

Desempeño exportador en MiPymes: Un análisis de variables relativas al tomador de decisión

RESUMEN

Las exportaciones son una vía común de entrada a mercados internacionales de micro, pequeñas y medidas empresas (Mipymes) en comparación con otros modos de entrada. Se ha señalado en la literatura el valor de las habilidades, conocimiento y capacidades de tomadores de decisión como activo en el éxito de la internacionalización de este tipo de negocios. El objetivo del presente estudio es explorar posibles vínculos directos e indirectos de variables relativas al conocimiento, el compromiso exportador y el dominio cognitivo de tomadores de decisión en la innovación y el desempeño exportador de Mipymes. Para ello, se logró aplicar un cuestionario a 191 propietarios, gerentes o encargados de actividades de exportación en Mipymes de Costa Rica. Para testear las hipótesis de investigación se utilizó el software PLS-SEM 3.0. Entre los principales hallazgos destacan el vínculo positivo del compromiso exportador y el contar con una visión de negocio internacional en la performance exportadora. Contrario a lo esperado, los resultados no dan soporte a la hipótesis de efectos mediadores significativos de la visión global y de la innovación entre el compromiso exportador y la performance. Si sustenta el efecto entre el compromiso exportador y la innovación mediado por el grado de conocimiento en negocios internacionales, aunque no un efecto significativo de la innovación en la performance exportadora.

Palabras clave: Desempeño exportador, MiPymes, habilidades en negocios internacionales, visión global, innovación

INTRODUCCIÓN

La internacionalización involucra un conjunto de operaciones que facilitan el establecimiento de vínculos entre la empresa y los mercados internacionales, a lo largo de un proceso de creciente implicación y proyección internacional (Welch & Loustarinen, 1988). Establecer este vínculo surge de una decisión que tiene relevancia estratégica, especialmente en Pymes, no solo en lo relativo al momento que resulte conveniente acometer esta decisión sino también porque ofrece oportunidades para su crecimiento (Autio, Sapienza, & Almeida, 2000). La exportación es la vía más común de entrada en los mercados internacionales, particularmente para Pymes, atribuido principalmente por su menor implicación de recursos, menor riesgo y costos, en comparación con otros modos de internacionalización (Leonudi, Katsikeas, & Coudounaris, 2010).

Desde hace más de 25 años el desempeño exportador ha sido un tema de investigación que ha sobresalido en la literatura académica de negocios (Leonudi, Katsikeas & Coudounaris, 2010). Los factores que podrían estar vinculados con este fenómeno han sido abordados desde la óptica interna de la empresa, como características propias de las organizaciones como de los tomadores de decisión; al igual, desde la perspectiva del entorno de la empresa (Leonudi, Katsikeas, & Coudounaris, 2010; Beleska-Spasova, 2014).

En el ámbito de Pymes, es muy probable el papel determinante que desempeña un individuo o grupo de individuos en la toma de decisiones, actividad y compromiso con la exportación (Stoian, Rialp & Rialp, 2011). Por ello, se le ha reconocido como una fuerza clave detrás de la iniciación,

desarrollo, fomento y éxito de la internacionalización de las Pymes (Hutchinson, Quinn, & Alexander, 2006). En este sentido, las habilidades, conocimientos y capacidades de los tomadores de decisión resultan ser un activo de gran valor para pymes con actividad internacional.

El objetivo del presente estudio es explorar posibles vínculos directos e indirectos de variables relativas al conocimiento, el compromiso exportador y el dominio cognitivo de tomadores de decisión en la innovación y el desempeño exportador de Mipymes. Este documento se divide en cuatro secciones. La primera presenta el fundamento de las hipótesis del estudio. La segunda describe la metodología empleada en el estudio. La tercera sección presenta los resultados del estudio y, finalmente, la cuarta sección presenta las conclusiones.

MARCO TEÓRICO

La literatura ha identificado una diversidad de inductores del desempeño exportador, lo que refleja el carácter multidimensional de este fenómeno empresarial (Ruzzier, Hisrich & Antoncic, 2006). Múltiples estudios han evidenciado características propias de la organización (factores internos) y del contexto empresarial (factores externos) como potenciales determinantes del desempeño exportador (Leonudi, Katsikeas & Coudounaris, 2010; Beleska-Spasova, 2014).

Entre las primeras, se han identificado rasgos particulares de la organización que podrían desempeñar un papel importante en el cometido exportador; entre ellas, destaca el compromiso y apoyo a la actividad exportadora (Beleska-Spasova, 2014). Así, por ejemplo, la estrategia, orientación o compromiso exportador pueden influir en el desempeño exportador (Brouthers, Nakos, Hadjimarcou & Brouthers, 2009; Lado, Martínez-Ros & Valenzuela, 2004). En su estudio, Stoian, Rialp y Rialp (2011) confirmaron, empíricamente y en línea con otros autores, que aquellas Pymes que dedican esfuerzos y asignan recursos, tales como: a) disponer de un departamento para exportaciones, b) investigar mercados internacionales, c) visitar regularmente a los mercados de exportación y d) la planificación de las exportaciones mostraron una relación positiva con mayores resultados exportadores. Por ello, se postula la siguiente hipótesis H1, el compromiso exportador influye directamente en la performance exportadora de Pymes.

