

Algunos determinantes internos y externos del resultado exportador a nivel de firma: análisis de empresas agroindustriales uruguayas

Roberto Horta*

Resumen. En el presente trabajo se estudian algunos determinantes del resultado exportador de empresas agroindustriales en Uruguay, tema escasamente analizado en el país. En particular, se hace hincapié en algunos factores internos a la empresa, como las características empresariales y sus capacidades competitivas, y en las percepciones que los empresarios tienen de los factores del ambiente. Se utilizan medidas objetivas y subjetivas para operacionalizar el concepto de resultado exportador.

Palabras clave: resultado exportador, exportaciones, características empresariales, agroindustrias, Uruguay

Abstract. In this paper we study some determinants of export performance of agro-industrial firms in Uruguay, a topic rarely discussed in the country. In particular, we emphasize in some of the internal factors, such as firm characteristics and competitive abilities, and the perceptions that managers have of environmental factors. We use objective and subjective measures to operationalize the concept of export performance.

Key words: export performance, exports, firm characteristics, agribusiness, Uruguay

Códigos JEL: D22, L25, L66, L67

1. Introducción

La internacionalización de las empresas vía exportaciones se ha constituido en el modo más popular de entrada a los mercados exteriores, en el marco de una economía cada vez más globalizada e interrelacionada. Ello ha llevado a que sean numerosos los estudios e investigaciones tendientes a determinar los principales factores que explican el resultado exportador a escala de firma. Prueba de ello son, por ejemplo, los estudios que han buscado recopilar las

investigaciones que han analizado las diferentes variables que pueden llegar a influir en los resultados obtenidos por las empresas en su actividad exportadora (Bilkey, 1978; Madsen 1987; Aaby y Slater, 1989; Chetty y Hamilton, 1993; Zou y Stan, 1998; Leonidou, Katsikeas y Samiee, 2002; Gertner et al., 2006; Souza et al., 2008; Horta, 2010).

Las conclusiones a que arribaron los tres primeros trabajos citados se han considerado como aportes sustanciales que fueron paulando los posteriores y numerosos trabajos de

investigación sobre los factores determinantes del resultado exportador, los cuales han ido conformando un amplio conjunto de propuestas, modelos y teorías sobre los principales aspectos que inciden en la *performance* de la exportación. Todas estas investigaciones se han caracterizado también por su fragmentación y a veces por sus resultados contradictorios, lo que ha generado no poca confusión entre los investigadores. Como afirman diversos autores (Shoham, 1998; Zou, Taylor y Osland, 1998; Lages y Lages, 2004), no ha sido posible el acuerdo sobre un marco integrador de los factores que tienen incidencia en el resultado exportador.

La mayoría de los estudios han puesto el foco en los aspectos internos o controlables por las empresas, con una consideración bastante menor de los factores externos o del ambiente entre los determinantes del desempeño exportador, aunque cada vez se acepta más que en el resultado exportador inciden tanto factores internos a las empresas como factores externos a ellas, y que una adecuada investigación de los determinantes de la *performance* exportadora debe tratar de considerar ambos tipos de factores.

En esta dirección, el objetivo principal de este trabajo es analizar la incidencia de las características empresariales y las capacidades competitivas de las empresas, como dos de los factores internos más significativos, junto con aspectos del ambiente –factores externos–, en el resultado exportador de empresas agroindustriales en Uruguay.

El texto está organizado en seis secciones. Luego de esta introducción se presenta, en la segunda sección, una discusión teórica sobre el concepto de *resultado exportador*, su conceptualización y la forma de operacionalizar el concepto. En la tercera sección se analizan algunos determinantes internos de la *performance* exportadora, las características empresariales y las capacidades competitivas, como así también los factores externos a la empresa que pueden tener incidencia en el resultado exportador. La cuarta sección describe el proceso metodológico y el contraste empírico diseñado para

estudiar en qué medida esos factores explican el resultado exportador de las empresas agroindustriales uruguayas. La quinta sección presenta y discute los principales resultados obtenidos del contraste empírico, y en la sexta sección se resumen las principales conclusiones.

2. El resultado de la exportación

La literatura ha ido evolucionando a lo largo de los últimos treinta años, buscando aproximarse al fenómeno del resultado o rendimiento exportador, reconociendo que se trata de un concepto complejo y multidimensional, aunque no ha sido fácil encontrar un consenso durante este período.¹

Desde las propuestas de Bilkey (1978), Madsen (1987) y Aaby y Slater (1989), pasando por Gemünden (1991), Chetty y Hamilton (1993), Moini (1995), Matthyssens y Pauwels (1996), y llegando a las de Zou y Stan (1998), Alonso y Donoso (2000), Lages (2000), Katsikeas et al. (2000), Voerman (2003) y Carneiro et al. (2007), entre otros muchos autores, se comprueba una importante evolución sobre cómo conceptualizar y operacionalizar el resultado, éxito o rendimiento exportador.

La revisión de la literatura muestra que la forma más común ha sido conceptualizar el resultado exportador a través de medidas financieras. Ello implica deducir que el desempeño de una empresa de exportación debe medirse de la misma manera en que se miden, por ejemplo, las operaciones de comercialización, a saber: en términos financieros. Los estudios que han adoptado este punto de vista han medido el resultado de las exportaciones por indicadores tales como las ventas de exportación, el crecimiento exportador o la intensidad exportadora. Otra forma de conceptualizar el resultado de las exportaciones se basa en la captura de los resultados estratégicos de la

¹ En la literatura internacional se emplea, para definir el resultado de la actividad exportadora, el término *performance de exportación* (*export performance*).

exportación. El objetivo principal aquí es que las empresas tienen y se establecen muy a menudo un conjunto de objetivos estratégicos, así como se establecen los objetivos financieros, para sus actividades de exportación. Este punto de vista sostiene que el logro de los objetivos estratégicos, tales como la mejora de la competitividad, el aumento de la cuota de mercado o fortalecer una posición estratégica, debe ser considerado parte de los resultados de exportación. Junto con esta forma de conceptualizar el resultado exportador aparece la necesidad de medidas que demuestren o no cómo se alcanzan esos objetivos estratégicos. Una tercera aproximación al concepto del resultado exportador se orienta por el uso de medidas de la percepción o las actitudes del rendimiento de las exportaciones. La lógica detrás de esta conceptualización es que percepciones positivas hacia la exportación y/o satisfechas con las operaciones de exportación se constituyen en una fuerte indicación del éxito en la exportación. Los estudios con esta perspectiva tienden a utilizar como medida de los resultados de exportación la percepción sobre el éxito o no de las exportaciones o la satisfacción o insatisfacción con los resultados de la actividad de exportación de la empresa.

A la hora de medir la *performance* exportadora, Zou y Stan (1998) hicieron una distinción entre resultados financieros, resultados no financieros y medidas compuestas. Después de revisar el tema, Katsikeas, Leonidou y Morgan (2000) utilizaron una categorización de tres vías: medidas económicas (relacionadas con las ventas, con los beneficios y con la cuota de mercado), medidas no económicas (relacionadas con el mercado, con el producto y con otros conceptos) y finalmente medidas genéricas (grado de satisfacción con el resultado exportador, percepciones sobre el éxito de las exportaciones, y grado en que se han cumplido los objetivos de las exportaciones). Otras opciones encontradas en la literatura se refieren a dividir el rendimiento de las exportaciones en tres dimensiones: eficacia, eficiencia y adaptabilidad (Styles, 1998), o en las medidas relacionadas con las ventas, las medidas relacionadas con los beneficios y las medidas relacionadas con el crecimiento (Shoham 1998; 1999). Por otra parte, Alonso y Donoso (2000), al analizar la situación de las empresas exportadoras españolas, sugieren considerar las medidas de compromiso exportador, las medidas de dinamismo exportador, las medidas de rentabilidad exportadora y otras medidas de diversa naturaleza.

