



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
UNIDAD DE POSGRADO**

**LAS INVERSIONES Y SU INCIDENCIA EN LA
COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS
AGROEXPORTADORAS DE PALTA EN PERÚ Y
MÉXICO 2019-2022**

**PRESENTADO POR
ANGELICA MARIA CUENCA COLCHADO**

**ASESOR
VIRGILIO WILFREDO RODAS SERRANO**

**TESIS
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTORA EN CIENCIAS
CONTABLES Y FINANCIERAS**

**LIMA – PERÚ
2024**



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
UNIDAD DE POSGRADO**

**LAS INVERSIONES Y SU INCIDENCIA EN LA COMPETITIVIDAD
DE LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DE PALTA EN PERÚ
Y MÉXICO 2019-2022**

**PRESENTADO POR:
ANGELICA MARIA CUENCA COLCHADO**

**ASESOR
Dr. VIRGILIO WILFREDO RODAS SERRANO**

**TESIS
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTORA EN
CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS**

LIMA – PERÚ

2024

**LAS INVERSIONES Y SU INCIDENCIA EN LA COMPETITIVIDAD
DE LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DE PALTA EN PERÚ
Y MÉXICO 2019-2022**

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Dr. WILFREDO RODAS SERRANO

PRESIDENTE:

Dr. JUAN AMADEO ALVA GÓMEZ

SECRETARIO:

Dr. CRISTIAN ALBERTO YONG CASTAÑEDA

MIEMBRO DE JURADO:

Dr. ALBERTO BENJAMIN ESPINOZA VALENZUELA

DEDICATORIA

A mi amado esposo Christian y a mi querido hijo,

Vuestra presencia ha sido la luz que ha iluminado mi camino en este viaje académico. El apoyo incondicional y el amor constante de mi esposo han sido mi roca, y la inocencia y alegría de mi hijo han sido la inspiración que necesitaba. Esta tesis refleja nuestra complicidad y trabajo en equipo, y es un tributo a la esperanza que encuentro en mi familia. Gracias por ser mi fuente de fortaleza y alegría.

AGRADECIMIENTO

A mi querida alma mater, la Universidad San Martín de Porres, le manifiesto mi sincero agradecimiento por su excepcional compromiso con la excelencia académica y el respaldo continuo que han marcado mi travesía doctoral. A mis apreciados profesores, les reconozco su invaluable orientación y estímulo, fundamentales para mi formación como investigador. La huella perdurable de su dedicación se refleja en cada paso de mi camino de aprendizaje.

NOMBRE DEL TRABAJO

**LAS INVERSIONES Y SU INCIDENCIA EN
LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESA
S AGROEXPORTADORAS DE PALTA EN P
E**

AUTOR

ANGELICA MARIA CUENCA COLCHADO

RECUENTO DE PALABRAS

26437 Words

RECUENTO DE CARACTERES

147150 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

155 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.4MB

FECHA DE ENTREGA

Jul 4, 2024 6:51 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jul 4, 2024 6:53 PM GMT-5

● **20% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 17% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 13% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

ÍNDICE

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
TURNITIN	vii
ÍNDICE	vii
LISTA DE TABLAS	xii
LISTA DE FIGURAS	xiv
RESUMEN	xvi
ABSTRACT	xvii
RESUMO	xviii
INTRODUCCIÓN	xix
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Descripción de la Realidad Problemática.....	1
1.1.1. Delimitaciones en la Investigación.....	10
1.2. Formulación del Problema	11
1.2.1. Problema General.....	11
1.2.2. Problemas Específicos	11
1.3. Objetivos de la Investigación.....	12

1.3.1. Objetivo General.....	12
1.3.2. Objetivos Específicos	12
1.4. Justificación de la Investigación	13
1.4.1. Justificación Teórica	13
1.4.2. Justificación Práctica	13
1.4.3. Justificación Social	14
1.4.4. Importancia.....	14
1.4.5. Viabilidad de la Investigación	14
1.5. Limitaciones	15
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	16
2.1. Antecedentes de la Investigación.....	16
2.1.1. Universidades Peruanas.....	16
2.1.2. Universidades Extranjeras.....	20
2.2. Marco Filosófico	22
2.2.1. Inversión	22
2.2.2. Competitividad.....	23
2.3. Marco Histórico	25
2.3.1. Las inversiones.....	25
2.3.2. Competitividad.....	29
2.3.3. Marco Histórico de Agroexportación de Palta de Perú y México	30

2.4. Marco Legal	34
2.4.1. Perú	34
2.4.2. México	39
2.5. Bases Teóricas	40
2.5.1. Inversiones	40
2.5.2. Competitividad	50
2.6. Definiciones Conceptuales	58
2.6.1. Glosario de Términos	58
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	60
3.1. Hipótesis General.....	60
3.2. Hipótesis Específicas	60
3.3. Operacionalización de Variables	61
3.3.1. Variable Independiente	61
3.3.2. Variable Dependiente	61
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA	63
4.1. Diseño Metodológico.....	63
4.1.1. Tipo de Investigación.....	63
4.1.2. Nivel de Investigación.....	63
4.1.3. Método.....	64
4.1.4. Diseño	64

4.2. Población y Muestra.....	64
4.2.1. Población.....	64
4.2.2. Muestra.....	65
4.3. Técnicas de Recolección de Datos	66
4.3.1. Técnicas	66
4.3.2. Instrumentos	66
4.4. Validez y Confiabilidad del Instrumento	66
4.4.1. Validez.....	66
4.4.2. Confiabilidad.....	67
4.5. Técnicas para el Procesamiento de la Información.....	68
4.6. Aspectos Éticos.....	68
CAPÍTULO V: RESULTADOS.....	69
5.1. Interpretación de Resultados	69
5.2. Contrastación de Hipótesis	93
5.2.1. Hipótesis Específica 1	94
5.2.2. Hipótesis Específica 2	96
5.2.3. Hipótesis Específica 3	98
5.2.4. Hipótesis Específica 4	100
5.2.5. Hipótesis Específica 5	102
5.2.6. Hipótesis Específica 6	104

5.2.7. Hipótesis general	106
CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	109
6.1. Discusión.....	109
6.2. Conclusiones.....	114
6.3. Recomendaciones.....	115
FUENTES DE INFORMACIÓN	119
Referencias Bibliográficas	119

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Comparación de exportación entre Perú y México 2022.....	7
Tabla 2 Validez del instrumento por expertos	67
Tabla 3 Confiabilidad del instrumento.....	67
Tabla 4 ¿Considera usted apropiadas las inversiones en capital de trabajo en las empresas de agroexportación?	69
Tabla 5 ¿Para usted son importantes las inversiones del activo fijo en actividades de la agroexportación?	71
Tabla 6 En su opinión, ¿son necesarias las inversiones en equipo de seguridad a nivel las empresas de agroexportación?	72
Tabla 7 ¿Considera usted significativas las inversiones en capacitación del potencial humano en estas empresas?.....	74
Tabla 8 ¿Para usted son importantes las inversiones relacionadas a la innovación en empresas agroexportadoras?.....	76
Tabla 9 ¿Cree usted que la inversión en estrategias de marketing digital contribuye al desarrollo de nuevos mercados?.....	77
Tabla 10 ¿Para usted son coherentes las inversiones en las empresas agroexportadoras de palta?.....	79
Tabla 11 ¿Cree usted que la productividad de las empresas agroexportadoras de palta son competitivas?	80

Tabla 12 En su opinión, ¿existe eficiencia en la producción de las empresas agroexportadoras de palta?.....	82
Tabla 13 ¿Considera usted que estas empresas tienen garantizada la protección del personal?.....	83
Tabla 14 ¿Cree que estas empresas agroexportadoras tienen un óptimo desempeño en cuanto a sus resultados?.....	85
Tabla 15 ¿Es necesario el lanzamiento al mercado internacional de nuevas presentaciones de palta?	87
Tabla 16 ¿Para usted es necesario implementar áreas de marketing que analicen las preferencias del canal B2C?.....	89
Tabla 17 ¿Es necesario implementar estrategias para mejorar el nivel de competitividad de las empresas agroexportadoras de palta?	91
Tabla 18 Distribución de frecuencias del empleo de los motores de búsqueda y el servicio que se ofrece al cliente	95
Tabla 19 Distribución de frecuencias de la gestión en redes sociales y el desarrollo de contenido digital de calidad	97
Tabla 20 Distribución de frecuencias de los anuncios en medios digitales y los descuentos en la cartera de productos	99
Tabla 21 Distribución de frecuencias de la alianza con influencers y la percepción del valor de la oferta.....	101
Tabla 22 Distribución de frecuencias del empleo de páginas web y valor del producto ofertado	103

Tabla 23 Distribución de frecuencias del desarrollo de contenido en redes sociales y la interacción del consumidor demostrando la imagen de marca. 105

Tabla 24 Distribución de frecuencias del empleo del marketing digital y la estrategia en el posicionamiento de las tiendas de conveniencia “Mass” 107

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Países con potencial para exportar 3

Figura 2 Evolución de las exportaciones agropecuarias no tradicionales en Perú 4

Figura 3 Mercados con potencial para las exportaciones de Perú 4

Figura 4 Presentaciones de palta para exportación 5

Figura 5 Mercados con potencial para las exportaciones de México 6

Figura 6 Apropiadas las inversiones en capital de trabajo en las empresas 70

Figura 7 Importantes las inversiones del activo fijo en la agroexportación 71

Figura 8 Necesarias las inversiones en equipo de seguridad..... 73

Figura 9 Significativas las inversiones en capacitación del potencial humano 74

Figura 10 Importantes las inversiones relacionadas a la innovación 76

Figura 11 Inversión en estrategias de marketing digital contribuyen al desarrollo de nuevos mercados 78

Figura 12 Coherentes las inversiones en las empresas agroexportadoras 79

Figura 13 Productividad de las empresas agroexportadoras de palta 81

Figura 14 Existe eficiencia en la producción de las empresas agroexportadoras	82
Figura 15 Empresas tienen garantizada la protección del personal	84
Figura 16 Empresas tienen óptimo desempeño en cuanto a sus resultados	86
Figura 17 Lanzamiento al mercado internacional de nuevas presentaciones de palta	88
Figura 18 Necesario implementar áreas de marketing que analicen las B2C	90
Figura 19 Implementar estrategias para mejorar su nivel de competitividad.....	92

RESUMEN

A partir del entendimiento de la relevancia en el dinamismo económico nacional de la exportación de productos no tradicionales y su promoción, la presente investigación se formula con el objetivo de demostrar las acciones que inciden en la competitividad de las empresas exportadoras de palta en Perú y México. En mérito de ello, se planteó una metodología de investigación orientada a obtener resultados; el tipo de investigación es cuantitativa, aplicada y correlacional, utilizando métodos descriptivos, estadísticos y de análisis-síntesis con un diseño no experimental, todos ellos debidamente fundamentados y respaldados por la bibliografía y los anexos. Asimismo, es destacable que la información empleada para medir las variables se obtuvo mediante técnicas de recolección de datos, empleando la encuesta y el cuestionario como instrumentos; los cuales fueron validados por empresarios agroexportadores seleccionados de manera aleatoria. Los resultados muestran que las inversiones inciden de manera favorable en la competitividad de las empresas exportadoras de palta tanto en el Perú como en México. Como resultado, se concluye que la agroexportación de palta es un sector con un gran potencial y crecimiento para el desarrollo económico de Perú y México, siendo fundamental invertir y brindar el apoyo necesario para aprovechar dicho potencial y generar beneficios para ambos países.

Palabras clave: inversiones, competitividad, capital de trabajo, innovación, activo fijo.

ABSTRACT

Based on the understanding of the relevance in the national economic dynamism of the export of non-traditional products and their promotion, this research is formulated with the objective of demonstrating the actions that affect the competitiveness of avocado exporting companies in Peru and Mexico. . In merit of this, a research methodology oriented to obtain results was proposed; The type of research is quantitative, applied and correlational, using descriptive, statistical and analysis-synthesis methods with a non-experimental design, all of them duly founded and supported by the bibliography and annexes. Likewise, it is noteworthy that the information used to measure the variables was obtained through data collection techniques, using the survey and the questionnaire as instruments; which were validated by randomly selected agro-export businessmen. The results show that investments have a favorable impact on the competitiveness of avocado exporting companies in both Peru and Mexico. As a result, it is concluded that avocado agro-export is a sector with great potential and growth for the economic development of Peru and Mexico, making it essential to invest and provide the necessary support to take advantage of this potential and generate benefits for both countries.

Keywords: investments, competitiveness, working capital, innovation, fixed assets.

RESUMO

A partir da compreensão da relevância do dinamismo econômico nacional da exportação de produtos não tradicionais e da promoção desses produtos por meio das exportações, esta pesquisa foi formulada com o objetivo de demonstrar as ações que afetam a competitividade das empresas exportadoras de abacate no Peru e México; Pelo mérito do proposto, utilizou-se a metodologia de pesquisa dos resultados, o tipo de pesquisa quantitativa e correlacional aplicada e o método descritivo, estatístico e analítico – síntese e delineamento não experimental.; devidamente fundamentados e apoiados por bibliografia e anexos. Da mesma forma, vale destacar que as informações utilizadas para mensurar as variações na técnica de coleta de dados foram utilizadas pela pesquisa e o questionário como instrumento; que foi validado por empresários agroexportadores selecionados aleatoriamente; Com isso, os investimentos têm, de fato, um impacto favorável na competitividade das empresas exportadoras de abacate no Peru e no México. Por fim, concluindo com os resultados encontrados, fica evidente que os investimentos impactam positivamente na competitividade das empresas agroexportadoras de abacate.

Palavras-chave: investimentos, competitividade, capital de giro, inovação, ativo imobilizado.

INTRODUCCIÓN

La exportación de productos no tradicionales ha emergido como un motor fundamental en el dinamismo económico nacional de varios países, impulsando la competitividad y la proyección internacional de sus sectores productivos. En este contexto, la agroexportación de palta ha adquirido una relevancia destacada en las economías de Perú y México durante el periodo comprendido entre 2019 y 2022.

Teniendo ello en consideración, se debe indicar que la presente investigación se encuentra dividida en seis capítulos: Planteamiento del problema, Marco teórico, Hipótesis y variables, Metodología, Resultados y discusión, Conclusiones y recomendaciones. Asimismo, la estructura del trabajo incluye una bibliografía y los anexos respectivos.

De esa manera, el capítulo I se ha orientado al desarrollo del planteamiento del problema, lo que abarca la descripción de la realidad problemática y sus respectivas limitaciones, la formulación de los problemas, los objetivos y la justificación, así como la viabilidad y las limitaciones de la investigación.

El capítulo II está centrado en el marco teórico y el desarrollo de las variables ejes de la investigación, las cuales son desarrolladas con apoyo del material procedente de autores y especialistas, cuyos aportes cimentaron y enriquecieron el estudio.

El capítulo III se enfoca en las hipótesis y variables; para ello, se formulan tanto la hipótesis general como las específicas y se expone la operacionalización de las variables independiente y dependiente.

El capítulo IV está dedicado a desarrollar la metodología; esto incluye la descripción del diseño, la población y muestra, las técnicas de recolección de datos, el procesamiento de estos y los aspectos éticos.

El capítulo V, destinado al análisis y la interpretación de resultados, comprende la formulación del cuestionario con preguntas cerradas, a partir de las cuales se desarrolla la parte estadística y gráfica de la investigación. Asimismo, se presenta la interpretación de los datos, con el fin de facilitar una mayor comprensión y contrastar las hipótesis.

Finalmente, el capítulo VI aborda la discusión, el planteamiento de las conclusiones y recomendaciones. Luego de ello, se presentan las referencias bibliográficas y los anexos.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la Realidad Problemática

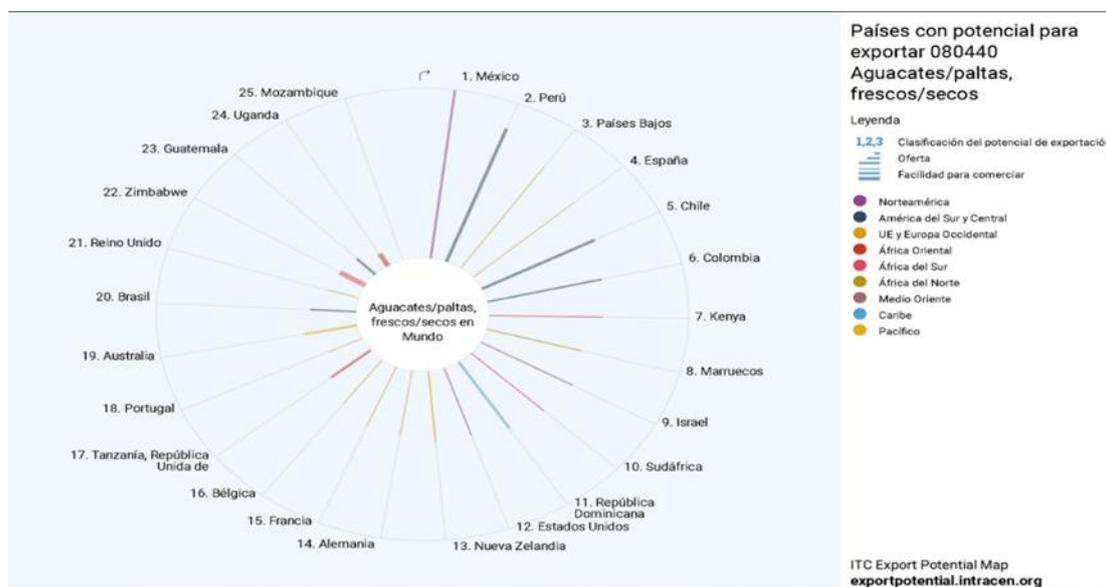
La inversión en la agricultura y la agroexportación ha aumentado debido a la creciente demanda global de alimentos esenciales. Los inversores reconocen el potencial de obtener rendimientos atractivos en un sector vital para la seguridad alimentaria y la economía mundial. La tecnología agrícola, que incluye la agricultura de precisión y la biotecnología, atrae inversiones considerables al mejorar la eficiencia y la productividad agrícola. Además, el desarrollo de infraestructura y logística, como puertos y sistemas de transporte, es crucial para el comercio internacional de productos agrícolas y representa una oportunidad de inversión. La competitividad y la sostenibilidad en la agricultura regenerativa son tendencias destacadas, con inversores interesados en proyectos que promuevan prácticas respetuosas con el medio ambiente. A pesar de las oportunidades, las inversiones enfrentan desafíos como la variabilidad climática, las fluctuaciones de precios y las

barreras comerciales, además de estar influenciadas por regulaciones y políticas gubernamentales en los países de inversión.

La competitividad en la agroexportación a nivel mundial es un proceso multifacético que abarca numerosos factores cruciales. En ese sentido, la calidad y la diversidad de los productos son esenciales, ya que ofrecer alimentos de alta calidad y una gama variada de opciones puede atraer a una amplia base de consumidores y mercados. La eficiencia en la producción agrícola se traduce en la capacidad de producir más con menos recursos, lo que no solo reduce los costos, sino que también permite alcanzar la sostenibilidad. Una infraestructura y logística eficaces son la columna vertebral de la agroexportación, garantizando un flujo constante y sin problemas de productos hacia los mercados internacionales. El acceso a estos mercados, facilitado por la eliminación de barreras comerciales y la participación en acuerdos comerciales preferenciales, es fundamental para el crecimiento y la expansión de las exportaciones.

Figura 1

Países con potencial para exportar



Nota: Tomado de Trade Map, 2023, <https://www.trademap.org/>

En la última década, la agroexportación no tradicional ha tenido un crecimiento constante, impulsando los avances en tecnología agrícola, la expansión hacia nuevos mercados y una creciente demanda mundial de alimentos y productos agrícolas. Según datos de la SUNAT (ComexPerú, 2023), las exportaciones agrícolas no tradicionales en el año 2022 ascendieron a US\$ 8527 millones, lo que refleja un crecimiento del 7.8 % respecto al año anterior. Es importante señalar que este dinamismo es menor al observado el año pasado, cuando se registró un incremento de 16.9 %.

Figura 2

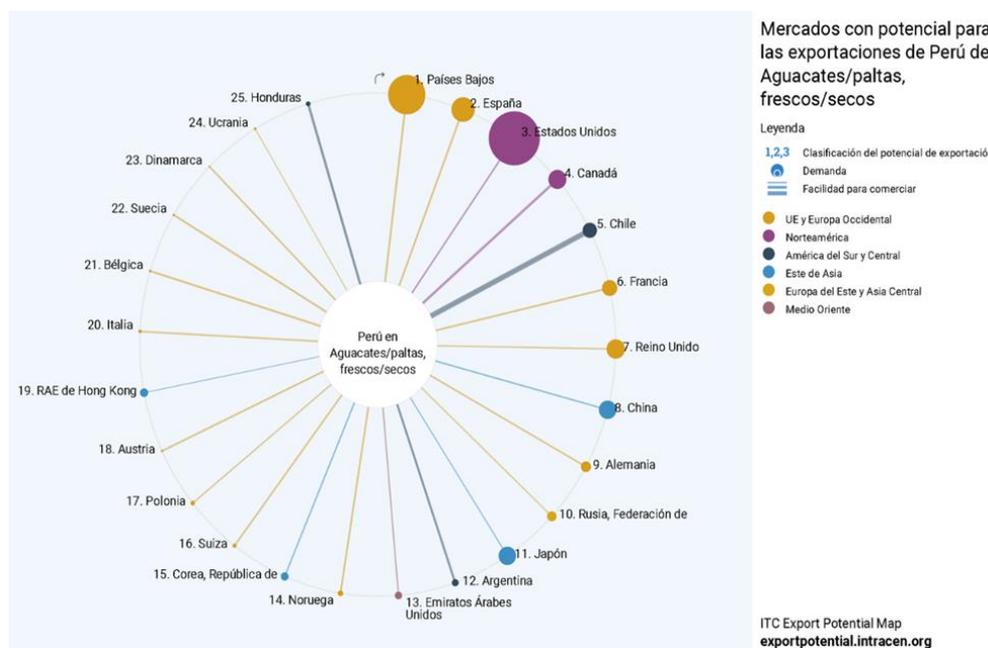
Evolución de las exportaciones agropecuarias no tradicionales en Perú



Nota: Tomado de “Las agroexportaciones crecieron un 7.8 % en 2022”, ComexPeru, 2023, <https://www.comexperu.org.pe/articulo/las-agroexportaciones-crecieron-un-78-en-2022>

Figura 3

Mercados con potencial para las exportaciones de Perú



Nota: Tomado de Trade Map, 2023, <https://www.trademap.org/>

Entre los productos agrícolas no tradicionales más exportados en Perú están las frutas como la palta, en sus diversas presentaciones (frescas, congeladas, aceites, pulpas, etc.). En ese contexto, la competitividad y la sostenibilidad se han vuelto esenciales para la agroexportación, ya que los consumidores y los mercados internacionales exigen productos agrícolas producidos de manera respetuosa con el medio ambiente.

Según la revista *Cien* de ADEX, publicada el 12 de julio del 2023 (Llantoy, 2023), entre 2018 y 2022 las exportaciones peruanas de palta crecieron en un promedio anual de 5.2 %. Esto se explica principalmente por el crecimiento de las exportaciones de palta fresca (+61.6 %) y aceite de palta (+118.1 %).

