

# COMERCIO INTERNACIONAL

## La innovación exportadora en las pequeñas y medianas empresas

Programas de apoyo y financiamiento  
en América Latina

Nanno Mulder  
Andrea Pellandra



NACIONES UNIDAS

CEPAL

# COMERCIO INTERNACIONAL

## La innovación exportadora en las pequeñas y medianas empresas

Programas de apoyo y financiamiento  
en América Latina

Nanno Mulder  
Andrea Pellandra



NACIONES UNIDAS



Este documento fue preparado por Nanno Mulder, Jefe de la Unidad de Comercio Internacional de la División de Comercio Internacional e Integración de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), y Andrea Pellandra, Oficial de Asuntos Económicos de dicha la Unidad. Los autores agradecen a Lorena Ferreira y Natalia Meyer, por su apoyo en la construcción de la base de datos y el análisis transversal de los instrumentos y programas. También agradecen a Mariano Alvarez, Oficial de Asuntos Económicos de la misma División, por sus sugerencias.

Las opiniones expresadas en este documento, que no ha sido sometido a revisión editorial, son de exclusiva responsabilidad de los autores y pueden no coincidir con las de la Organización.

---

Publicación de las Naciones Unidas

ISSN: 1680-872X (versión electrónica)

ISSN: 1680-869X (versión impresa)

LC/TS.2017/162

Distribución: Limitada

Copyright © Naciones Unidas, diciembre 2017. Todos los derechos reservados

Impreso en Naciones Unidas, Santiago

S.17-01297

---

La autorización para reproducir total o parcialmente esta obra debe solicitarse a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), División de Publicaciones y Servicios Web, publicaciones@cepal.org. Los Estados Miembros de las Naciones Unidas y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir esta obra sin autorización previa. Solo se les solicita que mencionen la fuente e informen a la CEPAL de tal reproducción.

## Índice

---

<b>Resumen</b> .....	5	
<b>Introducción</b> .....	7	
<b>I. El concepto de innovación para exportar</b> .....	11	
<b>II. Los instrumentos de apoyo a la innovación exportadora</b> .....	15	
A. Descripción de la base de datos .....	15	
B. Síntesis de los instrumentos .....	17	
1. Los apoyos en las tres áreas de innovación exportadora.....	17	
2. Las instituciones que fomentan la innovación exportadora .....	19	
3. Los instrumentos reembolsables y no reembolsables.....	21	
4. Características de los instrumentos .....	22	
5. Monitoreo y evaluación de los instrumentos.....	23	
6. La transparencia de los instrumentos .....	24	
<b>III. Conclusiones y recomendaciones</b> .....	25	
<b>Bibliografía</b> .....	27	
<b>Anexo</b> Instrumentos de apoyo a la innovación exportadora .....	29	
<b>Serie Comercio Internacional: números publicados</b> .....	36	
<b>Cuadros</b>		
Cuadro 1	Tipologías de empresas con respecto a la fase de su exportación .....	10
Cuadro 2	América Latina (países seleccionados): ejemplos de instrumentos seleccionados por institución para la innovación exportadora de pymes, 2017 .....	16
Cuadro 3	Australia y Canadá: ejemplos de instrumentos para la innovación exportadora de pymes, 2017.....	17
Cuadro 4	América Latina (países seleccionados): número de ejemplos de programas de apoyo por tipo de la innovación exportadora de pymes, 2017.....	17

Cuadro 5	Países seleccionados: organismos de promoción comercial, 2015 .....	20
Cuadro A.1.	Base de datos de los instrumentos de apoyo a la innovación exportadora .....	30

### **Gráfico**

Gráfico 1	América Latina (9 países seleccionados): distribución entre mecanismos e instrumentos reembolsables y no reembolsables para la innovación exportadora, 2017 .....	21
-----------	---	----

### **Diagramas**

Diagrama 1	La relación bicausal entre innovación y exportación .....	8
Diagrama 2	La intersección entre el financiamiento para las pymes, la innovación y la exportación .....	9

## Resumen

---

El presente estudio revisa varios programas e instrumentos financieros para apoyar la innovación exportadora de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en 9 países de América Latina, Australia y Canadá. La innovación exportadora se refiere a todas las actividades en una empresa orientadas al cumplimiento con las certificaciones o los estándares internacionales, la adecuación de productos a la demanda internacional y la optimización de los canales de comercialización. Estos programas e instrumentos apuntan a resolver varias fallas de mercados que disminuyen la intensidad de la innovación exportadora de las pymes y, en consecuencia, su grado de internacionalización.

La revisión de 40 ejemplos de programas e instrumentos reveló diversos retos. En varios países existe fragmentación, dispersión y escasa coordinación entre los organismos e instituciones vinculadas a estos programas. Pocos programas son desarrollados con una planificación a largo plazo. Por ello, es frecuente que exista una superposición de programas creados en distintos momentos, con lógicas y objetivos similares. Asimismo, postular a ellos se ve complicado por la escasa información y la dificultad de cumplir con los requisitos de acceso. En particular, el número limitado de instrumentos y los bajos presupuestos asociados, explican en parte por qué sólo logran suplir una pequeña porción de las necesidades de las (potenciales) pymes exportadoras en la región.

A partir de buenas prácticas dentro y fuera de la región, surgen algunas recomendaciones para aumentar el apoyo a la innovación exportadora. Se podría mejorar el funcionamiento y el uso de los programas e instrumentos existentes mediante una mayor información sobre los contenidos, el uso y los requisitos de postulación. La promoción de las exportaciones debería vincularse más con el apoyo al proceso innovador, mediante una mayor coordinación entre los organismos de promoción comercial, los bancos de desarrollo y las demás instituciones de apoyo a la innovación. Finalmente, se requiere también expandir los fondos de los programas e instrumentos, a fin de intensificar el apoyo a la innovación de pymes, sobre todo aquellas exportadoras de bienes y servicios no tradicionales y de mayor valor agregado.



## Introducción

---

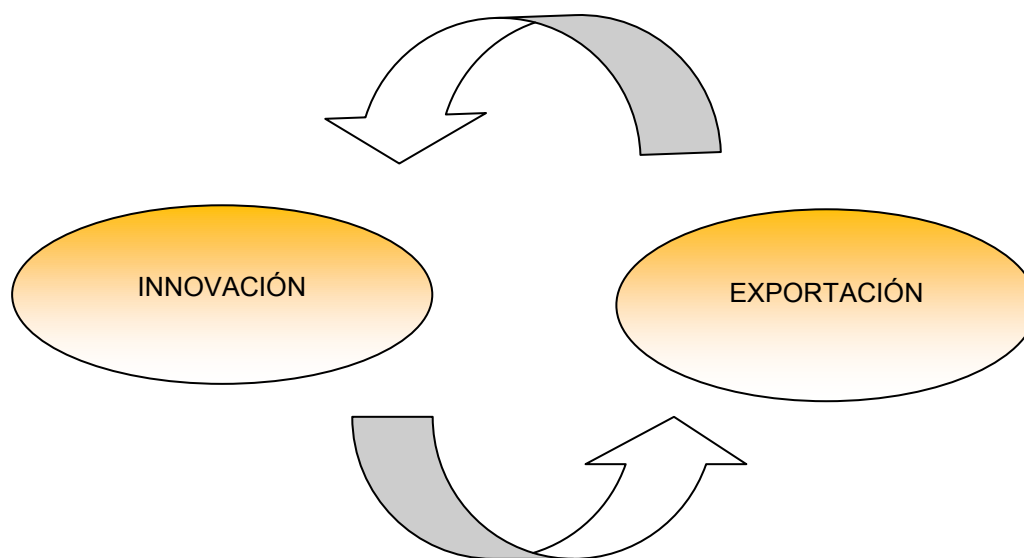
En América Latina, las pequeñas y medianas empresas (pymes) constituyen la gran mayoría de las empresas y del empleo. Sin embargo, en términos de productividad, exportación y sobrevivencia las pymes tienen un desempeño muy inferior a las grandes empresas. Ello se debe, en parte, a las múltiples fallas de mercado que enfrentan las pymes, así como al difícil acceso al financiamiento, la escasa capacidad de gestión, el bajo nivel de educación de su fuerza laboral, la poca información sobre oportunidades de mercado, la falta de incorporación de tecnología e innovación, y la pequeña escala de producción.

Existe un consenso en la literatura sobre el hecho que las empresas exportadoras son más productivas e innovadoras que las empresas que sólo venden en el mercado doméstico (Melitz y Trefler, 2012). El aprendizaje derivado de la actividad internacional impulsa a las empresas a realizar innovaciones. Por otro lado, varios estudios recientes en comercio internacional se concentran en las firmas como objeto de análisis y concluyen que las empresas deben innovar y mejorar su productividad antes de exportar (Bernard y Jensen, 1999; Melitz, 2003). En este sentido, la innovación y la exportación tienen una relación bicausal que puede reforzarse mutuamente (véase diagrama 1).

Un estudio sobre 400 pymes de Argentina, Chile, Colombia y Costa Rica reveló una secuencia del tipo innovación-exportación-innovación (Aggio y Milesio, 2008). Las empresas inician sus exportaciones cuando alcanzan un nivel tecnológico suficiente y logran una cierta actividad innovadora que les permite penetrar mercados externos. A continuación, muchas empresas logran consolidar su éxito porque aprovechan la experiencia obtenida en mercados externos más exigentes que el mercado doméstico para mejorar su capacidad innovadora.



**Diagrama 1**  
**La relación bicausal entre innovación y exportación**



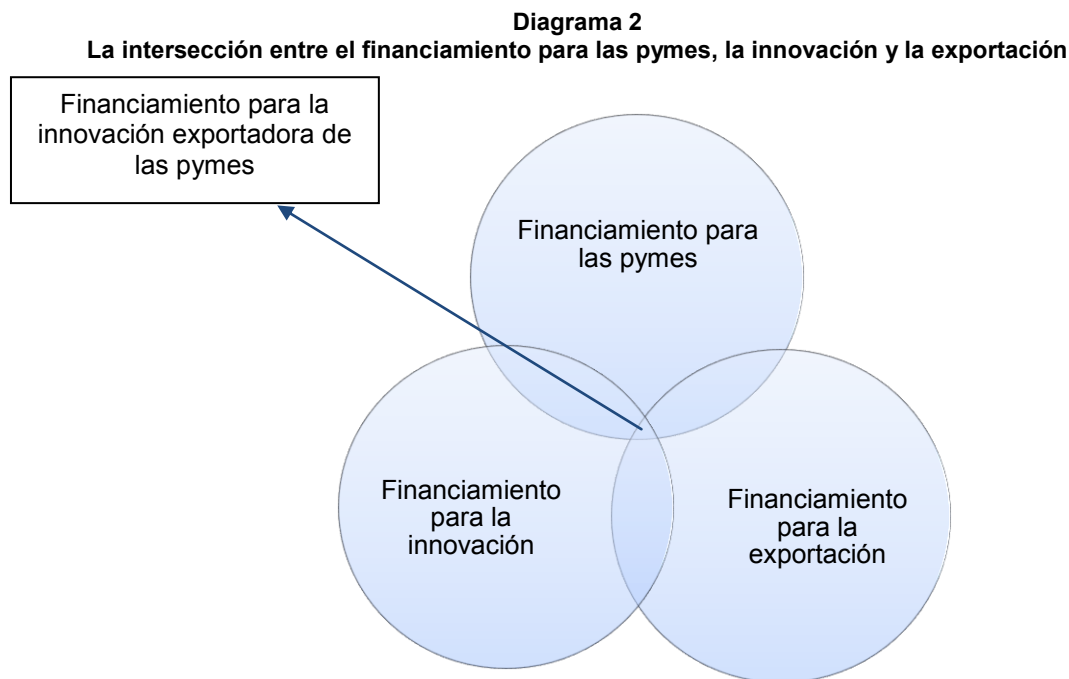
Fuente: Elaboración de los autores.