Tabla 1. **Conceptualización y medición del resultado exportador**

Enfoque / Dimensión	Objetivos	Indicadores
Resultados financieros y económicos	Rentabilidad exportadora	Ventas de exportación
		Crecimiento exportador
Resultados estratégicos	Mejora de la competitividad	Cumplimiento de los objetivos estratégicos
	Aumento de la cuota de mercado	
	Fortalecimiento de la posición estratégica	
Actitudes sobre el rendimiento exportador	Satisfacción con las operaciones de exportación	Percepción de los directivos sobre el comportamiento exportador

Fuente: Elaboración propia a partir de Zou y Stan (1998) y Papadopoulos et al. (2010).

A su vez, como afirman Matthyssens y Pauwels (1996), las opciones a la hora de operacionalizar el concepto de resultado exportador serían las de considerar múltiples medidas —la opción más común entre los investigadores— o construir medidas compuestas que abarquen las diferentes dimensiones del resultado exportador.²

En una investigación más reciente realizada por Sousa (2004), en la que se revisaron 43 estudios empíricos, se identificaron 50 aspectos operacionales del resultado exportador, los que se agruparon en dos grandes categorías: indicadores objetivos e indicadores subjetivos. Respecto al empleo de indicadores subjetivos, Brouthers et al. (2009), citando a diversos autores, sostienen que las medidas subjetivas de la *performance* exportadora pueden ser apropiadas cuando las empresas no proporcionan medidas objetivas (financieras), a la vez que algunas investigaciones muestran una buena correlación entre medidas objetivas y subjetivas del resultado exportador.

Por lo expuesto, nos encontramos, entonces, con un punto en el que todavía no hay consensos claros en la literatura. En esa línea de pensamiento, Carneiro, Da Roca y Ferreira (2007) afirman que las conclusiones a veces contradictorias e inconsistentes de las investigaciones sobre los determinantes del resultado exportador se deben, entre otras posibles razones, a esa amplia variedad de formas de conceptualizar, operacionalizar y medir el concepto de resultado exportador o desempeño de la exportación.

En un intento de resumir los diferentes aportes analizados, se podría concluir que: a) el resultado de las exportaciones, como concepto multidimensional, debe ser valorado a través de medidas objetivas (ventas, rentabilidad, crecimiento, etc.) y subjetivas (éxito percibido, satisfacción, logro de objetivos, etc.); b) los indicadores utilizados deben permitir medir el

resultado exportador a corto plazo (por ejemplo, ventas, crecimiento) y a largo plazo (por ejemplo, logro de objetivos en un horizonte temporal); c) las medidas empleadas deben tratar de reflejar las percepciones directivas sobre los resultados alcanzados, y d) se debe tratar, en lo posible, de emplear medidas múltiples (Horta, 2010).

3. Los determinantes del resultado exportador

Al entrar en el análisis de los factores determinantes del resultado exportador, en general se consideran aportes sustanciales y que pautaron los trabajos e investigaciones posteriores los modelos desarrollados por Bilkey (1978), Madsen (1987) y Aaby y Slater (1989), quienes se concentraron en desarrollar los factores explicativos de la forma en que las empresas inician sus actividades de exportación, contribuyendo así a plantear la teoría del desarrollo exportador, sobre todo en etapas iniciales de los procesos de internacionalización, cuando una firma totalmente doméstica afronta los verdaderos desafíos del ambiente internacional.

Los tres grandes constructos propuestos por Aaby y Slater para agrupar los diferentes **factores internos** explicativos de la *performance* exportadora de las empresas, esto es, la estrategia de la organización, las competencias internas y las características de las empresas, los encontramos posteriormente en muchos otros autores, con algunas variantes y, en algunos casos, con un número mayor de variables explicativas. Así por ejemplo, Zou y Stan (1998) concluyen que los factores que más afectan el rendimiento exportador son los clasificados como internos a las empresas y controlables por ellas, reconociendo que también son los factores más analizados por los investigadores.

Los **factores externos** a las empresas que pueden incidir en el resultado exportador estaban presentes ya en los análisis de Aaby y Slater, aunque no fueron desarrollados e investigados por ellos. Investigaciones posteriores avanzaron

2 Ejemplos de medidas compuestas son: la *EXPERF scale* (Zou et al., 1998), la *STEP scale* (Lages y Lages, 2004) y la *NEP scale* (Lages et al., 2009).

proponiendo diversas variables explicativas de la relación entre el ambiente externo y el resultado exportador, aunque, como afirma Voerman (2003), los factores del ambiente externo siguen siendo un punto investigado todavía muy fragmentariamente.

Los estudios que han buscado analizar el efecto de los factores externos con el resultado de las exportaciones han utilizado, en general, medidas subjetivas, como las percepciones que tienen los empresarios o directivos de la incidencia de ese tipo de factores en el desempeño exportador. Por ejemplo, las percepciones sobre la incidencia de determinadas políticas gubernamentales, de la estructura del entorno relacionado con la industria, el mercado doméstico o el mercado internacional, entre otros posibles aspectos (Rialp, 1997; Baldauf et al., 2000; Suárez-Ortega y Alamo-Vega, 2005; entre otros).

En resumen, la revisión de la literatura muestra que la mayoría de los estudios empíricos han puesto el foco principalmente en los aspectos internos, o controlables por las empresas, mientras que es bastante menor la consideración de factores del ambiente entre el conjunto de los factores explicativos del desempeño exportador.

En este trabajo queremos profundizar la incidencia de algunos de los factores internos a las empresas, como lo son las características empresariales y sus capacidades competitivas, por un lado, y, por otro lado, analizar la incidencia de los factores externos en el resultado o desempeño exportador, punto escasamente estudiado en la literatura.

3.1. Características y capacidad competitiva de la empresa

Entre los determinantes del resultado exportador que más aparecen detallados en la literatura analizada, se encuentran las características internas de las empresas (Aaby y Slater, 1989; Zou y Stan, 1998; Leonidou y Katsikeas, 1996; Moini, 1995; Katsikeas et al. 2002, Voerman,

2003). Dichas características se refieren a diversos aspectos estructurales de las empresas, que se ha demostrado desempeñan un importante papel en el desarrollo de las actividades de exportación y en los resultados de dicha actividad. Así aparecen el tamaño y la edad de la firma, la tecnología, la organización de la actividad exportadora, etc., junto con lo que podríamos llamar las diferentes capacidades que le permiten a la empresa competir más adecuadamente en los mercados internacionales.

La relación entre el **tamaño de la empresa** y el resultado exportador ha sido estudiada largamente en la literatura. Sin embargo, no existe una conclusión clara sobre el signo de dicha relación, aunque se puede decir que hay una opinión más generalizada en cuanto a una relación positiva entre el tamaño de la empresa y la intensidad exportadora (Verwaal y Donkers, 2002). Así Aaby y Slater (1989) afirman que las empresas más grandes tienen ventajas relacionadas con el tamaño, que las capacitan para operar más eficazmente en la exportación. Similar conclusión se encuentra en Christensen et al. (1987). Para Katsikeas et al. (1996), por otra parte, hay tres factores fundamentales para esperar que el tamaño de la empresa esté relacionado positivamente con su comportamiento y *performance* en los mercados externos: la posesión de mayores recursos organizacionales, la existencia de economías de escala y la posibilidad de asumir riesgos en la actividad internacional.^{3 4}

Para otros autores la relación entre el tamaño de la empresa y el resultado exportador es más ambigua (Calof, 1994; Alonso y Donoso,

3 Otras investigaciones que han encontrado esta relación positiva son Nakos et al. (1998), Dean et al. (2000), Suárez et al. (2005) y Lee y Habte-Giorgis (2004).

