

Sustainability of avocado exporting companies in Peru through a survival analysis

Alberto Luis Pantaleón SantaMaría ¹, Richard Ignacio Montes-Tocto ², Ramiro Azañero-Díaz ³, Billy Heinrich Maco-Elera ⁴, Marco Antonio Capristán Campos ⁵, Hilda Angélica Del-Carpio- Ramos ⁵, Heidi Halina Rázuri-Rubio ⁶

¹Universidad Tecnológica del Perú, Perú, c17084@utp.edu.pe,

²Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Perú, rmontes@usat.edu.pe

³AZATRADE S.A.C.S., informes@azatrade.info

⁴Comision de Promoción Del Peru Para la Exportación y El Turismo - PROMPERU, Perú, bmaco@promperu.gob.pe

⁵Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Perú, mcapristan@unprg.edu.pe, hdelcarpio@unprg.edu.pe

⁶Universidad César Vallejo, Perú, hrazuri@ucvvirtual.edu.pe

Abstract – The objective of this study is to analyze in detail the survival of avocado exporting companies in Peru within the international market between 2012 and 2023, identifying key factors that influence their success and stability. A quantitative approach was adopted, using the analysis of export data obtained from Customs Declarations of Goods and the National Superintendency of Customs and Tax Administration (SUNAT). The methodology included the use of the Kaplan-Meier indicator to estimate the survival function of these companies, thus allowing an objective and precise evaluation of their duration and survival in the market. The results revealed sustained growth in the value and volume of avocado exports, with an average annual growth of 20% in terms of value and weight. However, volatility was observed in the unit price. The number of exporting companies showed an average annual increase of 10%, although the average survival of these companies in the international market was only 4.59 years, with a survival rate that remains at 24% after the eighth year. These findings suggest significant challenges in terms of long-term sustainability and competitiveness for avocado exporting companies in Peru. The

Keywords-- Avocado export, Business Survival, Kaplan-Meier Analysis, International Market, Commercial Competitiveness.

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LACCEI).
ISSN, ISBN: (to be inserted by LACCEI).
DO NOT REMOVE

Sostenibilidad de las empresas exportadoras de Palta en el Perú a través de un análisis de supervivencia

Alberto Luis Pantaleón SantaMaría ¹, Richard Ignacio Montes-Tocto ², Ramiro Azañero-Díaz ³, Billy Heinrich Maco-Elera ⁴, Marco Antonio Capristán Campos ⁵, Hilda Angélica Del-Carpio- Ramos ⁵, Heidi Halina Rázuri-Rubio ⁶

¹Universidad Tecnológica del Perú, Perú, c17084@utp.edu.pe,

²Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Perú, rmontes@usat.edu.pe

³AZATRADE S.A.C.S., informes@azatrade.info

⁴Comisión de Promoción Del Perú Para la Exportación y El Turismo - PROMPERU, Perú, bmaco@promperu.gob.pe

⁵Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Perú, mcapristan@unprg.edu.pe, hdelcarpio@unprg.edu.pe

⁶Universidad César Vallejo, Perú, hrazuri@ucvvirtual.edu.pe

Abstract – *The objective of this study is to analyze in detail the survival of avocado exporting companies in Peru within the international market between 2012 and 2023, identifying key factors that influence their success and stability. A quantitative approach was adopted, using the analysis of export data obtained from Customs Declarations of Goods and the National Superintendency of Customs and Tax Administration (SUNAT). The methodology included the use of the Kaplan-Meier indicator to estimate the survival function of these companies, thus allowing an objective and precise evaluation of their duration and survival in the market. The results revealed sustained growth in the value and volume of avocado exports, with an average annual growth of 20% in terms of value and weight. However, volatility was observed in the unit price. The number of exporting companies showed an average annual increase of 10%, although the average survival of these companies in the international market was only 4.59 years, with a survival rate that remains at 24% after the eighth year. These findings suggest significant challenges in terms of long-term sustainability and competitiveness for avocado exporting companies in Peru.*

Keywords– *Avocado export, Business Survival, Kaplan-Meier Analysis, International Market, Commercial Competitiveness.*

I. INTRODUCCIÓN

Esta investigación resulta importante debido a que brinda un análisis al detalle sobre la supervivencia de las empresas exportadoras de palta del Perú en el mercado internacional, permitiendo la identificación de factores clave que influyen en su supervivencia y éxito. Esto contribuye al conocimiento en comercio internacional y gestión empresarial, ofreciendo información valiosa para futuras investigaciones en otros productos exportados, además, para el diseño de políticas públicas que estimulen la estabilidad de las empresas en el tiempo. A su vez, este estudio es fundamental para entender los desafíos y oportunidades que enfrentan las empresas peruanas en el ámbito exportador. Al conocer la supervivencia de las

empresas a través de indicadores, el estudio no solo beneficia a los actores económicos directamente involucrados, sino que también proporciona orientación estratégica a potenciales inversores y socios comerciales internacionales, fomentando así una mayor integración de Perú en la economía global y reforzando su posición en el mercado internacional.

