

**RELEVAMIENTO DE ESTUDIOS SOBRE LA EFECTIVIDAD DE LOS
INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES**

TABLA 1. ESTUDIOS SOBRE LA EFECTIVIDAD DE LOS INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

Autor(es)	Año	País objeto	Indicadores de medición de efectividad	Subjetividad medición de efectividad	Resultados (relación uso de PPE con desempeño de X)
Pointon	1978	GB	Económicos	Subjetiva	Sig* y positivo
Coughlin & Cartright	1987	USA	Económicos	Objetiva	Sig y positivo
Weaver, Berkowitz & Davies	1998	Noruega	Económicos	Subjetiva	Sig y negativo
Wilkinson & Brouthers	2000	USA	Económicos	Objetiva	Mixtos (sig y positivos ferias comerciales; sig y negativos misiones comerciales y actividades de información de mercados)
Gencturk & Kotabe	2001	USA	Económicos y Estratégicos	Objetiva y subjetiva	Mixtos (no sig dim** Económicos; sig y positivos dim estratégicas)
Stottinger & Holzmuller	2001	USA	Económicos	Subjetiva	No significativos
Spence	2003	GB	Económicos	Subjetiva	Sig y positivos
Francis & Collins-Dodd	2004	Canadá	Económicos	Objetiva	No significativos
Alvarez	2004	Chile	Económicos	Subjetiva	No significativos
Wilkinson, Keillor & d'Amico	2005	USA	Económicos	Objetiva	Sig y positivos
Lages & Montgomery	2005	Portugal	Económicos	Subjetiva	Mixtos (efectos directos sig; efectos totales no sig)
Rose	2005	22	Económicos	Objetiva	Sig y positivos
Shamsuddoha & Ali	2006	Bangladesh	Económicos	Subjetiva	Sig y positivos
Wilkinson & Brouthers	2006	USA	Económicos	Subjetiva	Sig y positivos
Gil-Pareja, et. al.	2008	España	Económicos	Objetiva	Sig y positivos
Martincus & Carballo	2010	Uruguay	Económicos	Objetiva	Diversificación: Sig y positivos
Geldres et. al.	2011	Chile	Económicos	Objetiva	Cambio en las X: no sig y positivos; X acumuladas: Sig y positivos
Freixanet	2012	España (Catalunia)	Económicos, Relacionales, Estratégicos & Organizacionales	Subjetiva	Diversificación: Sig y positivos; Económicos: no sig
Cadot, et. al.	2012	Tunes	Económicos & Diversificación	Objetiva	Económicos: Sig y positivos en el corto plazo, pero luego vuelve a valores anteriores. Diversificación.: sig y positivos
Durmusoglu et. Al.	2012	Turquía	Económicos, Relacionales, Estratégicos & Organizacional	Subjetiva	Sig y positivos

Kanda, et. al.	2013	Suecia	Económicos & Organizacionales	Subjetiva	Positivo cuando participaron de más de un PPE
Freixanet & Ayob	2014	Malasia	Económicos & Estratégicos	Subjetiva	Económicos: no tiene impacto. Estratégica: positivo
Figal, et. al.	2014	Brasil (Minas Gerais y San Pablo)	Económicos	Objetiva	Sig y positivos
Faroque & Takahashi	2015	Bangladesh	Económicos	Objetiva y subjetiva	No sig y positivos
Geldres-Weiss & Carrasco-Roa	2016	Chile	Económicos	Objetiva	No sig y positivos

Fuente: Durmusoglu et. al. (2012), p. 681; Geldres-Weiss, V. & Carrasco-Roa, J. A. (2016), p. 14 y recopilación del autor. * Sig: significativa **dim: dimensión

TABLA 2. TIPOS DE INSTRUMENTOS Y SERVICIOS DE PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

De promoción de conocimiento objetivo	De conocimiento experimental	Otros instrumentos (indirectos)
Materiales informativos sobre exportación (publicaciones, informes, portales web, etc.)	Exhibiciones de catálogo o feria comercial*	Representaciones diplomáticas en el exterior
Talleres y seminarios para exportar	Desarrollo de comercio y ventas	Agencias (nacionales o regionales) de promoción de las X en el exterior
Apoyo/consultoría 1:1 sobre exportación	Misiones comerciales y ferias patrocinadas*	
Apoyo/asistencia de oficinas de promoción en los estados mercados de exportación	Promoción internacional de los productos de las empresas	
Investigación de mercados	Seguro de crédito a las exportaciones	
Talleres de segundas lenguas	Presentaciones de compradores de las empresas importadoras*	
Asesoramiento financiero	Financiamiento de las exportaciones (subvención o préstamos)	
Disponibilidad de instalaciones e infraestructura para las exportaciones	Otros tipos de asistencia financiera, i.e. subsidios directos o indirectos como incentivos fiscales y exenciones del IVA	
	Apoyo a inversiones ¹	

