



**Escuela de Administración**

**Asistente de Investigación II**

**Determinantes de las exportaciones: Una revisión sistemática de literatura y un estudio de tendencias aplicado**

**Presentado por:**

**Lina Isabella Venegas Arenas y  
Camila Andrea Torres Montenegro**

**Bajo la dirección de:**

**Juan Camilo Sánchez**

**Bogotá, D.C.  
Noviembre, 2023**



Escuela de Administración

Asistente de Investigación II

**Determinantes de las exportaciones: Una revisión sistemática de literatura y un estudio de tendencias aplicado**

Presentado por:

Lina Isabella Venegas Arenas y Camila Andrea Torres Montenegro

Bajo la dirección de:

Juan Camilo Sánchez

Administración de Negocios Internacionales

Bogotá D.C, Colombia

Noviembre, 2023

### **Declaración de originalidad y autonomía**

Declaramos bajo la gravedad del juramento, que hemos escrito la Revisión de literatura titulada "Crecimiento y Dinámicas del Comercio Internacional en la Industria de Productos Derivados de la Papa: Un Estudio de Tendencias y Perspectivas", en opción de grado de Asistente de Investigación II y que por lo tanto, su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que esta Revisión no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

*Camila Torres*

A handwritten signature in grey ink, appearing to read 'Camila Torres', written in a cursive style.

### **Declaración de exoneración de responsabilidad**

Declaramos que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de sus autoras. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

*Camila Torres*

A handwritten signature in grey ink, appearing to read 'Camila Torres', written in a cursive style.

## Tabla de Contenido

<b>DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD Y AUTONOMÍA .....</b>	<b>3</b>
<b>DECLARACIÓN DE EXONERACIÓN DE RESPONSABILIDAD .....</b>	<b>4</b>
<b>GLOSARIO .....</b>	<b>8</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>10</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>10</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>11</b>
<b>2. REVISIÓN DE LITERATURA.....</b>	<b>12</b>
2.1. <i>Metodología .....</i>	<i>12</i>
2.2. <i>Análisis de datos y hallazgos .....</i>	<i>14</i>
2.3. <i>Discusión.....</i>	<i>16</i>
<b>3. UN ESTUDIO DE TENDENCIAS APLICADO.....</b>	<b>25</b>
3.1. <i>200520 Papas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o ácido acético), sin congelar.....</i>	<i>26</i>
3.1.1. <i>Japón.....</i>	<i>26</i>
3.1.1.1. <i>Introducción .....</i>	<i>26</i>
3.1.1.2. <i>Tendencias de Consumo .....</i>	<i>27</i>
3.1.1.3. <i>Condiciones de Acceso y Precios .....</i>	<i>28</i>
3.1.1.4. <i>Requerimientos de Producción .....</i>	<i>30</i>
3.1.2. <i>Canadá.....</i>	<i>33</i>
3.1.2.1. <i>Introducción .....</i>	<i>33</i>
3.1.2.2. <i>Tendencias de Consumo .....</i>	<i>34</i>
3.1.2.3. <i>Condiciones de Acceso y Precios .....</i>	<i>35</i>

3.1.2.4. <i>Requerimientos de Producción</i> .....	37
3.1.3. Argentina.....	38
3.1.3.1. <i>Introducción</i> .....	38
3.1.3.2. <i>Tendencias de Consumo</i> .....	39
3.1.3.3. <i>Condiciones de Acceso y Precios</i> .....	40
3.1.3.4. <i>Requerimientos de Producción</i> .....	41
3.2. 110510 <i>harina, sémola y polvo de papa.</i> .....	42
3.2.1. Costa Rica .....	43
3.2.1.1. <i>Usos Recomendados del Producto</i> .....	44
3.2.1.2. <i>Producto Innovador</i> .....	44
3.2.1.3. <i>Costo del producto</i> .....	44
3.2.1.4. <i>Proveedores</i> .....	44
3.2.1.5. <i>Regulaciones de Empaque</i> .....	45
3.2.2. México .....	45
3.2.2.1. <i>Usos Recomendados del Producto</i> .....	46
3.2.2.2. <i>Producto Innovador</i> .....	46
3.2.2.3. <i>Costo del producto</i> .....	46
3.2.2.4. <i>Proveedores</i> .....	46
3.2.2.5. <i>Regulaciones de Empaque</i> .....	47
3.2.3. Estados Unidos.....	47
3.2.3.1. <i>Usos Recomendados del Producto</i> .....	47
3.2.3.2. <i>Producto Innovador</i> .....	48
3.2.3.3. <i>Costo del producto</i> .....	48
3.2.3.4. <i>Proveedores</i> .....	48
3.2.3.5. <i>Regulaciones de Empaque</i> .....	48

<b>4. IMPLICACIONES PRÁCTICAS/CONCLUSIONES .....</b>	<b>49</b>
<b>5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>51</b>
<b>6. ANEXOS.....</b>	<b>59</b>

## Glosario

**Apertura Comercial:** Es la suficiencia que tiene un país para trasladar bienes y servicios, buscando que se eliminen las barreras y restricciones en el comercio internacional.

**Cadena de suministros:** Es el proceso que involucra a todo el producto, desde que se compra y se fabrica de materias primas hasta la entrega de este artículo al cliente.

**Condiciones de acceso:** Se refiere a los requisitos que deben cumplirse para poder acceder a algo ya sea un país/lugar, un servicio, una información, etc.

**Conducta de exportación:** Es un conjunto de acciones y decisiones que una persona o una empresa debe de acoger para así poder vender sus productos o servicios en el mercado internacional.

**Determinantes de exportación:** Factores internos, externos, legales y regulatorios que establecen la viabilidad de la exportación.

**Diversificación de exportaciones:** Es una estrategia de un país o empresa para poder ampliar su variedad de productos o servicios que exportan

**Entrada al mercado:** Es un proceso en donde una empresa introduce sus servicios o productos en una nueva área geográfica, estableciendo estrategias para competir en ese mercado.

**Exportar:** Vender bienes en otro Estado que no pertenezca al mismo territorio aduanero.

**Intensidad exportadora:** Que tanta cantidad de producto logra una empresa o país exportar.

**Interdependencia:** Se refiere a la relación recíproca entre dos o más entidades que dependen de la otra para satisfacer sus necesidades y al final poder lograr sus objetivos.

**Internacionalización:** Es el proceso en el cual una empresa u organización decide expandirse tanto en sus operaciones como presencia en mercados extranjeros.

**Mercados emergentes:** Son economías en desarrollo que están en un proceso de crecimiento y por lo tanto están cambiando rápidamente.

**Pequeñas y medianas empresas (PYMES):** Es una entidad organizativa, que es conocida por tener un número bajo de trabajadores, actividades limitadas e ingresos inferiores a lo que tendría una gran empresa.

**Propensión a exportar:** Es que tan viable es que un producto sea exportable, de acuerdo a factores internos y externos.

**Rendimiento Exportador:** Que tan competitivo es el producto o servicio exportado dentro del mercado al que está entrando.

## Resumen

Esta revisión de literatura se enfoca en analizar cuáles son los determinantes de las exportaciones, teniendo en cuenta factores como lo son el rendimiento exportador, la intensidad exportadora y el éxito de la exportación, haciendo énfasis en cuatro conceptos importantes recurrentes los cuales fueron: Propensión, intensidad, determinantes internos y externos, y finalmente el desempeño de exportación. Hay que añadir que otros conceptos como sofisticación de producto y de producción aunque no son tan prevalentes, son importantes para determinar la exportación de los productos. Se encontró una variedad de conceptos y subconceptos en cada una de las categorías anteriormente descritas, por lo que hay una gran variedad de determinantes (unos con más pesos que el otro) para la exportación.

**Palabras Clave:** Agricultura, Exportaciones, Propensión, Intensidad Exportadora, Rendimiento Exportador, Sofisticación del Producto, Comercio Internacional.

## Abstract

This literature review focuses on analyzing the determinants of exports, taking into account factors such as export performance, export intensity, and export success, emphasizing in four important recurring concepts, which were: Propensity, intensity, internal and external determinants, and finally export performance. It should be added that other concepts such as product and production sophistication, although not as prevalent, are important in determining the export of products. A variety of concepts and sub-concepts were found in each of the categories described above, so there is a wide variety of determinants (some with more weight than the other) for export.

**Key Words:** Agriculture, Exports, Propensity, Export Intensity, Exporters Performance, Product Sophistication, International Trade.

## 1. Introducción

El comercio internacional ha estado presente desde siglos atrás, ha sido una herramienta para conectar con todo el mundo y hoy en día permite una interdependencia entre todas las sociedades. El presente trabajo trata sobre los determinantes de las exportaciones, en donde se profundizará en cómo y por qué existen ciertos modos de exportación. Esto se realizó por medio de una revisión de literatura sistemática en donde se buscarán en diversos textos adjuntos en revistas de investigación con el fin de hacer una recopilación de todo lo que se ha producido con respecto a este tema de los determinantes de las exportaciones. Además, se hizo un estudio aplicado, específicamente sobre algunos derivados de la papa. Esto se hizo con el fin de comprender más a fondo cómo se aplica la investigación en casos reales. Previamente se llevó a cabo un trabajo en colaboración con FEDEPAPA (Federación Colombiana de Productores de Papa) en el cual se estudiaron los dos derivados de la papa que serán incluidos dentro de este trabajo.

El análisis de estos conceptos es importante, ya que durante una investigación preliminar, se observó una escasa disponibilidad de información al buscar sobre el comercio exterior de la papa en bases de datos como lo son Scopus. Lo que se buscó en este trabajo es realizar un análisis más detallado sobre cómo el producto de la papa en el comercio internacional y que factores influyen en la exportación del mismo y sus derivados. Por esta razón, la pregunta de investigación de este trabajo es: ¿Cuáles son los determinantes de exportación y que factores los afectan?

## 2. Revisión de Literatura

### 2.1. Metodología

Para alcanzar el objetivo propuesto en este estudio, se empleó como método de investigación la revisión de literatura, en especial, aquella propuesta por Chicaíza et al. (2017), la cual es adecuada para trabajar en el campo de la administración. Dichos autores proponen tres etapas para desarrollarla: exploración inicial, revisión y elaboración del reporte y divulgación de resultados. En la primera etapa, llamada exploración inicial y planeación, donde se identifica el tema de investigación. Lo que busca en este proceso es adquirir un conocimiento más profundo sobre el tema de interés a través de diferentes fuentes, como diccionarios y materiales de referencia. Este conocimiento preliminar es esencial para acotar la pregunta de investigación y determinar las características de los documentos que serán incluidos en la revisión. Las características pueden ser sobre el rango de años de publicación, el idioma en el que se están escritos los documentos, el tipo de publicación (por ejemplo, artículos, libros, tesis) y otros criterios específicos de inclusión y exclusión, como la metodología utilizada en los estudios.

La segunda etapa, es la revisión sistemática, la cual implica la creación de una estrategia de búsqueda detallada que incluye la selección de palabras clave, la definición de una ecuación de búsqueda, y la identificación de las fuentes de información. Para esta revisión de literatura, se utilizaron bases de datos especializadas, como lo son Scopus (en las áreas de agricultura, economía y ciencias sociales). La selección de estas bases de datos se basó en la disponibilidad de estudios pertinentes así como la relevancia de la temática. Además, es esencial mencionar el período durante el cual se realizó la búsqueda y la fecha de la última búsqueda, lo que asegura la actualidad de la información. Al momento de hacer la estrategia de búsqueda se debe hacer

de manera detallada para cada una de las bases de datos consultadas, para que de esta manera la búsqueda sea reproducible.

Para la base de datos de Scopus, se decidió utilizar la siguiente ecuación de búsqueda con la cual se obtendrá la información que puede ser pertinente para la revisión de literatura, la ecuación es la siguiente:

```
TITLE-ABS-KEY ( "determinants of export*" OR "export determinants" ) AND PUBYEAR > 2011 AND
PUBYEAR < 2023 AND ( LIMIT-TO ( SRCTYPE , "j" ) ) AND ( LIMIT-TO ( SUBJAREA , "BUSI" ) OR
LIMIT-TO ( SUBJAREA , "ECON" ) OR LIMIT-TO ( SUBJAREA , "SOCI" ) OR LIMIT-TO ( SUBJAREA ,
"AGRI" ) ) AND ( LIMIT-TO ( DOCTYPE , "ar" ) ) AND ( LIMIT-TO ( LANGUAGE , "English" ) )
```

Esta ecuación de búsqueda utilizada se centra en identificar artículos que hablen sobre los determinantes de las exportaciones, incluyendo palabras clave como “determinants of export” y “export determinants”. Además se estableció un rango de años en los que los artículos fueron publicados entre 2012 y 2022. Se buscó específicamente artículos escritos en inglés. Y finalmente, la ecuación se restringe a áreas específicas como negocios, economía, sociología y agricultura.

Por último, en la tercera etapa, se hizo la elaboración de la revisión de literatura y la divulgación de resultados. En esta etapa, se especificó el proceso de selección de los artículos y que estos cumplan con los criterios previamente establecidos. Esto implica la revisión de títulos, resúmenes y textos completos de los documentos encontrados en la etapa de revisión sistemática. Además, se realizó la extracción de datos clave de los estudios seleccionados, incluyendo información de los autores, el año de publicación, la metodología utilizada, resultados y conclusiones. Estos datos se organizaron por temas y hallazgos relevantes para su posterior análisis. La metodología empleada garantiza la integridad, relevancia y la posibilidad de reproducir el proceso de búsqueda y selección de documentos en esta revisión de literatura.

## 2.2. Análisis de datos y hallazgos

Una vez establecida la ecuación de búsqueda se procedió a revisar los artículos y los documentos que se encontraban en la plataforma de Scopus. Lo que se encontró a través de la ecuación fueron 185 artículos, dado que es una gran cantidad de artículos y posiblemente no todos están guiados a lo que específicamente se pretende revisar, se decidió seguir con el modelo de Chicaíza et al. (2017), matriz de extracción. Este modelo ayuda a que el investigador pueda categorizar todos los documentos que serán útiles para la revisión de literatura. En el caso de este proyecto se decidió incluir las categorías de: Título, Autores, Año, Fuente, Objetivo, Literatura, Aportes y Categoría (Anexo A).

En las primeras categorías (título, autores, año y fuente), se puso la información tal y como estaba en el documento y para la parte de fuente solo se tomó el link de Scopus. Para las secciones de objetivo, literatura, aportes y categoría se puso información mucho más detallada como por ejemplo, en el caso de objetivos se encuentra la información de cuáles son los objetivos que quiere alcanzar el documento (objetivos generales de la investigación). En literatura se encuentra la información de las teorías o conceptos importantes que fueron usados y descritos en los trabajos. En los aportes se incluyó las conclusiones y lo más relevante que se encontró en esas investigaciones. Y finalmente en categoría se incluyó el tema específico en el que se centraba el texto que estuviera relacionado directamente con esta investigación.

Todo este proceso permitió escoger 33 artículos de los 185 artículos inicialmente hallados, esos 33 artículos son los que se usarán como fuentes para la revisión de literatura. La manera en la que se escogieron esos documentos fue en dos partes. La primera fue seleccionar en la base de datos Scopus, una herramienta dentro de ella donde permite organizar los documentos de mayor a menor en la cantidad de citas, y la segunda parte fue leer los

títulos y los abstract o resumen del artículo para verificar si la información que está en esas investigaciones están relacionadas con esta revisión de literatura.

Los hallazgos preliminares de los 33 artículos inicialmente revisados son que la mayoría de los artículos tienen como temas principales “export” o exportación en español en donde se obtiene un total de 31 artículos, y de estos se ramifica el concepto en diferentes subtemas de los cuales se obtienen: Determinantes de intensidad de exportación, comportamiento de exportación, garantía de crédito de exportación, determinantes de exportación (lugar, económico y político), diversificación de exportación, intensidad de exportación, desempeño de exportación (modelos y respuestas), modernización de exportación, exportación bruta y valor agregado de exportación, ingreso y valor de exportación, y finalmente determinantes no relacionados con el precio de la demanda de exportaciones. Los otros artículos incluyen información como revisión de casos de empresas específicas en diferentes regiones del mundo, consumo, diversificación de mercados, limitantes financieros, externalidades internacionales, sofisticación del producto, liberalización comercial respecto a los servicios y finalmente las estrategias de comercio.

Dentro de los artículos seleccionados se puede ver que existe un gran variedad de donde fueron publicados, es especial notable dado que existe una variedad entre los años en los que se buscaron estos artículos, los cuales se encuentran en el periodo entre 2012 a 2022. Muchos de los artículos se encuentran publicados en editoriales científicas, revistas académicas, y bibliotecas digitales. Dentro del análisis que se le hizo a los estudios escogidos, se pudo observar una variedad en el uso de metodologías aplicadas como lo son las teóricas, empíricas, descriptivas, longitudinales y cualitativas.

Por otro lado, aunque se hizo una búsqueda y análisis exhaustivo de los 33 artículos seleccionados, se pudieron identificar algunas áreas en donde la investigación podría ser limitada.