4 Dado que una empresa considerada grande en un país en vías de desarrollo —por ejemplo, a partir del número de personas ocupadas— puede pasar a ser considerada pequeña empresa en un país industrializado, donde las escalas son diferentes, podría pensarse que los estudios sobre la relación entre tamaño y resultado exportador dependerían de la escala del país de que se tratase. En ese sentido, hay autores como Baldauf et al. (2000) que concluyen que el conocimiento base sobre el resultado exportador, obtenido de países grandes, puede ser aplicado a países más pequeños.

2000). Estos últimos autores afirman que cabe presumir una relación positiva con la probabilidad de exportar, pero no es posible afirmarlo con respecto a la intensidad exportadora.⁵

A partir de dichas consideraciones, se puede plantear la proposición de que se esperan niveles mayores de resultado exportador en empresas de mayor tamaño, que soporta la siguiente hipótesis de investigación:

H1: Hay una relación positiva entre el tamaño de la empresa y el resultado exportador.

La disponibilidad de ciertas **capacidades tecnológicas** puede contribuir a incrementar la competitividad de las empresas en los mercados exteriores. Hay que tener en cuenta que las capacidades tecnológicas en las empresas afectan la producción, la organización y la comercialización de las firmas, con lo que mejoran sus posibilidades y posiciones en los mercados (Alonso y Donoso, 2000).

La experiencia internacional coincide mayoritariamente en adjudicar signo positivo a las capacidades tecnológicas en relación con el éxito en los mercados internacionales (Chetty y Hamilton, 1993). Es así que el impacto de la inversión en tecnología —como los gastos en I+D⁶— en el resultado exportador ha sido planteado en la literatura e investigado empíricamente también en forma significativa, y se han encontrado efectos positivos de la mayor intensidad en I+D en la *performance* exportadora (Gemunden, 1991; Dhamaraj y Beamish, 2003; Moini, 1995; Lee et al., 2004).

Por otra parte, en investigaciones para países latinoamericanos (Christensen et al., 1987) se sugiere que los exportadores exitosos tienen políticas de control de calidad que conducen al logro de productos más uniformes, lo que impacta positivamente en los resultados de la exportación.

La inversión en I+D por las empresas en Uruguay es reducida, aunque se concentra más en el desarrollo de procesos y en mejoras en la calidad y en la organización que en investigación básica. Se encuentra una tendencia creciente de inversión en mejoras de procesos y adopción de normas de calidad en la producción, organización y comercialización de sus productos. La certificación de calidad a nivel empresarial tiene por objeto no solo demostrar un compromiso de la empresa con la calidad, sino, especialmente, incrementar la confianza de los clientes en la capacidad para producir bienes y servicios correctos, lo cual trae aparejados una mayor competitividad, un mejor posicionamiento de los productos en el mercado local y en el mercado internacional, a la vez que supera determinadas barreras técnicas a la exportación. Muchas veces son los propios clientes quienes exigen a sus proveedores la certificación de calidad.⁷

A partir de lo expuesto hemos formulado la siguiente hipótesis:

H2: Hay una relación positiva entre la inversión en tecnología (investigación y desarrollo y adopción de certificaciones de calidad) y el resultado exportador.

La **edad de la organización** y especialmente el tiempo que lleva exportando han sido planteados como características de la empresa que tienen su impacto en los resultados de las actividades de exportación. El conocimiento empírico sobre las operaciones de exportación y sobre los mercados externos se constituye en una fuerza impulsora de los procesos de internacionalización, sean estos considerados como un proceso gradual y en etapas incrementales (Johanson y Vahlne, 2009) o como un proceso no gradual (Aaby y Slater, 1989; Chetty y Hamilton, 1993; Cavusgil y Zou, 1994; Katsikeas et al., 1998).

5 Relación entre ventas de exportación y ventas totales de la empresa.

6 Podríamos hablar también de I+D+i (investigación, desarrollo e innovación)

7 González et al. (2009) concluyen que en Uruguay hay evidencia empírica de que la adopción de procesos de certificación de la calidad y de mejora continua tiene un impacto real en los resultados del negocio.

Cuanto mayor sea la experiencia de la empresa en la actividad exportadora, menores serán los costos debido a las economías de aprendizaje, lo que provocará un mayor estímulo para encarar sus operaciones en el exterior (Madrid Guijarro, 2004).

Siguiendo a Katsikeas et al. (1996), la explicación teórica de la relación entre la experiencia exportadora y los resultados de la actividad exportadora descansa básicamente en el tema de la incertidumbre. Los exportadores que tienen menos experiencia es muy probable que perciban una incertidumbre elevada y estén menos dispuestos a asumir riesgos potenciales en los mercados extranjeros. Sin embargo, con el incremento de la experiencia en la exportación disminuye su incertidumbre, aumenta su conocimiento de las prácticas de comercialización, se desarrollan contactos, etc., todo lo cual tiende a redundar en un mayor éxito exportador. Por lo tanto, planteamos la siguiente hipótesis:

H3: Hay una relación positiva entre los años en que la empresa viene exportando y el resultado exportador.

Las **percepciones** que tienen los directivos y gerentes de las empresas de las **ventajas competitivas** que poseen con relación a sus competidores desempeñan un papel importante en el desarrollo de los procesos de internacionalización y en el logro de mejores resultados en las actividades de exportación. Se trata de uno de los factores que frecuentemente se citan como determinantes de la *performance* exportadora.

Las conclusiones de Zou y Stan (1998) sugieren, en esa misma línea de pensamiento, que las percepciones de la gestión en las ventajas competitivas de sus empresas son importantes para un mayor éxito en las actividades de exportación. Estas consideraciones permiten plantear la siguiente proposición:

H4: Hay una relación positiva entre la percepción de ventajas competitivas y el resultado exportador.

La literatura analizada sugiere que las empresas que se comprometen activamente en la exportación llegan a poseer departamentos y equipos de personal más organizados y especializados en este tipo de actividad internacional, lo que les permite obtener mejores resultados. Alonso y Donoso (2000) consideran que es posible esperar que la relación con la propensión exportadora sea positiva puesto que la dotación de un departamento exportador significa tanto un mayor compromiso de la dirección con los mercados exteriores como la posesión de recursos especializados para exportar. Además, y por razones similares a las anteriores, entienden que puede esperarse que la adaptación organizativa a las operaciones exteriores —por ejemplo, mediante redes de comercialización propias— se asocie positivamente con la intensidad exportadora.

Por otra parte, como se observa en Buckley y Casson (1998), poseer un centro de distribución propio en el exterior es un estímulo para un mayor desarrollo y *performance* exportadora.

Por lo expuesto, en este estudio planteamos la siguiente hipótesis a contrastar:

H5: El resultado exportador depende positivamente de una estructura organizativa de apoyo a la exportación.

