

Conceptualización del desempeño exportador: análisis de los avances en la literatura de los negocios internacionales

Conceptualization of export performance: analysis of developments in the literature of international business

Conceptualização do desempenho exportador: a análise dos avanços na literatura dos negócios internacionais

Dr. Roberto Horta*

RESUMEN

El objetivo de este artículo es analizar el concepto “desempeño exportador”, concepto muy usado en la literatura relacionada con los negocios internacionales, a los efectos de aportar a su conceptualización y medición. Para ello, se efectúa una amplia revisión de la literatura y se analizan los avances realizados por los investigadores con la finalidad de contribuir a las dimensiones y formas de medir este concepto. Se concluye que se trata de un concepto en el cual siguen existiendo diversos enfoques, aunque existen avances importantes en la forma de operacionalizar el desempeño exportador.

Palabras clave: conceptualización, desempeño exportador, negocios internacionales.

ABSTRACT

The aim of this paper is to analyze the concept of “export performance” concept very use in the literature of international business, in order to contribute to its conceptualization and measurement. For this, a comprehensive literature review is performed and the progress made by researchers to contribute to the dimensions and ways of measuring this concept is discussed. Concluded that it is a concept which still exist several approaches, although there are significant advances in how to operationalize export performance.

Keywords: conceptualization, export performance, international business.

RESUMO

O objetivo deste artigo é analisar o conceito de “desempenho exportador”, conceito utilizado amplamente na literatura sobre negócios internacionais, aos efeitos de contribuir para a conceituação e medição. Para fazer isso, se faz uma extensa revisão da literatura e analisam-se os avanços realizados pelos pesquisadores aos efeitos de contribuir nas dimensões e formas de medir este conceito. Conclui-se que se trata de um conceito no qual continuam existindo diversas abordagens, apesar dos avanços significativos na forma de operacionalizar o desempenho exportador.

Palavras-chave: conceituação, desempenho exportador, negócios internacionais.

* Uruguayo, Economista, Doctor en Economía y Dirección de Empresas, Universidad Católica del Uruguay, Montevideo, Uruguay. Correspondencia con el autor: rhorta@ucu.edu.uy.

1. Introducción

Un tema de creciente discusión en los negocios internacionales está referido a los procesos de internacionalización de las empresas en un mundo cada vez más globalizado e interrelacionado. Las empresas en la búsqueda de nuevos mercados implementan y llevan a la práctica diferentes formas de acceso a los mercados externos, encontrándose que la exportación aparece como la principal vía de internacionalización de las empresas, en particular, de las pequeñas y medianas empresas.

Diversas investigaciones han puesto de relieve el hecho de que las exportaciones se han constituido en la más popular, fácil y rápida forma de internacionalizarse por parte de las pequeñas y medianas empresas (Leonidou, 2011), y son numerosos los estudios que han investigado el desempeño exportador y los diversos factores que lo determinan (Aaby y Slater, 1989; Moini, 1995; Katsikeas, Piercy y Ionnidis, 1996; Gertner, Gertner y Guthery, 2006; Souza, Martínez-Lópes y Cohelo, 2008, Stoian, Rialp y Rialp, 2011).

Lo que ha preocupado a los investigadores no sólo ha sido la búsqueda de los factores que explican y determinan el resultado o desempeño exportador (Carneiro, Da Rocha y Ferreira, 2011), sino la forma de conceptualizar y operacionalizar el propio concepto de desempeño exportador, es decir la variable dependiente de las investigaciones sobre los determinantes del resultado de las exportaciones.

El desempeño exportador es un concepto complejo y multifacético (Cavusgil y Zou, 1994; Soham, 1998). Hay bastante consenso en la literatura de que es un constructo multidimensional (Stoian et al., 2011) que se debería definir a partir de una dimensión económica, una dimensión estratégica y una dimensión relacionada con el rendimiento exportador (Zou y Stan, 1998; Papadopoulos y Martín Martín 2010). En otras palabras, el desempeño en la actividad exportadora no puede ser evaluado con una sola medida o indicador, por lo que hay que tener en cuenta diversas perspectivas. Es un concepto multidimensional que requiere para su medición el uso de variables cuantitativas y cualitativas (Navarro-García et al., 2015).