En primer lugar, la escasez de información sobre los determinantes de la exportación, la falta de información en base de datos como Scopus, podría variar o no dar información completa, obstaculizando la comprensión de los factores que influyen en la exportación. Otra limitación es, la variedad de metodologías utilizadas pueden llegar a introducir ciertos sesgos. Aunque la variedad puede ser una ventaja en cuanto a cómo se comprenden los artículos, también puede dificultar la comparación de resultados o identificar patrones en común.

### **2.3. Discusión**

La agricultura y las exportaciones han sido dos pilares muy importantes para el crecimiento e interdependencia de la humanidad. Dado que no todas las ubicaciones geográficas de todo el mundo son iguales, en muchas regiones del planeta se pueden encontrar una gran variedad de productos, diversidad de materia prima, mayor producción de ciertos alimentos o productos y artículos exóticos (llamados de esta manera dado el desconocimiento del mismo en una región en específico). A medida que la humanidad fue explorando nuevas tierras y nuevas culturas, la interdependencia y el comercio se volvieron de suma importancia. Estos procesos han sido llevados a cabo hasta hoy en día, la diferencia de ahora, es que hay diferentes regulaciones, mecanismos de comercio, entidades gubernamentales e internacionales, o determinantes de exportaciones los cuales definen cuales son los movimientos comerciales en el mundo.

Dada la gran cantidad de componentes que influyen en el comercio, es importante definir cuáles son los factores determinantes de la exportación. Por medio de una extensa revisión de literatura se pudo identificar que hay cuatro conceptos principales los cuales son

reiterativos en cuanto a la exportación, estos conceptos son: Propensión, intensidad, determinantes internos y externos y finalmente desempeño de exportación.

Iniciando con el concepto de propensión, se encontró un solo artículo que habla de este tema en el sector textil. En este documento se encuentra que los autores Serra et al. (2012), hablan que la propensión a exportar está dada dentro de las empresas y por las siguientes características: tamaño de la empresa, las ventajas competitivas que tiene la empresa y finalmente la tecnología que tiene; y en el caso de los tomadores de decisiones se considera importante la edad, el nivel de estudio, y la capacidad de comunicarse en diversidad de idiomas; finalmente tienen en cuenta unas características subjetivas en donde entra información como qué tan propenso el tomador de decisiones es a tomar riesgos, percepción de los costos, percepción de beneficios y finalmente el compromiso.

Con dichas clasificaciones en el estudio, encuentran una diferenciación sobre realmente que es lo que prevalece para que exista una propensión a exportar. Ahora la división no se realiza entre las características de la empresa y las de los tomadores de decisiones, sino que se divide en prioridades altas, donde se encuentra todo lo relacionado con la empresa, y las prioridades menores las cuales son las características del tomador de decisiones. Otro de las conclusiones que se toma es el tamaño de la empresa, ya que entre más grande sea mayor propensión a exportar tiene y la ventaja competitiva la cual hace que los productos realmente se diferencien (Serra et al., 2012).

Continuando con lo encontrado en el concepto de determinantes internos y externos sobre la exportación, se evidenció que la mayoría de los textos utilizan métodos cuantitativos como modelos matemáticos donde usan diversas bases de datos tanto de países enteros como solo del sector empresarial, de organizaciones internacionales o indicadores. A partir de estos

datos, los autores explican la manera en la que se usará los modelos y plasman la información recolectada por medio de diferentes gráficas o tablas.

Frente al contenido que tienen los textos centrados en este concepto se encontró una repetición de subtemas mencionados por los autores; en el caso de autores como Na-Allah & Muchie (2012) y Óskarsson & Kristjánisdóttir (2021) y Zhu & Fu (2013), el análisis se centra mucho en los factores políticos y económicos que pueden afectar o ayudar a que diversas exportaciones se lleven a cabo. En el caso de Zhu & Fu (2013), se fundamentan en teorías como la de Heckscher-Ohlin (también conocida como Teoría H-O) en donde se determina que los factores (capital físico, tierra y trabajo) de un país puede establecer tanto los costos como los patrones de especializaciones de las canastas de exportación de un país, por lo que aspectos como la tierra, recursos naturales o el capital de trabajo son de suma importancia a la hora de analizar las exportaciones; o también hacen mención de la importancia de las políticas y de la calidad de las instituciones que ayudan a que exista una mejora en la exportación.

Autores como Verheyen (2015), recalcan que ver factores solo económicos, como pueden dar un muy buen indicio de que la exportación puede llegar a ser buena, no son los únicos indicadores que lo demuestra. El menciona que factores no relacionados con el precio son cruciales para la definición del entorno empresarial interno. Solo centrarse en lo político o lo económico puede llegar a ser un desacierto a la hora de exportar.

En el caso del trabajo de Bieleková & Pokrivčák (2020) y Óskarsson & Kristjánisdóttir (2021), se menciona que no solo el tamaño del mercado y la economía son importantes, sino también se introduce el factor de la geografía, la cultura a la hora de exportar, el PIB y la población de los países. Estos nuevos conceptos se mezclan con diferentes teorías como la de la gravedad en donde se incorpora el tamaño de la economía y la distancia geográfica con la teoría de Krugman sobre líneas de economía geográfica.

Por el contrario, autores como Haddoud et al. (2019), tienden a realizar un análisis mucho más profundo en donde incluye temas como los recursos, capacidades de marketing, recursos tecnológicos, innovación, relaciones nacionales e internacionales (del país o de las empresas), distancia geográfica y capacidades administrativas. Como por ejemplo, factores internos que aportan a la exportación es tener empleados y mano de obra altamente calificadas, la razón es porque esto puede brindar un valor agregado en los productos o servicios (Olczyk & Kordalska, 2017). O también como lo mencionan Hossain & Azmi (2021), la proactividad entendida como la innovación, inversión o nuevos productos, puede ser un elemento interno clave para el rendimiento exportador.

Un factor externo que fácilmente se puede convertir en uno interno, en cuestiones estratégicas, es el de colaborar con diferentes productos. Lo que hace esta estrategia es que exportar hacia un mismo destino donde otros comerciantes lo han hecho puede ayudar mucho más a la entrada de diferentes mercados al igual que reducir el riesgo de penetrar en un nuevo mercado (Haidar, 2022). Por ejemplo en el caso del autor He (2022), se menciona que tener acuerdos comerciales regionales y aliados puede reducir las restricciones a exportar más o menos en un 6%.

Ahora un factor interno que se puede volver externo son el nivel de la empresa en las regiones del mundo puede tener más valor o menos de acuerdo a donde se llegue a situar la exportación. Esto lo señalan Farole & Winkler (2014), cuando dicen que el nivel de la empresa puede ser de mayor importancia en regiones del mundo que son consideradas economías en regiones no centrales, mientras que en las que son centrales la importancia baja.

También es importante mencionar que aspectos financieros tales como la distancia que tienen con diversos socios comerciales, liberalización comercial, factores de los países (factores como los descritos en la teoría de H-O), la volatilidad del cambio de tasas de las

divisas o la devaluación o reevaluación de una moneda (Agosin et al., 2012). Algunos de los temas que también se frecuentan mucho en estas literaturas es la importancia que puede llegar a tener la inversión extranjera directa (Ali, 2017). O el rol que tienen las patentes y sus respectivas documentaciones (Fukui et al., 2013).

Siguiendo con el concepto de rendimiento exportador, se observa que muchos de los autores centrados en este tema hablan sobre la tradición teórica de la economía internacional y de la gestión empresarial. Los autores Bournakis & Tsoukis (2016) y Nguyen et al. (2021) y Wang et al. (2013), se centran en la importancia del rendimiento exportador, hablan sobre esto desde el tamaño del gobierno, la influencia de la tecnología en China, hasta el análisis de cadenas de suministro orgánicas en Vietnam.

La mayoría de los autores mencionan la importancia de apoyos políticos y económicos en el comercio, y cómo estos factores mejoran el rendimiento exportador, se dice que el apoyo de estos entes es tan poderoso que pueden hacer una diferencia en cómo los países en desarrollo pueden llegar a integrarse en la economía global (Vijil & Wagner, 2012). También se resalta que factores interempresariales en la exportación e innovación permite que en contextos donde las grandes empresas adoptan estrategias más abiertas y algunas economías emergentes pueden o llegaran a convertirse en centros de conocimiento global (Cieślik & Michałek, 2018). Es por esto que la asistencia financiera al igual que la de marketing son esenciales ya que permiten identificar y analizar las características de los mercados domésticos, internacionales y las industrias (Purwanto et al., 2018). Esto se puede evidenciar en el estudio de Viet et al. (2017), en donde las conclusiones a las que se llegan son que el rendimiento exportador se ve beneficiado por cómo se llevan a cabo las diferentes estrategias, especialmente las de marketing, en los diversos mercados o industrias.

Mientras que hay autores como Cieřlik & Michałek (2018), que dicen que la innovación del producto puede llegar a ser más valiosa que la innovación del proceso y producción, hay otros autores como Prim et al. (2016), que encontraron en esos estudios no hay una relación entre la innovación de productos y procesos con el rendimiento exportador.

Otros autores como Herrera-Echeverri et al. (2016), dicen que dentro de los negocios internacionales, y más que nada dentro de las empresas familiares existe una falta de consentimiento en cómo se desarrolla la parte de internacionalización. Dentro de este artículo se dice que empresas o emprendimientos familiares de mercados emergentes y más específicamente en América latina, debido a que las instituciones locales no son tan fuertes como otras tienden a ser menos propensas a internacionalizarse. En este artículo en particular se concluye que es más probable que una empresa Colombiana exporte cuando dentro de la junta directiva se encuentren más personajes que no hagan parte de la familia (Herrera-Echeverri et al., 2016).

Se puede decir que en todos estos artículos que hablan del rendimiento exportador, a pesar de sus diferencias temáticas y contextuales, reconocen lo importante que es entender y reconocer el rendimiento exportador tanto dentro de las empresas, como en países desarrollados y en vía de desarrollo. Ya sea investigando las implicaciones económicas, analizando la innovación en el comercio internacional, determinantes de la cadena de suministro, potenciar la capacidad de exportación, entre otras. Estos factores en común muestran la importancia de la demanda mundial y la competitividad nacional en el éxito exportador en cuanto a contextos empresariales y económicos alrededor del mundo (Ratnaike, 2012). Y por más de que existe una gran variedad en las metodologías y temáticas utilizadas en estos artículos, se muestra en cada uno de los estudios la comprensión general de los factores y las dinámicas que más influyen en la capacidad que tiene una empresa para exportar, así

mismo dando más conocimiento y perspectivas para posibles investigaciones y reglas comerciales.

Por otro lado, se habla del concepto de intensidad de exportación donde los autores Máñez & Vicente-Chirivella (2020), hablan sobre cómo las restricciones financieras pueden llegar a eventualmente afectar las decisiones de exportación de las empresas, haciendo la diferencia entre grandes empresas y medianas y pequeñas empresas (PYMES). Pero una solución que da Badinger & Url (2013), es que en momentos de inseguridad las garantías de exportación son cruciales para evitar que el comercio internacional sufra caídas. Mientras que Agnihotri & Bhattacharya (2015), hablan de las características de un equipo directivo como lo son la edad, la educación y la experiencia, pueden llegar a influenciar la intensidad en la cual se exporta, y más específicamente en mercados emergentes.

Y finalmente Grandinetti & Mason (2012) y Mac An Bhaird & Curran (2016), mencionan dentro de su estudio los factores que más influyen dentro de la intensidad exportadora que existen en las PYMES, resaltando que la antigüedad, el tamaño de la empresa y la orientación al exterior, son los factores más importantes. Mientras tanto, los autores Mataveli et al. (2022), mencionan que estadísticamente se puede comprobar que lo que se denomina como experiencia exportadora es lo más significativo a la hora de hablar de intensidad de exportación y conceptos como la ubicación de la empresa, su tamaño, y el sector al que pertenece no tienen una relación fuerte con la intensidad de exportación.

Estos tres artículos coinciden en que mencionan la relevancia de ciertos factores tanto dentro como fuera de la empresa que se consideran cruciales al momento de cuando se decide vender productos en otros países. Además los tres estudios resaltan que existen problemas de restricciones financieras, como son las personas que toman decisiones dentro de las empresas, la inversión de nuevas ideas y finalmente la orientación al exterior como aspectos que influyen

en la intensidad exportadora. Todos los artículos subrayan lo complejo que son los desafíos a los que se pueden llegar a enfrentar las empresas en el entorno internacional. Es decir que estos artículos nos ayudan a entender los determinantes de la intensidad exportadora.

Tras lo descrito anteriormente, los cuatro conceptos prevalentes son los de propensión, intensidad, determinantes internos y externos y rendimiento exportador. Es importante resaltar que hay un tema que aunque no sea muy visitado en los documentos, hace presencia con dos textos y vale la pena introducirlo también como conceptos usados, este es el de sofisticación del producto al igual que la sofisticación de la exportación.

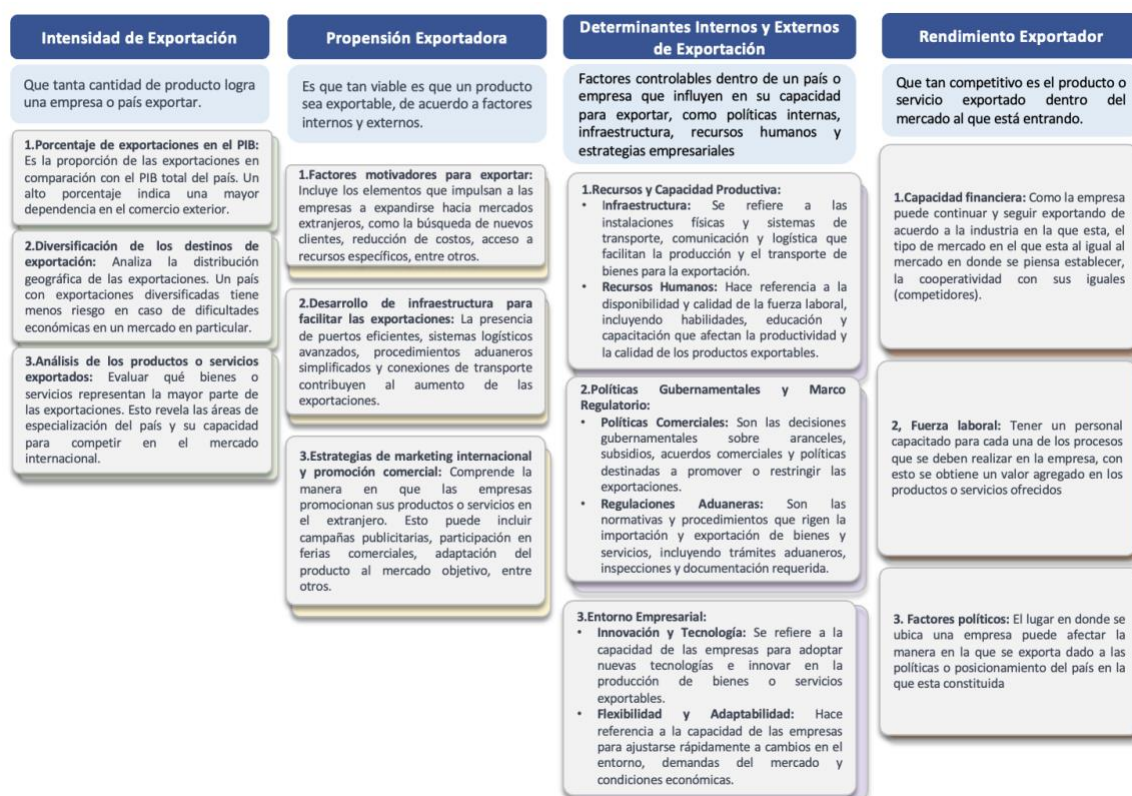
Autores como Su et al. (2020), describen que la sofisticación de las exportaciones es mucho más prevalente tanto en los estudios como en el sector manufacturero lo que hace que los estudios se centren en esta industria. Unos de los aportes más importantes que hacen estos autores es que a través del estudio de Hausmann hablan que la sofisticación de las exportaciones en la industria manufacturera está muy ligada al sector económico, es decir con todo lo que está relacionado con el ingreso per cápita, el capital humano o el tamaño de país. Añaden también, que es importante tener en cuenta que la sofisticación varía según el nivel de desarrollo que tenga un país. Los autores introducen la idea que también la sofisticación de los servicios aportaran a la sofisticación de las exportaciones dado que requerir de una maquinaria mucho más avanzada hace necesario el requerir servicios (de instalación, mantención, exportación, etc) mucho más avanzados.