La literatura ha estimado que la estrategia y los objetivos organizacionales son el fundamento para gestionar la innovación y el cambio (Tushman & O'Reilly III, 1997), en tanto, establecen el contexto y los requerimientos para la innovación (Stewart & Fenn, 2006). Autores seminales han hecho notar que el correcto ajuste entre la estrategia de la empresa y su entorno afectará el desempeño de la compañía ((Hofer & Schendel, 1978; Miles & Snow, 1978); por lo tanto, se afirma que aquellas empresas que no logren consistencia entre la orientación estratégica y el entorno tendrían un menor desempeño (Tushman & Romanelli, 1985). Adicionalmente, en lo referente a objetivos y estrategia de crecimiento, March-Chorda (2004) postula que los fundadores de empresas innovadoras con mayores niveles de éxito valoran como positivo la estrategia de planificación. Teniendo en cuenta estos planteamientos, se puede decir que la estrategia tiene un rol alineador para las actividades orientadas a generar innovaciones. Ahora bien, la literatura ha reconocido el vínculo entre innovación y el desarrollo exportador (Atuahene-Gima, 1995; Pla-Barber & Alegre, 2007; Filipescu, Prashantham, Rialp & Rialp, 2013). Estudios empíricos recientes han demostrado esta relación en Pymes (Oura, Zilber & Lopes, 2016; Monreal-Pérez, Aragón-Sánchez & Sánchez-Marín, 2012). Todo lo anterior, lleva a proponer como hipótesis, H2.1

que el compromiso exportador ejerce un efecto directo sobre la innovación y H2.2 la innovación afecta directamente el desempeño exportador, con lo cual, se plantea un efecto de mediación.

Según Eriksson, Johanson, Majkgård & Sharma (1997) el conocimiento es un elemento esencial en el proceso de internacionalización, para armonizar los recursos actuales que dispone la empresa y aquellos necesarios para abordar un mercado extranjero. Ellos hacen referencia a un tipo de conocimiento experiencial que denominan "conocimiento de internacionalización" relativo a la capacidad y los recursos de la empresa para participar en operaciones internacionales y conocimiento de los mercados extranjeros en los que operará la empresa. Por su parte, Love, Roper & Zhou (2016) señalan que el conocimiento que obtienen las empresas mediante exportaciones a mercados diferentes y altamente competitivos, les permite generar productos nuevos y mejorados; a su vez, la entrada a nuevos mercados de exportación. Se ha demostrado, empíricamente, que el desempeño innovador de la empresa se ve influenciado por la orientación al aprendizaje (Hurley & Hult, 1998; Calantone, Cavusgil & Zhao, 2002; Alegre & Chiva, 2008). Por todo lo anterior, es posible establecer como tercera hipótesis, H3.2 que el conocimiento internacional incide directamente en la generación de innovaciones.

Según lo afirmado por Stoian et al., (2011), desde la óptica de la RBV, destacan que las habilidades y conocimientos de los tomadores de decisión (managers) puede ser el activo más importante para la actividad Internacional de Pymes. Este podría ser valorado como un sustituto de la potencial escasez de recursos que enfrentan los pequeños negocios, según lo señalado por diversos autores en la literatura (Stoian et al, 2011, pág.119). En este sentido, los errores, capacidades, preferencias y discernimiento de los directivos influyen, de forma significativa, no solo en el curso de acción seguido por una compañía sino también en sus resultados. Por lo tanto, su visión e integración de habilidades son clave para analizar la arena competitiva y la trayectoria de la evolución futura del negocio. En vista de ello, proponen que contar con una gestión directiva con panorama internacional podría incidir en el performance exportador.

El estudio de Miocevic & Crnjak- Karanovic (2011) ha mostrado que disponer de una capacidad cognitiva del tomador de decisión para buscar oportunidades de mercado, sobre una base global, representa una conducta proactiva y de compromiso del manager hacia las oportunidades de negocio internacionales que incide en el desempeño exportador.

Esta capacidad cognitiva puede mediar entre la orientación o compromiso exportador y la performance exportadora debido a que la complejidad cognitiva, como plataforma para una perspectiva estratégica de visión global, permite mejorar directamente las capacidades gerenciales de procesar la inteligencia de mercado e información clave para dar forma a las decisiones estratégicas de gestión; b) procesar información e inteligencia exportadora para hacer frente a la complejidad y dinámica del entorno de los negocios internacionales (Miocevic & Crnjak- Karanovic, 2011, pág. 541) y c) lo anterior, permite que una visión global (como mecanismo cognitivo) permita a los managers buscar y apuntar a mercados que mejor se ajusten a sus objetivos estratégicos. Lo anterior sugiere, como H4.1, que el compromiso exportador ejerce un efecto directo en la performance exportadora, H4.2 y este efecto es mediado por la visión global de negocio. La Figura 1 resume el modelo de investigación a ser contrastado empíricamente.

