



Impacto de las Políticas públicas en las empresas de exportación de Latinoamérica y el Caribe

Revista Publicando, 4 No 11. (2). 2017, 492-503. ISSN 1390-9304

Impacto de las Políticas públicas en las empresas de exportación de Latinoamérica y el Caribe

Francisco Javier Guerra Procel¹, Maria Dolores Parra Robles²

1. Facultad de Economía, Universidad Central del Ecuador, fjuerra@uce.edu.ec

2. Departamento de Economía, Universitat Jaume I, mparra@uji.es

RESUMEN

Este artículo analiza las políticas públicas realizadas en países que pertenecen a Latinoamérica y el Caribe, y su impacto en el desempeño (ventas, crecimiento, rentabilidad) de las empresas de exportación. Los datos utilizados devienen del Banco Mundial (2015) de la base de datos denominada Enterprise Survey, para el año 2010, y está compuesta por encuestas realizadas a empresas del sector privado de las economías, tanto del sector manufacturero como el de servicios. Para analizar el impacto de los programas de fomento de la exportación se ha utilizado un modelo Probit, con lo cual se examina la probabilidad de exportación de las empresas que han participado en los programas de ayuda a la exportación, también, se utiliza un modelo Tobit para estudiar si la empresa que participa en este tipo de programas está correlacionada con el porcentaje de ventas; además se analiza los determinantes que hace que las empresas quieran participar en un futuro. Los resultados expresan, que las empresas que si han participado en los programas de promoción a las exportaciones, muestran mayor probabilidad para exportar, así como un mayor porcentaje de ventas destinadas a los mercados mundiales, y finalmente resalta que las empresas que ya han tenido participación en programas anteriores, son las que desean participar nuevamente en futuros programas de fomento a la exportación.

Palabras claves: Latinoamérica y el Caribe, políticas públicas, comercio internacional, empresas de exportación, programas de desarrollo empresarial.



**Impacto de las Políticas públicas en las empresas de exportación de
Latinoamérica y el Caribe**

Revista Publicando, 4 No 11. (2). 2017, 492-503. ISSN 1390-9304

Impact of Public Policies on Latin American Export Companies

ABSTRACT

This article analyzes the public policies carried out in Latin America and their impact on the performance (sales, growth, profitability) of export companies. The data used are of the World Bank for the database called the Enterprise Survey, for the year 2010, this is composed of surveys of private sector companies of the economies, in the manufacturing and services sectors. In order to analyze the impact of export promotion programs, a Probit model has been used, which examines the export probability of the companies that have participated in the export aid programs. In addition, a Tobit model to study if the company that participates in this type of programs is correlated with the percentage of sales, besides, it analyzes the determinants that makes the companies want to participate in a future. The results show that companies that have participated in export promotion programs are more likely to export, as well as a higher percentage of sales destined to world markets and finally, companies that have already participated in previous programs, are those who wish to participate again in future programs of export promotion.

Keywords: Latin America and Caribbean, public policies, international trade, export companies, business development programs.



1. INTRODUCCIÓN.

América Latina y el Caribe (ALC), a partir de los años 80, ingresan en un nuevo modelo económico-social comúnmente conocido como “Modelo hacia fuera”, mismo que tiene una base teórica neoclásica, en donde uno de sus postulados es el libre comercio (Williamson, 1997) y la región empezó a aplicar reducciones o eliminaciones a las barreras a las importaciones y el impulso a las exportaciones. En estos años, todos los países aplicaron políticas de ajuste estructural como la reducción de la participación del Estado, y en particular, la promoción de las exportaciones (Larrea, 1997). Es en este contexto que vuelve a adquirir importancia las políticas de promoción de las exportaciones, para que las empresas o la industria mejore su posición competitiva, en base a un mejor desempeño en sus resultados de exportación (Shamsuddoha, Ali, y Ndubisi, 2009). en particular impulsando la diversificación, por ser fuente de crecimiento de largo plazo, y con su profundización, crea nuevas ventajas comparativas, potencia la incorporación de un mayor conocimiento, e influye en la transformación productiva y exportadora de las firmas (CEPAL, 2008), además de que crean empleos domésticos, caracterizados por salarios y productividades más altas, y al crecer y diversificar su producción y sus mercados con productos de mayor calidad provocadas por la intensa competencia, con nuevas tecnologías y mayor intensidad en el capital (Bernard y Jensen, 1995), se mejora la balanza comercial ayudando a la estabilidad y al desarrollo económico del país (Naidu, Cavusgil., Murthy, y Sarkar, 1997; Archer y Maser, 1989) más aún si son PYME, porque su participación en la economía es fundamental por la importancia que tienen en la estructura económica y en la generación de empleo (Seringhaus y Botschen, 1991) por lo cual, hay un gran interés en el apoyo gubernamental.