Figura 4

Presentaciones de palta para exportación

Perú: Exportación de Palta (US\$ Miles)								
Descripción Comercial	2018	2019	2020	2021	2022	Crec.% 2022/2018	Var.% 2022/2021	Part.% 2022
Palta	797,648.8	830,532.7	831,167.0	1,096,863.5	976,342.9	5.2%	-11.0%	100.0%
Fresca	130,222.3	5,288.4	752,186.2	1,013,888.7	887,486.9	61.6%	-12.5%	90.9%
Congelada	664,820.2	824,884.6	70,055.7	75,070.6	73,964.2	-42.2%	-1.5%	7.6%
Aceite	380.8	240.9	2,857.3	3,553.3	8,619.5	118.1%	142.6%	0.9%
Pulpa	2,191.6	116.8	5,942.3	4,113.7	5,510.0	25.9%	33.9%	0.6%
Otras presentaciones	34.0	2.0	125.5	237.2	762.3	117.7%	221.4%	0.1%

Fuente: SUNAT, ADEX Data Trade

Elaboración CIEN- ADEX

Nota: Tomado de “Evolución del mercado mundial y nacional de Palta” [Tabla], *CIEN*, 2023, p. 2, https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2023/07/CIEN_NSIM1_Julio_2023_Palta_1.pdf

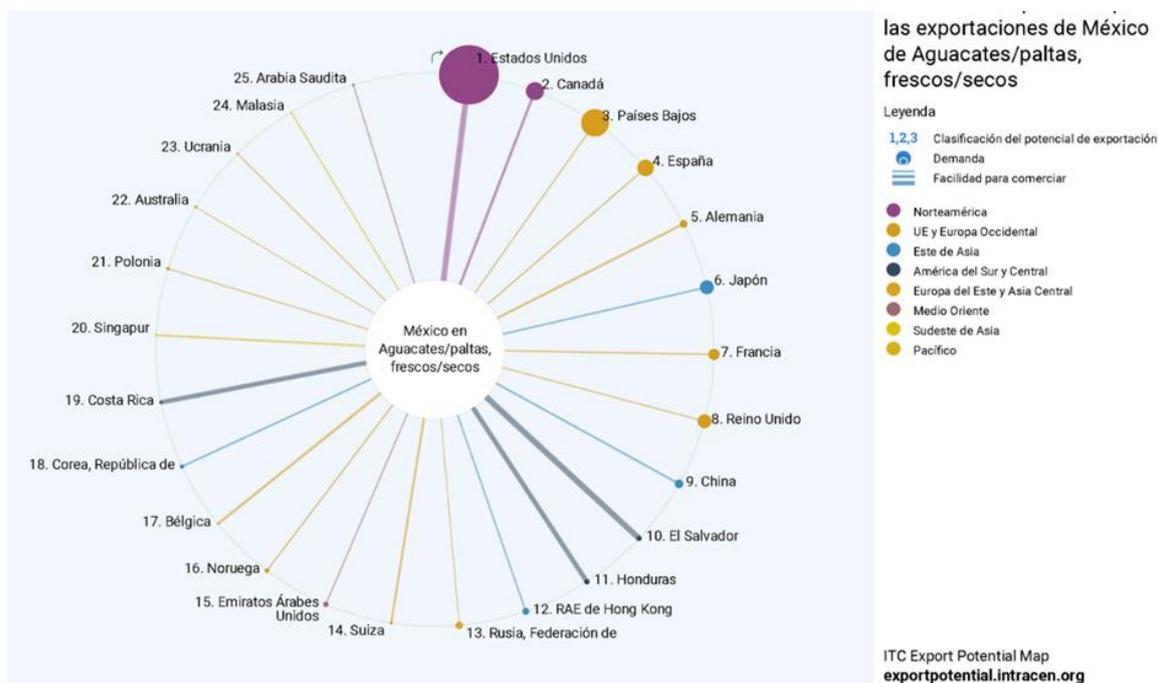
Es importante señalar que México es uno de los principales exportadores de aguacates a nivel mundial, y gran parte de su producción se destina principalmente a los Estados Unidos. Este producto ha experimentado un aumento significativo en

la demanda internacional en los últimos años debido a su popularidad y percepción como un alimento saludable.

Es preciso indicar que la temporada de paltas se extiende durante todo el año. Sin embargo, las principales cosechas se producen entre los meses de agosto y marzo, con un pico en los meses de octubre a diciembre. Según el informe "Estadísticas de la producción agrícola" del SIAP de México (Ornelas, 2017), este país tenía una superficie de cultivo de paltas de 240 000 hectáreas. La mayoría de las plantaciones de paltas se encuentran en los estados de Michoacán, Jalisco, Nayarit, Guerrero y Oaxaca.

Figura 5

Mercados con potencial para las exportaciones de México



Nota: Tomado de Trade Map, 2023, <https://www.trademap.org/>

La expansión global de la producción y disponibilidad de paltas ha desempeñado un papel fundamental en el crecimiento de su popularidad. Países líderes en la producción, como México y Perú, han promovido de manera activa las exportaciones de paltas, lo que ha permitido que esta fruta esté disponible en mercados internacionales durante todo el año. Esta estrategia ha contribuido significativamente al aumento de su consumo en diversas regiones del mundo.

Algunas características de la exportación de la fruta fresca palta en Perú y México, correspondientes al ejercicio del año 2022, se pueden visualizar en la siguiente tabla con información extraída de TRADE MAP.

Tabla 1

Comparación de exportación entre Perú y México 2022

Características	Perú	México
Volumen exportado	583 215 toneladas	1 041 787 toneladas
Volumen exportado en valor FOB	894 272 miles de USD	3 495 161 miles de USD
Número en el <i>ranking</i> mundial	2.º puesto	1.º puesto
Representación de la exportación	12.20 %	47.60 %

La exportación de palta (aguacate) en México ha experimentado un crecimiento notable en los últimos años, superando en varias ocasiones a Perú en términos de volumen de exportación. Esto se debe a diversos factores, como el alto volumen de producción de México, especialmente en el estado de Michoacán, que es el principal productor de aguacate en el mundo. Además, México cultiva una

gran variedad de aguacates, incluyendo el popular aguacate Hass, lo que le permite atender una amplia gama de mercados y consumidores. La inversión en calidad, el acceso a diversos mercados internacionales, las condiciones climáticas favorables, la promoción activa y la extensión de la temporada de cosecha son elementos clave en el éxito de México en la exportación de aguacates.

Ambos países compiten en un mercado global donde la calidad, la consistencia y el cumplimiento de los estándares de calidad y sanidad son fundamentales para el éxito continuo en la exportación de esta fruta. En la agroexportación de palta en Perú, se destaca una problemática significativa relacionada con las inversiones en áreas críticas que inciden directamente en la competitividad del sector. La falta de una inversión adecuada en capital de trabajo plantea desafíos para mantener una cadena de suministro ágil y eficiente, lo que a menudo resulta en dificultades para cumplir con los pedidos internacionales y adaptarse a las cambiantes demandas de los mercados. Asimismo, la limitada inversión en activos fijos, tales como maquinaria agrícola especializada y tecnología, se atribuye principalmente a la disponibilidad limitada de financiamiento. Esta restricción impide la modernización de las operaciones y la mejora de la capacidad de producción, factores cruciales para la sostenibilidad y competitividad a largo plazo de la industria de agroexportación de palta.

En ese contexto, en la agroexportación, la falta de inversión adecuada en equipos de seguridad y capacitación del personal emerge como un desafío crucial. Por ello, se proponen campañas de concientización dirigidas a trabajadores y gerencia, respaldadas por estadísticas y ejemplos que resaltan los riesgos

vinculados con la carencia de equipos y formación. Además, se recomienda la implementación de programas de capacitación continua centrados en prácticas seguras y el uso apropiado de equipos de seguridad. La propuesta incluye establecer incentivos para garantizar el cumplimiento de las normas de seguridad, así como colaborar con instituciones especializadas para obtener asesoramiento y recursos adicionales. La evaluación periódica de riesgos laborales y la promoción de una cultura de mejora continua, con la activa participación de los empleados, son fundamentales para asegurar un entorno laboral seguro y eficiente en la industria agroexportadora. Esta falta de inversión no solo representa un riesgo para la seguridad de los trabajadores, sino también un obstáculo para la eficiencia productiva, pudiendo generar accidentes laborales y una disminución en la productividad, particularmente en las plantaciones de palta.

Un problema adicional en Perú es la falta de inversión en innovación y *marketing* en el mercado de empresa a consumidor (B2C). En efecto, esto genera un impacto negativo en la capacidad del sector para diversificarse, ya que no permite adoptar prácticas sostenibles y promover de manera efectiva la palta peruana a nivel internacional. Para superar todos estos obstáculos, se hace necesaria una mayor inversión estratégica que posibilite la diversificación de productos en los mercados globales.

A partir de lo expuesto, se puede afirmar que es importante que Perú desarrolle un enfoque estratégico a largo plazo, promocionando activamente la palta peruana en mercados internacionales y fomentando la colaboración entre diversos actores en la cadena de suministro. Será necesaria también la

diversificación en las variedades del producto para atender diferentes segmentos de consumidores y mercados, reduciendo la dependencia de un solo destino y manteniendo altos estándares de calidad y sanidad.

1.1.1. Delimitaciones en la Investigación

Luego de haber desarrollado la problemática relacionada con la investigación, y con la intención de aclarar los fines metodológicos, se procederá con la delimitación.

Delimitación Espacial. Respecto al ámbito espacial de la investigación, esta se llevó a cabo considerando las empresas agroexportadoras de Perú y México.

Delimitación Temporal. El periodo en el cual se llevó a cabo la investigación comprende los años 2019-2022.

Delimitación Social. Como parte de la investigación, se usó la técnica de la encuesta a través del instrumento denominado cuestionario, destinado al recojo de datos. En este trabajo, dicho instrumento se aplicará a los empresarios exportadores de palta, así como a gerentes generales, gerentes de operaciones y gerentes de finanzas de empresas agroexportadoras.

Delimitación Conceptual.

Inversión. Según Castro y Castro (2009), la finalidad de la inversión es satisfacer las necesidades básicas de los clientes, aunque su objetivo es obtener beneficios materiales en el futuro. Ello implica que los resultados obtenidos con

estas inversiones en tiempo, materiales y esfuerzo humano sean más satisfactorios que los resultados que se hubieran conseguido si no se hubieran llevado a cabo. El autor afirma que todas las inversiones tienen características de rendimiento, tiempo y riesgo.

Competitividad. Galeana y Valenzo (2019) señalaron que la competitividad con respecto a insumos como mano de obra, tierra, capital, gestión y tecnología es el factor más importante en una empresa. Si una empresa es eficiente, significa que asigna los insumos al menor costo por unidad de producción. Para lograr eficiencia, los insumos deben utilizarse de la manera más productiva posible. Por tanto, lo que la mayoría de las empresas buscan es la productividad por empleado, de modo que las empresas que tienen ventaja en este sentido suelen tener los costes de producción más bajos.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿En qué medida las inversiones inciden en la competitividad de las empresas agroexportadoras de palta en Perú y México en 2019-2022?

1.2.2. Problemas Específicos

¿De qué manera las inversiones en el capital de trabajo inciden en la productividad de este sector empresarial?

¿De qué manera las inversiones en activo fijo inciden en la eficiencia de la producción relacionada a la agroexportación?

¿En qué medida las inversiones en equipos de seguridad inciden en la protección del personal de este sector?

¿De qué manera las inversiones en capacitación del personal inciden en el desempeño de las actividades de agroexportación?

¿De qué manera las inversiones en innovación inciden en los lanzamientos de nuevas presentaciones en este sector empresarial?

¿En qué medida las inversiones en *marketing* digital inciden en las preferencias de los clientes del B2C?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Demostrar si las inversiones inciden en la competitividad de las empresas agroexportadoras de palta en Perú y México en 2019-2022.

1.3.2. Objetivos Específicos

Establecer si las inversiones en el capital de trabajo inciden en la productividad de este sector empresarial.

Determinar si las inversiones en activo fijo inciden en la eficiencia de la producción relacionada a la agroexportación.

Establecer si las inversiones en equipos de seguridad inciden en la protección del personal de este sector.

Determinar si las inversiones en capacitación del personal inciden en el desempeño de las actividades de agroexportación.

Analizar si las inversiones en innovación inciden en los lanzamientos de nuevas presentaciones en este sector empresarial.

Establecer si las inversiones en *marketing* digital inciden en las preferencias de los clientes del B2C.

1.4. Justificación de la Investigación

1.4.1. Justificación Teórica

La investigación se justifica porque busca proporcionar una comprensión más profunda y fundamentada de cómo las inversiones en esta industria específica han impactado en la competitividad de las empresas en ambos países durante ese período. Esto puede ayudar a los actores clave, como los gobiernos, las empresas y los inversores, a tomar decisiones informadas para promover un desarrollo sostenible y exitoso en el sector agroexportador de la palta.

1.4.2. Justificación Práctica

El actual estudio permite identificar estrategias en el sector de la agroexportación de paltas que contribuyan a aumentar la competitividad efectiva en el mercado internacional, lo que implica acceder a nuevos mercados y mantener relaciones comerciales sólidas con los clientes de otros países.

1.4.3. Justificación Social

Esta investigación supone un apoyo a muchas empresas del sector en tanto contribuye a expandir el conocimiento sobre las estrategias de inversión en la agroexportación y su relación con la competitividad empresarial en el contexto de América Latina. Esto puede servir como referencia para futuras investigaciones y ser valioso para favorecer la contratación del personal, generando programas que fomenten la formalidad y estén alineados con la mejora de la productividad, como la capacitación técnica.

1.4.4. Importancia

La agroexportación de palta desempeña un papel crucial en las economías de ambos países, puesto que genera ingresos significativos, empleo y desarrollo regional. Comprender cómo las inversiones afectan la competitividad en este sector es esencial para promover el crecimiento económico sostenible y la prosperidad a largo plazo. Además, esta investigación contribuirá al cuerpo de conocimientos académicos al proporcionar nuevas perspectivas sobre la relación entre las inversiones y la competitividad en el contexto específico de las empresas agroexportadoras de palta. Los hallazgos de esta tesis también pueden tener importantes implicaciones en las políticas públicas y las estrategias empresariales, así como un destacable impacto social y medioambiental.

1.4.5. Viabilidad de la Investigación

El estudio fue factible porque se contó con el apoyo de recursos humanos, materiales y económicos, así como de bibliografía especializada de diferentes

autores. Además, favoreció el tiempo para dedicarle al trabajo y cumplir con las metas planteadas. Por ende, se considera que la investigación es viable y practicable.

1.5. Limitaciones

A lo largo de la investigación no se encontraron obstáculos ni interrupciones que pudieran impedir el avance del estudio.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

La presente investigación implicó una búsqueda inicial de trabajos relacionados con el tema tratado. Para ello, se auscultó la Biblioteca de Posgrado de la Universidad San Martín de Porres, aunque no se encontraron estudios que aludieran al tema. Asimismo, se realizó una búsqueda en otras universidades y, si bien se hallaron referencias al tema, este ha sido desarrollado de diferente manera. Por ese motivo, la tesis es considerada como viable y ejecutable.

2.1.1. Universidades Peruanas

Para empezar, Carrera (2023) realizó una tesis titulada “Las fuentes de financiamiento y su influencia en la rentabilidad de las MYPES agroexportadoras en la región Lima Provincias, Perú 2018-2020” para optar por el grado de Maestro en Ciencias Contables y Financieras de la Universidad San Martín de Porres. En este trabajo de investigación presentó los resultados de una encuesta realizada a

92 expertos sobre la pregunta: ¿las fuentes de financiamiento inciden en el Plan de Inversiones en las mypes agroexportadoras? De forma significativa, los encuestados respondieron que la Alta Dirección debe identificar sus necesidades de inversión a largo plazo y definir las fuentes de financiamiento apropiadas.

Es menester indicar que este autor empleó en su investigación un diseño no experimental, ya que las variables estudiadas no fueron objeto de manipulación, limitándose a la recolección de datos existentes; además, tuvo un diseño longitudinal puesto que la tesis se realizó durante un período de tiempo determinado. Se concluyó que las fuentes de financiamiento tienen un impacto positivo en la rentabilidad de las mypes agroexportadoras de la región Lima provincias entre 2018 y 2020. Esto se debió a que el costo de la deuda con terceros es más bajo que el costo de los aportes de los accionistas. Esta investigación contribuye a la presente tesis al proporcionar evidencia empírica de la existencia de una relación significativa entre las inversiones y la agroexportación.

Por otro lado, Calderón (2019), en su tesis “Gestión Financiera de la Cadena Productiva sostenible Agroexportadora en la Región la Libertad 2014 – 2018” para optar por el grado de Maestro en Ciencias Contables y Financieras de la Universidad San Martín de Porres, presentó los resultados de una encuesta realizadas a 39 expertos sobre la pregunta: ¿considera importante la innovación tecnológica en un buen sistema de riego, máquinas de envasado y nuevas variedades productivas más eficientes? De forma significativa, los encuestados respondieron que la innovación es muy importante debido al rendimiento que pueden generar los campos cultivados con sus variedades de plantas.

Adicionalmente, las máquinas de envasado con alta tecnología generan mucha eficiencia, al igual que los sistemas de riego por los volúmenes que se utilizan.

Es importante señalar que el autor empleó en su investigación un enfoque cuantitativo con un diseño descriptivo correlacional. Para el análisis de los datos recopilados se realizó una estadística descriptiva. Como conclusión se obtuvo que el nivel de inversión debidamente planificado influye significativamente en los diferentes tipos de activos vinculados a la innovación y tecnología, permitiendo distinguir los procesos de la cadena productiva sostenible agroexportadora en la región La Libertad. Consecuentemente, este hecho induce a la mejora continua y satisfacción de la demanda mundial de las frutas y hortalizas, dado que todavía existen muchos países como importadores potenciales de nuestra canasta exportadora. Esta investigación contribuye a la presente tesis, ya que proporciona evidencia empírica de la existencia de una relación significativa entre las inversiones en innovación tecnológica y la inversión en maquinarias en la agroexportación.

Por otra parte, Soriano (2022), en su tesis de maestría en Economía Agrícola titulada “Ventaja comparativa revelada y competitiva en las agroexportadoras peruanas: región la Libertad 2011-2020”, tuvo como propósito mostrar los resultados obtenidos respecto al análisis de tendencia de los índices de competitividad de los productos seleccionados. Los productos analizados, como arándano, palta, uva, mandarina y mango, mostraron pendientes positivas en sus tasas de crecimiento, las cuales resultaron ser mayores a cero, reflejando un crecimiento en sus niveles de competitividad durante todo el periodo de análisis.

El enfoque del estudio es explicativo, no experimental y prospectivo. Esta tesis contribuye al desarrollo de la presente investigación, ya que refleja la importancia significativa del desempeño competitivo en el comercio internacional.

No obstante, la tesis doctoral desarrollada por Del Valle (2020), titulada “La capacidad competitiva y su incidencia en la exportación de los pequeños y medianos productores de quinua del distrito de Puno”, tuvo como objetivo establecer si las capacidades competitivas de los pequeños y medianos productores de quinua del distrito de Puno permiten estructurar un clúster de exportación. La investigación se realizó con 68 representantes de los productores de quinua del distrito de Puno, a quienes se les aplicó un cuestionario para medir sus capacidades, tanto a nivel individual como en el contexto de una organización de productores. Los resultados mostraron que los productores individuales presentan limitaciones significativas para convertirse en exportadores, e incluso como productores organizados, aunque en menor medida. Sin embargo, si la política de apoyo a la agricultura del gobierno nacional, regional y local se orientara a promover la asociatividad y a crear capacidades de planta y de gestión, se podría viabilizar que los productores organizados se conviertan en exportadores directos.

Esta tesis contribuye al desarrollo de la presente investigación, ya que refleja la importancia significativa de establecer las capacidades competitivas de los pequeños y medianos productores para la exportación.

2.1.2. Universidades Extranjeras

En primer lugar, la tesis doctoral desarrollada por Luna (2021) en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (México), titulada “Réplica del precio del aguacate michoacano para su cobertura con derivados financieros”, tuvo como propósito mostrar la importancia de esta producción para la economía michoacana en los últimos 30 años. La investigación destacó que la producción de aguacates michoacanos representó alrededor del 80 % de los aguacates de México y más del 25 % de la producción mundial. Los resultados mostraron que es posible replicar el precio del activo de manera estable y eficiente en el tiempo. Además, la evidencia sugiere que esta réplica tiene la suficiente potencia para ser considerada confiable en el proceso de cobertura financiera del precio del aguacate michoacano. Esta tesis contribuye a las inversiones y la competitividad de las empresas agroexportadoras de palta.

Por otro lado, la tesis de maestría de Rivera (2017) en la Universidad de Chile, titulada “Lanzamiento de Supreme, un innovador fungicida para el uso agrícola”, tuvo como objetivo desarrollar un plan de *marketing* para un innovador fungicida que aseguraría un mayor rendimiento y calidad en el cultivo de uvas. El lanzamiento del producto permitiría fortalecer el portafolio de Syngenta y mantener el liderazgo en la categoría de fungicidas, una categoría altamente competitiva y con poca diferenciación. Se esperaba que este lanzamiento lograra un aumento del *market share* a favor de la empresa. Esta tesis contribuye a resaltar la importancia de la innovación en nuevas presentaciones y lanzamientos mediante el *marketing* B2C en el sector empresarial.

Asimismo, la tesis de Castellanos (2020) en la Universidad Nacional de Colombia, “Correlación entre competitividad e innovación: una validación empírica de la teoría” indicó que la innovación tecnológica es un concepto estrechamente ligado a la competitividad de naciones, sectores económicos y empresas. Esta investigación tuvo como objetivo validar la correlación existente entre estas variables a nivel empírico y soportar los resultados analizando el sector de Ciencia, Tecnología e Innovación colombiano. Esta tesis contribuye al desarrollo de la investigación al reflejar la importancia de la inversión en la innovación tecnológica para un buen desempeño en el ciclo del producto, permitiendo realizar exportaciones, ingresar a un mercado global y competir.

De igual forma, la tesis doctoral de Morales (2019) en la Universidad Michoacana de San Nicolás (México), titulada “Factores determinantes de la competitividad internacional de las empresas exportadoras de zarzamora: el caso. El caso de Los Reyes, Michoacán y Huelva, España”, presentó los resultados de una encuesta realizada a 10 expertos sobre la frecuencia de las inversiones en investigación y desarrollo tecnológico para mejorar las ventas del producto. De manera significativa, se encontró que en México, la tecnología se aplica en aspectos como los métodos de riego, el tipo de producción (controlada o libre) y el desarrollo de nuevas variedades y ciclos productivos, logrando avances significativos en Los Reyes. Por otro lado, en España, la tecnología está más orientada a aspectos climáticos, ya que a pesar de estar ubicada en el sur (con clima cálido), se necesita el uso de invernaderos para mejorar la productividad en los cultivos. Finalmente, esta tesis contribuye al desarrollo de la investigación al

destacar la importancia de la inversión en tecnología para mejorar el desempeño competitivo en el sector agroexportador.

2.2. Marco Filosófico

2.2.1. Inversión

La Banca Florentina, también conocida como el Banco Medici, fue una institución financiera pionera que dominó el panorama económico europeo durante el siglo XV. Su historia está íntimamente ligada a la poderosa familia Medici que, a través de la banca, impulsó el comercio, la cultura y la política de la época. La semilla de la Banca Florentina la sembró Giovanni di Bicci de' Medici en 1397, inicialmente como una extensión del negocio textil familiar. Giovanni se adentró en el mundo de las finanzas ofreciendo préstamos a empresarios y gobiernos locales, ganando reputación por su honestidad y visión empresarial, lo que atrajo clientes de toda Europa.

Fue su hijo, Cosimo de' Medici, quien transformó el Banco Medici en un gigante financiero. Cosimo expandió las operaciones bancarias a través de Europa, abriendo sucursales en ciudades como Roma, Venecia, Aviñón y Lyon. Además de sus habilidades financieras, Cosimo poseía un gran interés por el arte y la cultura. Su riqueza, generada por el banco, la invirtió en el mecenazgo de artistas, humanistas y eruditos. Figuras del calibre de Donatello, Brunelleschi y Fra Angélico se beneficiaron del apoyo de Cosimo, dando inicio al glorioso Renacimiento italiano.

El Banco Medici no se limitaba a préstamos; ofrecía una amplia gama de servicios financieros innovadores para la época. Estos incluían transferencias de

dinero entre sucursales para facilitar el comercio internacional, servicios de cambio de divisas para ayudar a los comerciantes a manejar diferentes monedas europeas, y la venta de letras de cambio que funcionaban como precursores de los cheques modernos, permitiendo realizar transacciones sin necesidad de transportar grandes cantidades de efectivo.

La Banca Florentina y los Medici son un ejemplo de cómo el poder económico puede convertirse en una fuerza motriz del desarrollo cultural y artístico. Su historia destaca la importancia del ingenio financiero y el mecenazgo en la construcción de grandes épocas.

2.2.2. Competitividad

Según Garcia (2013), el siglo XIX marcó un hito en la historia de la contabilidad, con Italia como epicentro de un florecimiento intelectual que se extendería hasta el siglo XX. Las escuelas italianas de ese periodo se caracterizaron por su búsqueda de teorías científicas para la disciplina, basándose principalmente en la estrecha relación entre la contabilidad y la administración empresarial.

Francisco Villa, una figura central de la Escuela Lombarda, propuso una construcción teórica innovadora para la contabilidad. Villa la concibió como una herramienta fundamental para el control empresarial, capaz de reflejar fielmente los resultados de todas sus operaciones (Garcia, 2013).

Para Villa (como se citó en Garcia, 2013), la contabilidad era una disciplina de alto nivel que interpretaba la dinámica empresarial. Esta interpretación requería

combinar conocimientos administrativos y de diversos campos con conceptos contables para desarrollar metodologías adecuadas para alcanzar los objetivos de la administración económica.

En esencia, Villa definía la contabilidad como un conjunto de nociones económico-administrativas aplicadas al arte de llevar las cuentas.

Aportes pioneros y legado duradero. La Escuela Lombarda sentó las bases para enfoques contables modernos, como lo reconoce Goxens (1984), al considerarla el punto de partida del período científico-administrativo de la disciplina. Entre sus principales aportes se destaca la separación entre la teneduría de libros como una técnica operativa y los principios económico-administrativos que la sustentan. Esta escuela también se caracterizó por su fuerte vinculación con conceptos económicos.