Se han propuesto y desarrollado varias escalas de medición al analizar el desempeño exportador (Lages y Lages, 2004; Zou, Taylor y Osland, 1998), aunque el investigador se encuentra con que existen diversas formas de cómo medir el desempeño de las exportaciones (Katsikeas, Leonidou y Morgan, 2000; Sousa, 2004; Wheeler, Iber y Dimitratas, 2008).

Teniendo en cuenta todos los aspectos brevemente detallados precedentemente, este artículo tiene por objetivo investigar la conceptualización que la literatura ha ido generando sobre el desempeño exportador, a partir de la revisión de los aportes realizados por los principales autores que en los últimos veinte años han buscado

interpretar y definir dicho concepto. Por otra parte, se analizan las diferentes formas de operacionalizar y medir el desempeño exportador a partir de analizar diferentes investigaciones sobre los determinantes del resultado exportador que se han desarrollado en el período analizado.

Luego de esta introducción, en el punto siguiente, se profundiza en la literatura relacionada con el desempeño exportador, se continúa con el análisis de las propuestas para medir dicho constructo, y finalmente se presentan las principales conclusiones de la investigación realizada.

En este artículo, utilizamos en forma indistinta la terminología de “resultado o desempeño exportador”, para referirnos al mismo concepto, que en la literatura anglosajona se denomina *export performance*.

2. El resultado o desempeño exportador

La literatura relacionada con el resultado exportador ha ido evolucionando a lo largo de las últimas décadas, buscando aproximarse a la interpretación del fenómeno del rendimiento exportador, reconociendo que se trata de un concepto complejo y multidimensional, aunque no ha sido posible encontrar un consenso claro durante este período (Shoham, 1998; Zou et al 1998; Lages y Lages, 2004; Sousa, 2004).

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), Carneiro et al. (2011) y Stoian et al. (2011), entre otros muchos autores, se comprueba una evolución sobre cómo conceptualizar y operacionalizar el resultado, éxito o rendimiento exportador.

Katsikeas et al. (2000), quienes revisaron más de 100 investigaciones empíricas sobre el resultado exportador, sostienen, por otra parte, que el desempeño exportador es uno de los conceptos más investigados en los negocios internacionales y muy posiblemente de los más controvertidos y afirman que *“en cierta medida, este problema puede atribuirse a las dificultades en la conceptualización, funcionamiento, y la medición del concepto resultado exportador, lo que a menudo conduce a conclusiones inconsistentes y contradictorias”*.

De cualquier manera, son muy pocos los estudios que han presentado definiciones conceptuales del rendimiento exportador, siendo reducido el número de investigadores que han desarrollado definiciones del resultado exportador (Gertner et al., 2006). En general, se comprueba que la conceptualización surge en forma indirecta a partir de la forma en que se dimensiona y se busca medir el resultado exportador.

Shoham (1998) define el resultado o rendimiento exportador como el resultado compuesto de las ventas internacionales de una empresa (*the composite outcome of a firm's international sales*), que incluye tres sub-dimensiones, las ventas de exportación, la rentabilidad de las exportaciones y el crecimiento de las exportaciones. Esta definición está incorporando, en una muy breve presentación, la complejidad del concepto.¹ Por otra parte, este autor advierte que en general la mayoría de los artículos académicos que han investigado el resultado o rendimiento exportador han omitido una definición conceptual de dicho constructo.

De la revisión de la literatura realizada se detecta que la forma más común ha sido conceptualizar el resultado exportador a través de un enfoque económico-financiero. Ello implica deducir que el desempeño exportador debe aproximarse de la misma manera en que se miden las operaciones de comercialización, a saber, en términos financieros. Los estudios que han adoptado este punto de vista se han acercado al resultado de las exportaciones por indicadores tales como las ventas de exportación, crecimiento exportador o intensidad exportadora.

