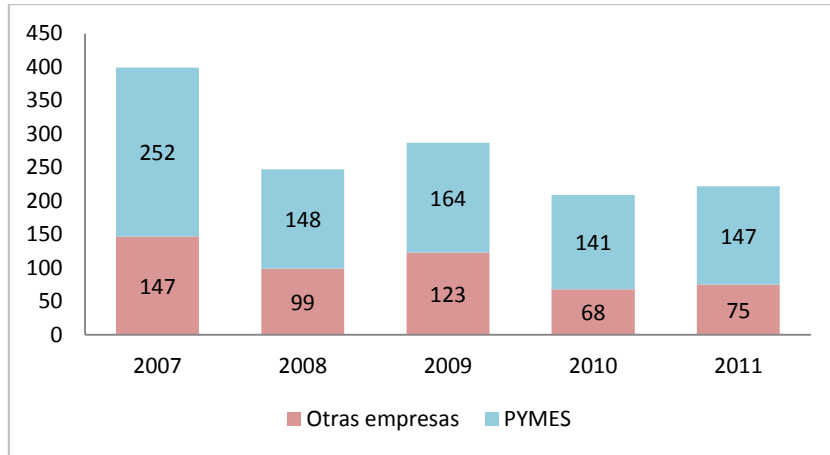


Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

En Colombia para el año 2011 estaban registradas en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, 9555 empresas o personas naturales que realizan actividades de índole exportador; de este mismo grupo 4730 compañías son consideradas como PYME, de acuerdo a la clasificación establecida por FUNDES del 2007, al manejar un nivel de exportaciones entre 10.000 a 500.000 USD, de las cuales tan sólo 147 pertenecen al departamento de Santander; no obstante es importante resaltar que de esta misma cifra 1074 empresas no registran un lugar de origen, por falta de información.

En el universo recolectado por información de la DIAN de 638 empresas o personas naturales que realizan actividades de exportación en Santander para el periodo del 2007 al 2011, tan sólo 83 clasificadas como PYME, se mantuvieron a través de los 5 años, un 13,16%, demostrando un bajo índice de continuidad exportadora. La mayoría solo presentaba datos para un año, o para años no consecutivos, señalando inestabilidad.

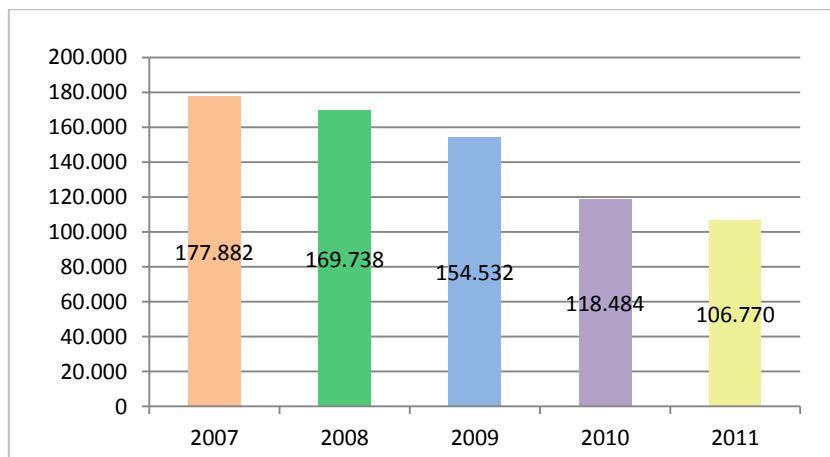
Gráfica 2. Número de exportadores en el departamento de Santander, Colombia.



Fuente: Elaboración propia con datos tomados del Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

Como se evidencia en la gráfica número dos, el número de empresas consideradas PYME se mantiene en valores similares salvo del año 2007 en donde la cifra es mucho mayor, esta caída puede estar relacionada al mal estado de la Economía mundial para la época, especialmente la estadounidense. Por otra parte, cabe destacar que las llamadas PYMES representan durante el periodo más del 50% del total, convirtiéndose de esta manera en un factor relevante para el desarrollo del departamento.

Gráfica 3. Promedio anual del volumen de exportaciones departamento de Santander, Colombia.