Entre los principales fundamentos de la Escuela Lombarda destacan la partida doble, considerada el pilar fundamental de la contabilidad moderna. Además, promovieron el uso de la contabilidad como herramienta para la gestión empresarial, incluyendo la contabilidad de costos y presupuestos para la toma de decisiones y el control empresarial. Asimismo, subrayaron la importancia de la precisión y la transparencia de la información contable que debe ser precisa, fiable y útil para los *stakeholders*.

Francisco Villa, reconocido como el padre de la Escuela Lombarda, fue el principal exponente de esta corriente. A él se debe una construcción teórica de la contabilidad que parte de la consideración y tiene como objetivo el control de la

empresa, mostrando siempre el resultado de todas sus operaciones. Así, desarrolló una teoría contable basada en la partida doble y la lógica económica. Según Villa, la contabilidad constituye una doctrina de orden superior destinada a interpretar la dinámica de las haciendas, para lo cual son necesarios conocimientos administrativos y de diversas disciplinas, combinados con conceptos puramente contables. Además, se hace necesaria una disciplina propia para la utilización de medios instrumentales adecuados que permitan realizar los fines previstos para la administración económica. En resumen, la contabilidad debe ser considerada como un conjunto complejo de nociones económico-administrativas aplicadas al arte de llevar las cuentas.

2.3. Marco Histórico

2.3.1. Las inversiones

Las inversiones tienen una larga historia que se remonta a la antigüedad, cuando las civilizaciones mesopotámicas y babilónicas practicaban el préstamo de dinero con intereses. A lo largo de los siglos, las prácticas de inversión evolucionaron, pero fue durante la Revolución Industrial del siglo XVIII cuando las inversiones comenzaron a tomar formas más modernas. El capital se destinaba a proyectos industriales y ferroviarios, y surgieron las primeras compañías de inversión y bancos de inversión.

El siglo XIX marcó un hito importante con el establecimiento de las primeras bolsas de valores, como la Bolsa de Nueva York y la Bolsa de Londres. Esto permitió la compra y venta de acciones, permitiendo a las empresas recaudar

capital de inversores y a estos diversificar sus carteras. Sin embargo, la historia de las inversiones no ha estado exenta de crisis, como el colapso del mercado de valores en 1929, que condujo a regulaciones más estrictas y a la creación de la Comisión de Valores y Bolsa (SEC) en los Estados Unidos.

Con la globalización en el siglo XX, los inversores comenzaron a mirar más allá de las fronteras nacionales en busca de oportunidades, surgiendo así nuevos instrumentos financieros. En las últimas décadas, ha aumentado el interés en las inversiones sostenibles y socialmente responsables, así como el auge de la tecnología que ha transformado la forma en que se invierte, desde el trading en línea hasta la aparición de las criptomonedas.

La historia de las inversiones refleja la evolución de la economía y la tecnología a lo largo del tiempo, y su importancia continúa siendo fundamental en la economía global.

Bolsa de valores. En la antigua Mesopotamia, alrededor del año 2000 a. C., ya se intercambiaban bienes y productos básicos entre mercaderes en lugares específicos para negociar, creando así las primeras semillas de lo que luego se convertiría en la bolsa de valores. Siglos después, en la Grecia del siglo VI a. C., el mercado de Mileto se convirtió en un centro de intercambio de productos y monedas, donde incluso se podían comprar y vender futuros, un precursor de las modernas inversiones.

Durante la Edad Media, las ciudades europeas experimentaron un auge comercial. Los mercaderes se agrupaban en gremios para regular el comercio y

proteger sus intereses. En 1531, la ciudad de Amberes, en Bélgica, vio nacer la primera bolsa de valores formal. Allí se negociaban acciones de empresas locales, títulos de deuda y otros activos, sentando así las bases para un sistema financiero más complejo.

A lo largo del siglo XVII, las bolsas de valores se extendieron por Europa, con Londres, París y Ámsterdam emergiendo como centros financieros de gran importancia. La Revolución Industrial del siglo XVIII impulsó aún más el crecimiento de las bolsas, ya que las empresas buscaban capital para financiar su expansión. La invención del telégrafo y el teléfono facilitó la comunicación y el comercio en las bolsas, permitiendo que las operaciones se realizaran en tiempo real.

En el siglo XX, la creación de mercados de valores electrónicos, como el NASDAQ, revolucionó la forma de invertir. Las bolsas de valores se conectaron a nivel global, permitiendo a los inversores el acceso a una amplia gama de activos. Sin embargo, este siglo también estuvo marcado por crisis financieras, como la de 1929 y la de 2008, que sacudieron los mercados y pusieron a prueba la estabilidad del sistema financiero.

En la actualidad, las bolsas de valores son fundamentales para el sistema financiero global. Facilitan la inversión y el flujo de capital, desempeñando un papel crucial en el crecimiento económico y el desarrollo de las empresas. A pesar de los desafíos, las bolsas de valores se mantienen como símbolos de la dinámica económica y de la búsqueda de oportunidades de crecimiento.

Según Carrión (2017), el mercado de capitales, al igual que cualquier otro mercado, funciona como un punto de encuentro donde confluyen oferentes (personas, empresas y gobiernos) con excedentes de dinero y demandantes que requieren fondos. A diferencia de otros mercados, en el mercado de capitales el dinero no solo se intercambia entre oferentes y demandantes, sino que también circula a través de intermediarios financieros como bancos, cooperativas, cajas municipales o rurales, y otras entidades financieras. Para comprender mejor el funcionamiento de este mercado, es fundamental comenzar por definir qué es un mercado de capitales.

La bolsa de valores conecta a personas y empresas que quieren invertir y rentabilizar su dinero con empresas productivas que necesitan capital para expandirse o mejorar sus operaciones. Las principales bolsas en el mundo incluyen la Bolsa de Nueva York (NYSE), NASDAQ (la bolsa electrónica en NY), la Bolsa de Londres (LSE) y la Bolsa de Tokio (TSE), donde se negocia la mayor cantidad de instrumentos en el mundo.

La mayoría de los países tienen sus propias bolsas de valores, cuyo funcionamiento ideal depende del tamaño de la economía de cada país y del interés de empresas y personas en participar activamente en el mercado, comprando y vendiendo valores ofrecidos.

En este mercado participan tanto grandes fondos de inversión como inversionistas *retail*, personas que compran y venden instrumentos por cuenta propia y en cantidades pequeñas, que buscan generar rentabilidad para su dinero, superando las tasas ofrecidas por bancos e instituciones del sistema financiero.

2.3.2. Competitividad

La competitividad a lo largo de la historia ha sido influenciada por una variedad de factores y corrientes de pensamiento. Desde la antigüedad, filósofos como Aristóteles se centraron en la idea de la excelencia y la virtud, sentando así las bases para entender la competitividad como la búsqueda de la excelencia en diversas esferas de la vida. Aristóteles defendió la importancia de la ética en la competitividad, destacando que no solo se trata de ganar, sino de hacerlo de manera justa y ética (“Plato”, 2022).

Durante la Revolución Industrial en el siglo XIX, la competitividad se vio influenciada por pensadores económicos como Adam Smith, quien promovió la idea de la competencia como motor del progreso. Smith argumentó que la competencia en los mercados impulsaba la eficiencia y el crecimiento económico, estableciendo así las bases de la economía de mercado y la libre competencia, principios que siguen siendo fundamentales en la teoría económica actual (Russell, s.f.).

En la era actual, filósofos como Michael Porter han desempeñado un papel importante en la conceptualización de la competitividad a nivel empresarial y nacional. Porter (1998) desarrolló el concepto de ventaja competitiva, argumentando que las empresas y las naciones deben identificar y desarrollar sus activos únicos para destacar en el mercado global. Su trabajo ha sido fundamental en la formulación de estrategias de competitividad a largo plazo.

Estos filósofos representan diferentes momentos en la evolución del pensamiento sobre la competitividad, desde la antigüedad hasta la actualidad, y

han contribuido a la comprensión de este concepto desde diversas perspectivas, que van desde la ética y la economía hasta la gestión empresarial y la estrategia.

2.3.3. Marco Histórico de Agroexportación de Palta de Perú y México

La palta es un producto con un alto potencial de crecimiento, y tanto Perú como México continúan invirtiendo en la expansión de sus producciones y en la mejora de sus cadenas de valor. Se espera que la competitividad de ambos países en el mercado mundial de la palta siga evolucionando, adaptándose a las demandas cambiantes de los consumidores y las regulaciones internacionales, mientras enfrentan desafíos relacionados con la sostenibilidad y la geopolítica (Centro de Investigaciones de Economía y Negocios Globales [CIEN], 2023).

Perú. El origen de la palta (*Persea americana*) en Perú tiene un pasado milenario que se remonta a Mesoamérica y Sudamérica, con evidencias de su presencia desde el 5000 a. C. en sitios arqueológicos de la costa y sierra norteña, incluso durante el período Inca. Los antiguos peruanos valoraban la palta por su valor nutricional y su versatilidad culinaria, cultivándola en diversos valles para consumo fresco, en guisos y como ofrenda en rituales religiosos. El nombre *palta* proviene del quechua *pallta*, que significa fruta verde.

Durante la época colonial, con la llegada de los españoles en el siglo XVI, la palta marcó un punto de inflexión en su historia. Introducida a Europa y otras partes del mundo, rápidamente ganó popularidad por su sabor y propiedades, extendiéndose su cultivo en zonas tropicales y subtropicales de América, Asia y África. En Perú, la producción de palta se expandió durante la colonia,

principalmente en las haciendas de la costa, consolidándose como un alimento importante para la población.

La agroexportación de palta en Perú tiene sus inicios en la década de 1960, con la introducción de la palta Hass, una variedad de aguacate. Esta variedad demostró ser adecuada para el clima y las condiciones de suelo peruano, lo que marcó el comienzo de un sector de agroexportación que se convertiría en uno de los más importantes en la economía peruana.

En las décadas de 1970 y 1980, Perú se consolidó como uno de los principales exportadores de palta a nivel mundial. La demanda internacional de palta Hass creció considerablemente debido a su sabor y textura únicos, y la variedad de aguacate se adaptó perfectamente a las regiones costeras y andinas del país.

En la década de 1990, la liberalización económica y la firma de acuerdos comerciales, como el Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos, allanaron el camino para un mayor crecimiento de la agroexportación de palta peruana. Estos acuerdos brindaron acceso a mercados internacionales clave y redujeron las barreras arancelarias, lo que impulsó las exportaciones de palta Hass a los Estados Unidos y otros países.

A partir del siglo XX, la producción de palta en Perú ha experimentado un crecimiento significativo. Se introdujeron nuevas variedades, como la Hass, mejor adaptadas al clima peruano. Este auge se intensificó en las últimas décadas, impulsando la exportación de palta peruana a los mercados internacionales.

Actualmente, Perú se ubica como uno de los principales productores y exportadores de palta en el mundo, siendo reconocido por la alta calidad y sabor de su producto.

La palta juega un rol fundamental en la economía peruana. Genera miles de empleos en el campo y la agroindustria, siendo una fuente importante de ingresos para los pequeños agricultores. Además, contribuye a la diversificación de la producción agrícola nacional y al prestigio de la gastronomía peruana en el extranjero.

El siglo XXI ha sido testigo de un auge en la agroexportación de palta peruana. Perú se convirtió en uno de los principales exportadores de palta en el mundo, compitiendo con países como México. La inversión en tecnología agrícola, la adopción de buenas prácticas agrícolas y la diversificación de las zonas de cultivo contribuyeron al aumento de la producción y la calidad de la palta Hass peruana.

Hoy en día, la agroexportación de palta en Perú continúa siendo un motor importante de la economía. El país ha buscado diversificar sus mercados de exportación y fortalecer la cadena de suministro para mantener su posición como líder en la exportación de palta Hass. A pesar de enfrentar desafíos como la sostenibilidad ambiental y la gestión del agua, el futuro de la agroexportación de palta en Perú se vislumbra prometedor, con oportunidades para seguir creciendo en el mercado internacional.

Sin embargo, el futuro de la palta en Perú enfrenta algunos desafíos. El cambio climático puede afectar la producción, lo que exige una mejor gestión del agua para el cultivo. También es necesario fortalecer la investigación y el desarrollo

de nuevas variedades, así como promover el consumo de palta en el mercado interno.

México. La agroexportación de palta en México tiene una larga historia que se remonta a la época precolombina. La palta (*Persea americana*) tiene un pasado milenario en el país, con evidencias de su domesticación en el centro y sur de México alrededor del año 7000 a. C. Se han encontrado evidencias de su consumo desde el 8000 a. C. en la cueva de Coxcatlán, Puebla. Los antiguos mexicanos apreciaban la palta por su valor nutritivo y culinario, consumiéndolo fresco, en guisos y como ofrenda en rituales religiosos. El nombre *aguacate* proviene del náhuatl *ahuacatl*, que significa testículo del árbol, reflejando la importancia que tenía para las civilizaciones mesoamericanas como los aztecas y los mayas, quienes ya cultivaban y comerciaban con aguacates en la región.

Durante el siglo XX, la producción de aguacate en México se centraba principalmente en el consumo interno, con una exportación limitada. Sin embargo, a medida que la demanda de aguacates, especialmente la variedad Hass, creció en los mercados internacionales, México comenzó a explorar las oportunidades de exportación en la década de 1980.

En la década de 1990, México se convirtió en un importante jugador en la agroexportación de aguacate, con énfasis en la variedad Hass. El país aprovechó la liberalización económica y la firma de acuerdos comerciales, como el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), que proporcionó acceso preferencial a los mercados de Estados Unidos y Canadá.

En el siglo XXI, México ha consolidado su posición como uno de los principales exportadores de aguacates en el mundo. La producción se ha diversificado en diferentes regiones del país, incluyendo el estado de Michoacán, que se ha convertido en un centro clave de producción de aguacate. La adopción de prácticas agrícolas modernas, la inversión en tecnología y la mejora de la calidad del producto han contribuido al éxito continuo de la agroexportación de aguacate mexicano.

Hoy en día, la agroexportación de aguacate en México es un motor importante de la economía, proporcionando empleo a miles de personas y generando ingresos significativos para el país. A pesar de los desafíos relacionados con la sostenibilidad ambiental y la seguridad alimentaria, México sigue siendo un actor clave en el mercado global de aguacates y busca expandir sus oportunidades de exportación en un escenario internacional cada vez más competitivo.

2.4. Marco Legal

2.4.1. Perú

Constitución Política del Perú de 1993. La constitución establece las bases del régimen económico en su capítulo VII, destacando el principio de la Economía Social de Mercado y la libertad de iniciativa privada. A continuación, se detallan los artículos relevantes:

Artículo 58. Economía Social de Mercado y Libertad de Iniciativa Privada. El artículo establece que la iniciativa privada es libre y se ejerce en el contexto de una economía social de mercado. Bajo este régimen, el Estado tiene

la responsabilidad de orientar el desarrollo del país, actuando principalmente en áreas como la promoción del empleo, la salud, la educación, la seguridad, los servicios públicos y la infraestructura.

Este artículo se complementa con los siguientes:

Artículo 62. Libertad de contratación y Contrato Ley Art. 1357 CC.

Artículo 63. Igualdad para la inversión nacional y extranjera.

Régimen Tributario Agrario. El nuevo régimen tributario agrario establece un régimen especial para los productores del sector que cumplan con ciertos requisitos. Este régimen les permitirá pagar menos impuestos y cumplir con ciertas obligaciones, como llevar un registro de sus ingresos y gastos, y presentar sus declaraciones y pagos de impuestos en los plazos establecidos.

Los productores agrarios que no se acojan a este régimen tributario especial estarán sujetos al régimen general de impuestos. Además, se establecen incentivos para la reinversión de utilidades en el sector agrario, como un crédito tributario del 10 % de la reinversión de hasta el 70 % del monto de las utilidades anuales.

También se otorgan beneficios tributarios para las inversiones en infraestructura hidráulica y riego. Los productores agrarios que se acojan al régimen tributario especial estarán sujetos a tasas de pago a cuenta del impuesto a la renta.

El Nuevo Régimen Único Simplificado permite a los contribuyentes deducir los gastos sustentados en boletas y comprobantes de venta, hasta por el 10 % de

los montos acreditados a través de comprobantes de pago que califiquen para la deducción de gastos, con un límite máximo de 200 UITs en el ejercicio fiscal.

El objetivo principal de la Ley de Régimen Tributario Agrario es incentivar la inversión en el sector agrario y proporcionar un sistema tributario diferenciado para los productores que cumplan ciertos criterios. Con ello, se pretende fomentar el crecimiento del sector y mejorar la recaudación de ingresos fiscales.

Régimen laboral agrario. Este régimen se rige por la Ley Nro. 31110, que entró en vigencia el 1 de enero de 2021. Esta ley establece las normas laborales que deben cumplir los empleadores y trabajadores del sector agrario, así como los incentivos que se otorgan para fomentar el desarrollo del sector.

Entre las principales disposiciones de la Ley Nro. 31110 se encuentran la regulación de las relaciones laborales en el sector agrario, la protección de los derechos laborales de los trabajadores, la promoción de la formalización laboral, la implementación de medidas de seguridad y salud en el trabajo, y la creación de incentivos para el sector agrario, de riego, agroexportador y agroindustrial.

En resumen, el régimen laboral agrario busca establecer un marco normativo que proteja los derechos laborales de los trabajadores del sector y fomente su desarrollo mediante la implementación de incentivos y medidas de seguridad y salud en el trabajo.

Regímenes aduaneros: Exportación Definitiva. Esta política permite la salida del área aduanera de mercancías de producción nacional o nacionalizadas para su uso o consumo permanente en otros países.

El valor de la exportación se declarará en términos franco a bordo (FOB). Es obligatorio corregir el valor declarado antes de la emisión de notas de crédito o débito en un plazo de 15 días hábiles tras la emisión del documento. Si no se corrige el valor en este plazo, se aplicará una penalización por cada documento no corregido.

Al participar en este régimen, el exportador manifiesta su intención de acogerse a regímenes como la Reposición de Mercancías Libres de Derechos o el *Drawback* (Restitución de Derechos Arancelarios).

Acuerdo de Integración Comercial Perú – México. El Acuerdo de Integración Comercial Perú - México es un acuerdo comercial bilateral que entró en vigencia el 1 de febrero de 2012. Este acuerdo reemplaza al Acuerdo de Complementación Económica (ACE n.º 8), suscrito en el año 1987.

Este acuerdo ofrece una serie de beneficios para el Perú, entre los que destacan:

Acceso Preferencial a Mercados. Perú tiene acceso preferencial a casi 12 000 bienes en el mercado mexicano, incluyendo artículos de gran importancia para la nación, como camarones, flores, conservas de pescado, pasteles dulces y vinos.

Beneficios para los Consumidores Peruanos. Los consumidores peruanos se beneficiarían de un mayor acceso a una gama más amplia de bienes de consumo de alta calidad, productos de línea blanca y artículos tecnológicos a costos más asequibles a través de las importaciones procedentes de México.

NIC 41: Agricultura. En primer lugar, la NIC 41 se aplica a los activos biológicos, productos agrícolas y subvenciones del gobierno relacionadas con la actividad agrícola. La norma establece que los activos biológicos deben ser valorados al costo menos la depreciación acumulada y las pérdidas por deterioro, mientras que los productos agrícolas deben ser valorados al valor razonable menos los costos de venta. Además, la norma establece que las subvenciones del gobierno deben ser reconocidas en los estados financieros y reveladas en las notas a los mismos.

En segundo lugar, la NIC 41 establece que los productos agrícolas deben ser valorados hasta el punto de su cosecha o recolección, momento en el que se aplicará la NIC 2 – Inventarios. La norma también establece que los productos que resultan del procesamiento tras la cosecha o recolección deben ser valorados al costo menos la depreciación acumulada y las pérdidas por deterioro.

Por último, la NIC 41 establece que las entidades deben revelar información sobre la naturaleza y el alcance de las subvenciones del gobierno reconocidas en los estados financieros, así como las condiciones no cumplidas y otras contingencias anexas a estas subvenciones. Además, las entidades deben revelar los decrementos significativos esperados en el nivel de las subvenciones del gobierno.

Organismos vinculados. Finalmente, resulta menester destacar que en el marco de la legislación vigente existen diversos organismos intrínsecamente relacionados con las variables de la presente investigación. A continuación, se mencionan los principales: Organismo de Evaluación y Fiscalización ambiental

(OEFA), Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA), Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú (SENASA), Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA), Ministerio de Relaciones Exteriores, y la Dirección General de Promoción Económica (DPE).

2.4.2. México

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. La Constitución de México, publicada el 5 de febrero de 1917, enfatiza en su artículo 27 la responsabilidad del Estado mexicano de garantizar las condiciones necesarias para contribuir al desarrollo social y económico de la nación. Este artículo destaca la promoción de inversiones que son preponderantes para la generación de empleo.

Asimismo, en su numeral XX del artículo 27, la Constitución establece que es prerrogativa del Estado promover las condiciones necesarias para un desarrollo rural integral, con la finalidad de coadyuvar en la generación del trabajo y garantizar la participación, incorporación y bienestar de la población rural y campesina en el desarrollo de la nación.

Aunado a lo expuesto, en el artículo señalado se precisa que el Estado debe fomentar las actividades agropecuarias y forestales en aras de lograr que el empleo de la tierra se realice de forma óptima, proporcionando insumos, infraestructura, créditos, capacitación, entre otros medios.

En adición a lo comentado, en el artículo en mención también se indica que el Estado debe expedir normativa reglamentaria a fin de planificar y desarrollar lo

concerniente a la producción y comercialización agropecuaria, incluso considerándolas de interés nacional.

Ley de Inversión Extranjera. El referido cuerpo normativo de orden público y observancia general, fue publicado en el Diario Oficial de la Federación Mexicana el 27 de diciembre de 1993 y ha sido objeto de modificaciones posteriores. De acuerdo al artículo 1 de esta ley, su finalidad es determinar las reglas que dirigen la inversión extranjera hacia el país mexicano, lo cual contribuye al desarrollo de la nación.

En lo que respecta a su contenido, la ley aborda las actividades reservadas de forma exclusiva al Estado en determinadas áreas estratégicas, las actividades y adquisiciones sujetas a regulación específica, las atribuciones de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras, el Registro Nacional de Inversiones Extranjeras y las sanciones aplicables en caso de infracción a sus disposiciones, entre otros aspectos de preponderancia.

2.5. Bases Teóricas

2.5.1. Inversiones

La inversión es un proceso financiero mediante el cual personas u organizaciones invierten recursos financieros, temporales o materiales en un proyecto, activo o negocio con la expectativa de lograr un retorno económico positivo en el futuro. El objetivo principal de una inversión es aumentar el valor de los recursos invertidos o generar ingresos adicionales con el tiempo.

Hay muchos métodos para hacer esto, como invertir en acciones o bonos en el mercado financiero, comprar bienes raíces, iniciar su propia empresa o invertir en educación y crecimiento personal. Sin embargo, es crucial tener en cuenta que cada inversión tiene un cierto nivel de riesgo, y los inversores deben evaluar minuciosamente sus objetivos y la tolerancia al riesgo antes de tomar cualquier decisión de inversión.

La inversión se refiere a la utilización estratégica de los recursos con el fin de adquirir o generar activos o capital; es decir, implica asignar recursos para necesidades futuras en lugar de utilizarlos para necesidades actuales. La inversión está estrechamente relacionada con el ahorro, lo que implica aplazar los gastos actuales para su uso futuro.

Por consiguiente, todas las inversiones se realizan con el objetivo de obtener retornos que ahora no existen. La inversión es el factor crucial que impulsa el desarrollo económico y el avance. Un escenario hipotético en el que no se hubieran realizado inversiones mantendría a la sociedad “dentro de la cueva”. El desarrollo alcanzado se atribuye a la prudente decisión de abstenerse de gastar recursos en el presente, optando en su lugar por invertirlos con el fin de obtener mayores retornos en el futuro.

El país está dedicado a fomentar una economía receptiva al comercio internacional, con el objetivo de establecer un sector de exportación fuerte. A la luz de este objetivo, la economía peruana ha mitigado efectivamente su vulnerabilidad en tiempos de crisis mediante acuerdos comerciales internacionales, respaldados por una cuidadosa gestión macroeconómica y la estabilidad resultante.

Los acuerdos comerciales sirven como una herramienta vital para atraer la inversión extranjera directa y mejorar la eficiencia de las empresas. También facilitan la transferencia de conocimientos y reducen el costo de la importación de bienes de capital y de ingresos de alta calidad.

La expansión de la industria agrícola peruana ofrece importantes perspectivas de inversión e innovación a través del uso de la tecnología digital, la bioeconomía y las iniciativas de nutrición equilibrada. Por lo tanto, se distribuye información crucial a los inversores y se trabaja en conjunto para atraer más inversiones que mejoren la industria agrícola y muestren sus beneficios a escala mundial.