Los países sudamericanos debieran reforzar el vínculo entre innovación y exportación de sus empresas. La sinergia entre ambos conlleva a un proceso de innovación para exportar que se revela por la introducción de nuevos productos y nuevos mercados a la canasta exportadora. Existe una urgencia por diversificar las exportaciones de estos países, debido a que ellas están cada vez más concentradas en pocos productos básicos y un número reducido de grandes empresas que satisfacen una demanda creciente desde China y otros países asiáticos (Fung, García-Herrero, Nigrinis Ospina, 2013). En este contexto, es urgente mejorar las políticas que permitan contrarrestar la tendencia hacia la concentración de la canasta exportadora en términos de productos, destinos y empresas. En particular, se requiere crear y mejorar los programas que financian y apoyan la innovación tecnológica y exportadora; ello de manera general, pero específicamente en lo referido a las pymes, debido a su importante aporte a la diversificación de productos y servicios comercializados. A propósito, Park y Mulder (2017) muestran que en Chile, Colombia, Costa Rica y México, la participación de las pymes en la diversificación exportadora es mucho mayor que su participación en el valor bruto de las exportaciones entre 2004 y 2014.

Reconociendo estas necesidades, la División de Comercio Internacional e Integración de la CEPAL implementó un proyecto de la Cuenta para el Desarrollo de Naciones Unidas entre 2014 y 2016. Este proyecto, llamado “Internacionalización de las pymes: Medición, innovación y mecanismos de financiamiento”, se ejecutó en cuatro países de la región (Ecuador, El Salvador, Nicaragua y Perú). Se trabajó en el fortalecimiento de las capacidades de los Organismos de Promoción Comercial (OPC) para impulsar la innovación en pymes exportadoras. El proyecto buscó mejorar el diseño y la implementación de las políticas públicas orientadas a promover la internacionalización directa de las pymes, con especial énfasis en la innovación para la exportación y su financiamiento.

La innovación exportadora se definió como el cumplimiento con las certificaciones o estándares internacionales, la adecuación de productos a la demanda internacional, y la optimización de los canales de comercialización (véase la sección II para mayores detalles). Se desarrolló una metodología en conjunto con los OPC para identificar las brechas de innovación para exportar al mercado estadounidense. Dicha metodología se aplicó a un grupo piloto de 10 pymes exportadoras de alimentos en cada país.

Además, se hizo un inventario de los programas e instrumentos de financiamiento para apoyar la innovación exportadora en los cuatro países donde se implementó el proyecto. El diagrama 2 muestra que el foco del análisis de los mecanismos de financiamiento destinados a la innovación para exportar está en la intersección entre aquellos instrumentos orientados a las pymes, la innovación y la exportación.



Fuente: Frohmann y otros (2016), "Internacionalización de las pymes: innovación para exportar", CEPAL, Santiago.

Este estudio complementa el proyecto mencionado, entregando ejemplos de varios programas de apoyo a la innovación exportadora en pymes en 9 países de la región: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, México y Uruguay. La metodología de investigación incluyó las siguientes actividades:

- i) Creación de perfiles con las características de los instrumentos de apoyo reembolsable o no reembolsable, basados en las descripciones disponibles en Internet;
- ii) Entrevistas a organismos de promoción comercial, bancos de desarrollo y otros bancos públicos y privados, para complementar la información de los instrumentos;
- iii) Descripción de programas en dos países desarrollados con alta experiencia en apoyo a las pymes exportadoras (Australia y Canadá), para poner en perspectiva los resultados obtenidos en la región.

Es importante tomar en cuenta que el tipo de apoyo requerido por cada pyme depende de la fase de exportación de la empresa. Para ello, la *Australian Trade Commission* (2002) identifica 5 tipos de apoyo (véase el cuadro 1). Este estudio se concentra principalmente en las categorías de exportadores potenciales y exportadores irregulares. Sin embargo, estas mismas políticas podrían reforzar las actividades de exportadores más consolidados, a fin de que éstos expandan su gama de productos exportados o para que accedan a nuevos mercados.

**Cuadro 1**  
**Tipologías de empresas con respecto a la fase de su exportación**

Categoría	Descripción	Iniciativas
Empresa no exportadora	La empresa no está interesada en exportar, sobre todo porque considera que los costos y riesgos son demasiado altos	Crear conciencia: explicar los beneficios de exportar
Exportadora potencial	La empresa no exporta, pero está interesada	Crear conocimiento y habilidades para empezar a exportar, incluyendo informaciones sobre mercados específicos en el exterior donde sus productos tendrían buenas oportunidades
Exportadora irregular	La empresa logró una venta en el exterior, pero todavía no ha consolidado un mercado de exportación regular	Iniciativas que puedan informar a la empresa sobre potenciales clientes y sus necesidades, que muestran los productos a los compradores, y que conectan vendedores y compradores
Exportador innato global	La empresa nace con el intento de exportar	Iniciativas que ayuden a la empresa a expandir sus mercados y apoyo en concretar contratos de venta
Exportadora experimentada	Empresa tiene actividad exportadora consolidada	Servicios de apoyo post-venta

Fuente: Elaboración de los autores sobre la base de Australian Trade Commission (2002), "Knowing and growing the exporter community", AUSTRADE, Sydney.

La estructura del estudio es la siguiente. En la segunda sección, se profundiza el concepto de la innovación exportadora utilizado en este estudio. En la tercera sección, se introduce una mirada transversal a los ejemplos de instrumentos de apoyo a la innovación exportadora por parte de los organismos de promoción comercial, los bancos públicos y privados, y otras instituciones de los 9 países de la región. También se revisan algunos mecanismos que apoyan la innovación para exportar en dos países fuera de la región. Finalmente, se presentan algunas conclusiones y recomendaciones.

## I. El concepto de innovación para exportar

---

Para entender el concepto de la innovación para exportar, es necesario definir primero la innovación en términos más generales. En empresas, la innovación se concretiza mediante actividades como gestiones científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales. Ellas incluyen la inversión y desarrollo (I+D) en nuevos conocimientos. Algunas actividades pueden ser verdaderamente innovadoras en sí mismas, mientras que otras son necesarias para su comercialización. También se incluyen las actividades de investigación básica, que no se vinculan directamente con el desarrollo de una innovación específica. A fin de arrojar luz sobre el proceso, el Manual de Bogotá (2001) define las siguientes actividades como innovación:

- **Investigación y Desarrollo (I+D):** el trabajo creativo emprendido sistemáticamente para incrementar el acervo de conocimientos y el uso de este conocimiento para concebir nuevas aplicaciones. Puede incluir el desarrollo de prototipos y plantas piloto. Un proyecto de I+D puede ser de investigación básica, estratégica, aplicada o de desarrollo experimental;
- **Diseño, instalación de maquinarias nuevas, ingeniería industrial y puesta en marcha de la producción:** planos y gráficos orientados a definir procedimientos, especificaciones técnicas y características operativas necesarias para la introducción de innovaciones; adquisición de edificios, maquinarias, herramientas y equipos –sin un mejoramiento del desempeño tecnológico– necesarios para la implementación de las innovaciones; y la puesta en marcha de la producción, la cual puede incluir modificaciones en el producto o el proceso, una capacitación del personal en nuevas técnicas o en el uso de máquinas nuevas, y toda la producción de prueba no incluida en la I+D;
- **Adquisición de tecnología incorporada al capital (maquinaria):** adquisición de maquinaria y equipos con desempeño mejorado (incluso *software* integrado) vinculados con las innovaciones implementadas por la empresa;
- **Adquisición de tecnología no incorporada al capital (conocimiento):** diseños, inventos no patentados, *know-how*, licencias, marcas de fábrica, patentes, patrones, servicios de

computación y otros servicios científicos y técnicos relacionados con la implementación de innovaciones, además de paquetes de *software*;

- **Modernización organizacional:** los esfuerzos conducentes a la introducción de cambios en la organización del proceso productivo tendientes a reducir tiempos muertos, desechos, tiempos de proceso u otros similares. Esto implica modificaciones en el dibujo o diseño de la línea de producción (con las mismas máquinas y equipos existentes), mejoras en la organización física de la planta, subcontratación (*outsourcing*), entre otros;
- **Comercialización:** actividades relacionadas con el lanzamiento de productos tecnológicamente nuevos o mejorados. Entre ellas se incluyen la investigación preliminar de mercado y la publicidad de lanzamiento. Comprende también las actividades tendientes a mejorar las posibilidades de penetración en segmentos específicos de mercado mediante cambios en la presentación o en los métodos de entrega del producto; y
- **Capacitación:** comprende el entrenamiento en temas estrechamente relacionados con las tecnologías centrales en el proceso productivo del establecimiento. Estas tecnologías pueden ser blandas (gestión y administración) o duras (tecnología de procesos productivos), que involucran un grado de complejidad significativo –no evidente– que requiere de un personal capacitador altamente especializado.

El concepto de la innovación para exportar se vincula estrechamente con el del Manual de Bogotá (2001). La innovación exportadora son aquellas actividades que la empresa debe realizar para acceder a un mercado externo específico por primera vez o de una mejor forma. Estas actividades son: la introducción de un nuevo o significativamente mejorado producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo en la empresa, la reorganización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores. Todas estas actividades están gatilladas a partir de las demandas de un mercado internacional específico para un producto o servicio en particular. Sin embargo, dada la amplitud del campo, se identificaron tres áreas críticas en el proceso de la innovación exportadora de las pymes:

- **Cumplimiento y certificación de estándares:** el cumplir con estándares (de calidad, medio ambiente, social u otros específicos del sector) del mercado al que se pretende ingresar;
- **Adecuación de productos a la demanda:** el conocimiento de los gustos, tendencias y formas de consumo en el mercado al que se exporta, de manera de ajustar el producto a los requisitos del mercado de destino; y
- **Optimización de los canales de comercialización:** la selección del canal más adecuado de venta para cada producto específico, lo que varía en los distintos mercados y sectores al interior de éstos.