Por el contrario, Córcoles et al. (2014), hablan más en específico sobre el proceso de la sofisticación del producto. Estos autores se concentran un poco más en lo que es la cadena de valor del proceso de producción de algún bien, lo que lleva a que ese bien se establezca o sea reemplazado por otro sustituto. Ellos hablan directamente de una literatura la cual habla de la fragmentación de la producción en donde cada una de las partes de la producción tiene una

funcionalidad, son requisitos estrictos y son importantes para que el producto se establezca de la mejor manera en el mercado. Algunos de los requisitos que establecen son muy importantes son los plazos de la producción, la calidad, el diseño y la tecnología que se usa para proveer el servicio o producto. Estos requisitos hacen que el producto se sofisticue y que se diferencie de la competencia.

**Figura #1:**

*Mapa Conceptual Determinantes de Exportación*



*Nota.* Mapa conceptual donde se describen los 4 conceptos principales.

Fuente: Elaboración propia

### **3. Un estudio de tendencias aplicado**

Previamente se realizó un estudio de caso junto con FEDEPAPA (Federación Colombiana de Productores de Papa) en donde se solicitaba realizar una investigación con respecto a las tendencias de consumo, condiciones de acceso y precios y requerimientos de producto sobre unas subpartidas específicas de la papa y con unos países ya predeterminados por ellos. Esta investigación para FEDEPAPA era una ayuda para observar cuales eran los movimientos de esa subpartida en los posibles mercados a los que se podrían exportar. Esta investigación se incluye en esta revisión de literatura dado que muestra algunos determinantes de exportación y por qué aquellos pueden ser predeterminantes para que un producto sea considerado como un potencial de exportación.

Por esta razón se escogieron dos subpartidas específicas las cuales son: 200520 Papas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o ácido acético), sin congelar y 110510 harina, sémola y polvo de papa. Y los tres países que se investigan por cada subpartida son: Japón, Canadá, Argentina, Costa Rica, México y Estados Unidos, respectivamente (International Trade Administration, 2023).

### **3.1. 200520 Papas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o ácido acético), sin congelar**

#### **3.1.1. *Japón***

**3.1.1.1. Introducción.** El mercado japonés se presenta como un escenario de gran interés para empresas de todo el mundo debido a su alto poder adquisitivo, consolidación y marcada competencia internacional. Países con una sólida reputación como proveedores de productos de alta calidad, como España, Italia y Estados Unidos, han encontrado en Japón un terreno fértil para sus ventas. Sin embargo, en las últimas décadas, el sector privado japonés ha trasladado sus bases productivas hacia mercados que ofrecen costos laborales y de insumos más bajos, como China, Tailandia, Vietnam y otros países asiáticos cercanos.

El consumidor japonés es reconocido por su alto poder de compra, su exigencia en términos de calidad y su confianza tanto en empresas locales como internacionales que les proveen productos y servicios. En el ámbito de la producción agropecuaria, Japón enfrenta desafíos significativos al no poder satisfacer plenamente la demanda interna de frutas y verduras, con un déficit del 30% en frutas y del 70% en verduras y hortalizas (Calbee, 2022).

A pesar de las oportunidades que ofrece el mercado japonés, es esencial tener en cuenta la tendencia de envejecimiento progresivo de la población, que implica una disminución en el tamaño de la población y un aumento en la edad promedio. Sin embargo, este escenario también puede convertirse en una oportunidad empresarial al dirigir la atención hacia la satisfacción de las necesidades de esta población mayor, que suele contar con ingresos sustanciales y busca mantener un estilo de vida activo y saludable.

Además, el éxito en el competitivo mercado japonés puede abrir puertas para ingresar a otros mercados en Asia y en diversas partes del mundo. Sin embargo, es importante destacar que Japón muestra una fuerte inclinación hacia el proteccionismo, lo que impone numerosos

obstáculos a la entrada de productos agrícolas extranjeros, como se evidencia en el caso de la importación de papas frescas.

**3.1.1.2.Tendencias de Consumo.** La dinámica del mercado de aperitivos en Japón revela un ambiente de constante innovación y creatividad, especialmente en la categoría de papas fritas japonesas. Anualmente, se lanzan al mercado una variedad de productos altamente imaginativos e intrigantes, consolidando a Japón como líder en la innovación de productos de papas fritas a nivel global. En contraposición a las versiones chinas de papas fritas, las variantes japonesas destacan por su refinada selección de sabores y dimensiones.

Según el análisis de los datos obtenidos de la Base de Datos Global de Nuevos Productos (GNPD), el sabor llamado Salado surge como la opción más común en la venta de papas fritas japonesas. Sin embargo, esto no limita la creatividad del mercado japonés, ya que existen sabores como los Agrios, que ocupan un lugar sobresaliente dentro del mercado, incluyendo variedades como Ciruela y Cebolla con crema agria. Estos sabores agrios se posicionan como la segunda preferencia de los consumidores, justo detrás de los sabores originales y los asociados al alga marina (Li, 2021).

La capacidad de la industria de snacks japonesa para mantenerse en tendencia en la creación de nuevos sabores y experiencias del consumidor es muestra de su proactividad y capacidad de adaptación al constante cambio de las preferencias del mercado. Esto convierte al mercado de aperitivos japoneses en un terreno fértil para la exploración de productos únicos y emocionantes que atraen tanto a los consumidores locales como a los amantes de los aperitivos internacionales. Japón lidera el mundo en la innovación de productos de papas fritas, ofreciendo una amplia variedad de sabores y productos interesantes que cautivan a los consumidores.

Entre la amplia gama de opciones disponibles, destacan varios sabores que han ganado popularidad tanto a nivel local como internacional:

- I. 'Usu Shio' (Sal Ligera): Este sabor, que combina lo "ligero" y la "sal", es uno de los favoritos en Japón y ha logrado un reconocimiento global. Su perfil de sabor sutil pero satisfactorio lo convierte en una elección apreciada por una amplia audiencia de consumidores.
- II. 'Nori Shio' (Alga Marina y Sal): Para aquellos que buscan un toque más marino en sus aperitivos, el sabor 'Nori Shio' ofrece una experiencia que evoca el sabor del océano. La combinación de alga marina y sal crea una experiencia única que resuena con los amantes de la comida del mar.
- III. 'Consommé': Este sabor distintivo se inspira en el consomé, un caldo utilizado como base para sopas. La presencia de un sabor tan inusual en el mundo de las papas fritas ofrece una experiencia única para aquellos que buscan un toque de sofisticación en sus snacks.

**3.1.1.3. Condiciones de Acceso y Precios.** La escasez de papas en Japón durante el año 2022 ha impulsado la importación de papas fritas desde Estados Unidos, lo que revela la importancia de esta acción en el contexto del mercado japonés. La limitada disponibilidad de papas, causada por condiciones climáticas extremas y disrupciones en la cadena de suministro, ha llevado a la búsqueda de fuentes alternativas de materias primas. Estados Unidos, conocido por su producción consistente de papas de alta calidad, se ha convertido en un socio esencial para garantizar un suministro confiable y mantener la calidad de los productos en el mercado japonés. Esta estrategia de importación se vuelve aún más relevante en un momento en que Japón busca expandir su presencia en el mercado internacional y promover su recuperación económica (Toh, 2023).

Calbee Inc., así como muchas otras empresas pequeñas distribuidoras de papa en chip en Japón, está enfrentando un aumento en los precios de sus productos, que van desde papas fritas con sabor a pizza hasta granola baja en carbohidratos. La empresa con sede en Tokio anunció

un aumento de precios de entre un 5% y un 20% en sus aperitivos y cereales en Japón a partir de septiembre debido al aumento de los costos de los materiales, lo que resultó en un aumento del 5.1% en sus acciones en Tokio. Este incremento de precios se da en un contexto global de aumento de costos en la industria alimentaria, pero es particularmente delicado en Japón debido a los salarios estancados y la depreciación del yen frente al dólar, lo que presiona aún más los precios en un país que depende en gran medida de las importaciones de energía y alimentos. Calbee es conocida por su variedad de productos regionales y ha aumentado los precios varias veces este año debido a problemas en la cosecha de papas y mayores costos de materiales. Su rival más pequeño, Koike-ya Inc., también anunció aumentos de precios este mes, incluyendo su línea de productos picantes y agrios que entrarán en vigencia en septiembre (Nonomiya, 2022).

En Japón, se aplican varias certificaciones y regulaciones relacionadas con los estándares de empaque para garantizar el cumplimiento y mantener los altos estándares de calidad del país. Algunas de las certificaciones clave requeridas en Japón son las siguientes:

**Certificación JIS (Normas Industriales de Japón):** La certificación JIS es esencial para diversos productos, incluidos los materiales de empaque. Estas normas industriales japonesas abarcan diversos criterios, como dimensiones, materiales, etiquetado y requisitos de seguridad.

**Certificación según la Ley de Higiene Alimentaria:** Cumplir con la Ley de Higiene Alimentaria es crucial para los materiales de empaque destinados a alimentos y bebidas. Cubre aspectos como la seguridad de los materiales, los límites de migración y los requisitos de etiquetado específicos para el empaque de alimentos.

**Certificación de Envases a Prueba de Niños:** La seguridad infantil es de suma importancia en Japón, y ciertos productos requieren envases a prueba de niños para evitar el acceso a sustancias peligrosas.

Certificación ISO (Organización Internacional de Normalización): Aunque la certificación ISO (Organización Internacional de Normalización) no es obligatoria, demuestra un compromiso con los sistemas de gestión de calidad y la mejora continua. La certificación ISO 9001 se centra en la gestión de la calidad, asegurando que sus procesos y sistemas de empaque cumplan con estándares reconocidos internacionalmente. La certificación ISO puede mejorar su credibilidad y competitividad en el mercado japonés.

Certificación Eco Mark: Japón pone un fuerte énfasis en la sostenibilidad ambiental. La certificación Eco Mark se otorga a productos y envases que cumplen con criterios ambientales específicos.

**3.1.1.4.Requerimientos de Producción.** El marco normativo que regula los materiales de envasado de alimentos en Japón está fundamentado en regulaciones gubernamentales dictaminadas por la Ley de Saneamiento de Alimentos de 1947, conjuntamente con estándares industriales establecidos por asociaciones comerciales del sector. Esta ley abarca una amplia gama de aspectos relativos a la seguridad alimentaria, abarcando no solo los productos alimenticios en sí, sino también los aditivos, los utensilios de cocina y los equipos de envasado. Específicamente en relación a los materiales en contacto con alimentos, la normativa establece la prohibición de comercializar envases o equipos que contengan sustancias perjudiciales o tóxicas para la salud humana. Asimismo, las especificaciones generales se enfocan principalmente en el uso de determinados metales, como el plomo, en diversas aplicaciones de contacto con alimentos. Además, la regulación prohíbe el uso de dietilhexil como plastificante empleado en envases destinados a contener grasas y aceites comestibles (Wagner, 2013).

Además, Japón cuenta con una ley de reciclaje de envases, promulgada en 1995, que tiene como objetivo fomentar el reciclaje de materiales de envases y reducir los residuos. Según esta ley, las empresas que fabrican o importan materiales de envases que superen ciertas cantidades deben participar en programas de reciclaje o pagar tarifas de reciclaje. Estas tarifas

contribuyen al desarrollo de instalaciones e iniciativas de reciclaje en todo el país. Las empresas deben comprender sus responsabilidades y cumplir con los requisitos establecidos en la Ley de Reciclaje de Envases (Clavecilla, 2023).

Japón cuenta con estrictos requisitos de etiquetado destinados a proporcionar a los consumidores información precisa y esencial sobre los productos que adquieren. Algunos de los elementos clave de etiquetado incluyen el nombre y descripción del producto, que deben figurar claramente en el envase para informar a los consumidores sobre su contenido. Además, las empresas están obligadas a listar todos los ingredientes utilizados en el producto, incluyendo cualquier alérgeno potencial, según las regulaciones japonesas, garantizando así la seguridad de aquellos con necesidades dietéticas específicas o alergias. Para prevenir el consumo de productos caducados, los productos perecederos deben mostrar una fecha de caducidad o una indicación clara de su vida útil. Asimismo, es necesario indicar el país de origen en el caso de productos importados, lo que proporciona transparencia y cumple con los requisitos regulatorios. En situaciones pertinentes, el etiquetado debe incluir advertencias de seguridad, instrucciones de uso y precauciones para asegurar el manejo adecuado y seguro de los productos. Estos rigurosos estándares de etiquetado garantizan la protección y la información precisa para los consumidores en Japón (Clavecilla, 2023).

Por otro lado, en las últimas dos décadas, el panorama de los canales de distribución en Japón ha experimentado una notoria consolidación, destacando diferencias significativas según los tipos de productos que se comercializan. Un rasgo distintivo de la distribución japonesa es la preeminencia de las pequeñas tiendas minoristas, que se han mantenido como los principales puntos de venta al consumidor. Esto se debe en gran parte al espacio limitado en áreas urbanas densamente pobladas, lo que obliga a los minoristas a mantener inventarios reducidos y a depender en mayor medida de entregas frecuentes y eficientes por parte de los mayoristas.

Este enfoque en las tiendas minoristas locales se sustenta en la preferencia cultural japonesa por las interacciones cara a cara en los negocios y la fuerte lealtad que caracteriza a las relaciones comerciales en el país. Sin embargo, esta tradición tiene un costo, y los márgenes comerciales más estrechos y los procesos logísticos más complejos se traducen en precios finales más altos para los consumidores japoneses.

A pesar de esta arraigada tradición, el mercado japonés está experimentando una transformación en sus canales de distribución. El crecimiento de minoristas suburbanos de "grandes superficies" y la expansión del comercio electrónico están desafiando gradualmente el modelo de las pequeñas tiendas locales. Estos cambios son indicativos de la creciente influencia de las tendencias globales en el mercado japonés y su adaptación a una economía más moderna y diversificada.

Es importante mencionar que el sistema de distribución en Japón todavía lleva las huellas del sistema "keiretsu", que se caracteriza por grupos empresariales más grandes e integrados que abarcan desde la producción hasta la distribución. Aunque su influencia se ha debilitado con el tiempo, estas corporaciones siguen desempeñando un papel importante en la economía japonesa. Su ventaja radica en las economías de escala, las relaciones comerciales existentes y la lealtad de los consumidores, lo que las convierte en competidores formidables para las empresas más pequeñas y, a veces, en un desafío para los nuevos exportadores que buscan ingresar al mercado japonés (International Trade Administration, 2022).

En cuanto a la logística, los principales centros de distribución y almacenamiento se concentran en los principales puertos del país, como Tokio, Yokohama, Kobe, Osaka y Fukuoka, lo que facilita el movimiento de productos tanto a nivel nacional como internacional.

Además de la distribución, Japón es conocido por su amor por el empaque y el diseño de envases. Esta práctica es un campo fascinante que refleja la rica y diversa cultura del país. Combina elementos de tradición y modernidad, estética y funcionalidad, innovación y

creatividad para crear envases que no solo son prácticos, sino también auténticos objetos de arte. Más allá de su atractivo visual, estos diseños reflejan los valores y preferencias de los consumidores japoneses, que valoran la calidad, la conveniencia y la originalidad en sus productos. El diseño de envases japonés ha sido una fuente de inspiración y admiración para diseñadores y consumidores de todo el mundo, destacando la influencia global de la cultura japonesa en la industria del diseño.

### **3.1.2.Canadá**

**3.1.2.1.Introducción.** En Canadá, el mercado depende en gran medida de las importaciones para su crecimiento económico y para satisfacer las demandas de los consumidores. El país es uno de los mayores mercados de importación del mundo, con importaciones que alcanzaron los \$511 mil millones en 2014. A pesar de ser aproximadamente el 10% del tamaño del mercado de EE. UU., Canadá importa casi el doble per cápita que sus vecinos del sur. El crecimiento de las importaciones ha sido constante, con un promedio anual del 5% en los últimos cinco años.

La diversidad de la población canadiense, impulsada por la inmigración, ha llevado a una demanda de productos de diferentes partes del mundo, ya que 1 de cada 5 canadienses nació fuera del país. El multiculturalismo en Canadá ha influido en los gustos de los consumidores, lo que ha ampliado el mercado para productos étnicos que antes eran nichos. Esto ofrece oportunidades para importadores de nuevos productos.

El gobierno canadiense ha firmado tratados comerciales con numerosos países, representando la mitad de la economía mundial. Estos acuerdos comerciales, junto con tasas arancelarias favorables para países en desarrollo, proporcionan un acceso preferencial al mercado canadiense y ventajas competitivas para los importadores.

**3.1.2.2.Tendencias de Consumo.** Las papas fritas con sabor a ketchup son un clásico icónico en Canadá, y marcas como Lay's, Miss Vickie's, Ruffles, Old Dutch y PC ofrecen sus propias versiones. Además, las papas All-Dressed son otra favorita canadiense que combina los sabores de barbacoa, sal y vinagre, y ketchup para crear una mezcla emocionante y compleja. Este sabor llegó a los Estados Unidos en 2015 gracias a Frito-Lay y se ha convertido en una opción única en el mercado de papas fritas. Además, en Canadá, hay una amplia variedad de sabores populares de papas fritas, que incluyen Storm Chips (mezcla de sabores en una bolsa), papas fritas de langosta, Donair, Miss Vickie's en diferentes sabores, Hickory Sticks, Sour Cream and Bacon, pollo asado y Poutine. Estos sabores reflejan la diversidad de gustos de los consumidores canadienses (Chiasson, 2021).

