



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Ventaja comparativa y su posicionamiento en el mercado global de  
la palta 2001-2021

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciada en Administración y Negocios Internacionales**

**AUTORES:**

Fasabi Zegarra, Mariam Cristina (orcid.org/0000-0002-4053-3261)  
Sandoval Luna, Alexandra Nicolle (orcid.org/0000-0003-0588-3896)

**ASESOR:**

Mgtr. Macha Huaman, Roberto (orcid.org/0000-0002-5361-9910)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing y Comercio Internacional

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2023

## Dedicatoria

A nuestros padres, por todo su amor y apoyo incondicional que nos impulsan a seguir hacia adelante.

A nuestros hermanos, por brindarnos su apoyo moral para la realización de esta investigación.

A nosotras mismas, por mantener una actitud positiva y responsable, la cual, permitió culminar con éxito el desarrollo de la investigación.

## Agradecimiento

En primer lugar, agradecemos a nuestros padres, por su apoyo incondicional para lograr cumplir nuestros objetivos académicos y personales.

En segundo lugar, agradecemos a nuestro asesor el Mgtr. Roberto Macha por transmitir sus conocimientos y orientarnos pacientemente en el proceso de elaboración del trabajo.

Por último, agradecer a la Universidad César Vallejo por formar profesionales con un alto sentido ético y de responsabilidad social.

## Índice de contenidos

<b>Carátula</b> .....	<b>i</b>
<b>Dedicatoria</b> .....	<b>ii</b>
<b>Agradecimiento</b> .....	<b>iii</b>
<b>Índice de contenidos</b> .....	<b>iv</b>
<b>Índice de tablas</b> .....	<b>v</b>
<b>Resumen</b> .....	<b>vi</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>vii</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>II. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>6</b>
<b>III. METODOLOGÍA</b> .....	<b>13</b>
<b>3.1 Tipo y diseño de investigación</b> .....	<b>13</b>
<b>3.2 Variables y operacionalización</b> .....	<b>14</b>
<b>3.3 Población, muestra y muestreo</b> .....	<b>15</b>
<b>3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b> .....	<b>16</b>
<b>3.5 Procedimientos</b> .....	<b>16</b>
<b>3.6 Método de análisis de datos</b> .....	<b>17</b>
<b>3.7 Aspectos éticos</b> .....	<b>18</b>
<b>IV. RESULTADOS</b> .....	<b>19</b>
<b>V. DISCUSIÓN</b> .....	<b>30</b>
<b>VI. CONCLUSIONES</b> .....	<b>32</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES</b> .....	<b>34</b>
<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>35</b>
<b>ANEXOS</b>	

## Índice de tablas

Tabla 1 Variable Independiente.....	15
Tabla 2 Variable Dependiente .....	15
Tabla 3 Tabla de los índices estandarizados .....	21
Tabla 4 Tabla de Correlación de Pearson .....	22
Tabla 5 Correlación VCR - PRM .....	23
Tabla 6 Correlación Exportaciones Tn - PRM .....	24
Tabla 7 Correlación Rendimiento - PRM.....	25
Tabla 8 Correlación Área Cosechada - PRM .....	25
Tabla 9 Correlación Producción - PRM.....	26
Tabla 10 Correlación Exportación Tn - VCR .....	26
Tabla 11 Prueba de Normalidad.....	27
Tabla 12 Resumen del modelo, ANOVA y coeficiente .....	29

## Resumen

La investigación tuvo como objetivo principal analizar la relación de la ventaja comparativa y posicionamiento del mercado global de la palta en el período de 2001-2021. La metodología aplicada fue: enfoque cuantitativo; tipo aplicada; diseño no experimental; longitudinal y ex post facto; de alcance descriptivo, correlacional y explicativa; la técnica fue de análisis documental, instrumento la ficha de registro de datos; asimismo, se utilizaron datos de la Food and Agriculture Organization (FAO) e International Trade Centre (ITC) por medio de la partida de sistema armonizado 080440, la muestra fue no probabilística a conveniencia porque se tomaron datos estandarizados de 16 países con información completa en todo los indicadores. El resultado demostró que, existe una relación significativa entre ventaja comparativa y posicionamiento del mercado global de la palta en el período de 2001-2021, obteniendo una correlación positiva perfecta según el coeficiente de correlación de Pearson; asimismo, (1) existe una correlación positiva fuerte y significativa entre las exportaciones y el posicionamiento de mercado, (2) las variables de los factores productivos y el posicionamiento de mercado tienen una significancia con valores superiores al 0.05 y una correlación de positiva débil (3) existe una relación positiva muy fuerte entre la ventaja comparativa revelada y las exportaciones; (4) existe una influencia significativa del 96.1% de la VCR sobre las exportaciones en toneladas. Se concluye que, la VCR y el posicionamiento de mercado tienen una correlación positiva perfecta, en el que ambas variables son altamente dependientes; además, se demostró que los factores productivos no tienen una influencia significativa en el posicionamiento de mercado y que las exportaciones de la palta en toneladas alta dependencia de la VCR. Se recomienda para próximas investigaciones, se enfoquen en ampliar el análisis de otros indicadores que lleguen a interactuar con la ventaja comparativa; asimismo, se sugiere implementar un modelo predictivo enfocado en el comercio mundial de la palta.

**Palabras clave:** Ventaja comparativa, ventaja comparativa revelada, competitividad, posicionamiento de mercado, exportaciones de palta.

## Abstract

The main objective of the research was to analyze the relationship between comparative advantage and positioning of the global avocado market in the period 2001-2021. The methodology applied was: quantitative approach; applied type; non-experimental design; longitudinal and ex post-facto; descriptive, correlational and explanatory scope; the technique was documentary analysis, data registration form; also, data from the Food and Agriculture Organization (FAO) and International Trade Centre (ITC) were used for the population through the harmonized system item 080440, where the non-probabilistic sample was standardized data from 16 countries with complete information. The result showed that, there is a significant relationship between comparative advantage and global market positioning of avocado in the period of 2001-2021, obtaining a perfect positive correlation according to Pearson's correlation coefficient; also, (1) there is a strong and significant positive correlation between exports and market positioning; (2) the variables of productive factors and market positioning have a significance with values higher than 0.05 and a weak positive correlation; (3) there is a very strong positive relationship between revealed comparative advantage and exports; (4) there is a significant influence of 96.1% of RCA on exports in tons. It is concluded that, RCA and market positioning have a perfect positive correlation, in which both variables are highly dependent; furthermore, it was demonstrated that productive factors do not have a significant influence on market positioning and that avocado exports in tons are highly dependent on RCA. It is recommended for future research to focus on expanding the analysis of other indicators that interact with comparative advantage; likewise, it is suggested to implement a predictive model focused on world avocado trade.

**Keywords:** Comparative advantage, revealed comparative advantage, competitiveness, market positioning, avocado exports.

## I. INTRODUCCIÓN

La ventaja comparativa revelada (VCR) mide el desempeño y la participación que tiene un país respecto a las exportaciones a nivel mundial que tienen de un bien (Losada et al., 2017); es decir, la VCR identifica la capacidad que tiene un país para producir un bien y exportarlo mundialmente (López y Cerrato, 2021). Por lo tanto, esta herramienta identifica la relevancia que tiene un producto en las exportaciones del país (López et al., 2020); asimismo, permite comprobar si la entrada de un determinado producto revela ventajas o desventajas (Souza et al., 2018). En este sentido, la VCR permite saber el nivel de especialización en las exportaciones de un país, haciéndoles saber cuáles son las ventajas o desventajas comerciales que estos poseen con relación a otras naciones.

El posicionamiento del producto es la manera de cómo se promueve y comunica el producto a los consumidores, creando una impresión única y atractiva (Urbina, 2021); es decir, cuando una empresa entiende las necesidades de sus consumidores, ofrecen productos con alto valor agregado las cuales se adecuen a satisfacer sus carencias (Abu y Che Wel, 2022); además, el precio suele ser un componente clave del posicionamiento del producto de una empresa, debido a que se considera que un precio elevado representa una alta calidad del producto y la baja calidad se asocia a un precio bajo (Wang et al., 2020). En ese entender, el posicionamiento del producto es una estrategia muy importante que ayuda a las empresas a tener una ventaja comparativa en un mercado competitivo, creando una imagen positiva y diferenciada de su producto.

La palta presenta un posicionamiento en el mercado internacional debido al reconocimiento por su alto valor nutricional y múltiples beneficios para la salud que han impulsado la gran demanda internacional (Manchego y Mamani, 2019); por lo que, si no se incentiva la productividad de este fruto, llevaría a una severa pérdida en el PBI del país (Portocarrero, 2020); asimismo, se ha identificado que el uso de la inteligencia competitiva permite prevenir errores que puedan ocasionar pérdidas comerciales; sin embargo, esta no ha sido muy difundida en las empresas (Andrade, 2017); además, es importante reconocer que se han impuesto mayores exigencias fitosanitarias para la producción y comercialización de alimentos frescos (Ramos, 2021). Ante lo mencionado, la palta se encuentra posicionada en el mercado mundial debido a su gran cantidad de nutrientes, igualmente se deben

tener presente las constantes exigencias fitosanitarias y el uso de la inteligencia competitiva al momento de su comercialización.

Los países tienden a comercializar un producto, el cual cuente con disponibilidad de factores productivos abundantes, es decir, comercializar un producto que cuente con mayor costo de oportunidad dentro del mercado (Wahyudi y Maipita, 2018); sin embargo, factores como cambio climático e innovación tecnológica ponen en desventaja el proceso productivo de aquellos exportadores que no se adapten al cambio, desfavoreciendo su ventaja comparativa de la palta (Martínez-Arroyo et al., 2022); además, la falta de inversión tecnológica y poca especialización de la mano de obra, limitan la eficiencia y productividad de palta (Vargas, 2021). En este sentido, cuando un país no aplica el análisis de la ventaja comparativa y tampoco realiza el estudio de los factores productivos, presenta desventajas comerciales, tales como, mayores costes de producción, poca especialización de la mano de obra e incorrecta gestión de los recursos naturales.

El análisis del índice de ventaja comparativa revelada (IVCR) de la palta permite identificar su participación en la exportaciones nacionales e internacionales; el resultado de este análisis determina el posicionamiento en el que se encuentra la palta a nivel internacional (Quintanilla, 2021); por esta razón, la prueba IVCR se elige como método para obtener la información a partir del análisis y la comparación (Villegas, 2021); además, permitirá conocer qué productos son competitivos en la comercialización de bienes (Losada et al., 2017). En este sentido, el ICVR es una herramienta importante que permitirá conocer la competitividad que tiene el país y pueda ayudar a realizar una mejor toma de decisión sobre las políticas comerciales y de desarrollo económico.

La comercialización mundial de la palta se encuentra en constante aumento, esta se ha ido centrando en el primer lugar de su producción y exportación (Alfaro y Pajuelo, 2021); de hecho, las exportaciones de la palta han demostrado un incremento mundial del 12%, lo cual nos muestra que este producto está siendo altamente valorado y conocido mundialmente (Ocola et al., 2019). Un claro ejemplo, es el caso de México, pues cuentan con una producción de palta creciente, gracias a la introducción de nuevas tecnologías y variedades eficientes, las cuales han permitido elevar la proporción de área cosechada, teniendo como resultado en el año 2021 una participación del 21.9% en las exportaciones de palta mexicana a

nivel mundial (International Trade Centre, 2023). En este sentido, el país mexicano implementó el uso de las nuevas tecnologías a través de los años, lo cual ha permitido incrementar la comercialización de la palta y diferenciarse de la competencia.

La palta está siendo altamente demandada en los mercados más exigentes, donde el Perú se puede considerar uno de los países exportadores de palta más importante a nivel mundial (Chavez, 2019); asimismo, el mercado peruano mantiene el crecimiento en las exportaciones de palta fresca con aquellos países que tienen Tratado de Libre Comercio (TLC) , como Estados Unidos, Países Bajos y España (Gordillo et al., 2016); sin embargo, las exportaciones de palta peruana, se ven afectadas por diferentes factores macroeconómicos que tienen relación directa (Salazar, 2020); es decir, ante una disminución de la producción nacional, las exportaciones de palta tendrán la tendencia a disminuir. En ese entender, los TLC y factores macroeconómicos influyen en las exportaciones y en el posicionamiento de la palta peruana en los mercados internacionales.

La palta es un fruto altamente competitivo en el mercado internacional, sin embargo, la exportación de este mismo se ha visto vulnerable debido a la gestión deficiente de los factores productivos. Este problema radica principalmente en la inadecuada gestión de los factores de producción en las regiones de aquellos países exportadores y productores de la palta, asimismo, aspectos como la correcta calidad y cantidad de producción influyen significativamente en la competitividad dentro del mercado internacional. Para entender mejor la magnitud de este problema, es crucial realizar una comparación entre aquellos países exportadores de este fruto los cuales gestionan eficientemente sus factores productivos y aquellos que no lo hacen, para así estudiar de mejor manera la ventaja comparativa que estos poseen e identificar las estrategias más efectivas de mejora en la gestión de los factores productivos, fortaleciendo el posicionamiento de la palta en el mercado global.