Otra forma de conceptualizar el resultado de las exportaciones se basa en la captura de los resultados estratégicos de 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 en los mercados internacionales, debe ser considerado una parte integrante de los resultados de exportación. Unido a esta forma de conceptualizar el resultado exportador aparece la necesidad de indicadores que demuestren o no cómo se alcanzan esos objetivos estratégicos.

En ese sentido, es posible citar a Cavusgil y Zou (1994), que definen el desempeño exportador como el grado en el que la firma completa sus fines mediante la exportación de sus productos/marcas a los mercados externos, lo que comprende aspectos económicos u operativos (beneficios, ventas, etc.) y aspectos estratégicos (posicionamiento internacional, el aumento de la cuota de mercado de la exportación, el logro de determinados objetivos, etc.), a través de la planificación y ejecución de la estrategia de comercialización de las exportaciones de la empresa.

Una tercera aproximación al concepto del resultado exportador se orienta por el análisis de las actitudes con el rendimiento de las exportaciones. La lógica detrás de esta

¹ Shoham (1998) advierte que esta definición es significativa pues tiene en cuenta la complejidad temática del resultado exportador, en cuanto a: su relación con los temas estratégicos, con los temas de comercialización, con los diferentes *stakeholders* de las empresas, con la relación entre rendimiento internacional y contextos específicos, y con las diferentes conceptualizaciones del concepto.

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 medir los resultados de exportación, a través de la percepción que tienen los directivos del éxito de las exportaciones o la satisfacción con los resultados de la actividad de exportación de sus empresas.

Por otra parte, hay autores que afirman que las bases conceptuales y metodológicas que soportan la evaluación de las medidas empleadas, en la investigación empírica, como variables dependientes del resultado exportador, han sido en gran medida ignoradas. La mayoría de los estudios empíricos se ha limitado a examinar los factores determinantes del resultado exportador, sin vincular dichas relaciones en el marco de una teoría más amplia, a pesar de que se detecta un mayor énfasis en construir progresivamente una teoría del resultado exportador sobre la base de la recopilación de suficientes hechos que muestran la asociación entre variables independientes y variables dependientes, en lugar de desarrollar una plataforma teórica primero y luego probarlo en estudios empíricos (Katsikeas et al., 2000)².

La tabla 1 procura sistematizar los diferentes enfoques o dimensiones que permitan conceptualizar el resultado exportador.

Tabla 1: Conceptualización del resultado exportador.

Enfoque / Dimensión	Objetivos	Indicadores sugeridos
Resultados financieros y económicos.	Rentabilidad exportadora.	Ventas de exportación. Crecimiento exportador. Intensidad exportadora. Participación en el mercado. Medidas de rentabilidad. Desempeño económico en mercados internacionales en relación al mercado doméstico.
Resultados estratégicos.	Mejora de la competitividad. Aumento cuota mercado. Fortalecimiento posición estratégica.	Cumplimiento de los objetivos estratégicos. Desempeño en la comercialización.
Actitudes con el rendimiento exportador.	Satisfacción con las operaciones de exportación.	Percepción de los directivos sobre el comportamiento exportador. Satisfacción con desempeño exportador.

Fuente: elaboración propia a partir de Zou y Stan (1998), Papadopoulos et al. (2010) y Mysen (2013).

² Shoham (1998: 61) advierte que la mayoría de las investigaciones sobre el resultado exportador ignoran una definición conceptual del concepto sobre dicho resultado exportador.

3. Cómo medir el resultado exportador

Un punto importante y bastante discutido por las investigaciones en esta temática de los negocios internacionales, se relaciona con el hecho de cómo medir el resultado exportador.³ Una primera aproximación indicaría claramente que una medida múltiple, estaría más de acuerdo con la naturaleza compleja del resultado exportador. A su vez, aparece el punto relacionado con la credibilidad de las medidas a utilizar, en particular según la forma de recolectar la información, lo que lleva a plantear la utilización de medidas objetivas o subjetivas (Lages, 2000).