En Canadá, las tendencias de consumo reflejan un estilo de vida ocupado y la necesidad de productos convenientes. Con la mayoría de los hogares canadienses compuestos por una o dos personas, la demanda de productos en tamaños más pequeños y porciones individuales está en aumento. La categoría de reemplazo de comidas caseras (HMR), que incluye comidas parcial o totalmente preparadas, está experimentando un rápido crecimiento y se estima que mueve \$2.4 mil millones. La gastronomía multicultural en esta categoría es especialmente prominente, ya que muchos nuevos inmigrantes buscan productos que faciliten la preparación de comidas. Además, la generación millennial y las familias con niños impulsan la demanda de meriendas pequeñas y "mini-comidas", ya que comen con mayor frecuencia entre las comidas principales.

Los canadienses también muestran un interés creciente en productos ecológicos y orgánicos, con un alto porcentaje de la población dispuesto a comprar productos verdes y dispuestos a pagar más por productos producidos de manera responsable. Esto incluye una preferencia por alimentos orgánicos y sostenibles, con un número significativo de consumidores que compran productos orgánicos semanalmente. Se espera que las ventas de

productos orgánicos superen las ventas de productos convencionales en el mercado de frutas y verduras frescas en Canadá (Asia Pulp & Paper, 2019).

Por otro lado, el mercado de lujo en Canadá está experimentando un crecimiento constante, atrayendo a minoristas de lujo internacionales y nacionales. A pesar de que la mayoría de los canadienses son consumidores conscientes del precio, un pequeño segmento de la población con ingresos más altos busca artículos de calidad y de lujo. Los compradores con presupuesto, por otro lado, buscan ofertas y promociones de precios, y las tiendas de descuentos y las tiendas de dólar están ganando terreno en el mercado minorista canadiense, ofreciendo una amplia variedad de productos a precios asequibles. Estas tendencias en el consumo reflejan la diversidad y las preferencias cambiantes de los consumidores en Canadá.

**3.1.2.3. Condiciones de Acceso y Precios.** Para importar productos o establecer un negocio de importación en Canadá, las empresas deben solicitar primero el Certificado Internacional de Importación, un documento que certifica la aprobación del Gobierno de Canadá para la importación de bienes específicos al país. Además, es importante estar al tanto de los documentos necesarios para llevar a cabo la importación en Canadá. Los detalles sobre la documentación y regulaciones de importación se pueden encontrar en el portal web de la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (CBSA). En general, cualquier importación a Canadá requerirá la presentación de documentos como la Nota de arribo, la factura comercial, el formulario oficial de aduanas, el certificado de origen, y cualquier licencia, permiso o certificación sanitaria u otro tipo de certificación que sea aplicable según el caso. Todos estos requisitos son esenciales para llevar a cabo operaciones de importación de manera legal y exitosa en Canadá (Estrategia Aduanera, 2018).

Cuando se trata de importar alimentos agrícolas en Canadá, el Gobierno canadiense exige un documento conocido como confirmación de venta (COS), el cual es emitido por la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (Canadian Food Inspection Agency). Esta medida

tiene como objetivo limitar las operaciones de consignación, las cuales se consideran una fuente potencial de inestabilidad en los precios internos. Para cumplir con este requisito, se debe presentar el COS en tres copias completas y firmadas, proporcionando información detallada sobre el producto, los términos de la venta, así como los datos del comprador y del vendedor. Además, se debe incluir evidencia que respalde que la transacción de compra ha sido realizada o acordada por el comprador (Government of Canada & Canadian Food Inspection Agency, 2013).

Conforme a los principios establecidos en la Norma Internacional para Medidas Fitosanitarias (NIMF) número 32, que aborda la Categorización de Productos según su Riesgo de Plagas, ciertos productos gozan de exenciones de los requisitos regulatorios contemplados en esta directiva. Estas exenciones comprenden productos derivados de la patata, como las patatas enlatadas, las patatas fritas, las hojuelas de patata, el almidón de patata, entre otros. Asimismo, se incluyen productos congelados de patata, tales como las patatas fritas y las croquetas de patata, en esta lista de exenciones. Además, se permite la importación de lotes de papas envasadas destinadas al consumo humano, siempre que no excedan los 4.5 kg (10 lb) por envío y estén empacadas comercialmente en un paquete sellado e intacto con la etiqueta U.S. No. 1 grade. En este contexto, no se requiere la certificación del estado de origen ni se aplican otros requisitos de importación (Government of Canada & Canadian Food Inspection Agency, 2013).

Los precios de un paquete de papas en chip de 200 g puede llegar a variar de donde se vendan pero tienen un precio promedio de 2.50 a 4.50 CAD, pero esto puede llegar a variar además de la región en la que se encuentren, las promociones que se encuentren en tienda y la marca de papas en chip que se estén comprando. Últimamente estos precios han estado aumentando debido a ciertas interrupciones en la cadena de suministros y por la alta inflación, por lo que en los últimos años estos precios son variables (Evans, 2022).

**3.1.2.4.Requerimientos de Producción.** En Canadá, el término común potato crisps es una alternativa aceptable al nombre común potato chips en las etiquetas de productos. En francés, los términos croustilles y chips son ambos aceptables. Sin embargo, cuando se trata de chips con sabor a ácido acético en lugar de vinagre, no pueden etiquetarse como sal y vinagre. En su lugar, deben describirse como patatas fritas con sabor a sal y vinagre, patatas fritas con sabor a vinagre simulado, patatas fritas con sabor a vinagre de imitación o patatas fritas con sabor a vinagre artificial. Además, al enumerar los ingredientes, se debe utilizar el término ácido acético en lugar de sabor a vinagre simulado.

Los diseños de envases de papas fritas populares en Canadá suelen presentar visuales vibrantes y llamativos que captan la atención del consumidor. Algunos elementos comunes que se encuentran en estos diseños incluyen:

**Colores llamativos:** Muchos envases de papas fritas en Canadá utilizan colores audaces y vivos para destacar el producto en los estantes de las tiendas. Los rojos brillantes, azules, amarillos y verdes se utilizan a menudo para transmitir una sensación de emoción y riqueza.

**Imágenes de la naturaleza y la granja:** Algunas marcas enfatizan las cualidades naturales y saludables de sus papas fritas al incorporar imágenes de granjas, campos de patatas o escenas de la naturaleza en sus envases. Esto da la impresión de frescura y calidad.

**Temas canadienses:** Ciertas marcas pueden incorporar símbolos o temas canadienses en sus envases, como hojas de arce o paisajes icónicos de Canadá, para conectar con un sentido de orgullo nacional.

**Diseño limpio y moderno:** Muchos diseños de envases optan por un aspecto limpio y moderno con fuentes y gráficos minimalistas.

**Textura:** Algunos envases utilizan elementos o gráficos texturizados que imitan la textura de las papas fritas, creando una experiencia táctil y atractiva para el consumidor.

**Imágenes del producto:** Imágenes de alta resolución de las propias papas fritas.

Indicadores de sabor: Los envases suelen mostrar de manera destacada el sabor de las papas fritas, a menudo con imágenes o gráficos llamativos que evocan la experiencia del sabor.

Información nutricional: La información nutricional generalmente se proporciona en la parte posterior del envase para informar a los consumidores conscientes de la salud.

Logotipos de marca: se muestran típicamente de manera prominente.

Los diseños de envases de papas fritas en Canadá buscan mostrar la esencia del producto mientras atraen a los consumidores con imágenes atractivas y mensajes que reflejan calidad, sabor y, en algunos casos, una conexión con la identidad canadiense

### **3.1.3.Argentina**

**3.1.3.1.Introducción.** A pesar de un consumo relativamente bajo de snacks salados en Argentina, con solo un promedio de un kilo por persona en comparación con los nueve kilos consumidos en los Estados Unidos en 2017, el mercado de snacks en Argentina muestra un considerable potencial de crecimiento. Según García (2021), gerente general de alimentos de PepsiCo Argentina, la región del Cono Sur de América Latina, que abarca Argentina, Chile y Uruguay, presenta un gran desarrollo en la industria de las papas fritas, representando la mitad del mercado de snacks salados en Argentina. En este contexto, las empresas están explorando nuevas oportunidades y tendencias para satisfacer la creciente demanda de los consumidores argentinos, y están lanzando productos y sabores innovadores para atraer a un público cada vez más diversificado. Este informe explorará en detalle las dinámicas y tendencias clave del mercado de snacks en Argentina, destacando los enfoques de las empresas líderes y las oportunidades emergentes en esta industria en constante.

**3.1.3.2.Tendencias de Consumo.** Una nueva adición al mercado de papas fritas en Argentina es la variante de limón, que se presenta en empaques de 85 gramos y se encuentra disponible en supermercados, autoservicios, almacenes y kioscos en todo el país. Esta incorporación se suma a una línea de productos que incluye variedades clásicas como Jamón Serrano, Queso Crema y Cebolla, Provoleta y Barbacoa, además de la nueva versión con sabor a limón. A pesar de estas innovaciones, en Argentina, el consumo per cápita de papas fritas se mantiene en aproximadamente 2 kilos al año, en contraste con Estados Unidos y Europa, donde este hábito es de 14 y 7 kilos respectivamente (García, 2021).

Se observa que los sabores más consumidos en el mercado Argentino son aquellos que tienen mucha relación con la cultura y sabores ya conocidos en el país, como por ejemplo la Provoleta que es un queso que normalmente se usa para asar en la barbacoa y algo que nunca falta en los asados argentinos. Así mismo como el Jamón Serrano es algo muy popular de comer en el país y es por eso que marcas como Lay's dicen añadirlo al sabor de sus papas.

Actualmente, se observa un creciente interés por productos que consideren los impactos socioambientales, respondiendo a las demandas tanto de los consumidores como del planeta en medio de la crisis climática y de biodiversidad. Esta tendencia hacia la conciencia alimentaria y ambiental está en constante aumento, con consumidores más conscientes, responsables y comprometidos que buscan productos sustentables y exigen respuestas a sus demandas. Los consumidores siguen mostrando preferencia por productos tradicionales, pero ahora valoran especialmente la producción artesanal, local y características distintivas como la certificación orgánica. La procedencia y el proceso de elaboración de los alimentos son aspectos fundamentales que los consumidores consideran en la actualidad (Infobae, 2023).

De acuerdo con el estudio de tendencias de consumo Taste Tomorrow realizado por Puratos en la sección argentina del estudio, 400 consumidores mostraron un creciente interés en productos relacionados con la tendencia a base de plantas, elaborados a partir de ingredientes

vegetales. Este interés se refleja en el aumento de personas que los compran al menos una vez por semana, pasando del 5% en 2018 al 51% en 2021. Además, en Argentina, el 27% de las personas compra productos plant-based diariamente en 2021, en comparación con menos del 6% en 2018 (Ámbito, 2019).

**3.1.3.3. Condiciones de Acceso y Precios.** En Argentina, los requisitos de empaque de alimentos están regulados por el Instituto Nacional de Alimentos (INAL) y la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT). Estas regulaciones están destinadas a garantizar la seguridad y la calidad de los alimentos envasados y a proporcionar información adecuada a los consumidores. A continuación, se presentan algunos de los requisitos de empaque de alimentos en Argentina:

**Etiqueta nutricional:** Los alimentos envasados deben incluir información nutricional en el etiquetado. Esto incluye el contenido de calorías, grasas, proteínas, carbohidratos y otros nutrientes, que se muestran en cantidades.

**Ingredientes:** El etiquetado debe listar todos los ingredientes utilizados en el producto en orden descendente de su proporción en el producto. Deben declararse los alérgenos alimentarios, como leche, huevo, soja, trigo, maní, entre otros.

**Nombre del Producto:** El etiquetado debe incluir un nombre claro y preciso del producto. Los nombres deben ser consistentes con el tipo de alimento y no deben inducir a error a los consumidores.

**Información del fabricante:** El etiquetado debe incluir información sobre el fabricante, que incluye su nombre, dirección y número de registro nacional.

**Fecha de vencimiento:** Los alimentos deben llevar una fecha de vencimiento para indicar cuándo el producto ya no es seguro para el consumo.

**Instrucciones de preparación:** En el caso de alimentos que requieran condiciones especiales preparación, se muestran instrucciones de manera clara en la etiqueta.

Envases apropiados: Los envases deben ser adecuados para el tipo de alimento y deben garantizar la seguridad y la calidad del producto. Deben proteger el alimento de la contaminación y el deterioro.

Idioma: La información en el etiquetado debe estar en español y ser fácilmente comprensible para los consumidores argentinos.

**3.1.3.4.Requerimientos de Producción.** El diseño de los empaques de papas fritas (potato chips) en Argentina suele ser variado y atractivo para captar la atención de los consumidores. Aquí hay una descripción general de algunas características comunes en el diseño de empaques de papas fritas en Argentina:

Colores llamativos: Los empaques suelen utilizar colores llamativos para destacar en los estantes de las tiendas y atraer la atención de los consumidores. Los colores como el rojo, el amarillo y el verde son muy comunes.

Imágenes llamativas: Las bolsas suelen mostrar imágenes de las papas fritas en sí, a menudo que llamen la atención, lo que ayuda a transmitir la calidad y el sabor del producto.

Marcas reconocidas: Las principales marcas de papas fritas en Argentina, como Lay's, suelen tener un diseño de empaque distintivo y reconocible que incluye su logotipo.

Información clara: Los empaques incluyen información importante, como el nombre del producto, el contenido neto, la tabla nutricional, los ingredientes y la información de contacto del fabricante.

Diseño gráfico: Algunos empaques pueden presentar diseños gráficos creativos, ilustraciones o patrones que reflejan la personalidad de la marca o el sabor del producto. Por ejemplo, si se trata de papas fritas con sabor a barbacoa, el empaque podría tener elementos relacionados con la parrilla.

Tamaño variado: Las papas fritas en Argentina se venden en una variedad de tamaños de empaque, desde pequeñas bolsas individuales hasta tamaños familiares más grandes.

Indicación de sabores: Cuando se trata de papas fritas con diferentes sabores, el empaque suele indicar claramente el sabor del producto, ya sea mediante imágenes, ilustraciones o texto.

Sellos: Algunos empaques pueden incluir sellos o etiquetas que destacan la calidad del producto, como 100% Natural o Sin Conservantes.

Todos estos factores pueden llegar a variar porque a través del tiempo las tendencias de empaque pueden cambiar, así como los requerimientos del país estipulan.

### **3.2. 110510 harina, sémola y polvo de papa.**

La harina de papa es un producto el cual hasta ahora se está empezando a popularizar en industrias alimenticia o farmacéutica. Es un producto que proviene directamente de la papa entera y se suele producir por medio de métodos de secado y luego moler los pedazos de papa para que quede finalmente como harina. Este producto alrededor del mundo es considerado por la OEC como el producto 940 en comercialización alrededor del mundo, esta comercialización es aproximadamente de \$951 millones de dólares, y representa aproximadamente el 0,0045% del comercio total en el mundo (OEC, 2021).

Los principales países que exportan este producto son Alemania (\$257 millones de dólares), Países Bajos (\$199 millones de dólares), Bélgica (\$116 millones de dólares), Estados Unidos (\$112 millones de dólares) y Dinamarca (\$37,9 millones de dólares). Frente a las importaciones, los países que más solicitan este producto en su mercado interno son Estados Unidos (\$79,2 millones de dólares), Reino Unido (\$75,7 millones de dólares), Italia (\$62 millones de dólares), Nigeria (\$58,1 millones de dólares) y finalmente, Malasia (\$51,7 millones de dólares) (DataWheel, 2021).

Para el análisis más específico de la subpartida 110510 harina, sémola y polvo de papa, se investigarán a profundidad tres países (Costa Rica, México y Estados Unidos) y como este producto se mueve en su mercado interno. El análisis contiene rango de precios del producto,

algunos proveedores que se encuentran en esos países, usos frecuentes del producto, como se ha innovado el uso o concepción del producto, las reglas de origen y la producción en el país o como se consume en los países.

### **3.2.1. Costa Rica**

La FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) tiene unas estadísticas de 2018-2019 donde tienen un total de 572 sujetos en el área rural de San José, la edad de la población encuestada está entre los 9-12 años de edad (todos son niños). En estas estadísticas la FAO muestra que en Costa Rica hay un consumo de 30 g de papas, papas dulces y todos los derivados de esos tubérculos. En la imagen #3 se muestra cual es la población total de Costa Rica que consumen papa y sus derivados, en este caso aproximadamente el 49% de la población encuestada consumió papa y la mayoría de los encuestados fueron niños entre 6 a 14 años de edad (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2023).

En 2015, Costa Rica registró una producción total de 90.576 toneladas métricas las cuales provienen de 3.674 hectáreas. La principal zona productora de papa de Costa Rica es la provincia de Cartago en la que más o menos se cultiva en el 77% del área cultivada de todo país, le sigue Alajuela con el 21,6% y finalmente, San José, con un 0,7% (Vignola et al., 2017).