En resumen, la ventaja comparativa revelada permite medir el desempeño e identificar el nivel de especialización que se tiene en la producción y comercialización de un producto; asimismo, los factores productivos desempeñan una función importante en la competitividad de un bien mediante los procesos de gestión de recursos naturales, mano de obra e innovación tecnológica; por el

contrario, la mala aplicación de estos factores genera un desbalance de comercialización en la competitividad del producto en el mercado, por esta razón, se hará uso del índice de ventaja comparativa revelada de Balassa para identificar la relevancia que tiene el producto en las exportaciones del país y determinar el posicionamiento de la palta en el mercado global.

Esta investigación permitirá dar a conocer el resultado de la ventaja comparativa de la palta y su posicionamiento en el mercado internacional en el período 2001-2021, tomando en cuenta que esta fruta cuenta con una fuerte competencia a nivel mundial. De acuerdo a la problemática, se plantea la pregunta general: ¿Cuál es la relación entre la ventaja comparativa y el posicionamiento del mercado global de la palta en el periodo 2001-2021? y se determina las siguientes preguntas específicas: (1) ¿Cuál es la relación entre las exportaciones y el posicionamiento del mercado global de la palta en el periodo 2001-2021? (2) ¿Cuál es la relación entre los factores productivos y el posicionamiento del mercado global de la palta en el periodo 2001-2021? (3) ¿Cuál es la relación entre la ventaja comparativa revelada y las exportaciones del mercado global de la palta en el periodo 2001 - 2021? (4) ¿Cuál es la influencia de la ventaja comparativa revelada en las exportaciones del mercado global de la palta en el periodo 2001 - 2021?

La investigación tiene como objetivo analizar la ventaja comparativa de la palta y su posicionamiento en el mercado global desde una perspectiva teórica y económica para llegar a comprender los factores que influyen en la competitividad del producto; asimismo, se aplicará el índice de ventaja comparativa revelada propuesto por Balassa, el cual, permitirá identificar los beneficios económicos de la exportación de palta y su contribución a la balanza comercial de los países exportadores, siendo ello información relevante para las empresas exportadoras de este tipo de cultivos. Además, esta investigación proporcionará una base teórica para futuros estudios que validen y complementen los resultados obtenidos.

Por otro lado, la investigación también cuenta con una justificación práctica, donde el análisis realizado de la ventaja comparativa revelada de la palta permitirá a los agroexportadores interesados en incursionar en el mercado de este fruto, identificar las oportunidades de inversión y desafíos que han surgido en el escenario internacional; asimismo, con los resultados obtenidos se podrá analizar la influencia de los factores productivos y motivar a las empresas agroexportadoras

a invertir en tecnología para mejorar el rendimiento y eficiencia de los factores de producción dentro del cultivo de este bien.

Respecto a lo mencionado anteriormente, la ventaja comparativa es una herramienta que permite identificar cuál ha sido el desempeño de determinados productos en las exportaciones nacionales y mundiales; con ello, se puede analizar cuál ha sido la ventaja comparativa de la palta y su posicionamiento en el mercado internacional. En este sentido, la investigación tiene como objetivo general: analizar la relación de la ventaja comparativa en el posicionamiento de mercado global de la palta en el período de 2001-2021 y se determinan los siguientes objetivos específicos: (1) Analizar la relación entre la exportaciones y el posicionamiento del mercado global de la palta en el periodo 2001-2021; (2) Analizar la relación entre los factores productivos y el posicionamiento del mercado global de la palta en el periodo 2001-2021; (3) Analizar la relación entre la ventaja comparativa revelada y la exportaciones del mercado global de la palta en el periodo 2001 – 2021; (4) Analizar la influencia de la ventaja comparativa revelada en las exportaciones del mercado global de la palta en el periodo 2001 - 2021.

Según lo explicado, se plantea la hipótesis general: La ventaja comparativa se relaciona significativamente con el posicionamiento del mercado global de la palta en el periodo 2001-2021 y se determinan las siguientes hipótesis específicas: (1) Las exportaciones se relacionan significativamente con el posicionamiento de mercado global de la palta en el periodo 2001-2021; (2) Los factores productivos se relacionan significativamente con el posicionamiento de mercado global de la palta en el periodo 2001-2021; (3) La ventaja comparativa revelada se relaciona significativamente con las exportaciones del mercado global de la palta en el periodo 2001 - 2021; (4) La ventaja comparativa revelada influye significativamente en las exportaciones del mercado global de la palta en el periodo 2001 - 2021.

## **II. MARCO TEÓRICO**

### **Antecedentes**

La investigación cuenta tanto con antecedentes internacionales como nacionales en relación con el análisis de la ventaja comparativa, que brindan un aporte teórico.

Nicolás y Favila (2019) tuvieron como objetivo analizar la competitividad de la exportación del limón mexicano hacia el mercado europeo, específicamente a Países Bajos; utilizaron el enfoque cuantitativo, diseño: longitudinal; técnica: análisis de datos, indicadores analizados: ventaja comparativa revelada y competitividad del producto en el mercado mencionado. Resultados: México y Argentina presentan ventajas comparativas equiparables; así también, existe un aparente estancamiento de las ventajas de España, lo que sugiere que el limón mexicano amplíe su participación en el mercado europeo. Conclusiones: México ha aplicado correctamente su plan estratégico de exportación, logrando posicionar sus productos como los más competitivos en el mercado internacional; además, el estancamiento de la producción de España incide positivamente en la competitividad del limón mexicano.

Villegas (2021) tuvo como objetivo identificar la posición competitiva del aguacate mexicano en relación a los países de Estados Unidos, Canadá, España y Países Bajos en los años 2001 a 2019; utilizaron el enfoque cuantitativo, diseño longitudinal de análisis de datos; técnica, ventaja comparativa revelada y competitividad de los países estudiados en relación al aguacate. Resultados: El aguacate mexicano presentó un alto grado de competitividad; a través del índice de ventaja comparativa de Balassa, México tuvo una ventaja comparativa hacia Canadá, Países Bajos, España de 18 a 6 años; sin embargo, con Estados Unidos solo tiene 1 año; por otro lado, el índice de VCR de Vollrath indica que México, Canadá, España y Países Bajos tuvieron un VCR de 18 a 10 años; y Estados Unidos no presentó VCR. Conclusiones: Dentro del estudio de 18 años, México destacó por poseer una VCR en 3 de los 4 países seleccionados, siendo Estados Unidos el país que no presenta una significativo VCR.

Ramírez-Padrón et al. (2020) tuvieron como objetivo analizar la ventaja comparativa y competitividad de la fresa mexicana; utilizaron el enfoque cuantitativo, diseño longitudinal de análisis de datos; técnica, ventaja comparativa revelada y competitividad en los mercados importadores. Resultados: La fresa

mexicana posee ventajas comparativas y es competitiva, lo que explica el posicionamiento de México dentro los principales exportadores de fresa a nivel global. Conclusiones: México se considera un exportador mundial de fresa importante, entre sus principales socios comerciales destacan Estados Unidos, Canadá y en el mercado europeo, Países Bajos, siendo Estados Unidos el principal que país que se destinan las exportaciones.

Cruz (2021) tuvo como objetivo analizar qué factores determinan la competitividad del aguacate mexicano considerando la ventaja comparativa revelada específicamente en el mercado estadounidense; utilizaron el enfoque cuantitativo, diseño longitudinal de análisis de datos; técnica, índice de ventaja comparativa revelada y variables económicas. Resultados: México tiene un exceso de producción de aguacate y tiene una alta capacidad exportadora logrando competitividad en el mercado mundial; además, se identifica a Estados Unidos, Canadá y Japón como principales socios comerciales. Conclusiones: De 1995 al 2019, México ha tenido un crecimiento continuo respecto a su producción y comercio internacional de aguacate; además, el indicador de transabilidad demostró que existe un exceso de oferta que permite satisfacer el mercado interno.

Delgado (2019) tuvo como propósito conocer la competitividad y principales determinantes del jitomate mexicano en el mercado de la unión europea en el período 1990 - 2016; utilizaron el enfoque cuantitativo, diseño longitudinal de análisis de datos; técnica, ventaja comparativa de Balassa, Vollrath y Yu et al. Resultados: México presentó un alto nivel de VCR en los años de 1990 a 2016, y afirmó que el mercado europeo es atractivo para comercializar el jitomate, principalmente en países como Bélgica, Francia y Países Bajos. Conclusiones: México tiene una alta ventaja comparativa en la Unión Europea debido a la amplia demanda del jitomate mexicana, asimismo, se encuentra beneficiado por los acuerdos internacionales que tienen con los países miembros.

Soto y Vásquez (2021) tuvieron el objetivo de determinar la competitividad del comercio internacional de la granadilla peruana en el período 2016 - 2020; utilizaron el enfoque cuantitativo, diseño longitudinal de análisis de datos; técnica, ventaja comparativa revelada. Resultados: Perú obtuvo un índice de ventaja comparativa revelada de 0.736 y se evidenció que las exportaciones de granadilla han incrementado ascendentemente. Conclusiones: Perú para lograr posicionarse

en el mercado debe priorizar la calidad y el buen servicio y precio de su producto, asimismo para seguir incrementando sus exportaciones debe mejorar su capacidad productiva.

Ore y Olórtégui López (2021) tuvieron como objetivo determinar el tipo de estructura de mercado de la industria pesquera y su ventaja comparativa revelada; utilizaron el enfoque cuantitativo, diseño longitudinal de análisis de datos; técnica, ventaja comparativa revelada y el índice de Herfindahl-Hirschman (IHH). Resultados: Los resultados del índice de VCR para la harina y el aceite de pescado fueron mayor a 1, deduciendo que estos productos presentan ventaja comparativa. Conclusiones: La industria pesquera peruana ha presentado una concentración moderada de acuerdo con el IHH, además, productos como el aceite y harina de pescado son competitivos en el mercado internacional.

García y Morales (2018) tuvieron el objetivo de determinar las ventajas comparativas reveladas de los productos agroexportables peruanos en el 2016; utilizaron el enfoque cuantitativo, diseño longitudinal de análisis de datos; técnica, ventaja comparativa revelada y las exportaciones agropecuarias no tradicionales peruanas. Resultados: Los productos agroexportables que presentaron mayor cantidad de volumen exportado durante el 2016 fueron las uvas, mangos, bananas y espárragos; asimismo, la uva presentó mayor IVCR con un resultado de 2.517. Conclusiones: Perú fue uno de los mayores exportadores de uvas y mangos frescos durante el 2016; además, se debe aplicar este índice de ventaja comparativa revelada en otros sectores para proponer políticas que favorezcan una mayor especialización en la producción.

Apaza y Riquelme (2022) tuvieron como objetivo analizar la ventaja comparativa y competitiva de la uva y palta producida y exportada de la región Arequipa en el período 2010-2019; utilizaron el enfoque cuantitativo, diseño longitudinal de análisis de datos; técnica, el índice de ventaja comparativa revelada normalizada. Resultados: Existe una correlación fuerte, donde la palta y uvas presentan ventajas comparativas y competitivas en los principales mercados internacionales como: Estados Unidos, Países Bajos, Corea del sur y España. Conclusiones: Estados Unidos representa el mercado de destino más importante para la exportación de uva y palta arequipeña; además, la región deberá seguir

fomentando las exportaciones a los mercados mencionados y diversificar su exportación a otros países dados por los TLC que tiene el Perú.

Castillo y Hilarión Prado (2020) tuvieron como objetivo analizar la influencia de los determinantes de las exportaciones peruanas de cacao y su efecto en su competitividad en el período 1989 - 2018; utilizaron el enfoque cuantitativo-descriptivo, diseño longitudinal de análisis de datos; técnica, Método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO) y Ventaja Comparativa Revelada. Resultados: Las exportaciones de cacao en grano peruano en el período analizado presenta una influencia significativa por la producción nacional del producto, evidenciando la relación directa entre la exportación y producción. Conclusiones: Perú cuenta con especialización en la exportación de cacao en grano, logrando así tener una ventaja comparativa frente a los competidores.

### **Teorías relacionadas**

En la presente investigación se mencionan las bases teóricas que sirven para contextualizar las variables presentadas como ventaja comparativa y posicionamiento de mercado, por lo tanto, la investigación tiene el siguiente sustento teórico:

#### **Teoría de la variable ventaja comparativa**

Paniagua y Arrieta (2022) indicaron que, la ventaja comparativa se refiere a la especialización que se da en la producción y exportación de los sectores económicos del país, es decir, que impulsan la especialización en aquellos factores que poseen en abundancia, como son los recursos naturales, capital y la fuerza de trabajo. Además, Gómez - Plana (2021) mencionó que, dentro de la ventaja comparativa influye la productividad que tiene un país y las dotaciones de factores relativa en bienes que se producen con mayor intensidad, es decir, en las regiones donde se producen bienes a menores costos y mayor intensidad, llevan a una mayor especialización en el producto. En este sentido, en esta investigación se tomarán como dimensiones: (1) factores de producción y (2) productividad.