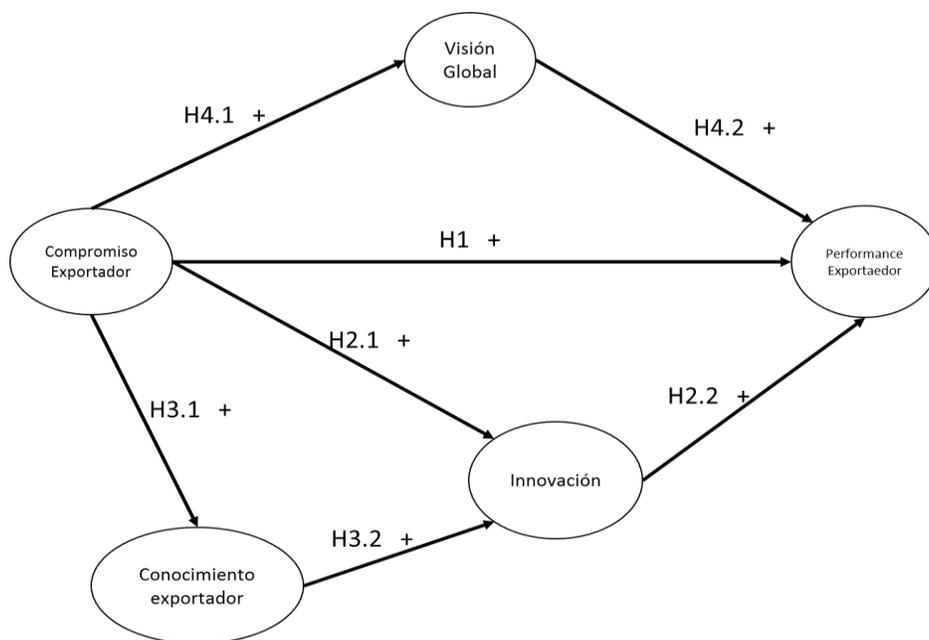


Figura 1
Modelo de análisis propuesto

METODOLOGÍA

Instrumentos

Para medir el constructo *desempeño exportador* se utilizó la escala de Zou, Taylor y Osland adaptada, al contexto de Pymes, por Miocevic y Crnjak-Karanovic (2011). Esta escala se compone de 9 ítemes distribuidos en tres subdimensiones de performance exportador: financiera, estratégica y de satisfacción con la actividad exportadora. Por su parte, el constructo *visión global* se midió mediante la escala de Nummela, Saarenketo y Puumalainen (2004) adaptada al contexto de Pymes por Miocevic y Crnjak-Karanovic (2011), conformada por 7 ítemes. En ambas escalas se recurrió a una valoración del grado de acuerdo, tipo Likert de 5 puntos, desde 1 igual a totalmente en desacuerdo hasta 5 totalmente de acuerdo. Estas dos escalas han mostrado evidencias de buena confiabilidad y estimaciones de validez, en el contexto de las Pymes, y se han utilizado en diferentes contextos nacionales (Miocevic & Crnjak-Karanovic, 2011).

La medición del conocimiento exportador de los gerentes y del compromiso exportador provienen de las utilizadas por el estudio de Stoian, Rialp & Rialp (2011). La primera solicita al entrevistado valorar, en una escala Likert de 5 puntos, su grado de conocimiento en seis habilidades para negocios internacionales, desde 1 igual a “conocimiento limitado” hasta 5 igual a “conocimiento amplio”. La segunda la conformó tres ítemes adaptados de Katsikeas, Piercy y Ioannidis; así como de Lado, Martinez-Ros y Valenzuela, por Stoian et al. (2011, pág. 124). Se ajustó la escala tipo Likert de 5 puntos al solicitar al entrevistado su percepción del grado de esfuerzo o compromiso dedicado por la empresa, desde 1 igual a “bajo esfuerzo/compromiso” hasta 5 “alto esfuerzo/compromiso” en las siguientes afirmaciones: a) planificación estratégica de las actividades de exportación; b) actividades de investigación en mercados extranjeros y c) visitas frecuentes a mercados de exportación.

La escala de innovación se centró en facetas correspondientes a tres resultados innovadores, definidas en el Manual del Oslo (Eurostat & OCDE, 2006), a saber, a) introducción de nuevos productos de exportación o la mejora significativa de productos que exporta, b) introducción de nuevos procesos de producción en la empresa y c) introducción de mejoras en los procesos administrativos de la empresa. Se utilizó una escala Likert de 5 puntos, para valorar el grado de importancia dedicado por la empresa a estas tres actividades donde 1 igual a “nada importante” hasta 5 igual a “sumamente importante”.

Muestra

El cuestionario se aplicó a una muestra de 200 propietarios, gerentes o encargados de las actividades de exportación de micro, pequeñas y medianas empresas en Costa Rica. Se logró obtener 191 cuestionarios válidos al excluir algunos casos de empresas con más de 100 empleados y la eliminación de 3 casos, considerados outliers, que mostraron puntuaciones z superiores a 3 en la variable de respuesta, performance exportador. El estudio de campo se realizó entre los meses de agosto y diciembre del 2016. El instrumento se aplicó bajo la modalidad de entrevista “cara a cara”.