La harina de papa es un producto que ha entrado al mercado mundial por ser conocido como un producto muy útil y versátil. Usualmente este puede ser utilizado en distintos procesos culinarios dado que ayuda a mejorar el sabor, el espesor y puede llegar a ser un sustituto porcentual de otras harinas destinadas a la elaboración de productos panaderos. Desde una perspectiva nutricional, esta harina es una fuente de proteína de alto valor y contiene una fuente importante de vitaminas y minerales (Guerrero Villalobos et al., 2020).

**3.2.1.1. Usos Recomendados del Producto.** La harina de papa tiene diversos usos, se pueden identificar dos específicamente los cuales son, la primera es mejorar el sabor de diferentes platos y también es un espesante para cremas o salsas. La segunda opción es usar esta harina como sustituto de harinas como la de trigo para el sector panadero. Esto sería de gran beneficio ya que esta harina no tiene gluten, lo cual puede ser muy positivo para personas con restricciones dietarias que nos les permiten consumir alimentos con gluten (Guerrero Villalobos et al., 2020).

**3.2.1.2. Producto Innovador.** Una característica distintiva de este producto, la cual le permite ser considerado un producto innovador, es que este puede ser consumido por toda la población, sin excepción. Para los niños su consumo es ideal por su alto contenido de proteína, además que se sabe que el consumo de este producto es completamente natural y tiene una producción (especialmente en Costa Rica) especialmente orgánica (Guerrero Villalobos et al., 2020).

**3.2.1.3. Costo del producto.** El precio de la harina de papa al por mayor para lo que va del presente año (2023) está entre 2.98 dólares (aproximadamente 12.300 pesos colombianos) y 4.73 (aproximadamente 19.500 pesos colombianos) dólares por kilogramo, o también 1.35 dólares (aproximadamente 5.500 pesos colombianos) y 2.14 dólares (aproximadamente 8.800 pesos colombianos) por libra (Selina Wamucii, 2023a).

**3.2.1.4. Proveedores.** Haciendo una investigación de cuáles son los proveedores de harina de papa en Costa Rica, solo se pudo encontrar 1 el cual es: Trading Costa Rica (QuimiNet, 2023).

**3.2.1.5.Regulaciones de Empaque.** En Costa Rica existen diferentes regulaciones para lo que debe tener y cómo debe ser el empaque de los productos alimenticios. Algunas de las regulaciones que existen en este país son la Ley de Protección al Consumidor en la que establece que los productos alimenticios deben tener etiquetas que tengan la información necesaria que el consumidor conozca y compre conscientemente. También está el Reglamento Técnico Centroamericano de Etiquetado de Alimentos Preenvasados en donde se regula regionalmente cuales son los requerimientos de la información que debe tener, como por ejemplo el código de barras, la lista nutricional, lista de ingredientes fecha de vencimientos, lote y país del que proviene (The Food Tech, 2023).

Para el caso de los productos que son importados hacia Costa Rica, estos deben cumplir con las mismas normas impuestas para los productos nacionales, es decir que deben tener también las etiquetas mencionadas anteriormente. También deben cumplir con todas las normas establecidas por el Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica (The Food Tech, 2023).

### **3.2.2.México**

El gobierno mexicano en su página Data México tiene unos indicadores donde se especifica como es el comercio de la harina de papa en el país, la información en esta página es a partir del 2022. Se identificó que las compras internacionales de la fécula de papa se hacen la mayoría en Ciudad de México con un gasto de US \$835 dólares (3'394.619 pesos colombianos), y dicho producto principalmente viene de Estados Unidos (valor de \$589 dólares, es decir 2'394.527 pesos colombianos) y de Taiwán (valor de \$246 dólares, es decir 1'000.091 pesos colombianos) (Data México, 2022).

**3.2.2.1. Usos Recomendados del Producto.** La harina de papa o fécula de papa en México también es comúnmente usada en la industria de alimentos para reemplazar la harina de trigo en todo lo que esté relacionado con la panadería y repostería. Se usa en estas especialidades como un tipo de espesante, un estabilizante o también para elaborar edulcorantes tales como la fructosa o glucosa. En otra de las industrias en las que se puede encontrar el uso de la harina de papa es en la farmacéutica, en esta industria se usa para la creación de dextrosa (otro tipo de azúcar) o como relleno de tabletas o píldoras (Grupo Pochteca, 2021).

**3.2.2.2. Producto Innovador.** Al igual que en Costa Rica, en México se ha visto una tendencia al cambio de harinas con gluten (harina de trigo) a harinas que no contengan esta proteína (harina de papa, almendras o de la cáscara de banano). En este país usan específicamente la papa o batata naranja dulce ya que es un tubérculo el cual tiene una gran variedad de nutrientes y de antioxidantes (Nuffoods Spectrum, 2022).

**3.2.2.3. Costo del producto.** El costo de la harina de papa en México al ser vendida al por mayor en el presente año (2023) está entre 0.44 dólares (aproximadamente 1.900 pesos colombianos) y 0.55 dólares (aproximadamente 2.300 pesos colombianos) por kilo, o también están entre 0.2 (aproximadamente 900 pesos colombianos) dólares y 0.25 dólares (aproximadamente 1.100 pesos colombianos) por libra (Selina Wamucii, 2023b).

**3.2.2.4. Proveedores.** Haciendo una investigación de cuáles son los proveedores de harina de papa en México, se encontró una lista con 8 proveedores, los cuales se mencionan a continuación: Engloba food solutions, Dimapro, Macfrut/Bioava Natura, Carnes sb, Pacha Nostra, LEWE México, Rancho La Coyota, Productos con Ciencia y Nutrición, Berfranz, Botanas el Tacuache (QuimiNet, 2023).

**3.2.2.5.Regulaciones de Empaque.** Para el caso de México tanto los productos producidos internamente como los que son importados para consumir en el país deben seguir obligatoriamente con las normas de la Norma Oficial Mexicana (NOM) que tiene para los empaques, la norma que los rige es Norma 050 (NOM-050-SCFI-2004). Lo que describe esta norma que debe ser incluida en el empaque es la denominación genérica y la específica, la caducidad, el código de barras, la entidad o persona que elaboro o exportar el producto, indicación de cantidad, tabla nutricional, país de origen, advertencias y en caso de aplicar, las instrucciones del producto (Brandwatch, 2023).

### **3.2.3.Estados Unidos**

Para 2021 Estados Unidos fue uno de los países con más importaciones de harina de papa en el mundo, alrededor de 79.2 millones de dólares fueron exportados en papa (OEC, 2021).

**3.2.3.1.Usos Recomendados del Producto.** Similar a los dos países descritos previamente, la harina de papa en Estados Unidos también es usada como una harina que sirve de sustituto de las harinas que contienen gluten. También es usado para espesar los alimentos, como un agente unificador de alimentos o para la potencialización de las comidas que tengas papa. Una de las características que también incluyen como un pro el hecho de que tiene habilidad para absorber la humedad de los alimentos con los que se les combina (Fincher, 2021).

**3.2.3.2.Producto Innovador.** En la investigación de cómo es el uso de esta harina en Estados Unidos, se observa que siempre hacen la distinción entre la fécula de papa y la harina de papa, y cuál es su producción y función. Para el caso de la fécula de papa esta es usada también como un sustituto del almidón de maíz, ayuda a espesar comidas, para hacer frituras profundas, se puede usar en los mesones para evitar que peguen las masas o el fondant (Fincher, 2021).**Costo del producto.** En lo que lleva del presente año (2023), los precios para la harina de papa en Estados Unidos que se vende al por mayor son de 5.6 dólares (aproximadamente 23.000 pesos colombianos) y 9.1 dólares (aproximadamente 37.400 pesos colombianos) por kilo, o también están entre 2.54 dólares (aproximadamente 10.500 pesos colombianos) y 4.13 dólares (aproximadamente 17.000 pesos colombianos) por libra (Selina Wamucii, 2023c).

**3.2.3.3.Proveedores.** A continuación, se encuentra una lista de proveedores que más o menos están reportados como distribuidores de harina de papa en Estados Unidos: Ciranda, Radchen USA Inc, Hd Imports and Exports , Czarnikow, Jba Manufacturer LLC, A4 Food Ingredients LLC, Royal Ingredients, Martha Shalhoub, Zurab Cherashvili, Nuyork Contracting LLC, Motilethx Wholesale, Ulidity Distributors, Ekobandz Wholesale, Smaa Food Exports LLC, Delta Foods (go4WorldBusiness, 2023).

**3.2.3.4.Regulaciones de Empaque.** Para el caso de Estados Unidos ellos tienen la Ley de Embalaje y Etiquetado Justo (The Fair Packaging and Labeling Act) realizada en 1967, en la que ordena que la Comisión Federal de Comercio y la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA siglas en inglés) cree regulaciones sobre el etiquetado de los productos a consumir. La ley establece que los productos que serán consumidos deben tener etiquetas que describen cuáles son sus contenidos, cuál es el producto, nombre y lugar de la compañía manufacturera, empaedora y distribuidor. Además, la ley también permite que existan reglamentaciones adicionales para impedir que el consumidor sea engañado frente a las descripciones de todo tipo (Federal Trade Commission, 2013).

#### **4. Implicaciones prácticas/conclusiones**

La agricultura y las exportaciones son fundamentales en el crecimiento y la interdependencia globales y estas han marcado eventos importantes en el descubrimiento de nuevas tierras y culturas. A través del tiempo, se evidencia que el comercio y la interdependencia han crecido, han adquirido nuevas dimensiones, son gestionadas por gobiernos y organizaciones internacionales. Es por eso que a través de esta investigación y revisión de literatura se percibieron diferentes implicaciones prácticas,

Dentro de estas se evidenció que la mayoría de los artículos usan teorías y conceptos al igual que modelos matemáticos e investigaciones cuantitativas. También hay un gran uso de casos de estudios como comparaciones de dos o más naciones, empresas de un solo país al igual que la comparación de economías desarrolladas, emergentes, en vía de desarrollo y subdesarrolladas. Se encontró poca información directamente con respecto al tema tratado, las investigaciones están más relacionadas con sus derivados y con empresas que ya tienen productos o servicios relacionados a la industria, más no habla de ésta en sí misma.

Hay una gran variedad de conceptos y subconceptos en cada una de las categorías que se vieron que fueron las prevalentes en los documentos. Dentro de los temas recurrentes de estos 33 artículos seleccionados, se destacaron los temas de propensión a exportar, determinantes internos y externos, rendimiento exportador y la intensidad exportadora.

Entre los determinantes internos y externos, se reconoce que hay una gran importancia por los factores políticos y económicos, así mismo los recursos, innovación y relaciones internacionales. Al igual, el concepto de rendimiento exportador muestra la relevancia de los apoyos económicos y políticos, los factores internos empresariales y la influencia de instituciones locales.

En cuanto a la intensidad exportadora, estudios realizados por Agnihotri & Bhattacharya (2015) y Mac An Bhaird & Curran (2016) y Máñez & Vicente-Chirivella (2020), resaltan como la influencia de restricciones financieras y características de aquellos que hacen parte del equipo directivo de una empresa afectan las decisiones de exportación. Todos estos autores mencionan que existe una dificultad en los desafíos que enfrentan las empresas dentro de un contexto internacional.

Por último, se habla de la sofisticación dentro de la exportación, este término tiene que ver con que tan avanzado está el país y normalmente se ve más cuando se hace la fabricación de un producto, es decir, como se hace, cuando, al calidad, el diseño y la tecnología que se utilizara. Todos estos elementos son esenciales para que el producto se destaque en el mercado.

Teniendo en cuenta lo visto en el estudio de tendencias aplicado con las subpartidas y los diferentes países, se evidencia que efectivamente muchos de los conceptos revisados anteriormente se encuentran presentes a la hora de revisar si un país puede ser una ficha clave para poder exportar. Conceptos tales como el empaque, el precio, los diferentes proveedores, las tendencias de consumo al igual que de productos, son importantes ya que dan a entender cómo se puede exportar, porque si se puede exportar, como es el lugar a donde se exportará y requisitos o limitaciones que se pueden encontrar en el momento de decidir si se quiere exportar o no.

En conclusión, esta revisión muestra cuales son algunos de los determinantes de exportación, y que factores llegaron a afectarlos de manera positiva tanto como de manera negativa. También dentro de esta revisión se detalla información relevante en el futuro para políticos, económicos y empresarios al momento de trabajar en el comercio internacional. Estos cuatro conceptos mencionados en la discusión son clave para afrontar los desafíos y oportunidades que se puedan presentar dentro de las empresas o países en un escenario global.

## 5. Referencias bibliográficas

- Agnihotri, A., & Bhattacharya, S. (2015). Determinants of export intensity in emerging markets: An upper echelon perspective. *Journal of World Business*, 50(4), 687–695. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2014.11.001>
- Agosin, M. R., Alvarez, R., & Bravo-Ortega, C. (2012). Determinants of Export Diversification Around the World: 1962-2000. *World Economy*, 35(3), 295–315. Scopus. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9701.2011.01395.x>
- Ali, M. (2017). Determinants of Related and Unrelated Export Diversification. *Economies*, 5(4), 50. <https://doi.org/10.3390/economies5040050>
- Ámbito. (2019). *El 70% de los consumidores argentinos afirma buscar comida adaptada a su estilo de vida*. Ámbito. <https://www.ambito.com/economia/el-70-los-consumidores-argentinos-afirma-buscar-comida-adaptada-su-estilo-vida-n5352399>
- Asia Pulp & Paper. (2019). *La mayoría de los canadienses prefieren los productos alimentarios envasados de manera sostenible*. Asia Pulp & Paper. <https://asiapulppaper.com/es/-/la-mayor%C3%ADa-de-los-canadienses-prefieren-los-productos-alimentarios-envasados-de-manera-sostenible>
- Badinger, H., & Url, T. (2013). Export credit guarantees and export performance: Evidence from Austrian firm-level data. *World Economy*, 36(9), 1115–1130. Scopus. <https://doi.org/10.1111/twec.12085>
- Bieleková, E., & Pokrivčák, J. (2020). Determinants of international beer export. *Agris On-Line Papers in Economics and Informatics*, 12(2), 17–27. Scopus. <https://doi.org/10.7160/aol.2020.120202>
- Bournakis, I., & Tsoukis, C. (2016). Government size, institutions, and export performance among OECD economies. *Economic Modelling*, 53, 37–47. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2015.11.011>

- Brandwatch. (2023). *Norma Oficial Mexicana*. Brandwatch.  
<https://www.brandwatch.com.mx/como-se-reglamenta-el-empaque-en-mexico>
- Calbee. (2022). *Calbee Integrated Report 2022*.  
[https://www.calbee.co.jp/en/ir/pdf/2022/CalbeeReport2022\\_en.pdf](https://www.calbee.co.jp/en/ir/pdf/2022/CalbeeReport2022_en.pdf)
- Chiasson, V. (2021). *10 Strange And Delicious Chip Flavors You'll Find In Canada*. Travel Awaits. <https://www.travelawaits.com/2701450/strange-chip-flavors-canada/>
- Chicaíza, L., Riaao Casallas, M., Rojas Berrio, S., & Garzón Santos, C. (2017). Revisión sistemática de la literatura en Administración. *SSRN Electronic Journal*, 2–18.  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3011931>
- Cieślík, A., & Michałek, J. J. (2018). Firm-level determinants of direct and indirect exports: Empirical evidence for C.E.E. and M.E.N.A. countries. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 31(1), 982–996. Scopus.  
<https://doi.org/10.1080/1331677X.2018.1436452>
- Clavecilla, L. (2023). *Packaging Regulations in Japan: A Guide for Businesses*. SME Japan.  
<https://www.smejapan.com/business-news/packaging-regulations-in-japan-a-guide-for-businesses/>
- Córcoles, D., Díaz-Mora, C., & Gandoy, R. (2014). Product sophistication: A tie that binds partners in international trade. *Economic Modelling*, 44(S1), S33–S41. Scopus.  
<https://doi.org/10.1016/j.econmod.2013.12.009>
- Data México. (2022). *Harina, Sémola y Polvo de Patata "Papa": Intercambio comercial, compras y ventas internacionales, mercado y especialización*. Data México.  
<https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/product/flour-semolina-and-potato-powder-papa>
- DataWheel. (2021). *Harina de papa*. OEC. <https://oec.world/es/profile/hs/potato-flours#country-by-relatedness>