En el ámbito global se observan varias tendencias que están remodelando la manera en que las empresas y los países interactúan [1], [2], [3]. Primero, la globalización económica sigue siendo un motor clave, pero su naturaleza está cambiando debido al aumento del proteccionismo y las tensiones comerciales entre grandes potencias [4], [5]. Las guerras comerciales, especialmente entre Estados Unidos y China, no solo afectan a estas economías, sino que también tienen repercusiones en la cadena de suministro global y en las economías emergentes que dependen del comercio internacional [6].

Segundo, la digitalización y la tecnología están transformando los negocios internacionales [7]. El auge del comercio electrónico, la automatización, y la inteligencia artificial están creando nuevas oportunidades y desafíos [8]. Las empresas deben adaptarse rápidamente a estos cambios para mantener su competitividad [9]. Sin embargo, esto también genera preocupaciones sobre la seguridad de los datos, la privacidad y la brecha digital entre países desarrollados y en desarrollo [10].

Tercero, la sostenibilidad y los problemas medioambientales han tomado un papel central [11]. El cambio climático y la necesidad de una transición hacia energías más limpias [12] y prácticas sostenibles están impulsando cambios en las políticas y estrategias empresariales [13]. Las empresas ahora deben considerar su impacto ambiental y cómo esto afecta su reputación y cumplimiento de normativas internacionales [14].

Cuarto, la pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto sin precedentes en los negocios internacionales [15]. Ha expuesto la vulnerabilidad de las cadenas de suministro globales y ha acelerado ciertas tendencias, como el trabajo remoto y el comercio electrónico [16]. Las empresas y gobiernos están reevaluando sus estrategias de globalización y

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LACCEI).

ISSN, ISBN: (to be inserted by LACCEI).

DO NOT REMOVE

buscando formas de hacer sus cadenas de suministro más resilientes [17].

Las exportaciones palta no han estado ajenas a estos factores a pesar de ello se han incrementado en forma sostenible a pesar de las caídas de precio en el mercado internacional donde las empresas son las que resisten estas caídas ocasionando muchas veces a que salgan del mercado [18].

En este contexto, las empresas y los países deben ser ágiles, adaptables y conscientes de estos desafíos globales [19]. La capacidad de anticipar y responder a estos cambios determinará quiénes serán los líderes y quiénes quedarán atrás en la economía global del futuro [20].

Globalmente, las empresas enfrentan retos en los mercados internacionales, además de fluctuaciones en las tasas de cambio, barreras comerciales y regulatorias, y sobre todo la necesidad de adaptarse continuamente a las cambiantes demandas de los consumidores y a las innovaciones tecnológicas [21]. Estos desafíos se ven influenciados por factores como la inestabilidad política, los conflictos comerciales entre grandes economías, y recientemente, las perturbaciones causadas por la pandemia de COVID-19 [22].

Tomando como ejemplo cinco países, se pueden observar variaciones en estos retos. En China, las empresas exportadoras a menudo luchan con la creciente tensión comercial con potencias occidentales y la percepción de prácticas comerciales desleales [23]. En Alemania, el desafío principal es mantener su liderazgo en exportaciones en un contexto de creciente proteccionismo y la transición hacia una economía más verde [24]. En Estados Unidos, las empresas exportadoras deben permanecer en un entorno de políticas comerciales cambiantes y la presión por repatriar la manufactura [25]. En Brasil, los exportadores se enfrentan a obstáculos relacionados con la infraestructura inadecuada y una burocracia compleja [26]. En la India, aunque el país ofrece un enorme potencial, las empresas luchan con desafíos logísticos y un marco regulatorio a menudo complicado [27].

En el caso específico de Perú, la realidad problemática para las empresas exportadoras se centra en varios aspectos críticos. Primero, la dependencia de un número limitado de productos primarios para la exportación hace que la economía sea vulnerable a las fluctuaciones de los precios en los mercados internacionales [28]. Además, las empresas peruanas a menudo enfrentan dificultades para escalar y diversificar sus productos en mercados extranjeros debido a limitaciones en capacidad logística, tecnológica y de capital humano [29]. También hay desafíos en términos de acceso a financiamiento y una infraestructura de transporte no siempre eficiente, lo que afecta la competitividad de las exportaciones peruanas [30]. Finalmente, el entorno político interno, a menudo marcado por la inestabilidad y cambios regulativos frecuentes, puede generar un clima de incertidumbre para los negocios, afectando la capacidad de las empresas para planificar y ejecutar estrategias de largo plazo en el ámbito internacional, así como los medios de acceso y regulaciones de entrada. [31].