Las razones que justifica la presencia estatal en la promoción a las exportaciones, son los fallos del mercado conocidos como “barreras de entrada” como la información imperfecta (Artopoulos, A., Friel D., Hallack J., 2014), barreras considerada como la más importante, en especial para las pequeñas empresas, porque les es difícil soportar los costos fijos que conlleva el localizar y analizar los mercados extranjeros, conocer las prácticas comerciales extranjeras, las preferencias de los consumidores; oportunidades de negocio; contactos con clientes, acceso a la distribución, canales de publicidad, entre otros; lo que hace que la información tenga un alto impacto en la exportación, porque una información



Impacto de las Políticas públicas en las empresas de exportación de Latinoamérica y el Caribe

Revista Publicando, 4 No 11. (2). 2017, 492-503. ISSN 1390-9304

relevante, y oportuna es un insumo clave para las decisiones eficaces de marketing (Carballo, Gallo y Volpe, 2012. Kang, 2011)

A nivel mundial, en la literatura sobre el tema de las Políticas Estatales de Promoción a las Exportaciones (PEPE), aparecen varias maneras de ayudas a la exportación, entre la que se destaca: las Agencias de Promoción a las Exportaciones (APE), demostrando su efectividad, por ejemplo; Lederman, Olarreaga, y Payton (2009), estudian el impacto de las APE y sus estrategias, basándose de 103 países industrializados y no industrializados; y expresan que en promedio, las APE tienen un efecto positivo y estadísticamente significativo sobre las exportaciones, y son eficaces porque un aumento del 10 por ciento de los presupuestos de las APE como promedio, conduce a un aumento de 0,6 a 1 por ciento en las exportaciones, con la existencia de rendimientos de escala decrecientes con relación a los mencionados presupuestos.

Para el caso de América Latina, en un trabajo realizado por Gallo, Volpe y Carballo (2010), analizan a las PEPE y como afectan al comercio bilateral en los márgenes de comercio intensivo (mismos mercados y/o los mismos productos) que daría lugar a la concentración de la matriz de exportación y extensivo (nuevos mercados y/o nuevos productos) que daría lugar a la diversificación de la matriz, para el período 1995-2004, y sus resultados sugieren que en el caso de las APE, ayudan a incrementar el comercio bilateral a lo largo de ambos márgenes.

Volpe (2010), realiza una síntesis como hechos estilizados sobre la efectividad de las acciones de las APE de varios países de América Latina, obteniendo que las APE tienen un impacto mayor sobre el margen extensivo tanto de países como de productos, que el impacto es mayor en las empresas que venden solo bienes diferenciados, su efecto se aprecia más para las empresas más pequeñas y con menor experiencia y como estrategias de apoyo, también manifiesta, que el acompañamiento integral a lo largo del proceso, es más efectivo que con acciones aisladas.

Además, existen estudios particulares que evidencian los efectos de las APE en los distintos segmentos de tamaño de la empresa, como el de Carballo et, al, (2012), para las empresas argentinas durante el período 2002-2006, para programas dirigidos a las PYME, la agencia se denomina Fundación ExportAR, y cuyos recursos se utilizan para financiar la formación en el proceso de exportación; inteligencia de mercado para generar información básica identificando oportunidades comerciales, co-financiación de eventos de marketing como ferias, exposiciones y misiones; organiza reuniones con potenciales



Impacto de las Políticas públicas en las empresas de exportación de Latinoamérica y el Caribe

Revista Publicando, 4 No 11. (2). 2017, 492-503. ISSN 1390-9304

compradores extranjeros; apoya a la asociación de pequeñas empresas, entre otras, y al analizar la relación entre el tamaño de las empresas y el tamaño de estos impactos, encuentran que estos efectos son de hecho más grandes para las empresas más pequeñas.