3.2. El ambiente externo a la empresa

En general, los estudios e investigaciones sobre los determinantes del resultado exportador se han concentrado en los factores internos a las empresas y controlables por ella. Respecto al ambiente, en los relativamente escasos estudios que lo han considerado,⁸ se hace referencia a la influencia de factores relacionados con el mercado de exportación, con el propio mercado

⁸ Solamente en 18 de los 50 estudios empíricos analizados entre 1987 y 1997 por Zou y Stan (1998) aparece la variable *ambiente externo* como factor determinante de las exportaciones. A su vez, en la revisión realizada por Sousa et al. (2008), solo en 5 investigaciones de 52 se incorporaron factores externos como variables independientes en el análisis de los determinantes del resultado exportador.

interno, con las características de la industria o sector y con la acción del gobierno (Bilkey, 1987; Zou y Stan, 1998; Lages, 2000, Sousa et al., 2008).

En otra vertiente de la literatura, la relacionada con la competitividad internacional, encontramos una referencia muy clara a la importancia de los entornos en el éxito de las empresas que compiten en los mercados globalizados (Porter, 1990; Meyer-Stamer, 2005). Las empresas compiten internacionalmente en la medida en que se desarrollan en un contexto macroeconómico, político, legal y social adecuado que crea el potencial de la competitividad. Pero ello solo no es suficiente: se requiere también de un entorno microeconómico empresarial que contribuya al desarrollo de la competencia local y regional donde actúa la empresa, que anime la inversión y la mejora continua y dé soporte a formas de competir cada vez más sofisticadas (Porter, 1990).

Rialp (1997), teniendo en cuenta el carácter dinámico y poco previsible del conjunto de factores externos relacionados con el mercado doméstico o internacional, lleva a considerar como relevantes para el resultado exportador únicamente aquellos que hayan podido ser advertidos o percibidos por los directivos.

Teniendo en cuenta los aspectos reseñados y la importancia que tiene el ambiente en cuanto a generar un clima competitivo que estimule a las empresas en sus actividades de exportación, planteamos la siguiente proposición para ser testeada en esta investigación:

H6: Una percepción favorable/desfavorable de los factores externos se correlaciona positivamente/negativamente con el resultado exportador.

4. Metodología y contraste empírico

A partir de las características productivas de la economía uruguaya, es decir, una economía con abundantes recursos naturales vinculados a la ganadería, la agricultura y la /forestación, se entendió oportuno contrastar las hipótesis

planteadas en el punto anterior en empresas exportadoras de productos agroindustriales.⁹ Estas empresas son aquellas que elaboran bienes a partir de las materias primas originadas en la actividad agropecuaria.¹⁰

El universo de empresas a encuestar se confeccionó a partir de considerar, para los años 2003 a 2006, las 300 empresas más exportadoras del Uruguay. Con ese procedimiento se obtuvo una base de 434 empresas que cumplían esa condición de haber estado en alguno de esos cuatro años entre los 300 mayores exportadores del país. De esas 434 empresas se seleccionaron las agroindustrias, que totalizaban 210. Este grupo de empresas tiene, por lo tanto una representatividad muy alta no solo en el total exportado en Uruguay, sino también en las exportaciones agroindustriales.¹¹

El cuestionario final fue enviado a las 210 empresas para que fuera autoadministrado por los propios encuestados, tras haber recabado los nombres de los gerentes generales o gerentes de exportación de las empresas y sus direcciones de correo electrónico. Después enviar el cuestionario por esa vía,¹² con dos reiteraciones en los meses siguientes, se obtuvieron finalmente 46 respuestas válidas. Ello implica una tasa de respuesta del 21,9%, que es, en promedio, similar a la de muchas investigaciones realizadas en esta área de investigación.¹³

9 A estas empresas se las suele denominar *agroindustrias* y componen las divisiones 15 a 21 de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, Revisión 3. En el año 2006, las agroindustrias representaron el 60% del valor bruto de producción de todo el sector industrial.

10 En el Anexo se incluyen datos referidos a la evolución de las exportaciones uruguayas por productos.

11 El total exportado por las 434 empresas representó más del 97% del total de las exportaciones del Uruguay en esos años; a su vez, el valor exportado por las 210 empresas agroindustriales alcanzó al 69% de las exportaciones uruguayas.

12 Entre los investigadores es usual realizar la encuesta por correo. Esta vía fue usada, por ejemplo, en 42 de los 50 estudios relevados por Zou y Stan (1998) en el metaanálisis de la literatura sobre la *performance* exportadora. Solamente un 10% de los estudios por ellos revisados utilizaron entrevistas personales y otro 2% se basaron en información secundaria.

13 En Gertner et al. (2006) la tasa de respuesta fue del 18,4%. En Souza et al. (2008) se analizan 50 investigaciones sobre el resultado exportador; la media de respuestas es de un 30%, entre un 9,8% y un 80%.

Tabla 2. **Ficha técnica de la muestra**

Universo	Las 210 empresas agroindustriales más exportadoras en el período 2003-2006
Ámbito	Uruguay
Recogida información	Encuesta postal
Unidad muestral	Gerente general o gerente de exportaciones
Censo muestral	210 empresas
Tamaño de la muestra	46
Error muestral	$\pm 12,8\%$
Nivel de confianza	95% $Z = 1,96$ para el caso más desfavorable $p = q = 0,5$
Procedimiento muestral	Discrecional
Trabajo de campo	Pretest (setiembre 2007); primer envío (noviembre 2007); segundo envío (febrero 2008); cierre telefónico de datos (abril 2008)

Fuente: Elaboración propia.

Para operacionalizar la **variable dependiente resultado exportador**, se resolvió, siguiendo a Alonso y Donoso (2000), utilizar el valor exportado, considerando el logaritmo de las exportaciones. A su vez, se optó por construir una variable relativa, las exportaciones por persona ocupada, una especie de productividad por persona ocupada, también expresada en forma logarítmica. Por otra parte, y a los efectos de considerar una medición de tipo cualitativo y subjetiva del resultado exportador, se consideró la satisfacción de los empresarios con la rentabilidad de sus exportaciones, a partir de dos ítems que en una escala de Likert de 5 puntos registró la percepción de los encuestados sobre el nivel de la rentabilidad de las exportaciones y de su comparación con la rentabilidad de las ventas en el mercado local. Dicha medida fue recodificada en una variable binaria (satisfechos/insatisfechos).

Respecto a las **variables independientes**, al tener 46 respuestas válidas fue necesario proceder a reducirlas para utilizarlas en los modelos de regresión múltiple.¹⁴ Se aplicó un análisis factorial para cada uno de los conjuntos de las variables independientes *características y capacidad competitiva de la empresa y ambiente*

externo, empleando el método de extracción de factores de componentes principales, con la aplicación de una rotación Varimax para interpretar mejor los resultados. Los datos obtenidos indican que los coeficientes de la matriz de correlaciones, en cada uno de los análisis realizados, son significativos en un porcentaje adecuado y el determinante de la matriz es bajo, todos ellos resultados convenientes en un buen análisis factorial. Las medidas de adecuación muestral (KMO) mostraron valores superiores a 0,47, lo que indica una buena adecuación de los datos al modelo de análisis factorial. Por otra parte, la prueba de esfericidad de Barlett permitió rechazar la hipótesis nula, por lo que tiene sentido aplicar el análisis factorial.

Respecto a las **características y capacidad competitiva de la empresa**, la varianza total explicada por los cuatro factores extraídos alcanzó al 62,5%.¹⁵ Analizando las cargas factoriales en cada componente, los cuatro factores extraídos se interpretaron como (tabla 3):

- competitividad (percepción de competitivo en tecnología y precio);
- tamaño (facturación y tramo de personal ocupado);

¹⁴ Una norma general es que la relación entre observaciones y variables independientes no debería caer por debajo de cinco (Hair et al., 1999).