En lo relativo a las características de la muestra la antigüedad media, desde su creación es de 22,7 años ($DE=14,9$), con un mínimo de 1 año de creada hasta máximo de 73 años. Según tamaño, un 12,6% fueron microempresas (menos de 5 empleados), un 46,1% pequeñas (6 a 30 empleados) y 41,4% medianas (31 a 100 empleados). En mayor proporción correspondió a Mipymes manufactureras (45%), seguidas por agricultura y pesca (27,2%), actividades comerciales (17,9%) y servicios (7,9%). La media de años en que iniciaron exportaciones se ubicó en 16 ($DE= 11,7$ años) entre un rango de mínimo 1 año hasta un máximo de 56 años.

Procedimiento

Una vez revisada la literatura, definido el modelo de análisis, operacionalizadas las variables mediante las escalas de medición se procedió traducir, al idioma español, las cuatro escalas señaladas en el anterior apartado. Se utilizó la técnica del “back-translation” sugerida por Brislin (1986) y en especial, el método seguido por Beaton y Guillemin (2000). Lo anterior, permitió conformar el cuestionario, sumada la escala de innovación. Seguidamente, se procedió a realizar una prueba piloto, como pretest del instrumento según lo recomendado en la literatura (Colton & Covert, 2007). Se entrevistó a 10 dueños, gerentes o encargados de exportación de pymes, para identificar problemas de comprensión de ítems. En esta segunda fase no hubo modificaciones a los ítems y se procedió con el estudio de campo.

El tercer paso consistió en un análisis confirmatorio de los modelos de medida (MDM) y del modelo estructural (ME). Para analizar e interpretar los resultados se recurrió al software PLS-SEM 3.0 (Ringle, Wende & Becker, 2015) y el protocolo recomendado por Hair Jr., Hult, Ringle y Sarstedt (2017), con los niveles aceptables de parámetros sugeridos, en dos fases. En la primera fase, correspondió a evaluar los MDM de los constructos reflexivos siguiendo el siguiente procedimiento: a) verificar el umbral de *outerloadings*, b) valorar la consistencia interna de los MDM, mediante Alfa de Cronbach y confiabilidad compuesta, c) valorar el promedio de varianza

extractada (AVE), para verificar validez convergente, d) análisis de correlaciones entre cargas cruzadas de factores latentes, el criterio Fornell-Larcker, la razón *HTMT* de correlaciones entre factores latentes y los intervalos de confianza de la razón *HTMT*, mediante procedimiento *bootstrapping*; todo ello, para obtener evidencias de validez discriminante.

Comprobada la confiabilidad y la validez de los MDM, se procedió, en una segunda fase, a evaluar la capacidad predictiva del ME propuesto. Para ello, se verificó: a) la ausencia de niveles críticos de colinealidad entre cada grupo de variables predictoras según criterios de Tolerancia y VIF; b) la significancia estadística de los coeficientes path del modelo; c) los niveles de coeficientes de determinación (R^2); d) la valoración del tamaño del efecto (f^2) para medir el impacto del cambio en R^2 de constructo exógenos; e) el análisis de la relevancia predictiva (Q^2) f) y, del tamaño del efecto (q^2). Finalmente, se realizó un test de significancia de los efectos de mediación propuestos en el modelo.

DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

Evaluación de los MDM

A excepción de 3 ítems del constructo reflectivo visión global, los demás *outerloadings* de los MDM mostraron valores superiores a 0,7 (Véase Figura 2). Estos tres ítems fueron removidos, específicamente: Ítem 5, “El fundador/propietario/gerente de la compañía está dispuesto a llevar la compañía a los mercados internacionales”, ítem 6, “La gerencia de la empresa utiliza gran cantidad tiempo en la planificación de operaciones internacionales” e ítem 7 “La gerencia de la empresa ve el mundo entero como un gran mercado”. Las columnas 2 y 3 de la Tabla 2 muestra que los índices del Alfa de Cronbach y Confiabilidad Compuesta se ubican por encima del umbral mínimo de 0,7 (Hair Jr., et al., 2017, pág.111); por consiguiente, las medidas de los constructos reflectivos muestran niveles satisfactorios de consistencia interna. En la siguiente columna de la Tabla 2, se observa que el índice AVE excede el mínimo estándar de 0,5 (Hair Jr., et al., 2017, pág.115), por lo tanto, se obtiene evidencia de validez convergente y, por ende, que los constructos explican más de la mitad de la varianza de sus ítems.