Muchos autores coinciden en que las medidas objetivas y subjetivas son complementarias y es recomendable hacer uso de ambas de manera interrelacionada, con el fin de proporcionar una visión más completa de los resultados de exportación (Cavusgil y Zou, 1994; Katsikeas et al., 2000; Shoham, 1998; Shoham et al., 2002; Sousa, 2004; Wheeler et al., 2008).

Respecto a este último aspecto, 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). Por otra parte, existen investigaciones que muestran una buena correlación entre medidas objetivas y subjetivas del resultado exportador (Stoian et al., 2011).

De la revisión de la literatura, el investigador encuentra una serie de formas de dimensionar los resultados de las exportaciones (ver tabla 2).

Zou y Stan (1998) hicieron una distinción entre resultados financieros, resultados no financieros y las medidas compuestas. Después de revisar los estudios sobre el nivel de los resultados de las exportaciones de la empresa, Katsikeas et al. (2000) utilizaron una categorización de tres vías, es decir, medidas económicas (relacionadas con las ventas, con los beneficios y con la cuota de mercado), medidas no económicas (relacionadas con el mercado, 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 el grado en que los objetivos de las exportaciones se han cumplido). Otras opciones encontradas en la literatura se refieren a dividir el rendimiento de las exportaciones en tres dimensiones de 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).

³ Sousa (2004) expresa que existe una necesidad de analizar el conocimiento empírico de las diferentes medidas de la performance exportadora utilizadas en la literatura a los efectos de facilitar el desarrollo de la teoría.

Sousa (2004), quien revisó 43 estudios empíricos, identificó 50 aspectos operacionales del resultado exportador. Leonidou, Katsikeas y Samiee (2002) identifican, por otra parte, doce variables o dimensiones para medir la performance exportadora en un análisis de investigaciones sobre el tema, siendo las más usadas la intensidad exportadora, el monto exportador y la rentabilidad de las exportaciones. Gertner, Gertner y Guthery (2006) utilizan 17 variables independientes para operacionalizar el resultado exportador.

Alonso y Donoso (2000) consideran oportuno utilizar los siguientes criterios para medir el éxito de la internacionalización vía exportaciones, o sea el resultado exportador: medidas de compromiso exportador, medidas de dinamismo exportador, medidas de rentabilidad exportadora y otras medidas de diversa naturaleza. A su vez, resaltan las propuestas que han elaborado y discutido índices múltiples, donde se integran de forma estadísticamente ponderada determinadas variables (Sullivan, 1994 y 1996, y las observaciones críticas de Ramaswamy, Kroeck y Renforth, 1996).

Tabla 2: Cómo operacionalizar el resultado exportador.

Autores	Formas de dimensionar el resultado exportador (medidas)
Zou y Stan (1998)	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados financieros • Resultados no financieros • Medidas compuestas
Katsikeas, Leonidou y Morgan (2000)	<ul style="list-style-type: none"> • Medidas económicas (ventas, beneficios, cuota de mercado) • Medidas no económicas (mercado, producto, otros) • Medidas genéricas (satisfacción con el resultado exportador)
Styles (1998)	<ul style="list-style-type: none"> • Eficacia • Eficiencia • Adaptabilidad
Shoham (1998, 1999)	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas • Beneficios • Crecimiento
Alonso y Donoso (2000)	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso exportador • Dinamismo exportador • Rentabilidad exportadora • Otras medidas
Leonidou, Katsikeas y Samiee (2002)	<ul style="list-style-type: none"> • Intensidad exportadora • Monto exportado • Rentabilidad de exportaciones
Zou, Taylor y Osland (1998)	Escala múltiple: <i>EXPERF scale</i> <ul style="list-style-type: none"> • Rendimiento financiero • Rendimiento estratégico • Satisfacción con el resultado exportador