Fuente: Elaboración propia con datos tomados del Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

Las exportaciones PYME para el año 2011 fueron de 14.865.023 USD, un 21,09% de las exportaciones totales del departamento santandereano registradas en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. La tasa de crecimiento para el periodo 2007 al 2011 de las ventas internacionales PYME fue de 40%; con valores de 30%, 29%, 40%, 63%, respectivamente para cada variación anual. Cabe aclarar que estos cálculos fueron aplicados en base a las empresas que se mantuvieron durante el periodo de análisis.

OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS

Objetivo general

Identificar las variables que explican el éxito exportador de las PYMEX de Santander, Colombia.

Objetivos específicos

1. Hallar a través de la revisión de literatura las variables que comúnmente determinan el Éxito exportador de las empresas, y la forma más adecuada de medirlas.
2. Determinar las variables internas, afectadas por la empresa, que permiten el Éxito exportador de las PYMEX de Santander, Colombia.
3. Determinar las variables externas, independientes de la empresa, que permiten el Éxito exportador de las PYMEX de Santander, Colombia.
4. Examinar el desempeño exportador de las PYMEX de Santander, Colombia, a través de la implementación de métodos objetivos (cuantitativos) y subjetivos (cualitativos).
5. Identificar las variables tanto internas como externas relacionadas positivamente con el Éxito exportador de las PYMEX de Santander, Colombia.

HIPÓTESIS

1. El tamaño de la empresa se relaciona positivamente con su desempeño exportador.
2. La experiencia exportadora, medida como el número de años en los que la empresa ha exportado, tiene una incidencia positiva en el desempeño exportador de las PYME.

3. El apoyo por parte del gobierno, a través de distintos medios como la creación de programas de fomento, el financiamiento o el aumento de beneficios para las PYME, se relaciona positivamente con su propensión a exportar.
4. El acceso a financiamiento o vinculación con la banca tiene un efecto positivo en la propensión a exportar de las PYME.
5. La propensión a innovar de las PYME tiene una incidencia positiva en su desempeño exportador.
6. El estado de la infraestructura del país es una barrera para la internacionalización de las PYME.
7. La incursión en mercados extranjeros tiene un efecto positivo en la rentabilidad de las PYME.
8. La diversificación de los mercados de destino tiene un efecto positivo en el desempeño exportador de las PYME, contrario a la concentración de un destino.
9. Exportar a países con altos ingresos afecta positivamente la rentabilidad de las PYME.

LIMITACIONES Y DELIMITACIONES

Como consecuencia de que el trabajo se realizó mientras me encontraba en Concepción, Chile, en un programa de intercambio en la Universidad Católica de la Santísima Concepción; por el poco tiempo para su elaboración; y por la escasez de información detallada, de difícil acceso, por su respectiva comercialización; el desarrollo del presente estudio se limitó a la revisión de literatura acorde al tema estudiado, la recolección de datos de acceso público y al análisis de esta información. Adicionalmente como parte del artículo se propone una encuesta base para la investigación según el asesoramiento del profesor tutor, Cristian Guzmán; sin embargo, no es posible su aplicación. Con esto se pretende proporcionar un buen apoyo para dar inicio y marcar el camino que debe seguir el trabajo.

El estudio se realiza en base a las PYMES exportadoras del departamento de Santander, Colombia; entendiendo como PYME, una empresa con un personal de 11 a 200 personas, o con un valor de activos, entre 501 a 30.000 Salarios mínimos legales (Ley N°905 de 2004); y como PYME exportadora, una empresa con un nivel de exportaciones anuales entre 10.000 a 500.000 dólares (Clasificación usada por FUNDES). El análisis se realiza para el periodo 2007 - 2011, debido a la disponibilidad de información publicada en la página de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

La Ley MIPYME establece como “...micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana,...”

| Tamaño de firmas | COLOMBIA (Exportaciones anuales – Montos en dólares) |
|-------------------------|--|
| Grandes | Más de 500.000 |
| Medianas | 200.000 - 500.000 |
| Pequeñas | 10.000 - 200.000 |
| Micro | Menos de 10.000 |

Fuente: *Estudio comparado sobre el éxito exportador PYME en Argentina, Chile y Colombia*. FUNDES.