La innovación para exportar es aquella que mejora la internacionalización de la empresa. Además, este tipo de innovación se vincula con la demanda, es decir, con aquellos mercados hacia los cuales la empresa orienta su oferta exportadora. No se priorizan en este análisis los procesos productivos de la empresa, sino los requerimientos externos. La innovación exportadora considera otros tipos de innovación que la investigación y desarrollo y la adquisición de nuevas tecnologías. Ejemplos son la innovación en la gestión y aquella relacionada con la asociatividad.

El concepto de la innovación para exportar fue el eje central del proyecto de CEPAL implementado en cuatro países entre 2014 y 2016. Para ello, se realizó un diagnóstico de 10 empresas en cada país en cuanto a su potencial exportador de alimentos y su relación con la innovación. A partir de este diagnóstico, se identificaron las brechas de innovación para exportar al mercado de los Estados Unidos de cada empresa. Las brechas se plasmaron en un plan de innovación para cada empresa, que incluyó las actividades necesarias a desarrollar para lograr exportar a los Estados Unidos. Este plan identificó prioridades y una lista de acciones. El Plan también recomendó actividades por realizar de manera asociativa, con empresas del mismo sector orientadas al mismo mercado, a fin de potenciar soluciones para grupos de empresas.

Al final del proyecto, se exploraron las posibilidades de apoyo y financiamiento existentes en cada país para desarrollar las actividades que permitan enfrentar las brechas de innovación de la mejor forma posible. Se identificaron los instrumentos disponibles por parte de los organismos de promoción comercial, los bancos públicos y privados del país, y la cooperación internacional, entre otros. Asimismo, se describieron de manera general los instrumentos y apoyos financieros públicos y privados, incluyendo fondos reembolsables y no reembolsables disponibles. Aún cuando el objetivo de los instrumentos financieros fuera más bien general, se puso énfasis en aquellos que permitían enfrentar de mejor forma las brechas identificadas en las tres áreas críticas del proceso de internacionalización de las empresas (Frohmann y otros, 2016).

A continuación, se presenta una mirada transversal a los instrumentos de apoyo al financiamiento para la innovación exportadora en 9 países de la región. En el Anexo 2, se incluye la base de datos completa con los detalles específicos para cada instrumento.



## II. Los instrumentos de apoyo a la innovación exportadora

---

### A. Descripción de la base de datos

En esta sección, se presenta la base de datos construida mediante una revisión de ejemplos de varios instrumentos de apoyo y financiamiento disponibles para la innovación exportadora en varios países dentro y fuera la región. Estos instrumentos de apoyo y financiamiento son ofrecidos por instituciones públicas y entidades financieras públicas y privadas.

Se analizaron los casos de 9 países de América Latina y el Caribe y 2 países extrarregionales (Australia y Canadá). Entre el conjunto de los instrumentos examinados, se seleccionaron 40 cuyo objetivo más se acerca al concepto de la innovación exportadora. La base de datos incluye sólo ejemplos y no constituye una lista exhaustiva de los instrumentos de apoyo a la innovación exportadora disponibles en estos países. Los cuadros 2 y 3 muestran todos los instrumentos analizados que promueven alguno o todos los tres tipos de innovación exportadora considerados, según el país y la institución responsable del programa.

El cuadro 4 muestra el número de ejemplos de instrumentos por país que ofrecen financiamiento para la innovación exportador en alguna de las tres categorías seleccionadas. En terminos del total de programas de apoyo a la adecuación de productos a la demanda en el mercado de destino, se destacan Chile con 5 instrumentos y Brasil con 4 instrumentos. Con respecto a apoyo para acceder a canales de distribución, Argentina y Costa Rica tienen ambos 2 programas. En cuanto a cumplimiento y certificación de estándares, Argentina cuenta con 2 programas y Brasil, Colombia, Costa Rica y México con 1 programa.



**Cuadro 2**  
**América Latina (países seleccionados): ejemplos de instrumentos seleccionados por institución para la innovación exportadora de pymes, 2017**

País	Institución	Instrumentos	
Argentina	Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica	1. Ventanilla Internacional FONSOFT	
		2. Crédito Exporta FONSOFT	
	Banco de la Nación Argentina	3. Financiamiento de Exportaciones	
		4. Créditos para la Producción Regional Exportable	
	Consejo Federal de Inversiones	5. Prefinanciación de Exportaciones Argentinas	
		6. Programa Pymexporta	
Brasil	Fundación PROMENDOZA	7. Designexport	
	Agencia de Promoción de Exportaciones e Inversiones (APEX)	8. Exportación Pre-embarque	
	Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social (BNDES)	9. Financiamiento No Reembolsable	
	Financiadora de Estudios y Proyectos	10. Financiamiento Reembolsable Plan de Brasil Mayor	
		11. Subsidios Económicos	
Chile	Corporación de Fomento de la Producción (CORFO)	12. Garantía CORFO Comercio Exterior	
		13. Proyectos Asociativos de Fomento (PROFO)	
	PROCHILE	14. Ferias internacionales	
		15. Concurso Industrias	
	AL-INVEST	16. Concurso Servicios	
		17. Concurso Silvoagropecuario	
	Colombia	PROCOLOMBIA	18. Enterprise Europe Network
			19. Programa de formación exportadora
Costa Rica	Cámara de Exportadores	20. Servicios al Exportador	
		21. Promoción Comercial	
	Promotora del Comercio Exterior (PROCOMER)	22. Servicios al Exportador	
		23. Capacitaciones de Procesos de Exportación	
		24. Programa Creando Exportadores	
PROCOMER y Correos	25. Exporta Fácil		
Ecuador	Alianza para el Emprendimiento e Innovación	26. Fideicomiso para el emprendimiento e innovación	
	Varias instituciones públicas	27. Exporta Fácil	
Guatemala	Ministerio de Economía	28. Internacionalización de las mipymes	
México	Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext)	29. Crédito pymex	
	PROMÉXICO	30. Pasos para internacionalizarse	
Uruguay	Fondo para la Convergencia Estructural del MERCOSUR (FOCEM) y Ministerio de Industria, Energía y Minería	31. Proyecto de Internacionalización de la Especialización Productiva (PIEP) – segunda etapa	
		32. ProExport	
	Uruguay XXI	33. ProTIC	

Fuente: Elaboración por los autores.

Nota: Este cuadro muestra ejemplos de instrumentos y no es exhaustivo.

**Cuadro 3**  
**Australia y Canadá: ejemplos de instrumentos para la innovación exportadora de pymes, 2017**

País	Institución	Instrumentos
Australia	Gobierno del Territorio de la Capital	1. <i>Trade Connect Grant Program</i>
	Metropolitano, Perth	2. <i>Industry Facilitation and Support Program</i>
	Programa de apoyo al comercio del Departamento de Comercio del gobierno del Territorio del Norte	3. <i>Trade Support Scheme</i>
Canadá	Agencia Federal para el Desarrollo Económico de Ontario del Sur (FedDev)	4. <i>Investing in Business Growth and Productivity – SMEs</i>
	Asociación Canadiense de Productores y Exportadores (CME)	5. <i>Grant Programme</i>
	Agencia Federal de Desarrollo Económico para Ontario	6. <i>Community Futures Programme</i>
	Servicio de Comisario de Comercio de Canadá	7. <i>Canadian International Innovation Program (CIIP)</i>

Fuente: Elaboración por los autores.

Nota: Este cuadro muestra ejemplos de instrumentos y no es exhaustivo.

**Cuadro 4**  
**América Latina (países seleccionados): número de ejemplos de programas de apoyo por tipo de la innovación exportadora de pymes, 2017**

País	Cumplimiento y certificación de estándares	Adecuación de productos a la demanda en el mercado de destino	Optimización de canales de distribución	TOTAL
Argentina	2	2	2	<b>6</b>
Brasil	1	4	-	<b>5</b>
Chile	1	5	1	<b>7</b>
Colombia	1	-	1	<b>2</b>
Costa Rica	1	2	2	<b>5</b>
Ecuador	-	1	1	<b>2</b>
Guatemala	-	1	-	<b>1</b>
México	1	1	-	<b>2</b>
Uruguay	-	2	1	<b>3</b>
Australia	-	2	1	<b>3</b>
Canadá	-	4	-	<b>4</b>

Fuente: Elaboración por los autores.

Nota: Este cuadro muestra ejemplos de instrumentos y no es exhaustivo.

## B. Síntesis de los instrumentos

### 1. Los apoyos en las tres áreas de innovación exportadora

Dentro de una oferta relativa abundante de instrumentos de apoyo a las pymes, se ha encontrado un número limitado de mecanismos que apunten a la innovación exportadora de estas empresas. A continuación, se presentan ejemplos de estos instrumentos en las tres áreas de innovación exportadora de las pymes: cumplimiento y certificación de estándares, adecuación de productos a la demanda en el mercado de destino, y optimización de los canales de distribución.

### **a) Cumplimiento y certificación de estándares**

La mayoría de los organismos de promoción comercial analizados brindan apoyo en este rubro, ya sea mediante estudios de mercado, asesorías o capacitaciones; estos últimos se centran en temas como normas internacionales ISO y medidas sanitarias y fitosanitarias. Solo en algunos casos estos organismos financian parte de la adaptación de los procesos productivos necesarios para que los productos cumplan con las normas de calidad del país receptor.

Un ejemplo en Argentina, es el Crédito Exporta del Fondo Fiduciario de Promoción de la Industria del Software (FONSOFT). Este instrumento es ofrecido por la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica a través de dos tipos de apoyo destinados a la adecuación de estándares técnicos o de calidad. Como requisito para acceder al crédito, los estándares deben constituir una barrera de acceso a los mercados de destino y al desarrollo de nuevos mercados de exportación.

En Brasil, la Agencia de Promoción de Exportaciones e Inversiones (APEX) ofrece el instrumento *Design Export*, el cual permite a las empresas acceder a consultorías, asesorías técnicas y capacitaciones, con el fin de guiarlas en la incorporación de la innovación dentro de sus procesos productivos para la creación de nuevos productos. Asimismo, este instrumento apoya a las empresas en la identificación de soluciones para cumplir con estándares exigidos por el mercado de destino.

Un ejemplo en Chile, son los apoyos de la Dirección de Promoción de Exportaciones (PROCHILE) dirigidos al cumplimiento de estándares. Estos se enfocan en la realización de estudios de mercado que aborden asuntos como potenciales clientes, requisitos de calidad y certificaciones. Además, se otorga financiamiento para ir a ferias internacionales a fin de conocer en terreno las regulaciones del país de destino y potenciales clientes, para posteriormente concretar la comercialización de los productos y servicios.