El sector agrícola desempeña un papel crucial en el desarrollo del país, contribuyendo no solo a la creación de numerosos puestos de trabajo formales y a la generación de miles de millones de dólares en ingresos, sino también al desarrollo social de los peruanos. Además, mejora la presencia y la reputación mundiales del Perú mediante la exportación de productos agrícolas a los cinco continentes, mostrando al mundo la calidad de los productos peruanos.

Inversión en el capital de trabajo. La inversión en el capital de trabajo se refiere a la asignación de recursos financieros para financiar las operaciones diarias y las necesidades operativas de una empresa. Esta inversión se utiliza para mantener la fluidez de las operaciones comerciales regulares, como la compra de materias primas, el pago de salarios y otros gastos operativos.

El capital circulante se compone principalmente de activos corrientes, como el efectivo, las cuentas por cobrar y las existencias, así como de pasivos corrientes, como las cuentas por pagar y la deuda a corto plazo. Asignar recursos al capital circulante garantiza que una empresa disponga de los fondos necesarios para hacer frente a sus responsabilidades financieras inmediatas y mantener una eficiencia operativa óptima.

La gestión adecuada del capital de trabajo es esencial para el éxito de una empresa, ya que permite mantener un flujo de efectivo saludable y evitar problemas financieros a corto plazo. Una inversión adecuada en el capital de trabajo garantiza que la empresa tenga los recursos necesarios para cumplir con sus compromisos financieros y aprovechar oportunidades de crecimiento.

Al respecto, Mauricio (1999) indica que el capital de trabajo es el dinero que una empresa necesita para financiar sus operaciones diarias. Este capital permite a la empresa comprar materias primas, producir bienes o servicios y venderlos a los clientes.

El capital de trabajo puede ser permanente o temporal. El capital de trabajo permanente es el dinero que la empresa necesita para financiar sus operaciones diarias, incluso cuando no se realizan ventas. El capital de trabajo temporal es el dinero que la empresa necesita para financiar sus operaciones diarias durante momentos de alta demanda o cuando hay retrasos en los pagos de los clientes. Se puede calcular de varias maneras. Una forma es restar las cuentas por pagar de las cuentas por cobrar. Otra forma es restar las existencias del activo corriente.

El capital de trabajo es una medida importante de la salud financiera de una empresa. Un capital de trabajo negativo significa que la empresa no tiene suficiente dinero para financiar sus operaciones diarias. Es permanente cuando el dinero es necesario para financiar sus operaciones diarias, incluso si no hay ventas. Es transitorio cuando se necesita para financiar las operaciones diarias durante períodos de alta demanda o cuando hay retrasos en los pagos de los clientes.

En términos generales, invertir implica un costo debido a que se renuncia a algo apetecible hoy en miras a obtener una recompensa mayor en el futuro; por otro lado, la inversión (formación de capital) también significa un incremento neto de capital, como se indica a continuación:

$$K_t = K_{t-1} + IB_t - DE_{t-1}$$

Donde K se refiere al stock de capital de la empresa (suma de todos los activos reales, tangibles e intangibles), mientras que DE se refiere a la depreciación económica (desgaste físico, roturas, oxidación, obsolescencia, etc.). Por lo tanto, la inversión significará un incremento neto de capital solamente si IB es mayor que DE ; al ser un cambio en una variable de stock como K , la inversión deviene en una variable flujo.

Desde un punto de vista financiero, el capital se refiere a la colocación en el mercado financiero de los excedentes de renta (ingresos, remuneraciones) no consumidos (ahorro) con la esperanza de obtener una renta posterior en la forma de intereses, dividendos, etc. Por lo tanto, el capital financiero de un agente económico (familia, empresa, etc.) está conformado por:

- Valor de sus inversiones bursátiles
- Valor de sus depósitos en las instituciones financieras
- Valor de los préstamos concedidos

Desde una perspectiva económica, el capital se refiere a un conjunto de bienes que sirven para producir otros bienes; a esos bienes que tienen esta cualidad se les denomina bienes de capital o activos reales (tangibles o intangibles). Entre los activos tangibles se encuentran los terrenos, edificios, maquinarias, equipos, herramientas, vehículos, etc.

Inversión en activo fijo. La inversión en activos fijos en una empresa de agroexportación se refiere a la asignación de recursos financieros para adquirir y mantener activos esenciales para la producción y operación continua del negocio en el sector agrícola. Estos activos fijos suelen incluir tierras agrícolas, maquinaria, equipos de riego, invernaderos y estructuras de almacenamiento.

La inversión en activos fijos en la agroexportación es fundamental para garantizar la eficiencia operativa, la calidad del producto y la capacidad de cumplir con los compromisos de exportación a largo plazo. Además, estos activos fijos a menudo representan inversiones a largo plazo que pueden generar rendimientos a lo largo de varios años y contribuir al crecimiento sostenible de la empresa en el competitivo mercado de la agroexportación.

La gestión adecuada de la inversión en activos fijos en la agroexportación implica un equilibrio entre la adquisición y el mantenimiento de activos esenciales, la planificación de su depreciación y la evaluación continua de su eficiencia y

rendimiento en relación con los objetivos de producción y exportación de la empresa. Esta inversión estratégica en activos fijos contribuye en gran medida a la capacidad de la empresa de mantenerse competitiva en el mercado global y aprovechar las oportunidades de exportación en el sector agrícola.

La inversión en activos fijos (estructura o composición en edificaciones, maquinarias, equipos, etc.) está determinada por el tamaño de la planta, el cual, a su vez, se define en función del tamaño del mercado objetivo que la empresa ha decidido atender. De otro lado, la inversión en activo circulante comienza cuando el proyecto de inversión está a punto de ingresar a su etapa de operación y depende del ciclo dinero-mercancía-dinero, es decir, del tiempo que toma su proceso productivo desde el ingreso de los insumos a través de la gerencia de logística hasta la colocación de sus productos finales mediante la gerencia de *marketing*.

Inversión en equipo de seguridad. La inversión en equipo de seguridad en la agroexportación se refiere al gasto destinado a adquirir y mantener dispositivos, herramientas y equipos diseñados para proteger la salud y la seguridad de los trabajadores que participan en la producción y procesamiento de productos agrícolas destinados a la exportación. Esto incluye, por ejemplo, la compra de equipo de protección personal (EPP) como cascos, guantes, gafas, trajes especiales y respiradores, así como la implementación de medidas de seguridad en la maquinaria agrícola y las instalaciones de procesamiento.

La inversión en equipo de seguridad es fundamental en la agroexportación para garantizar un entorno de trabajo seguro y cumplir con las regulaciones y estándares de seguridad laboral, lo que a su vez contribuye a la calidad de los

productos y a la reputación de la empresa en el mercado internacional. La seguridad en el sector de agroexportación es esencial para proteger la integridad física de los trabajadores, prevenir accidentes y enfermedades laborales, y cumplir con los requisitos de seguridad alimentaria, cruciales para el comercio internacional.

Además, una inversión adecuada en equipo de seguridad puede mejorar la eficiencia y la productividad al reducir el riesgo de interrupciones en la producción debido a accidentes o problemas de salud ocupacional, lo que a su vez puede tener un impacto positivo en la rentabilidad y la sostenibilidad del negocio de agroexportación.

Inversión en capacitación. La inversión en capacitación en la agroexportación de palta se refiere a la asignación de recursos financieros y esfuerzos para proporcionar formación y desarrollo a los trabajadores y profesionales involucrados en la cadena de producción y exportación de palta. Esta formación abarca desde técnicas de cultivo y cosecha hasta aspectos relacionados con la calidad, seguridad alimentaria, regulaciones internacionales y logística de exportación. Es crucial en este contexto, debido a que asegura que los trabajadores estén equipados con el conocimiento y las habilidades necesarias para producir palta de alta calidad, cumplir con los estándares internacionales de calidad y seguridad alimentaria, y aprovechar las oportunidades de exportación.

Además, la capacitación en innovaciones agrícolas y mejores prácticas puede aumentar la eficiencia y la productividad en toda la cadena de suministro, lo que es esencial para el éxito y la competitividad en los mercados globales. La inversión en capacitación en la agroexportación de palta no solo contribuye a la

calidad del producto y al acceso a mercados internacionales, sino que también fomenta la sostenibilidad en la producción agrícola. A través de la capacitación en prácticas agrícolas sostenibles y la gestión responsable de recursos naturales, se pueden reducir los impactos ambientales y promover la conservación de tierras y recursos hídricos, lo que es crucial para la viabilidad a largo plazo de la industria de la palta y su contribución a la economía local y nacional.

En resumen, la inversión en capacitación es un pilar esencial para el desarrollo y el crecimiento sostenible de la agroexportación de palta, mejorando la calidad, la competitividad y la responsabilidad ambiental de esta industria.

Inversión en innovación. La inversión en innovación en una empresa de agroexportación de palta se refiere a la asignación de recursos financieros, tecnológicos y humanos para impulsar el desarrollo y la implementación de nuevas técnicas, tecnologías y procesos en la producción, cultivo, cosecha, almacenamiento, transporte y comercialización de las paltas.

Esta inversión puede abarcar desde la investigación genética para desarrollar variedades de palta más resistentes o de mejor sabor hasta la adopción de prácticas de cultivo más sostenibles, sistemas de riego eficientes, tecnologías de seguimiento y trazabilidad para garantizar la calidad y la seguridad de los productos, así como estrategias de *marketing* innovadoras para llegar a nuevos mercados y consumidores.

La importancia de la inversión en innovación en la agroexportación de palta es fundamental por varias razones. En primer lugar, la palta es un cultivo altamente

competitivo en los mercados internacionales, y la innovación puede diferenciar a una empresa y sus productos, permitiendo precios más competitivos y una mayor cuota de mercado. Además, la inversión en innovación puede mejorar la productividad y la eficiencia, lo que se traduce en una mayor rentabilidad y la capacidad de satisfacer la demanda creciente de palta a nivel global. La sostenibilidad es también un aspecto crucial, ya que la inversión en prácticas agrícolas sostenibles puede ayudar a reducir el impacto ambiental y cumplir con regulaciones cada vez más estrictas.

En última instancia, la inversión en innovación en la agroexportación de palta es esencial para mantener y fortalecer la posición de una empresa en el mercado global y aprovechar las oportunidades de crecimiento en esta industria en constante evolución. La fusión de tecnologías facilita la creatividad y la innovación de productos en busca de su diferenciación. La innovación requiere la combinación de tecnologías que eleven el valor del producto ofertado al cliente sin que la competencia pueda copiarlo fácilmente, haciendo que la combinación sea bastante atractiva y competitiva internacionalmente.

Para ser innovador no solo hay que preguntarse “¿qué más puedo agregarle a mi producto?”, sino que a veces es necesario preguntarse “¿qué le puedo quitar a mi producto?”.

Inversión en *marketing* digital. La inversión en *marketing* digital en la agroexportación de palta se refiere a destinar recursos financieros y estratégicos para promocionar los productos de palta en línea, utilizando diversas herramientas y plataformas digitales como redes sociales, sitios web, publicidad en línea, correo

electrónico y más. Esta inversión es crucial porque permite a las empresas agrícolas de palta alcanzar a una audiencia global de manera eficiente y efectiva.

A través del *marketing* digital, se pueden destacar las características únicas de los productos de palta, comunicar prácticas de cultivo sostenibles y cumplir con las regulaciones de seguridad alimentaria, lo que ayuda a construir y mantener una marca confiable en los mercados internacionales. Además, el *marketing* digital en la agroexportación de palta es esencial para la diversificación de mercados y la identificación de nuevas oportunidades de negocio. Al utilizar estrategias de *marketing* digital, las empresas pueden llegar a nichos de mercado específicos y adaptar su mensaje según las necesidades y preferencias de los consumidores de diferentes regiones.

Esto no solo aumenta las posibilidades de exportación, sino que también contribuye a la construcción de relaciones sólidas con los clientes y a la fidelización a largo plazo. En resumen, la inversión en *marketing* digital es un componente esencial para el éxito en la agroexportación de palta, ya que facilita la promoción global, la construcción de marca y la adaptación a las cambiantes dinámicas del mercado.

2.5.2. Competitividad

Los agronegocios incluyen actividades manufactureras relacionadas con la preservación, procesamiento y transformación de productos agrícolas, animales, pesqueros y forestales crudos e intermedios. El objetivo primordial de este sector industrial es sincronizar la distribución estacional y geográfica de la producción

agrícola con las demandas de consumo de la población, tanto a escala nacional como internacional. Además, el proceso de transformación de los productos no solo permite la diversificación, sino también la creación de nuevos mercados de clientes.

Por otra parte, según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), los países emergentes han experimentado importantes transformaciones en los últimos años. Entre ellas destacan el crecimiento demográfico, el aumento de los ingresos de los hogares, los cambios en el comportamiento de los consumidores y una mayor prevalencia de los electrodomésticos. Además, se ha producido un notable aumento de la participación de la mujer en el mercado laboral.

Estos factores han generado un incremento en la demanda de alimentos procesados y materias primas, con un impacto positivo anticipado en sectores económicos como la agricultura, la silvicultura y la pesca.

En respuesta a esta evolución, Perú promulgó la Ley de Promoción Agrícola N° 27360, que entró en vigor el 1 de enero de 2001. Inicialmente, la ley abarcaba a personas físicas o jurídicas dedicadas al cultivo o mejoramiento de plantas, excluyendo la silvicultura. En junio de 2008, se amplió para incluir operaciones agroindustriales que utilizaban principalmente productos agrícolas procedentes de regiones fuera de Lima y Callao, excluyendo explícitamente operaciones agroindustriales relacionadas con el trigo, el tabaco, las semillas de aceite, el aceite y la cerveza.

La competitividad se define como la capacidad de una empresa para crear y ejecutar estrategias eficaces que le permitan mantener o aumentar sus cuotas de mercado de manera sostenible para sus bienes. Estas habilidades están influenciadas por varios elementos, tanto dentro como fuera del control de la empresa, incluyendo la capacitación técnica del personal, los procedimientos administrativos, las regulaciones públicas, la provisión de infraestructuras y la dinámica de la oferta y la demanda.

La importancia de la competitividad radica en su correlación favorable con el desarrollo económico sostenido. Una nación se considera competitiva cuando utiliza eficazmente sus recursos y capacidades para aumentar aún más la productividad de las empresas. La sección teórica del estudio identifica numerosos factores clave que determinan la competitividad y, por consiguiente, el desarrollo económico.

Según la concepción clásica, la inversión de capital, la división del trabajo y el comercio son factores clave. La intensidad de capital, la inversión, las subvenciones gubernamentales y la política fiscal son componentes clave de una estrategia keynesiana. Este texto aborda la relación entre el cambio estructural, la apertura del comercio y la inversión extranjera directa en el contexto de la economía en desarrollo. También explora los factores que motivan la innovación como los niveles de educación, la inversión en capital humano, la investigación y el desarrollo (I+D), y la nueva teoría del crecimiento.

Domínguez-Imán et al. (2019) destacan globalmente los factores sociales y humanos como motores empresariales. Es el talento humano el que permite a las

empresas y organizaciones alcanzar sus objetivos. En el artículo de estos autores se subraya la importancia del capital social humano, hoy día inseparable de la competitividad y eficiencia organizacional. Por lo tanto, contar con un grupo de personas bien administrado, motivado y valioso aumenta las probabilidades de éxito empresarial y nacional.

La productividad de las cosechas. Es un factor crítico para las empresas agroexportadoras de palta, ya que afecta directamente en su capacidad para competir en los mercados internacionales y lograr un crecimiento sostenible. En primer lugar, la productividad se refiere a la relación entre la cantidad de paltas cosechadas y los recursos invertidos, como la tierra, el agua, la mano de obra y los fertilizantes. Cuanto más alta sea la productividad, mayor será la eficiencia de la producción, lo que se traduce en costos más bajos por unidad de producto. Esto es esencial para mantener precios competitivos en los mercados globales, donde la competencia es intensa.

En segundo lugar, la productividad de las cosechas es crucial para cumplir con la demanda constante y creciente de paltas en todo el mundo. Los consumidores y los mercados internacionales exigen productos de alta calidad y disponibilidad constante a lo largo del año. Una cosecha productiva permite a las empresas agroexportadoras satisfacer estas demandas, evitar interrupciones en el suministro y mantener relaciones comerciales sólidas con clientes internacionales.

Por último, la productividad de las cosechas está estrechamente vinculada con la sostenibilidad. El uso eficiente de recursos y prácticas agrícolas sostenibles es esencial para preservar la salud de los suelos, conservar el agua y reducir el

impacto ambiental de la producción de palta. Las empresas agroexportadoras de palta que priorizan la productividad sostenible no solo tienen un impacto ambiental más positivo, sino que también se benefician de una reputación más sólida en el mercado global, donde la sostenibilidad es cada vez más valorada por los consumidores y reguladores.

En resumen, la productividad de las cosechas es un pilar fundamental para el éxito y la sostenibilidad de las empresas agroexportadoras de palta, ya que afecta a la competitividad, la capacidad de cumplir con la demanda y el impacto ambiental de la producción.

Eficiencia de la producción. La eficiencia de la producción en las empresas de agroexportación de palta es un elemento crítico para el éxito y la sostenibilidad de estas organizaciones. En primer lugar, la eficiencia se refiere a la capacidad de maximizar la producción de paltas con la utilización óptima de recursos como la tierra, el agua, la mano de obra y los fertilizantes. Esto conlleva un menor desperdicio de recursos y, por ende, una reducción de los costos de producción. En un mercado agroexportador altamente competitivo, la eficiencia es esencial para mantener precios competitivos y maximizar los márgenes de ganancia.

En segundo lugar, la eficiencia de la producción contribuye directamente a la competitividad en los mercados internacionales. Las empresas que pueden producir paltas de alta calidad de manera eficiente tienen una ventaja en términos de costos y pueden ofrecer precios atractivos a los compradores extranjeros. Esto les permite competir de manera efectiva en un entorno global y aumentar su

presencia en los mercados internacionales, lo que puede resultar en un crecimiento significativo de los ingresos.

Además, la eficiencia está estrechamente relacionada con la sostenibilidad en la agroexportación de palta. La gestión eficiente de los recursos naturales, como el agua y la tierra, es esencial para preservar el medio ambiente y garantizar la disponibilidad continua de estos recursos para las futuras generaciones. Las prácticas agrícolas sostenibles, impulsadas por la eficiencia, también ayudan a cumplir con las expectativas de los consumidores y las regulaciones ambientales cada vez más estrictas en los mercados internacionales.

En resumen, la eficiencia de la producción es fundamental para el crecimiento rentable, la competitividad y la sostenibilidad de las empresas de agroexportación de palta en un mercado global en constante evolución.

Protección del personal. La protección del personal en las empresas de agroexportación de palta es una prioridad crucial debido a los riesgos inherentes a la industria agrícola. Esta protección se refiere a la implementación de políticas, procedimientos y medidas de seguridad diseñadas para salvaguardar la salud y el bienestar de los trabajadores en todas las etapas de la producción y exportación de palta. Esto incluye la provisión de equipo de protección personal (EPP) adecuado, la capacitación en seguridad en el lugar de trabajo, la identificación y mitigación de riesgos laborales, y el cumplimiento de regulaciones de seguridad laboral.

La importancia de la protección del personal en la agroexportación de palta es evidente en varios aspectos clave. En primer lugar, garantiza la seguridad de los

trabajadores y reduce la posibilidad de accidentes laborales y lesiones, lo que a su vez disminuye el sufrimiento humano y los costos relacionados con la atención médica y la compensación laboral.

Además, al mantener a los trabajadores seguros y saludables, se promueve una fuerza laboral más comprometida y productiva, lo que puede mejorar la calidad de la producción de palta y la rentabilidad de la empresa. Por último, el cumplimiento de normativas de seguridad laboral y la protección del personal contribuyen a la reputación y la responsabilidad social corporativa de la empresa, lo que es esencial para mantener relaciones comerciales sólidas con socios y clientes nacionales e internacionales.

En resumen, la protección del personal en la agroexportación de palta es esencial para preservar la seguridad de los trabajadores, mejorar la productividad y competitividad de la empresa, y mantener una imagen positiva en el mercado global.

Nivel de desempeño. El nivel de desempeño en las empresas de agroexportación de palta se refiere a la capacidad de estas organizaciones para llevar a cabo sus operaciones de manera eficiente y efectiva, alcanzando sus objetivos y metas tanto en términos de producción como de calidad de los productos de palta. El desempeño en esta industria es un indicador clave de su competitividad y éxito a largo plazo.

La importancia del nivel de desempeño en la agroexportación de palta es evidente en varios aspectos. En primer lugar, un alto nivel de desempeño

contribuye directamente a la rentabilidad de la empresa. Esto implica maximizar la producción de palta por unidad de recursos invertidos, lo que resulta en costos de producción más bajos y mayores márgenes de ganancia.

Además, un alto nivel de desempeño garantiza la calidad y la seguridad de los productos de palta, lo que es esencial para mantener y expandir la presencia en los mercados internacionales donde la calidad y la confiabilidad son fundamentales para el éxito.

En segundo lugar, el nivel de desempeño en la agroexportación de palta está vinculado a la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa. Las empresas que operan con un alto nivel de desempeño suelen implementar prácticas agrícolas sostenibles, minimizando el impacto ambiental y promoviendo el bienestar de los trabajadores y las comunidades locales. Esto no solo contribuye a la sostenibilidad de la industria de la palta a largo plazo, sino que también fortalece la reputación y la relación con los consumidores y los socios comerciales, lo que es esencial en un mercado global cada vez más consciente de la sostenibilidad.

En resumen, el nivel de desempeño en las empresas de agroexportación de palta es un indicador integral de su competitividad, rentabilidad y sostenibilidad. Un alto nivel de desempeño garantiza la eficiencia en la producción, la calidad de los productos y el cumplimiento de las normativas, lo que contribuye al crecimiento y al éxito sostenible en esta industria altamente competitiva y globalizada.

Preferencia de los clientes B2C. La preferencia de los clientes B2C en la agroexportación de palta se refiere a la elección y lealtad de los consumidores

individuales hacia los productos de palta provenientes de empresas agroexportadoras. Esta preferencia se basa en factores clave como la calidad, el sabor, la frescura y la presentación de las paltas, así como en la confiabilidad de la marca y la satisfacción general del cliente.

2.6. Definiciones Conceptuales

2.6.1. Glosario de Términos

Activo Fijo. Los activos son esenciales, ya que contribuyen al funcionamiento de una empresa. Según Romero (2010), los activos son elementos tangibles que generan valor económico para la empresa, como la producción de bienes para la venta, la prestación de servicios o el uso interno por parte de la empresa.

Capacitación. Es un método sistemático de enseñanza y desarrollo de los individuos, colocándolos en situaciones competitivas. También se reconoce como una herramienta esencial para el crecimiento personal y el desarrollo general de una empresa (Siliceo, 2004).

Capital de Trabajo. De acuerdo con Rizzo (2007), el capital circulante se refiere a la cantidad suficiente de efectivo que necesita una empresa para mantener sus operaciones económicas.

Eficiencia de la producción. En la eficiencia de la producción influyen varios elementos que determinan las economías de escala, como la mano de obra, la adopción de tecnologías avanzadas, el uso de materias primas de alta calidad,

el cálculo de los costes unitarios y la asignación de recursos para maximizar la productividad global.

Marketing digital. El *marketing* en línea, a veces denominado *marketing* digital, consiste en utilizar Internet y otras plataformas en línea para aumentar las ventas en el mercado digital contemporáneo. Es crucial señalar que el *marketing* digital es un subconjunto del *marketing* convencional y no sirve como sustituto (Mejía, 2017).

Productividad. Según Robbins y Judge (2013), la productividad se considera el nivel de estudio más completo en el campo del comportamiento organizativo. Una empresa es considerada productiva cuando logra sus objetivos convirtiendo eficazmente los insumos en productos y minimizando los costes. Por lo tanto, la productividad requiere la combinación de eficacia y eficiencia.

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis General

Las inversiones inciden favorablemente en la competitividad de las empresas agroexportadoras de palta en Perú y México en 2019 – 2022.

3.2. Hipótesis Específicas

Las inversiones en el capital de trabajo generan valor e inciden en la productividad de este sector empresarial.

Las inversiones en activo fijo mejoran el desempeño e inciden en la eficiencia de la producción relacionada a la agroexportación.

Las inversiones en equipos de seguridad previenen e inciden favorablemente en la protección del personal de este sector.

Las inversiones en capacitación del personal permiten desarrollar habilidades e inciden en el desempeño de las actividades de agroexportación.

Las inversiones en innovación impulsan el crecimiento del negocio e inciden en los lanzamientos de nuevas presentaciones en este sector empresarial.