METODOLOGÍA

La presente investigación sobre los factores determinantes del éxito exportador de las PYMES de Santander, Colombia; tiene sus cimientos en la base de datos llamada “Directorio de exportadores” de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), la cual brinda información para el periodo conformado por los años del 2007 al 2011.

Dicha base de datos está constituida por 9555 empresas o personas naturales que realizan actividades de índole exportador en la nación colombiana en el año 2011; de este grupo de compañías 4730 son consideradas como PYME, acorde a la clasificación establecida por FUNDES en su “*Estudio comparado sobre el éxito exportador PYME en Argentina, Chile y Colombia*”, al manejar un nivel de exportaciones entre 10.000 a 200.000 USD, las pequeñas empresas, y entre 200.000 a 500.000 USD, las medianas empresas. Al filtrar este nuevo conjunto de cifras se da a conocer que tan sólo 147 de ellas pertenecen al departamento de Santander; no obstante es importante resaltar que de esta misma cifra 1074 empresas no registran un lugar de origen, esta falta de registro se puede deber a la falta de organización y actualización de información manejada por las instituciones colombianas.

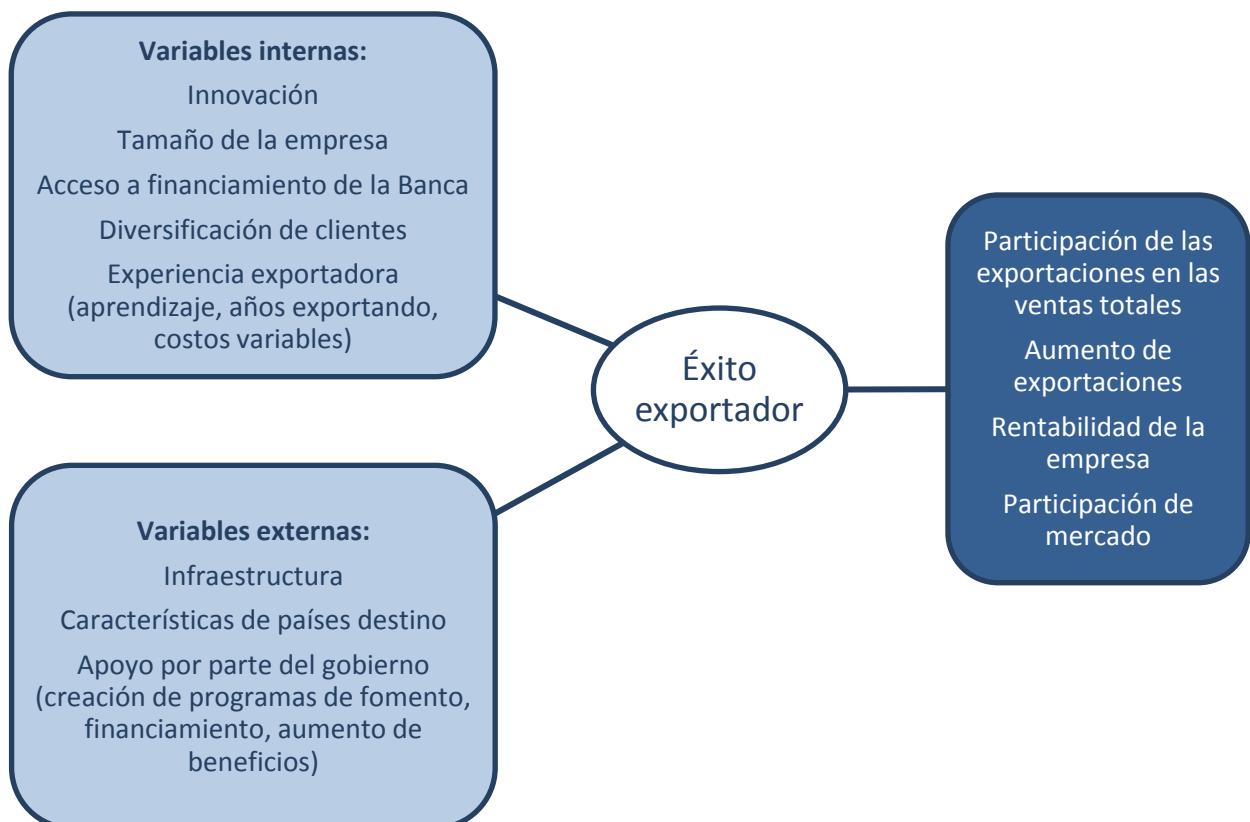
Se emplea la clasificación de empresas PYME, definida por FUNDES (Organización Internacional para el Desarrollo Empresarial MIPYME), puesto que la indicada por la ley N°905 de 2004, simplemente maneja