¹⁵ En general se acepta que en problemas de tipo socioeconómico es suficiente con una explicación del 60/70% de la varianza total.

Tabla 3. **Análisis factorial: matriz de componentes rotados**
Características y capacidad competitiva de la empresa

	Componente			
	1	2	3	4
Competitivo en tecnología	0,880	-0,221	0,268	0,154
Competitivo en precio	0,823	0,176	-0,398	
Facturación	0,177	0,898	0,283	
Tramo de ocupación	-0,378	0,675		
Gastos en I+D en relación a ventas	-0,152	-0,561	0,464	-0,272
Certificaciones de calidad		0,507		
Tramo de años exportando			0,760	0,249
Departamento exportación	0,132	0,129	0,478	-0,205
Redes propias de comercialización			0,424	0,108
Competitivo en imagen	0,135		0,104	0,968
Competitivo en calidad	0,511		0,160	0,514

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser

La rotación ha convergido en 7 iteraciones.

Fuente: Elaboración propia.

- experiencia exportadora (años exportando, departamento de exportación);
- imagen (percepción de competitividad en imagen).

En relación con el *ambiente externo* o entorno de la actividad exportadora, las valoraciones y percepciones de los empresarios sobre los factores que inciden en el resultado exportador. se agruparon en las siguientes variables factoriales (tabla 4):

- recursos humanos (disponibilidad de mano de obra en el sector, adecuado acceso a recursos humanos especializados);
- insumos y materias primas (acceso a materias primas e insumos, abastecimiento de insumos y equipos importados, características del mercado local);
- infraestructura (infraestructura en comunicaciones e infraestructura física adecuada para el desarrollo de la actividad);
- regulaciones (regulaciones del mercado de trabajo, existencia de monopolios públicos);
- financiamiento (facilidad para financiar el capital de trabajo, existencia de líneas de crédito para la posfinanciación de exportaciones);
- demanda-mercado (competencia del sector que estimula la actividad, protección al consumidor que genera demanda informada y exigente);
- trámites de exportación (burocracia en la tramitación que se opone a rapidez en procedimientos);
- imposición a la exportación (carga impositiva neutra);
- factores macroeconómicos (importancia de factores macroeconómicos, tipo de cambio nominal, independencia de políticas sectoriales);

Tabla 4. **Análisis factorial: matriz de componentes rotados**
Ambiente externo

	Componente					
	1	2	3	4	5	6
Disponibilidad de mano de obra	0,892	-0,059	0,138	-0,218	-0,041	0,034
Acceso a recursos humanos	0,893	0,007	-0,055	-0,169	0,143	0,018
Capital de trabajo	0,363	-0,037	0,057	0,121	0,709	-0,116
Post financiación de exportaciones	-0,160	0,229	0,127	-0,129	0,806	0,059
Infraestructura de comunicaciones	0,100	0,161	0,829	0,184	0,116	-0,084
Infraestructura física	0,069	-0,171	0,848	-0,250	0,053	0,130
Competencia sector	-0,088	-0,070	-0,011	0,136	0,144	0,869
Políticas de incentivo a la inversión	0,537	0,402	0,270	0,105	0,000	0,086
Regulaciones mercado de trabajo	-0,070	0,068	0,081	0,809	-0,086	-0,106
Existencia de monopolios públicos	-0,216	-0,082	-0,157	0,806	0,095	0,144
Características del mercado local	-0,115	0,834	-0,075	0,074	-0,050	0,083
Protección al consumidor	0,251	0,110	0,041	-0,190	-0,298	0,712
Acceso a materias primas e insumos	0,048	0,652	0,408	-0,218	0,020	-0,238

Método de extracción: Análisis de componentes principales

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser

La rotación ha convergido en 7 iteraciones

Fuente: Elaboración propia.

- factores microeconómicos (entorno microeconómico y sectorial, niveles de productividad).

Se corrieron dos modelos de regresión múltiple, utilizando el conjunto de variables independientes surgidas de la reducción de datos, y usando como medición de la variable dependiente tanto el valor de las exportaciones como el valor de las exportaciones por personal ocupado, ambas variables continuas, expresadas en términos logarítmicos. Se aplicaron los métodos de búsqueda secuencial a los efectos de encontrar el modelo de regresión más adecuado.

Los dos modelos resultan aceptables considerando que los valores del estadístico F son muy significativos. A su vez, los R² ajustados

consiguen explicar entre un 49% y un 56% de la variabilidad del resultado exportador, lo que permite concluir una bondad de ajuste adecuada. Hay que explicitar que la calidad del ajuste desciende cuando se considera como variable dependiente la relación entre exportaciones y ocupación, en lugar del valor de las exportaciones.¹⁶ Por otra parte, las pruebas de multicolinealidad permiten aceptar los resultados obtenidos en los dos modelos. Los valores obtenidos de los tests de Durbin-Watson descartan la correlación entre los residuos.

Los resultados indican la existencia de tres variables factoriales, vinculadas con las

¹⁶ Similares resultados se encuentran en Alonso y Donoso (2000).

Tabla 5. Resumen de los modelos de regresión

	β estandarizado	
	Modelo 1	Modelo 2
Coefficientes de las funciones de regresión		
(β estandarizado)		
Características y capacidad competitiva de la empresa		
CCE Experiencia	0,232 **	
CCE Competitivo	0,335 ***	0,521 ***
CCE Tamaño	0,492 ***	
Ambiente externo		
AE Recursos humanos		0,348 **
AE Trámites		-0,271 **
Constante (1)	15,137	8,158
R2	0,596	0,543
R2 corregida	0,556	0,486
Estadístico F	15,106 ***	9,509 ***
Nº observaciones	46	46

* Sig. < 0,1; ** sig. < 0,05; *** Sig. < 0,01

(1) coeficiente no estandarizado

Modelo 1: variable dependiente - logaritmo del valor exportado

Modelo 2: variable dependiente - logaritmo de la relación exportaciones/ocupación

Fuente: Elaboración propia.

características y capacidades de las empresas, correlacionadas positivamente con el resultado exportador (*experiencia, competitivo y tamaño*); a su vez, aparece una variable del ambiente externo con incidencia positiva (*recursos humanos*) y otra con incidencia negativa (*trámites*).

Para completar el estudio se llevó a cabo un análisis de regresión logística, empleando como variable dependiente la satisfacción con la rentabilidad de las exportaciones expresada como variable dicotómica: satisfechos/insatisfechos. La tabla 6 muestra los resultados del análisis *logit*.

- Los parámetros de dos de las variables independientes son significativos, al

mostrar el contraste de Wald p-valores menores de 0,10.

- El contraste chi-cuadrado indica, con una significación menor de 0,01, que se puede rechazar la hipótesis nula de que los coeficientes que acompañan a las variables independientes son diferentes de cero.
- El R2 de Nagelkerke alcanza valores superiores a 0,40, indicando el grado de ajuste del modelo, mientras que el estadístico de Hosmer-Lemeshow alcanza un p-valor > $\alpha = 0,05$, por lo que se puede aceptar que los ajustes son buenos.¹⁷

¹⁷ La hipótesis nula es un buen ajuste frente a la alternativa de un mal ajuste.