Las inversiones en *marketing* digital permiten a las empresas interactuar con los clientes e inciden en las preferencias de los clientes del B2C.

3.3. Operacionalización de Variables

3.3.1. Variable Independiente

X: Inversiones

Indicadores.

X₁.- Inversión en el capital de trabajo

X₂.- Inversión en activo fijo

X₃.- Inversión en equipo de seguridad

X₄.- Inversión en capacitación

X₅.- Inversión en Innovación

X₆.- Inversión en *marketing* digital

3.3.2. Variable Dependiente

Y: Competitividad

Indicadores.

Y₁.- Productividad de las cosechas

Y₂.- Eficiencia de la producción

Y₃.- Protección del personal

Y₄.- Nivel de desempeño

Y₅.- Lanzamientos de nuevas presentaciones

Y₆.- Preferencia de los clientes B2C

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1. Diseño Metodológico

4.1.1. Tipo de Investigación

El presente estudio cumple con los criterios necesarios para ser clasificado como investigación aplicada, la cual trata de abordar cuestiones tangibles examinando pruebas o fenómenos empíricos. Se basa en los hallazgos de la investigación fundamental, al tiempo que se esfuerza por proporcionar nuevos conocimientos especializados que puedan aplicarse en la práctica, examinando cuestiones de importancia social.

4.1.2. Nivel de Investigación

De acuerdo con los objetivos del estudio, la investigación se centró en los niveles descriptivo, analítico y estadístico.

4.1.3. Método

En el presente estudio se han utilizado diversas metodologías de investigación, incluidos enfoques descriptivos, estadísticos y de análisis-síntesis. En la tesis se analizarán otros métodos a medida que avance la investigación.

4.1.4. Diseño

El estudio se caracterizó por un diseño no experimental, de acuerdo con su naturaleza. Así, se recogerá una muestra en la que:

$$M = O_x r O_y$$

Donde:

M = Muestra

O = Observación

X = Inversiones

Y = Competitividad

r = Relación de variables

4.2. Población y Muestra

4.2.1. Población

La población está compuesta por 1480 gerentes generales o financieros de igual número de empresas agroexportadoras de palta peruana, según Comex Perú, a setiembre del 2023.

4.2.2. Muestra

La muestra óptima de empresas agroexportadoras de palta se obtendrá utilizando la fórmula para estimar proporciones cuando la población es conocida:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{e^2 (N-1) + Z^2 P Q}$$

Donde:

Z: Valor en el eje de la abscisa de la curva normal, para una probabilidad del 95% de confianza.

P: Proporción de gerentes que afirmaron realizar inversiones en palta para lograr la competitividad de las empresas agroexportadoras del Perú.

Q: Proporción de gerentes que afirmaron no realizar inversiones en palta para lograr la competitividad de las empresas agroexportadoras del Perú.

e: Margen de error del 5 %

n: Tamaño óptimo de muestra

A un nivel de significancia de 95 % y con un margen de error del 5 %, la muestra óptima se calcula de la siguiente manera:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (1480)}{(0.05)^2 (1480-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

n = 305 agroexportadores

La muestra de empresarios agroexportadores será seleccionada de manera aleatoria.

4.3. Técnicas de Recolección de Datos

4.3.1. Técnicas

La encuesta

4.3.2. Instrumentos

El cuestionario

4.4. Validez y Confiabilidad del Instrumento

4.4.1. Validez

La validación de los instrumentos de medición se expresa mediante el juicio de expertos (Anexo 3). Estos expertos brindaron el grado de confianza sobre el instrumento que pretende medir la realidad lo más cercano posible (Lamprea y Gómez-Restrepo, 2007). La validez del instrumento está refrendada por los siguientes profesionales:

Tabla 2*Validez del instrumento por expertos*

Nombre y Apellidos	Grado académico	Puntaje	Criterio de aplicación
Miguel Suarez Almeida	Doctor	20.00	Aplicar
Pedro Durand Saavedra	Doctor	20.00	Aplicar
Maximiliano Carnero Andía	Doctor	20.00	Aplicar
Total			Aplicar

En consecuencia, el cuestionario es válido y puede aplicarse a la muestra seleccionada.

4.4.2. Confiabilidad

Se obtuvo la confiabilidad para los dos cuestionarios, correspondientes a cada una de las variables de estudio. La confiabilidad del cuestionario se obtuvo mediante el coeficiente Alfa de Cronbach. Las corridas con los datos obtenidos de la muestra piloto y sus resultados se pueden observar en la siguiente tabla, y los resultados específicos se pueden verificar en el Anexo 4.

Tabla 3*Confiabilidad del instrumento*

Instrumento	Alfa de Cronbach	Criterio
Inversiones	0.954	Alta confiabilidad
Competitividad	0.936	Alta confiabilidad

Por lo tanto, el cuestionario es confiable.

4.5. Técnicas para el Procesamiento de la Información

El tratamiento de los datos se realizó con Microsoft Excel, utilizando métodos estadísticos y generando gráficos. Las hipótesis del estudio se examinaron y compararon mediante el modelo estadístico Chi-cuadrado y otros modelos pertinentes, utilizando el programa SPSS.

4.6. Aspectos Éticos

El estudio se llevó a cabo respetando el marco ético del Código de Ética de la Universidad San Martín de Porres y la comunidad científica internacional. Estas directrices se han tenido en cuenta en todo el proceso de recopilación de información general.

CAPÍTULO V: RESULTADOS

5.1. Interpretación de Resultados

Tabla 4

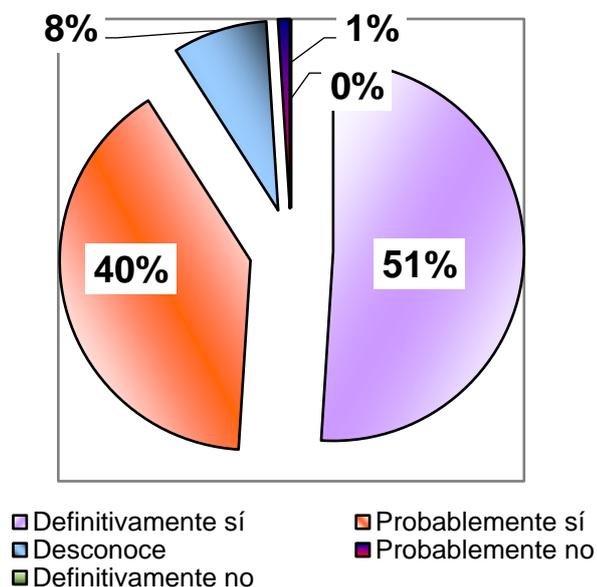
¿Considera usted apropiadas las inversiones en capital de trabajo en las empresas de agroexportación?

ALTERNATIVAS	fi	%
a. Definitivamente sí	154	51
b. Probablemente sí	123	40
c. Desconoce	25	8
d. Probablemente no	3	1
e. Definitivamente no	0	0
TOTAL	305	100%

Nota. Adaptado de Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), 2021.

Figura 6

Apropiadas las inversiones en capital de trabajo en las empresas



Nota. Gerentes o jefes de Finanzas. Adaptado de MEF, 2023.

Interpretación. Luego de revisar la información porcentual de la tabla, se observa que el 51 % de los consultados respondieron en la opción “a”, es decir, consideran que las inversiones que se llevan a cabo en este sector son apropiadas. El 40 % estuvo de acuerdo con el planteamiento del grupo anterior, el 8 % no opinó y el 1 % restante estuvo en desacuerdo con los planteamientos de la mayoría, totalizando el 100 %.

Buscando una explicación a los datos presentados en el acápite anterior, se aprecia que efectivamente los literales “a” y “b” concentraron la totalidad de las opiniones de los gerentes. De lo cual se infiere la importancia del capital de trabajo, ya que permite superar desafíos y aprovechar oportunidades para alcanzar un crecimiento sostenible y rentable.

Tabla 5

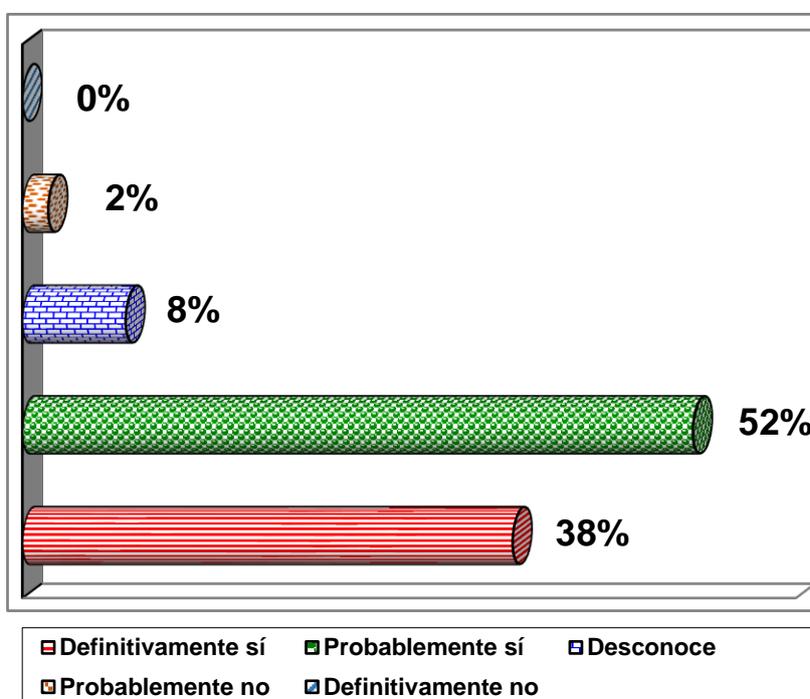
¿Para usted son importantes las inversiones del activo fijo en actividades de la agroexportación?

ALTERNATIVAS	fi	%
a. Definitivamente sí	117	38
b. Probablemente sí	159	52
c. Desconoce	23	8
d. Probablemente no	6	2
e. Definitivamente no	0	0
TOTAL	305	100%

Nota. Adaptado de MEF, 2021.

Figura 7

Importantes las inversiones del activo fijo en la agroexportación



Nota: Microempresarios del sector comercial. Adaptado de MEF, 2021.

Interpretación. Los datos observados muestran que el 52 % de los participantes reconocen estar de acuerdo en que las inversiones en activos fijos son importantes en las actividades de agroexportación. Este grupo es seguido por el 38 % que está totalmente de acuerdo con la posición anterior, mientras que el 8 % no opinó y el 2 % restante estuvo en desacuerdo con la posición de la mayoría, congregando porcentualmente el 100 %.

Al respecto, en su gran mayoría, los gerentes o jefes de finanzas que laboran en este sector empresarial destacaron la necesidad de estas inversiones para las actividades desarrolladas sus organizaciones, especialmente aquellas vinculadas con las exportaciones. Indican que los activos fijos están constituidos por bienes que aumentan la productividad, reducen costos, mejoran la calidad de sus productos, disminuyen el impacto ambiental y aumentan la competitividad, entre otros.

Tabla 6

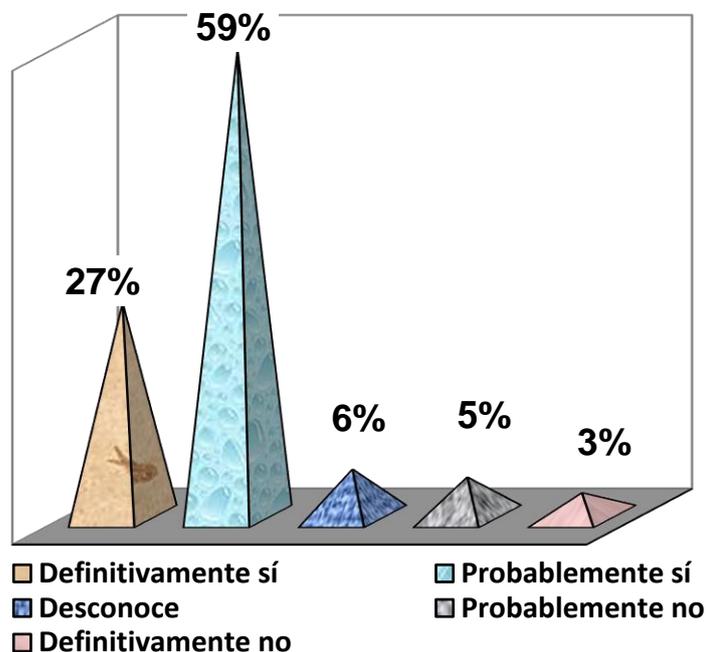
En su opinión, ¿son necesarias las inversiones en equipo de seguridad a nivel las empresas de agroexportación?

ALTERNATIVAS	fi	%
a. Definitivamente sí	81	27
b. Probablemente sí	181	59
c. Desconoce	19	6
d. Probablemente no	15	5
e. Definitivamente no	9	3
TOTAL	305	100%

Nota. Adaptado de MEF, 2021.

Figura 8

Necesarias las inversiones en equipo de seguridad.



Nota. Microempresarios del sector comercial. Adaptado de MEF, 2021.

Interpretación. El 59 % de los encuestados está de acuerdo en que este tipo de inversiones son necesarias, toda vez que están relacionadas con elementos muy importantes, principalmente equipos de seguridad requeridos en este rubro. El 27 % estuvo totalmente de acuerdo con este planteamiento, considerando también que estos elementos son esenciales para las actividades que llevan a cabo. Sin embargo, el 6 % no opinó, el 5 % estuvo en desacuerdo y el 3 % estuvo totalmente en desacuerdo, agrupando así el 100 %.

En este contexto, las empresas agroexportadoras confirman la necesidad de invertir en equipos de seguridad, ya que mejoran los estándares de referencia y salvaguardan la integridad del capital humano, además de evitar posibles penalidades por parte de los entes reguladores correspondientes.

Tabla 7

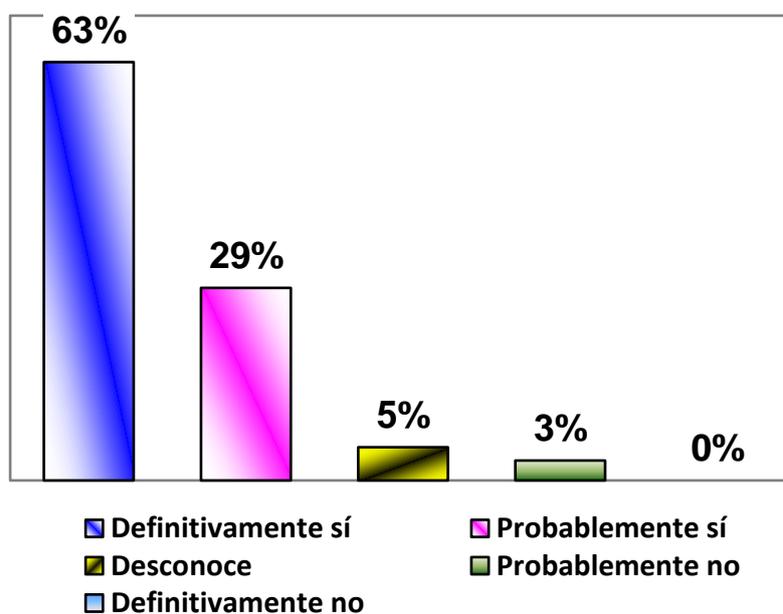
¿Considera usted significativas las inversiones en capacitación del potencial humano en estas empresas?

ALTERNATIVAS	fi	%
a. Definitivamente sí	193	63
b. Probablemente sí	88	29
c. Desconoce	15	5
d. Probablemente no	9	3
e. Definitivamente no	0	0
TOTAL	305	100%

Nota. Adaptado de MEF, 2021.

Figura 9

Significativas las inversiones en capacitación del potencial humano



Nota. Microempresarios del sector comercial. Adaptado de MEF, 2021.

Interpretación. Estas referencias estadísticas vinculadas con la pregunta destacan que el 63 % de los consultados reconoce que las inversiones son necesarias cuando se trata del potencial humano, respaldados por el 29 % que estuvo de acuerdo con ellos. El 5 % no opinó y el 3 % estuvo en desacuerdo, totalizando así el 100 %. Cabe destacar que los dos primeros literales de esta escala aglutinaron casi la totalidad de las opiniones, resaltando la necesidad de invertir en este tipo de recursos.

Al respecto, los encuestados indicaron que la inversión en la capacitación del personal es una estratégica fundamental para el éxito y la sostenibilidad de las empresas agroexportadoras, ya que permite desarrollar un capital humano altamente calificado, comprometido y motivado. Esto se traduce en mayor productividad, calidad, innovación, seguridad y competitividad. Las empresas que apuestan por la capacitación están sentando las bases para un futuro próspero y sostenible en el dinámico sector agroexportador.

Tabla 8

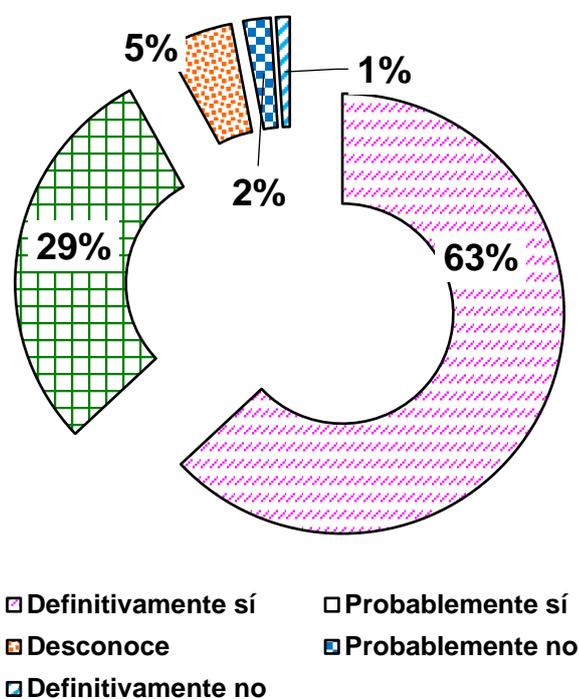
¿Para usted son importantes las inversiones relacionadas a la innovación en empresas agroexportadoras?

ALTERNATIVAS	fi	%
a. Definitivamente sí	193	63
b. Probablemente sí	89	29
c. Desconoce	14	5
d. Probablemente no	6	2
e. Definitivamente no	3	1
TOTAL	305	100%

Nota. Adaptado de MEF, 2021.

Figura 10

Importantes las inversiones relacionadas a la innovación



Nota. Microempresarios del sector comercial. Adaptado de MEF, 2021.

Interpretación. En este sentido, analizando la trascendencia que tienen las inversiones vinculadas con la innovación, el 63% estuvo totalmente de acuerdo sobre la importancia de las inversiones en este sector empresarial, seguido por el 29% que tuvo opiniones muy coincidentes con la mayoría. El 5 % no opinó, el 2 % mostró su desacuerdo con los anteriores y el 1 % manifestó estar totalmente en desacuerdo, llegando así al 100 %. Sin embargo, las opiniones de los gerentes se centraron principalmente en las opciones iniciales, etc.

Con relación a lo expuesto en el apartado anterior, se puede afirmar que la inversión en innovación se convierte en una estrategia fundamental para aquellas que buscan destacarse en un mercado global saturado, adaptarse a los cambios constantes y enfrentar los desafíos del sector en términos de productividad, rentabilidad, diferenciación y sostenibilidad, entre otros.

Tabla 9

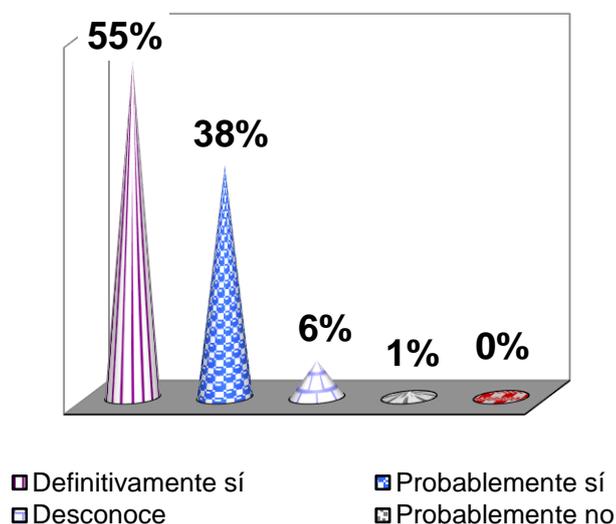
¿Cree usted que la inversión en estrategias de marketing digital contribuye al desarrollo de nuevos mercados?

ALTERNATIVAS	fi	%
a. Definitivamente sí	193	63
b. Probablemente sí	89	29
c. Desconoce	14	5
d. Probablemente no	6	2
e. Definitivamente no	3	1
TOTAL	305	100%

Nota. Adaptado de MEF, 2021.

Figura 11

Inversión en estrategias de marketing digital contribuyen al desarrollo de nuevos mercados



Nota. Microempresarios del sector comercial. Adaptado de MEF, 2021.

Interpretación. Ante la información obtenida del trabajo de campo, el 55 % de quienes respondieron estuvieron totalmente de acuerdo en que las inversiones relacionadas con estrategias de *marketing* digital son necesarias, debido a que estas contribuyen directamente al desarrollo de nuevos mercados. A este grupo se sumó el 38 % con opiniones coincidentes con la mayoría. El 6 % no opinó y el 1 % restante manifestó estar en desacuerdo, arribando así al 100 %.

Sin embargo, los puntos de vista de los consultados demuestran con claridad la importancia de la inversión en *marketing* digital, que incide directamente en el desarrollo y apertura de nuevos mercados para productos como la palta en sus diferentes variedades. Estos productos están mostrando su calidad frente a otros competidores, obteniendo aceptación y reconocimiento internacional.

Tabla 10

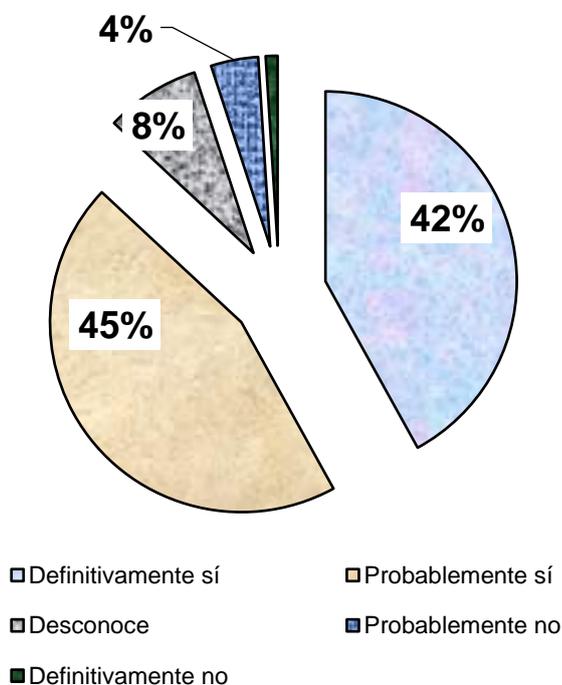
¿Para usted son coherentes las inversiones en las empresas agroexportadoras de palta?

ALTERNATIVAS	fi	%
a. Definitivamente sí	129	42
b. Probablemente sí	143	47
c. Desconoce	24	8
d. Probablemente no	9	3
e. Definitivamente no	0	0
TOTAL	305	100%

Nota. Adaptado de MEF, 2021.

Figura 12

Coherentes las inversiones en las empresas agroexportadoras



Nota. Microempresarios del sector comercial. Adaptado de MEF, 2021.

Interpretación. De acuerdo con las referencias porcentuales recopiladas en la pregunta, destaca el 47 % de quienes apoyaron esta alternativa, seguido por el 42% que estuvo totalmente de acuerdo con la posición del grupo anterior. Sin embargo, el 8% no opinó y el 3 % restante expresó estar en desacuerdo, sumando de esta manera el 100 %. Ante este panorama, los resultados estadísticos destacan que las opiniones se centraron en las alternativas iniciales de dicha escala.

Tal como se señaló en la parte porcentual, se desprende del análisis que las inversiones estratégicas se convierten en un factor crucial para el éxito y la sostenibilidad a largo plazo de las empresas agroexportadoras, ya que representan una oportunidad para impulsar la productividad, la rentabilidad, la competitividad y la sostenibilidad en la producción y comercialización de palta.