Lages y Lages (2004)	<p>Escala múltiple: <i>STEP scale</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción con el desempeño exportador • Incremento de la intensidad exportadora • Expectativas de mejora en desempeño exportador
Lages et al. (2009)	<p>Escala múltiple: <i>NEP scale</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Aspectos generales de la <i>performance</i> exportadora • Relaciones con el importador • Relaciones con los proveedores • Calidad de componentes
Papadopoulos y Martín Martín (2010)	<ul style="list-style-type: none"> • Obtención de nichos en los mercados de exportación • Mejora en la cuota de mercado • Diversificación de clientes externos • Medidas de ventas de exportación e intensidad exportadora
Mysen (2013)	<p>Medidas financieras</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medidas de ventas • Medidas de rentabilidad • Desempeño en mercados externos en relación al mercado local <p>Medidas no financieras</p> <ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción • Desempeño estratégico • Escalas compuestas

Fuente: elaboración propia.

Papadopoulos y Martín Martín (2010) han propuesto la utilización de medidas que busquen captar el desempeño estratégico de las exportaciones, por un lado, y el desempeño económico, por otro. Para el primer caso sugieren algunos indicadores, como por ejemplo: la obtención de nichos en los mercados de exportación, mejora en la cuota de mercado, diversificación de clientes externos. Para el caso de la medición del desempeño económico, estarían indicadores como el volumen o valor exportado, y/o la intensidad exportadora, entre otros.

Otra aproximación encontrada en la literatura se orienta por el uso de medidas vinculadas con la percepción de los directivos sobre el rendimiento de las exportaciones, o la satisfacción con los resultados de la misma. 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. Se está aquí claramente frente a medidas subjetivas del rendimiento o desempeño exportador.

Stoian et al. (2011) propusieron medir la satisfacción empresarial con los resultados de exportación, a partir de su satisfacción con alguno de los siguientes conceptos: los logros de objetivos de exportación; los resultados en el principal mercado (s) en com-

paración con los principales competidores (locales e internacionales); el crecimiento de las ventas en el extranjero en total; la cuota total de mercado en el extranjero / en el principal mercado (s); los resultados financieros del principal producto / servicio en total / en el principal mercado (s), entre otros.

Aceptando la multiplicidad de dimensiones del concepto del resultado exportador, como se ha detallado en los párrafos anteriores, el investigador encuentra que existirían dos opciones: una opción es construir una medida compuesta que incluya las varias dimensiones⁴ y la otra opción es utilizar múltiples medidas, de acuerdo a la mejor forma de operacionalizar el constructo resultado exportador. Esta segunda opción es, de hecho, lo que muchos investigadores han optado por hacer al llevar a cabo investigaciones sobre los factores que inciden o determinan el resultado y desempeño exportador (Matthyssens y Pauwels, 1996).

Escalas múltiples las encontramos, por ejemplo, en los trabajos de Zou et al. (1998) o Lages y Lages (2004). En el primero, los autores encaran la formulación de una escala múltiple para medir el resultado exportador motivados por hacer más comparables los resultados de las investigaciones entre diferentes países, ya que son muy variadas las medidas tomadas en estudios e investigaciones realizadas en cada país, lo que dificulta las comparaciones. Es así que proponen una medida que denominan “*EXPERF scale*”. Concretamente, el resultado exportador se lo define como el rendimiento financiero y estratégico de la empresa en sus actividades de exportación y la satisfacción por parte de la empresa con dichas actividades. De ahí que se postula que el resultado exportador puede ser desagregado en tres dimensiones: rendimiento financiero, rendimiento estratégico y satisfacción con el resultado exportador, y que esa postulación permite medir el resultado exportador para empresas de diferentes países. Los autores comprueban empíricamente la validez de esta escala múltiple para empresas exportadoras de Estados Unidos y de Japón.