Ante lo expuesto previamente surge la pregunta de investigación ¿Cuál es la Supervivencia de presentan las empresas exportadoras peruanas de arándanos durante el 2012 al 2023?

A nivel teórico, el estudio contribuye al desarrollo académico y teórico en el campo de los negocios internacionales y la economía del comercio. Proporciona una base empírica para entender cómo las empresas en economías emergentes, como Perú, se enfrentan a los desafíos y aprovechan las oportunidades en los mercados globales. Este análisis ayuda a llenar los vacíos existentes en la literatura sobre la internacionalización de las empresas y las estrategias de exportación en contextos específicos, ofreciendo así una plataforma para futuras investigaciones y teorizaciones.

En el aspecto social, el estudio tiene implicaciones significativas. Las empresas exportadoras son a menudo motores clave del empleo y el desarrollo social en sus países. Al entender los factores que contribuyen a su éxito o fracaso, se pueden diseñar estrategias que no solo fortalezcan a estas empresas sino también promuevan el bienestar social a través de la generación de empleo, el desarrollo de habilidades y la contribución a la economía local.

Desde una perspectiva práctica, el estudio es esencial para los empresarios, gerentes y políticos. Proporciona una guía basada en datos sobre cómo las empresas peruanas pueden mejorar su competitividad en los mercados internacionales. Los hallazgos pueden ser utilizados para formular estrategias empresariales más efectivas, diseñar políticas de apoyo gubernamentales más eficientes, y fomentar alianzas estratégicas y redes de negocios que faciliten la internacionalización y la supervivencia a largo plazo.

Económicamente, el estudio es de gran relevancia. Las empresas exportadoras desempeñan un papel crucial en el crecimiento económico y la estabilidad de un país, contribuyendo significativamente al PIB, al equilibrio de la balanza comercial y a la atracción de inversión extranjera. Entender y apoyar la supervivencia y el crecimiento de estas empresas es, por tanto, fundamental para el desarrollo económico sostenible de Perú. Este estudio ofrece un marco para comprender mejor cómo maximizar estos beneficios económicos y cómo mitigar los riesgos asociados con la dependencia de mercados externos.

II. MARCO TEÓRICO

Un estudio analiza la estructura y competitividad del mercado internacional del vino utilizando índices como el Herfindahl-Hirschman y el Índice de Exportación Neta. La aplicación de estos índices podría ayudar a comprender la estructura del mercado internacional de arándanos y la posición competitiva del Perú en este mercado. Además, el uso del estimador de Kaplan-Meier para analizar la duración y estabilidad de la competitividad puede proporcionar información valiosa sobre la longevidad de las empresas exportadoras de arándanos en el Perú [32], a su vez otro estudio ofrece una perspectiva sobre la estructura y competitividad del

mercado internacional del café. La metodología empleada, que incluye el análisis de la estructura de mercado y el análisis de supervivencia de Kaplan-Meier, podría ser adaptada para evaluar la dinámica del mercado de arándanos y las características de supervivencia de las empresas exportadoras peruanas [33]. Por otra parte, aunque centrado en las exportaciones de energía de Rusia, un estudio utiliza regresiones logísticas junto con análisis de supervivencia de Kaplan-Meier [34]. Estas técnicas podrían aplicarse para identificar los factores determinantes que afectan la duración de las exportaciones de arándanos del Perú, proporcionando una comprensión más profunda de las dinámicas del mercado y las estrategias de exportación exitosas. Otro estudio se enfoca en la industria oleoquímica basada en palma en Malasia y utiliza el análisis de Kaplan-Meier para examinar la duración de la ventaja competitiva [35]. La adaptación de esta metodología al contexto de la exportación de arándanos en el Perú podría revelar cómo se sostiene la competitividad de las empresas peruanas en el tiempo y en qué condiciones. Existe otra investigación enfocada en las pymes agroalimentarias españolas, este estudio aporta una perspectiva sobre el efecto de la internacionalización y el género del gerente en la supervivencia empresarial. Estos factores podrían examinarse también en el contexto de las empresas exportadoras de arándanos en el Perú para entender mejor cómo la gestión y la estrategia de internacionalización influyen en la supervivencia [36]. Finalmente, otro estudio se centra en la supervivencia de las exportaciones de alimentos procesados de Malasia, utilizando la técnica de Kaplan-Meier. La aplicación de esta técnica para analizar el patrón de supervivencia y las tasas de éxito de las exportaciones de arándanos peruanos podría ofrecer perspectivas sobre los desafíos y oportunidades específicos para las empresas en este sector [37]. Así mismo en la actualidad es importante conocer la realidad de las empresas para que logren la sostenibilidad en el espacio y en el tiempo [38].