Tabla 11

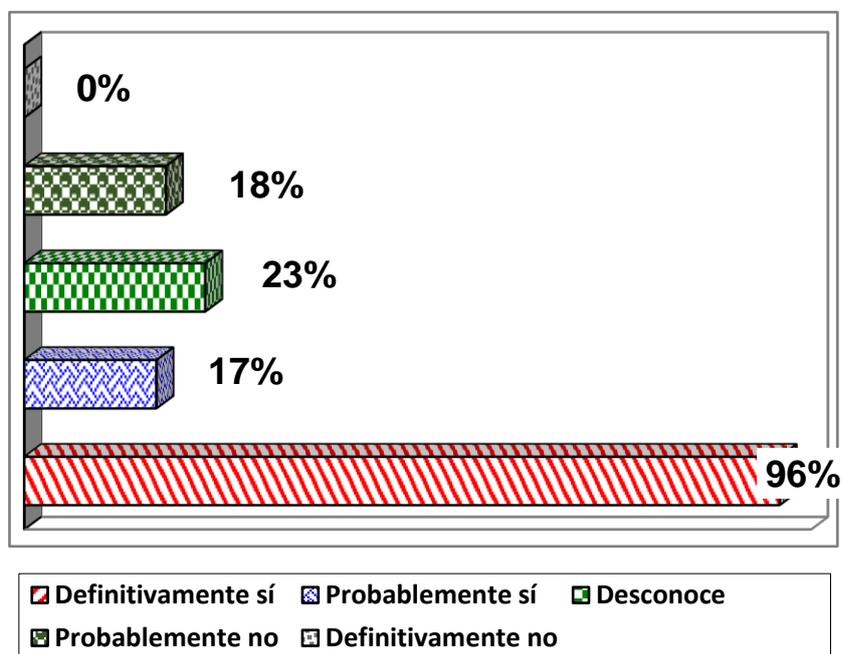
¿Cree usted que la productividad de las empresas agroexportadoras de palta son competitivas?

ALTERNATIVAS	fi	%
a. Definitivamente sí	96	31
b. Probablemente sí	168	55
c. Desconoce	23	8
d. Probablemente no	18	6
e. Definitivamente no	0	0
TOTAL	305	100%

Nota. Adaptado de MEF, 2021.

Figura 13

Productividad de las empresas agroexportadoras de palta



Nota. Microempresarios del sector comercial. Adaptado de MEF, 2021.

Interpretación. En la parte cuantitativa de la interrogante, se muestra que el 55 % de los encuestados optaron por la alternativa “b”, indicando estar de acuerdo en que la productividad de las paltas en estas empresas agroexportadoras las hace más competitivas frente a otros mercados, como el mexicano. A este grupo se sumó el 31 % que estuvo totalmente de acuerdo, mientras que el 8 % no opinó y el 6 % restante señaló estar en desacuerdo, totalizando así el 100%. Se aprecia que las opiniones de los encuestados se centraron principalmente en la parte inicial de la pregunta.

Del resultado obtenido, se afirma que las empresas agroexportadoras de palta han logrado posicionarse en el mercado global gracias a la apertura comercial

y la diversificación de mercados internacionales, lo que les permite mantener su competitividad y asegurar su crecimiento a largo plazo.

Tabla 12

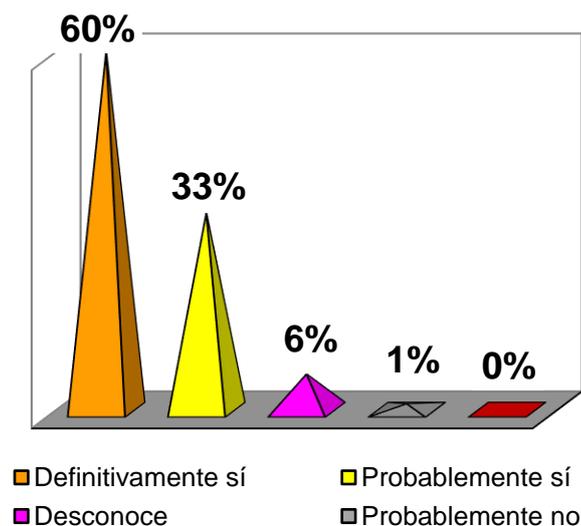
En su opinión, ¿existe eficiencia en la producción de las empresas agroexportadoras de palta?

ALTERNATIVAS	fi	%
a. Definitivamente sí	184	60
b. Probablemente sí	99	33
c. Desconoce	19	6
d. Probablemente no	3	1
e. Definitivamente no	0	0
TOTAL	305	100%

Nota. Adaptado de MEF, 2021.

Figura 14

Existe eficiencia en la producción de las empresas agroexportadoras



Nota. Microempresarios del sector comercial. Adaptado de MEF, 2021.

Interpretación. Es importante resaltar que los resultados de las encuestas muestran que el 60 % de los consultados están totalmente de acuerdo en que existe eficiencia en las empresas agroexportadoras de palta. Este porcentaje estuvo respaldado por el 33 % que estuvo de acuerdo. Sin embargo, el 6 % mantuvo la tendencia de no opinar, y el 1 % estuvo en desacuerdo, concentrando así el 100 % de las respuestas. Las opiniones de los gerentes, quienes son conocedores de las inversiones, se centraron principalmente en las primeras alternativas de la pregunta.

Con respecto a lo expuesto en la parte anterior, es pertinente precisar que casi la totalidad de los encuestados mostraron su interés en las dos primeras alternativas, lo cual indica que la eficiencia de la producción en este sector empresarial ha alcanzado buenos estándares en cuanto a rentabilidad y reducción de costos de producción. Esta situación sin duda demuestra la eficiencia de estas organizaciones.

Tabla 13

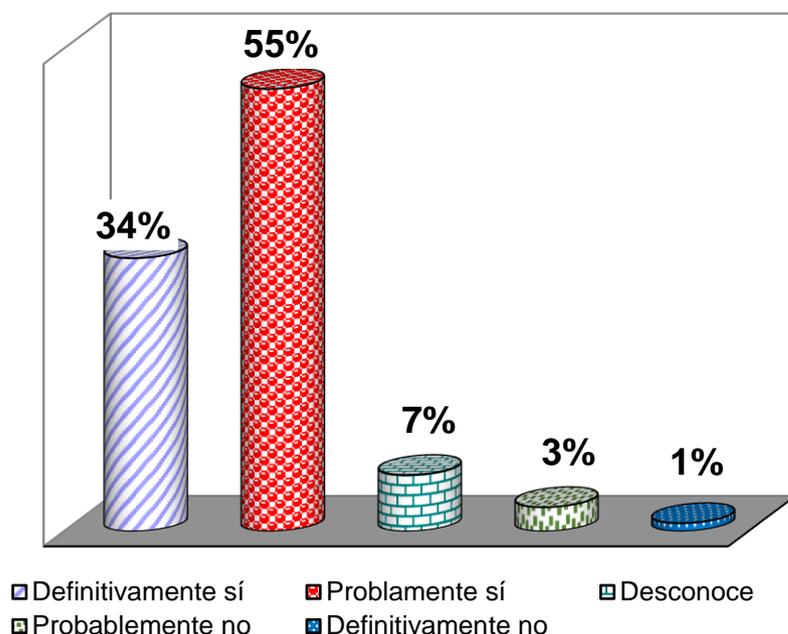
¿Considera usted que estas empresas tienen garantizada la protección del personal?

ALTERNATIVAS	fi	%
a. Definitivamente sí	104	34
b. Probablemente sí	167	55
c. Desconoce	23	7
d. Probablemente no	8	3
e. Definitivamente no	3	1
TOTAL	305	100%

Nota. Adaptado de MEF, 2021.

Figura 15

Empresas tienen garantizada la protección del personal



Nota. Microempresarios del sector comercial. Adaptado de MEF, 2021.

Interpretación. Definitivamente, al observar tanto la tabla como gráfico correspondiente, los datos destacan que el 55 % de los encuestados manifestó estar de acuerdo en que otros aspectos en los que vienen incidiendo están vinculados con la protección del potencial humano. El 34 % indicó estar totalmente de acuerdo con esta posición. Además, el 7 % se limitó a opinar sobre este particular, el 3 % estuvo en desacuerdo y el 1 % totalmente en desacuerdo, presentando en conjunto el 100 %.

Con base en los resultados alcanzados en el párrafo anterior, se desprende que en este sector se garantiza la protección de los recursos humanos, considerándolos como el principal activo de estas organizaciones, lo cual ha

merecido la atención de la parte gerencial. Por esta razón, el sector ha dado prioridad a la implementación de sistemas de seguridad y salud en el trabajo para cumplir con las recomendaciones de las instituciones vinculadas a esta problemática. Esto busca garantizar estándares de calidad frente a posibles eventos adversos, asegurando que estos recursos cuenten con medidas de seguridad y servicios complementarios para su salud, entre otros aspectos.

Tabla 14

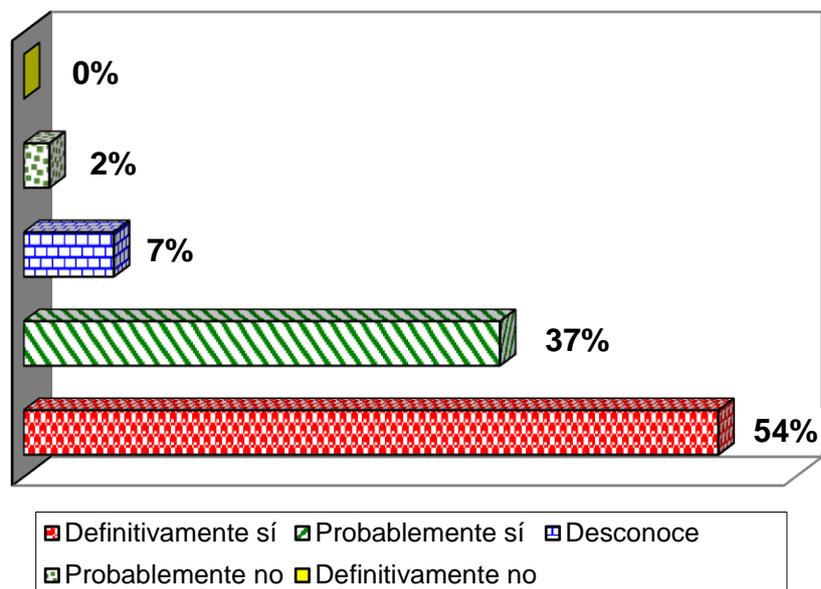
¿Cree que estas empresas agroexportadoras tienen un óptimo desempeño en cuanto a sus resultados?

ALTERNATIVAS	fi	%
a. Definitivamente sí	165	54
b. Probablemente sí	113	37
c. Desconoce	22	7
d. Probablemente no	5	2
e. Definitivamente no	0	0
TOTAL	305	100%

Nota. Adaptado de MEF, 2021.

Figura 16

Empresas tienen óptimo desempeño en cuanto a sus resultados



Nota. Microempresarios del sector comercial. Adaptado de MEF, 2021.

Interpretación. Con relación a los resultados obtenidos en la pregunta, el 54 % de quienes respondieron están totalmente de acuerdo en que en este sector empresarial se está alcanzando un óptimo desempeño en cuanto a los resultados esperados. El 37 % también estuvo de acuerdo frente a los alcances de la pregunta. El 7 % no opinó y el 2 % restante estuvo en desacuerdo, sumando así el 100 % en la parte porcentual. Los resultados de la pregunta se centraron principalmente en las dos primeras alternativas.

Analizando los datos considerados en la parte inicial, se observa que casi la totalidad de los gerentes tomados en cuenta en el estudio mostraron sus preferencias como conocedores de esta problemática en las dos primeras opciones. Esto demuestra que siempre tienen presente el desempeño de los

diferentes recursos, entre ellos su principal activo que es el capital humano, así como también la parte financiera. Este motivo lleva a que estas empresas, que han estado alcanzando resultados importantes en los últimos años, se vuelvan más competitivas frente a otros competidores como México y Perú. Las empresas peruanas, en particular, están aprovechando un aliado natural que son los diferentes climas que ofrece el territorio peruano, entre otros factores.

Tabla 15

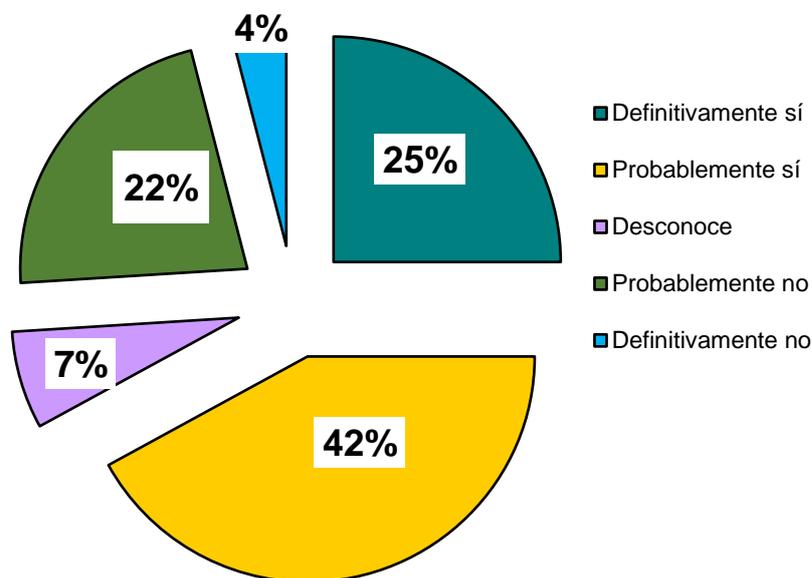
¿Es necesario el lanzamiento al mercado internacional de nuevas presentaciones de palta?

ALTERNATIVAS	fi	%
a. Definitivamente sí	192	63
b. Probablemente sí	97	32
c. Desconoce	13	4
d. Probablemente no	3	1
e. Definitivamente no	0	0
TOTAL	305	100%

Nota. Adaptado de MEF, 2021.

Figura 17

Lanzamiento al mercado internacional de nuevas presentaciones de palta



Nota. Microempresarios del sector comercial. Adaptado de MEF, 2021.

Interpretación. Resulta relevante indicar que, al revisar los resultados de la interrogante, el 63 % destacó la importancia que tiene el lanzamiento de nuevas presentaciones de la palta en el mercado internacional. Este porcentaje estuvo respaldado por el 32 % que apoyó los puntos de vista de la mayoría. Además, el 4 % no opinó y el 1 % restante estuvo en desacuerdo frente a la posición de la mayoría, totalizando así el 100%.

Ante estos resultados, se observa que la parte gerencial de los consultados dio mayor prioridad a las opciones iniciales y a la diversificación de las ofertas a nivel internacional. Esto no solo incrementa el valor agregado de estos productos, sino que también optimiza la competitividad de estas organizaciones. Es destacable que el lanzamiento de nuevas presentaciones de la palta conlleva una mayor

inversión en investigación y desarrollo, lo cual, sumado a las estrategias de *marketing*, las hace más competitivas, genera mayor empleo, aumenta la captación de divisas, entre otras ventajas significativas.

Tabla 16

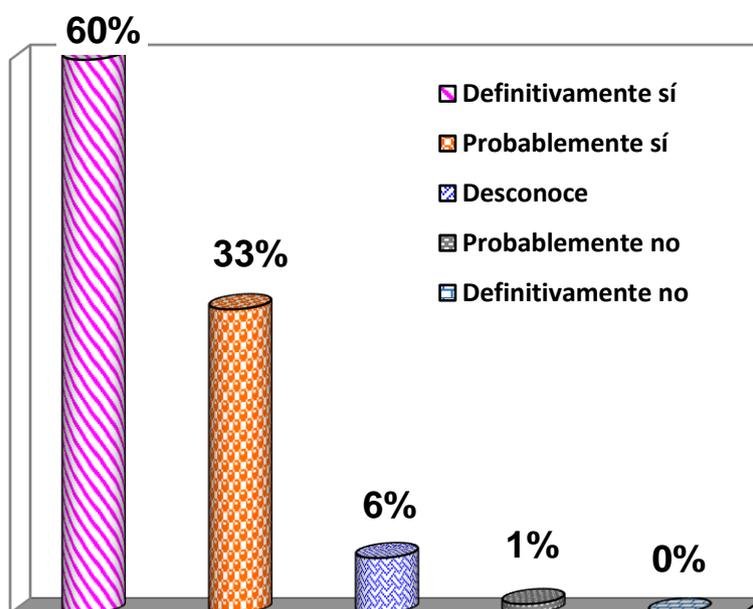
¿Para usted es necesario implementar áreas de marketing que analicen las preferencias del canal B2C?

ALTERNATIVAS	fi	%
a. Definitivamente sí	183	60
b. Probablemente sí	99	33
c. Desconoce	19	6
d. Probablemente no	4	1
e. Definitivamente no	0	0
TOTAL	305	100%

Nota. Adaptado de MEF, 2021.

Figura 18

Necesario implementar áreas de marketing que analicen las B2C



Nota. Microempresarios del sector comercial. Adaptado de MEF, 2021.

Interpretación. Al observar los resultados en la tabla, se encuentra que el 60 % de los consultados mencionó estar totalmente de acuerdo en que es necesario implementar áreas de *marketing* que analicen las preferencias de canal B2C, debido a la importancia que tiene este enfoque. Este porcentaje estuvo apoyado por el 33 % que tuvo una posición similar a la mayoría. Sin embargo, el 6 % se limitó a opinar y el 1 % estuvo en desacuerdo, sumando así el 100 % en la parte porcentual.

Al interpretar la información del apartado anterior, se puede concluir que casi la totalidad de los gerentes que respondieron a la interrogante, como conocedores de esta problemática, destacaron la importancia que tienen las preferencias del canal mencionado. Esto se debe a que las organizaciones empresariales lo utilizan

para conectar con los consumidores, lo que implica que la producción de palta no solo debe considerar el mercado internacional, sino también el nacional. Este mercado incluye establecimientos como supermercados y tiendas de comestibles, atendiendo las preferencia de los consumidores y buscando posicionar este producto en los hogares y cadenas de restaurantes, entre otros lugares.

Tabla 17

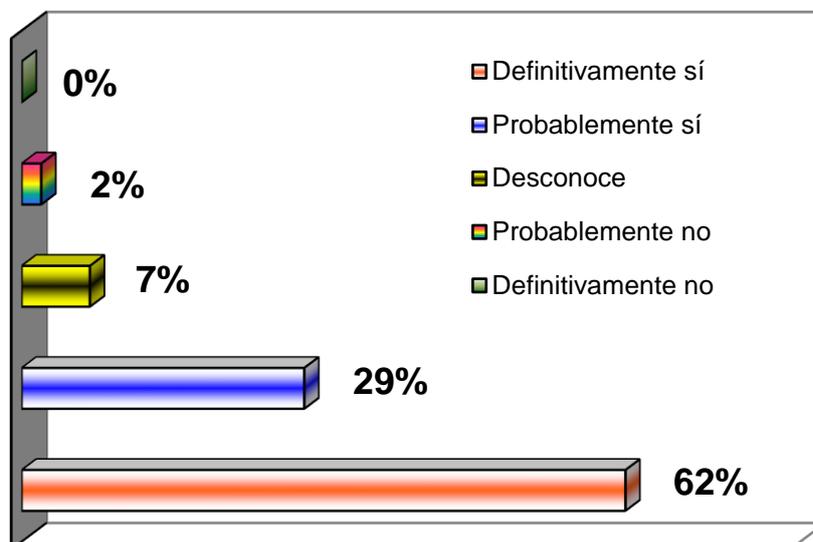
¿Es necesario implementar estrategias para mejorar el nivel de competitividad de las empresas agroexportadoras de palta?

ALTERNATIVAS	fi	%
a. Definitivamente sí	189	62
b. Probablemente sí	88	29
c. Desconoce	23	7
d. Probablemente no	5	2
e. Definitivamente no	0	0
TOTAL	305	100%

Nota. Adaptado de MEF, 2021.

Figura 19

Implementar estrategias para mejorar su nivel de competitividad



Nota. Microempresarios del sector comercial. Adaptado de MEF, 2021.

Interpretación. Conforme a los resultados obtenidos en la pregunta, se destaca que el 62 % de los encuestados respondió estar totalmente de acuerdo sobre la necesidad de implementar estrategias para mejorar la competitividad en este sector empresarial. Este porcentaje fue seguido por el 29 % que tuvo la misma posición que el grupo mayoritario, el 7 % que no opinó y el 2 % restante que estuvo en desacuerdo, lo cual muestra con bastante claridad que los dos primeros literales captaron la mayoría de las opiniones de los interrogados, agrupando así el 100 %.

Como resultado de la información obtenida en la pregunta, se aprecia que este sector empresarial requiere, tal como lo señalan los gerentes tomados en cuenta en el estudio, la implementación de nuevas estrategias para mejorar la competitividad. Esto es especialmente relevante en las áreas comercial y

financiera, con el fin de alcanzar el liderazgo en la exportación de la palta a nivel internacional y desplazar a otros países mediante acciones de planificación.

5.2. Contratación de Hipótesis

La prueba que se adecuó a los datos y a la formulación de las hipótesis fue la Ji Cuadrado corregida por Yates, debido a que más del 20 % de las celdas que contienen las frecuencias esperadas en las tablas presentadas son menores a cinco (5). Esto llevó a combinar las celdas adyacentes de cada una de las tablas (5x5), generando finalmente tablas 2x2.

Para rechazar la hipótesis nula (H_0), el valor calculado de χ^2 con (2-1) (2-1) = 1 grado de libertad y un nivel de significancia de $\alpha=0.05$ ($\chi^2=3.8416$) debe ser menor al valor obtenido de la fórmula de χ^2

$$\chi^2 = \frac{(|ad-bc| - n/2)^2 n}{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)}$$

Donde:

a= Celda, primera columna, primera fila

b= Celda, segunda columna, primera fila

c= Celda, primera columna, segunda fila

d= Celda, segunda columna, segunda fila

5.2.1. Hipótesis Específica 1

H₀: Las inversiones en el capital de trabajo no inciden en la productividad de este sector empresarial.

H₁: Las inversiones en el capital de trabajo inciden en la productividad de este sector empresarial.

1.- Nivel de Significancia: 0.05

2.- Regla de Decisión: Si $\chi^2 > \chi^2_{\alpha}$ o $p < 0.05$, rechazar H₀; en caso contrario, aceptar H₀.

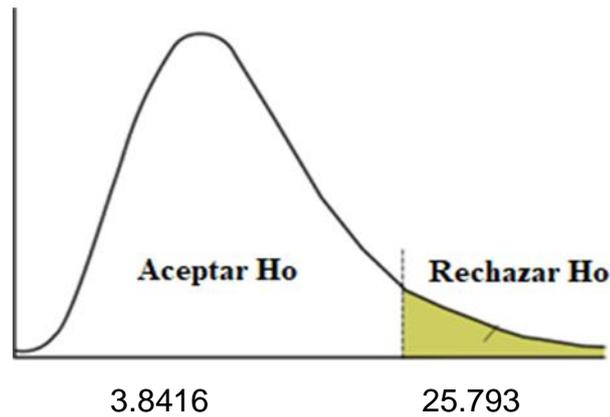
3.- Cálculo del Estadístico de Prueba.

Tabla 18

Distribución de frecuencias del empleo de los motores de búsqueda y el servicio que se ofrece al cliente

Invierten en capital de trabajo	Existe productividad de este sector empresarial					Total
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	No sabe/no opina	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Totalmente de acuerdo	67	61	5	4	0	137
De acuerdo	27	94	11	8	0	140
No sabe/no opina	2	13	7	3	0	25
En desacuerdo	0	0	0	3	0	3
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0
Total	96	168	23	18	0	305

4.- Decisión Estadística. La regla de decisión indica que la hipótesis nula se debe rechazar. Al realizar los cálculos con el estadístico ji Cuadrado corregido por Yates, se obtuvo $\chi^2=25.793 > \chi_t^2 = 3.8416$. De manera complementaria, el valor $p= 3,800E-07 < 0.05$.



5.- Conclusión. Las inversiones en el capital de trabajo inciden en la productividad de este sector empresarial.

5.2.2. Hipótesis Específica 2

H₀: Las inversiones en activo fijo no inciden en la eficiencia de la producción relacionada a la agroexportación.

H₁: Las inversiones en activo fijo inciden en la eficiencia de la producción relacionada a la agroexportación.

1.- Nivel de Significancia. 0.05

2.- Regla de Decisión. Si $\chi^2 > \chi_{\alpha}^2$ o $p < 0.05$, rechazar H₀; caso contrario, aceptar H₀.

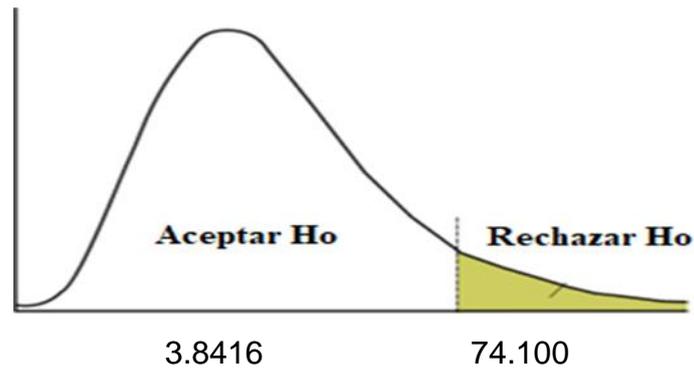
3.- Cálculo del Estadístico de Prueba.