En Colombia y Costa Rica, PROCOLOMBIA y PROCOMER proveen capacitaciones y asesoría a las pymes, con el fin de prepararlas en el cumplimiento de las normas y los estándares requeridos por el país al que se quiere exportar. En México, PROMÉXICO ofrece la herramienta Pasos para internacionalizarse, la cual tiene por objetivo que los productos cumplan con los estándares del mercado internacional, a través de un apoyo reembolsable que permita contratar el servicio de diseño de imagen y/o producción de envase, empaque, embalaje y etiquetado.

### **b) Adecuación de productos a la demanda en el mercado de destino**

Para exportar es necesario en muchos casos adaptar los productos a los gustos, tendencias y formas de consumo en el mercado al cual se quiere vender. En su mayoría, los apoyos otorgados por las instituciones se centran en mejorar la calidad de los productos y adaptar los materiales y empaques, contribuyendo principalmente a la diversificación de mercados.

En Argentina, el Consejo Federal de Inversiones, a través del Banco de la Nación, otorga un instrumento llamado Prefinanciación de Exportaciones. La finalidad de este es financiar el proceso productivo y el acondicionamiento de mercancías de los sectores agropecuario, minero e industrial. En Chile, PROCHILE ofrece el instrumento Concurso Industrias, el cual fomenta las exportaciones de bienes manufacturados, a través de un cofinanciamiento de apoyo en la gestión de proyectos de innovación exportadora, facilitando la identificación de nichos, diversificación y realización de estrategias sustentables en mercados externos. Existen instrumentos similares para los sectores silvoagropecuario y servicios.

Estos programas no son exclusivos de los países en desarrollo, también se encuentran presentes en los mercados extrarregionales analizados. En Canadá existen programas para adaptar los productos a la demanda en el país de destino de las exportaciones, ejemplo de ello son:

- La Agencia Federal para el Desarrollo Económico de Ontario del Sur, mediante su programa *Investing in Business Growth and Productivity – SMEs*, ofrece financiamiento para diversos fines innovadores: la expansión de mercados e instalaciones, la adopción de nuevas tecnologías, y la mejora en la capacidad empresarial. Este programa considera la innovación exportadora de las pymes como motor de la diversificación productiva y exportadora, la creación de empleos y la mejora en la productividad;

- El *Community Futures Programme* es un instrumento administrado por las distintas corporaciones de desarrollo comunal que existen a lo largo de Ontario y está apoyado por la Agencia Federal para el Desarrollo Económico de Ontario del Sur. Entrega apoyo para la planificación e implementación de iniciativas empresariales orientadas a la diversificación de mercados y el fomento de las exportaciones. Además, este instrumento considera su impacto social en la comunidad en cuanto a su capacidad de mantenimiento y creación de empleos e innovación en la economía local;
- La Asociación Canadiense de Productores y Exportadores (*Canadian Manufacturers and Exporters*) tiene un programa de subsidios cuyo objetivo es el mejoramiento de procesos productivos mediante la adopción de nuevas tecnologías como las de información y comunicación (TIC), robótica, fabricación aditiva (impresión en 3D), envasado automatizado, nanotecnología, tecnologías limpias y soluciones innovadoras de comunicaciones avanzadas.

### c) Optimización de canales de distribución

La selección del canal de comercialización más adecuado es esencial para una exportación exitosa. Para ella, es necesario identificar los clientes más pertinentes y aprovecharlos de la mejor manera posible. Los programas diseñados por las instituciones se centran en entregar financiamiento para que las pymes puedan asistir a ferias y giras, las cuales son de vital importancia para determinar cuáles son las mejores opciones disponibles para la comercialización de sus productos en los mercados internacionales. La mayoría de las agencias de promoción de exportaciones ofrece este tipo de apoyo, ya sea con financiamiento o prestando asesoría técnica y capacitaciones.

En Chile, la Fundación Empresarial EuroChile es miembro de *Enterprise Europe Network*. Es una red especializada en brindar asistencia a pymes para mejorar su competitividad. Con más de 4.000 expertos y 600 instituciones en 53 países, se generan transferencias de tecnología e información de primera mano sobre legislación y programas europeos, abriendo oportunidades para innovar y desarrollar nuevos negocios. En concreto, Eurochile coordina la llegada de expertos, pasantías en la Unión Europea, agendas de participación en ferias internacionales y misiones tecnológicas a Europa, brindado apoyo para postular a instrumentos de promoción públicos y privados.

Otros ejemplos son de PROCOLOMBIA y la Cámara de Exportadores de Costa Rica (CADEXCO). Ambas instituciones prestan apoyo a las pymes para la organización de ruedas de negocios y la asistencia a ferias internacionales. También se destaca el programa ProExport otorgado por Uruguay XXI. Otorga cofinanciamiento para la realización de reuniones comerciales con potenciales clientes en el exterior, participación en ferias, misiones comerciales, rondas de negocios, misiones inversas (invitación de posibles compradores) y misiones para conocer las últimas tendencias tecnológicas.

Fuera de la región, se destaca el Plan de Apoyo al Comercio (*Trade Support Scheme*) del Gobierno del Territorio del Norte de Australia. Este programa apoya las pymes en la búsqueda de nuevas oportunidades de exportación otorgando financiamiento para enfrentar los costos de marketing internacional y asistencia a ferias. Es un programa completo cuyo apoyo no se restringe a los factores mencionados, sino también otorga co-financiamiento para la capacitación en exportaciones y diseño. Para optar a este apoyo, las empresas deben demostrar que el negocio genera beneficios económicos para el territorio del norte del país.

## 2. Las instituciones que fomentan la innovación exportadora

En los nueve países analizados, varias instituciones públicas y/o privadas están a cargo del fomento de la innovación exportadora. Entre ellas se destacan los organismos de promoción comercial y los bancos de desarrollo públicos y privados.

Los **organismos de promoción comercial** son instituciones de origen público o privado, encargadas de fomentar las exportaciones de bienes y servicios, especialmente las de pymes. Para ello implementan diversos instrumentos, diseñados especialmente para el desarrollo de las capacidades de las pymes orientadas a la innovación exportadora. Algunos de dichos organismos proveen asistencias

también en otras áreas, como los procesos productivos, la gestión y el acceso al crédito. Todos los nueve países latinoamericanos analizados, así como Australia y Canadá, cuentan con este tipo de agencias (véase Cuadro 5).

Existen a la vez organismos de promoción comercial nacionales y subnacionales. Las agencias subnacionales focalizan sus acciones en un territorio específico. Un ejemplo es la Fundación PROMENDOZA, que ofrece programas de apoyo y financiamiento a las pymes de la provincia de Mendoza. Fuera de la región, se destacan los ejemplos de Australia y Canadá. Ambos países cuentan con programas de apoyo a nivel local, como por ejemplo el *Trade Support Scheme* y el *Industry Facilitation and Support Program Regional Round*, orientados a las pymes del norte y del oeste de Australia, respectivamente, y el *Eastern Ontario Development Fund* enfocado en las empresas del este de Ontario.

Los **bancos públicos de desarrollo**, sobre todo los multilaterales, ofrece la mayoría de los instrumentos financieros enfocados en pymes. Un ejemplo es el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), que a través de la Corporación Interamericana de Inversiones (CII) ofrece el programa FINPYME ExportPlus. Este programa otorga crédito, mediante bancos de primer piso, para la certificación e innovaciones en los procesos productivos y la gestión. Además, varios bancos de desarrollo ofrecen instrumentos comerciales tradicionales para promover el comercio exterior de las pymes. Ejemplos son los créditos de pre y post financiación de exportaciones. No obstante, estos bancos ofrecen pocos instrumentos financieros especializados como el *leasing*, el *factoring internacional* o el *forfaiting*, entre otros (CEPAL, 2014).

**Cuadro 5**  
**Países seleccionados: organismos de promoción comercial, 2015**

País	Agencia
Argentina	Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional PROMENDOZA
Brasil	Agencia Brasileña para la Promoción de las Exportaciones y las Inversiones (APEX)
Chile	Dirección de Promoción de Exportaciones (PROCHILE)
Colombia	PROCOLOMBIA
Costa Rica	Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER)
Ecuador	Corporación para la Promoción de las Exportaciones y las Inversiones (CORPEI) PROECUADOR
Guatemala	Departamento de Promoción Comercial, Ministerio de Economía (DPC/ME)
México	PROMÉXICO
Uruguay	Instituto para la Promoción de las Inversiones y las Exportaciones de Bienes y Servicios (URUGUAY XXI)
Australia	Australian Trade Commission (AUSTRADE)
Canadá	Canadian Manufacturers & Exporters (CME)

Fuente: Elaboración por los autores.

Nota: Este cuadro muestra ejemplos de organismos de promoción comercial y no es exhaustivo.

Otros **bancos públicos y privados** proveen distintos tipos de crédito a las pymes exportadoras. Para los pequeños y medianos empresarios, es más fácil acceder al financiamiento cuando predominan los bancos públicos, la banca privada es de capital nacional, las instituciones son más pequeñas y flexibles, y se dispone de un banco nacional de desarrollo (CEPAL, 2014). Sin embargo, la mayoría de los bancos en la región sólo ofrecen créditos para la exportación de productos, sin enfocarse en la innovación. Las pymes suelen solicitar crédito como empresa, pero es frecuente que sólo lo consigan como persona natural. Las condiciones de endeudamiento para los empresarios individuales son, por lo general, menos favorables que las para las empresas.

Un ejemplo de un banco privado que financia la innovación exportadora es el Rabobank de origen holandés. Mediante su Rabo Rural Fund, otorga financiamiento para la pre exportación, lo cual se traduce en capital de trabajo para la compra, procesamiento y exportación. En América Latina y el Caribe, por ejemplo, se han otorgado financiamiento a productores de café, concediendo además de

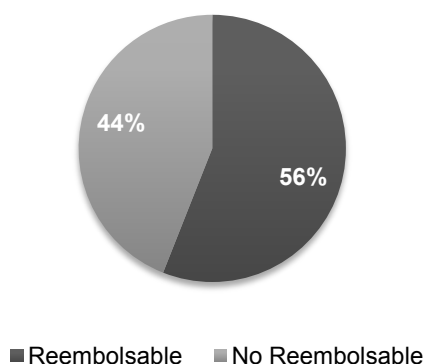
financiamiento, capacitación y asesoría técnica. Con estos esfuerzos, los productores lograron exportar productos de mejor calidad a precios más altos<sup>1</sup>.

### 3. Los instrumentos reembolsables y no reembolsables

Los programas e instrumentos destinados a financiar la innovación exportadora de las pymes pueden ser reembolsables o no reembolsables. Los de la primera categoría son préstamos que obligan al acreedor a devolver el monto prestado, más el interés establecido en el contrato (véase Anexo 1). Dentro los instrumentos reembolsables se encuentran sobre todo los créditos y las garantías del comercio exterior. El gráfico 1 muestra que poco más de la mitad de los programas examinados en este trabajo son de carácter reembolsable.