Un estudio de Álvarez (2004), analiza a las firmas chilenas y tiene como objetivo, analizar los efectos de la promoción de exportaciones en el desempeño exportador para lo cual utiliza varios estudios realizados desde 1990 y manifiesta que existen fallos de mercado en problemas de información y en las externalidades tecnológicas y la Agencia PROCHILE, ha tendido a favorecer el desempeño exportador de las firmas. El autor concluye que los efectos del apoyo gubernamental son variados y su resultado va a depender del tipo de instrumento, del indicador de desempeño evaluado y de las características de las empresas. También para el caso de Chile, Viola, Etchebarne y Bustos (2011), evalúan el impacto de uno de los programa de las APE: la asistencia de marketing de exportación, en una región específica, la Aracaunía chilena y para sectores específicos, el agrícola y forestal y concluyen que el instrumento manifestado, al ser utilizado, ha tenido un impacto positivo en el monto de las exportaciones de las empresas, pero los resultados en su mayoría no son estadísticamente significativos a excepción de la etapa que comprende entre la internacionalización y el desempeño exportador; es decir, a medida que las empresas llegan a países psicológicamente distantes (distinta cultura, desarrollo industrial, prácticas empresariales) a la vez mejoran sus indicadores de desempeño exportador.

2. METODOS.

De la revisión de la literatura se desprende que, los países de ALC han llevado a cabo programas de apoyo a las exportaciones y en este estudio, se ha utilizado datos de Bolivia, Colombia, Costa Rica, Chile, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Venezuela, para analizar la relación existente entre la participación de las empresas exportadoras Latinoamericanas y el Caribe, en programas de fomento a la exportación al 2010 y el efecto que produce el haber participado en programas desde los tres años atrás (del 2010) y su participación exportadora actual, también se estudia, si al participar en algún programa estatal de apoyo a la exportación en los últimos tres años, tenga como efecto que esa empresa obtenga un mayor porcentaje de sus ventas, destinadas a los mercado mundiales y finalmente, se analiza las principales variables a la hora de decidir participar en programas de fomento a la exportación. Los datos que se han utilizado, devienen de la base de datos del Banco



Impacto de las Políticas públicas en las empresas de exportación de Latinoamérica y el Caribe

Revista Publicando, 4 No 11. (2). 2017, 492-503. ISSN 1390-9304

Mundial denominado “Enterprise Surveys” para el año 2010, tomando en cuenta que analizan desde tres años atrás,

Este análisis es llevado a cabo sobre la base de la siguiente ecuación:

$$\begin{aligned} Pr(exp_{i,t} = 1) = & Pr(\beta_0 + \beta_1 \ln(tamaño_{i,t}) + \beta_2 \ln(edad_{i,t}) + \\ & \beta_3 \ln(propiedad_{i,t}) + \beta_4(exportprogram_{i,t-3}) + \beta_5(innprog_{i,t-3}) + \\ & \beta_6(bussprog_{i,t-3}) + \beta_7(assisprog_{i,t-3}) + \gamma_k + \delta_r + u_{i,t} > 0) \end{aligned} \quad (1)$$

En donde: $Pr(exp_{i,t} = 1)$ = variable dependiente que denota la probabilidad, de la empresa i a exportar. Es variable dicotómica que toma valor 1, si la empresa exporta sus productos en el año t , y en caso contrario toma el valor de 0. \ln = logaritmo neperiano del valor de la variable. Los sufijos: i = hace referencia a la empresa, t = hace referencia a los años, k = hace referencia a cada una de las industrias y r = hace referencia a los países.

Como variables de control se incluyen: $tamaño_{i,t}$ = mide el tamaño de la empresa, a través del promedio de trabajadores. $edad_{i,t}$ = mide la edad de la empresa, por medio del número total de años que la empresa está constituida. $propiedad_{i,t}$ = expresa si la empresa cuenta con propiedad extranjera, por medio del porcentaje de la empresa, que es propietaria de capital extranjero.

Además, se han añadido tres variables, que estarían afectando al incremento de la competitividad de las empresas, y el deseo de participar en los mercados mundiales. $innprog_{i,t-3}$ = variable dicotómica, que toma valor de 1, si la empresa manifiesta que si ha participado en los últimos tres años, en alguno de los programas de fomento de la “innovación empresarial” y en caso contrario es 0. $bussprog_{i,t-3}$ = variable que toma valor de 1, si la empresa manifiesta que ha participado en los últimos tres años, en alguno de los programas de fomento para la creación de alianzas, con proveedores o clientes y 0 en el caso contrario. $assisprog_{i,t-3}$ = toma el valor de 1, si la empresa manifiesta que ha participado en los tres últimos años, en algún programa de “asistencia técnica” y en caso contrario 0, $exportprogram_{i,t-3}$ = variable que toma el valor de 1, si la empresa declara que ha participado en los tres últimos años, en alguna PEPE y en caso contrario 0.