Tabla 19

Distribución de frecuencias de la gestión en redes sociales y el desarrollo de contenido digital de calidad

Existe inversiones en activo fijo	Existe eficiencia de la producción				Totalmente en desacuerdo	Total
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	No sabe/no opina	En desacuerdo		
Totalmente de acuerdo	93	22	1	0	0	117
De acuerdo	82	71	7	0	0	159
No sabe/no opina	9	6	8	0	0	23
En desacuerdo	0	0	3	3	0	6
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0
Total	184	99	19	3	0	305

4.- Decisión Estadística. Como $\chi^2=74.100 > \chi^2 = 3.8416$, la hipótesis nula se rechaza. Al realizar los cálculos con el estadístico ji cuadrado corregido por Yates, se obtuvo $\chi^2=74.100 > \chi^2 = 3.8416$. De manera complementaria, $p= 7,426E-18 < 0.05$.



5.- Conclusión. Las inversiones en activo fijo inciden en la eficiencia de la producción relacionada a la agroexportación.

5.2.3. Hipótesis Específica 3

H_0 : Las inversiones en equipos de seguridad no inciden en la protección del personal de este sector.

H_1 : Las inversiones en equipos de seguridad inciden en la protección del personal de este sector.

1.- Nivel de Significancia. 0.05

2.- Regla de Decisión. Si $\chi^2 > \chi_{\alpha}^2$ o $p < 0.05$, rechazar H_0 ; caso contrario, aceptar H_0 .

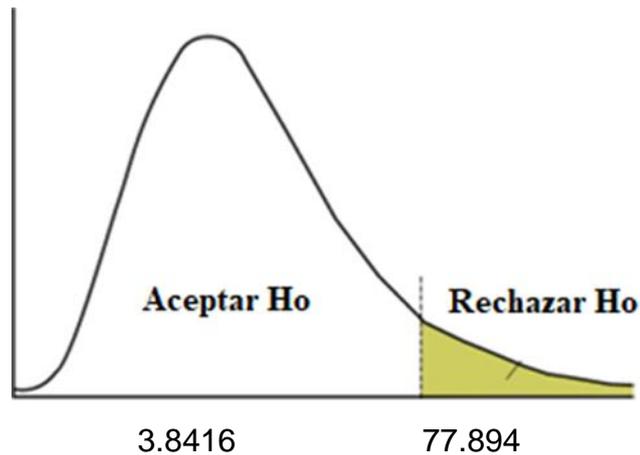
3.- Cálculo del Estadístico de Prueba.

Tabla 20

Distribución de frecuencias de los anuncios en medios digitales y los descuentos en la cartera de productos

Existe inversiones en equipos de seguridad	Existe protección del personal					Total
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	No sabe/no opina	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Totalmente de acuerdo	24	53	4	0	0	81
De acuerdo	73	105	8	0	0	181
No sabe/no opina	7	9	3	0	0	19
En desacuerdo	0	5	8	2	0	15
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	6	3	9
Total	104	167	23	8	3	305

4.- Decisión Estadística. Como $\chi^2=77.894 > \chi^2 = 3.8416$, la hipótesis nula se rechaza. Al realizar los cálculos con el estadístico ji cuadrado corregido por Yates, se obtuvo $\chi^2=77.894 > \chi^2 = 3.8416$. De manera complementaria, $p= 1,087E-18$.



5.- Conclusión. Las inversiones en equipos de seguridad inciden en la protección del personal de este sector.

5.2.4. Hipótesis Específica 4

H_0 : Las inversiones en capacitación del personal no inciden en el desempeño de las actividades de agroexportación.

H_1 : Las inversiones en capacitación del personal inciden en el desempeño de las actividades de agroexportación.

1.- Nivel de Significancia. 0.05

2.- Regla de Decisión. Si $\chi^2 > \chi_{t^2}$ o $p < 0.05$, rechazar H_0 ; caso contrario, aceptar H_0 .

3.- Cálculo del Estadístico de Prueba.

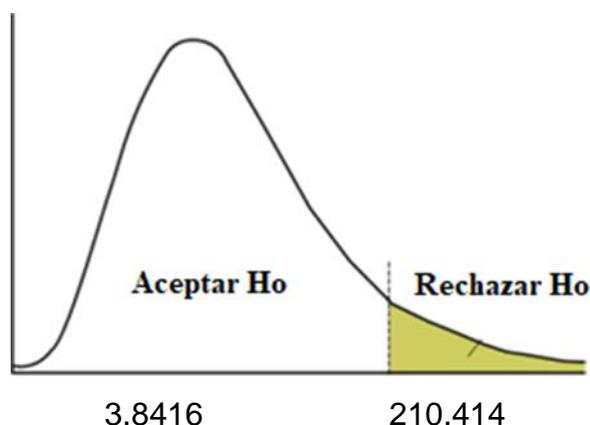
Tabla 21

Distribución de frecuencias de la alianza con influencers y la percepción del valor de la oferta

Existe inversiones en capacitación del personal	Existe desempeño de las actividades de agroexportación					Total
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	No sabe/no opina	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Totalmente de acuerdo	143	50	0	0	0	193
De acuerdo	22	61	5	0	0	88
No sabe/no opina	0	2	11	2	0	15
En desacuerdo	0	0	6	3	0	9
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0
Total	165	113	22	5	0	305

4.- Decisión Estadística. Como $\chi^2=210.414 > \chi_{t^2} = 3.8416$, la hipótesis nula se rechaza. Al realizar los cálculos con el estadístico ji cuadrado corregido por

Yates, se obtuvo Si $\chi^2=210.414 > \chi_t^2 = 3.8416$. De manera complementaria, $p=1,116E-47$.



5.- Conclusión. Las inversiones en capacitación del personal inciden en el desempeño de las actividades de agroexportación.

5.2.5. Hipótesis Específica 5

H_0 : Las inversiones en innovación no inciden en los lanzamientos de nuevas presentaciones en este sector empresarial.

H_1 : Las inversiones en innovación inciden en los lanzamientos de nuevas presentaciones en este sector empresarial.

1.- Nivel de Significancia. 0.05

2.- Regla de Decisión. Si $\chi^2 > \chi_t^2$ o $p < 0.05$, rechazar H_0 ; caso contrario, aceptar H_0 .

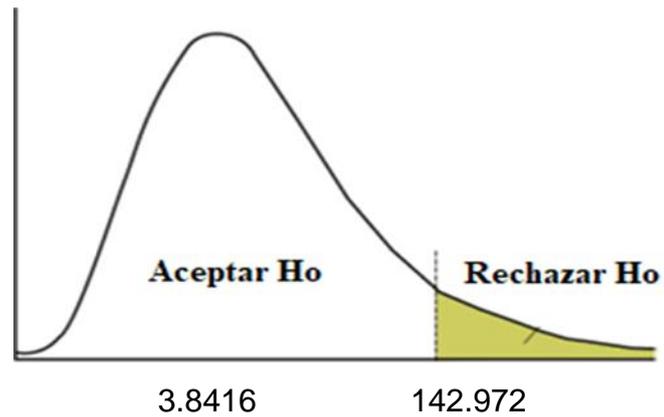
3.- Cálculo del Estadístico de Prueba.

Tabla 22

Distribución de frecuencias del empleo de páginas web y valor del producto ofertado

Invierte en innovación	Lanzan nuevas presentaciones en este sector empresarial					Total
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	No sabe/no opina	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Totalmente de acuerdo	136	57	0	0	0	193
De acuerdo	55	32	2	0	0	89
No sabe/no opina	1	8	5	0	0	14
En desacuerdo	0	0	6	0	0	6
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	3	0	3
Total	192	97	13	3	0	305

4.- Decisión Estadística. Como $\chi^2=142.972 > \chi_{t^2}^2 = 3.8416$, la hipótesis nula se rechaza. Al realizar los cálculos con el estadístico ji cuadrado corregido por Yates, se obtuvo $\chi^2=142.972 > \chi_{t^2}^2 = 3.8416$. De manera complementaria, $p=5,961E-33$.



5.- Conclusión. Las inversiones en innovación inciden en los lanzamientos de nuevas presentaciones en este sector empresarial.

5.2.6. Hipótesis Específica 6

H₀: Las inversiones en *marketing* digital no inciden en las preferencias de los clientes del B2C.

H₁: Las inversiones en *marketing* digital inciden en las preferencias de los clientes del B2C.

1.- Nivel de Significancia. 0.05

2.- Regla de Decisión. Si $\chi^2 > \chi_{t^2}$ o $p < 0.05$, rechazar H₀; caso contrario, aceptar H₀.

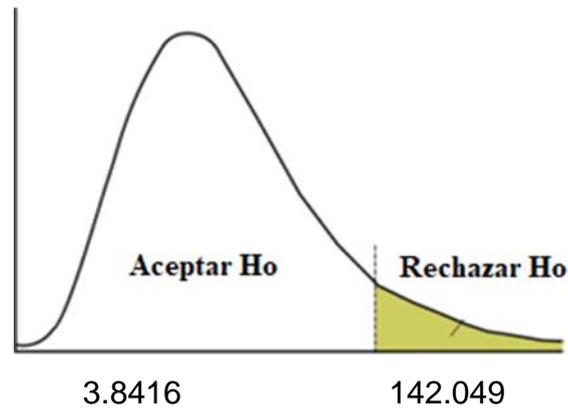
3.- Cálculo del estadístico de prueba.

Tabla 23

Distribución de frecuencias del desarrollo de contenido en redes sociales y la interacción del consumidor demostrando la imagen de marca.

Existe inversiones en <i>marketing</i> digital	Existen preferencias de los clientes del B2C					Total
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	No sabe/no opina	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Totalmente de acuerdo	115	53	0	0	0	168
De acuerdo	68	41	7	0	0	116
No sabe/no opina	0	5	12	0	0	17
En desacuerdo	0	0	0	4	0	4
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0
Total	183	99	19	4	0	305

4.- Decisión Estadística. Como $\chi^2=142.049 > \chi_{t^2}^2 = 3.8416$, la hipótesis nula se rechaza. Al realizar los cálculos con el estadístico ji cuadrado corregido por Yates, se obtuvo $\chi^2=142.049 > \chi_{t^2}^2 = 3.8416$. De manera complementaria, $p=9,488E-33$.



5.- Conclusión. Las inversiones en *marketing* digital inciden en las preferencias de los clientes del B2C.

5.2.7. Hipótesis general

H₀: Las inversiones no inciden favorablemente en la competitividad de las empresas Agroexportadoras de Palta en Perú y México en 2019 – 2022.

H₁: Las inversiones, inciden favorablemente en la competitividad de las empresas Agroexportadoras de Palta en Perú y México en 2019 – 2022.

1.- Nivel de Significancia. 0.05

2.- Regla de Decisión. Si $\chi^2 > \chi^2_{t^2}$ o $p < 0.05$, rechazar H₀; caso contrario, aceptar H₀.

3.- Cálculo del Estadístico de Prueba.

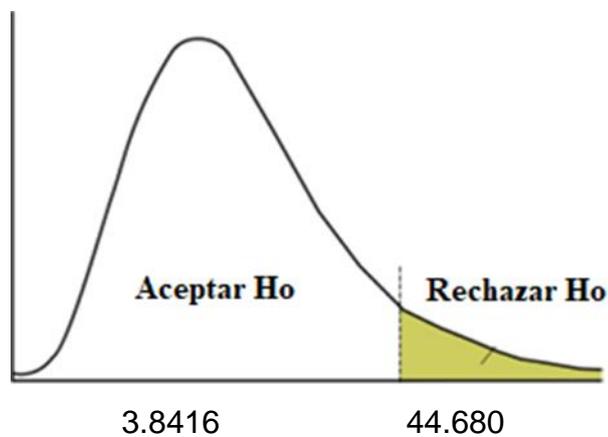
Tabla 24

Distribución de frecuencias del empleo del marketing digital y la estrategia en el posicionamiento de las tiendas de conveniencia “Mass”

Realiza inversiones	Existe competitividad de las empresas Agroexportadoras de Palta					Total
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	No sabe/no opina	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Totalmente de acuerdo	103	23	3	0	0	129
De acuerdo	81	51	11	0	0	143
No sabe/no opina	5	14	5	0	0	24
En desacuerdo	0	0	4	5	0	9
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0
Total	189	88	23	5	0	305

4.- Decisión Estadística. Como $\chi^2=44.680 > \chi^2 = 3.8416$, la hipótesis nula se rechaza. Al realizar los cálculos con el estadístico ji cuadrado corregido por

Yates, se obtuvo $\chi^2=44.680 > \chi_t^2 = 3.8416$. De manera complementaria, $p= 2,320E-11$.



5.- Conclusión. Las inversiones inciden favorablemente en la competitividad de las empresas agroexportadoras de palta en Perú y México en 2019 – 2022.

CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Discusión

Entendiendo la relevancia de las variables en investigación, específicamente la trascendencia de la promoción de las inversiones en el sector público y privado por los beneficios económicos y sociales que estas acarrearán, resulta determinante ahondar, analizar y discutir la data existente sobre estas inversiones, tanto en sede nacional como internacional.

En primer lugar, se debe considerar lo expuesto por Isminio (2023), quien, mediante su investigación titulada *Incidencia de la inversión pública en el distrito de Juanjuí, periodo 2021-2022*, destacó la relevancia de evaluar el papel que cumple la inversión pública. Isminio concluyó que esta parecía tener un impacto directo y considerable no solo en la progresión económica de las sociedades, sino también en la evolución social. El autor analizó cómo la gestión pública en el distrito de Juanjuí afectaba el crecimiento de la región San Martín y sugirió la necesidad de

promover la inversión y el trabajo colaborativo entre los tres niveles de gobiernos. Igualmente, concluyó que se deben emplear los instrumentos normativos a fin de efectuar una mejor programación multianual para los proyectos de inversión.

Del mismo modo, fue relevante la investigación desarrollada por Allcca (2023), titulada *Análisis de la inversión pública, financiado con recursos de regalía contractual en el gobierno regional de Apurímac, periodo 2017-2021*, presentada en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco para optar por el grado académico de Maestro en Economía con mención en Proyectos de Inversión. Este estudio sostuvo que, dada la presencia de una de las mineras más ambiciosas del territorio nacional en la región Apurímac, era necesario que los recursos obtenidos de las regalías se orienten al financiamiento total o parcial de los proyectos de inversión productiva. El autor subrayó en su investigación la necesidad de implementar políticas en gestión de inversión.

Finalmente, en lo que concierne a investigaciones nacionales, es importante considerar la investigación de Cervantes et al. (2023) en su tesis *Análisis de la inversión en infraestructura turística y su influencia en la dinamización económica del sector turismo: el caso del proyecto sistema de telecabinas Kuélap*, presentada en la Universidad del Pacífico para alcanzar el grado de Magíster en Gestión de la Inversión Social. Los autores indicaron que Perú, como país con alto potencial turístico, había impulsado, mediante el MINCETUR, distintas políticas públicas orientadas al incremento de espacios y calidad de infraestructura turística. Estas políticas fueron identificadas como elementos clave en el desarrollo social y la dinamización económica.

Al analizar las diferencias entre México y Perú en cuanto a la producción de paltas, se destaca que México lidera la producción mundial con 2.4 millones de toneladas en 2022, seguido por Perú con 1.2 millones de toneladas. Con referencia a las variedades, México se concentra en la variedad Hass, que constituye el 80 % de su producción, mientras que Perú presenta una mayor diversidad que incluye Hass, Fuerte, Edranol, Booth 8 y Gwen. En términos de clima y temporada, México tiene un clima templado y subtropical, mientras que Perú presenta un clima subtropical y tropical. Esto se refleja en las cosechas: México tiene dos cosechas principales (septiembre-noviembre y marzo-mayo) y Perú produce durante todo el año, con mayor concentración entre mayo y agosto.

En el tema de exportación y mercado, México se posiciona como el principal exportador mundial de paltas con 1.2 millones de toneladas en 2022, siendo Estados Unidos su principal mercado. Por su parte, Perú se ubica como segundo mayor exportador con 800 000 toneladas en 2022 y ha logrado diversificar sus mercados, incluyendo Europa, Estados Unidos y China. Ambos países enfrentan desafíos en el cultivo de la palta; México lucha contra plagas, enfermedades y la escasez de agua, mientras que Perú se enfrenta al cambio climático y la necesidad de acceder a nuevos mercados.

Es preciso indicar que la mayor exportación de paltas de México se explica por una combinación de factores, que incluyen una mayor superficie cultivada. En México, de las 230 000 hectáreas totales, 78 % están en Michoacán, seguido por Jalisco con 11 %, Nayarit con 4 %, Puebla con 2 %, Morelos con 2 %, y otros estados con 3 %. En Perú, de las 180 000 hectáreas totales, el 41 % se encuentra

en Lima, 22 % en La Libertad, 15 % en Junín, 12 % en Ica, 5 % en Arequipa, y 5 % en otras regiones. Añadido a ello, México cuenta con una mayor experiencia en el mercado, ya que lleva más tiempo exportando palta y ha logrado posicionarse como una marca reconocida a nivel internacional, lo que le da una ventaja competitiva. Además, tiene mejor infraestructura logística, lo que facilita el transporte y la distribución del producto a los mercados internacionales. Otro factor importante que influye es el mayor apoyo gubernamental integral a la industria de la palta, que incluye financiamiento, investigación, desarrollo, promoción, sanidad e inocuidad, y negociación de acuerdos comerciales.

A pesar de las ventajas de México, Perú ha experimentado un crecimiento significativo en la exportación de paltas en los últimos años y se espera que siga aumentando su participación en el mercado internacional. Es relevante señalar que para competir de manera efectiva con México, es necesario que Perú implemente políticas públicas que apoyen al sector paltero, invierta en investigación y desarrollo, mejore la calidad de la producción, y diversifique los mercados de exportación.

Por ello, sobre la base de lo detallado en esta investigación, es determinante que la elaboración de una proyección o la formulación de un proyecto de inversión se realice a partir un análisis de riesgo socioeconómico no solo de la localidad beneficiada, sino también de sus localidades aledañas. Esto es indispensable para prever posibles desplazamientos y evaluar el impacto, dado que el fin de las inversiones debe ser mejorar la calidad de vida y estimular el dinamismo económico y financiero, como se ha señalado en secciones anteriores.

Ahora bien, en lo concerniente a las investigaciones de índole internacional, es necesario tomar de referencia lo desarrollado por Núñez (2018) en su tesis *Variación incremental de inversión en I+D en la Universidad Nacional de Asunción en relación con la productividad científica en el periodo 2014-2015*, presentada ante la Universidad de Asunción para optar por la maestría en Elaboración, Gestión y Evaluación de Proyectos de Investigación Científica. La autora concluyó que la inversión económica en investigación ha incrementado la producción científica en la referida casa de estudios. Sin embargo, destacó, a partir de lo desarrollado, que no es únicamente necesario potenciar la inversión económica que permita la investigación, sino que, para lograr los objetivos de un proyecto, se requiere también efectuar dicha inversión en el recurso humano de una institución o corporación.

Del mismo modo, se debe considerar lo señalado por Vazquez (2022) en su tesis *Estudio de caso eToro: La inversión online llevada a las masas*, presentada ante la Pontificia Universidad Católica Argentina para el grado de Master in Business Administration (MBA). El autor sostuvo que, a partir del desarrollo tecnológico y el impacto de la globalización, la inversión en plataformas digitales se ha tornado en algo habitual, sobre todo debido a sus efectos en la inversión bursátil a gran escala y la posibilidad que ofrece de crear una nueva forma de inversión y ahorro sin intermediarios. Ello es relevante en el presente apartado para indicar la utilidad de optar por nuevas formas de inversión, siempre y cuando estas permitan la obtención de beneficios particulares y generales, y proporcione seguridad a los inversores.

Finalmente, Mayorga y Arévalo (2022) discuten en su investigación *Relación entre la inversión pública y promoción de ciencia, tecnología e innovación en la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia de la ciudad de Bogotá*, formulada ante la Corporación Universitaria Minuto de Dios, la relevancia de poseer, en el ámbito público, un sistema coordinado entre los diferentes niveles de gobierno para ejecutar presupuestos destinados a bienes y servicios. En tal sentido, los autores enfatizan que la ejecución de un proyecto de inversión no demanda únicamente la articulación de las diferentes instancias gubernamentales, sino prioritariamente la inversión en el personal, la tecnología y la innovación. Esto, en la nueva realidad, se posiciona como fundamental para alcanzar una correlación positiva con el desarrollo económico y la competitividad del país.

6.2. Conclusiones

Sobre la base del análisis, se desprenden las siguientes conclusiones:

- a. La inversión en capital de trabajo incide en la productividad de la cosecha en el sector agroexportador, debido a que una buena gestión financiera tiene como objetivo que, a mayor inversión de recursos, se incremente el volumen de ventas.
- b. La inversión en el activo fijo incide en la eficiencia de la producción agroexportadora, pues la adopción de nueva tecnología mejora los costos por unidad producida y optimiza la rentabilidad de los terrenos sembrados, facilitando una buena rotación de los activos.
- c. La inversión en equipos de seguridad incide en la protección del personal del sector agroexportador porque en la actualidad existen

políticas nacionales y sectoriales que buscan un adecuado equilibrio entre la salud y el trabajo ocupacional.

- d. La inversión en capacitación del personal en el sector de la agroexportación incide en la eficiencia de la producción al mejorar las habilidades técnicas de los trabajadores, aumentar la productividad, reducir errores y desperdicios, y fomentar la adopción de mejores prácticas.
- e. La inversión en innovación influye en los lanzamientos de nuevas presentaciones de productos en el sector agroexportador porque permite diversificar la oferta exportadora en el sector y mejorar la calidad y competitividad del cultivo de la palta.
- f. La inversión en *marketing* digital incide en la preferencia de los clientes B2C, debido a que en la actualidad los consumidores acuden a todos los canales de distribución, incluso las redes sociales, para obtener más información sobre la empresa, la calidad de los productos y la tecnología que utilizan.
- g. Las inversiones inciden favorablemente en la competitividad de las empresas agroexportadoras de palta en el Perú y México. Ambos países tienen ventajas comparativas que les permiten ser, en la actualidad, líderes en la producción de palta.

6.3. Recomendaciones

Basado en los hallazgos y conclusiones de este estudio, se formulan las siguientes recomendaciones:

- a. Las empresas agroexportadoras deben implementar un plan de gestión de capital de trabajo para mejorar la productividad de sus cosechas. Este plan debe tener como objetivo proyectar las necesidades de créditos a clientes, nivel de inventarios y compromisos de pagos con los proveedores.
- b. Las empresas agroexportadoras deben elaborar un plan de inversión respecto a los activos fijos y tecnologías para mejorar la eficiencia de la producción. Se recomienda, además, realizar una evaluación minuciosa de las necesidades específicas y opciones disponibles en el mercado antes de adquirir nueva tecnología. De igual manera, se debe proporcionar capacitación adecuada al personal para garantizar su competencia en el manejo de la tecnología, así como implementar un programa de mantenimiento preventivo y establecer sistemas de monitoreo y análisis de rendimiento. Estas prácticas permitirán maximizar la eficiencia y la rentabilidad de los activos, contribuyendo así a una rotación óptima de los recursos y al éxito sostenido de la operación agrícola.
- c. Se recomienda obtener la certificación en la norma ISO 45001 para sistemas de gestión de seguridad y salud en el trabajo, como medida para salvaguardar la integridad de los trabajadores y visitantes en el contexto de la agroexportación de paltas. Esta certificación no solo se enfoca en prevenir accidentes y enfermedades laborales, sino que también permite identificar y mitigar cualquier riesgo potencial que pueda representar una amenaza tanto para los empleados como para

la continuidad del negocio. Adoptar un enfoque proactivo hacia la seguridad y la salud ocupacional refuerza el compromiso con el bienestar del personal y fortalece la reputación y la competitividad en el mercado, al mismo tiempo que contribuye a construir un entorno laboral seguro y productivo.

- d. Las empresas agroexportadoras deben invertir en capacitación de su personal técnico en instituciones como el Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias (INIFAP) de México o en el Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA) de Perú. Esta formación permitirá adquirir y aplicar tecnologías que se usan con relación al cultivo de la palta. De ese modo, se busca alcanzar acuerdos alrededor de mesas de trabajo para mejorar la calidad y competitividad del cultivo de la palta.
- e. Con relación a la calidad del producto, la permanente inversión en innovación en el sector ha permitido un aprendizaje en el cultivo de la palta. Ello ha significado mejorar no solo su volumen, sino también sus características, lo que ha implicado que la palta peruana sea un producto valorado en diferentes mercados mundiales. Por ello, es importante que el porcentaje en innovación en el cultivo de la palta siga aumentando para garantizar su acceso a nuevos mercados internacionales.
- f. Se sugiere destinar, en el plan de inversiones del periodo, nuevos recursos para el *marketing* digital en el canal B2C, con la finalidad de captar más oportunidades de negocio, aumentar las ventas del e-

commerce B2C, reducir los costos y mejorar la fidelidad de los clientes.