una división realizada por personal o por valor de activos, elementos que no brindan claridad sobre el verdadero panorama internacional de la compañía.

Variables a estudiar

Para el desarrollo del estudio se seleccionaron ocho variables, cada una de las cuales representa un aspecto significativo para Colombia, y para la literatura revisada, debido a su aplicación constante.

Las variables mencionadas son divididas en internas y externas; lo que permite tener una visión más clara acerca de su papel o influencia dentro de la empresa. Así mismo, la manera en qué se da esta influencia puede tener como resultados positivos un aumento de la participación de las exportaciones en las ventas totales, un incremento de la rentabilidad de la compañía, al igual que de las exportaciones y de la participación de mercado, indicadores del éxito. Y cuya percepción se intenta evaluar mediante tres preguntas de la encuesta propuesta, en la cual partiendo de una afirmación, como: “El ejecutivo principal de esta empresa se encuentra satisfecho con las ventas de exportación”, se le solicita a los directivos que la evalúen, en una escala de graduación Likert de 1 a 5.



* *Variables internas:*

- ~ Innovación: Esta variable puede afectar en gran medida el comportamiento de la empresa; cuando una compañía es propensa a innovar, realizando inversiones en investigación y desarrollo (I+D), aumenta sus capacidades para crear un producto nuevo que llame la atención de los consumidores, o para desarrollar técnicas que le permitan incrementar su nivel de competitividad frente a otras empresas. Y se mide mediante once preguntas de la encuesta propuesta, en la cual partiendo de una afirmación, como: “Esta empresa destina recursos significativos a Investigación y Desarrollo (I+D) para mejorar su competitividad en el mercado internacional”, se le solicita a los directivos que la evalúen, en una escala de graduación Likert de 1 a 5, con 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.
- ~ Tamaño de la empresa: Se decide estudiar este aspecto, puesto que acorde a la literatura presenta una marcada relación con los recursos disponibles para el manejo de la compañía, y por lo tanto con las posibilidades o la propensión a exportar de la misma. Está se mide por medio de las dos preguntas finales de la encuesta propuesta, en las que se le solicita a los directivos que clasifiquen el tamaño de su propia compañía.
- ~ Acceso a financiamiento de la Banca: Este factor se vuelve relevante de acuerdo al objeto de estudio del análisis, el desempeño de pequeñas y medianas empresas, que hasta ahora están iniciando y necesitan de este tipo de apoyo para crecer; herramienta útil ya que generalmente estas compañías no cuentan con la tecnología o los instrumentos necesarios para ser competitivas en otros mercados. Se mide a través de dos afirmaciones relacionadas directamente al financiamiento de la banca, como: “Los instrumentos de financiamiento de la banca privada se adecuan al ciclo de negocios de esta empresa”, en la que se le solicita a los directivos que la evalúen, en una escala de graduación Likert de 1 a 5, con 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.
- ~ Diversificación de clientes: Se selecciona esta variable, ya que indica un bajo grado de dependencia, lo que favorece su expansión; si existe un solo socio, éste tendrá mayor poder de negociación y podrá determinar las condiciones de la transacción, lo que se busca evitar al mantener un portafolio amplio de países destino. Esta variable se intenta medir mediante dos preguntas de la encuesta propuesta en las cuales se pregunta directamente sobre la cantidad de países destino de las exportaciones.