Impacto de las Políticas públicas en las empresas de exportación de Latinoamérica y el Caribe

Revista Publicando, 4 No 11. (2). 2017, 492-503. ISSN 1390-9304

Finalmente, en la ecuación (1), también se incluyen variables de industria y de país, con el objetivo de controlar aquellos efectos que le sean propios de cada industria y país, como su ubicación geográfica.

Tomando en cuenta que, debido a que la variable dependiente es una variable dicotómica, se utiliza un modelo Probit para estimar la ecuación (1), es decir; se ha utilizado este modelo para analizar la probabilidad de exportar de las empresas que participan en este tipo de programas.

De modo adicional, se analiza la consecuencia que tienen estos programas, midiendo su impacto sobre el porcentaje exportado, es decir; se estudia si la participación en los programas, tiene correlación con el porcentaje de ventas, variable dependiente, porcentaje de exportaciones sobre las ventas totales. El método de estimación utilizado es un modelo Tobit censurado, de 0 a 100.

La ecuación es la siguiente;

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

En donde: solo la variable dependiente es distinta a las manifestadas anteriormente en la ecuación (1), esta variable utiliza el porcentaje de ventas que se destina a la exportación,

Finalmente, para analizar las variables que determinan el que las empresas quieran participar en algún programa de fomento a la exportación, se realiza utilizando un modelo Probit, donde la variable dependiente resulta ser una variable dicotómica que toma valor 1 si la empresa manifiesta querer participar en los próximos tres años en programas de fomento de las exportaciones, y 0 en caso contrario.

De esta manera, podemos ver qué pasa a nivel general en dicha región y analizar si estos programas han tenido un impacto real sobre la mejora de la participación de las empresas de ALC en los mercados internacionales.

3. RESULTADOS

Los resultados de la Tabla 1, nos muestran como el haber participado en los últimos tres años en alguno de los programas, incrementa la probabilidad de exportar de las empresas de ALC.



Impacto de las Políticas públicas en las empresas de exportación de Latinoamérica y el Caribe

Revista Publicando, 4 No 11. (2). 2017, 492-503. ISSN 1390-9304

En cuanto al resto de variables, vemos como las empresas de mayor tamaño, las que tienen más años de funcionamiento y aquellas que tienen participación de capital extranjero tienen mayor probabilidad de exportar que las pequeñas, las empresas más jóvenes o aquellas que son exclusivamente de capital nacional.

Tabla 1.

Modelo Probit para todos los países ALC.

Variables	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
ltamaño _{i,t}	0.301*** (0.0137)	0.343*** (0.0133)	0.344*** (0.0131)	0.335*** (0.0135)	0.303*** (0.0143)
ledad _{i,t}	0.0500** (0.0248)	0.0462* (0.0237)	0.0498** (0.0236)	0.0495** (0.0236)	0.0512** (0.0248)
propiedad _{i,t}	0.560*** (0.0526)	0.569*** (0.0499)	0.560*** (0.0500)	0.558*** (0.0496)	0.563*** (0.0530)
exportprogram _{i,t-3}	1.072*** (0.0412)				1.083*** (0.0437)
innprog _{i,t-3}		0.135*** (0.0358)			-0.0955** (0.0412)
bussprog _{i,t-3}			0.178*** (0.0360)		-0.0172 (0.0408)
assisprog _{i,t-3}				0.216*** (0.0383)	0.0569 (0.0430)
constante	-2.693*** (0.814)	-2.670*** (0.677)	-2.703*** (0.710)	-2.736*** (0.724)	-2.659*** (0.848)
País	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Industria	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
observaciones	8,692	8,694	8,697	8,713	8,616
Pseudo R2	0.337	0.263	0.264	0.266	0.336
Log	-3184	-3533	-3537	-3536	-3161

Errores estándar robustos en paréntesis

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

En la Tabla 2, se analiza el efecto que tiene el haber participado en los programas de fomento de las exportaciones de la región de ALC, y observamos que las empresas que cuentan con más años de experiencia, son las que menor porcentaje de exportaciones presentan respecto al volumen total de ventas, es decir, están más centradas en los mercados internos de sus países. Por otro lado, observamos que el haber participado en años anteriores en programas de asistencia técnica, no afecta al porcentaje de exportaciones, sino que, lo hacen solamente incrementando la probabilidad de exportar.