Tabla 6. Resultado cualitativo: satisfacción con la rentabilidad exportadora

Variable		Coefficiente	Sig. (contraste de Wald)
Constante		2,725	0,002
AE Recursos Humanos		1,368	0,075
AE Regulaciones		-1,813	0,030
Contraste H-L	Chi-cuadr.	3,089	
	dl.	8	
	sig.	0,929	
Contraste Chi-cuadr.	LR	9,186	
	gl	2	
	sig.	0,010	
R2 Nagelkerke		0,417	
% de estimaciones correctas		80,0	

Nota: Variable dependiente: satisfacción con rentabilidad exportadora (0 = insatisfechos, 1 = satisfechos).

Únicamente resultan significativas dos de las variables factoriales relacionadas con el ambiente externo: la vinculada a la percepción favorable sobre los recursos humanos y la relacionada con las regulaciones estatales sobre el mercado de trabajo y con la existencia de monopolios públicos. En el primer caso, la relación es positiva, igual que en la regresión múltiple, lo que demuestra que la percepción de facilidades en el ambiente externo vinculadas a la disponibilidad de mano de obra tiene una influencia directa en el resultado exportador. Por el contrario, la percepción de regulaciones en el mercado de trabajo y la existencia de monopolios tiene una relación negativa con el resultado exportador cualitativo.

5. Discusión de los resultados

En términos de las **características y capacidad competitiva de la empresa**, los resultados obtenidos permiten avalar algunas de las hipótesis planteadas, no todas. En concreto se ha obtenido evidencia de la relación entre el tamaño de la

empresa y el resultado exportador, **hipótesis 1**, algo que en la teoría aparece como una relación ambigua, dado que hay investigaciones que han encontrado una relación positiva (Aaby y Slater, 1989; Calof, 1994; Katsikeas et al., 1996; Verwaal y Donkers, 2002; Suárez et al., 2005), mientras que otras no han podido confirmar la relación, por lo que esta aparece como indeterminada (Bonaccorsi, 1992; Alonso y Donoso, 1998 y 2000). La relación positiva entre el tamaño de la empresa y la *performance* exportadora se verificó solo cuando la variable dependiente estaba fijada por el logaritmo del valor exportado. No se encontró significación con el logaritmo de la exportación por persona ocupada, la variable relativa. Por lo tanto, se podría afirmar que las empresas exportadoras uruguayas que industrializan materia prima agropecuaria encuentran y perciben un mayor éxito exportador a mayor tamaño de la empresa.

Respecto a la **hipótesis 2**, según la cual debería esperarse una correlación positiva entre inversión en tecnología y resultado exportador, los análisis realizados no permiten corroborarla. No se encontró una relación significativa del

gasto en I+D sobre ventas y la existencia de certificaciones de calidad que posee la empresa con el valor exportado o la exportación por persona ocupada. Los datos indicaban que algo más del 50% de las empresas que respondieron la encuesta tiene un gasto en I+D superior al 1% de las ventas, mientras que el restante casi 50% no invierte en I+D, y que un 65% posee certificaciones de calidad. Frente a esta realidad, los análisis de regresión no encontraron una relación significativa que permitiera corroborar la proposición de que las empresas que invierten en tecnología tienen mayor posibilidad de aumentar sus resultados en la exportación. Aaby y Slater (1989) habían planteado que la relación entre la incorporación de tecnología y el resultado exportador no es clara, y que muchas veces depende de una buena gestión y de a qué mercado decide entrar la empresa.

Lo postulado en la **hipótesis 3**, referido a la existencia de una relación positiva entre los años que hace que la empresa viene exportando y el resultado o *performance* exportadora, tiende a cumplirse según la variable dependiente utilizada. La edad de la organización y especialmente el tiempo que lleva exportando han sido planteados como características de la empresa con impacto en los resultados de las actividades de exportación (Cavusgil y Zou, 1994; Katsikeas et al., 1998; Gertner et al., 2006 y 2009). En consonancia con ello, hemos encontrado una relación significativa, en el modelo 1, entre los años que la empresa lleva exportando y el valor de exportación. Los datos de la encuesta ya nos daban la pista de que un 33% de las empresas investigadas —que corresponden al grupo de mayores exportadores del Uruguay— exportan desde hace más de 20 años y un 26% desde hace entre 10 años y 20 años. Por lo tanto, aunque la variable *experiencia* no se encontró significativa en todos los modelos analizados, igualmente podemos afirmar haber encontrado evidencia del cumplimiento de la hipótesis 3.

La **hipótesis 4** planteaba una relación positiva entre la percepción de ventajas competitivas y el resultado exportador, dado que en diversos

estudios se ha encontrado que ese tipo de percepciones de los directivos y gerentes de las empresas en cuanto a las ventajas competitivas que poseen respecto a sus competidores juega un papel importante en el desarrollo de los procesos de internacionalización y en el logro de mejores resultados en las actividades de exportación. Los resultados obtenidos tienden a confirmar lo postulado en dicha hipótesis, al encontrar relaciones significativas con la variable factorial que responde a la percepción de competitividad precio y tecnológica. Se corrobora así lo concluido en otras investigaciones (Zou y Stan, 1998, y Chetty y Hamilton, 1993) en cuanto a que percepciones favorables sobre la competitividad de los productos de exportación se constituyen en potentes factores determinantes de las medidas financieras o económicas del resultado de las exportaciones.

La conclusión anterior está en línea con el hecho de que en Uruguay las exportaciones de productos industriales basados en el procesamiento de materias primas agropecuarias —como los productos alimenticios (preparación de carnes, elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas, productos lácteos, productos de la molinería), los productos textiles y de la vestimenta o los productos derivados del cuero (curtiembres y marroquinería), entre otras agroindustrias— parten de una ventaja competitiva por ser el Uruguay un país con claras ventajas en la producción de bienes del sector agropecuario.

Finalmente, en el conjunto de hipótesis referidas a las características y capacidad competitiva de la empresa, se había postulado en la **hipótesis 5** que el resultado exportador depende positivamente de una estructura organizativa de apoyo a la exportación, a partir de que, en general, la literatura analizada sugiere que las empresas que se comprometen activamente en la exportación poseen departamentos y equipos de personal más organizados y especializados en este tipo de actividad internacional, lo cual les permite obtener mejores resultados. Se verificó una relación positiva y significativa entre la variable factorial

experiencia (años exportando y departamento de exportación) y el valor de las exportaciones. La información obtenida indica que el 75% de las empresas encuestadas manifestaron poseer un departamento de exportación. Estos resultados apuntan a mostrar la importancia de la estructura organizativa de apoyo a la exportación (Beamish et al., 1999; Alonso y Donoso, 2000).

Por último, en relación con el **ambiente externo** sobre el resultado exportador de la empresa (**hipótesis 11**), los resultados obtenidos indican que solo tres de las variables factoriales aparecen como significativas para explicar el resultado exportador. Una de ellas, con relación positiva con la variable dependiente, está referida a los temas relacionados con los recursos humanos, la disponibilidad de mano de obra en el sector de actividad y el fácil acceso a recursos humanos especializados. Las otras dos variables, pero con relación negativa, hacen referencia a los temas vinculados a la burocracia en la tramitación y a la lentitud en los procedimientos administrativos necesarios para exportar, por un lado, y a las regulaciones del mercado de trabajo y la existencia de monopolios públicos, por otro. No se pudo encontrar relaciones significativas con los demás aspectos del ambiente que fueron analizados, como la valoración de los empresarios respecto a la infraestructura, el financiamiento, el mercado o el abastecimiento de materias primas e insumos.