Lages y Lages (2004), por su parte, elaboraron una escala múltiple tendente a medir el rendimiento exportador en el corto plazo, motivados por el artículo de Madsen (1998), afirmando que aunque se efectuaron importantes, pero pocos, esfuerzos por avanzar en la teoría de la exportación respecto de escalas múltiples para evaluar el rendimiento exportador (por ejemplo, Styles, 1998, y Zou et al., 1998), ninguno de los estudios se preocupó con la evaluación a corto plazo de los resultados de las exportaciones. Sin dejar de reconocer que el rendimiento exportador en el largo plazo es crucial, los autores afirman que si las actividades de exportación no tienen éxito en el corto plazo, es muy difícil que los directivos de la empresa y los que toman decisiones de políticas públicas, piensen en el largo plazo.

⁴ Por ejemplo la escala múltiple “*EXPERT scale*” desarrollada por Zou et al. (1998).

La escala múltiple desarrollada –*the STEP scale*–⁵ está compuesta por tres dimensiones: (1) satisfacción con el desempeño exportador en el corto plazo, (2) incremento de la intensidad exportadora en el corto plazo, y (3) expectativa de mejora del desempeño exportador en el corto plazo. Es una medida subjetiva, pues consideran los autores que hay varios factores que apoyan el uso de un enfoque subjetivo para la medición del desempeño exportador, en particular el hecho de que al medir el rendimiento percibido, en lugar de la ejecución *per se*, se es capaz de captar el grado en que los resultados han acompañado los niveles de aspiración del resultado exportador de un año al próximo. Igualmente reconocen que al no considerar medidas objetivas, esta escala debe ser considerada como una sugerencia, sabiendo que no puede captar completamente el complejo ámbito conceptual del resultado exportador.

Shoham (1998) afirma que una de las ventajas de usar una combinación de elementos disponibles para capturar cada una de las sub-dimensiones del resultado exportador, ayuda a superar las fluctuaciones sistemáticas o aleatorias que pueden verificarse en alguno de los temas que inciden en las exportaciones⁶.

Más recientemente, Lages et al. (2009) han desarrollado una nueva escala múltiple incorporando la teoría de redes, denominándola la *NEP scale*, donde incorporan indicadores relacionados con la red de proveedores y clientes. El desempeño exportador es definido como el grado en que una firma consigue mejorar sus resultados exportadores en un contexto de red, alcanzando sus objetivos de exportación internos, estableciendo relaciones sostenibles con los importadores y proveedores, y comprando y suministrando productos de calidad. Esta definición es innovadora en el sentido que considera que los proveedores y los clientes extranjeros son una importante fuente de creación de valor, y también de ventajas competitivas en los mercados de exportación.

4. Conclusiones

De la revisión de la literatura realizada en relación a cómo conceptualizar y operacionalizar el desempeño exportador, es posible concluir que se trata de un concepto ampliamente investigado, pero a la vez menos comprendido y más polémico, en el área de la comercialización internacional. En cierta medida, es posible afirmar que este

⁵ La escala ha sido denominada STEP (*satisfaction with short-term performance improvement*).

⁶ Para mostrar la complejidad de la forma de operacionalizar el desempeño exportador se puede recurrir al siguiente ejemplo: una empresa puede decidir incrementar las ventas a expensas de la rentabilidad en el corto plazo, a los efectos de ingresar a nuevos mercados; si esta fuera la estrategia de la empresa la mejor forma de medir el desempeño exportador debería ser a través de los volúmenes de ventas de exportación o del crecimiento de los volúmenes exportados y no una medida que incluya la rentabilidad.

problema puede atribuirse a las dificultades en la conceptualización, operacionalización y medición de este constructo, a menudo incoherente y que muchas veces conduce a resultados contradictorios (Katsikeas et al., 2000).