Tabla 2.

Modelo Tobit para todos los países de ALC.

Variables	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
ltamaño _{i,t}	2.001*** (0.149)	2.773*** (0.155)	2.768*** (0.154)	2.771*** (0.157)	2.157*** (0.156)



Impacto de las Políticas públicas en las empresas de exportación de Latinoamérica y el Caribe

Revista Publicando, 4 No 11. (2). 2017, 492-503. ISSN 1390-9304

edad _{i,t}	-1.418*** (0.273)	-1.367*** (0.283)	-1.324*** (0.283)	-1.286*** (0.283)	-1.408*** (0.274)
propiedad _{i,t}	7.690*** (0.632)	8.499*** (0.655)	8.456*** (0.655)	8.474*** (0.654)	7.821*** (0.634)
exportprogram _{i,t-3}	13.71*** (0.528)				14.09*** (0.549)
innprog _{i,t-3}		0.829* (0.438)			-1.078** (0.462)
bussprog _{i,t-3}			1.341*** (0.442)		-0.351 (0.458)
assisprog _{i,t-3}				0.617 (0.455)	-0.959** (0.472)
constante	-2.620 (1.757)	-3.844** (1.843)	-4.173** (1.836)	-3.953** (1.840)	-1.319 (1.790)
País	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Industria	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Observaciones	8,692	8,694	8,697	8,713	8,616
Log Likelihood	-37430	-37761	-37770	-37831	-37087

Errores estándar robustos en paréntesis

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

Finalmente, en la Tabla 3, se muestran los resultados del modelo Probit para analizar; que probabilidad hay de que una empresa participe en el futuro en los programas de apoyo a la exportación propuestos por los países de la región. En este caso vemos como las empresas de mayor tamaño, las que son más jóvenes y las que tienen menor peso de capital extranjero son las que tienen una mayor probabilidad de participar en un futuro en estos programas. Así como el haber participado de otro tipo de programa también incrementa la probabilidad de participar en un futuro en programas de apoyo a las exportaciones al igual que haber participado de este en los últimos tres años. Y por último, las empresas que ya participan de los mercados internacionales son las que tienen mayor probabilidad de participar en programas de apoyo a la exportación.



Tabla 3.

Probabilidad de participar en el futuro.

Variables	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
ltamaño _{i,t}	0.0376* (0.0216)	0.0515*** (0.0198)	0.0687*** (0.0195)	0.0486** (0.0198)	0.00170 (0.0226)
ledad _{i,t}	-0.125*** (0.0353)	-0.118*** (0.0308)	-0.107*** (0.0307)	-0.110*** (0.0307)	-0.127*** (0.0357)
propiedad _{i,t}	-0.391*** (0.0770)	-0.294*** (0.0661)	-0.317*** (0.0662)	-0.318*** (0.0655)	-0.410*** (0.0774)
exportprogram _{i,t-3}	2.073*** (0.0853)				1.982*** (0.0866)
innprog _{i,t-3}		0.478*** (0.0454)			0.211*** (0.0548)
bussprog _{i,t-3}			0.434*** (0.0455)		0.143*** (0.0546)
assisprog _{i,t-3}				0.436*** (0.0471)	0.177*** (0.0551)
xo _{i,t}	0.411*** (0.120)	0.844*** (0.100)	0.825*** (0.0999)	0.815*** (0.0996)	0.428*** (0.122)
mo _{i,t}	0.0130 (0.0642)	0.108* (0.0594)	0.107* (0.0591)	0.0781 (0.0595)	-0.000428 (0.0652)
xm _{i,t}	0.254*** (0.0766)	0.713*** (0.0657)	0.694*** (0.0657)	0.698*** (0.0653)	0.263*** (0.0774)
País	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Industria	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
constante	-0.524 (0.720)	-0.679 (0.711)	-0.959 (0.678)	-0.921 (0.708)	-0.668 (0.712)
observaciones	3,871	3,863	3,868	3,869	3,841
Pseudo R2	0.285	0.119	0.115	0.113	0.293
Log pseudolikelihood	-1888	-2323	-2336	-2341	-1852

Errores estándar robustos en paréntesis

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

4. CONCLUSIONES

Los resultados concluyen que las empresas que han participado de programas de fomento a la exportación realizadas en las PEPE, han visto mejorada su capacidad exportadora tanto incrementado su probabilidad de exportar como un mayor porcentaje de ventas destinado a mercados internacionales

Además, los resultados muestran que las empresas que ya han participado anteriormente en otros programas de fomento a la exportación, o de mejora empresarial, son las que están dispuestas a seguir participando en los siguientes años en futuras ediciones de programas realizados como PEPE, y de la misma manera, las empresas que ya están en exportando y que cuentan con experiencia en los mercados internacionales independientemente de si son exportados o importadores.