Tabla 2

Índices varios para evidencia de confiabilidad, validez convergente y discriminante

| Dimensión | Confiabilidad | | Convergente | | Criterio Fornell-Larcker para validez discriminante | | | | |
|-----------|------------------|-----------------|------------------|--------|---|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Cronbach's Alpha | CR ¹ | AVE ² | COMPR | INNOVA | PERF | SKILLS | VISION | |
| COMPR | 0,863 | 0,916 | 0,785 | COMPR | 0,886 | | | | |
| INNOVA | 0,860 | 0,915 | 0,782 | INNOVA | 0,436 | 0,884 | | | |
| PERF | 0,963 | 0,968 | 0,771 | PERF | 0,334 | 0,257 | 0,878 | | |
| SKILLS | 0,939 | 0,951 | 0,765 | SKILLS | 0,258 | 0,295 | 0,183 | 0,875 | |
| VISION | 0,878 | 0,917 | 0,734 | VISION | 0,163 | 0,055 | 0,292 | 0,088 | 0,857 |

¹ Composite Reliability

² Average Variance Extracted

Fuente: Elaboración propia

Se corrobora que las correlaciones de cada constructo con sus otros constructos fuesen menores que las correlaciones a lo interno de sus propios constructos; como primera evidencia que cada constructo es diferente de los otros. En las columnas de la derecha de la Tabla 2 se muestra el resultado del criterio Fornell-Larcker. Se observa que la raíz cuadrada de AVE (diagonal) de cada constructo es superior que su correlación con cualquiera de los otros constructos. Esto indica que

cada constructo comparte más varianza con sus indicadores asociados que con los de cualesquiera otros constructos. Por otra parte, se confirmó que los valores *HTMT*, entre pares de constructos, fuesen menores a 0,85 (nivel conservador) (Hair Jr. et al., 2017, pág.119). Lo anterior, ratifica diferencias conceptuales entre constructos. Igualmente, se comprobó, por medio de *bootstrapping*, que los *IC* de *HTMT*, para cada par de constructos, no contuviese el valor de 1, lo cual, sugiere que cada par de constructos son, empíricamente, distintos. Por ello, es posible afirmar que las mediciones empleadas lograron capturar constructos únicos y cuyo fenómeno no está representado por los otros constructos, esto es, en los que teóricamente no corresponderían. Con todas las anteriores evidencias, se confirma que los MDM utilizados son medidas válidas y confiables.

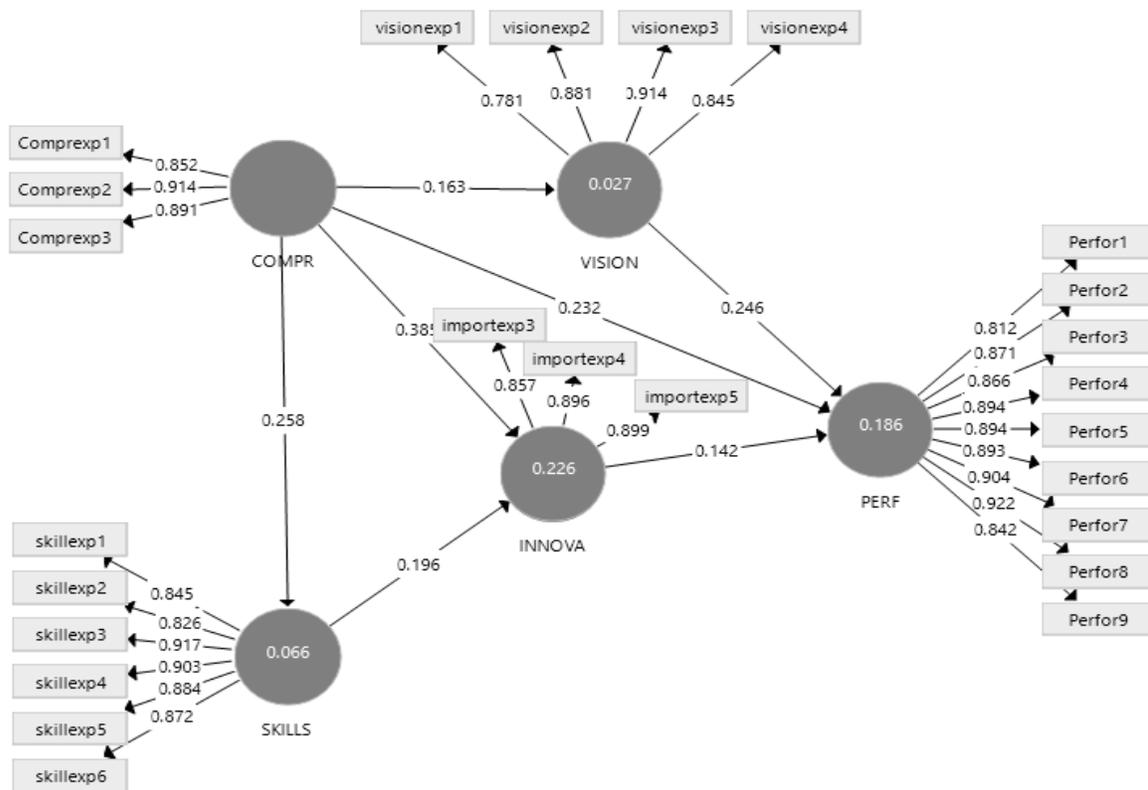


Figura 2
Outerloadings, coeficientes path y valores de R² del modelo estructural de inductores de la performance exportadora

Prueba de hipótesis de investigación: Efectos directos

El más alto índice VIF, entre constructos, se ubicó en 1,265 muy por debajo del umbral de 5, con lo cual, no se presentan problemas de colinealidad entre predictores. Se verificó que los *outerloadings* de cada uno de los constructos mostraron ser significativos, según el procedimiento *bootstrapping* con 5000 muestras, a un *IC* del 95%. Siguiendo con el análisis, se puede observar en la Figura 2, que los valores de *R²* para los constructos endógenos PERF e INNOVA se ubican en un nivel superior al 10%, según lo sugerido por Falk y Miller (1992), no así, los constructos