En los 9 países analizados, varias instituciones financieras entregan créditos directamente a las pymes, con el fin de que puedan iniciar o consolidar su actividad exportadora. El financiamiento entregado puede ser utilizado, por ejemplo, para la adaptación de los productos a la demanda según la normativa requerida por el país de destino. Dentro de esta categoría entran los bancos especializados en programas de exportación e internacionalización, como por ejemplo el Banco do Brasil y Bancomext de México. Un número menor de programas de financiamiento otorga fondos a sectores determinados. Un ejemplo es el Crédito Exporta FONSOFT en Argentina, que entrega financiamiento a pymes del sector TIC para mejorar su competitividad y su posicionamiento en el mercado internacional.

**Gráfico 1**  
**América Latina (9 países seleccionados): distribución entre mecanismos e instrumentos reembolsables y no reembolsables para la innovación exportadora, 2017**



Fuente: Elaboración por los autores.

Las garantías tienen como objetivo respaldar un crédito para ingresar al comercio exterior. Ellas cubren hasta un determinado porcentaje del préstamo total, pueden ser cofinanciadas y permiten una reducción en las tasas de interés. Como el acceso a estos fondos para las pymes es menor que para las grandes empresas, algunas instituciones de segundo piso otorgan un apoyo especial a los pequeños y medianos empresarios. Un ejemplo es la Garantía CORFO Comercio Exterior de Chile, que avala parcialmente a la empresa exportadora o productora ante la institución financiera (banco o cooperativa), con el propósito de obtener un crédito. Este instrumento sirve de respaldo ante un eventual incumplimiento de la empresa en el pago del préstamo<sup>2</sup>.

Los fondos no reembolsables son otra categoría de apoyo a la innovación exportadora ya que no deben ser devueltos por los beneficiarios. Estos fondos son distribuidos principalmente por concurso,

<sup>1</sup> Para más información, véase <http://www.ico.org/documents/cy2014-15/Presentations/5th-forum-11-rabobank-e.pdf>.

<sup>2</sup> Para más información, véase <https://www.corfo.cl/sites/cpp/gif-2016-cobex>.

aunque, algunos de ellos también promueven la innovación exportadora mediante capacitaciones y asesorías para pymes que quieren vender sus productos en otros mercados. Ejemplos son programas de PROCOLOMBIA y PROCOMER (Costa Rica) enfocados en asesorías específicas para que los empresarios puedan cumplir normas y estándares, adaptar sus productos o acceder a canales de distribución adecuados. Estas asesorías se prestan en el caso de PROCOLOMBIA mediante los programas Formación Exportadora, Servicios al Exportador y Capacitaciones de Procesos de Exportación. En el caso de PROCOMER, el apoyo se realiza a través del Programa Creando Exportadores.

Otro instrumento no reembolsable para fomentar la innovación exportadora son los concursos enfocados en determinados sectores, como la agricultura, silvicultura, industria, TIC y servicios empresariales. En estos concursos, solo se aceptan proyectos que mejoren la capacidad innovadora y exportadora de la empresa. Un ejemplo es el programa Apoyo No Reembolsable (ANR) ventanilla internacional FONSOFT de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica de Argentina, el cual se enfoca en el sector TIC. A través de fondos no reembolsables, estos programas financian parcialmente proyectos de emprendimiento o consolidación de la actividad exportadora que tengan como meta mejorar la capacidad innovadora de las pymes de bienes y servicios TIC.

PROCHILE, por su parte, ofrece tres instrumentos sectoriales. El Concurso Silvoagropecuario fomenta las exportaciones de alimentos frescos o procesados y productos forestales. Ello a través de cofinanciamiento y apoyo en la gestión de proyectos de estrategias de promoción de exportaciones, tanto de actuales exportadores como de empresas con potencial de internacionalización. El Concurso Industrias está orientado a estimular la participación de los sectores industriales –exceptuando el de alimentos y la minera básica– en acciones de promoción de exportaciones. El Concurso Servicios promueve las exportaciones de servicios no tradicionales (todos salvo transporte y turismo).

En Ecuador, se puede destacar el concurso de Fideicomiso para el emprendimiento e innovación, una iniciativa privada de la Alianza para el Emprendimiento e Innovación. Este instrumento busca potenciar el emprendimiento y la innovación, a través de las exportaciones en el área de manufacturas, servicios y turismo. El financiamiento se entrega por medio de una inversión directa que cubre una parte del costo del proyecto de innovación.

Otro tipo de financiamiento no reembolsable es otorgado por la cooperación internacional mediante agencias nacionales. Un ejemplo de este tipo es los Programas de Innovación en modalidad Cooperación Internacional de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (Uruguay). Con el apoyo de países como Argentina, España e Israel, entregan fondos para la innovación con orientación hacia la inserción internacional.

Fuera de la región, se destaca el programa de subsidios (*Grant Programme*) de *Canadian Manufacturers & Exporters*, el cual está exclusivamente dedicado a entregar apoyo para la implementación de tecnologías que fomentan las exportaciones. Se concentra en tecnologías avanzadas que incluyen TIC, robótica, fabricación aditiva (impresión en 3D), envasado automatizado, nanotecnología, tecnologías limpias e innovadoras soluciones de comunicaciones avanzadas. Se ofrecen dos canales de financiamiento a través de fondos concursables no reembolsables; uno dirigido a “evaluaciones de tecnología avanzada” y otro destinado a la “adopción de tecnología avanzada”.

#### **4. Características de los instrumentos**

Los instrumentos reembolsables analizados se diferencian en términos de sus tasas de interés, los tiempos de reembolso, el porcentaje de financiamiento del costo total del proyecto y los montos mínimos y máximos a los que se puede acceder, entre otras características. Los financiamientos reembolsables que entregan las instituciones públicas están destinados a personas naturales y jurídicas. Para acceder a estos fondos, las pymes deben presentar un plan de negocio, un plan de desarrollo y de ejecución, así como también dar cuenta de sus estados financieros e impositivos. Con estos documentos, se evalúa la viabilidad del proyecto presentado por la empresa.

La revisión de los instrumentos reembolsables muestra que ellos, por lo general, sólo cubren una parte del costo total de los proyectos. Sin embargo, el porcentaje financiado es proporcionalmente mayor

para las pymes que para las empresas grandes. La mayoría de los programas tienen un plazo de ejecución de 3 a 5 años. Los fondos pueden ser entregados en dólares o en moneda local. Los recursos se entregan por lo general entre 180 y 360 días luego de haber solicitado el préstamo. El reembolso de algunos de estos programas se debe hacer en un periodo de entre 1 a 3 años, dependiendo del periodo de ejecución. Las condiciones de los financiamientos son por lo general estrictas, ya que no se puede utilizar el capital de la empresa en actividades que no forman parte de las condiciones estipuladas con anterioridad. Muchos programas contemplan un monitoreo periódico y auditorías de la utilización de los fondos. Ejemplos de estos instrumentos son el Prefinanciación de Exportaciones Argentinas del Consejo Federal de Inversiones y el Exportación Pre-embarque de Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social de Brasil.

La revisión en este trabajo de las modalidades de los instrumentos no reembolsables, ofrecidos sobre todo por los organismos de promoción comercial, muestra que la mayoría son concursados una vez al año. El financiamiento entregado cubre hasta un porcentaje máximo del costo total del proyecto propuesto y depende también del tamaño de la empresa. Por ejemplo, la agencia privada PROMENDOZA (Argentina) ofrece el Programa Pymexporta, que otorga fondos para promover los productos de la región en el extranjero. Los emprendedores pueden ser personas naturales o jurídicas y deben cumplir con ciertos requisitos para acceder a estos fondos.

## 5. Monitoreo y evaluación de los instrumentos

Las instituciones que ofrecen instrumentos para la innovación exportadora en los nueve países, emplean diferentes tipos de monitoreo y evaluación, con el fin de asegurar el mejor uso posible de sus recursos. Estas diversas modalidades de seguimiento y evaluación, se encuentran definidas en los manuales de operación de cada uno de los fondos. Las instituciones informan a los beneficiarios las condiciones, formas de proceder y buenas prácticas a seguir, previo inicio del proyecto. En algunos casos, el seguimiento es a través de informes de avance técnico y rendiciones de gastos y resultados. Las condiciones, los plazos y la dinámica de presentación de los informes varían según el instrumento e institución, guiándose en la mayoría de los casos por un cronograma específico. Solo ciertos organismos se reservan el derecho de exigir este tipo de informaciones cuando lo estimen conveniente durante la ejecución del proyecto.

El monitoreo y la evaluación de los fondos reembolsables es frecuentemente más estricto que en el caso de los no reembolsables. Incluso, a veces se realizan visitas de verificación e inspección en las empresas beneficiarias. Por ejemplo, PROMÉXICO exige la aceptación de estas visitas a las empresas beneficiarias de sus fondos. Además, dichas empresas deben proporcionar todo tipo de documentación que la institución requiera para fines de control. Otro método de monitoreo es la creación de comités especializados, como es el caso de FINEP Brasil.

Sobre la base de la escasa información disponible en internet, es difícil analizar el uso efectivo de los instrumentos. Por lo general, esta información se entrega en las páginas web bajo el tópico “noticias”, haciendo referencia por ejemplo a la cantidad de pymes beneficiadas con ciertos programas o número de empresarios que asistieron a eventos gracias al apoyo otorgado. Algunas instituciones presentan información más detallada, como es el caso de PROMÉXICO, quien a través de sus informes de autoevaluación semestrales, señala detalladamente la cantidad de pymes beneficiadas con sus programas de apoyo y los gastos asociados. Todos estos datos están traducidos en porcentajes de uso por cada instrumento. Otro ejemplo es la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica de Argentina, la cual también publica estadísticas del mencionado FONSOFT, señalando la cantidad de montos adjudicados<sup>3</sup>.

La evaluación pública, a través de un sistema específico, es empleada por algunos de los gobiernos de los nueve países analizados. Un ejemplo son las evaluaciones de los instrumentos de

<sup>3</sup> <http://www.agencia.mincyt.gob.ar/frontend/agencia/post/408>.



CORFO por la Dirección de Presupuestos en Chile en 2011<sup>4</sup>. Un método de evaluación más frecuente son los cuestionarios o herramientas de evaluación y satisfacción, los cuales deben ser contestados obligatoriamente por los beneficiarios de los instrumentos. Por ejemplo, PROMÉXICO establece esta obligación a todos los beneficiarios de sus instrumentos. Una buena práctica fuera de la región es el Plan de Apoyo al Comercio (*Trade Support Scheme*) otorgado por el Gobierno del Territorio del Norte de Australia. Todos los proyectos financiados bajo este esquema están sujetos a auditoría pública, informando al público los costos y los resultados comerciales.