Impacto de las Políticas públicas en las empresas de exportación de Latinoamérica y el Caribe

Revista Publicando, 4 No 11. (2). 2017, 492-503. ISSN 1390-9304

Todo esto, pone de manifiesto que estos programas podrían estar mejorando la competitividad de las empresas a la hora de participar de los mercados extranjeros, aunque para poder afirmarlo, categóricamente necesitaríamos de un análisis en mayor detalle, que analizase realmente su impacto sobre la productividad empresarial de las empresas participantes, tema que sale del ámbito de este estudio.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, R. (2004). 'Sources of export success in small and medium-sized enterprises: the impact of public programs'. *International Business Review*. 13 (3), 383-400.
- Archer, S., and Maser, S. (1989). State export promotion for economic development. *Economic Development Quarterly*, 3(3), 235-42.
- Artopoulos, A., Friel, Daniel., y Hallak J. (2014). Levantando el velo doméstico: el desafío de exportar bienes diferenciados a países desarrollados. *Desarrollo Económico*, (53) 211. 285-311.
- Banco Mundial (2016). <http://data.worldbank.org/data-catalog/enterprise-surveys>.
Noviembre.
- Bernard, A.B. y Jensen, J. (1995). "Exporters, Jobs, and Wages in U.S Manufacturing: 1976-1987," *Brookings Papers on Economic Activity: Microeconomics*, 67-119.
- Gallo, A., Volpe, C., y Carballo J., (2010). The impact of export promotion institutions on trade: is it the intensive or the extensive margin?. *Inter-American Development Bank. IDB. Working Paper Series No. IDB-WP-199*. August.
- Carballo, J., Gallo, A., y Volpe., C. (2012). Public programs to promote firms' exports in developing countries: are there heterogeneous effects by size categories? *Applied Economics*, 44(4), 471-491.
- Kang, K. (2011). Overseas network of export promotion agency and export performance: the Korean case. *Contemporary economic policy*, 29 (2), 274-283.
- Larrea Carlos. (1997). Pobreza, Inequidad y Desarrollo en el Ecuador Contemporáneo." *Revista Economía y Humanismo* 4(2), 82-99.
- Lederman, D., Olarreaga M., Payton L. (2009). Resums. World Bank. Policy Research Working Paper 5125. November.
- Naidu, G., Cavusgil, S., Murthy, B., y Sarkar M. (1997). An export promotion model for India: Implications for public policy. *International business review*, 6(2), 113-125.



**Impacto de las Políticas públicas en las empresas de exportación de
Latinoamérica y el Caribe**

Revista Publicando, 4 No 11. (2). 2017, 492-503. ISSN 1390-9304

- N.U. CEPAL (2008). La transformación productiva 20 años después. Viejos problemas nuevas oportunidades. Naciones Unidas • Santiago de Chile. 5, 346.
- Seringhaus, F., and Botschen, G. (1991). Cross-national comparison of export promotion services: the views of Canadian and Austrian companies, *Journal of International Business Studies*, 22(1) 1, 115-133.
- Shamsuddoha A., Ali M. Y., & Ndubisi, N. O. (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.
- Viola, V. Etchebarne, M. Bustos, y Luis H. (2011). Promoción de exportaciones en el ámbito público: su impacto en el desempeño exportador a nivel de la firma. *Academia, Revista Latinoamericana de Administración*, 47, 1-17.
- Volpe Christian (2010) «Odisea en los mercados internacionales. Una evaluación de la efectividad de la promoción de exportaciones en América Latina y el Caribe». Banco Interamericano de Desarrollo. Washignton D.C.
- Williamson John (1997). “The Washington Consensus revisited”, *Economic and social Development into the XXI Century*, Louis Emmerij (comp.) Washington, D.C. Inter-American Development Bank. IDB. The Johns Hopkins University Press.