~ Experiencia exportadora: Posiblemente, el aspecto más relevante para los autores mencionados en el marco teórico; ésta puede definir el comportamiento de la empresa; el aprendizaje, los años que lleva exportando, y sus costos variables, pueden facilitar el proceso y brindar buenas bases para su desarrollo. La medición de esta variable se efectúa por medio de siete preguntas de la encuesta propuesta, en la cual partiendo de una afirmación, como: “Esta empresa desarrolló desde su inicio una estrategia de exportación”, se le solicita a los directivos que la evalúen, en una escala de graduación Likert de 1 a 5, con 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

* *Variables externas:*

~ Infraestructura: Variable elegida por su importancia para el país en cuestión, Colombia; al tener diversidad de terrenos, tres cordilleras y dos océanos; evidencia un territorio que puede considerarse inestable, por tal motivo la infraestructura de la nación es un tema central cuando se está hablando de formas de incrementar sus ventajas para enfrentar a sus competidores extranjeros. Esta variable se mide a través de tres afirmaciones, como: “Este país posee una infraestructura vial altamente competitiva de acuerdo a los requerimientos del mercado”, en la que se le solicita a los directivos que la evalúen, en una escala de graduación Likert de 1 a 5, con 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

~ Características de países destino: Aunque este factor no puede ser afectado por la compañía directamente, se puede lograr un control a través de la selección de países destino de las exportaciones de sus productos, prestando mucha atención a sus características culturales para acercarse de manera apropiada a este nuevo mercado. Se mide mediante tres afirmaciones, como: “Esta empresa realiza actividades de exportación con países de características culturales similares a las del país de origen”, en la que se le solicita a los directivos que la evalúen, en una escala de graduación Likert de 1 a 5, con 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

~ Apoyo por parte del gobierno: Se elige este aspecto debido a que el Estado es el principal promotor que puede proveer una ayuda a los pequeños empresarios que representan el porvenir de la nación, y ya sea mediante la creación de programas de fomento, programas de financiamiento, o por medio del aumento de beneficios internos o externos al establecer acuerdos con otras naciones, puede permitir que las PYMES

obtengan los recursos necesarios para su expansión. La medición de esta variable se efectúa por medio de nueve preguntas de la encuesta propuesta, en la cual partiendo de una afirmación, como: “Los programas de apoyo gubernamental para el desarrollo de actividades de exportación se adecuan a las necesidades de esta empresa.”, se le solicita a los directivos que la evalúen, en una escala de graduación Likert de 1 a 5, con 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Encuesta propuesta

Esta encuesta tiene como propósito suministrar información para la investigación sobre los “*Determinantes del éxito exportador de las pequeñas y medianas empresas en Santander, Colombia*”; la cual es realizada en base a un estudio general con fines académicos, y por tal motivo la respuesta otorgada por cada compañía será de carácter confidencial. Así el producto de la misma será analizado en conjunto con todas las empresas y no de manera individual. Una vez concluido el trabajo, usted recibirá los resultados de la investigación.

Para cada una de las siguientes aseveraciones se solicita que usted indique su grado de acuerdo o desacuerdo acorde a la siguiente escala:

1. Totalmente en desacuerdo.
2. En desacuerdo.
3. Neutral.
4. De acuerdo.
5. Totalmente de acuerdo.

| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|--|---|---|---|---|---|
| 1. | Esta empresa desarrolló desde su inicio una estrategia de exportación. | | | | | |
| 2. | Esta empresa realiza actividades comerciales con países de altos ingresos. | | | | | |
| 3. | Esta empresa realiza actividades de exportación con países de características culturales similares a las del país de origen. | | | | | |
| 4. | Esta empresa realiza actividades de exportación con países con los cuales no existe ningún acuerdo comercial. | | | | | |