Esta apreciación también la plantean Carneiro, Da Rocha y Ferreira (2007), al afirmar que las conclusiones a veces contradictorias e inconsistentes de las investigaciones sobre los determinantes del resultado exportador, son debidas, entre otras posibles razones, a las diferentes formas de conceptualizar, operacionalizar y medir el concepto de resultado exportador. Es decir, que estamos frente a un punto donde todavía no hay consensos claros en la literatura.

Respecto a la forma de operacionalizar y medir el concepto de desempeño exportador o resultado exportador, se constata de la revisión de la literatura realizada en esta investigación, que la misma ha evolucionado significativamente con el tiempo, en dos direcciones: en primer lugar, mediante el uso de múltiples medidas en lugar de medidas únicas, buscando medir los diferentes aspectos relacionados con el desempeño exportador y, en segundo lugar, mediante la incorporación de medidas subjetivas junto a las medidas objetivas, ampliando las medidas que permitan un mejor estudio del constructo a investigar.

Como se detalló en la revisión realizada, algunos autores han encontrado que existe una relación positiva significativa entre las medidas objetivas y subjetivas del desempeño exportador (Stoian et al., 2011). En otras palabras, la satisfacción de los directivos con el desempeño exportador se ve influenciada por los indicadores objetivos sobre el comportamiento exportador.

Por otra parte, se aprecia que la mayoría de dichos estudios postulan tres dimensiones para una mejor operacionalización del resultado exportador: en primer lugar, una dimensión económica (generalmente medida por una combinación de indicadores relacionados con las ventas, la rentabilidad, la participación en el mercado, y/o con los cambios en uno o más de dichos indicadores); en segundo lugar, una dimensión estratégica (usualmente medida por escalas ponderadas de percepciones de la dirección en relación a determinados objetivos alcanzados), y finalmente una dimensión global sobre la satisfacción de la actividad exportadora. El investigador debería, en lo posible, acercarse a la utilización de estas tres dimensiones, en aquellos estudios que tengan por objeto analizar el desempeño exportador de la firma.

Finalmente, en un intento de resumir los diferentes aportes realizados por la literatura relacionada con los determinantes del resultado o desempeño exportador, y que se considera aportan al desarrollo de nuevas investigaciones, es posible concluir que: a) el resultado de las exportaciones, como concepto multidimensional, debe ser analizado a

través de medidas objetivas (ventas, rentabilidad, crecimiento, etc.) y subjetivas (éxito percibido, satisfacción de los directivos, logro de objetivos, etc.); b) los indicadores utilizados deben permitir medir el resultado exportador a corto (ventas, crecimiento) y largo plazo (logro de objetivos estratégicos 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 utilizar medidas múltiples.

Bibliografía

- Aaby, N. E. y Slater, S. F. (1989). "Management influences on export performance: a review of the empirical literature 1978-88", *International Marketing Review*, 6, (4) pp. 7-26.
- Alonso, J. A. y Donoso, V. (2000). "Modelización del comportamiento de la empresa exportadora española", *ICE*, Noviembre 2000, Nº. 788, 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.
- Brouthers, L.; Nakos, G.; Hadjimarcous, J.; y Brouthers, K. (2009). "Key factors for successful export performance for small firms", *Journal of International Marketing*, 17 (3), 21-38.
- Carneiro, J.; Da Rocha, A. y Ferrerira Da Silva, J. (2007). "A critical analysis of measurement models of export performance", *Brazilian Administration Review* 4 (2), pp. 1-19.
- Carneiro, J.; Da Rocha, A. y Ferrerira Da Silva, J. (2011). "Determinants of export performance: a study of large brazilian manufacturing firms", *Brazilian Administration Review*, 8 (2), pp. 107-132.
- Cavusgil, S. T. y Zou, S. (1994). "Marketing strategy-performance relationship: and investigation of empirical link in export market ventures", *Journal of Marketing*, 58 (1), pp. 1-21.
- Chetty, S. y Hamilton, R. T. (1993). "Firm-Level Determinants of Export Performance: A Meta-Analysis", *International Marketing Review*, 10 (3), pp. 26-34.
- Gemunden, H. G. (1991). "Success factors of export marketing", *New Perspectives on International Marketing*, S. J. Paliwoda, ed., Routledge, London, pp. 33-62.
- Gertner, R. K.; Gertner, D. y Guthery, D. (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*, 20 (1), pp. 21-38.