Heredia y Huarachi (2009) sostuvieron que, la ventaja comparativa revelada permite cuantificar las exportaciones y competitividad de un producto en el mercado internacional; asimismo, determinan que la oferta exportable llega a ser competitiva debido a ventajas naturales como el suelo y el clima; también, la tecnología y gestión de recursos naturales determinan el posicionamiento de un determinado

producto en el mercado global. Por otro lado, Cerda et al. (2008) mencionaron que, la dotación de factores llega a definir la ventaja competitiva de un producto; tales factores son la tecnología y capacitación de la mano de obra en el proceso de producción. En este sentido, en esta investigación se tomarán como dimensiones: (1) competitividad y (2) factores productivos.

Losada et al. (2017) mencionaron que, el índice de VCR mide el desempeño de las exportaciones de un país por sectores; este se evalúa por la participación de un país en las exportaciones mundiales de un producto dividido por su misma participación mundial total. Es decir, se explica de manera detallada los indicadores empleados para lograr identificar la potencialidad exportadora de los productos estudiados, de esta manera se conoce la competitividad del bien nacional al analizar la ventaja comparativa de los países y se mide los datos de comercio. En este sentido, en esta investigación se tomarán como dimensiones: (1) competitividad y (2) índice de ventaja comparativa revelada.

Salgado et al. (2022) sostuvieron que, la ventaja comparativa cuenta con factores determinantes como climas óptimos y eficientes terrenos agrícolas para la producción; asimismo la ciencia e innovación son determinantes en la cadena productiva del entorno agropecuario; por otro lado, Solano (2020) mencionó que, los factores de producción son la variable que hace la diferencia en la ventaja comparativa debido a que influyen en el costo de oportunidad, es decir, producir un bien pero con menor costo que le competencia. En este sentido, en esta investigación se tomarán como dimensiones: (1) factores de producción y (2) competitividad.

Melendez et al. (2018) mencionaron que, la productividad y competitividad de un producto está determinada por factores relacionados a la ventaja natural, como la localización geográfica, condiciones climáticas y tipo de suelo; también, factores en relación a las mejoras tecnológicas, como la innovación en el proceso productivo también influyen en la ventaja competitiva de un bien. Por otro lado, Garcés Cano (2015) consideró que, el trabajo es un factor productivo muy importante dentro de la ventaja comparativa revelada, debido a que este refleja de manera directa la especialización productiva en relación a la mano de obra especializada. En este sentido, en esta investigación se tomarán como

dimensiones: (1) factores de producción, (2) competitividad y (3) especialización productiva.

### **Teoría de la variable posicionamiento de mercado**

Petrauski et al. (2012) indicaron que, el cálculo de la posición relativa de mercado muestra el posicionamiento que tiene un país en el mercado global de un determinado producto; es decir, se enfoca en demostrar la competitividad internacional de un producto calculado a base de valores de exportación; además, mencionan que es de gran relevancia realizar el análisis de estos indicadores para construir estrategias competitivas orientadas a mejorar la participación de un producto en el mercado internacional. Por otro lado, Espinoza et al. (2020) mencionaron que, para lograr un buen posicionamiento en el mercado se debe establecer una gestión estratégica en los objetivos a corto y largo plazo. En este sentido, en esta investigación se tomarán como dimensiones: (1) competitividad y (2) valor de exportación.

Aro y Chaviano (2010) mencionaron que, el posicionamiento se refiere a la posición y percepción que ocupa un producto en la mente del consumidor; asimismo, los clientes valoran el precio y calidad que ofrecen y realizan la comparación con los productos comercializados por otros países exportadores. Por otro lado, Rodríguez (2019) sostuvo que, el posicionamiento es la diferenciación y percepción que tienen los clientes en la mente de cierto producto en comparación de los competidores, además, indica que la calidad-precio son factores que influyen al momento de lograr un posicionamiento en el mercado de destino. En este sentido, en esta investigación se tomarán como dimensiones: (1) exportaciones y (2) países exportadores.

### **Enfoques conceptuales**

#### **Índice de ventaja comparativa revelada (IVCR)**

Ramírez Padrón et al. (2020) indicaron que, el IVCR puede adoptar tanto valores positivos como negativos, de esta manera, refleja la posición competitiva de un país con un producto especializado comercializado dentro del mercado internacional.

#### **Índice de ventaja comparativa revelada de Balassa**

Heredia y Huarachi (2009) señalaron que, con el concepto de índice de ventaja comparativa revelada de Balassa (1965) tiene como propósito indicar que las ventajas comparativas entre países pueden manifestarse a través de su flujo

comercial de mercancías. El intercambio de bienes refleja los costos relativos y evidencia las diferencias existentes entre las naciones.

### **Competitividad (Índice de competitividad)**

Muñoz et al. (2021) comentó que, la competitividad es la capacidad que toda empresa posee para alcanzar una posición competitiva favorable con los competidores y así obtener un mejor desempeño. En este sentido, se tomará el índice de competitividad de los países que cumplan con los indicadores del estudio.

### **Factores productivos**

Wahyudi y Maipita (2018) indicaron que, los países tienden a exportar fuertemente aquellos bienes cuya disponibilidad de sus factores de producción son abundantes, es decir, que prefieren comercializar un producto que cuente con un mayor costo de oportunidad.

### **Innovación Tecnológica (Rendimiento)**

Bianco (2020) comentó que, las innovaciones no solo constan de maquinarias e insumos, sino también en la adquisición de conocimiento que deben tener los agricultores. En este sentido, en este indicador se tomará en cuenta el rendimiento en la producción, es decir, kilogramos y/o toneladas por hectárea.

### **Mano de Obra (Área cosechada)**

Para Solano (2020) la mano de obra es un elemento que comprende la aportación del trabajo mensual relacionándolo a la producción mensual por un individuo, este depende mucho de su importancia, eficiencia, naturaleza y situación operativa a la actividad económica. En este sentido, en este indicador se tomará en cuenta las hectáreas cosechadas.

### **Ventaja Natural (Producción total en Tn)**

Para Lugo-Morin (2018) la ventaja comparativa es un atributo estratégico para la biodiversidad, la cual puede ser considerada para el diseño e instrumentación para un modelo en desarrollo que apoye el conocimiento derivado de los recursos naturales que existen. En este sentido, se tomará como indicador la producción total de la fruta, cuantificando en toneladas.

### **Exportaciones**

Para Chu y Mantilla (2017) la exportación representa cualquier bien o servicio que es enviado fuera del territorio nacional, los cuales se llevan bajo varias condiciones específicas exigidas.

### **Exportaciones (Valor FOB)**

Para Reyes y Avila (2019) la función del valor FOB en las exportaciones se hace uso por medio de los exportadores para con todos sus productos.

### **Exportaciones (Valor Tn)**

Aguilar (2015) comenta que, para poder desarrollar exportaciones, se procede a realizar un estudio, donde consiste primero en analizar el comportamiento de las exportaciones en toneladas y pasar a ser evaluado el desenvolvimiento de tales exportaciones en dólares.

### **Participación de países productores**

Campos et al. (2020) comentaron que, la participación de los países exportadores es importante para el intercambio de comercio internacional, pues facilita la relajación de las barreras.

### **Principales países exportadores**

Según Rojo (2022) los países exportadores representan un gran elemento para ganar mayor participación en el mercado mediante un producto altamente demandado y comercializado mundialmente

## **III. METODOLOGÍA**

### **3.1 Tipo y diseño de investigación**

#### **3.1.1 Tipo de investigación**

La investigación fue de tipo **aplicada**, pues se aplicaron los conocimientos adquiridos para conocer la realidad del sector productivo (Vargas Cordero, 2009); además, se utilizó el enfoque **cuantitativo** debido a que, se enfoca en recolectar datos de manera lógica y secuencial (Otero, 2018); asimismo, el tipo de investigación es **correlacional**, donde busca saber cuál es el comportamiento de una variable con otra variable correlacionada y medir la relación que existe entre las mismas (Arias y Covinos, 2021) por lo que, este tipo de investigación se caracterizó por la recopilación, análisis de datos, interpretación y descripción de resultados a un estudio, la cual, debería contener como mínimo datos estadísticos descriptivos o alguna herramienta estadística inferencial (Herbas Torrico et al., 2021); también la investigación tuvo un alcance **descriptivo**, donde se describen las propiedades y características importantes del fenómeno estudiado (Hernández et al., 2014), asimismo, la investigación fue de tipo **explicativa**, ya que, tuvo como objetivo proporcionar una explicación sobre la relación entre dos variables, se

caracteriza por su alta estructuración y su estrecha conexión con la experimentación (Cifuentes Muñoz, 2019).

En este sentido, el proyecto será del tipo de investigación cuantitativa, puesto que, se tomarán datos recolectados por medio de las plataformas: International Trade Centre (ITC) y Food and Agriculture Organization (FAO). Asimismo, para el estudio se realizó el análisis de las exportaciones de la partida sistema armonizado 080440 que representa a la palta fresca en el período 2001-2021. Los datos recopilados serán usados para calcular la ventaja comparativa revelada.

### 3.1.2 Diseño de investigación

Se utilizó el diseño no experimental porque no se realizó experimentos, es decir, no se busca cambiar la situación de la población, solo se realiza un diagnóstico de este mismo (Calua Cueva et al., 2021); asimismo, este proyecto se reconoció como un estudio longitudinal, puesto que, existe evidencia documentada en el tiempo actual de cada uno de los componentes de la investigación (Talavera et al., 2019). En este sentido, el diseño de investigación no experimental longitudinal se utilizó para estudiar los efectos que tienen la variable independiente, sobre la dependiente; debido a que no existirá manipulación de ninguna variable, únicamente se analizarán el comportamiento y fenómenos de dichas variables con información actual.

Así también, se aplicó el diseño de investigación ex post-facto, que se considera la búsqueda sistemática donde no se tiene manipulación de las variables porque ya acontecieron sus manifestaciones (Gordillo et al., 2010).

### **3.2 Variables y operacionalización**

En la presente investigación se trabajaron dos variables, siendo la primera una variable independiente y la segunda una variable dependiente.

La ventaja comparativa es considerada la variable independiente, esta variable mide el desempeño de las exportaciones de un país por sectores para lograr identificar la potencialidad exportadora de los productos estudiados (Losada et al., 2017); por otro lado, la variable dependiente es el posicionamiento de mercado, donde se hace una gestión estratégica en los objetivos a corto y largo plazo para lograrlo (Espinoza et al., 2020).

La definición operacional facilita el proceso de medición y observación, lo cual ayuda a que la definición sea más precisa y confiable, siendo esto necesario para llevar un buen término de la investigación (Bauce et al., 2018).

**Tabla 1**

*Variable Independiente*

<b>Variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
Ventaja comparativa	índice de ventaja comparativa revelada	índice de ventaja comparativa revelada de Balassa Índice de Competitividad
	Factores Productivos	Innovación tecnológica (Rendimiento) Mano de Obra (Área cosechada) Ventaja Natural (Producción Tn)

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 2**

*Variable Dependiente*

<b>Variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
Posicionamiento de mercado	Exportaciones	Exportaciones (valor FOB) Exportaciones (toneladas)
	Participación de países exportadores	Principales países exportadores

*Nota.* Elaboración propia

### 3.3 Población, muestra y muestreo

#### 3.3.1 Población

La investigación consideró como población los datos brindados por la plataforma International Trade Centre (ITC), y Food and Agriculture Organization (FAO) de las exportaciones e importaciones anuales de la palta con la partida de sistema

armonizado 080440, la cual representa al grupo de aguacates o palta fresca a nivel mundial.

### 3.3.2 Muestra

Se consideraron las exportaciones anuales en toneladas y valor en los últimos 20 años de la palta con la partida de sistema armonizado 080440, en un período de año del 2001 hasta el 2021.

### 3.3.3 Muestreo

En la investigación se tomó como muestreo no probabilístico los resultados de las exportaciones de la palta con la partida 080440 en el período 2001-2021, posteriormente se realizó la comparación con las exportaciones de otros países. El tamaño de muestreo es de acuerdo a la cantidad 16 de países exportadores de palta, las cuales contaban con los datos completos.

## 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se empleó en esta investigación es el análisis de datos, donde se revisó la recolección de información, estos se acomodan acorde a las variables de estudio para reducir el margen de error al trabajar con datos que no correspondan (Peña, 2017).

La información fue recolectada a través de diversas fuentes confiables que brinden datos estadísticos de la partida consultada a través de institutos y portales como International Trade Centre (ITC), y Food and Agriculture Organization (FAO). Una vez seleccionado los datos se procedió a registrar la información en una ficha de datos o ficha de registro, la cual será elaborada por los autores, donde se tomaron en consideración las variables y dimensiones para recolectar información selectiva y detallada.