En el marco de la teoría de la competitividad [39], el análisis de las empresas exportadoras se centra en cómo factores endógenos y exógenos contribuyen a su posición en el mercado global, dando ventajas a las empresas sobre las demás, así mismo en la teoría de las ventajas competitivas [40], se explora cómo recursos naturales, infraestructura, y capacidades tecnológicas y socioeconómicas del Perú generan una ventaja específica para esta agroindustria enfocada en los arándanos.

La cadena de valor en el comercio internacional: Se inicia desde la producción hasta la llegada al mercado internacional, identificando los eslabones donde se agrega mayor valor y aquellos donde existen oportunidades de mejora. Esto incluye el estudio de prácticas agrícolas, procesamiento, logística, marketing y ventas [41].

Factores exógenos y su impacto en la competitividad: Se consideran factores externos como las fluctuaciones del mercado global, los cambios en las preferencias de los consumidores, la competencia internacional y las barreras comerciales [42]. Se busca comprender cómo estos factores afectan la competitividad de las empresas y qué estrategias

pueden emplear para mitigar riesgos o aprovechar oportunidades.

Innovación y adaptación tecnológica: este aspecto evalúa el rol de la innovación y la tecnología en la mejora de la competitividad y en la supervivencia de las empresas [43]. Se investiga cómo las empresas incorporan nuevas tecnologías en sus procesos de cultivo, procesamiento y distribución, y cómo esto les permite mejorar su eficiencia, calidad del producto y capacidad para acceder a nuevos mercados [44].

La gestión de recursos: Se examina la gestión de recursos clave como el capital, la mano de obra y la tecnología, y cómo estos se utilizan para maximizar la eficiencia y la calidad del producto [45]. Se considera, además, la importancia de las prácticas de gestión sostenible y el impacto ambiental de las operaciones empresariales [46].

Estrategias de internacionalización y mercados globales: Se analizan las estrategias adoptadas por las empresas para ingresar y competir en los mercados internacionales [47]. Se aborda cómo las empresas han diversificado sus mercados, enfrentado barreras comerciales y adaptado sus productos a las necesidades y preferencias de los consumidores globales. Este segmento también considera el papel de las alianzas estratégicas y las redes de negocios en la expansión internacional [48].

Innovación y competitividad: En este punto, se estudia la relación entre la innovación en procesos, productos y modelos de negocio, y la competitividad de las empresas exportadoras [49]. Se evalúa cómo la adopción de tecnologías avanzadas y prácticas innovadoras en agricultura y logística ha contribuido a mejorar la posición competitiva de estas empresas en el mercado global [50].

Análisis de riesgos y gestión: Aquí se considera cómo las empresas gestionan los riesgos asociados a la exportación [51]. Se enfatiza la importancia de una planificación estratégica sólida y una gestión efectiva de riesgos para asegurar la supervivencia y el crecimiento a largo plazo [52].

Liderazgo y cultura organizacional: Este aspecto aborda la influencia del liderazgo y la cultura organizacional en el éxito de las empresas exportadoras [53]. Se considera cómo un liderazgo efectivo puede fomentar la innovación, la adaptabilidad y el compromiso con la calidad y la sostenibilidad. Se analiza también cómo la cultura organizacional impacta en la eficacia operativa y en la capacidad de las empresas para responder a los desafíos del mercado [54].

Responsabilidad social corporativa (RSC): Se examina el papel de la RSC en la estrategia corporativa de las empresas exportadoras [55]. Se analiza cómo las prácticas responsables no solo contribuyen a una imagen corporativa positiva, sino que también pueden mejorar las relaciones, incluyendo consumidores, comunidades locales y gobiernos, lo cual es esencial en un contexto de creciente conciencia ambiental y social [56].

El indicador de Kaplan-Meier es un método estadístico no paramétrico que estima la función de supervivencia a partir de

datos de tiempo hasta un evento de interés. En este contexto, el evento se define como el cese de las actividades exportadoras de una empresa [57]. Este indicador es particularmente útil en estudios de supervivencia debido a su capacidad para manejar datos censurados, es decir, casos en los que no se observa el evento de interés durante el período de estudio (por ejemplo, empresas que continúan exportando al final del período observado) [58]. La función de supervivencia de Kaplan-Meier proporciona una estimación en cada punto temporal de la probabilidad de que una empresa continúe exportando más allá de ese tiempo. Este método se caracteriza por su capacidad para generar una curva de supervivencia paso a paso, donde cada paso representa la ocurrencia de un evento. Además, permite la comparación entre diferentes grupos (como empresas de distintos tamaños o ubicaciones geográficas) y es útil para identificar factores que pueden influir en la longevidad de las operaciones exportadoras.