VISION Y SKILLS. Acorde con lo señalado por Hair Jr. et al., (2017), no existe una regla de oro para definir qué tan aceptable es determinado valor de R^2 , ya que dependerá de la complejidad del modelo y de la disciplina de estudio. Sin embargo, refieren valores de 0,75, 0,5 y 0,25 como sustanciales, moderados y débiles para disciplinas de marketing Hair Jr. et al., (2017, pág.199). Por tanto, se puede decir que el nivel predictivo de este modelo tiende a ser débil, se ubican entre los obtenidos por otros autores en el ámbito de performance exportador (Stoian et al., 2011; Oura, Zilber & Lopes, 2016).

La Tabla 3 presenta el nivel de significancia de los coeficientes path del modelo, para un α 0,05, mediante *bootstrapping* indicado anterior y *blindfolding*. El tamaño del efecto en la mayoría de coeficientes path es pequeño, a excepción del coeficiente que mide el efecto del compromiso exportador hacia la innovación. Si bien es cierto, los valores del tamaño del efecto f^2 de 0,02, 0,15 y 0,3 han sido sugeridos como pequeño, moderado y grande, no necesariamente un efecto pequeño implica un efecto si importancia, según Limayem, Hirt y Chin (2001). Los valores de Q^2 fueron superiores a cero, lo que sugiere que el modelo posee relevancia predictiva (VISION 0,016; SKILLS, 0,045; INNOVA, 0,165 y PERF, 0,131).

En la tabla 3 se puede observar que el constructo compromiso exportador está asociado positivamente con la performance exportadora, relación que resultó ser significativa y, por ende, permite apoyar la H1. Asimismo, se comprueba la relación directa y significativa entre este factor latente y la innovación, corroborando la H2.1; no así, el efecto directo entre este último constructo y la performance exportadora, H2.2. Por su parte, se confirma que el grado de compromiso exportador se asocia, en forma positiva con el grado de conocimiento de habilidades para negocios internacionales y, que ésta, a su vez, se vincula directamente con la innovación; constatando las relaciones hipotetizadas en H3.1 y H3.2. Finalmente, se demuestra que el compromiso exportador incide en la visión global; sin embargo, el efecto de esta última en el desempeño exportador resulto no ser significativo. Este último resultado permite dar soporte a la H4.1, pero no la H4.2.

Tabla 3
Test de significancia de los coeficientes path del ME

| Path estructurales | Coefficiente Path (t-value) | Tamaño del efecto (f^2) | 95% IC | Soporta hipótesis |
|--------------------|--------------------------------|-----------------------------|-----------------|-------------------|
| COMPR -> INNOVA | 0,385***** (5.366) | 0,179 | (0,236, 0,514) | Si |
| COMPR -> PERF | 0,232**** (2.787) | 0,052 | (0,070, 0,395) | Si |
| COMPR -> SKILLS | 0,258***** (3.703) | 0,071 | (0,115, 0,387) | Si |
| COMPR -> VISION | 0,163** (2.031) | 0,027 | (-0,000, 0,312) | No |
| INNOVA -> PERF | 0,142n.s. (1,852) | 0,020 | (-0,015, 0,289) | No |
| SKILLS -> INNOVA | 0,196**** (2.931) | 0,046 | (0,058, 0,320) | Si |
| VISION -> PERF | 0,246***** (3.444) | 0,073 | (0,088, 0,374) | Si |

Nota: n.s.=no significativo; **|t|≥1,96 a p=0,05, ***|t|≥2.58 a p=0,01, ****|t|≥3.29 a p=0,001, IC= Intervalo de confianza. Los valores de f^2 y q^2 0,02, 0,15 y 0,35 equivalen a efecto débil, moderado y fuerte, respectivamente

Efectos de mediación

El ME contiene múltiples mediaciones, por lo tanto, se calcular los valores t, p-value e IC con el procedimiento *bootstrapping* a través de la hoja Excel sugerida por Hair Jr., Hult, Ringle y Sarstedt (2017) disponible en <http://www.pls-sem.com>. Lo anterior, por motivo que la versión del software PLS-SEM utilizada no genera resultados para múltiples mediaciones. Los resultados de los cálculos manuales se resumen en la Tabla 4. Los resultados no dan soporte a los efectos de mediación hipotetizados de visión global y de innovación entre las variables compromiso exportador y performance exportador. Si se apoya la mediación complementaria de habilidades en negocios internacionales entre el compromiso exportador y la innovación en pymes exportadoras.