Asimismo, se aplicó la medida estadística de la correlación de Pearson, que permitió determinar si las variables se encuentran relacionadas a través de la regresión lineal y permite confirmar la validez de la hipótesis (Dagnino, 2014).

## 3.5 Procedimientos

En la presente investigación se procedió a recaudar todo tipo de información necesaria de artículos y libros principalmente, que proporcionen confiabilidad de sus datos estadísticos e informativos; posteriormente, los datos fueron aplicados mediante la fórmula de índice de ventaja comparativa revelada de Balassa (1965) para identificar la competitividad de la palta nivel global en aquellos países

productores; además, se aplicó la fórmula de posición relativa del mercado para hallar el posicionamiento de la palta a nivel mundial. La información recolectada se registró en la ficha de análisis de datos para su posterior estandarización; con la información estandarizada se trasladó al SPSS donde se analizaron los datos y donde se determinó la correlación estadística de Pearson.

### 3.6 Método de análisis de datos

Los datos recolectados en las plataformas de International Trade Centre (ITC), y Food and Agriculture Organization (FAO) fueron analizados por medio de la fórmula del índice de ventaja comparativa revelada por Balassa (1965).

$$VCRB_{ji} = \frac{\left[ \frac{E_{ji}}{E_j} \right]}{\left[ \frac{E_i}{E} \right]} = \frac{\left[ \frac{E_{ji}}{E_i} \right]}{\left[ \frac{E_j}{E} \right]}$$

Donde:

$VCRB_{ji}$  = índice de ventaja comparativa revelada de Balassa del producto ( $j$ ) en el país ( $i$ )

$E_{ji}$  = exportaciones del producto ( $j$ ) en el país ( $i$ )

$E_j$  = exportaciones del producto ( $j$ )

$E_i$  = exportaciones totales del país ( $i$ )

$E$  = exportaciones mundiales

Además, con la información recolectada se aplica fórmula del índice de posición relativa en el mercado (PRM) para medir el posicionamiento de determinado país en el mercado internacional de la palta.

$$PRM_j^t = \left[ \frac{X_{ij}^t - M_{ij}^t}{X_{iw}^t + M_{iw}^t} \right]$$

Donde:

$PRM_j^t$  = índice de posición relativa del mercado del año " $t$ " y país " $j$ "

$X_{ij}^t$  = valor de las exportaciones del producto " $i$ ", país " $j$ " y año " $t$ "

$M_{ij}^t$  = valor de las importaciones del producto " $i$ ", país " $j$ " y año " $t$ "

$X_{iw}^t$  = valor de las exportaciones del producto " $i$ ", mundo " $w$ " y año " $t$ "

$M_{iw}^t$  = valor de las importaciones del producto " $i$ ", mundo " $w$ " y año " $t$ "

### **3.7 Aspectos éticos**

En la presente investigación titulada “Ventaja comparativa revelada de la palta y su posicionamiento en el mercado global 2001-2021” se consideró como aspectos éticos la confiabilidad entre los investigadores, puesto que, toda la información recaudada por los investigadores en este proyecto de investigación ha sido estrictamente vigilada. Asimismo, se tomó como valor ético principal la honestidad, debido a que se respetó toda la información brindada por autores para ser referenciada en la investigación, desarrollando una actividad de manera transparente en el proceso.

Además, se respetó el porcentaje de similitud por debajo del 20% en el programa de anti plagio Turnitin, proporcionando la confiabilidad y veracidad de resultados de los datos recopilados durante el desarrollo de la investigación, respetando así lo establecido por: Código de ética UCV N°0470-2022, la versión 1 y la actualizada.

## **IV. RESULTADOS**

### **Análisis descriptivo**

La información recolectada de International Trade Centre (ITC), y Food and Agriculture Organization (FAO) las cuales fueron insumos para el análisis de acuerdo con las variables; asimismo, la aplicación de indicadores de ventaja comparativa revelada (VCR) y de posición relativa de mercado (PRM), los cuales fueron normalizados a través del logaritmo natural utilizando el Ms Excel debido a que los datos no presentaron una distribución normal.

En la tabla 3, se aprecia la cantidad de 16 países que fueron elegidos al obtener los datos completos en todos los indicadores. El indicador “rendimiento”, fue considerado como parte del factor productivo de innovación tecnológica; puesto que, dentro de este factor corresponden las maquinarias, insumos y conocimiento de los agricultores en la producción (Bianco, 2020); los datos obtenidos por la plataforma del Food and Agriculture Organization (FAO) revelaron la cantidad de 1000 g/ha, posteriormente se convirtió los datos en kg/ha y se procedió a normalizar los resultados. Según los datos obtenidos en este indicador, Indonesia muestra un rendimiento mayor que el resto con un 0.802 kg/ha; puesto que, la estacionalidad (noviembre) de la siembra influye marcadamente en la producción para Indonesia, sin embargo, para obtener rendimientos máximos en el cultivo, la siembra debe efectuarse en el mes de abril, de esta manera se obtienen mejores resultados de rendimiento de producción en Indonesia (Toro y Atlee, 1981).

En relación al indicador “área cosechada”, fue considerada como parte del factor de mano de obra, puesto que, comprende el trabajo realizado por los agricultores para obtener una constante y eficiente producción (Solano, 2020); los datos obtenidos por la plataforma del Food and Agriculture Organization (FAO) revelaron la cantidad de hectáreas producidas de los países anualmente y se procedió a normalizar los resultados. Según los datos obtenidos en este indicador, México muestra mayor área producida en sus siembras que el resto con un 3.319 ha; debido que, México cultiva aproximadamente 22 millones de hectáreas por año, por lo que, el sector agrícola es una de las principales bases económicas del país (Sorzano y Acosta, 2020).

El indicador “producción”, fue considerado como parte del factor de ventaja natural; puesto que, se considera como un atributo estratégico que reconoce la

biodiversidad del país que permite tener una producción abundante (Lugo-Morin, 2018); los datos obtenidos por la plataforma del Food and Agriculture Organization (FAO) revelaron la cantidad en valor de toneladas y se procedió a normalizar los resultados. Según los datos obtenidos en este indicador, México muestra mayor producción de la palta en comparación al resto de países con un 3.419 Tn; debido que, el 38% de la producción mundial del aguacate tiene lugar en México, siendo considerado como el principal exportador a nivel mundial con el 12% de producción de esta fruta (Gutiérrez-Contreras et al., 2010).

El indicador “exportaciones” fue considerado como parte del factor de la variable posicionamiento de mercado; puesto que, consiste en analizar las exportaciones de palta (Aguilar, 2015); los datos obtenidos por la plataforma del Food and Agriculture Organization (FAO) revelaron la cantidad de exportaciones realizadas en toneladas y se procedió a normalizar los resultados. Según los datos obtenidos en este indicador, México muestra mayor índice de exportación de la palta en comparación al resto de países con un 12.893 Tn; puesto que, en el contexto internacional, la producción del aguacate mexicano sobresale siendo el número uno, la cual aporta en más del 45% de exportaciones a nivel mundial (López et al., 2020).

El indicador “índice de competitividad” fue considerada como parte del factor de la variable de ventaja comparativa; puesto que, se comprende la capacidad de una empresa para lograr ser competitiva en el mercado y tener un mejor desempeño (Muñoz et al., 2021) los datos obtenidos por la plataforma del Food and Agriculture Organization (FAO) revelaron el índice competitivo de cada país y se procedió a normalizar los resultados. Según los datos obtenidos en este indicador, México muestra mayor índice de competencia de la palta en comparación al resto de los países con un 4.414; debido que, las características como el alto gasto energético para la producción del fruto, la participación de los variados nutrientes y el balance endógenos de hormonas como las giberelinas, son factores para la explicación del crecimiento de competencia que tiene el aguacate mexicano (Rebolledo y Romero, 2011).

En el indicador “ventaja comparativa revelada”, se aplicó la fórmula del índice de ventaja comparativa revelada (IVCR) propuesto por Balassa; puesto que, tiene la finalidad de indicar cuál es la posición competitiva de determinado país respecto

a la comercialización de un producto en específico en el mercado internacional (Ramírez Padrón et al., 2020); se utilizaron los datos de las exportaciones mundiales de la palta por país, el cual, fueron aplicados por medio de la fórmula del IVCR con los datos obtenidos por la plataforma del International Trade Centre (ITC) y se procedió a normalizar los resultados. Según los datos obtenidos en este indicador, México muestra mayor ventaja comparativa en comparación al resto de los países con un 20.464; debido que, se refleja que hay un superávit en el comercio del aguacate en México, mostrando que cuentan con una ventaja comparativa en los intercambios comerciales con el resto del mundo con el cultivo de esta fruta (López et al., 2020).

En el indicador “posicionamiento de mercado”, se aplicó la fórmula de la posición relativa del mercado (PRM); puesto que, se busca calcular posición de un país en el mercado internacional (Petrauski et al., 2012); se utilizaron los datos de las exportaciones e importaciones la palta y de todos los productos por país y a nivel mundial, el cual, fueron aplicados por medio de la fórmula del PRM y se procedió a normalizar los resultados. Según los datos obtenidos en este indicador, México muestra el mayor posicionamiento dentro del mercado en comparación al resto de los países expuestos con un 20.464; puesto que, México se ha posicionado como uno de los principales productores de aguacate del mundo, cuya actividad, ha generado ingresos significativos para las superficies sembradas y producción anual del país (Zepeda y Limón, 2020).

**Tabla 3**

*Tabla de los índices estandarizados*

País	Rendimiento	Área Cosechada	Producción	Exportaciones	Índice de Competitividad	VCR	PRM
Australia	-0,248	0,711	0,034	7,250	3,228	15,309	15,309
Brasil	0,965	0,831	1,367	7,887	2,959	14,972	14,972
Chile	-0,086	1,780	1,266	11,602	3,044	19,001	19,001
Colombia	0,453	1,724	1,748	5,353	3,620	12,790	12,790
Costa Rica	-0,931	-0,357	-1,717	4,048	3,576	11,248	11,248
España	0,235	0,793	0,599	11,113	2,877	18,839	18,839
Estados	0,191	1,615	1,377	9,995	3,018	17,640	17,640

Unidos							
Francia	-0,097	-2,968	-3,494	9,805	2,729	17,538	17,538
Grecia	-0,115	-2,511	-3,055	6,378	2,414	13,825	13,825
Guatemala	0,489	0,644	0,704	8,213	3,757	13,580	13,580
Indonesia	0,802	1,489	1,863	4,193	2,861	10,731	10,731
Israel	0,768	0,344	0,683	10,455	3,525	17,870	17,870
México	0,528	3,319	3,419	12,893	4,414	20,464	20,464
Perú	0,576	1,465	1,612	11,106	3,093	18,477	18,477
Sudáfrica	-0,120	1,103	0,554	10,762	2,429	17,566	17,566
Turquía	0,027	-3,158	-3,560	3,333	2,410	10,626	10,626

*Nota.* Índices promedio de 20 años de 16 países con información completa

### **Análisis inferencial**

La investigación tuvo como objetivo demostrar la relación entre las variables seleccionadas; donde el indicador de correlación de Pearson es el más apropiado debido a que se utiliza para describir datos cuantitativos e identificar la relación entre dos variables que posean distribución normal (Roy-García et al., 2019); en entender, la correlación de Pearson permitió identificar la correlación que existen entre las variables y comprobar las hipótesis planteadas.

En el presente análisis se compara los resultados obtenidos, así también busca probar la hipótesis y estimar a través del análisis paramétrico la correlación de las variables (Hidalgo, 2019). Por otro lado, de acuerdo con Hernández et al. (2014), la correlación de Pearson se calcula a partir de las puntuaciones obtenidas entre dos variables que puede variar entre  $-1.00$  a  $+1.00$ , como se muestra en la tabla 4.

### **Tabla 4**

*Tabla de Correlación de Pearson*

Coeficiente r de Pearson	Interpretación
-1.00	Correlación negativa perfecta
-0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.50	Correlación negativa media

-0.25	Correlación negativa débil
-0.10	Correlación negativa muy débil
0.00	No existe correlación alguna entre las variables
+0.10	Correlación positiva muy débil
+0.25	Correlación positiva débil
+0.50	Correlación positiva media
+0.90	Correlación positiva muy fuerte
+1.00	Correlación positiva perfecta

*Nota.* Elaborado por Hernandez, Fernandez y Baptista (2014)

### Prueba de hipótesis

Para la prueba de la hipótesis general se ha planteado lo siguiente:  $H_0$  La ventaja comparativa no se relaciona significativamente con el posicionamiento del mercado global de la palta en el periodo 2001-2021. Asimismo,  $H_1$  la ventaja comparativa se relaciona significativamente en el posicionamiento del mercado global de la palta en el periodo 2001-2021. En la tabla 5, se aprecia el alto grado de correlación de Pearson, con un valor de 1.000 y el nivel de significancia de 0.000, menor a 0.05, demostrando que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, existiendo una correlación positiva perfecta (Hernández et al., 2014) entre las variables ventaja comparativa revelada y posición relativa de mercado internacional. En tal sentido, la ventaja comparativa revelada permite identificar qué países tienen mayor beneficio económico al exportar un determinado producto comparando el nivel de especialización de un país en relación a otros; de esta manera, se identifica qué países son los que se encuentran mejores posicionados y con mayores márgenes de eficiencia (Lizano-Arauz et al., 2022).