III. METODOLOGÍA

El enfoque cuantitativo se utiliza para cuantificar la información y generalmente aplica algún tipo de análisis estadístico. En este estudio, el enfoque cuantitativo es apropiado debido a la naturaleza de los datos y los objetivos de la investigación. Se trata de datos numéricos sobre las exportaciones, lo que requiere un análisis estadístico para entender patrones, tendencias y relaciones [59]. El enfoque cuantitativo permite una evaluación objetiva y precisa de la duración y supervivencia de las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, aportando conclusiones basadas en datos concretos. El alcance descriptivo implica que la investigación se enfoca en describir características y fenómenos. En este caso, se describe el estado actual y las tendencias de la supervivencia de las empresas exportadoras de arándanos en el Perú. Este alcance es útil para identificar y explicar las características esenciales de las empresas, sus patrones de exportación y cómo estos han cambiado a lo largo del tiempo [60].

La investigación básica se centra en aumentar el conocimiento y la comprensión de un fenómeno. En este estudio, se busca expandir la comprensión sobre la supervivencia de las empresas en el contexto de las exportaciones de arándanos [61]. Esta aproximación es fundamental para desarrollar teorías y conceptos que pueden ser útiles en estudios futuros y para la toma de decisiones en políticas comerciales y estrategias empresariales.

Al emplear un diseño no experimental, la investigación no manipula variables ni asigna aleatoriamente a los sujetos a diferentes condiciones. En lugar de ello, se observan los fenómenos tal como ocurren en su contexto natural. En este estudio, se analizan los datos de exportación tal como se han registrado, sin intervenir o modificar las condiciones de las

empresas [62]. Esto permite una comprensión realista de la supervivencia empresarial en el mercado de exportación de arándanos.

La población de este estudio incluye todos los datos registrados de las empresas exportadoras de Palta en el Perú desde 2012 hasta 2023, bajo la subpartida nacional 0804.40.00.00. Estos datos fueron obtenidos de las Declaraciones Aduaneras de Mercancías (DAM) de exportación y de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT). Dado que se cuenta con la totalidad de los datos relevantes, la muestra es idéntica a la población. Esto proporciona una representación completa y exacta del fenómeno estudiado [29].

Para el procesamiento y análisis de la información, se utilizó el software SPSS. Este programa permite realizar análisis estadísticos avanzados y es especialmente útil para calcular el indicador de Kaplan-Meier. Este indicador se emplea para estimar la función de supervivencia, es decir, la probabilidad de que una empresa continúe exportando en el tiempo. El uso de Kaplan-Meier en este contexto proporciona una visión detallada sobre la duración de las operaciones de exportación y los factores que pueden influir en la supervivencia de las empresas en el mercado internacional.

IV. RESULTADOS

TABLA I
INDICADORES BÁSICOS DE LAS EXPORTACIONES DE
PALTA PERUANA 2012-2023

Año	Valor FOB Miles USD	Peso Neto (TM)	Precio FOB USD x KG	Empresas
2013	181069	113240	1.60	101
2014	300272	179093	1.68	120
2015	306055	175732	1.74	139
2016	396615	193993	2.04	165
2017	582465	244793	2.38	180
2018	723540	361595	2.00	187
2019	768187	318286	2.41	191
2020	873149	468677	1.86	210
2021	1050354	542531	1.94	254
2022	906450	597702	1.52	264
2023	996743	620080	1.61	320

En la tabla 1 se puede observar que el valor FOB de las exportaciones de palta se han incrementado considerablemente durante el periodo de estudio; los años 2014 y 2017 son los que más crecieron, en un 66% y 47% respectivamente, pero también mostró un decrecimiento en el año 2022 de -14%. El promedio anual de las exportaciones de palta en Perú, en valor, es de un 20% lo que indica que se ha tenido un crecimiento sostenido. Además, se puede observar que las exportaciones en peso

también han crecido en especial los años 2014, 2018 y 2020 con 58%, 48% y 47% en forma respectiva, teniendo un decrecimiento en los años 2015 y 2019 con -2% y -12%, con un crecimiento promedio anual al igual que el valor de 20% esto debido a la dinámica de los precios internacionales. Por el lado del valor unitario el crecimiento promedio anual ha sido de 1% siendo el año 2019 con 21% y las peores caídas en los años 2020 y 2022 con 23% y 22%; esto indica que el valor unitario solamente ha crecido ligeramente durante el período de estudio. En lo respecta a las empresas cada año se ha ido incrementando el número de empresas a excepción de los años 2012 y 2013 donde ambos años fue de 101; en los demás años es de incremento, llegando a obtener los mayores crecimientos en los años 2021 y 2023 con 21% en cada uno de ellos, en promedio anual es de 10%. En líneas generales se puede decir que las exportaciones de palta en el Perú han crecido en forma sostenida durante el periodo en estudio.