- Estrategia Aduanera. (2018). *¿Qué documentos se requieren para importar a Canadá?*  
Estrategia Aduanera. <https://www.estrategiaaduanera.mx/que-documentos-se-requieren-para-importar-a-canada/>
- Evans, P. (2022). *Canadian snack maker Neal Brothers sees sales surge amid Loblaws fight with Frito-Lay.* Canadian Broadcasting Corporation.  
<https://www.cbc.ca/news/business/neal-brothers-loblaws-1.6371252>
- Farole, T., & Winkler, D. (2014). Firm location and the determinants of exporting in low- and middle-income countries. *Journal of Economic Geography*, 14(2), 395–420. Scopus.  
<https://doi.org/10.1093/jeg/lbs060>
- Federal Trade Commission. (2013). *Fair Packaging and Labeling Act: Regulations Under Section 4 of the Fair Packaging and Labeling Act.* Federal Trade Commission.  
<https://www.ftc.gov/legal-library/browse/rules/fair-packaging-labeling-act-regulations-under-section-4-fair-packaging-labeling-act>
- Fincher, M. (2021). *Potato Starch vs Potato Flour: What's the Difference?* Allrecipes.  
<https://www.allrecipes.com/article/potato-starch-vs-potato-flour/>
- Fukui, E. T., Hammer, A. B., & Jones, L. Z. (2013). Are U.S. exports influenced by stronger IPR protection measures in recipient markets? *Business Horizons*, 56(2), 179–188. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2012.11.009>
- García, G. (2021). *Lay's limón, las papas que llegan al mercado argentino.* The Food Tech.  
<https://thefoodtech.com/desarrollo-de-nuevos-productos/lays-limon-las-papas-que-llegan-al-mercado-argentino/>
- go4WorldBusiness. (2023). *USA Potato Starch Suppliers and Manufacturers.*  
go4WorldBusiness.  
<https://www.go4worldbusiness.com/suppliers/united%20states/potato-starch.html>
- Government of Canada & Canadian Food Inspection Agency. (2013). *D- 96-05: Phytosanitary*

*Requirements for the Importation and Domestic Movement of Non-Propagative Potatoes (Solanum Tuberosum) and Related Potato Articles, Including Associated Soil.*

Government of Canada. <https://inspection.canada.ca/plant-health/invasive-species/directives/potatoes/d-96-05/eng/1323791878398/1323792597204>

Grandinetti, R., & Mason, M. C. (2012). Internationalization modes other than exporting: The missing determinant of export performance. *European Business Review*, 24(3), 236–254. Scopus. <https://doi.org/10.1108/09555341211222495>

Grupo Pochteca. (2021). *Fécula de papa*. Potchteca. <https://mexico.pochteca.net/productos/fecula-de-papa/#>

Guerrero Villalobos, H., Vargas Solano, Á., & Obando Ulloa, J. M. (2020). Elaboración de harina de papa con energías limpias. *Revista Ventana*, 13(1). <https://revistas.tec.ac.cr/index.php/ventana/article/view/5437>

Haddoud, M. Y., Nowinski, W., Jones, P., & Newbery, R. (2019). Internal and external determinants of export performance: Insights from Algeria. *Thunderbird International Business Review*, 61(1), 43–60. Scopus. <https://doi.org/10.1002/tie.21972>

Haidar, J. I. (2022). Internalization of externalities in international trade. *Empirical Economics*, 63(1), 469–497. Scopus. <https://doi.org/10.1007/s00181-021-02132-1>

He, X. (2022). Political and economic determinants of export restrictions in the agricultural and food sector. *Agricultural Economics*, 53(3), 439–453. <https://doi.org/10.1111/agec.12684>

Herrera-Echeverri, H., Geleilate, J. G., Gaitan-Riaño, S., Haar, J., & Soto-Echeverry, N. (2016). Export behavior and board independence in Colombian family firms: The reverse causality relationship. *Journal of Business Research*, 69(6), 2018–2029. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.147>

Hossain, K., & Azmi, I. B. A. G. (2021). The effect of entrepreneurial orientation on the export

- performance of apparel industry. *Uncertain Supply Chain Management*, 9(1), 11–20. Scopus. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2020.12.006>
- Infobae. (2023). *El 60% de los argentinos está dispuesto a cambiar sus hábitos alimentarios para cuidar el medioambiente*. infobae. <https://www.infobae.com/america/medio-ambiente/2023/03/30/el-60-de-los-argentinos-esta-dispuesto-a-cambiar-sus-habitos-alimentarios-para-cuidar-el-medioambiente/>
- International Trade Administration. (2022). *Distribution & Sales Channels*. International Trade Administration. <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/japan-distribution-sales-channels>
- International Trade Administration. (2023). *Harmonized System (HS) Codes*. <https://www.trade.gov/harmonized-system-hs-codes>
- Li, D. (2021). *Japanese potato chip flavor innovation: Sour*. Mintel. <https://www.mintel.com/food-and-drink-market-news/japanese-potato-chip-flavor-innovation-sour/>
- Mac An Bhaird, C., & Curran, D. (2016). Sectoral differences in determinants of export intensity. *Journal of Business Economics and Management*, 17(2), 299–313. Scopus. <https://doi.org/10.3846/16111699.2015.1070196>
- Máñez, J. A., & Vicente-Chirivella, Ó. (2020). Exports of Spanish manufacturing firms and financial constraints. *BRQ Business Research Quarterly*, 24(1), 53–90. Scopus. <https://doi.org/10.1177/2340944420916308>
- Mataveli, M., Ayala, J. C., & Gil, A. J. (2022). Towards an analysis of the determinants of exports in Brazil: The perspective of exporting companies. *Baltic Journal of Management*, 17(2), 141–157. Scopus. <https://doi.org/10.1108/BJM-05-2021-0174>
- Na-Allah, A., & Muchie, M. (2012). Social absorption capability, systems of innovation and manufactured export response to preferential trade incentives. *Research Policy*, 41(1),

- 93–101. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2011.06.002>
- Nguyen, H., Pham, V. K., & Phan, T. T. (2021). Determinants of export organic supply chain performance: Empirical study of fruits and vegetables in Vietnam. *Journal of International Logistics and Trade*, 19(3), 147–161. Scopus. <https://doi.org/10.24006/jilt.2021.19.3.147>
- Nonomiya, L. (2022). *Japan's top potato-chip maker Calbee to raise prices by up to 20%*. The Japan Times. <https://www.japantimes.co.jp/news/2022/06/22/business/corporate-business/calbee-price-hike/>
- Nuffoods Spectrum. (2022). *Scientists in Mexico develop gluten-free flour made from orange sweet potatoes*. Nuffoods Spectrum. <https://nuffoodsspectrum.in/2023/02/17/scientists-in-mexico-develop-gluten-free-flour-made-from-orange-sweet-potatoes.html>
- Olczyk, M., & Kordalska, A. (2017). Gross Exports Versus Value-Added Exports: Determinants and Policy Implications for Manufacturing Sectors in Selected CEE Countries. *Eastern European Economics*, 55(1), 91–109. Scopus. <https://doi.org/10.1080/00128775.2016.1254564>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2023). *Datos FAO*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. <https://www.fao.org/gift-individual-food-consumption/data/es>
- Óskarsson, G. K., & Kristjánisdóttir, H. (2021). EU Country and EFTA Country Export Differences. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(4), 147. <https://doi.org/10.3390/jrfm14040147>
- Prim, A. L., Amal, M., & Carvalho, L. (2016). Regional cluster, innovation and export performance: An empirical study. *BAR - Brazilian Administration Review*, 13(2). Scopus. <https://doi.org/10.1590/1807-7692bar2016160028>

- Purwanto, S., Setiawan, M., Rohman, F., & Indrawati, N. K. (2018). Financial assistance, marketing assistance and export commitment to improve export performance. *European Research Studies Journal*, 21(4), 69–91. Scopus. <https://doi.org/10.35808/ersj/1104>
- QuimiNet. (2023). *Proveedores de Harina de Papa*. QuimiNet. <https://www.quiminet.com/proveedores/harina-de-papa-44620271015.htm>
- Ratnaike, Y. C. (2012). Is there an empirical link between trade liberalisation and export performance? *Economics Letters*, 117(1), 375–378. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2012.05.015>
- Selina Wamucii. (2023a). *Costa Rica Potato starch Prices*. Selina Wamucii. <https://www.selinawamucii.com/insights/prices/costa-rica/potato-starch/>
- Selina Wamucii. (2023b). *Mexico Potato Flour Prices*. Selina Wamucii. <https://www.selinawamucii.com/insights/prices/mexico/potato-flour/>
- Selina Wamucii. (2023c). *US Potato Flour Prices*. Selina Wamucii. <https://www.selinawamucii.com/insights/prices/united-states-of-america/potato-flour/>
- Serra, F., Pointon, J., & Abdou, H. (2012). Factors influencing the propensity to export: A study of UK and Portuguese textile firms. *International Business Review*, 21(2), 210–224. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2011.02.006>
- Su, X., Anwar, S., Zhou, Y., & Tang, X. (2020). Services trade restrictiveness and manufacturing export sophistication. *The North American Journal of Economics and Finance*, 51, 101058. <https://doi.org/10.1016/j.najef.2019.101058>
- The Food Tech. (2023). *Regulaciones de etiquetado de alimentos en Costa Rica*. The Food Tech. <https://thefoodtech.com/normatividad-y-certificaciones/regulaciones-de-etiquetado-de-alimentos-en-costa-rica/>
- Toh, M. (2023). *What Asia's top potato chip maker learned from a huge supply shortage*. Cable

- News Network. <https://www.cnn.com/2023/08/04/business/japan-calbee-potato-shortage-climate-intl-hnk/index.html>
- Verheyen, F. (2015). The role of non-price determinants for export demand. *International Economics and Economic Policy*, 12(1), 107–125. Scopus. <https://doi.org/10.1007/s10368-014-0281-z>
- Viet, B. N., Tan, B. L., Thanh, V. N., & Kim, N. V. (2017). Determinants of export performance: Case of seafood firms in Viet Nam. *Business and Economic Horizons*, 13(5), 722–735. Scopus. <https://doi.org/10.15208/beh.2017.48>
- Vignola, R., Watler, W., Vargas Céspedes, A., & Morales, M. (2017). *Prácticas Efectivas para la Reducción de impactos por Eventos Climáticos en el Cultivo de papa en Costa Rica*. <https://www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/F01-8214.pdf>
- Vijil, M., & Wagner, L. (2012). Does Aid for Trade Enhance Export Performance? Investigating the Infrastructure Channel. *World Economy*, 35(7), 838–868. Scopus. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9701.2012.01437.x>
- Wagner, C. (2013). *Regulación sobre el envasado de alimentos en Japón*. Food Packaging Forum. <https://www.foodpackagingforum.org/es/food-packaging-health/reglamentacion-sobre-el-ensado-de-alimentos/food-packaging-regulation-in-japan>
- Wang, Y., Cao, W., Zhou, Z., & Ning, L. (2013). Does external technology acquisition determine export performance? Evidence from Chinese manufacturing firms. *International Business Review*, 22(6), 1079–1091. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2013.02.009>
- Zhu, S., & Fu, X. (2013). Drivers of Export Upgrading. *World Development*, 51, 221–233. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2013.05.017>