**Tabla 5**

*Correlación VCR - PRM*

VCR / PRM	
Correlación de Pearson	1.000
Sig (bilateral)	0.000

*Nota.* SPSS V25

### Hipótesis específicas

Para la prueba de la primera hipótesis específica se ha formulado de la siguiente manera:  $H_0$  Las exportaciones en toneladas no se relacionan significativamente con el posicionamiento relativo de mercado global de la palta en el periodo 2001-2021. Por otro lado,  $H_1$  las exportaciones en toneladas se relacionan significativamente con el posicionamiento relativo de mercado global de la palta en el periodo 2001-2021. En la tabla 6, se observa que el coeficiente de correlación de Pearson es de 0.982 y el nivel de significancia es de 0.001, inferior a 0.05; esto evidencia que la hipótesis nula es rechazada, respaldando la hipótesis alternativa y confirmando una correlación positiva muy fuerte (Hernández et al., 2014) y significativa entre las variables exportaciones (Tn) y posición relativa del mercado (PRM).

**Tabla 6**

*Correlación Exportaciones Tn - PRM*

Exportaciones (Tn) / PRM	
Correlación de Pearson	0.982
Sig (bilateral)	0.001

*Nota. SPSS V25*

Para la prueba de la segunda hipótesis específica se ha planteado lo siguiente:  $H_0$  Los factores productivos no se relacionan significativamente con el posicionamiento relativo de mercado global de la palta en el periodo 2001-2021. Asimismo,  $H_1$  Los factores productivos se relacionan significativamente con posicionamiento relativo de mercado global de la palta en el periodo 2001-2021.

En la tabla 7, se presenta el desempeño en kilogramos por hectárea como el primer factor productivo, mostrando su relación con el PRM; el resultado obtenido mediante el coeficiente de correlación de Pearson es de 0.156, y el nivel de significancia tiene un valor de 0.565, el cual es superior de 0.05, por lo tanto la correlación no es significativa, demostrando que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, existiendo una correlación positiva muy débil (Hernández et al., 2014) y significativa entre las variables innovación tecnológica (Rendimiento) y posición relativa del mercado (PRM).

**Tabla 7***Correlación Rendimiento - PRM*

Rendimiento / PRM	
Correlación de Pearson	0.156
Sig. (bilateral)	0.565

*Nota. SPSS V25*

En la tabla 8, muestra el área cosechada por hectáreas como segundo factor productivo, en el cual se evidencia la relación con el PRM; el resultado obtenido con el grado de correlación de Pearson es de 0.418 y el nivel de significancia tiene un valor de 0.107, cual dicho valor es mayor que el 0.05 requerido, por tanto la correlación no es significativa, demostrando que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, existiendo una correlación positiva débil (Hernández et al., 2014) y significativa entre las variables mano de obra (área cosechada) y posición relativa del mercado (PRM). el rendimiento del área cosechada es un factor para competir en mercados exigentes con un productos de calidad (Caro et al., 2014).

**Tabla 8***Correlación Área Cosechada - PRM*

Área Cosechada / PRM	
Correlación de Pearson	0.418
Sig. (bilateral)	0.107

*Nota. SPSS V25*

En la tabla 9, muestra la producción por toneladas como tercer factor productivo, en el cual se aprecia la relación con el PRM; el resultado obtenido con el grado de correlación de Pearson es de 0.406 y el nivel de significancia tiene un valor de 0.119, cual dicho valor es mayor que el 0.05 requerido, por tanto la correlación no es significativa, demostrando que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, existiendo una correlación positiva débil (Hernández et al., 2014) y significativa entre las variables ventaja natural (producción) y posición relativa del mercado (PRM).

**Tabla 9***Correlación Producción - PRM*

Producción / PRM	
Correlación de Pearson	0.406
Sig. (bilateral)	0.119

*Nota.* SPSS V25

Para la prueba de la tercera hipótesis específica se ha planteado lo siguiente:  $H_0$  La ventaja comparativa revelada no se relaciona significativamente en las exportaciones del mercado global la palta en el en el periodo 2001 - 2021. Asimismo,  $H_1$  La ventaja comparativa revelada se relaciona significativamente en las exportaciones del mercado global la palta en el en el periodo 2001 - 2021. En la tabla 10, se aprecia que el grado de correlación de Pearson es de 0.982 y el nivel de significancia tiene un valor de 0.001, cual dicho valor es mayor que el 0.05 requerido, demostrando que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, existiendo una correlación positiva muy fuerte (Hernández et al., 2014) y significativa entre las variables exportaciones ( $T_n$ ) y ventaja comparativa revelada (VCR).

**Tabla 10***Correlación Exportación  $T_n$  - VCR*

Exportaciones ( $T_n$ ) / VCR	
Correlación de Pearson	0.982
Sig. (bilateral)	0.001

*Nota.* SPSS V25**Prueba de normalidad**

Para la prueba de normalidad, se tomó la variable exportaciones en toneladas como variable principal en un período de 20 años estandarizadas por medio del logaritmo natural. En ese sentido, se elaboró la prueba de hipótesis a los datos de la variable mencionada:  $H_0$  La variable principal de exportaciones en toneladas presenta datos que no tienen distribución normal y  $H_1$  la variable principal de exportaciones en toneladas presenta datos que tienen una distribución normal. Por lo tanto, en la

tabla 11 muestra la distribución normal de los datos porque tiene una significancia (Sig) de 0.266 mayor a 0.05, analizado a través del estadístico de Shapiro-Wilk dado que se tomaron datos de 16 países. Según Arévalo (2015) la prueba de Shapiro-Wilk se utiliza para muestras pequeñas, tales cuales se encuentren en el límite de tamaño de muestra menor o igual a 30. Con los resultados se acepta la hipótesis alterna y rechaza la hipótesis nula.

**Tabla 11**

*Prueba de Normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Exportaciones Tn	.179	16	.180	.932	16	.266

\*. Esto es un límite de la significación verdadera  
a. Corrección de significación de Lilliefors

*Nota.* SPSS V25

**Regresión lineal múltiple**

Para determinar las variables independientes que influyen en la variable valor de exportaciones en toneladas, se ha empleado el modelo de regresión lineal múltiple. En este sentido, en la siguiente ecuación se muestran las variables independientes.

$$Y = x_1 + x_2 + x_3 + x_4 + x_5 + x_6$$

Y: Valor de exportaciones en toneladas

$x_1$ : Variable rendimiento

$x_2$ : Variable área cosechada

$x_3$ : Variable producción

$x_4$ : Variable índice de competitividad

$x_5$ : Variable ventaja comparativa revelada

$x_6$ : Variable posición relativa del mercado

Estas variables fueron procesadas por programa estadístico SPSS versión 25, para lo cual se utilizó el método por pasos. Asimismo, en la tabla 12 se muestran los resultados en la cual se observa que únicamente el índice de VCR influye significativamente en las exportaciones en toneladas. Es decir, se observa que la variable predictora ventaja comparativa revelada influye en un 96.1% en las exportaciones en toneladas; además, cuenta con un nivel de significancia menor a

0.05. Además, se obtuvo un resultado de 1.766 en la estadística de Durbin-Watson, encontrándose dentro del rango requerido (Hernández et al., 2014); por lo que, para Arranz y Zamora (2014), el estadístico de Durbin-Watson debe encontrarse en un rango de 0 a 4, si alcanza el valor de 2.00 no existe autocorrelación entre los residuos. Además, cuando el valor de este estadístico se acerca a 0, indica autocorrelación positiva, mientras que los valores mayores que 2 sugieren autocorrelación negativa. Por otro lado, el Anova evidencia una significancia menor a 0.001, contando con un nivel de significancia menor al 0.05 requerido, indicando que existe una influencia significativa de la ventaja comparativa revelada en las exportaciones en toneladas.

### **Resumen de modelo**

A través de la regresión lineal múltiple se ha analizado la variable “exportaciones en Tn” como variable dependiente. En ese sentido, el software SPSS determinó que existe influencia de la variable predictora VCR en la variable dependiente, donde resultó un  $R^2$  ajustado de 96.1%, es decir, la variable ventaja comparativa revelada explica la variable exportaciones en toneladas; asimismo, se obtuvo un valor de 1.766 en relación de Durbin – Watson, el cual es menor que 2.00, por lo que, existe una correlación positiva, puesto que se encuentra entre 1.5 y 2.5 (Baños et al., 2019).

### **Anova**

Para la prueba de la cuarta hipótesis específica se ha planteado lo siguiente:  $H_0$  La ventaja comparativa revelada no influye significativamente en las exportaciones de mercado global de la palta en el periodo 2001-2021. Asimismo,  $H_1$  La ventaja comparativa revelada influye significativamente en las exportaciones de mercado global de la palta en el periodo 2001-2021.

En la tabla 12, se presenta una significancia menor a lo requerido de 0.005, por lo que su valor es significativo entre las ambas variables, demostrando que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, existiendo una influencia estadísticamente significativa entre las variables Ventaja Comparativa Revelada (VCR) y Exportaciones.

### **Coeficientes**

La tabla 12 contiene toda información completa y necesaria para la construcción de la ecuación de regresión, este presenta una significancia menor a lo requerido de

0.005 por lo que su valor es significativo entre las ambas variables. Asimismo, el factor de inflación de la varianza (VIF) permite diagnosticar la multicolinealidad entre las variables, donde si los valores son mayores a 4 indican que existe colinealidad; sin embargo, si el valor es mayor a 10 demuestra una multicolinealidad grave (Mandeville & Concato, 2008).

## **Tabla 12**

*Resumen del modelo, ANOVA y coeficiente*

---

### **Resumen del modelo:**

---

$R = 0.982$ ;  $R^2 = 0.964$ ;  $R^2$  ajustado = 0.961

Error estándar de la estimación = 594.183; Grados de libertad = 1 y 14

Significancia en  $F = 0.$ ; Durbin-Watson = 1.766

---

### **ANOVA:**

---

Suma de cuadrados = 131.811 (Regresión) y 4.943 (Residuo)

Media Cuadrática = 131.811 (Regresión) y 0.353 (Residuo)

$F = 373.344$  y significancia =  $< 0.001$

---

### **Coeficientes:**

---

Constante = -6.090; Desviación = 0.764; Test  $t = -7.967$ ; Significancia =  $< 0.001$

VCR = 0.926; Desviación = 0.048; Test  $t = 19.322$ ; Significancia =  $< 0.001$ ; VIF = 1.00

---

a. Predictores: (constante), VCR

b. Variable dependiente: Exportaciones Tn

---

**Modelo Aceptado:**  $X = -6.090 + 0.926 \text{ VCR} + e$

---

*Nota.* SPSS V25

Se observa la ecuación de regresión lineal, el cual, la variable “exportaciones en toneladas” con la variable “ventaja comparativa revelada”. Efectuando los cálculos oportunos, se comprende el siguiente resultado:

$$X = -6.090 + 0.926 \text{ VCR} + e$$

## V. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos de nuestra investigación aceptaron nuestra hipótesis general donde la ventaja comparativa es significativa y tiene una correlación positiva perfecta en el posicionamiento del mercado global de la palta en el periodo 2001-2021, debido a que se encontró una significancia de 0.000 y una correlación de Pearson de 1.000. El resultado concuerda con Ramírez-Padrón et al. (2020) quienes indicaron en su investigación que México posee ventajas comparativas y competitivas en las exportaciones de fresa, lo cual explica su posicionamiento dentro de los principales exportadores de ese fruto. Además, en la investigación de Nicolás y Favila (2019) mencionaron que tanto México como Argentina presentan ventajas comparativas en la exportación de limón logrando posicionarse y tener alta participación en el mercado europeo. En ese entender, los resultados destacan la importancia de la ventaja comparativa en el éxito de las exportaciones y el posicionamiento en el mercado global de productos agrícolas.

En la primera hipótesis específica se demostró que las exportaciones en toneladas se relacionan significativamente con el posicionamiento relativo de mercado global de la palta en el periodo 2001-2021, con un valor de significancia de 0.001 y una correlación del coeficiente  $r$  de Pearson de 0.982 evidenció una correlación positiva muy fuerte. Este resultado concuerda con lo investigado por Petruski et al. (2012) quienes mencionaron que para realizar el cálculo de la posición relativa de mercado dependen de los valores de exportación para demostrar la participación del producto en el mercado internacional. Asimismo, en contraste con la investigación de Cruz (2021) demostró que México al tener un exceso de oferta y alta capacidad exportadora del aguacate permiten tener mayor competitividad y posicionamiento en el mercado mundial. Es decir, los valores de exportación son fundamentales para calcular la posición relativa de un producto en el mercado internacional.