- Katsikeas, C.; Leonidou, L. C. y Morgan, N. A. (2000). "Firm-level export performance assessment: review, evaluation and development", *Journal of Academy of Marketing Science*, 28 (4), pp. 493-511.
- Katsikeas, C.; Piercy, N. y Ionnidis, C. (1996). "Determinants of export performance in European context", *European Journal of Marketing*, 30 (6), pp. 6-35.
- 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*, 13 (3), pp. 29-51.
- Lages, L. F. y Lages, C. R. (2004). "The STEP Scale: a measure of short-term export performance improvement", *Journal of International Marketing*, 12 (1), pp. 36-56.
- Lages, L. F.; Silva, G.; Styles, C. y López Pereira, Z. (2009). "The NEP Scale: a measure of network export performance", *International Business Review*, 18, pp. 344-356.
- Leonidou, L. C. (2011). "Factor stimulating export business: an empirical investigation", *Journal of Applied Business Research*, 14 (2), pp. 43-68.
- Madsen, T. K. (1987). "Empirical export performance studies: a review of conceptualizations and findings", *Advances in International Marketing*, 2, pp. 177-198.
- Madsen, T. K. (1998). "Executive insights: managerial judgment of export performance", *Journal of International Marketing*, 6 (3), pp. 82-93.
- 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.
- Navarro-García, A. et al. (2015). "Global model for export performance: moderator role of export department", *Journal of Business Research*, en: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.073>.
- Papadopoulos, N. y Martín Martín, O. (2010). "Toward a Model of the Relationship between Internationalization and Export Performance", *International Business Review*, 19, pp. 388-406.
- Shoham, A. (1998). "Export performance: a conceptualization and empirical assessment", *Journal of International Marketing*, 6 (3), pp. 59-81.
- Souza, C. (2004). "Export performance measurement: an evaluation of the empirical research in the literature", *Academy of Marketing Science Review*, 2004 (9), pp. 1-22.
- Souza, C.; Martínez-López, F. y Coelho, F. (2008). "The determinants of export performance: a review of the research in the literature Between 1998 and 2005", *International Journal of Management Reviews*, 10 (4), pp. 343-374.

- Stoian, M. C.; Rialp, A. y Rialp, J. (2011). "Export performance under the microscope. a glance through spanish lenses". *International Business Review*, 20 (2), pp. 117-135.
- Styles, C. (1998). "Export performance measures in Australia and the United Kingdom", *Journal of International Marketing*, 6 (3), pp. 13-36.
- Voerman, L. (2003). "The export performance of european SMEs", *Labyprint Publication*, The Netherland.
- Wheeler, C.; Ibeh, K. y Dimitrataos, P. (2008). "UK export performance research", *International Small Business Journal*, 26 (2), pp. 1-31.
- Zou, S. y Stand, S. (1998). "The determinants of export performance: a review of the empirical literature between 1987 and 1997", *International Marketing Review*, 15 (5), pp. 333-356.
- Zou, S.; Taylor, C. y Osland, G. (1998). "The EXPERF Scale: A cross-national generalized export performance measure", *Journal of International Marketing*, 6 (3), pp. 37-58.

Cómo citar este artículo:

Horta, Roberto (2015). "Conceptualización del desempeño exportador: análisis de los avances en la literatura de los negocios internacionales", *Oikos* N° 40, 137 - 150, Escuela de Administración y Economía, Universidad Católica Silva Henríquez (UCSH), Santiago de Chile.

[<http://ediciones.ucsh.cl/revistas.php>]

Fecha de recepción: 30/08/2015

Fecha de aceptación: 30/11/2015