Tabla 4
Test de mediaciones basado en bootstrapping

| Efecto de | Efecto directo (t-value; IC95%) | Efecto indirecto (t-value, IC95%) | Efecto total | Interpretación | Soporte |
|-------------------------|--|--|--------------|----------------------|---------------|
| COMPR -> VISION->PERF | 0,232*** (2.787) (0,070,0,395) | 0,040 <i>n.s.</i> (1,107) (0,056, 0,058) | 0,272 | Solo efecto directo; | No mediación |
| COMPR -> INNOVA->PERF | 0,232*** (2.787) (0,070,0,395) | 0,055 <i>n.s.</i> (1,649) (0,002, 0,055) | 0,287 | Solo efecto directo; | No mediación |
| COMPR -> SKILLS->INNOVA | 0,385**** (5.366) (0,236, 0,514) | 0,051** (2.261) (0,016, 0,103) | 0,436 | Mediación parcial, | complemenaria |

Nota: *n.s.*=no significativo; **|t|≥1,96 a p=0,05, ***|t|≥2.58 a p=0,01, ****|t|≥3.29 a p=0,001, IC= Intervalo de confianza. Los valores de f2 y q2 0,02, 0,15 y 0,35 equivalen a efecto débil, moderado y fuerte, respectivamente.

COMENTARIOS FINALES

Los resultados evidencian que el vínculo de dos variables del *management* en Mipymes, en forma directa y positiva, con la percepción del desempeño exportador. Estas son, el compromiso exportador y el reconocimiento de contar con una visión internacional centrada en el crecimiento del negocio mediante las exportaciones. Ambas han mostrado respaldo en la literatura (Miocevic & Crnjak-Karanovic, 2011; Stoian, Rialp & Rialp, 2011). En lo relativo a la primera variable los resultados muestran que contar con una planificación estratégica de las exportaciones, mantener actividades de monitoreo de oportunidades de mercados externos y mantener contacto frecuente con mercados de exportación inciden positivamente en el desempeño exportador en Mipymes.

El estudio no permite dar soporte al vínculo entre innovación y performance exportador. Este indicio, contrario a lo observado en otros estudios (Oura, Zilber, & Lopes, 2016), implica estudiar con detalle, en Mipymes, qué posibles factores provocan que, a pesar de ser innovador, no necesariamente se genera un impacto favorable en la performance exportadora. En este sentido, podría resultar útil comprender factores asociados al grado de marginalidad o complejidad en el desarrollo de las innovaciones de estas empresas exportadoras podría aportar argumentos para explicar diferencias en el impacto de su performance exportador. Lo anterior, por el hecho de que en economías emergentes o en desarrollo las Mipymes exportadoras están más expuestas a recursos limitados pudiendo afectar su capacidad para invertir o conducir sus procesos innovadores (Adu-Gyamfi y Kroneliseen; Le Bass y Sierra; citados por (Oura et al., 2016). Asimismo, se podría

considerar el análisis de posibles efectos moderadores que podría modificar el efecto entre estas variables, por ejemplo, el tipo de innovación que desarrolla la Mipyme (producto vs proceso).

Por otra parte, el estudio ha permitido evidenciar el efecto mediador de conocimientos en habilidades de negocios internacionales entre el compromiso exportador y la innovación. Se sugiere estudiar posibles mecanismos de adquisición, asimilación, transferencia y explotación de conocimientos en mercados internacionales que inciden en la dinámica o capacidad innovadora de Mipymes y su vínculo con la performance exportadora.

Ambas temáticas de investigación futura sugeridas podrían abordarse con metodologías tanto cualitativas como cuantitativas (mixtas), dado que se ha afirmado que el área de negocios internacionales ha mostrado una revaluación y cuestionamiento de las metodologías para su abordaje, despertando un interés por el uso de métodos cualitativos, así como, alternativas epistemológicas (Nummela & Welch, 2006).

Finalmente, en el ámbito metodológico el estudio ha adaptado una escala de performance exportadora, al idioma español, que al igual que la escala original ha mostrado niveles de confiabilidad y validez satisfactorios. Dicha escala podría ser utilizada como base adaptación de escala en contextos latinoamericanos para testear este u otros modelos de investigación.

REFERENCIAS

- Alegre, J., & Chiva, R. (2008). Assessing the impact of organizational learning capability on product innovation performance: An empirical test. *Technovation*, 28(6), 315-326.
- Atuahene-Gima, K. (1995). The influence of new product factors on export propensity and performance: An empirical analysis. *Journal of International Marketing*, 3(2), 11-28.
- Autio, E., Sapienza, H., & Almeida, J. (2000). Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth. *The Academy of Management Journal*, 43(5), 909-924.
- Beaton, D., & Guillemin, F. (2000). Guidelines for the process of cross-cultural adaptation of self-report measures. *SPINE*, 25(24), 3186-3191.
- Beleska-Spasova, E. (2014). Determinants and measures of export performance: Comprehensive literature review. *Journal of Contemporary Economic and Business Issues*, 1(1), 63-74.
- Brislin, R. (1986). The Wording and translation of research instruments. En W. Lonner, & J. Berry. , *Field methods in cross-cultural research* (págs. 137-164). Sage Publications, Inc.
- Brouthers, L., Nakos, G., Hadjimarcou, J., & Brouthers, K. (2009). Key factors for successful export performance for small firms. *Journal of International Marketing*, 17(3), 21-38.
- Calantone, R., Cavusgil, S., & Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability and firm performance. *Industrial Marketing Management*, 31(6).