| | | | | | | |
|-----|---|--|--|--|--|--|
| 5. | Esta empresa ha aumentado su competitividad a través del desarrollo de las actividades de exportación. | | | | | |
| 6. | Esta empresa ha mejorado su posicionamiento nacional a través de las actividades de exportación. | | | | | |
| 7. | Esta empresa destina recursos significativos para el desarrollo de los mercados externos. | | | | | |
| 8. | Esta empresa destina recursos significativos a Investigación y Desarrollo (I+D) para mejorar su competitividad en el mercado internacional. | | | | | |
| 9. | Esta empresa destina recursos significativos para el mejoramiento de los procesos de producción. | | | | | |
| 10. | Esta empresa destina recursos significativos para la certificación de sus procesos de producción. | | | | | |
| 11. | Esta empresa destina recursos significativos para el desarrollo de sus canales de distribución en mercados externos. | | | | | |
| 12. | Esta empresa destina recursos significativos para el desarrollo de las relaciones con los clientes. | | | | | |
| 13. | Esta empresa realiza actividades de gestión con el fin de mejorar su relación con los proveedores. | | | | | |
| 14. | Este departamento cuenta con disponibilidad de proveedores para realizar las actividades de exportación. | | | | | |
| 15. | Este departamento cuenta con proveedores de calidad de acuerdo a requerimientos del mercado. | | | | | |
| 16. | Los instrumentos de financiamiento de la banca privada se adecuan al ciclo de negocios de esta empresa. | | | | | |
| 17. | Los instrumentos de financiamiento de la banca privada han facilitado el desarrollo de las actividades de exportación de esta empresa. | | | | | |
| 18. | Los programas de apoyo gubernamental para el desarrollo de actividades de exportación se adecuan a las necesidades de esta empresa. | | | | | |

| | | | | | | |
|-----|--|--|--|--|--|--|
| 19. | Los incentivos otorgados por la DIAN en el desarrollo de actividades de exportación se adecuan a las necesidades de esta empresa. | | | | | |
| 20. | Los instrumentos de apoyo ofrecidos por PROEXPORT para el desarrollo de actividades de exportación se adecuan a las necesidades de esta empresa. | | | | | |
| 21. | Esta empresa destina recursos humanos suficientes para el desarrollo de la actividad exportadora. | | | | | |
| 22. | Esta empresa posee recursos humanos enfocados específicamente en el desarrollo de la actividad exportadora. | | | | | |
| 23. | El personal de esta empresa dedicado al desarrollo de las actividades de exportación tiene experiencia en el campo internacional. | | | | | |
| 24. | El personal de esta empresa dedicado al desarrollo de las actividades de exportación maneja más de un idioma. | | | | | |
| 25. | El ejecutivo principal de esta empresa se encuentra satisfecho con la rentabilidad de las exportaciones. | | | | | |
| 26. | El ejecutivo principal de esta empresa se encuentra satisfecho con las ventas de exportación. | | | | | |
| 27. | El ejecutivo principal de esta empresa se encuentra satisfecho con la participación en el mercado internacional. | | | | | |
| 28. | Este país posee una infraestructura vial altamente competitiva de acuerdo a los requerimientos del mercado. | | | | | |
| 29. | Este país posee una infraestructura portuaria altamente competitiva de acuerdo a los requerimientos del mercado. | | | | | |
| 30. | Este departamento posee una infraestructura aeroportuaria altamente competitiva de acuerdo a los requerimientos del mercado. | | | | | |

* *Aspectos generales:*

31. ¿Cuál fue el año de creación de su empresa? _____

32. ¿En qué año su empresa inició su actividad exportadora? _____

33. ¿A cuántos países dirige sus exportaciones actualmente?

| Número de países | |
|------------------|--|
| 1 o 2 países | |
| 3 o 4 países | |
| 5 o 6 países | |
| 7 o más países | |

34. A continuación, por favor mencione dos de los principales países destino de sus exportaciones:

35. ¿Su empresa ha utilizado programas de apoyo gubernamental para el desarrollo de las actividades de exportación? (si es así señálelo y evalúelo en la siguiente pregunta)

| | | | | | | |
|------------|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| 36. | El programa utilizado ha sido de gran apoyo para la actividad de exportación. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------|---|----------|----------|----------|----------|----------|

37. ¿Su empresa se ha beneficiado de los incentivos otorgados por la DIAN en el desarrollo de las actividades de exportación? (si es así señálelo y evalúelo en la siguiente pregunta)

| | | | | | | |
|------------|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| 38. | El incentivo recibido ha sido de gran apoyo para la actividad de exportación. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------|---|----------|----------|----------|----------|----------|

39. ¿Su empresa ha utilizado instrumentos de apoyo ofrecidos por PROEXPORT para el desarrollo de las actividades de exportación? (si es así señálelo y evalúelo en la siguiente pregunta)

| | | | | | | |
|------------|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| 40. | El instrumento utilizado ofrecido por PROEXPORT ha sido de gran apoyo para la actividad de exportación. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------|---|----------|----------|----------|----------|----------|

41. ¿Qué porcentaje de las ventas totales representan las exportaciones de su empresa?