6. Conclusiones

Con respecto a las variables asociadas a las características de las empresas y sus capacidades competitivas se confirmó:

- la importancia de la experiencia, expresada en años exportando, en el resultado exportador medido por la relación entre exportaciones y personal ocupado, resultado que confirma una de las premisas del modelo gradualista del desarrollo exportador;
- la relación entre el tamaño de la empresa y el resultado exportador, relación que

no tiene unanimidad en la literatura pero que estaría indicando que el tamaño tiende a ser una variable relevante cuando la empresa se plantea competir en los mercados exteriores;

- la relación positiva entre la posesión de una estructura organizativa de apoyo a la exportación con el valor de las exportaciones, resultado hallado en diversos estudios y en términos de las percepciones de los empresarios;
- que una visión favorable en la competitividad precio del principal producto de exportación se asocia positivamente con el valor de las exportaciones y con el valor exportado por persona ocupada.

Respecto a factores externos a las empresas, se pudo constatar una relación significativa entre la percepción favorable que tienen los empresarios sobre algunos aspectos del ambiente externo vinculados con los recursos humanos de la empresa, en particular la disponibilidad de mano de obra en el sector de actividad y el fácil acceso a recursos humanos especializados, por una parte, y los resultados de la exportación, por otra. Pero también se verificó una relación negativa entre la percepción de los empresarios sobre la lentitud en la tramitación para exportar y el resultado exportador, y entre las regulaciones del mercado de trabajo y el resultado exportador.

Dichas conclusiones ponen de relieve la importancia de mantener una corriente exportadora continua, más allá de los problemas coyunturales que siempre existen en los mercados internacionales, dado que se gana en experiencia, y se logran mejores resultados en las actividades de exportación. A su vez, consolidar estructuras organizativas de apoyo a la exportación ha quedado demostrado que tiene una relación significativa con la mejora de los resultados de la actividad exportadora.

De las autoridades públicas surgen también algunas referencias orientadas a mejorar el apoyo a las empresas en su inserción internacional. En ese sentido, aparece en forma clara la importancia que los empresarios asignan a

los temas vinculados a la mano de obra, como es la necesidad de una mayor flexibilización de la normativa en la materia o un cambio en la estructura institucional de los servicios públicos que se ejercen con carácter monopólico y que generan costos adicionales para las empresas. También se destaca la excesiva burocracia en los trámites para exportar, percepción que incide en forma negativa en el resultado exportador.

Bibliografía

- AABY, N. E., y S. F. SLATER (1989). "Management Influences on Export Performance: A Review of the Empirical Literature 1978-88", *International Marketing Review*, pp. 7-26.
- ALONSO, J. A., y V. DONOSO (2000). "Modelización del comportamiento de la empresa exportadora española", *ICE*, n.º 788, noviembre, pp. 35-57.
- BILKEY, W. J. (1978), "An Attempted Integration of the Literature on the Export Behavior of Firms", *Journal of International Business Studies*, vol. 9, pp. 33-46.
- BONACCORSI, A. (1992), "On the Relationship between Firm Size and Export Intensity", *Journal of International Business Studies*, vol. 23, n.º 4, pp. 605-635.
- BROUHERS, L., G. NAKOS, J. HADJIMARCOUS y K. BROUHERS (2009). "Key Factors for Successful Export Performance for Small Firms", *Journal of International Marketing*, vol. 17, n.º 3, pp. 21-38.
- CALOF, J. (1994), "The Relationship between Firm Size and Export Behavior Revisited", *Journal of International Business Studies*, vol. 25, n.º 2, pp. 367-387.
- CARNEIRO, J.; A. DA ROCHA y J. FERREIRA DA SILVA (2007). "A Critical Analysis of Measurement Models of Export Performance", *Brazilian Administration Review*, vol. 4, n.º 2, pp. 1-19.
- CAVUSGIL, S. T., y S. ZOU (1994). "Marketing Strategy-performance relationship: and investigation of empirical link in export market ventures", *Journal of Marketing*, vol. 58, n.º 1, pp. 1-21.
- CHETTY, S., y R. T. HAMILTON (1993). "Firm-Level Determinants of Export Performance: A Meta-Analysis", *International Marketing Review*, vol. 10, n.º 3, pp. 26-34.
- CHRISTENSEN, C., A. DA ROCHA y R. GERTNER (1987). "An Empirical Investigation of the Factors Influencing Exporting Success of Brazilian Firms", *Journal of International Business Studies*, vol. 18, n.º 3, pp. 61-77.
- DHANARAJ, C., y P. W. BEAMISH (2003). "A Resource-Based Approach to the Study of Export Performance", *Journal of Small Business Management*, vol. 41, n.º 3, pp. 242-261.
- GEMUNDEN, H. G. (1991), "Success Factors of Export Marketing", en S. J. PALIWODA (ed.), *New Perspectives on International Marketing*, Londres: Routledge, pp. 33-62.
- GERTNER, R. K., D. GERTNER y D. GUTHERY (2006). "The Implications of Export Performance Measurement for the Significance of the Determinants of Export Performance: An Empirical Investigation of Brazilian Firms", *Journal of Global Marketing*, vol. 20, n.º 1, pp. 21-38.
- (2009). "Brazilian Exporters: Non-Financial Export Performance Measurements and Their Determinants", *Journal of International Business and Cultural Studies*, vol. 2, pp. 1-12.
- GONZÁLEZ, A., J. MILES, Á. SORONDO y F. ZEBALLOS (2009). *El modelo de mejora continua del Uruguay. Análisis de las relaciones estructurales subyacentes y de la evolución de la puntuación*, Montevideo: Universidad Católica del Uruguay, Facultad de Ciencias Empresariales, Documento de Trabajo.
- HAIR, J. F., R. E. ANDERSON, R. TATHAM y W. BLACK (1999). *Análisis multivariante*, Madrid: Prentice Hall Iberia, 5.ª edición.
- HORTA, R. (2010). *Los determinantes del resultado exportador: el caso del sector agroindustrial en el Uruguay*, tesis doctoral, Universidad de Deusto.
- JOHANSON, J, y J. E. VAHLNE (2009). "The Uppsala Internationalization Process Model Revisited: From Liability of foreignness to liability of outsidership", *Journal of International Business Studies*, n.º 40, pp. 1411-1431.
- KARELAKIS, C., K. MATTAS y J. CHRYSOCHOIDIS (2008). "Greek Wine Firms: Determinants of Export Performance", *Agribusiness*, vol. 24, n.º 2, pp. 275-297.
- KATSIKEAS, C., L. C. LEONIDOU y N. A. MORGAN (2000). "Firm-Level Export Performance Assessment: Review, Evaluation and Development", *Journal of Academy of Marketing Science*, vol. 28, n.º 4, pp. 493-511.
- LAGES, L. F. (2000). "A Conceptual Framework of Determinants of Export Performance: Reorganizing Key Variables and Shifting Contingencies in Export Marketing", *Journal of Global Marketing*, vol. 13, n.º 3, pp. 29-51.
- LAGES, L. F., y C. R. LAGES (2004). "The STEP Scale: A Measure of Short-Term Export Performance Improvement", *Journal of International Marketing*, vol. 12, n.º 1, pp. 36-56.