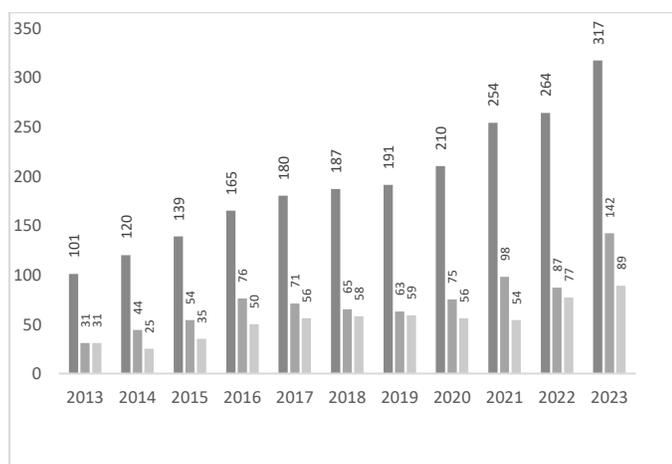


FIGURA I
INGRESOS Y SALIDAS y SALDO DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE PALTA EN EL PERÚ (Unidades)

En la figura 1 se aprecia que el número de empresas exportadoras tiene una tendencia a crecer que va de 101 empresas en el año 2013 a 317 en el año 2023. Así mismo se puede notar que existe un mayor número de ingreso de empresas a las exportaciones de palta que las que salen, en promedio cada año ingresan 20 empresas más de las que salen, representado un 10% en promedio anual del total de empresas que exportan por año.

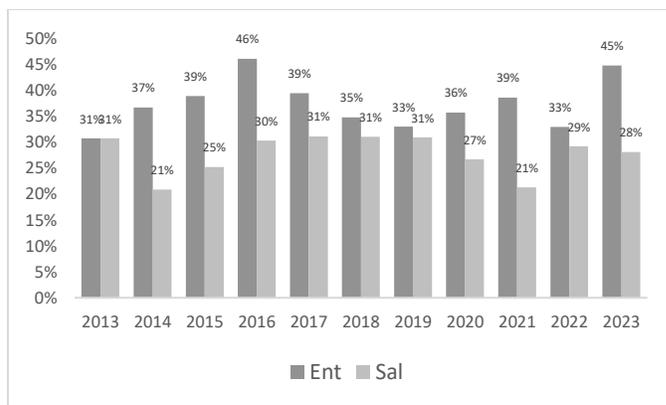


FIGURA II
TASA DE INGRESOS Y SALIDAS DE LA EMPRESAS EXPORTADORAS DE PALTA EN EL PERÚ (Porcentaje)

En la figura 2 se aprecia que en los años 2016 y 2023 es donde se alcanzó la mayor tasa de ingreso de empresas exportadoras al negocio de exportación de palta con 46% y 45% respectivamente y en el año 2013 es donde se ha tenido la menor tasa con el 31%; en cambio, la mayor tasa de salida de las empresas exportadoras fue en el año 2022 con un 33% y la menor tasa fueron en los años 2014 y 2021 con un 21%.

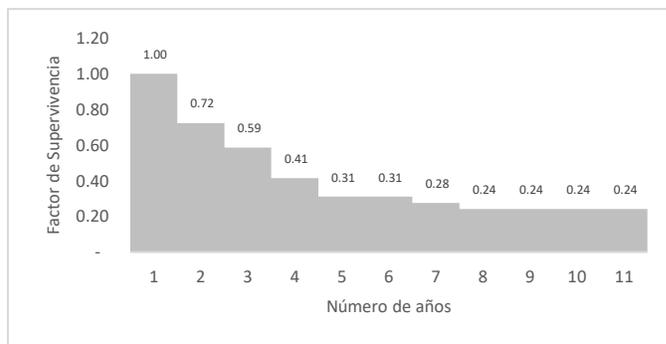


FIGURA III
FACTOR DE SUPERVIVENCIA DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE PALTA EN EL PERÚ

En la figura III se observa que de acuerdo con el factor de supervivencia de todas las empresas que entran al negocio de exportación de palta en el segundo año sale el 28%, al tercer año salieron el 41%, al cuarto año, en el quinto y sexto año el 69%, en el séptimo año el 72%; de allí para adelante salen el 76% y solamente queda el 24% del total que se iniciaron en el año 1. Además, esto implica que la probabilidad de supervivencia de las empresas exportadoras es de 4.59 años, este dato sirve para tener en cuenta la probabilidad cuando una empresa quiera ingresar a este negocio.