## 6. La transparencia de los instrumentos

La información de muchos instrumentos y programas analizados es en realidad de difícil acceso para los potenciales beneficiarios y otros interesados. En base al estudio de los instrumentos y programas analizados, las informaciones encontradas son: el presupuesto total del instrumento, el tamaño máximo de los desembolsos, las tasas de interés, el porcentaje máximo del proyecto que será financiado, los requisitos necesarios para acceder, los criterios de evaluación y el monitoreo de los fondos entregados.

Aunque sería deseable que los contenidos de los instrumentos estuviesen disponibles en los sitios web de cada uno, en la mayoría de los casos la información es precaria. Además, no es fácil conocer los requisitos para acceder a los instrumentos y los formularios de postulación. Algunos sitios web solo mencionan la existencia del instrumento, pero sin proveer mayores detalles sobre cómo postular. En otros casos, la información existe, pero los datos de los programas están desactualizados. Algunas veces no hay continuidad en el programa o éste ha sido discontinuado, sin que se notifique al público sobre ello. No obstante, algunos países desarrollaron un sistema de transparencia a nivel de gobierno, como en los casos de Chile, México y Uruguay, donde la información de los fondos que las instituciones públicas ofrecen está casi siempre actualizada.

Una institución que se destaca por tener información transparente y de fácil acceso es CORFO en Chile. La mayoría de sus programas tienen documentos destinados a los postulantes, para que éstos puedan conocer toda la información en el caso de desear postular a algún programa. Además, aparecen los criterios de evaluación y el seguimiento del proyecto. Otro buen ejemplo es PROMÉXICO, que en su página web provee toda la información presupuestaria de los programas que ofrece para las pymes.

Fuera de la región, algunos programas de Australia y Canadá se destacan de manera transversal por su transparencia. La información disponible para los beneficiarios en los sitios web institucionales es de fácil acceso, clara, precisa y actualizada. Presentan de forma detallada los requisitos de cada programa, los montos y porcentajes que cubre cada instrumento, las actividades financiables, los formularios de postulación y algunos casos de éxito. Gracias a ello, las pymes pueden saber claramente cómo postular a los diferentes tipos de instrumentos disponibles, lo cual facilita el acceso a estos programas. Además, muchos instrumentos analizados en estos dos países fomentan directamente la innovación exportadora, lo cual no es el caso en América Latina.

<sup>4</sup> Véase [http://www.dipres.gob.cl/574/articles-139669\\_r\\_ejecutivo\\_institucional.pdf](http://www.dipres.gob.cl/574/articles-139669_r_ejecutivo_institucional.pdf).

### III. Conclusiones y recomendaciones

---

La débil inserción internacional de las pymes en la región se explica en parte por sus dificultades para realizar las innovaciones necesarias para acceder a los mercados de exportación (Frohmann y otros, 2016). Estas innovaciones exportadoras se refieren al cumplimiento con las certificaciones o estándares internacionales, la adecuación de sus productos a la demanda internacional, y la selección de los canales de comercialización adecuados. A su vez, las dificultades para innovar de las pymes están relacionadas con importantes fallas de mercado, como por ejemplo el elevado costo y la falta de garantías para acceder al crédito, el alto costo para acceder a información sobre mercados de exportación, el bajo nivel de formación de los trabajadores y la dificultad por acceder a recursos públicos para reforzar el capital humano, entre otros (Frohmann y otros, 2016).

En este contexto, este estudio sintetiza varios programas de apoyo e instrumentos financieros públicos y/o privados para corregir algunas fallas de mercado y promover la innovación exportadora de las pymes en nueve países de América Latina y dos países desarrollados (Australia y Canadá). Se creó una base de datos a partir de una revisión de información disponible en los sitios web y varias entrevistas a funcionarios de agencias gubernamentales. En total, se incluyeron 40 programas e instrumentos, los cuales son sólo ejemplos y no constituyen una lista exhaustiva. Se puede concluir que el sector público apoya la innovación de las pymes exportadoras principalmente a través de los organismos de promoción comercial y, en menor medida, de bancos de desarrollo e instituciones de fomento a la innovación.

La revisión de los programas e instrumentos existentes y su impacto reveló varios retos. En varios países existe fragmentación, dispersión y escasa coordinación entre los organismos e instituciones vinculadas a estos programas. Asimismo, pocos programas son desarrollados con un objetivo a largo plazo. Por ello es frecuente que exista una superposición de programas creados en distintos momentos, con lógicas y objetivos similares. En algunos casos, los instrumentos de fomento dependen de financiamiento externo inestable. Además, las postulaciones a éstos se ven complicadas por la escasa transparencia y la dificultad de acceder a los requisitos para postular. En resumen, el número limitado de instrumentos, los bajos montos financieros asociados y una gestión deficiente en algunos casos explican por qué es imposible atender las grandes necesidades de las potenciales pymes exportadoras en la región.

Apartir de buenas prácticas dentro y fuera de la región, se pueden formular algunas recomendaciones para mejorar el apoyo a la innovación exportadora. Por comenzar, se debería mejorar el funcionamiento y uso de los programas e instrumentos existentes. El diseño de ellos debiera hacerse a

partir de un mejor diagnóstico de las falencias y los obstáculos que enfrentan las pymes en su proceso de innovación exportadora, posiblemente con la participación de los gremios de las mismas empresas. Se requiere también mejorar la información sobre los contenidos, el uso y los requisitos para postular a los programas e instrumentos. Es indispensable fortalecer y apoyar las pymes en la formulación de buenos proyectos de innovación para exportar y el proceso de postulación.

Los programas de apoyo a la internacionalización de empresas, focalizados en la promoción de exportaciones, se verían fortalecidos si también fomentaran la capacidad de innovar de la empresa. De manera más general, la promoción de las exportaciones debería vincularse más con el apoyo al proceso innovador mediante una mayor coordinación entre los organismos de promoción comercial, los bancos de desarrollo y otras instituciones de apoyo a la innovación. En algunos casos, estas mejoras son difíciles de implementar, debido a la reducida capacidad de las instituciones, lo cual se asocia a las restricciones financieras en materia de recursos humanos y la dependencia de la cooperación internacional.

Finalmente, se requiere también aumentar los fondos de los programas e instrumentos para intensificar el apoyo a la innovación de pymes exportadoras de bienes y servicios no tradicionales y de mayor valor agregado. Todas las propuestas mencionadas contribuirían a una mayor diversificación de la canasta exportadora y la inclusión de un mayor número de empresas y trabajadores en el sector exportador.

## Bibliografía

---

- Australian Trade Commission (2002), "Knowing and growing the exporter community", AUSTRADE, Sydney.
- Bernard, Andrew and Bradford Jensen (1999), "Exceptional exporter performance: Cause, effect, or both?", *Journal of International Economics*, 47(1), 1-25.
- CEPAL (2011), "Experiencias exitosas en innovación, inserción internacional e inclusión social: Una mirada desde las pymes", CEPAL-BID-OEA, Santiago.
- CEPAL y OCDE (2013), "Perspectivas económicas de América Latina 2013: Políticas de PYMES para el cambio estructural", Santiago.
- CEPAL (2014), "El financiamiento para el comercio internacional y el rol de la banca de desarrollo en América Latina y el Caribe". Financiamiento para el desarrollo, Santiago.
- Chaves Sanabria, Guisella y Oswaldo Segura (2010), "Aportes para la internacionalización de la MIPYME en Costa Rica", FUNDES-PROCOMER, San José, Costa Rica.
- Frohmann, Alicia (2010), "Competitividad de las pymes exportadoras: Programas para promover su Internacionalización", Organización de los Estados Americanos, insumo al Diálogo "Políticas públicas para promover la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES)", organizado en Ciudad de México el 1 y 2 de noviembre.
- Frohmann, Alicia Nanno Mulder, Ximena Olmos y Roberto Urmeneta (2016), "Internacionalización de las pymes: Innovación para exportar", CEPAL, Santiago.
- Fung, K.C., Alicia Garcia-Herrero y Mario Nigrinis Ospina (2013), "Latin American Commodity Export Concentration: Is There a China Effect?", Working Paper, Número 13/06, BBVA Research, Hong Kong.
- Melitz, Marc (2003), "The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity," *Econometrica*, 71(6), 1695-1725.
- Melitz, Marc and D. Trefler (2012), Gains from Trade when Firms Matter, *Journal of Economic Perspectives*, 26(2), 91-118.
- Milesi, Dario, Virginia Moori, Verónica Robert y Gabriel Yoguel (2007) "Desarrollo de ventajas competitivas: pymes exportadoras exitosas en Argentina, Chile y Colombia" *Revista de la CEPAL*, 92, 25-43.
- Milesi, Dario, Virginia Moori y Gabriel Yoguel (2007), "Estudio comparado sobre el éxito exportador pyme en Argentina, Chile y Colombia", FUNDES.
- Milesi, Dario y Carlos Aggio (2008), "Éxito exportador, innovación e impacto social: Un estudio exploratorio de PYMES exportadoras latinoamericanas", FUNDES-BID, Washington, DC.

- Park, Hyunju y Nanno Mulder (2017), “Innovación exportadora de las pymes revelada por el margen extensivo”, en Alicia Frohmann, Nanno Mulder y Ximena Olmos (compiladores), Promoción de la innovación exportadora: instrumentos de apoyo a las pymes, CEPAL, Santiago.
- Volpe, Christian (2010), *Odyssey in international markets: An assessment of the effectiveness of export promotion activities in Latin America and the Caribbean*”, Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, DC.