- g. Finalmente, se recomienda a las empresas agroexportadoras de palta establecer convenios institucionales de intercambio de experiencia del cultivo de la palta con la autoridad sanitaria de cultivos y de comercio internacional de México, con el objetivo de fortalecer la presencia y la participación de mercado ya alcanzada en los mercados internacionales.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Referencias Bibliográficas

Allcca Rupailla, F. (2023). *Análisis de la inversión pública, financiado con recursos de regalía contractual en el gobierno regional de Apurímac, período 2017-2021* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco].

https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/7609/253T20231040_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Calderón Acosta, L. R. (2019). *Gestión financiera de la cadena productiva sostenible agroexportadora en la región La Libertad 2014-2018* [Tesis de maestría, Universidad San Martín de Porres].

<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/5908>

Carrera Correa, D. P. (2023). *Las fuentes de financiamiento y su influencia en la rentabilidad de las MYPES agroexportadoras en la región Lima Provincias, Perú 2018-2020* [Tesis de maestría, Universidad San Martín de Porres].

<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/12872>

- Carrión Mezones, J. M. (2017). *Estrategia bursátil en la bolsa de valores de Lima para un mejor desarrollo del mercado de capitales peruano* [Tesis de maestría, Universidad Señor de Sipán].
https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4042/Epuss_Tesis_FinanzasCorporativas_%20MichellCarri%C3%B3n-cd.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castellanos, D. (2020). *Correlación entre competitividad e innovación: una validación empírica de la teoría* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia].
<https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/77635>
- Castro, J. A., & Castro, A. (2009). *Proyectos de inversión, evaluación y formulación*. McGraw-Hill; Interamericana Editores.
- Centro de Investigación de Economía y negocios Globales [CIEN]. (2023). *Nota semanal de inteligencia comercial* [Presentación de Power Point].
https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2023/07/CIEN_NSIM1_Julio_2023_Palta_1.pdf
- Cervantes, R., Espinoza, H., & Rivera, N. (2023). *Análisis de la inversión en infraestructura turística y su influencia en la dinamización económica del sector turismo: el caso del proyecto sistema de telecabinas Kuélap*. [Tesis de maestría, Universidad del Pacífico].
https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/4054/Cervantes%2c%20Rey_Trabajo%20de%20investigacion_Maestria_2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- ComexPerú. (2022, 28 de octubre). Las exportaciones de palta cayeron un 9.5% entre enero y agosto de este año. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/las-exportaciones-de-palta-cayeron-un-95-entre-enero-y-agosto-de-este-ano>

- ComexPerú. (2023, 10 de febrero). Las agroexportaciones crecieron un 7.8 % en 2022.
<https://www.comexperu.org.pe/articulo/las-agroexportaciones-crecieron-un-78-en-2022>
- Del Valle Días, C. E. (2020). *La capacidad competitiva y su incidencia en la exportación de los pequeños y medianos productores de quinua del distrito de Puno* [Tesis de doctorado, Universidad Ricardo Palma]. <https://hdl.handle.net/20.500.14138/3276>
- Domínguez Imán, J., Gonzales Gómez, J., Mundaca Rodríguez, M., Neciosup Ñiquen, Á., & Rojas Vásquez, Y. (2019). La mejor inversión que haría el Perú. *Educare et Comunicare*, 7(1), 84-89.
<http://revistas.usat.edu.pe/index.php/educare/article/view/231>
- Galeana-Figueroa, E., & Valenzo-Jiménez, M. A. (2019). Caso introductorio. La competitividad como estrategia de crecimiento en las organizaciones. En E. Galeana-Figueroa & M. Valenzo-Jiménez, *La competitividad como estrategia de crecimiento en las organizaciones* (pp. 1-22).
https://www.ecorfan.org/handbooks/Handbooks_La_competitividad_como_estrategia_de_crecimiento_en_las_organizaciones_TI/Handbooks_La_competitividad_como_estrategia_de_crecimiento_en_las_organizaciones_TI_1.pdf
- García Auqui, P. (2013). *Importancia de los estados financieros y su aporte en la toma de decisiones en las empresas del Perú-2012* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote].
https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/5729/ESTADOS_FINANCIEROS_Y_TOMA_DE_DECISIONES_GARCIA_AUQUI_PORFIRIO.pdf?sequence=4&isAllowed=y

- Goxens, A. (1984). La Contabilidad, aquí, entre 1801 y 1950. En *Décimo Aniversario del Plan General de Contabilidad*. Instituto de Planificación Contable, Ministerio de Economía y Hacienda.
- Isminio Vargas, N. (2023). *Incidencia de la inversión pública en el distrito de Juanjuí, periodo 2021-2022* [Tesis de posgrado, Universidad Científica del Perú].
<http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/2508/NITZA%20FIORELLA%20ISMINIO%20VARGAS%20%20-%20TESIS%20-%20MAESTRIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Llantoy Colan, M. (2023, 12 de julio). Evolución del mercado mundial y nacional de Palta. *CIEN, Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales*.
<https://www.cien.adexperu.org.pe/evolucion-del-mercado-mundial-y-nacional-de-palta/>
- Luna Campos, F. A. (2021). *Réplica del precio del aguacate michoacano para su cobertura con derivados financieros* [Tesis de doctorado, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo].
<https://www.fcca.umich.mx/doctorado/Descarga/Tesis/T17.pdf>
- Mauricio Pachas, P. W. (1999). Rentabilidad del capital de trabajo y competitividad. *Gestión en el Tercer Milenio*, 2(3), 39-44. <https://doi.org/10.15381/gtm.v2i3.10044>
- Mayorga, M., & Arévalo, F. (2022). *Relación entre la inversión pública y promoción de ciencia, tecnología e innovación en la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia de la ciudad de Bogotá* [Tesis de maestría, Corporación Universitaria Minuto de Dios].
https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/15834/4/TM.INP_MayorgaMario-ArevaloFranklin_2022

- Mejía, J. (2017). Las tiendas de comercio electrónico como Alibaba, Ebay, Zalando, Amazon. <https://www.expansion.com/diccionario-economico/competidor1.html>
- Morales Arellano, M. C. Y. (2019). *Factores determinantes de la competitividad internacional de las empresas exportadoras de zarzamora: el caso. El caso de Los Reyes, Michoacán y Huelva, España* [Tesis de doctorado, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo].
<https://drive.google.com/file/d/1jknA2DgSEqBCVoUPRLTuyCZPgNQlgTs2/view>
- Núñez, F. (2018). *Variación incremental de inversión en I+D en la Universidad Nacional de Asunción en relación con la productividad científica en el periodo 2014-2015* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Asunción].
<https://repositorio.conacyt.gov.py/xmlui/bitstream/handle/20.500.14066/2712/Maestr%C3%ada-BECA%2012-115.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ornelas, P. (2017). Evolución, situación actual y prospectiva del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP). En Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Ed.), *Memoria y prospectiva de las Secretarías de Estado*.
<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/11/5278/21.PDF>
- Plato. (2022, 12 de febrero). In *Stanford Encyclopedia of Philosophy*.
<https://plato.stanford.edu/entries/plato/>
- Porter, M. E. (1998). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Rivera Valenzuela, P. E. (2017). *Lanzamiento de Supreme, un innovador fungicida para el uso agrícola* [Tesis de maestría, Universidad de Chile].
<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/147888/Rivara%20Valenzuela%20Paulo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rizzo, M. M. (2007). El capital de trabajo neto y el valor en las empresas. La importancia de la recomposición del capital de trabajo neto en las empresas que atraviesan o han atravesado crisis financieras. *EAN*, (61), 103-122.

<https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/421/415>

Robbins, S., & Judge, T. (2013). *Comportamiento organizacional*.

<https://psiqueunah.files.wordpress.com/2014/09/comportamientoorganizacional-13a-ed-nodrm.pdf>

Romero, A. (2010). *Principios de contabilidad* (4.ª ed.). McGraw Hill Educación; Interamericana Editores; Universidad Autónoma de Puebla.

Russell, J. (s.f.). Adam Smith (1723-1790). *Internet Encyclopedia of Philosophy*.

<https://iep.utm.edu/smith/>

Siliceo, A. (2004). *Capacitación y desarrollo de personal* (4.ª ed.). Limusa.

Soriano Colchado, A. M. (2022). *Ventaja comparativa revelada y competitiva en las agroexportadoras peruanas: región la Libertad 2011-2020* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Agraria La Molina]. <https://hdl.handle.net/20.500.12996/5474>

Valero Córdova, G. M. (2019). *Influencia de la competitividad y el capital tecnológico, en la internacionalización de las empresas exportadoras de Bucaramanga y su Área Metropolitana-Colombia* [Tesis de doctorado, Universitat Politècnica de València].

<https://m.riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/140312/Valero%20-%20INFLUENCIA%20%20DE%20LA%20COMPETITIVIDAD%20Y%20EL%20CAPITAL%20TECNOLOGICO%2C%20%20EN%20LA%20INTERNACIONALIZACI%C3%93N%20D....pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vazquez, A. (2022). *Estudio de caso eToro: la inversión online llevada a las masas*.

[Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica Argentina].

<https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/15781/1/estudio-caso-etoro.pdf>

ANEXO N° 1
MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: LAS INVERSIONES Y SU INCIDENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DE PALTA EN PERÚ Y MÉXICO 2019 -2022.

AUTOR: ANGELICA MARÍA CUENCA COLCHADO

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	FORMULACIÓN DE HIPOTESIS	CLASIFICACIÓN DE VARIABLES Y DEFINICIÓN OPERACIONAL	POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variable Independiente X. Inversiones x1.- Inversión en el capital de trabajo. x2.- Inversión en activo fijo. x3.- Inversión en equipo de seguridad. x4.- Inversión en capacitación. x5.- Inversión en Innovación. x6.- Inversión en Marketing Digital.	Población. A nivel del sector comercial en el Perú. Muestra. 384 Microempresarios Muestreo aleatorio simple, como fuente del muestreo probabilístico.
¿En medida las inversiones, inciden en la competitividad de las empresas agroexportadoras de Palta en Perú y México 2019 – 2022?	Demostrar si las inversiones, inciden en la competitividad de las empresas Agroexportadoras de Palta en Perú y México 2019 – 2022.	Las inversiones, inciden favorablemente en la competitividad de las empresas Agroexportadoras de Palta en Perú y México 2019 – 2022.		
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Variable Dependiente Y.- Competitividad	Técnica e Instrumento Encuesta Instrumento
a. ¿De qué manera las inversiones en el capital de trabajo inciden en la productividad de este sector empresarial?	a. Establecer si las inversiones en el capital de trabajo inciden en la productividad de este sector empresarial.	a. Las inversiones en el capital de trabajo inciden en la productividad de este sector empresarial.		
b. ¿De qué manera las inversiones en activo fijo inciden en la eficiencia de la producción relacionada a la agroexportación?	b. Determinar si las inversiones en activo fijo inciden en la eficiencia de la producción relacionada a la agroexportación.	b. Las inversiones en activo fijo inciden en la eficiencia de la producción relacionada a la agroexportación.		
	c. Establecer si las inversiones en equipos de seguridad	c. Las inversiones en equipos de seguridad inciden en la		

<p>c. ¿En qué medida las inversiones en equipos de seguridad inciden en la protección del personal de este sector?</p>	<p>inciden en la protección del personal de este sector.</p>	<p>protección del personal de este sector.</p>	<p>y1.- Productividad de las cosechas.</p>
<p>d. ¿De qué manera las inversiones en capacitación del personal inciden en el desempeño de las actividades de agroexportación?</p>	<p>d. Determinar si las inversiones en capacitación del personal inciden en el desempeño de las actividades de agroexportación.</p>	<p>d. Las inversiones en capacitación del personal inciden en el desempeño de las actividades de agroexportación.</p>	<p>y2.- Eficiencia de la producción.</p>
<p>e. ¿De qué manera las inversiones en innovación inciden en los lanzamientos de nuevas presentaciones en este sector empresarial?</p>	<p>e. Analizar si las inversiones en innovación inciden en los lanzamientos de nuevas presentaciones en este sector empresarial.</p>	<p>e. Las inversiones en innovación inciden en los lanzamientos de nuevas presentaciones en este sector empresarial.</p>	<p>y3.- Protección del personal.</p>
<p>f. ¿En qué medida las inversiones en marketing digital inciden en las preferencias de los clientes del B2C?</p>	<p>f. Establecer si las inversiones en marketing digital inciden en las preferencias de los clientes del B2C.</p>	<p>f. Las inversiones en marketing digital inciden en las preferencias de los clientes del B2C.</p>	<p>y4.- Nivel de desempeño.</p>
			<p>y5.- Lanzamientos de nuevas presentaciones.</p>
			<p>y6.- Preferencia de los clientes B2C.</p>

ANEXO N° 2

ENCUESTA

INSTRUCCIONES:

Al aplicar la presente se busca recoger información importante relacionada con el tema de investigación “**LAS INVERSIONES Y SU INCIDENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DE PALTA EN PERÚ Y MÉXICO 2019-2022**”; al respecto, se le pide que en las preguntas que a continuación se acompaña, elegir la alternativa que consideres correcta, marcando para tal fin con un aspa (X) al lado derecho, tu aporte será de mucho interés para este trabajo de investigación. Se te agradece tu participación:

1.- **¿Considera usted apropiadas las inversiones en capital de trabajo en las empresas de agroexportación?**

- a) Definitivamente si ()
- b) Probablemente si ()
- c) Desconoce ()
- d) Probablemente no ()
- e) Definitivamente no ()

¿Por qué?

.....
.....
.....

2.- **¿Para Ud. son importantes las inversiones del activo fijo en actividades de la agroexportación?**

- a) Definitivamente si ()
- b) Probablemente si ()
- c) Desconoce ()
- d) Probablemente no ()
- e) Definitivamente no ()

¿Por qué?

.....
.....
.....

3.- **¿En su opinión son necesarias las inversiones en equipo de seguridad a nivel las empresas de agroexportación?**

- a) Definitivamente si ()
- b) Probablemente si ()
- c) Desconoce ()
- d) Probablemente no ()
- e) Definitivamente no ()

¿Por qué?

.....
.....
.....

4.- **¿Considera Ud. significativas las inversiones en capacitación del potencial humano en estas empresas?**

- a) Definitivamente si ()
- b) Probablemente si ()
- c) Desconoce ()
- d) Probablemente no ()

e) Definitivamente no ()

¿Por qué?

.....
.....
.....

5.- **¿Para Ud. son importantes las inversiones relacionadas a la innovación en empresas agroexportadoras?**

a) Definitivamente si ()

b) Probablemente si ()

c) Desconoce ()

d) Probablemente no ()

e) Definitivamente no ()

¿Por qué?

.....
.....
.....

6.- **¿Cree Ud. que la inversión en estrategias de marketing digital contribuye al desarrollo de nuevos mercados?**

a) Definitivamente si ()

b) Probablemente si ()

c) Desconoce ()

d) Probablemente no ()

e) Definitivamente no ()

¿Por qué?

.....
.....
.....

7.- **¿Para Ud. son coherentes las Inversiones en las empresas agroexportadoras de palta?**

a) Definitivamente si ()

b) Probablemente si ()

c) Desconoce ()

d) Probablemente no ()

e) Definitivamente no ()

¿Por qué?

.....
.....
.....

8.- **¿Cree Ud. que la productividad de las empresas agroexportadoras de palta son competitivas?**

a) Definitivamente si ()

b) Probablemente si ()

c) Desconoce ()

d) Probablemente no ()

e) Definitivamente no ()

¿Por qué?

.....
.....
.....

9.- **¿En su opinión existe eficiencia en la producción de las empresas agroexportadoras de palta?**

- a) Definitivamente si ()
- b) Probablemente si ()
- c) Desconoce ()
- d) Probablemente no ()
- e) Definitivamente no ()

¿Por qué?

.....
.....
.....

10.- **¿Considera Ud. que estas empresas tienen garantizada la protección del personal?**

- a) Definitivamente si ()
- b) Probablemente si ()
- c) Desconoce ()
- d) Probablemente no ()
- e) Definitivamente no ()

¿Por qué?

.....
.....
.....

11.- **¿Cree que estas empresas agroexportadoras tiene un óptimo desempeño en cuanto a sus resultados?**

- a) Definitivamente si ()
- b) Probablemente si ()
- c) Desconoce ()
- d) Probablemente no ()
- e) Definitivamente no ()

¿Por qué?

.....
.....
.....

12.- **¿Es necesario el lanzamiento al mercado internacional de nuevas presentaciones de palta?**

- a) Definitivamente si ()
- b) Probablemente si ()
- c) Desconoce ()
- d) Probablemente no ()
- e) Definitivamente no ()

¿Por qué?

.....
.....
.....

.....
13.- **¿Para Ud. es necesario implementar áreas de marketing que analicen las preferencias del canal B2C?**

- a) Definitivamente si ()
- b) Probablemente si ()
- c) Desconoce ()
- d) Probablemente no ()
- e) Definitivamente no ()

¿Por qué?

.....
.....
.....

14.- **¿Es necesario implementar estrategias para mejorar su nivel de competitividad de las empresas agroexportadoras de palta?**

- a) Definitivamente si ()
- b) Probablemente si ()
- c) Desconoce ()
- d) Probablemente no ()
- e) Definitivamente no ()

¿Por qué?

.....
.....
.....

ANEXO N° 3

FICHA DE VALIDACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1 APELLIDOS Y NOMBRES : SUAREZ ALMEIDA, MIGUEL ANGEL
1.2 GRADO ACADÉMICO : Doctor en Contabilidad
1.3 INSTITUCIÓN QUE LABORA : **Universidad San Martín de Porres**
1.4 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN : "LAS INVERSIONES Y SU INCIDENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DE PALTA EN PERÚ Y MÉXICO 2019-2022"
1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO : Cuenca Colchado Angélica María
1.6 DOCTORADO O MAESTRÍA : Doctorado
1.7 CRITERIO DE APLICABILIDAD :
a) De 01 a 09: (No válido, reformular) b) De 10 a 12: (No válido, modificar)
b) De 12 a 15: (Válido, mejorar) d) De 15 a 18: Válido, precisar
c) De 18 a 20: (Válido, aplicar)

II. ASPECTOS A EVALUAR:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(01 - 09)	(10 - 12)	(12 - 15)	(15 - 18)	(18 - 20)
		01	02	03	04	05
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Esta formulado con conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización y lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de estudio.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio.					X
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones y variables.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.					X
SUB TOTAL						
TOTAL						

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) :

VALORACIÓN CUALITATIVA :

OPINIÓN DE APLICABILIDAD :

Lugar y fecha: Lima, 22 de diciembre del 2023

.....
Firma y Post Firma del experto

FICHA DE VALIDACIÓN

III. DATOS GENERALES:

1.1 APELLIDOS Y NOMBRES : **DURAND SAAVEDRA, PEDRO DEMETRIO**
 1.2 GRADO ACADÉMICO : Doctor en Contabilidad
 1.3 INSTITUCIÓN QUE LABORA : **Universidad San Martín de Porres**
 1.4 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN : "LAS INVERSIONES Y SU INCIDENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DE PALTA EN PERÚ Y MÉXICO 2019-2022"
 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO : Cuenca Colchado Angélica María
 1.6 DOCTORADO O MAESTRÍA : Doctorado
 1.7 CRITERIO DE APLICABILIDAD :
 a) De 01 a 09: (No válido, reformular) b) De 10 a 12: (No válido, modificar)
 b) De 12 a 15: (Válido, mejorar) d) De 15 a 18: Válido, precisar
 c) De 18 a 20: (Válido, aplicar)

IV. ASPECTOS A EVALUAR:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(01 - 09)	(10 - 12)	(12 - 15)	(15 - 18)	(18 - 20)
		01	02	03	04	05
11. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado.					X
12. OBJETIVIDAD	Esta formulado con conductas observables.					X
13. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
14. ORGANIZACIÓN	Existe organización y lógica.					X
15. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
16. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de estudio.					X
17. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio.					X
18. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones y variables.					X
19. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
20. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.					X
SUB TOTAL						
TOTAL						

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) :
 VALORACIÓN CUALITATIVA :
 OPINIÓN DE APLICABILIDAD :

Lugar y fecha: Lima, 22 de diciembre del 2023



.....
Firma y Post Firma del experto

FICHA DE VALIDACIÓN

V. DATOS GENERALES:

1.1 APELLIDOS Y NOMBRES : CARNERO ANDÍA MAXIMILIANO
 1.2 GRADO ACADÉMICO : Doctor en Educación
 1.3 INSTITUCIÓN QUE LABORA : Universidad San Martín de Porres
 1.4 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN : "LAS INVERSIONES Y SU INCIDENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DE PALTA EN PERÚ Y MÉXICO 2019-2022"
 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO : Cuenca Colchado Angélica María
 1.6 DOCTORADO O MAESTRÍA : Doctorado
 1.7 CRITERIO DE APLICABILIDAD :

a) De 01 a 09: (No válido, reformular) b) De 10 a 12: (No válido, modificar)
 b) De 12 a 15: (Válido, mejorar) d) De 15 a 18: Válido, precisar
 c) De 18 a 20: (Válido, aplicar)

VI. ASPECTOS A EVALUAR:

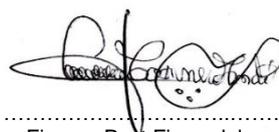
INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(01 - 09)	(10 - 12)	(12 - 15)	(15 - 18)	(18 - 20)
		01	02	03	04	05
21. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado.					X
22. OBJETIVIDAD	Esta formulado con conductas observables.					X
23. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
24. ORGANIZACIÓN	Existe organización y lógica.					X
25. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
26. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de estudio.					X
27. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio.					X
28. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones y variables.					X
29. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
30. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.					X
SUB TOTAL						
TOTAL						

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) :

VALORACIÓN CUALITATIVA :

OPINIÓN DE APLICABILIDAD :

Lugar y fecha: Lima, 22 de diciembre del 2023



.....
Firma y Post Firma del experto

ANEXO N° 4

CONFIABILIDAD

El criterio de confiabilidad del instrumento se obtuvo mediante el coeficiente de Alfa Cronbach, porque las respuestas se encontraban medidas ordinalmente.

Su fórmula es:

$$\alpha = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^K S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Donde:

α : Valor del coeficiente Cronbach para determinar la confiabilidad del instrumento, resultado de confiabilidad que puede ser expresado en %.

S_i^2 : Es la suma de varianzas de cada ítem

S_t^2 : Es la varianza del total de filas (puntaje total de los jueces).

K : Es el número de preguntas o ítems.

Cuanto menor sea la variabilidad de respuesta de los encuestados, es decir haya homogeneidad en las respuestas dentro de cada ítem, mayor será el alfa de Cronbach.

Escala de valores identifica la confiabilidad:

Criterio de confiabilidad valores

No es confiable	-1.00 a 0.00
Baja confiabilidad	0.01 a 0.49
Moderada confiabilidad	0.50 a 0.75
Fuerte confiabilidad	0.76 a 0.89
Alta confiabilidad	0.90 a 1.00

Confiabilidad para el Instrumento Inversiones

Muestra piloto para la confiabilidad

u. a.	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7
ua1	2	1	1	2	2	2	2
ua2	1	1	1	2	1	1	1
ua3	2	2	2	2	3	3	3
ua4	4	4	4	4	4	4	4
ua5	1	1	1	1	1	1	1
ua6	2	2	2	2	2	2	2
ua7	2	2	2	2	2	2	2
ua8	1	1	1	1	2	1	1
ua9	2	2	2	2	2	2	2
ua10	4	2	1	2	4	1	4

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,954	7

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
p1	11,90	27,433	,850	,946
p2	12,20	28,400	,939	,939
p3	12,30	29,344	,798	,950
p4	12,00	30,000	,870	,946
p5	11,70	28,011	,830	,947
p6	12,10	29,211	,767	,952
p7	11,80	26,844	,876	,944

Confiabilidad para el Instrumento Competitividad

u. a.	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14
ua1	2	1	2	2	2	2	2
ua2	2	1	2	2	2	2	2
ua3	3	2	4	4	4	2	3
ua4	4	4	4	4	4	4	4
ua5	1	1	1	2	1	1	1
ua6	2	1	2	2	2	2	2
ua7	2	2	4	4	2	2	4
ua8	1	1	1	2	2	1	2
ua9	2	2	4	4	2	2	2
ua10	2	1	4	4	2	4	4

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,936	7

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P8	14,50	29,833	,848	,922
P9	15,00	29,778	,759	,929
P10	13,80	25,511	,862	,921
P11	13,60	28,267	,833	,922
P12	14,30	30,233	,726	,931
P13	14,40	29,378	,738	,930
P14	14,00	28,222	,817	,923