- Colton, D., & Covert, R. (2007). *Designing and constructing instruments for social research and evaluation*. California: John Wiley & Sons, Inc.
- Eriksson, K., Johanson, J., Majkgård, A., & Sharma, D. (1997). Experiential knowledge and costs in the internationalization process. *Journal of International Business Studies*, 28(2), 337-360.
- Eurostat, & OCDE. (2006). *Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre Innovación. La medida de las actividades científicas y tecnológica* (Tercera ed.). Madrid: Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos.
- Falk, R., & Miller, N. (1992). *A primer for soft modeling*. Akron, OH: Akron Press.
- Filipescu, D., Prashantham, S., Rialp, A., & Rialp, J. (2013). Technological innovation and exports: Unpacking their reciprocal causality. *Journal of International Marketing*, 21(1), 23-38.
- Hair Jr., J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. (Second ed.). California: Sage Publications, Inc.
- Hofer, C., & Schendel, D. (1978). *Strategy formulation: Analytical concepts*. West Publishing, CO.
- Hurley, R., & Hult, G. (1998). Innovation, market orientation, and organizational learning: An integration and empirical examination. *Journal of Marketing*, 62(3), 42-54.
- Hutchinson, K., Quinn, B., & Alexander, N. (2006). The role of management characteristics in the internationalisation of SMEs: Evidence from the UK retail sector. *Journal of small business and enterprise development*, 13(4), 513-534.
- Lado, N., Martínez-Ros, E., & Valenzuela, A. (2004). Identifying successful marketing strategies by export regional destination. *International marketing review*, 21(6), 573-597.
- Leonudi, L., Katsikeas, C., & Coudounaris, D. (2010). Five Decades of Business Research into Exporting. *Journal of International Management*, 16, 78-91.
- Limayem, M., Hirt, S., & Chin, W. (2001). Intention does not always matter: the contingent role of habit on IT usage behavior. *ECIS 2001 Proceedings*, 56, 274-286. Obtenido de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.83.2394&rep=rep1&type=pdf>
- Love, J., Roper, S., & Zhou, Y. (2016). Experience age and exporting performance in UK SMEs. *International Business Review*, 25, 806-819.
- March-Chorda, I. (2004). Success factors and barriers facing the innovative start-ups and their influence upon performance over time. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 4(2), 228-247.
- Miles, R., & Snow, C. (1978). *Organizational strategy, structure and processes*. N.Y.: McGraw-Hill.

- Miocevic, D., & Crnjak-Karanovic, B. (2011). Cognitive and Information-Based Capabilities in the Internationalization of Small and Medium-Sized Enterprises: The Case of Croatian Exporters. *Journal of Small Business Management*, 49(4), 537-557.
- Monreal-Pérez, J., Aragón-Sánchez, A., & Sánchez-Marín, G. (2012). A longitudinal study of the relationship between export activity and innovation in the Spanish firm: The moderating role of productivity. *International Business Review*, 21(5), 862-877.
- Nummela, N., & Welch, C. (2006). Qualitative research methods in international entrepreneurship: Introduction to the special issue. *Journal of International Entrepreneurship*(4), 133-136.
- Oura, M., Zilber, S., & Lopes, E. (2016). Innovation capacity, international experience and export performance of SMEs in Brazil. *International Business Review*, 25(4), 921-932.
- Pla-Barber, J., & Alegre, J. (2007). Analysing the link between export intensity, innovation and firm size in a science-based industry. *Analysing International Business Review*, 16(3), 275-293.
- Ringle, C., Wende, S., & Becker, J. (2015). <http://www.smartpls.com>.
- Roberts, M., & Tybout, J. (1997). The decision to export in Colombia: an empirical model of entry with sunk costs. *The American Economic Review*, 545-564.
- Ruzzier, M., Hisrich, R., & Antoncic, B. (2006). SME internationalization research: past, present, and future. *Journal of small business and enterprise development*, 13(4), 476-497.
- Stewart, I., & Fenn, P. (2006). Strategy: the motivation for innovation. *Construction Innovation*, 6(3), 173-185.
- Stoian, M., Rialp, A., & Rialp, J. (2011). Export performance under the microscope: A glance through Spanish lenses. *International Business Review*, 20(2), 117-135.
- Tushman, M., & O'Reilly III, C. (1997). *Winning through innovation: A practical guide to leading organizational change and renewal*. Boston: Harvard Business School Press.
- Tushman, M., & Romanelli, E. (1985). Organizational evolution: A metamorphosis model of convergence and reorientation. En B. Cummings, *Organizational change: An evolution* (págs. 171-232). Greenwich: JAI Press.
- Volpe, M., & Carballo, J. (2009). *Survival of new exporters in developing countries: Does it matter how they diversify?* IDB Working Papers Series.
- Welch, L., & Loustarinen, R. (1988). Internationalization: Evolution of a concept. *The internationalization of the Firm*, 14(2), 34-55.
- Zou, S., Taylor, C., & Osland, G. (1997). The EXPERF Scale: A Cross-National Generalized Export Performance Measure. *Journal of International Marketing*, 6(3), 37-58.