## **Anexo**

---

## Instrumentos de apoyo a la innovación exportadora

**Cuadro A.1.**  
**Base de datos de los instrumentos de apoyo a la innovación exportadora**

Pais	Nombre de Institución	Tipo de Institución	Descripción	Objetivos	Página web
Argentina	Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica	Pública	1. ANR Ventanilla Internacional FONSOFT	Apoyar proyectos de innovación tecnológica en el área de TIC.	<a href="http://www.agencia.mincyt.gob.ar/fron_tend/agencia/convocatoria/258">http://www.agencia.mincyt.gob.ar/fron_tend/agencia/convocatoria/258</a>
Argentina	Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica	Pública	2. Crédito Exporta FONSOFT	Apoyar la iniciación o consolidación en la actividad exportadora de las empresas pymes del sector TIC.	<a href="http://www.agencia.mincyt.gob.ar/fron_tend/agencia/convocatoria/313">http://www.agencia.mincyt.gob.ar/fron_tend/agencia/convocatoria/313</a>
Argentina	Banco de la Nación Argentina	Pública	3. Financiamiento de Exportaciones	Financiamiento en moneda extranjera para vender a plazo bienes de origen argentino en los mercados del exterior y cobrar al contado.	<a href="http://www.bna.com.ar/Empresas/pymes/ComercioExterior/FinanciacionDeExportacionesArgentinas">http://www.bna.com.ar/Empresas/pymes/ComercioExterior/FinanciacionDeExportacionesArgentinas</a>
Argentina	Consejo Federal de Inversiones	Pública	4. Créditos para la Producción Regional Exportable	Brindar asistencia financiera a las empresas radicadas en las provincias argentinas, cuya producción muestra perspectivas exportables.	<a href="http://cfi.org.ar/servicios/empresas-micro-pymes/creditos/creditos-para-la-produccion-regional-exportable/">http://cfi.org.ar/servicios/empresas-micro-pymes/creditos/creditos-para-la-produccion-regional-exportable/</a>
Argentina	Consejo Federal de Inversiones	Pública	5. Prefinanciación de Exportaciones Argentinas	Préstamos en moneda extranjera otorgados con anterioridad al embarque de las mercaderías a ser exportadas, para financiar el proceso productivo y de acondicionamiento de las mismas.	<a href="http://www.bna.com.ar/Empresas/pymes/ComercioExterior/PrefinanciacionDeExportacionesArgentinas#collapseOne">http://www.bna.com.ar/Empresas/pymes/ComercioExterior/PrefinanciacionDeExportacionesArgentinas#collapseOne</a>
Argentina	Fundación PROMENDOZA	Privada	6. Programa Pymexporta	Promover productos de pymes en el exterior, conseguir nuevos clientes y concretar exportaciones. Reembolso mediante el sistema de reintegros, hasta el 50% de los gastos de promoción en el exterior a fin de que las empresas -tanto potenciales como actuales exportadoras- tengan mejores posibilidades de desarrollar nuevos mercados y nuevos productos. Es un co-financiamiento para actividades como desarrollo de identidad corporativa, marca y herramientas de promoción, diseño de embalaje y material de presentación, pasaje y estadía para ferias internacionales y misiones comerciales, contratación de stands y registro de marcas y patentes en el extranjero.	<a href="http://www.promendoza.com/promendoza-lanzo-su-programa-pymexporta/">http://www.promendoza.com/promendoza-lanzo-su-programa-pymexporta/</a>

Cuadro A.1 (continuación)

País	Nombre de Institución	Tipo de Institución	Descripción	Objetivos	Página web
Brasil	Agencia Brasileña de Promoción de Exportaciones e Inversiones	Pública	7. Design Export	Promover la integración de la gestión de la innovación y el diseño antes de que las empresas brasileñas a la promoción internacional de sus productos y servicios.	<a href="https://www.designexport.org.br/">https://www.designexport.org.br/</a>
Brasil	Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social	Pública	8. Exportación Pre-embarque	Financiar la producción de bienes de capital para la exportación.	<a href="https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/produto/bndes-exim-pre-embarque">https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/produto/bndes-exim-pre-embarque</a>
Brasil	Financiadora de Estudios y Proyectos	Pública	9. Financiamiento No Reembolsable	La concesión de financiación se concede a las instituciones científicas y tecnológicas para la ejecución de proyectos de desarrollo científico y tecnológico de la investigación la infraestructura y la capacitación de los recursos humanos. Los proyectos pueden ser llevados a cabo por las instituciones por sí solo, en grupos, o en colaboración con empresas. Son elegibles para financiación de subvención las empresas privadas y públicas brasileñas, de cualquier tamaño, de forma individual o en combinación, para llevar a cabo proyectos de innovación tecnológica que impliquen oportunidades de riesgo y del mercado tecnológico. Los mecanismos y criterios de evaluación, calificación y selección de los proyectos se definen por la FINEP de acuerdo con las directrices y las cuestiones estratégicas definidas en los tomadores de decisiones en relación con el origen de los recursos y que tienen como parámetros de Planes y Políticas del Gobierno Federal.	<a href="http://www.finep.gov.br/apoio-e-financiamento-externa/instrumentos-de-apoio/financiamento-nao-reembolsavel">http://www.finep.gov.br/apoio-e-financiamento-externa/instrumentos-de-apoio/financiamento-nao-reembolsavel</a>
Brasil	Financiadora Nacional de Estudios y Proyectos	Pública	10. Financiamiento Reembolsable Plan de Brasil Mayor	Apoyar los planes de inversiones estratégicas en la innovación de las empresas, en línea con el Plan de Brasil Mayor - y los siguientes directrices: 1) aumentar la competitividad nacional e internacional; 2) aumentar las actividades de investigación y desarrollo en el país y cuyas inversiones son consistentes con la dinámica tecnológica de regional o insertada en los arreglos productivos locales, con sujeción a los programas del Ministerio de Ciencia, tecnología e innovación; 4) contribución a la consolidación tecnológica y simplificación de las cadenas de suministro; 5) asociación con universidades y / o instituciones de investigación del país.	<a href="http://www.finep.gov.br/apoio-e-financiamento-externa/instrumentos-de-apoio/financiamento-reembolsavel/">http://www.finep.gov.br/apoio-e-financiamento-externa/instrumentos-de-apoio/financiamento-reembolsavel/</a>



Cuadro A.1 (continuación)

Pais	Nombre de Institución	Tipo de Institución	Descripción	Objetivos	Página web
Brasil	Financiadora de Estudios y Proyectos	Pública	11. Subsidios económicos	La concesión de la ayuda económica para la innovación en las empresas	<a href="http://www.finep.gov.br/apoio-e-financiamento-externa/instrumentos-de-apoio/subvencao-economica">http://www.finep.gov.br/apoio-e-financiamento-externa/instrumentos-de-apoio/subvencao-economica</a>
Chile	Corporación de Fomento de la Producción	Pública	12. Garantía CORFO Comercio Exterior	Respalda los créditos que financian inversión o capital de trabajo. Las garantías cubren hasta cierto porcentaje, que va a depender del tamaño de la empresa y las características de la operación. CORFO avala parcialmente a la empresa exportadora o productora ante la institución financiera (banco o cooperativa) para obtener un crédito, y sirve de respaldo ante un eventual incumplimiento de la empresa en el pago del préstamo. Permite apoyar proyectos de empresas que busquen mejorar la calidad y productividad de sus proveedores. CORFO entrega cofinanciamiento de hasta el 50% del total del proyecto	<a href="https://www.corfo.cl/sites/cpp/gif-2016-cobex">https://www.corfo.cl/sites/cpp/gif-2016-cobex</a>
Chile	Corporación de Fomento de la Producción	Pública	13. Proyectos Asociativos de Fomento (PROFO)	Mejorar la gestión de empresas para que enfrenten mayores desafíos productivos, desarrollen capital social, incrementen su oferta de labor y accedan a nuevos mercados.	<a href="https://www.corfo.cl/sites/cpp/convocatorias/pmy-2016-proyectos_asociativos_de_fomento">https://www.corfo.cl/sites/cpp/convocatorias/pmy-2016-proyectos_asociativos_de_fomento</a>
Chile	PROCHILE	Pública	14. Ferias internacionales	Entregar apoyo comercial y logístico en destino, coordinación de reuniones con potenciales compradores y facilitación de la habilitación y montaje de un stand.	<a href="http://www.prochile.gob.cl/promocion-tus-productos-y-servicios-en-el-extranjero/ferias/">http://www.prochile.gob.cl/promocion-tus-productos-y-servicios-en-el-extranjero/ferias/</a>
Chile	PROCHILE	Pública	15. Concurso Industrias	Apoyar y fomentar las exportaciones de bienes manufacturados no alimenticio a través del cofinanciamiento y apoyo en la gestión de acciones de promoción comercial en el exterior.	<a href="http://www.prochile.gob.cl/minisitio/cursos">http://www.prochile.gob.cl/minisitio/cursos</a>
Chile	PROCHILE	Pública	16. Concurso Servicios	Apoyar las exportaciones de servicios, a través del cofinanciamiento y promoción comercial en el exterior.	<a href="http://www.prochile.gob.cl/minisitio/cursos/">http://www.prochile.gob.cl/minisitio/cursos/</a>
Chile	PROCHILE	Pública	17. Concurso Silvoagropecuario	Promover las exportaciones de alimentos frescos o procesados, productos forestales, a través del cofinanciamiento y apoyo en la gestión de diferentes proyectos de estrategia de promoción de exportaciones, tanto de actuales exportadores, como de todo aquél que tenga el potencial para iniciarse en su proceso de internacionalización.	<a href="http://www.prochile.gob.cl/minisitio/cursos/">http://www.prochile.gob.cl/minisitio/cursos/</a>
Chile	EuroChile	Privada	18. Enterprise Europe Network	Coordinar traídas de expertos, pasantías en la Unión Europea, agendas de participación en ferias internacionales y misiones tecnológicas a Europa, postulando a instrumentos de promoción públicos y privados.	<a href="http://www.eurochile.cl/index.php/es/te-conectamos-a-europa/enterprise-europe-network">http://www.eurochile.cl/index.php/es/te-conectamos-a-europa/enterprise-europe-network</a>

Cuadro A.1 (continuación)

País	Nombre de Institución	Tipo de Institución	Descripción	Objetivos	Página web
Colombia	PROCOLOMBIA-Balcoldex	Pública	19. Programa de Formación Exportadora	Complementar los conocimientos técnicos en exportaciones y a dar herramientas gerenciales, con un enfoque práctico y empresarial, que permitan a las empresas mejorar la posición competitiva internacional. Bancoldex forma parte activa de este programa dictando mensualmente en 21 ciudades del país.	<a href="http://www.colombiatrade.com.co/herramientas/programas-de-formacion-exportadora">http://www.colombiatrade.com.co/herramientas/programas-de-formacion-exportadora</a>
Colombia	PROCOLOMBIA	Pública	20. Servicios al Exportador	Acompañar los empresarios durante todo el proceso exportador por gente capacitada y asesoría específica	<a href="http://www.procolombia.co/exporte/servicios-al-exportador">http://www.procolombia.co/exporte/servicios-al-exportador</a>
Costa Rica	Cámara de Exportadores de Costa Rica	Privado	21. Promoción Comercial	Hacer estudios que identifican mercados potenciales para las empresas. Mediante herramientas como las ruedas de negocios, ferias internacionales, misiones comerciales y agendas especializadas, los exportadores logran mejor identificar nuevos clientes en el extranjero.	<a href="https://www.cadexco.net/boton-promocion-comercial/">https://www.cadexco.net/boton-promocion-comercial /</a>
Costa Rica	Cámara de Exportadores de Costa Rica	Privado	22. Servicios al Exportador	Facilitar el proceso de internacionalización de empresas. Además, acompañar el desarrollo y fortalecimiento de las capacidades empresariales y de exportación.	<a href="https://www.cadexco.net/servicios-al-exportador/">https://www.cadexco.net/servicios-al-exportador/</a>
Costa Rica	Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER)	Público	23. Capacitaciones de Procesos de Exportación	Capacitaciones que permiten la formación del sector exportador en materia de herramientas, sistemas, confección de documentos y normativa vigente relacionada a los procesos de exportación costarricenses.	<a href="http://www.procomer.com/es/quiero/capacitaciones">http://www.procomer.com/es/quiero/capacitaciones</a>
Costa Rica	Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica PROCOMER	Público	24. Programa Creando Exportadores	Es un programa de 8 módulos (6 meses), dirigido a lograr una mayor internacionalización de la pyme exportadora. El programa desarrolla temas que permiten a los participantes mejorar sus conocimientos para que- al finalizar la capacitación - construyan un plan de exportación. Creando exportadores es funcional para todos los sectores de exportación. Esta capacitación ha ampliado su cobertura a las zonas rurales del país, con el programa Creando exportadores orgánicos.	<a href="https://www.correos.go.cr/servicios/exportafacil/">https://www.correos.go.cr/servicios/exportafacil/</a>
Costa Rica	PROCOMER y Correos de Costa Rica	Pública	25. Exporta Facil	Exportar los productos de pymes a más de 190 países. Este servicio se brinda en todas las sucursales de Correos.	<a href="https://www.correos.go.cr/servicios/exportafacil/">https://www.correos.go.cr/servicios/exportafacil/</a>

