



Foto [Fedexpor](#)

ACOMPANAMIENTO ESPECIALIZADO PARA PROMOVER LA EXPORTACIÓN EN ECUADOR

Lecciones de política

- El programa busca fortalecer a las empresas con potencial de exportación a través de talleres y asesorías especializadas.
- Para conocer efectos tempranos del programa y la percepción de los actores involucrados, se realizó una evaluación cualitativa. Según los resultados, el programa parece haber incidido positivamente en la percepción de los participantes y sus expectativas de exportación.
- Entre los temas más relevantes de los talleres, resaltan el cálculo de precios, los procedimientos necesarios para exportar y las certificaciones de calidad.
- La segmentación de los grupos según el sector de la empresa y nivel de experiencia podría aumentar la efectividad en próximas ediciones.

ANTECEDENTES

Las políticas clásicas de apoyo a las exportaciones se inclinaban por la disminución de barreras estructurales a la exportación, como la implementación de reformas comerciales para disminuir las tarifas, eliminación de cuotas de importación y aranceles, entre otras. Los retos asociados a la calidad de la oferta cambiaron la tendencia de estas políticas, orientándose hacia la mejora de la infraestructura comercial así como hacia políticas centradas en aumentar la competitividad de las empresas a través del desarrollo de capacidades productivas y apoyo a la exportación.

En este contexto, comenzaron a surgir las instituciones públicas de promoción a la exportación cuyo objetivo es facilitar la exportación de productos y servicios. Por un lado, promueven la disminución de asimetrías de información entre empresas sobre los requerimientos necesarios y los procesos productivos. A su vez, disminuyen los costos que enfrentan las empresas al adentrarse a nuevos mercados, ofreciendo apoyo en investigaciones de mercado, certificaciones de calidad, entre otros.

Algunos estudios han demostrado que las agencias de exportación parecieran traer resultados positivos, aumentando la cantidad de productos exportados, los niveles de empleo de estas empresas y las exportaciones anuales (Cadot, et al., 2011; LatinaVolpe Martincus, 2010). Además, parecieran beneficiar más a empresas pequeñas o aquellas con menor experiencia en la internalización de sus productos y servicios. A pesar de esto, la evidencia sigue siendo limitada, especialmente en lograr establecer relaciones de causalidad entre estas iniciativas y sus resultados sobre las empresas beneficiarias.

Rp

RESUMEN DE POLÍTICAS PÚBLICAS

PRODUCTIVIDAD
Noviembre - 2020

EL PROGRAMA

La Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR) con el apoyo de ~~CAF~~ ~~Banco de Desarrollo de América Latina~~, ProEcuador y la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) desarrollaron e implementaron el programa Excelencia Exportadora durante el año 2019 y principios del 2020. El objetivo del programa fue aumentar el posicionamiento de las empresas ecuatorianas en los mercados internacionales, promover el ingreso en nuevos mercados y mejorar las capacidades empresariales por medio de talleres y acompañamiento especializado.

El programa constó de dos modalidades de intervención (ver Figura 1). En la primera, las empresas recibieron talleres de capacitación; y en la segunda, además de los talleres, recibieron asesorías individuales por parte de coaches especializados. Una diferencia importante entre ambas es que en la segunda modalidad las empresas también recibieron apoyo para el diseño y ejecución de un plan de exportación.

Para seleccionar a las empresas beneficiarias del programa, FEDEXPOR organizó una convocatoria nacional a la cual las empresas interesadas se podían postular completando todos los requerimientos necesarios.

Figura 1. Modalidades de Intervención

Talleres	Coaching
<ul style="list-style-type: none">• Priorización de productos y mercados• Fortalezas y debilidades en áreas de la cadena de valor• Investigación de mercado• Modelos de negocio e innovación• Promoción comercial• Procesos de exportación• Costos de exportación	<ul style="list-style-type: none">• Asesorías individualizada y apoyo en la generación del plan de exportación

LA EVALUACIÓN

En el marco del programa, se planteó realizar un ejercicio de evaluación que contemplara un componente experimental y otro cualitativo con el fin de:

- Caracterizar la implementación del programa y su pertinencia.
- Identificar recomendaciones para futuras ediciones del programa.
- Identificar buenas prácticas para programas similares.
- Acercarse a identificar impactos potenciales de corto plazo sobre las empresas beneficiarias.

Figura 2. Evaluaciones Implementadas

1. Evaluación experimental (modalidad 1): determinar efectos sobre las prácticas empresariales y percepciones sobre potencial exportador.

En total, 80 empresas resultaron elegibles, sobre las cuales se seleccionaron aleatoriamente las 48 empresas que iban a recibir el programa. **Sin embargo, la tasa de rechazo del programa por parte de las empresas limitó la posibilidad de construir un grupo de control adecuado para el estudio.**

2. Evaluación cualitativa (modalidad 2): caracterizar la implementación, capturar la valoración de los principales actores sobre el programa, así como los potenciales cambios en las empresas.

Para ello se realizaron entrevistas a profundidad semiestructuradas, utilizando una muestra no probabilística e intencionada.

RESULTADOS

La **evaluación cualitativa** arrojó diversos resultados prometedores, así como aprendizajes para futuras ediciones del programa.

- 1) **Implementación:** en general, los actores entrevistados coinciden en que el contenido del programa estaba alineado con sus expectativas.
- 2) **Percepción sobre potencial exportador:** el programa parece haber incidido sobre la percepción de las empresas sobre su propio potencial para exportar. Las empresas que recibieron únicamente los talleres (modalidad 1), encontraron las sesiones sobre cálculos de precios e investigación de mercado particularmente útiles. Ambos grupos informan que tienen mayor conocimiento sobre los requisitos para exportar y consideran las certificaciones de calidad como un elemento clave.
- 3) **Efectos tempranos:** las empresas se ven capaces de realizar un proceso de exportación exitoso y tienen altas expectativas respecto al éxito de sus productos. En particular, las empresas de la modalidad 1 están familiarizadas con los documentos necesarios y comenzaron a implementar mejoras, tales como cambios en la página web y la imagen corporativa. Por su parte, las empresas de la modalidad 2, para el momento, habían iniciado el diseño de los planes de exportación y el cálculo de precios.

ALGUNAS RECOMENDACIONES

Para aumentar la efectividad de programas de promoción a la exportación **pareciera favorable considerar opciones de segmentación** de los talleres a partir del nivel de conocimiento previo y el sector de las empresas.

Estos programas deberían diseñarse con herramientas de seguimiento que sirvan para **verificar el cumplimiento de la intervención, el avance de los planes de negocios, así como la satisfacción** de los participantes con el programa con el objetivo de identificar oportunamente espacios de mejora de sus contenidos.

Aún son pocas las evaluaciones que logren identificar relaciones causales entre estas iniciativas y las empresas que las reciben. Para futuras ediciones, replicar **la metodología experimental que se intentó utilizar en este estudio permitiría seguir generando evidencia útil para el diseño e implementación de estos programas.**