VI. CONCLUSIONES

La supervivencia de las empresas exportadoras de palta es crítica en el segundo año debido a que el 28% salen del mercado y a partir del año 8 el nivel de supervivencia es de 24%, el cual

se mantiene hasta el año 11. El promedio en años de supervivencia en el mercado internacional es de 4.59

Las exportaciones de palta en el Perú en cuanto a valor peso con un crecimiento promedio anual de 20% durante el periodo en estudio; el precio unitario no ha sido significativo, con altibajos, el crecimiento solamente ha sido de 1%.

La tasa de ingreso de las empresas en promedio anual ha sido de 37% y el de salida es de 28%. En el saldo el número promedio de empresas que se incrementan es de 20 con una tasa de 12%.

El factor de supervivencia en año tiene un promedio de 4.59 años durante el periodo de estudio, al primer año salen del negocio el 28%, a partir del año 8 al 11, la tasa de superviven se mantiene en 24%.

VII. DISCUSIÓN

Las exportaciones de palta en el Perú han incrementado notablemente durante el periodo 2013 – 2023; coincidiendo con lo encontrado por [18], donde mostraron el incremento de las exportaciones de palta debido al incremento de las áreas de producción e incluso migración de cultivos como los espárragos por el de palta, a pesar de que el incremento del precio no ha sido significativo, apenas del 1%.

El promedio anual de empresas que ingresan al negocio es de 37% y el de salida es de 28%. Con el incremento de la producción, las empresas exportadoras están obligadas a desarrollar su competitividad [39], donde las empresas peruanas están abarcando la producción, toda la parte del cultivo, y exportación de los productos agrícolas donde se encuentra la palta, desarrollando una cadena de valor en el mercado internacional incluyendo packing, logística, marketing y ventas [41]. Todo esto coincide con los pilares del Plan Estratégico Nacional exportador 2025, donde el principal objetivo es la internacionalización de las empresas.

La sostenibilidad y los problemas medioambientales han tomado un papel central [11]. El cambio climático y la necesidad de una transición hacia energías más limpias [12] y prácticas sostenibles están impulsando cambios en las políticas y estrategias empresariales [13]. Las empresas ahora deben considerar su impacto ambiental y cómo esto afecta su reputación y cumplimiento de normativas internacionales [14], esto puede explicar por qué es que las empresas salen del mercado o dejan de hacer envíos al extranjero.

VIII. RECOMENDACIONES

Diversificación de Mercados: Las empresas exportadoras de palta peruanas deberían buscar diversificar sus mercados de destino. Esto puede ayudar a mitigar los riesgos asociados con la dependencia de mercados específicos que pueden ser susceptibles a fluctuaciones económicas, cambios políticos o tensiones comerciales.

Adopción de Tecnologías Avanzadas: Es crucial que las empresas peruanas integren tecnologías avanzadas en sus procesos de producción y distribución. La automatización, la inteligencia artificial y el análisis de datos pueden mejorar la

eficiencia, la calidad del producto y la capacidad para competir en mercados internacionales.

Enfoque en la Sostenibilidad: Dada la creciente importancia de las prácticas sostenibles y el cambio climático, las empresas deben adoptar métodos de producción más ecológicos. Esto no solo mejora la imagen de la empresa, sino que también puede ser un requisito para acceder a ciertos mercados internacionales.

Fortalecimiento de la Cadena de Suministro: Las empresas deben trabajar para hacer sus cadenas de suministro más resilientes. Esto incluye la búsqueda de proveedores locales y regionales para reducir la dependencia de fuentes internacionales que pueden ser inestables debido a factores como pandemias o conflictos comerciales.

Desarrollo de Capacidades de Exportación: Las empresas peruanas deben enfocarse en desarrollar capacidades internas para manejar eficientemente los aspectos logísticos y regulatorios del comercio internacional. Esto puede incluir la formación de personal especializado en comercio internacional y regulaciones de exportación.

Innovación en Productos y Marketing: Dada la competencia en el mercado global, es esencial innovar tanto en el producto como en las estrategias de marketing. Esto puede incluir el desarrollo de productos de valor agregado o campañas de marketing que resalten la calidad y singularidad de la palta peruana.

Alianzas Estratégicas: Las empresas deben considerar formar alianzas estratégicas con otras empresas, tanto a nivel nacional como internacional. Estas alianzas pueden facilitar el acceso a nuevos mercados, compartir conocimientos y recursos, y mejorar la capacidad competitiva.

Análisis Continuo del Mercado y Adaptabilidad: Las empresas deben mantener un análisis constante de las tendencias del mercado y estar preparadas para adaptarse rápidamente a los cambios. Esto es crucial en un entorno de negocios que está constantemente influenciado por factores económicos, tecnológicos y políticos globales.

Fomento de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC): Integrar la RSC en la estrategia de la empresa puede fortalecer la marca y abrir puertas a mercados donde los consumidores valoran altamente la ética empresarial y la responsabilidad social.