Cuadro A.1 (continuación)

País	Nombre de Institución	Tipo de Institución	Descripción	Objetivos	Página web
Ecuador	Alianza para el Emprendimiento e Innovación (AEI)	Público-Privado	26. Fideicomiso para el Emprendimiento e Innovación	Este red de actores públicos, privados y académicos busca promover el emprendimiento y la innovación.	<a href="http://www.aei.ec/">http://www.aei.ec/</a>
Ecuador	Varias instituciones	Pública	27. Exporta Fácil	Es un sistema simplificado, ágil, efectivo y económico de exportaciones por medio de envíos postales. Está orientado a fomentar el envío de productos de artesanos, micro, pequeños y medianos empresarios, emprendedores y actores de la economía popular y solidaria a los diferentes mercados internacionales	<a href="http://www.exportafacil.gob.ec/">http://www.exportafacil.gob.ec/</a>
Guatemala	Ministerio de Economía	Pública	28. Internacionalización de las mipymes	Fomentar la empresarialidad, la productividad y la competitividad de las mipymes para posicionarse en el mercado local e incursionar con éxito en los mercados internacionales.	<a href="http://www.mineco.gob.gt/internacionalizaci%C3%A9n-de-las-mipymes-0">http://www.mineco.gob.gt/internacionalizaci%C3%A9n-de-las-mipymes-0</a>
México	BancoMext	Pública	29. Crédito pymex	Crédito a pymes exportadoras	<a href="http://www.bancomext.com/productos-y-servicios/credito-pymex/programa-pymex">http://www.bancomext.com/productos-y-servicios/credito-pymex/programa-pymex</a>
México	PROMÉXICO	Pública	30. Pasos para internacionalizarse	Apoyar el diseño de envase, empaque, embalaje y etiquetado de productos de exportación	<a href="http://www.promexico.gob.mx/es/mx/pasos-para-internacionalizarse">http://www.promexico.gob.mx/es/mx/pasos-para-internacionalizarse</a>
Uruguay	Fondo para la Convergencia Estructural del MERCOSUR y Ministerio de Industria, Energía y Minería	Pública	31. Proyecto de Internacionalización de la Especialización Productiva (PIEP) – segunda etapa	Apoyar proyectos de inversión que incorporan aplicaciones tecnológicas innovadoras en cadenas de exportación prioritizadas	<a href="http://piep.org.uy/">http://piep.org.uy/</a>
Uruguay	Uruguay XXI- Promoción de inversiones y exportaciones	Pública33	32. ProExport+	Contribuir a la mejora de la competitividad de las pymes, facilitando su inserción internacional, mediante la profesionalización de la gestión y la promoción de acciones en los mercados externos. La estrategia apunta a apoyar a las pymes o con potencial de exportación para prepararlas hacia futuras exportaciones, aumentar sus exportaciones y diversificar los mercados internacionales a través del cofinanciamiento de actividades de promoción	<a href="http://www.uruguayxxi.gub.uy/exportaciones/proexport/">http://www.uruguayxxi.gub.uy/exportaciones/proexport/</a>
Uruguay	Uruguay XXI-	Pública	33. ProTIC	Promover la internacionalización de empresas TIC a través del cofinanciamiento de actividades de promoción. Es una iniciativa del Programa de Apoyo a los Servicios Globales de Exportación, que es ejecutada por Uruguay XXI y cuenta con la financiación del BID.	<a href="http://www.uruguayxxi.gub.uy/informacion/knowledge-base/protic/">http://www.uruguayxxi.gub.uy/informacion/knowledge-base/protic/</a>

Cuadro A.1 (conclusión)

País	Nombre de Institución	Tipo de Institución	Descripción	Objetivos	Página web
Australia	Gobierno del Territorio de la Capital	Pública	1. Trade Connect Grant Program	Ayudar a empresas basadas en Canberra basado con una gama de actividades de desarrollo de mercados de exportación.	<a href="http://www.business.act.gov.au/grants-and-assistance/grants/trade_connect">http://www.business.act.gov.au/grants-and-assistance/grants/trade_connect</a>
Australia	Metropolitano, Perth	Pública	2. Industry Facilitation and Support Program	Mejorar los resultados de participación en los mercados internacionales de la industria local. Está diseñado para apoyar pequeñas y medianas y empresas de manufactura o servicios del oeste australiano.	<a href="https://www.commerce.wa.gov.au/sites/default/files/atoms/files/industry_facilitation_and_support_program_regional_round_application_formv2.pdf">https://www.commerce.wa.gov.au/sites/default/files/atoms/files/industry_facilitation_and_support_program_regional_round_application_formv2.pdf</a>
Australia	Programa de apoyo al comercio del Departamento de Comercio del gobierno del Norte	Pública	3. Trade Support Scheme	Crear nuevas oportunidades proporcionando organizaciones localizadas en el territorio norteño con ayuda financiera para sufragar el costo de las actividades de marketing internacionales de exportación.	<a href="https://nt.gov.au/industry/start-run-and-grow-a-business/business-grants-and-funding/trade-support-scheme">https://nt.gov.au/industry/start-run-and-grow-a-business/business-grants-and-funding/trade-support-scheme</a>
Canadá	Agencia Federal para el Desarrollo Económico de Ontario del Sur (FedDev)	Pública	4. Investing in Business Growth & Productivity – SMEs	Impulsar el crecimiento económico y la creación de empleo, ayudando a las empresas a ampliar sus mercados y las instalaciones, la adopción de nuevas tecnologías y procesos para mejorar la productividad y aumentar la capacidad de negocio para participar en los mercados globales e integrarse en las cadenas de valor globales.	<a href="http://www.feddevontario.gc.ca/eic/site/723.nsf/eng/h_01867.html">http://www.feddevontario.gc.ca/eic/site/723.nsf/eng/h_01867.html</a>
Canadá	Asociación canadiense de productores y exportadores (CME)	Pública	5. Canadian Manufacturers & Exporters (CME) grant program	Acelerar la identificación y adopción de las inversiones en tecnologías avanzadas, incluidas las TIC, la robótica, la fabricación aditiva (impresión en 3D), tecnología basada en sensores, instrumentación, envasado automatizado y manejo de materiales, nanotecnologías, tecnologías limpias, y las soluciones innovadoras de comunicación avanzadas	<a href="http://www.mentorworks.ca/what-we-offer/government-funding/capital-investment/cme-smart/#sthash.kwOj32ot.dpuf">http://www.mentorworks.ca/what-we-offer/government-funding/capital-investment/cme-smart/#sthash.kwOj32ot.dpuf</a>
Canadá	Agencia Federal de Desarrollo Económico para Ontario	Pública	6. Community Futures Programme	Ofrecer una amplia variedad de programas y servicios de apoyo al desarrollo económico de la comunidad y el crecimiento de pequeñas empresas	<a href="http://www.feddevontario.gc.ca/eic/site/723.nsf/eng/h_00041.html">http://www.feddevontario.gc.ca/eic/site/723.nsf/eng/h_00041.html</a>
Canadá	Servicio de Comisario de Comercio de Canadá	Pública	7. The Canadian International Innovation Program (CIIP)	Promover y apoyar proyectos bilaterales de investigación con alto potencial de comercialización entre Canadá y los países socios. También estimula las actividades de ciencia y tecnología de redes y matchmaking bilaterales para promover nuevas asociaciones y acelerar la comercialización de la investigación y el desarrollo. El CIIP es un "fondo semilla", lo que significa que también se anima a otros participantes del sector Pública y Privada para llevar la experiencia y los fondos de su propia ciencia y la tecnología a la relación bilateral	<a href="http://tradecommissioner.gc.ca/funding-financement/ciip-pcii/index.aspx?lang=eng">http://tradecommissioner.gc.ca/funding-financement/ciip-pcii/index.aspx?lang=eng</a>



NACIONES UNIDAS

**Serie****CEPAL****Comercio Internacional****Números publicados****Un listado completo así como los archivos pdf están disponibles en****[www.cepal.org/publicaciones](http://www.cepal.org/publicaciones)**

138. La innovación exportadora en las pequeñas y medianas empresas: programas de apoyo y financiamiento en América Latina, Nanno Mulder y Andrea Pellandra, (LC/TS.2017/162), 2017.
137. Trade integration and production sharing: A characterization of Latin American and the Caribbean countries' participation in regional and global value chains, Dayna Zaclicever, (LC/TS.2017/161), 2017.
136. Use of knowledge intensive services in the Chilean wine industry, Fulvia Farinelli, Karina Fernández-Stark, Javier Meneses, Soledad Meneses, Nanno Mulder and Karim Reuse, (LC/TS.2017/147), 2017.
135. Opciones para la convergencia entre la Alianza del Pacífico y el Mercado Común del Sur (MERCOSUR): la regulación de la inversión extranjera directa, Sebastián Herreros y Tania García-Millán (LC/TS.2017/81), 2017.
134. Ajustes en producción y empleo ante choques de magnitud al comercio: evidencias al nivel de firmas en Colombia, Lucas Navarro y Andrea Pellandra, (LC/TS.2017/79), 2017.
133. El impacto del comercio con China en los mercados laborales locales de Chile, Andrea Pellandra, (LC/TS.2017/54), 2017.
132. Asia-Pacific and Latin America: dynamics of regional integration and international cooperation, Akio Hosono, (LC/TS.2017/49), 2017.
131. La irrupción de China y su impacto sobre la estructura productiva y comercial en América Latina y el Caribe, José Durán Lima y Andrea Pellandra, (LC/TS.2017/6), 2017.

# COMERCIO INTERNACIONAL



COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE  
ECONOMIC COMMISSION FOR LATIN AMERICA AND THE CARIBBEAN  
[www.cepal.org](http://www.cepal.org)