La segunda hipótesis específica evidenció que los factores productivos no se relacionan significativamente con el posicionamiento relativo de mercado global de la palta en el periodo 2001-2021, debido a que la significancia de las variables analizadas en relación a los factores productivos no es significativa, ya que tienen valores superiores al 0.05. El resultado tiene concordancia con lo investigado por Aro y Chaviano (2010), donde destacaron que el precio del producto comercializado

llega a influenciar en el posicionamiento del producto en el mercado internacional. Paralelamente, Rodríguez (2019) sostuvo que la diferenciación y la calidad-precio son factores que influyen al momento de posicionar un producto en el mercado de destino. Además, Soto y Vásquez (2021), mencionaron que Perú logró posicionarse en el mercado internacional de granadilla priorizando la calidad, el buen servicio y precio del producto; sin embargo, no destacan que los factores productivos influyan significativamente en el posicionamiento relativo del mercado.

La tercera hipótesis específica revela que la ventaja comparativa revelada se relaciona significativamente con las exportaciones del mercado global la palta en el periodo 2001 - 2021; donde, la significancia de las variables analizadas tiene un valor de 0.001 y una correlación de Pearson de 0.982 siendo una correlación positiva muy fuerte. Los resultados revelados tienen concordancia con Delgado (2019) quien, en su investigación de enfoque cuantitativo, demostró que México tuvo un alto nivel de VCR de en los años 1990 - 2016 en el mercado mundial de jitomate, esto se logró debido a la alta cantidad de exportaciones realizadas en ese período.

En la cuarta hipótesis específica, el resultado que se obtuvo de la regresión lineal demostró que existe una influencia de la ventaja comparativa revelada en las exportaciones en toneladas con un de  $R^2$  ajustado de 96.1% durante el periodo de 2001 - 2021. Este resultado concuerda con Castillo y Hilarión Prado (2020) quienes, en su investigación de enfoque cuantitativo-descriptivo, demostraron que las exportaciones de cacao en grano peruano presentan una especialización, logrando así tener una ventaja comparativa frente a los competidores. Además, Garcia y Morales (2018) mencionaron en su investigación de enfoque cuantitativo, que los productos agroexportables que tuvieron mayor volumen exportado son los que presentaron mayor índice de ventaja comparativa revelada. Se concluye que existe una alta influencia de la ventaja comparativa revelada en entre las exportaciones en toneladas.

## VI. CONCLUSIONES

1. En relación al objetivo general, analizar la relación de la ventaja comparativa en el posicionamiento de mercado global de la palta en el período de 2001-2021; se concluye que, la variable independiente de ventaja comparativa revelada tiene una correlación del 100% en el posicionamiento relativo de mercado y una alta significancia de 0.000; en tal sentido, la relación entre ambas variables es positiva perfecta.
2. Respecto al primer objetivo específico, analizar la relación de la exportaciones en el posicionamiento del mercado global de la palta en el periodo 2001-2021; se concluye que, las variables de exportaciones y posicionamiento del mercado tienen una correlación positiva muy fuerte de 98.2% y una significancia de 0.001, por lo que se afirma que para que un producto tenga posicionamiento en el mercado internacional deben tener un alto nivel de exportaciones; en tal sentido, existe gran relación entre las variables analizadas.
3. De acuerdo con el segundo objetivo específico, analizar la relación de los factores productivos en el posicionamiento del mercado global de la palta en el periodo 2001-2021; se consideraron como variables independientes: rendimiento, área cosechada y producción; y como variable dependiente posición relativa del mercado; se concluye que la significancia de las variables analizadas son superiores al 0.05 y unas correlaciones de Pearson de 0.156, 0.418 y 0.406 respectivamente, evidenciando una correlación positiva débil; en ese entender, los factores productivos no tienen una relación significativa en el posicionamiento del producto en el mercado internacional; sin embargo, algunos autores mencionan que factores como la calidad y precio del producto sí llegan a relacionarse en el posicionamiento del mercado.
4. El tercer objetivo específico, analizar la relación entre la ventaja comparativa revelada y las exportaciones del mercado global de la palta en el periodo 2001 – 2021; se demostró que el grado de correlación de Pearson es de 0.982 y el nivel de significancia tiene un valor de 0.001, inferior al 0.05 existiendo una correlación positiva muy fuerte entre la VCR y las exportaciones en toneladas.
5. De acuerdo con el cuarto objetivo específico, analizar la influencia de la ventaja comparativa revelada en las exportaciones del mercado global de la palta en el periodo 2001 – 2021; se demostró mediante la regresión lineal que la variable

dependiente de exportaciones en toneladas y la VCR obtuvieron un  $R^2$  ajustado de 96.1%; en ese entender, existe una gran influencia entre las variables analizadas.

## **VII. RECOMENDACIONES**

1. De acuerdo con los resultados obtenidos sobre la influencia de la ventaja comparativa en el posicionamiento de mercado global de la palta durante el período de 2001-2021, se recomienda que futuras investigaciones se enfoquen en profundizar y ampliar el análisis de los factores específicos que conforman esta ventaja comparativa. Adicionalmente, se sugiere analizar otros factores, como las condiciones climáticas, políticas comerciales y tecnologías emergentes, que podrían llegar a interactuar con la ventaja comparativa para influir en el posicionamiento de la palta en el mercado global.
2. Asimismo, se sugiere considerar la aplicación de modelos predictivos para proyectar el posicionamiento de la palta en el mercado global en el futuro, teniendo en cuenta la evolución de la ventaja comparativa y otros factores relevantes. Esto proporcionaría a los agroexportadores de la industria información anticipada que puede ser importante para la planificación estratégica y la adaptación a posibles cambios en el entorno comercial.
3. Finalmente, se recomienda realizar un análisis comparativo de la ventaja comparativa revelada (VCR) de otros productos agrícolas para evaluar la variabilidad y dinamismo de la palta en el mercado y compararlo con otros agro productos. Este análisis permitiría ampliar la comprensión de la ventaja comparativa en el mercado agrícola, aportar información relevante a los agroexportadores para la toma de decisiones estratégicas y comprobar la influencia del VCR en el sector agrícola para lograr un posicionamiento en el mercado internacional.

## REFERENCIAS

- Abu, S. y Che Wel, A. (2022). Old School vs Latest Trend – Tracking the Changes in Product Positioning Dimension: A Systematic Literature Review». *Jurnal Pengurusan* 65 <https://doi.org/10.17576/pengurusan-2022-65-10>
- Aguilar Ramón, R. R. (2015). La producción y exportación del banano y su incidencia en la economía ecuatoriana en el período 2008 - 2013. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/reduq/8766>
- Alarcon, O. A., y Gonzalez, H. E. (2018). El desarrollo económico local y las teorías de localización. Revisión teórica. *Revista ESPACIOS*, 39(51). <https://www.revistaespacios.com/a18v39n51/18395104.html>
- Alfaro Garcia, K. M., y Pajuelo Navarro, M. F. (2021). Análisis de la situación de exportaciones de palta Hass y su oferta al mercado de países bajos período 2020. Repositorio Institucional - UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/85683>
- Andrade Pérez. M. (2017). Inteligencia competitiva en la exportación de palta hass de los exportadores de Lima Metropolitana al mercado de los Estados Unidos, 2011-2016. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30242/Andrade\\_PM.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30242/Andrade_PM.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Apaza, O. A., & Riquelme, M. M. (2022). MEDICIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS EXPORTACIONES DE PALTA Y UVAS CON EL ÍNDICE DE VENTAJA COMPARATIVA REVELADA; PARA LA REGIÓN DE AREQUIPA, PERÚ 2010-2019\*. *Veritas*, 22(2), 31–39. <https://doi.org/10.35286/veritas.v22i2.308>
- Arévalo Serrano, J. (2015). *Estudio con normalidad*. <https://formacion.sefh.es/dpc/sefh-curso-estadistica/09A-Estudio-de-la-Normalidad.pdf>
- Arias Gonzáles, J. L., & Covinos Gallardo, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Enfoques Consulting EIRL. <http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260>
- Aro, Y. H., & Chaviano, E. L. M. (2010). Estrategia de posicionamiento del destino Villa Clara en el mercado chino. *Teoría y Praxis*, 7, 55–77. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456145285004>

- Arranz, J. M. & Zamora M. M. (2014). *Análisis de autocorrelación*. <https://www.ciberconta.unizar.es/leccion/autocorrelacion/analisis%20de%20autocorrelacion.PDF>
- Baños, R. V., Torrado-Fonseca, M., & Alvarez, M. R. (2019). Análisis de regresión lineal múltiple con SPSS: un ejemplo práctico. *REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 12(2), 1–10. <https://doi.org/10.1344/reire2019.12.222704>
- Bauce, G., Córdova, M., & Avila, A. (2018). Operacionalización de variables. *Revista del Instituto Nacional de Higiene "Rafael Rangel"*, 49(2), 43. [https://revista.vps.co.ve/wp-content/uploads/2020/12/Revista-cientifica\\_vol\\_49\\_2.pdf#page=52](https://revista.vps.co.ve/wp-content/uploads/2020/12/Revista-cientifica_vol_49_2.pdf#page=52)
- Bianco, M. (2020). La innovación en los estudios sociales de procesos agropecuarios: evolución y énfasis en Latinoamérica. *Agrociencia (Uruguay)*, 24(SPE). <https://doi.org/10.31285/agro.24.346>
- Calua Cueva, M. R., Delgado Hernández, Y. L., & López Regalado, O. (2021). Comunicación asertiva en el contexto educativo: revisión sistemática. *Boletín Redipe*, 10(4), 315–334. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7917878>
- Campos, C. de F. S., Oliveira, É. D., & Maretti, C. R. S. (2020). *O impacto das barreiras sanitárias e fitossanitárias no comércio internacional: uma revisão*. <https://repositorio.insper.edu.br/handle/11224/4737>
- Caro, M., Leyva C. y Ríos J. 2014. Competitividad mundial de la producción de chile verde de México. *Revista de Economía* 31(83):95-128. <https://www.redalyc.org/pdf/6740/674070975003.pdf>
- Castillo Osorio, G. A., & Hilarión Prado, L. S. (2020). *Determinantes de la exportación de cacao en grano del Perú y su efecto en su competitividad*. <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/3fe0f5bd-4f77-4768-8cd7-7d33fdd9e749>
- Cerda Arcadio, U., Alvarado Maria, R., García Leidy, P., Aguirre Medardo, G. (2008). Determinants of the Competitiveness of Chilean Wine Exports: Determinantes de la Competitividad de las Exportaciones de Vino Chileno. *Panorama Socioeconómico*, 26(37), 172–181.