Fuente: Rose (2005), Gil-Pareja (2008), Durmusoglu et. al. (2012) p. 686, & Freixanet & Ayob (2014)

*Actividades de promoción directa

¹ Por lo general se otorga a grandes empresas con experiencia en exportaciones que ya disponen o buscan presencia en el extranjero para efectivizar sus ventas (Freixanet, 2012).

REFERENCIAS

- Borooah, V.K. (2003) "Market Failure An Economic Analysis of its Causes and Consequences. Ulster: Ulster University Press". Disponible en http://www.borooah.com/Teaching/Microeconomics/Market_%20Failure.pdf
- Cadot, O., Fernandes, A. M., Gourdon, J. & Mattoo, A. (2012) "Are the Benefits of Export Support Durable? Evidence from Tunisia". CEPII, WP No 2012-30
- Coughlin, C. C. & Cartwright, P. A. (1987) "An examination of state foreign export promotion and manufacturing exports". *Journal of Regional Science*, 27, 439-449.
- Durmusoglu, S., Zamantili, D., Apfelthaler, G. & Alvarez, R. (2012) "The effect of government-designed export promotion service use on small and médium-sized Enterprise goal achievement: A multidimensional view of export performance". *Industrial Marketing Management* 41 (2012) 680-691.
- Faroque, A.R. & Takahashi, Y. (2015) "Export marketing assistance and born global performance: does export commitment matter?". *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 27, No. 3, pp.421–443.
- Figal, L., Maffioli, A., de Negri, J. A., Rodriguez, C. M. & Vázquez-Baré, G. (2014) "Cluster development policy, SME's performance, and spillovers: evidence from Brazil". *Small Business Economics*. DOI 10.1007/s11187-014-9620-2.
- Freixanet, J. & Ayob, A. H. (2014) "Insights into Public Export Promotion Programs in an Emerging Economy: the Case of Malaysians SMEs". *Evaluation and Program Planning* 46, 2014, 38–46.
- Freixanet, J. (2012) "Export promotion programs: Their impact on companies' internationalization performance and competitiveness". *International Business Review*, 21, 2012, 1065-1086.
- Geldres, V.V., Etchebarne, M.S. & Bustos, L.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*, Vol. 47, No. 2011, pp.1–17.
- Geldres-Weiss, V. & Carrasco-Roa, J. A. (2016) "Impact evaluation of national export promotion programs on export firms using contrast groups". *Journal of International Marketing*, abril 2016.
- Gil-Pareja, R, Llorca-Vivero, R. & Martínez-Serrano, J.A. (2008) "Measuring the Impact of Regional Export Promotion: The Spanish Case". *Regional Science*, 87, 1, 139–146.
- ITA – International Trade Administration (2016) "Market Development Cooperation Program". Disponible en <http://www.trade.gov/mdcp/> y <http://trade.gov/mdcp/About/About.html> .
- Kanda, W., Hjelm, O. & Mejía, S. (2013) "Governmental export promotion initiatives: Awareness, participation, and perceived effectiveness among Swedish environmental technology firms". *Journal of Cleaner Production*. DOI:10.2016.
- Lederman, D., Olarreaga, M., and Payton, L. (2010) "Export promotion agencies: Do they work?". *Journal of Development Economics* 91, 257-265.
- Presidencia República Oriental del Uruguay (2016) "Programa exportador para Pymes permitió que por cada dólar invertido retornen 9,3 dólares". Disponible en

<https://www.presidencia.gub.uy/comunicacion/comunicacionnoticias/uruguay-xxi-carambula-proexport-fodime>

Rose, A. (2005) "The Foreign Service and Foreign Trade: Embassies as Export Promotion". National Bureau of economic Research, Cambridge, MA. Working Paper 11111. NBER Working Paper Series.