42. ¿Cuál es la clasificación de su empresa actualmente?

| Número de empleados | | Valor de activos (Salarios Mínimos Legales) | |
|---------------------|--|--|--|
| 1 - 10 | | 1 - 500 | |
| 11 - 50 | | 501 - 5.000 | |
| 51 - 200 | | 5.001 - 30.000 | |
| 201 o más | | 30.001 o más | |

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Milesi, D., Moori, V., Yoguel, G. (2007). *Estudio comparado sobre el éxito exportador PYME en Argentina, Chile y Colombia*. FUNDES, Pg. 262.

Milesi, D., Aggio, C. (2008). *Éxito exportador, Innovación e Impacto social: Un estudio exploratorio de PYMES exportadoras latinoamericanas*. Banco Interamericano de Desarrollo, FUNDES, Pg. 160.

Jardón, C. (2011). *Innovación empresarial y territorio: Una aplicación a Vigo y su área de influencia*. EURE, Vol. 37, N°112, Pg. 115 – 139.

Mañodes, S. (2012). *Factores críticos de éxito en las pequeñas y medianas empresas exportadoras de la región del Bío Bío*. Universidad Católica de la Santísima Concepción. Informe de tesis, Pg. 80.

Loecker, J. (2007). *Do exports generate higher productivity? Evidence from Slovenia*. Journal of International Economics, Vol. 2007, N°73, Pg. 69 – 98.

Sousa, C. (2004). *Export Performance Measurement: An Evaluation of the Empirical Research in the Literature*. Academy of Marketing Science Review, Vol. 2004, N°09, Pg. 22.

Singh, D. A. (2009). *Export performance of emerging market firms*. International Business Review, Vol. 2009, N°18, Pg. 321 – 330.

Chen, H., Hsu, C. (2010). *Internationalization, resource allocation and firm performance*. Industrial Marketing Management, Vol. 2010, N°39, Pg. 1103 – 1110.

- Serra, F., Pointon, J., Abdou, H. (2012). *Factors influencing the propensity to export: A study of UK and Portuguese textile firms*. International Business Review, Vol. 2012, N°21, Pg. 210 – 224.
- Papadopoulos, N., Martín, O. (2010). *Toward a model of the relationship between internationalization and export performance*. International Business Review, Vol. 2010, N°19, Pg. 388 – 406.
- Eileen, B. (2003). *Why Don't Firms Export More? Product Quality and Colombian Plants*. Department of Economics, University of California Santa Cruz, Pg. 30.
- Martínez, J. (2006). *Factores críticos para el desempeño exportador de las PYME*. TEC Empresarial, Vol. 1, N°1, Pg. 32 – 37.
- López, R. (2006). *Relaciones entre la experiencia exportadora y el desempeño productivo de la industria colombiana*. Desarrollo y Sociedad, Vol. 2006, N°57, Pg. 43 – 75.
- Alemán, F. (2006). *Importancia de las MIPYMES en las aglomeraciones empresariales: Una estrategia para el desarrollo regional en Colombia*. Universidad Militar Nueva Granada. Revista Facultad de Ciencias Económicas, Vol. 14, N°1, Pg. 173 – 186.
- Rodríguez, A. (2003). *La realidad de la PYME colombiana: Desafío para el desarrollo*. FUNDES, Pg. 186.
- Unidad de servicios de infraestructura. (2012) *Perfiles de Infraestructura y Transporte en América Latina. Caso Colombia*. CEPAL, Pg. 1 – 43.
- Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2012). *Santander. Reporte Sectorial*. Disponible en <<http://www.compitem360.com/>>
- Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2012). *Santander Exporta: Exportaciones totales año 2012*. Disponible en < <http://www.compitem360.com/>>
- Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2011). *Producto Interno Bruto: Santander 2011*. Disponible en < <http://www.compitem360.com/>>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2013). *Departamento de Santander*. Disponible en <<https://www.mincomercio.gov.co/>>