- <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=39749058&lang=es&site=ehost-live>
- Chavez, M. (2019). PERÚ ROMPE RÉCORD DE EXPORTACIÓN DE PALTA. *Cámara de Comercio Exterior de Lima - CCL*. [https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r868\\_3/comercio%20exterior.pdf](https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r868_3/comercio%20exterior.pdf)
- Chu, L. F., & Mantilla, E. P. (2017). *La inteligencia comercial para impulsar las exportaciones de pulpa de maracuyá de la comunidad de Barraza – La Libertad hacia el mercado brasileño, Trujillo 2017*. <https://hdl.handle.net/11537/13412>
- Cifuentes Muñoz, A. (2019). Trends in research methodology in Psychotherapy: An epistemometric approach. *Diversitas: Perspectivas En Psicología*, 15(2), 201–210. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7341855>
- Cruz López, D. F. (2021). *Análisis de la competitividad y ventaja comparativa revelada del aguacate hass de México en el mercado mundial* [Universidad Autónoma Chapingo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12098/1016>
- Dagnino, J. (2014). Coeficiente de correlación lineal de Pearson. *Chil Anest*, 43(1), 150-153. [https://www.sachile.cl/upfiles/revistas/54e63a1a778ff\\_15\\_correlacion-2-2014\\_edit.pdf](https://www.sachile.cl/upfiles/revistas/54e63a1a778ff_15_correlacion-2-2014_edit.pdf)
- Delgado Aburto, D. (2019). *Competitividad del jitomate mexicano en el mercado de la Unión Europea, durante el periodo 1990 - 2016*. [http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/handle/DGB\\_UMICH/1521](http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/handle/DGB_UMICH/1521)
- Espinoza, A. M. R., Nina, E. D. M., & Dávila, G. D. (2020). Estrategias financieras sostenibles aplicadas ante situaciones de riesgo empresarial: un análisis bibliográfico. *Revista de Investigación Valor Contable*, 7(1), 79–90. [https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri\\_vc/article/view/1398](https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/1398)
- Garcés Cano, J. E., (2015). Revisión crítica de los postulados clásicos del comercio internacional: un ejercicio empírico sobre Colombia y Perú. *Revista Finanzas y Política Económica*, 7(1), 147-168. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323535374008>
- García Ríos, S. I., & Morales Chuquipoma, M. A. J. (2018). Ventajas comparativas reveladas de los principales productos agroexportables del Perú en el año

2016. *Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo*.  
<http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/752>
- Gómez-Plana, A. G. (2021). Acuerdo Unión Europea-Mercosur: una revisión de los efectos económicos previstos. *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, (3133), 41-53.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7852989>
- Gordillo, P. A., Delgado, M. R., & Hidalgo, F. K. (2016). Diversificación productiva para mejorar la competitividad en los acuerdos comerciales del sector agroindustrial en el Perú. *Ingeniería Industrial*, 34, 137–163.  
<https://www.redalyc.org/journal/3374/337450992007/>
- Gordillo, R. C., mayo, N. C., Lara, G. G., & Gigante, S. V. (2010). Metodología de la investigación educativa: Investigación ex post facto.  
[http://www.formaciondocente.com.mx/06\\_RinconInvestigacion/01\\_Documents/Metodologia%20de%20la%20Investigacion%20Educativa.pdf](http://www.formaciondocente.com.mx/06_RinconInvestigacion/01_Documents/Metodologia%20de%20la%20Investigacion%20Educativa.pdf)
- Gutiérrez-Contreras, M., Lara-Chávez, M. B. N., Guillén-Andrade, H., & Chávez-Bárceñas, A. T. (2010). AGROECOLOGÍA DE LA FRANJA AGUACATERA EN MICHOACÁN, MÉXICO. *Interciencia*, 35(9), 647–653.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33914212003>
- Herbas Torrico, B., Cabero Villazón, R., & Titichoca Santana, A. (2021). REVISIÓN SISTEMÁTICA DE INVESTIGACIONES CUANTITATIVAS EN ESPAÑOL PRESENTADAS EN CLABES EN EL PERIODO 2011-2019.  
[https://www.researchgate.net/profile/Boris-Herbas-Torrico/publication/356289568\\_REVISION\\_SISTEMATICA\\_DE\\_INVESTIGACIONES\\_CUANTITATIVAS\\_EN\\_ESPANOL\\_PRESENTADAS\\_EN\\_CLABES\\_EN\\_EL\\_PERIODO\\_2011-2019/links/61955db4d7d1af224bfe0097/REVISION-SISTEMATICA-DE-INVESTIGACIONES-CUANTITATIVAS-EN-ESPANOL-PRESENTADAS-EN-CLABES-EN-EL-PERIODO-2011-2019.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Boris-Herbas-Torrico/publication/356289568_REVISION_SISTEMATICA_DE_INVESTIGACIONES_CUANTITATIVAS_EN_ESPANOL_PRESENTADAS_EN_CLABES_EN_EL_PERIODO_2011-2019/links/61955db4d7d1af224bfe0097/REVISION-SISTEMATICA-DE-INVESTIGACIONES-CUANTITATIVAS-EN-ESPANOL-PRESENTADAS-EN-CLABES-EN-EL-PERIODO-2011-2019.pdf)
- Heredia Pérez, J., & Huarachi Chávez, J. (2009). EL ÍNDICE DE LA VENTAJA COMPARATIVA REVELADA (VCR) ENTRE EL PERÚ Y LOS PRINCIPALES EXPORTADORES DEL MUNDO. El caso de la Región Lambayeque. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 14(26), 27-55. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360733606002>

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6a. ed. --.)<https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hidalgo. 2019. TECNICAS ESTADISTICAS EN EL ANALISIS CUANTITATIVO DE DATOS. Revista Sigma, 15 (1). Pág. 28–44  
<http://funes.uniandes.edu.co/15431/1/Sureda2019Construccion.pdf>
- International Trade Center. (2023). <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- Lizano-Arauz, C. D., Ronquillo-Bolaños, C. L., Román-Ordóñez, F. G., & Vera-Loor, R. Y. (2022). Análisis Cuantitativo de la Competitividad de las Exportaciones de Malanga Ecuatoriana a Estados Unidos. *Economía y Negocios*, 13(2), 71–92. <https://www.redalyc.org/journal/6955/695574853005/>
- López, D. F. C., Cauich, I. C., Fernández, V. G. P., Gómez, A. A. G., & Torres, L. E. E. (2020). POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL DEL AGUACATE (Persea americana) PRODUCIDO EN MÉXICO. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 47, 561–570.  
<https://www.redalyc.org/journal/141/14165939004/>
- López, M. A., y Cerrato, A. D. C. (2021). Análisis de competitividad frente al comercio exterior para el mercado de cacao, miel natural y cebolla en Honduras 2006-2019. *Economía y Administración*, 12(2), 33–58. Recuperado el 25 de abril de 2023, de <http://portal.amelica.org/ameli/journal/300/3002749002/html/>
- Losada, O. H. C., Uribe, J. J. G., y Nieto, G. L. C. (2017). Ventaja comparativa revelada de los fertilizantes fosfatados del Departamento del Huila. *Economía y Sociedad*, XXI (37), 51–74.  
<https://www.redalyc.org/journal/510/51054506004/>
- Lugo-Morin, D. R. (2018). Bioeconomía: una revisión desde la experiencia de Ecuador y Bolivia. *Economía Coyuntural*, 3(3), 73–92.  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S2415-06222018000300004&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2415-06222018000300004&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
- Manchego Salinas, K., Mamani Cruz, D. (2019). GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU RELACIÓN CON EL VOLUMEN DE EXPORTACIÓN DE LA PALTA HASS DE LA EMPRESA YUGRA SOSA MARIO MARTIN DE MOQUEGUA 2016-

2018.

[http://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/1009/Keyla\\_Danitza\\_tesis\\_titulo\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/1009/Keyla_Danitza_tesis_titulo_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Mandeville, P. (2008). Tema 18: ¿Por qué se deben centrar las covariables en regresión lineal?. *Ciencia UANL* pp. 300-305.  
<https://www.redalyc.org/pdf/402/40211315.pdf>
- Martínez-Arroyo, J. A., Z, M. A. V.-J., & Kido-Cruz, A. (2022). Gestión Ambiental, Innovación y Ventaja Competitiva en Empresas Exportadoras de Aguacate. *Investigación Administrativa*, 51(129), 1–18.  
<https://www.redalyc.org/journal/4560/456069571001/>
- Melendez, E. D., Martínez, A. R., & Vázquez, V. S. (2018). Competitividad De La Ganadería De Doble Proposito En La Costa De Oaxaca, Mexico. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 43, 77–88.  
<https://www.redalyc.org/journal/141/14158242007/>
- Muñoz, G. A. D., Lombeida, M. D. Q., & Mosquera, D. G. F. (2021). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145–161.  
<https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>
- Nicolás N., O., y Favila T., A. (2019). Competitividad de México en la exportación de limón a Países Bajos. *Actualidad Contable Faces*, 22(39), 93-111.  
<https://www.redalyc.org/journal/257/25760520005/25760520005.pdf>
- Ocola, G. E. M., Donayre, W. A. A., & Silva, S. I. V. (2019). *MINISTERIO DE AGRICULTURA Y RIEGO*.  
<https://bibliotecavirtual.midagri.gob.pe/index.php/analisis-economicos/estudios/2019/28-la-situacion-del-mercado-internacional-de-la-palta/file>
- Ore Quiroz, H., & Olórtegui López, E. J. (2021). Concentración de mercado y ventaja comparativa revelada del sector pesquero peruano al 2020: Producción de harina y aceite de pescado. *LLamkasun: Revista de Investigación Científica y Tecnológica*, 2(4), 124–138.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8245835>

- Otero-Ortega, A. (2018). Enfoques de Investigación: Métodos Para El Diseño Urbano - Arquitectónico. <https://www.researchgate.net/publication/326905435>
- Paniagua, S. S., & Arrieta, V. del R. Z. (2022). La conectividad un factor clave para la competitividad económica. El caso de la región del Bajío, México. *Entreciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 10(24). <https://www.redalyc.org/journal/4576/457669807013/>
- Peña, S. (2017). Análisis de datos. *Fondo editorial Areandino*. <https://core.ac.uk/download/pdf/326425169.pdf>
- Petrauski, S. M. F. C., Marques, G. M., Silva, M. L. da, Cordeiro, S. A., & Soares, N. S. (2012). Competitivade Do Brasil No Mercado Internacional De Madeira Serrada. *CERNE*, 18(1), 99–104. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74423494012>
- Portocarrero Maravi, G. E. (2020). El comercio internacional de la palta en el Perú 2010 - 2019. *Repositorio Institucional - UCV*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/60770>
- Quintanilla, J. (2021). Análisis comparativo de los factores de oferta exportable de la palta entre Perú y México en los periodos 2013-2018. [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9355/4/IV\\_FC\\_E\\_315\\_TE\\_Quintanilla\\_Ponce\\_2021.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9355/4/IV_FC_E_315_TE_Quintanilla_Ponce_2021.pdf)
- Ramírez Padrón, L. C., Caamal Cauich, I., Pat Fernández, V. G., Martínez Luis, D. y Pérez Fernández, A. (2020). Análisis de los indicadores de competitividad de las exportaciones de fresa mexicana. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 11(4), 815–827. <https://doi.org/10.29312/remexca.v11i4.2049>
- Ramos Quispe, L. B. (2021). ANÁLISIS DE EVOLUCIÓN DE EXPORTACIONES DE PALTA PERUANA A ESTADOS UNIDOS 2021. <https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12805/2333/TB-Ramos%20L-Ext.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rebolledo R., A., & Romero, M. A. (2011). Avances en investigación sobre el comportamiento productivo del aguacate (*Persea americana* Mill.) bajo condiciones subtropicales . *Ciencia y Tecnología Agropecuaria*, 12(2), 113-120. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=449945031004>

- Reyes, N. S., & Avila, Y. M. (2019). *El drawback en las empresas exportadoras: una revisión sistemática en los últimos diez años (Trabajo de investigación)*. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/24358>
- Rodríguez García, R. L. (2019). Revisión sistemática de marketing para posicionamiento de marca. <https://hdl.handle.net/11537/15178>
- Rojo, C. R. R. (2022). Competitividad del café mexicano en el comercio internacional: un análisis comparativo con Brasil, Colombia y Perú (2000 - 2019). *Análisis económico*, XXXVII (94), 181–199. <https://www.redalyc.org/journal/413/41370350011/>
- Roy-García, I., Rivas-Ruiz, R., Pérez-Rodríguez, M., & Palacios-Cruz, L. (2019). Correlación: no toda correlación implica causalidad. *Revista Alergia México*, 66(3), 354–360. <https://doi.org/10.29262/ram.v66i3.651>
- Salazar, B. (2020). EVOLUCIÓN DE LOS FACTORES MACROECONÓMICOS Y LA EXPORTACIÓN DE PALTA EN EL PERÚ DURANTE EL 2009 AL 2018. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/85742e4b-20e3-4431-a1bb-9b72e350ba51/content>
- Salgado, C. A. C., Martínez, J. C. B., Ocampo, P. Z., Carvajal, G. A. M., & López, A. F. O. (2022). DISEÑO Y DESARROLLO DE UN APLICATIVO PARA EL CÁLCULO DE COSTOS EN ACTIVIDADES DE PRODUCCIÓN EN EL SECTOR AGROPECUARIO – SimulAgroCostApp-. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 50, 137–148. <https://www.redalyc.org/journal/141/14173239003/>
- Solano, J. (2020). Ciencias económicas y empresariales. <https://www.umet.edu.ec/wp-content/uploads/2022/03/LBR-116.pdf#page=89>
- Sorzano Rodríguez, D. M., & Acosta Torres, A. (2020). *Desarrollo de forrajes alternativos en zonas áridas de Baja California, México para el mejoramiento de prácticas productivas, una revisión bibliográfica: Vol. II*. Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C, Coeditores. <https://ru.iiec.unam.mx/5120/>
- Soto Celis, L. I., & Vásquez Idrogo, L. Y. (2021). COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO INTERNACIONAL DE LA GRANADILLA PERUANA 2016-