## 6. Anexos

## Anexo A: Modelo de tabla de Chicaiza

Título	Autores	Año	Objetivo	Literatura	Aportes	Categoría
Drivers of Export Upgrading	Zhu, Shujin Fu, Xiaolan	2013	Examine the determinants of export upgrading in the light of both traditional trade theory and new growth theory using a cross-country panel data	La teoría de Heckscher-Ohlin sugiere que las dotaciones de factores de un país determinan los costes relativos de producción y, por tanto, las pautas de especialización y la composición de la cesta de exportaciones de un país. Por lo tanto, se espera que los países que disfrutan de mayores dotaciones en recursos naturales que en otros factores exporten recursos naturales o productos intensivos en el uso de recursos naturales. Se prevé que los países con abundancia de mano de obra, como China e India, produzcan y exporten bienes intensivos en mano de obra, como juguetes y prendas de vestir. Del mismo modo, se espera que los países avanzados exporten productos más sofisticados intensivos en capital y tecnología, como productos farmacéuticos, productos químicos, automóviles y maquinaria electrónica (Schott, 2008).	Results suggest that the export sophistication of countries is enhanced by capital deepening, engagement in knowledge creation, transfers via investment in education and R&D and foreign direct investment and imports.	Export Upgrading
Does Aid for Trade Enhance Export Performance? Investigating the Infrastructure Channel	Viji, Mariana Wagner, Laurent	2012	Existen pocos estudios empíricos que evalúen la eficacia de la ayuda al comercio en lo que respecta a los resultados comerciales. Además, los trabajos existentes no comprueban cuáles son los canales a través de los cuales la ayuda al comercio influye en los resultados comerciales. Abordamos esta cuestión mediante un análisis empírico en dos fases.	EMPIRICAL LITERATURE ON TRADE COSTS: El concepto de facilitación del comercio utilizado en este estudio incluye todos los procedimientos comerciales aduaneros, de tránsito y multimodales, incluidas las cuestiones de transporte e infraestructura (UNCTAD, 2009). En este contexto, se han utilizado tres enfoques para cuantificar el impacto económico de las medidas de facilitación del comercio: modelos de equilibrio general computable (EGC) que cuantifican los efectos sobre los ingresos y el bienestar; modelos de gravedad que se centran en los efectos del comercio bilateral; y estudios de casos de países.	We find that a ten per cent increase in aid for infrastructure commitments per the exports over GDP ratio. It is also equivalent to a 2.71 per cent reduction in tariff and nontariff barriers.	Export Performance Model
Factors influencing the propensity to export: A study of UK and Portuguese textile firms	Serra, Francisco Painon, John Abdou, Hussein	2012	Determine which particular organisational and managerial factors contribute to the propensity to export in a declining sector	Case Study	When combining the two country data-sets, particular firm characteristics, namely, firm size, competitive advantage, and technology, and a specific objective characteristic, namely, the number of languages spoken, are the key factors associated with the propensity to export in this declining sector.	Analysis of Firms
Determinants of export intensity in emerging markets: An upper echelon perspective	Agnihotri, Arpita Bhattacharya, Saunabh	2015	este artículo amplía la aplicación de la teoría de la alta dirección a los mercados emergentes para considerar sus efectos sobre la intensidad exportadora de las empresas. Se analizaron cinco características de los equipos de alta dirección que influyen en la intensidad exportadora de una empresa: nivel educativo, heterogeneidad funcional, exposición internacional, edad y antigüedad en la empresa actual. El período estudiado fue de 2007 a 2012, y se centró en los siguientes sectores: bienes de consumo de rápida evolución, automoción, farmacéutico y textil.	Upper echelon theory suggests that many organizational outcomes can be predicted by demographic characteristics and traits of top management team as they are the central tenet of strategy formulation which has implications for the whole organization (Hambrick and Mason, 1984).	Nuestro estudio amplía la aplicación de la teoría del escalón superior y su importancia en los mercados emergentes y, especialmente, en los resultados de exportación de las empresas en los mercados emergentes. Encontramos que la educación de la alta dirección, la heterogeneidad funcional y la experiencia internacional influyen positivamente en la intensidad exportadora de las empresas. Además, la permanencia en el cargo del equipo directivo tiene un impacto curvilíneo en la intensidad exportadora de las empresas. La experiencia internacional moderna positivamente el impacto de la edad del equipo directivo en la intensidad exportadora de las empresas	Export Intensity
Does external technology acquisition determine export performance? Evidence from Chinese manufacturing firms	Wang, Yuandi Cao, Wei Zhou, Zhao Ning, Lutao	2013	Extend our understanding of the determinants of export performance by examining the impact of the inter-organizational dimension of innovation strategy to export performance	In the current study, we investigate the impact of external technology acquisition, in particular technology licensing, on licensee's export performance. Through a license agreement, a firm (licensee) is granted the use of a certain technology by another firm (licensor) (Grinley & Teece, 1997). Currently, technology licensing is an essential and transparent means by which a firm could access and acquire external technology, which normally involves technologies that are protected by patents and ready to use (Araña & Gambardella, 2010).	Results indicate that external technology acquisitions positively influence Chinese firms' export performance.	Export Performance Model
Determinants of Export Diversification Around the World: 1962-2000	Agoin, Manuel R.; Alvarez, Roberto; Bravo-Ortega, Claudio	2012	Analizar los principales determinantes de la diversificación de las exportaciones (concentración) en 79 países durante el período de 1962-2000. El estudio busca comprender cómo varios factores influyen en la concentración de las exportaciones y utiliza tres indicadores diferentes de la concentración de las exportaciones para hacerlo. Los factores analizados incluyen la apertura comercial, el desarrollo financiero, la volatilidad de las tasas de cambio, la acumulación de capital humano, la distancia geográfica y los shocks en los términos de intercambio.	Case Study	La mayoría de los resultados sugieren una interacción interesante entre estos shocks y el capital humano de las economías: mejoramientos en los términos de intercambio incrementan la concentración de exportaciones, pero este efecto es menor para países con altos niveles de capital humano. Este resultado sugiere que economías con mayores niveles de capital humano podrían aprovechar estos mejoramientos de los términos de intercambio para diversificar sus exportaciones.	Export Diversification
Internal and external determinants of export performance: Insights from Algeria	Haddoud, Mohamed Yacine Nowinski, Wilfred Jones, Paul Newbery, Robert	2019	Study simultaneously investigates the importance of internal and external resources for firms' export performance and regularity in the context of North African SMEs	Case Study	The study reveals the superiority of discrete resources for boosting export performance and export regularity	Export Performance
Export behavior and board independence in Colombian family firms: The reverse causality relationship	Herrera-Echeverri, Hernán Galestia, José Gall Galán-Riño, Sandra Haar, Jerry Soto-Echeverry, Nidia	2016	El objetivo del texto es investigar la relación entre el comportamiento de exportación, el control familiar y la composición de la junta directiva en el contexto de empresas familiares en América Latina. El artículo busca analizar y proporcionar información sobre los factores que influyen en el comportamiento de exportación de las empresas familiares en mercados emergentes, específicamente en el caso de las empresas en Colombia.	The investigation of how family firms are created and managed has drawn attention of many scholars since the early nineteenth century until today (Bertrand and Schoar, 2008). Family controlled firms are the most prevalent business type in the world and have been studied with regard to their internal capabilities such as stewardship, risk management, organizational culture as well as internationalization and performance (González et al., 2013; Miller et al., 2014; Schütz, Lubatkin and Dino, 2003; Zahra, 2003).	Therefore, it is possible to observe that older family firms actually will have a lower export development compared to non-family firms.	Export Behavior
Is there an empirical link between trade liberalisation and export performance?	Rathnake, Yashraj C.	2012	Investigate both the steady-state and the transitional impact of trade liberalisation on export performance within a sample of selected OECD countries	A separate indicator, the 'Freedom to Trade Internationally' component from the Economic Freedom of the World (EFW) index, is also used to capture the general openness within the market to trade, which accounts for a number of factors such as the black market premium and regulatory trade barriers (Gawronney et al., 2010).	The results find trade policy to be a largely insignificant determinant of export performance. Domestic competitiveness and world demand are found to be the most consistent drivers of export performance in both forms of the model for the sample countries, with domestic demand having a significant negative impact in the dynamic model.	Export Performance
Gross Exports Versus Value-Added Exports: Determinants and Policy Implications for Manufacturing Sectors in Selected CEE Countries	Olczyk, Magdalena Kordalska, Aleksandra	2017	El objetivo del artículo es evaluar el impacto de ciertos factores determinantes en las exportaciones de valor agregado y las exportaciones brutas en siete economías de Europa Central y del Este (CEE), en tres subsectores manufactureros durante el período de 1995 a 2011.	Leontief and Strout (1963), who proposed a first formalized approach to the analysis of the nature of global production. However, real attention to 'the value added' in trade flows was paid twenty years later in two types of economic research. Saranyal and Jones (1982) in their models of trade in intermediate products indicated that 'few firms in international commerce are pure raw materials or primary factors which have not received any value added from other local inputs'.	Los resultados indican un mayor impacto de la productividad laboral y de los empleados altamente calificados en la generación de valor agregado nacional en el sector manufacturero. Los países de Europa Central y del Este no logran ventajas comparativas de alta intensidad en capital en las exportaciones de productos manufacturados. Además, la manufactura en estos países no cumple una función de 'portadora' de servicios para contribuir al desempeño de exportaciones de un país.	Gross Export & Value Added Exports
Services trade restrictiveness and manufacturing export sophistication	Su, Xiaoyan Anwar, Sajid Zhou, Ying Tang, Xuan	2020	We argue that restrictiveness of services sector trade can have a negative impact on the level of export sophistication.	Case Study	Using panel data from 38 countries over the 2005–2014 period, we show that the impact of services sector trade restrictiveness on export sophistication is negative and statistically significant. We find that this negative effect has increased in the post-2007 period	Service Trade Liberalization
Firm-level determinants of direct and indirect exports: empirical evidence for C.E.E. and M.E.N.A. countries	Cielicki, Andrzej Michalek, Jan Jakub	2018	We study the determinants of the direct and indirect export performance of firms in Central and Eastern European (C.E.E.) and Middle Eastern and North African (M.E.N.A.) countries, both jointly and separately	The new strand in trade theory argues that the level of firm productivity is critical for exporting. In particular, Melitz (2003) relaxed the key assumption of the firm symmetry in the Krugman (1980) monopolistic competition model and introduced firm heterogeneity in terms of labour productivity. In his model, productivity differences among firms are exogenously given and each firm has to pay fixed costs of entry into domestic and foreign markets. The model predicts that the most productive firms with the lowest marginal costs can cover the fixed cost of entry and become exporters. Each unit of export incurs a constant, iceberg trade cost.	We find that product innovations are more important than process innovations in determining direct export performance for the whole sample of countries. In addition, we find that the level of firm productivity, spending on R&D, human capital, foreign licenses and foreign ownership are important in determining the export performance of the firms that export directly but not in the case of indirect exporters.	Export Determinants
Internationalization modes other than exporting: The missing determinant of export performance	Grandinetti, Roberto Mason, Michela C.	2012	El propósito de este artículo es desarrollar y evaluar empíricamente un modelo que explora los determinantes del rendimiento en exportaciones a nivel de la empresa. Lo novedoso de este modelo es que incluye los modos de internacionalización de la empresa además de la simple exportación. El estudio se basa en datos recopilados de 147 pequeñas y medianas empresas manufactureras (italianas (SMEs)) y utiliza un procedimiento de modelado de ecuaciones estructurales para evaluar los determinantes incluidos en el modelo.	Las variables internas también se derivan de un enfoque teórico bien establecido, que es la visión de la empresa basada en los recursos. Según Dhanraj y Beamish (2003, p. 245), esta teoría [...] aborda la cuestión central de cómo puede lograrse un rendimiento superior en relación con otras empresas del mismo mercado y postula que el rendimiento superior es el resultado de la adquisición y explotación de recursos únicos de la empresa.	En resumen, las empresas pueden utilizar todos los modos de internacionalización, a nivel de cartera de países y en cada país-mercado. Esto también es cierto en el caso de las PYME, como han demostrado varios estudios empíricos (Baird et al., 1994; Grandinetti y Ruffani, 1994; Lu y Beamish, 2001; Manolova et al., 2002; Majocchi y Zucchella, 2003; Fletcher, 2009; Anai y Filho, 2010). Pero, ¿por qué los modos de internacionalización distintos de la exportación ejercen una influencia positiva en los resultados de exportación? Como sabemos, muchos determinantes internos del resultado de exportación han sido investigados por los estudiosos y cada uno de ellos se refiere a algún tipo de recurso (Zou y Sian, 1998; Sousa et al., 2008). Creemos que la visión de la empresa basada en los recursos también ofrece una respuesta sólida a nuestra pregunta: a través de inversiones propias, asociaciones y relaciones de suministro, una empresa adquiere recursos útiles para mejorar su actividad exportadora.	Export Performance
Regional cluster, innovation and export performance: An empirical study	Prim, Alexandre Luis; Amal, Mohamed; Carvalho, Luciano	2016	El objetivo del artículo es investigar el papel de las economías de aglomeración de un cluster regional en el rendimiento de exportación de las empresas. También se propone examinar el efecto mediador de la innovación y la moderación de la intensidad tecnológica de la industria en esta relación. El estudio se basa en una muestra de 100 empresas exportadoras en el sector manufacturero y utiliza un modelo de ecuaciones estructurales para estimar los determinantes del rendimiento en exportación.	Case Study	Los resultados revelan que las economías de aglomeración de un cluster regional se han encontrado como factores determinantes del desempeño en las exportaciones, así como una fuente significativa para generar innovaciones por parte de las empresas. Sin embargo, no encontramos evidencia de una relación entre las innovaciones en productos y procesos y el desempeño en las exportaciones. Los resultados también han demostrado que no existen diferencias entre la intensidad tecnológica de las industrias, lo que sugiere que las empresas accederán a los recursos de aglomeración del cluster regional de manera complementaria a sus recursos internos.	Export Performance
Export credit guarantees and export performance: Evidence from Austrian firm-level data	Badinger, Harald Uri, Thomas	2013	This paper provides an economic assessment of export credit guarantee commitments by the Austrian export credit agency, using firm-level data on a cross-section of Austrian exporting firms for the year 2008	Case Study	We find that there are economically and statistically significant effects of export credit guarantee usage on firm-specific export performance ranging from some 80 to 100 per cent compared with the control group of non-users.	Export Credit Guarantee
Government size, institutions, and export performance among OECD economies	Bourmakis, Ioannis; Tsoulis, Christopher	2016	El objetivo del estudio es investigar los determinantes del rendimiento en exportaciones en un panel de 18 países miembros de la OCDE durante el período de 1980 a 2005. En particular, el estudio se centra en examinar los efectos del tamaño del gobierno y las características institucionales en el rendimiento de exportación.	Case Study	Nuestros resultados pueden resumirse de la siguiente manera. Entre las variables tradicionalmente destacadas como determinantes de las cuotas de exportación internacionales, los costos relativos de mano de obra y la proporción de los gastos en I+D con respecto al PIB continúan desempeñando un papel significativo de la manera esperada.	Export Performance

The effect of entrepreneurial orientation on the export performance of apparel industry	Hossain, Kamal; Ithamie Binti Abdul Ghani	2021	El objetivo de este estudio es examinar el impacto de las dimensiones de la orientación emprendedora (OE) en el rendimiento de exportación de la industria de la confección de prendas de vestir. La OE se considera en términos de tres dimensiones: innovación, proactividad y asunción de riesgos. El estudio busca identificar cómo estas dimensiones de OE influyen en el rendimiento de exportación de las empresas en la industria de la confección.	Study of Companies	Los resultados revelan que la proactividad influye positivamente en el desempeño en las exportaciones. El estudio utilizó algunas iniciativas notables como las innovaciones proactivas, tales como nuevas tecnologías, recursos humanos dedicados, nuevos productos o servicios orientados al mercado, cambios frecuentes en las líneas de productos y la materialización de una perspectiva a largo plazo. Ara et al. (2019) encontraron una asociación positiva entre la proactividad (estrategias de marketing verde) y el desempeño sostenible en las exportaciones de la industria de la confección de Bangladesh. El estudio añadió que las estrategias de marketing verde proactivas de la industria de la confección mejoran el desempeño sostenible económico, ambiental y social.	Export Performance
Financial assistance, marketing assistance and export commitment to improve export performance	Purwanto S; Setiawan M; Rohman F; Indrawati N K	2018	El propósito de este artículo es investigar la relación contingente entre la asistencia gubernamental de marketing para la exportación y el desempeño de empresas que se internacionalizan tempranamente en una industria de baja tecnología en un país en desarrollo. El estudio utiliza datos de Indonesia, un país en desarrollo y uno de los principales exportadores de productos de vestimenta a nivel mundial. La muestra consiste en 100 empresas de vestimenta que se internacionalizan tempranamente para poner a prueba las hipótesis planteadas.	Case Study	Descubrimos que la asistencia financiera y la asistencia de marketing no están directamente relacionadas con el desempeño en las exportaciones de las empresas que se internacionalizan temprano, aunque los resultados respaldan la influencia moderadora de la ventaja competitiva en la relación entre los diferentes tipos de asistencia y el desempeño en las exportaciones. Estos hallazgos demuestran que la utilización de la asistencia gubernamental suele ser suficiente para lograr un mejor desempeño. Con la ventaja competitiva de la empresa, podemos esperar una utilización efectiva de la asistencia.	Export Performance
Social absorption capability, systems of innovation and manufactured export response to preferential trade incentives	Na-Allah, Abdelrasaq; Muchie, Marmiro	2012	En resumen, el artículo enfatiza la importancia de los sistemas de innovación y la capacidad de absorción social en la determinación del desempeño de exportación de los beneficiarios de sistemas de preferencias comerciales no recíprocos, utilizando la experiencia de los países de África subsahariana bajo el AGOA como ejemplo.	Social absorption capability of a beneficiary's economy as expressed in her incumbent systems of innovation is a crucial determinant of export performance response.	Los esfuerzos para explicar la efectividad del NERSTP (un programa o esquema relacionado con el desarrollo) deben reconocer debidamente el papel que desempeñan los factores del lado de la oferta para facilitar las respuestas en las exportaciones. El argumento que presentamos es que la capacidad de responder y aprovechar los beneficios externalizados por los programas de ayuda al desarrollo es una función de la capacidad de absorción social del respondiente. Esta capacidad está determinada por la calidad del Sistema Nacional de Innovación (NSI) existente, y es evidente que los países con un sistema de innovación nacional poseerán tanto una capacidad fuerte de absorción como de respuesta a los incentivos de los programas de ayuda al desarrollo, como las preferencias comerciales.	Export Performance Response
Determinants of export performance: Case of seafood firms in Viet Nam	Viet, Bang Nguyen; Tan, Bui Le; Thanh, Vu Nguyen; Kim, Nhan Vo	2017	El propósito de este artículo es definir y medir los factores clave relacionados con el rendimiento de exportación de las empresas de productos del mar en Vietnam.	Case Study	La investigación ha identificado y medido los factores que afectan el desempeño en las exportaciones de las empresas de productos del mar en el Delta del Mekong. El método utilizado fue una metodología de investigación cuantitativa a través de una encuesta a 303 empresas de productos del mar. Estos resultados muestran que el desempeño en las exportaciones de productos del mar se ve afectado por diversos aspectos, como la estrategia de marketing, las características y capacidades, las características de la industria, las características de gestión, las características del mercado doméstico y las características del mercado extranjero.	Export Performance
EU Country and EFTA Country Export Differences	skarsone, Gudmundur Kristjofn; Kristjánardóttir, Helga	2021	La investigación tiene como objetivo analizar las diferencias en las exportaciones que enfrentan los países de la Unión Europea (UE) y la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA). Primero, se busca analizar los efectos en el comercio internacional de la unión aduanera de la UE y, en segundo lugar, la EFTA, y proporcionar una comparación entre ambas. La investigación se centra en analizar los determinantes de las exportaciones para responder a estas dos preguntas. Se relacionaron dos países para este estudio: el pequeño país miembro de la EFTA, Islandia, y el gran país miembro de la UE, el Reino Unido, antes del BREXIT.	Case Study	En resumen, nuestros hallazgos indican que el tamaño económico de los países que reciben las exportaciones y el tamaño económico tienen efectos positivos en las exportaciones. Además, se ha encontrado que la distancia tiene efectos negativos en las exportaciones, disminuyendo a medida que aumenta la distancia. Por lo tanto, concluimos que el tamaño y la riqueza del país receptor determinan las exportaciones en lugar de un tipo específico de membresía en un bloque comercial. La confiabilidad de nuestros hallazgos se basa en una muestra de la OCDE.	Export Determinants
Determinants of export organic supply chain performance: empirical study of fruits and vegetables in Vietnam	Nguyen, Hoang; Pham, Van Kiem; Pham, Thanh Tu	2021	Este estudio, basado en una muestra de 308 empresas, tiene como objetivo analizar los determinantes del rendimiento de la cadena de suministro orgánica para la exportación. Los resultados revelan siete factores determinantes que ejercen una influencia positiva en el rendimiento de dicha cadena de suministro. Estos factores incluyen la capacidad para satisfacer necesidades (NSA), la gestión de relaciones, la gestión de la información, la gestión de calidad, los mecanismos de coordinación y cooperación, la gestión de operaciones y la estrategia de marketing de la cadena de suministro orgánica de exportación.	Case Study	Nuestra investigación contribuye a la literatura sobre la cadena de suministro orgánica de exportación, centrándose en la falta de estudios relacionados con los determinantes del desempeño. Específicamente, identificamos los factores clave de éxito de la cadena de suministro en general, y en particular en la agricultura, luego aplicamos estos factores en el caso de la cadena de suministro de exportación orgánica mediante la prueba de sus impactos en nuestro estudio empírico en Vietnam. Desde una perspectiva de gestión, nuestros hallazgos deben ser considerados, especialmente en países en desarrollo, por las empresas, actores o miembros de la cadena de suministro de exportación orgánica, así como por los responsables políticos en su planificación del desarrollo de la producción agrícola orgánica de exportación.	Export Determinants
Determinants of international beer export	Beleková, Eva; Pokrivčák, Ján	2020	El propósito de este artículo era identificar los factores que influyen en la dinámica de la exportación internacional de cerveza. Se empleó el estimador de máxima verosimilitud pseudo-Poisson para estimar los determinantes de exportación de las cervecerías más grandes del mundo a 199 destinos entre 2000 y 2017.	The Poisson pseudo maximum likelihood estimator was employed to estimate the export determinants of the biggest global beer exporters to 199 destinations between 2000 and 2017.	Según los resultados de la estimación, las exportaciones internacionales de cerveza en el período de 2000 a 2017 se vieron positivamente influenciadas por el producto interno bruto de los países importadores. Estimamos que la elasticidad del ingreso de la cerveza es positiva, lo que indica que la cerveza se considera un bien superior. Los países que comparten fronteras, el mismo idioma o un pasado colonial tienden a comercializar más cerveza que los países que no tienen tales relaciones. El comercio entre países contiguos se beneficia de costos de transporte bajos.	Export Determinants
International arbitrage and the extensive margin of trade between rich and poor countries	Foellmi, Reto Heppenstich, Christian Zweimüller, Josef	2018	We incorporate consumption indivisibilities into the Krugman (1980) model and show that an importer's per capita income becomes a primary determinant of "export zeros". Households in the rich North (poor South) are willing to pay high (low) prices for consumer goods; hence, unconstrained monopoly pricing generates arbitrage opportunities for internationally traded products. Export zeros arise because some northern firms abstain from exporting to the South, to avoid international arbitrage. Rich countries benefit from a trade liberalization, while poor countries lose.	We show that a standard calibrated trade model (that ignores arbitrage) generates predictions on relative prices that violate no-arbitrage constraints in many bilateral trade relations	Consumption	
Sectoral differences in determinants of export intensity	Mac An Bhaird, Cláran; Curran, Declan	2016	Este estudio investiga los determinantes de la intensidad de exportación en pequeñas empresas, centrándose en características específicas de las empresas. Lo que hace único a este enfoque es la comparación de la intensidad de exportación entre empresas en los sectores de software de computadora y manufactura, utilizando una estimación de máxima verosimilitud condicional para probar la especificación correcta del modelo de media condicional.	Study of Companies	Los resultados indican que las empresas más grandes y más jóvenes tienen una mayor intensidad de exportación en el sector de software de computadora en comparación con la manufactura.	Determinants of Export Intensity
Internalization of externalities in international trade	Haider, Jamal Ibrahim	2022	Este estudio utiliza datos de aduanas desagregados sobre exportadores de nueve países para demostrar que las externalidades informales son determinantes de la entrada, supervivencia y crecimiento de los exportadores a nivel de producto y mercado de destino. El estudio muestra que los exportadores que optimizan sus decisiones de entrada y internalizan las externalidades informales muestran una mayor duración y un crecimiento más rápido. Además, se explora por qué algunos exportadores ingresan a ciertos mercados internacionales mientras que otros no sobreviven y crecen en esos mercados.	Case Study	Estos resultados muestran que los exportadores hacia el mismo mercado de destino del producto mejoran la probabilidad de supervivencia y crecimiento de los nuevos participantes del mismo origen en ese mercado. En otras palabras, un aumento en el número de compañeros exportadores puede reducir el costo de exportar a un mercado determinado y la incertidumbre, así como disminuir la probabilidad de salida. El hecho de que los efectos de pares no parezcan positivos en exportadores de diferentes orígenes refuerza este resultado. Además, cuando examinamos el impacto de exportadores de los mismos productos hacia el mismo destino que provienen de diferentes orígenes en la supervivencia y crecimiento de los exportadores, encontramos que los efectos de pares desaparecen.	International Externalities
Exports of Spanish manufacturing firms and financial constraints	Máñez, Juan A; Vicente-Chirivella, Oscar	2020	We investigate the role of financial constraints on firms' exporting behavior, including firms' export decision, export intensity, firms starting to export decision, and exports persistence.	Case Study	We find evidence supporting that financial health is relevant to explain small medium-sized enterprises (SMEs) exporting decisions and starting to export decisions but not those of large firms. Financial health does not seem to affect large firms' export intensity and the results of the impact of financial health on SMEs' export intensity are not conclusive. Nevertheless, financial health is a determinant of export persistence of large firms and SMEs.	Financial Constraints
Political and economic determinants of export restrictions in the agricultural and food sector	He, Xi	2022	This article investigates the political and economic determinants of countries' export restriction decisions	Commodities Study	Empirical analysis shows that a one standard deviation increase in a country's average income increases the probability of an export restriction on that commodity by 5.5%, and a one standard deviation increase in a country's number of Regional Trade Agreement (RTA) partners decreases the probability of an export restriction by 6.0%.	Export Determinants (Political and Economic)
Firm location and the determinants of exporting in low- and middle-income countries	Farolet, Thomas Winkler, Deborah	2014	Utilizando una muestra representativa de más de 35.000 empresas manufactureras y de servicios de 76 países de renta baja y media, evaluamos cómo la ubicación de las empresas determina la probabilidad de exportar. Los resultados de un modelo probit muestran que, además de las características específicas de la empresa, el clima de inversión regional y los factores de aglomeración influyen significativamente en la participación en las exportaciones. Los efectos indirectos de las exportaciones y la diversidad industrial se asocian a un aumento de las exportaciones, pero el impacto varía según la ubicación y el sector.	Case Study	El análisis concluye que los determinantes de la exportación a nivel de empresa son más importantes para las empresas situadas en regiones no centrales, mientras que los determinantes regionales y las economías de aglomeración desempeñan un papel más importante en las regiones centrales.	Export Determinants (Location)
Over the Hedges: Do Exporters Practice Selective Hedging?	Fabling, Richard Grimes, Arthur	2015	What determines exporters' exchange rate hedging decisions and do exporters attempt to "time the market"? We use a unique longitudinal dataset on firm exports to find the determinants of exporters' currency hedging choices. Determinants include financial fragility, prior hedging experience, and natural hedge opportunities.	Selective Hedging: Protecting investments during some time periods and not during other.	These results are consistent with most firms exhibiting (sub-optimal) selective hedging behavior	Export Determinants
Average income, income inequality and export unit values	Latzer, Hélène Mayners, Florian	2021	This paper analyses the relationship between a country's income distribution and its exports' unit values.	Relationship between a country's income distribution and its exports' unit values. Using bilateral export flows, we not only confirm the positive association between a country's average income and its export unit values, but further identify a heterogeneous relationship with income inequality.	Using bilateral export flows, we not only confirm the positive association between a country's average income and its export unit values, but further identify a heterogeneous relationship with income inequality; we find a greater income spread to be associated with higher export unit values in the case of poor countries only.	Income and Export Value
EU Country and EFTA Country Export Differences	skarsone, Gudmundur Kristjofn; Kristjánardóttir, Helga	2021	This research seeks to analyze the export differences facing countries in the EU and EFTA.	The framework of international economics and international business seeks to explain the driving forces of international business, how it has general international economic effects along the lines of standard international economics (Krugman et al. 2014). This framework has become increasingly common for researchers to analyze international trade and investment (Markusen 2004). The journey begins by analyzing terms of trade, and of paramount importance to us is the difference in the forces behind foreign direct investment (FDI) and international trade; the facts drive the theory. Ougledo and Macphree (1994)	We conclude that exports from the UK, before BREXIT, are more negatively affected by geographical distance than exports for the EFTA country Iceland, when corrected for gross domestic product and population size.	Export Determinants
Sectoral differences in determinants of export intensity	Mac An Bhaird, Cláran Curran, Declan	2016	This study investigates firm characteristic determinants of export intensity in small firms	Study of Companies	Results indicate that larger, younger firms have greater export intensity in the computer software sector than in manufacturing. Research and development expenditure is equally important for export intensity in both sectors, but patent income is not significant.	Determinants of Export Intensity
Product sophistication: A tie that binds partners in international trade	Cóncelos, David Sáiz-Mora, Carmen Gandoy, Rosario	2014	Este documento se centra en el papel que desempeña la sofisticación de los productos en la estabilidad de los flujos comerciales, especialmente en los vinculados a las cadenas de valor mundiales. Se espera que la probabilidad de permanecer en estas cadenas de valor mundiales en un entorno competitivo cambiante e inestable sea mayor para los proveedores que suministran los bienes más sofisticados, es decir, los que incorporan las capacidades de las economías más avanzadas.	Product sophistication has been measured by the "logarithmic index" proposed by Hausmann et al. (2007) and the "complexity index" developed by Hidalgo and Hausmann (2009).	Nuestras estimaciones muestran que, efectivamente, el riesgo de interrupción de las relaciones comerciales disminuye con la complejidad de los productos y también con la proximidad geográfica y económica. La experiencia exportadora previa y el grado de integración en las redes de escala internacional.	Product Sophistication