- LAGES, L. F., G. SILVA, C. STYLES y Z. LÓPEZ PEREIRA (2009). "The NEP Scale: A Measure of Network Export Performance", *International Business Review*, vol. 18, pp. 344-356.
- LEE, J., y B. HABTE-GIORGIS (2004). "Empirical Approach to the Sequential Relationships Between Firm Strategy, Export Activity, and Performance in U.S. Manufacturing Firms", *International Business Review*, vol. 13, n.º 1, pp. 101-129.
- LEONIDOU, L., C. S. KATSIKEAS y S. SAMIEE (2002). "Marketing strategy determinants of export performance: a meta-analysis", *Journal of Business Research*, vol. 55, n.º 1, enero, pp. 51-67.
- MADRID GUIJARRO, A., y D. GARCÍA PÉREZ DE LEMA (2004). "Influencia del tamaño, la antigüedad y el rendimiento sobre la intensidad exportadora de la pyme industrial española", *Sector Exterior Español*, n.º 817, pp. 37-49.
- MADSEN, T. K. (1987). "Empirical Export Performance Studies: A Review of Conceptualizations and Findings", *Advances in International Marketing*, vol. 2, pp. 177-198.
- MATTYSSENS, P., y P. PAUWELS (1996). "Assessing Export Performance Measurement", *Advances in International Marketing*, vol. 8, pp. 85-114.
- MEYER-STAMER, J. (2005). *Systemic competitiveness revisited. Conclusions for technical assistance in private sector development*, Mesopartner, Working Paper.
- MOINI, A. H. (1995). "An Inquiry into Successful Exporting: an Empirical Investigation using a Three-Stage Model", *Journal of Small Business Management*, pp. 9-25.
- NAKOS, G., K. BROUHERS y L. BROUHERS (1998). "The Impact of Firm and Managerial Characteristics on Small and Medium-sized Greek Firms' Export", *Journal of Global Marketing*, vol. 11, n.º 4, pp. 23-48.
- PAPADOPOULOS, N., y O. MARTÍN MARTÍN (2010). "Toward a Model of the Relationship between Internationalization and Export Performance", *International Business Review*, vol. 19, pp. 388-406.
- PORTER, M. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*, Buenos Aires: Vergara.
- RIALP CRIADO, A. (1997). *Las fases iniciales del proceso de internacionalización de las empresas industriales catalanas: una aproximación empírica*, tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona.
- SHOHAM, A. (1998). "Export performance: A conceptualization and empirical assessment", *Journal of International Marketing*, vol. 6, n.º 3, pp. 59-81.
- (1999). "Bounded Rationality, Planning, Standardization of International Strategy, and Export Performance: A Structural Model Examination", *Journal of International Marketing*, vol. 7, n.º 2, pp. 24-50.
- SOUSA, C. (2004). "Export Performance Measurement: An Evaluation of the Empirical Research in the Literature", *Academy of Marketing Science Review*, vol. 2004, n.º 9.
- SOUSA, C., F. MARTÍNEZ-LÓPEZ y F. COELHO (2008). "The Determinants of Export Performance: A Review of the Research in the Literature Between 1998 and 2005", *International Journal of Management Reviews*, vol. 10, n.º 4, pp. 343-374.
- STYLES, C. (1998). "Export Performance Measures in Australia and the United Kingdom", *Journal of International Marketing*, vol. 6, n.º 3, pp. 13-36.
- SUÁREZ-ORTEGA, S. M., y F. R. ÁLAMO-VERA, (2005). "SMEs' internationalization: firms and managerial factors", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, vol. 11, n.º 4, pp. 258-279.
- VERWAAL, E., y DONKERS, B. (2002). "Firm Size and Export Intensity: Solving an Empirical Puzzle", *Journal of International Business Studies*, vol. 33, n.º 3, pp. 603-613.
- VOERMAN, L. (2003). *The Export Performance of European SMEs*, La Haya: Labyprint.
- ZOU, S. y STAND, S. (1998). "The determinants of export performance: a review of the empirical literature between 1987 and 1997", *International Marketing Review*, vol. 15, n.º 5, pp. 333-356.
- ZOU, S., C. TAYLOR y G. OSLAND (1998). "The EXPERF Scale: A Cross-National Generalized Export Performance Measure", *Journal of International Marketing*, vol. 6, n.º 3, pp. 37-58.

Recibido: 15/6/2011
 Aceptado: 29/10/2012

Anexo. Exportaciones uruguayas (valor FOB)
(en millones de dólares)

Rubro	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Carnes y despojos comestibles	425.405	258.818	285.109	397.781	651.959	801.111	1.016.210	881.848	1.323.103	1.086.561	1.245.018
Pescados, crustáceos, moluscos y otros	102.898	91.057	98.167	101.543	123.478	130.074	150.752	171.176	193.014	168.692	172.502
Animales vivos y otros productos del reino animal	172.920	164.218	160.122	190.081	267.585	300.458	344.066	439.217	588.266	533.589	741.360
Aroz	165.431	167.872	140.216	186.857	180.029	200.565	217.979	279.810	443.495	459.043	386.145
Cereales (excluido arroz)	1.718	4.766	739	453	7.387	11.614	20.346	62.213	140.932	263.348	360.955
Otros productos del reino vegetal	89.507	120.192	129.126	200.548	265.522	287.696	310.027	404.932	642.930	733.829	983.239
Productos alimenticios, bebidas y tabaco	115.212	112.400	99.847	87.958	105.758	140.426	140.174	154.583	144.061	151.951	201.995
Lanas	128.978	146.161	151.508	138.493	126.783	132.168	163.417	197.565	167.226	150.673	198.804
Otros de materias textiles y sus manufacturas	140.779	106.932	70.026	91.742	110.075	121.420	109.338	109.209	121.692	92.446	102.748
Cueros, pieles y productos de cuero	264.768	276.085	251.246	267.947	280.176	282.942	342.318	339.908	288.934	190.470	235.409
Madera, corcho y manufacturas	48.558	49.046	51.927	71.888	106.442	141.511	189.122	247.413	417.422	334.113	473.386
Pastas de madera, papel, cartón y sus aplicaciones	73.995	72.397	53.197	49.276	54.714	64.432	65.650	61.287	80.444	113.794	105.811
Manufacturas de piedras, minerales, vidrios y cerámicos	19.224	19.286	16.704	13.567	15.853	16.733	23.516	24.022	22.528	16.778	13.788
Productos de las industrias químicas y conexas	106.413	101.253	84.229	93.727	131.294	152.027	181.809	236.407	319.327	292.540	338.983
Plásticos, caucho y derivados	95.295	89.990	84.672	104.852	140.352	174.204	203.504	246.734	301.035	257.183	345.923
Productos minerales	48.206	51.372	16.455	38.635	137.202	171.922	153.180	208.248	214.960	90.264	220.485
Materiales de transporte	161.603	112.314	64.296	35.755	56.346	68.122	110.441	123.658	164.574	132.771	191.073
Metales comunes y sus manufacturas	28.987	29.023	21.035	29.872	46.108	52.372	74.535	95.561	93.906	63.711	63.779
Máquinas y aparatos, material eléctrico	34.623	24.418	19.821	27.010	27.797	33.560	43.877	47.200	57.022	52.569	83.194
Otras secciones de la NCM	74.940	59.979	62.595	77.929	95.937	133.561	125.628	217.025	217.025	220.438	267.931
Total	2.299.460	2.057.579	1.861.037	2.205.914	2.930.797	3.416.918	3.985.889	4.548.016	5.941.896	5.404.763	6.732.528
Resumen											
Productos agropecuarios y sus manufacturas	75,2	76,3	80,1	80,9	77,8	76,5	77,0	73,6	76,6	79,2	77,3
Otros productos y sus manufacturas	24,8	24,7	21,9	22,1	26,2	28,5	29,0	33,4	31,4	29,8	32,7
Total	100,0	101,0	102,0	103,0	104,0	105,0	106,0	107,0	108,0	109,0	110,0

Clasificación según Nomenclatura Común del Mercosur

Fuente: Banco Central del Uruguay