2020. *Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo*.  
<http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/1928>
- Souza, S. N. de, Angelo, H., Almeida, A. N. de, Souza, Á. N. de, & Paula, M. F. de. (2018). Competitiveness of Brazilian Tropical Wood on the International Market. *Floresta e Ambiente*, 25, e 20150218.  
<https://www.scielo.br/j/floram/a/vyJrhgSwNzQPL6N59H9DMGD/?lang=en>
- Talavera, J. O., Roy-García, I., Palacios-Cruz, L., Rivas-Ruiz, R., Hoyo, I., & Pérez-Rodríguez, M. (2019). De vuelta a la clínica. Métodos I. Diseños de investigación. Mayor calidad de información, mayor certeza a la respuesta. *Gaceta Médica de México*, 155(4), 399–405.  
<https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=88961>
- Toro, J. C., & Atlee, C. B. (1981). Prácticas agronómicas para la producción de yuca:(una revisión de la literatura). *Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT)*, Cali, CO. 44 p. <https://hdl.handle.net/10568/71446>
- Urbina, N. O. (2021). El proceso de posicionamiento en el marketing: pasos y etapas. *Revista Academia & Negocios*, 7(1), 55–64.  
<https://www.redalyc.org/journal/5608/560865631007/html/>
- Vargas Cordero, Z. R. (2009). La Investigación aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, 33(1), 155.  
<https://doi.org/10.15517/revedu.v33i1.538>
- Vargas, N. (2021). Aproximación al Estado del arte acerca del desarrollo económico en Colombia (2014 – 2020) desde la perspectiva de la economía agraria  
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/44609/2022nicolasvargas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Villegas Manzo, M. (2021). Ventaja comparativa revelada del aguacate mexicano: un análisis con Estados Unidos, Canadá, España y Países Bajos en el período 2001 - 2019.  
[http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/handle/DGB\\_UMICH/6473](http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/handle/DGB_UMICH/6473)
- Wahyudi, S. T., & Maipita, I. (2018). Comparative Analysis on The Market Share of Indonesian Export Commodities: Opportunities and Challenges. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 19(2), 163–171. <https://doi.org/10.23917/jep.v19i2.57>

- Wang, J., Pham, T. L., & Dang, V. T. (2020). Environmental Consciousness and Organic Food Purchase Intention: A Moderated Mediation Model of Perceived Food Quality and Price Sensitivity. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(3), 850. <https://doi.org/10.3390/ijerph17030850>
- Zepeda, A. V., & Limón, M. L. S. (2020). “Oro verde”, educación e inseguridad en ciudades medias: Ciudad Guzmán y Uruapan, México. *Revista de Ciencias Sociales* (Ve), 26, 414–425. <https://www.redalyc.org/journal/280/28064146027/>

## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de operacionalización

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Ventaja comparativa	La ventaja comparativa revelada se basa en esquemas de medición que permiten tener una información general para explicar parcialmente los factores de un producto para ubicarse por encima al resto, de esta manera se forma una estrategia de desarrollo y competitividad al objeto estudiado (Alarcon y Gonzalez, 2018)	La VCR mide el desempeño de las exportaciones de un país por sectores; este se evalúa por la participación de un país en las exportaciones mundiales de un producto dividido por su misma participación mundial total. Es decir, explica de manera detallada los indicadores empleados para lograr identificar la potencialidad exportadora de los productos estudiados (Losada et al., 2017)	Índice de ventaja comparativa revelada (IVCR) Ramírez Padrón et al. (2020)	Índice de ventaja comparativa revelada de Balassa Knight & Kim (2009)	Análisis Documental
				Competitividad Gómez (2020)	Análisis Documental
			Factores Productivos Wahyudi y Maipita (2018)	Innovación tecnológica (Rendimiento) Bianco (2020)	Análisis Documental
			Exportaciones (Chu y Mantilla, 2017)	Mano de Obra (Área cosechada) Solano (2020)	Análisis Documental
Posicionamiento de Mercado	Para Espinoza et al. (2020) lograr un buen posicionamiento en el mercado se debe establecer una gestión estratégica en los objetivos a corto y largo plazo.	Para lograr un buen posicionamiento en el mercado se debe establecer una gestión estratégica en los objetivos a corto y largo plazo (Espinoza et al., 2020)	Ventaja Natural (Producción Tn) Lugo-Morin (2018)	Análisis Documental	
			Exportaciones (Valor FOB) Reyes y Avila (2019)	Análisis Documental	
			Exportaciones (toneladas) Aguilar (2015)	Análisis Documental	
			Participación de países exportadores Campos et al. (2020)	Principales países exportadores Rojo (2022)	Análisis Documental





País	Rendimiento	Área Cosechada	Producción	Exportaciones Tn	índice de competitividad	VCR	PRM
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							



### Anexo 3: Matriz Evaluación por juicio de expertos

#### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

##### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Hinojo Asto Alejandro Eleodoro
- I.2. Especialidad del Validador: Economista
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Universidad Cesar Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Ficha de análisis de datos
- I.5. Autor del instrumento: Mariam Cristina Fasabi Zegarra y Alexandra Nicolle Sandoval Luna

##### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				<u>80</u>	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				<u>80</u>	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				<u>80</u>	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				<u>80</u>	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				<u>80</u>	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				<u>80</u>	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				<u>80</u>	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				<u>80</u>	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				<u>80</u>	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				<u>80</u>	
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>					<u>80</u>	

##### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

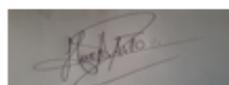
¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....  
 .....

##### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Lima, 03 de octubre del 2023



Firma de experto informante

DNI: 10427148

Teléfono: 956689021



**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Quiroz Quesada Tania
- I.2. Especialidad del Validador: Doctora en Gestión Pública y Gobernabilidad
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente de la Universidad César Vallejo – Sede Ate
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Ficha de análisis de datos
- I.5. Autor del instrumento: Mariam Cristina Fasabi Zegarra y Alexandra Nicolle Sandoval Luna

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					X
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					X
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					X
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					X
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					X
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					X
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>85</b>

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....  
 .....

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

90

Lima, 26 de septiembre del 2023

.....  
 Dra. Tania Quiroz Quesada

DNI: 10861270

Teléfono: 987738658



**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: SUCNO TOVAR CESAR
- I.2. Especialidad del Validador: Maestro en Supply Chain Management
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Responsable de la unidad de investigación
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Ficha de análisis de datos
- I.5. Autor del instrumento: Mariam Cristina Fasabi Zegarra y Alexandra Nicolle Sandoval Luna

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				X	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				X	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				X	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				X	
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>					<b>90%</b>	

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Indicar las formulas que se aplicaran para el calculo de cada variable.....

.....

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

90%

Lima, 03 de ~~Octubre~~ del 2023

Firma de experto informante

DNI: 09658502

Teléfono: 934123804

**Anexo 4: Matriz de consistencia**
**MATRIZ DE CONSISTENCIA**
**Título: “Ventaja comparativa y su posicionamiento en el mercado global de la palta 2001-2021”**
**Autor: Mariam Cristina Fasabi Zegarra y Alexandra Nicolle Sandoval Luna**

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores			
<b>Problema General</b> ¿Cuál es la relación de la ventaja comparativa en el posicionamiento del mercado global de la palta en el periodo 2001-2021?  <b>Problemas específicos:</b>  <b>Problema específico 1</b> ¿Cuál es la relación de las exportaciones en el posicionamiento del mercado global de la palta en el periodo 2001-2021?  <b>Problema específico 2</b> ¿Cuál es la relación de los factores productivos en el posicionamiento del mercado global de la palta en el periodo 2001-2021?	<b>Objetivo General</b> Analizar la relación de la ventaja comparativa en el posicionamiento de mercado global de la palta en el periodo de 2001-2021  <b>Objetivos específicos:</b>  <b>Objetivo específico 1</b> Analizar la relación de las exportaciones en el posicionamiento del mercado global de la palta en el periodo 2001-2021  <b>Objetivo específico 2</b> Analizar la relación de los factores productivos en el posicionamiento del mercado global de la palta en el periodo 2001-2021	<b>Hipótesis General</b> La ventaja comparativa se relaciona significativamente en el posicionamiento del mercado global de la palta en el periodo 2001-2021  <b>Hipótesis Específicas:</b>  <b>Hipótesis específica 1</b> Las exportaciones se relacionan significativamente en el posicionamiento de mercado global de la palta en el periodo 2001-2021  <b>Hipótesis específica 2</b> Los factores productivos se relacionan significativamente en el posicionamiento de mercado global de la palta en el periodo 2001-2021	<b>Variable 1: Ventaja Comparativa</b>			
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>	<b>Niveles o rangos</b>
			Índice de ventaja comparativa revelada	Índice de ventaja comparativa revelada de Balassa  Índice de competitividad	Análisis de datos	Continua (estandarización de datos en índice)
			Factores Productivos (Toneladas)	Innovación Tecnológica - Rendimiento  Mano de Obra - Área cosechadas		



<p><b>Problema específico 3</b></p> <p>¿Cuál es la relación de la ventaja comparativa revelada en las exportaciones del mercado global de la palta en el periodo 2001 - 2021?</p> <p><b>Problema específico 4</b></p> <p>¿Cuál es la influencia de la ventaja comparativa revelada en las exportaciones del mercado global de la palta en el periodo 2001 - 2021?</p>	<p><b>Objetivo específico 3</b></p> <p>Analizar la relación de la ventaja comparativa revelada en las exportaciones del mercado global de la palta en el periodo 2001 - 2021</p>	<p><b>Hipótesis específica 3</b></p> <p>La ventaja comparativa revelada se relaciona significativamente en las exportaciones del mercado global de la palta en el periodo 2001 - 2021</p>		Ventaja Natural – Producción total en Tn			
	<p><b>Objetivo específico 4</b></p> <p>Analizar la influencia de la ventaja comparativa revelada en las exportaciones del mercado global de la palta en el periodo 2001 - 2021</p>	<p><b>Hipótesis específica 4</b></p> <p>La ventaja comparativa revelada tiene una influencia significativa en las exportaciones del mercado global de la palta en el periodo 2001 - 2021</p>	<b>Variable 2: Posicionamiento de mercado</b>				
				<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de valores</b>	<b>Niveles o rangos</b>
				Exportaciones	Exportaciones (valor FOB) Exportaciones (Toneladas)	Análisis de datos	Continua (estandarización de datos en índice)
			Participación de países exportadores	Principales países exportadores			
<b>Tipo y diseño de investigación</b>		<b>Población y muestra</b>		<b>Técnicas e instrumentos</b>		<b>Estadística a utilizar</b>	
<p><b>Tipo:</b> Aplicado, cuantitativo,</p> <p><b>Alcance:</b> Correlacional y Causal</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental, longitudinal Ex Posfacto</p>		<p><b>Población:</b> La investigación considera como población los datos brindados por la plataforma International Trade Centre (ITC), y Food and Agriculture Organization (FAO) de la producción, exportaciones e importaciones anuales de la palta con la partida de sistema armonizado 080440 en el período 2001-2021, la cual representa al grupo de aguacates o</p>		<p>Variable 1: Ventaja comparativa</p> <p>Técnicas: Análisis documental (Análisis de datos)</p> <p>Instrumento: Ficha de análisis documental (Análisis de datos)</p>		<p><b>CORRELACIONAL DE PEARSON:</b> Regresión lineal: media, desviación estándar, a través de los softwares estadísticos SPSS Versión 25 y Minitab Versión 18.</p>	



	<p>palta fresca a nivel mundial.</p> <p><b>Tamaño de muestra:</b> Se considera las exportaciones anuales en toneladas y valor en los últimos 20 años de la palta con la partida de sistema armonizado 080440, en un período de año del 2001 hasta el 2021.</p> <p><b>Tipo de muestreo:</b> No probabilístico los resultados de las exportaciones de la palta con la partida 080440, en el período 2001-2021, para posteriormente realizar la comparación con las exportaciones de otros países. El tamaño de muestreo es de acuerdo a la cantidad 15 de países exportadores de palta.</p>	<p>Variable 2: Posicionamiento de mercado</p> <p>Técnicas: Análisis documental (Análisis de datos)</p> <p>Instrumento: Ficha de análisis documental (Análisis de datos)</p>	<p><b>INFERENCIAL:</b> Se utilizarán los estadísticos inferenciales: Prueba de normalidad y regresión lineal múltiple para determinar el modelo matemático.</p>
--	---	---	---



Anexo 5

Ventaja comparativa y su posicionamiento en el mercado global de la palta 2001-2021 1[1].pdf

INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

18%

FUENTES DE INTERNET

6%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	7%
2	bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083 Fuente de Internet	1%
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1%
5	www.uca.edu.sv Fuente de Internet	<1%
6	doku.pub Fuente de Internet	<1%
7	repositorio.chapingo.edu.mx Fuente de Internet	<1%
8	qdoc.tips Fuente de Internet	<1%



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, MACHA HUAMAN ROBERTO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, asesor de Tesis titulada: "Ventaja comparativa y su posicionamiento en el mercado global de la palta 2001-2021", cuyos autores son SANDOVAL LUNA ALEXANDRA NICOLLE, FASABI ZEGARRA MARIAM CRISTINA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 04 de Diciembre del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
MACHA HUAMAN ROBERTO <b>DNI:</b> 07500952 <b>ORCID:</b> 0000-0002-5361-9910	Firmado electrónicamente por: RMACHAHM el 04- 12-2023 21:06:02

Código documento Trilce: TRI - 0681966