Determinants of related and unrelated export diversification	Ali, Muhammad	2017	Este artículo contribuye a la literatura sobre los determinantes de la diversificación de las exportaciones introduciendo en el análisis la variedad relacionada (RV) y la variedad no relacionada (UV), además de la medida tradicional basada en la entropía a nivel de los dígitos de la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI), la variedad global (VG). Por lo tanto, utilizando datos sobre las exportaciones del sector manufacturero de 120 países entre 1966 y 2011, este documento identifica los determinantes de la diversificación de las exportaciones, centrándose principalmente en la inversión extranjera directa como fuente externa de conocimiento y estudio a la iniciativa empresarial, y en el capital humano como medida de las capacidades productivas. Teniendo en cuenta la preocupación por el sesgo de endogeneidad, las estimaciones de los modelos econométricos se realizaron utilizando el método generalizado de los momentos.	Standard International Trade Classification (SITC) level, overall variety (OV), measures variety in cognitively related industries, while UV measures variety in industries that are unrelated to each other. Studies on RV and UV have shown that the dynamics of their relationship with economic growth and innovation may differ and one would expect that the determinants of RV and UV may also be different.	Los resultados muestran que algunos de los determinantes de la diversificación afectan de forma diferente a la RV, la UV y la OV. Por ejemplo, la inversión extranjera directa (IED) afecta negativamente al VR, mientras que no tiene una relación significativa con el VO y el UV. Además, la interacción de capital humano con la IED parece ser positiva y significativa para la UV y la VR, mientras que la interacción del capital humano con la apertura comercial es significativa y positiva sólo para la VR, lo que demuestra la importancia del conocimiento a través de fuentes externas en el proceso de diversificación relacionado.	Export Diversification
Are U.S. exports influenced by stronger IPR protection measures in recipient markets?	Fuku, E. Tani Jones, Lin Z. Hammer, Alexander B.	2013	La inclusión de consideraciones relativas a los derechos de propiedad intelectual (DPI) no ha formado parte integrante de la bibliografía consolidada sobre los factores determinantes de las exportaciones de las empresas. Utilizando un indicador comparativo de las medidas de protección de los DPI en varios países, este artículo analiza los efectos de la protección de los DPI como factor determinante de la actividad exportadora estadounidense.	Case Study and Intellectual Property Rights	Los resultados muestran que el crecimiento de las exportaciones estadounidenses ha estado correlacionado con las mejoras en la protección de los DPI en los mercados extranjeros durante el periodo considerado y que la magnitud de esta correlación ha variado notablemente según el sector y el país. Los sectores de alta tecnología, como los semiconductores y las fibras y cuerdos sintéticos, mostraron la mayor sensibilidad a las mejoras en los mecanismos de protección de los DPI en el periodo considerado, mientras que las mejoras en la protección de los DPI en mercados como México, China y Japón se correlacionaron con efectos positivos desproporcionadamente altos en los resultados de las exportaciones estadounidenses.	Export Determinants
The role of non-price determinants for export demand	Verheyen, Florian	2015	Esta investigación incluye factores ajenos a los precios, como las solicitudes de patentes y las características gubernamentales y empresariales, en las funciones macroeconómicas de demanda de exportaciones, ya que estos determinantes también podrían ser relevantes para la competitividad internacional. Los resultados de los modelos de cointegración de panel y de panel dinámico para una muestra de hasta 27 países entre 1980 y 2011 muestran que factores convencionales como el tipo de cambio efectivo real o la demanda exterior son determinantes importantes de la demanda de exportaciones. Sin embargo, si no se tienen en cuenta factores distintos del precio, como las patentes, que representan la capacidad de innovación de un país, o la estabilidad política, que representa un entorno empresarial sólido, la demanda de exportaciones también se ve afectada de forma significativamente positiva. Así pues, desde un punto de vista político, centrarse en el tipo de cambio para seguir siendo competitivo en el comercio internacional parece una perspectiva demasiado estrecha.	Case Study	Estos resultados tienen importantes implicaciones políticas. Por un lado, las exportaciones vienen determinadas por factores convencionales. Una alonía de la economía mundial o una apreciación del tipo de cambio frenan la demanda de exportaciones. Así pues, son comprensibles las reivindicaciones de una política de tipos de cambio como la realizada recientemente por el presidente francés Hollande. En consecuencia, si uno se interesa por la cuestión de si un país es competitivo en el comercio internacional, un vistazo al tipo de cambio efectivo real podría ser un buen indicador a primera vista. Sin embargo, por otro lado, esto podría no dar una imagen completa de la competitividad internacional. Los factores relacionados con la oferta o con los precios también importan, como ha demostrado nuestro análisis. Así, en lugar de centrarse únicamente en la gestión del tipo de cambio, los gobiernos también deberían invertir en educación y crear un entorno empresarial que fomente la innovación. Además, unas instituciones políticas estables también contribuyen a un buen comportamiento de las exportaciones. Nuestras conclusiones revisten especial importancia si se tiene en cuenta que influir en un tipo de cambio flotante es una tarea notablemente difícil. En términos generales, si se tienen en cuenta tanto los factores determinantes del precio como los que no lo son, es probable que se consiga un mayor éxito en los mercados de exportación. Por supuesto, se trata de una perspectiva más a medio plazo, pero podría aportar mejoras más sostenibles.	Non-price determinants for export demand
Towards an analysis of the determinants of exports in Brazil: the perspective of exporting companies	Mataveli, Mara Ayala, Juan Carlos Gil, Alfonso J.	2022	Pocos estudios han analizado los factores determinantes de las exportaciones en las economías emergentes, que son fundamentales en la realidad exportadora de las empresas. Hay dos variables que influyen decisivamente en los resultados de exportación de las empresas: su tamaño y su experiencia exportadora. Este trabajo analiza la relación entre el tamaño y la experiencia exportadora en la intensidad exportadora de las empresas brasileñas. Además, considera dos variables (localización y sector) que identifican a las empresas en Brasil y que podrían afectar a su intensidad exportadora. Esta investigación responde a la pregunta de qué características de las empresas brasileñas determinan su intensidad exportadora.	Case Study	Los resultados del tercer modelo confirman que sólo la experiencia exportadora es estadísticamente significativa. Por lo tanto, no existe relación entre el tamaño, la ubicación y el sector de las empresas y la intensidad exportadora de las empresas de Brasil.	Export Determinants
Structural analysis of nontraditional Andean fruit chains: The case of the Inca berry agri-food network in Ecuador	Moreno-Miranda, Carlos Paredes, María Fernanda Solís, Nataly Moreno, Rasil Rama, Daniela	2020	La diversificación de las cadenas agroalimentarias tiene un papel fundamental en el desarrollo económico de los países latinoamericanos. En Ecuador, las exportaciones de cultivos no tradicionales alcanzaron los USD4.33 millones en 2016. Este análisis se centró en la cadena de berries inca, que se encuentra en la zona interandina y representa una expansión económica relevante. Por lo tanto, el objetivo fue comprender la dinámica a través de las etapas y flujos, considerando aspectos socioproductivos y económicos, determinantes de las exportaciones e implicancias de política, para lo cual se utilizó una metodología sistémica.	Case Study	Este estudio concluyó que la diversificación de los canales de comercialización, el fortalecimiento de las estructuras asociativas y la aplicación de políticas agrícolas son necesarios para mejorar el rendimiento.	Diversification of Markets
Importing growth: The critical role of imports in a trade-led growth strategy	Hallart, Jean-Jacques	2015	La mayoría de las estrategias de crecimiento impulsado por el comercio se centran en las exportaciones. Este artículo sostiene que no deberían pasar por alto las importaciones por dos razones principales. En primer lugar, las importaciones son un importante factor determinante de los resultados de las exportaciones. Por lo tanto, el éxito de una estrategia de crecimiento impulsado por las exportaciones se verá reducido si sólo se centra en la promoción de las exportaciones e ignora las barreras a las importaciones. En segundo lugar, existen abundantes pruebas de que las importaciones también fomentan la productividad. Por lo tanto, las importaciones contribuyen al crecimiento directamente estimando la productividad e indirectamente aumentando el rendimiento de las exportaciones, lo que las convierte en un componente clave de una estrategia de crecimiento impulsada por el comercio. Este artículo también profundiza en los canales a través de los cuales las importaciones afectan al crecimiento e investiga si el impacto de las importaciones sobre las exportaciones y el crecimiento se limita a las importaciones de bienes.	Trade-led growth strategies	En este documento se analizan estas pruebas y se demuestra que las importaciones son un componente crucial de cualquier política encaminada a utilizar el comercio como herramienta de crecimiento y desarrollo. Una estrategia de crecimiento basada en las exportaciones que ignore las importaciones no sólo se privaría de una poderosa herramienta, sino que reduciría enormemente su eficacia. Por lo tanto, aun reconociendo la importancia de la promoción de las exportaciones que los gobiernos tienden a favorecer, los donantes y las organizaciones internacionales también deberían hacer hincapié en el papel de las importaciones como fuente de crecimiento. El énfasis en la estrategia de crecimiento impulsado por las exportaciones está tan extendido que es probable que el argumento a favor de la liberalización de las importaciones se encuentre con resistencia y escepticismo políticos. Sin embargo, el impacto de las importaciones en el crecimiento es tan grande como para ser ignorado.	Trade Strategies