Preparación para la Competencia Internacional: Finalmente, las empresas deben estar preparadas para enfrentar y responder a la creciente competencia en el mercado internacional. Esto implica una constante evaluación y mejora de sus productos, procesos y estrategias para mantener una ventaja competitiva sostenible.

REFERENCES

- [1] K. Dharni and R. Rathore, "Status and Trends of Production and Exports of Hive Products from India," *Indian J Econ Dev*, vol. 19, no. 1, pp. 209–215, 2023, doi: 10.35716/IJED/22506.
- [2] N. G. Lipatova, A. R. Gladkov, and E. V. Zhereben, *MODERN TRENDS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF RUSSIA'S EXPORT TO CHINA*, vol. 2023. 2023.

- [3] A. Carbone and R. Henke, "Recent trends in agri-food Made in Italy exports," *Agricultural and Food Economics*, vol. 11, no. 1, 2023, doi: 10.1186/s40100-023-00274-7.
- [4] E. Karakostas, "The Effects of Currency Protectionism on the Exports of the Trade Partners-A Composite Index," *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*, vol. 11, no. 1, pp. 23–34, 2021, doi: 10.33094/8.2017.2021.111.23.34.
- [5] W. Tian and Y. Hei, "Trade Protectionism and Export Adjustment on the Extensive Margin: An Analysis Based on the China–U.S. Trade War," *Asian Economic Papers*, vol. 22, no. 1, pp. 11–32, 2023, doi: 10.1162/asep_a_00859.
- [6] H. Nguyen, T. P. Thanh, H.-C. Moon, and B. Do, "New Trade Protectionism Response to COVID-19: An Investigation on Firm Export Performance in an Emerging Country," *Journal of Global Business and Trade*, vol. 19, no. 3, pp. 91–99, 2023, doi: 10.20294/jgbt.2023.19.3.91.
- [7] E. Purwaningsih, Muslikh, Suhaeri, and Basrowi, "Utilizing blockchain technology in enhancing supply chain efficiency and export performance, and its implications on the financial performance of SMEs," *Uncertain Supply Chain Management*, vol. 12, no. 1, pp. 449–460, 2024, doi: 10.5267/j.uscm.2023.9.007.
- [8] S. Neethirajan, "Artificial Intelligence and Sensor Technologies in Dairy Livestock Export: Charting a Digital Transformation," *Sensors*, vol. 23, no. 16, 2023, doi: 10.3390/s23167045.
- [9] F. Khodadad Kashi, S. Shahhoseini, N. Mirzababazadeh, and S. Jani, "The Impact of Learning on Technology Content of Iran's Industrial Export," *Iranian Economic Review*, vol. 27, no. 3, pp. 709–735, 2023, doi: 10.22059/ier.2023.323510.1007150.
- [10] P. Trąpczyński and A. Kawa, "Firm capabilities, use of Internet technologies and export performance: an empirical study of Polish exporters," *Journal of Organizational Change Management*, vol. 36, no. 5, pp. 681–702, 2023, doi: 10.1108/JOCM-11-2022-0322.
- [11] V. Q. Trinh, A. T. Q. Nguyen, and X. V. Vo, "Export quality upgrading and environmental sustainability: Evidence from the East Asia and Pacific Region," *Res Int Bus Finance*, vol. 60, 2022, doi: 10.1016/j.ribaf.2022.101632.
- [12] A. Sokhanvar and K. Sohag, "What does the clean energy transition look like for Russian oil exports?," *Energy Sci Eng*, vol. 10, no. 12, pp. 4512–4519, 2022, doi: 10.1002/ese3.1286.
- [13] A. A. M. Yahia, Z. Li, E. M. Ebaidalla, and J. He, "EXPLORING THE IMPACT OF EXPORTS ON CLEAN ENERGY CONSUMPTION IN CHINA: AN EMPIRICAL STUDY," *Asian Development Policy Review*, vol. 9, no. 1, pp. 44–56, 2021, doi: 10.18488/journal.107.2021.91.44.56.
- [14] A. Fabrizi, G. Guarini, and V. Meliciani, "The impact of environmental research networks on green exports: An analysis of a sample of European countries," *Structural Change and Economic Dynamics*, vol. 69, pp. 143–154, 2024, doi: 10.1016/j.strueco.2023.11.017.
- [15] H. Haini, S. Borhanudin, and P. W. Loon, "Digitalisation, Exports, Government Support and Firms' Finances during the COVID-19 Pandemic: Evidence from Central and Eastern Europe*," *Economic Papers*, vol. 42, no. 4, pp. 408–418, 2023, doi: 10.1111/1759-3441.12401.
- [16] S. Köymen-Özer and D. Maggioni, "Navigating the Storm: The Impact of Covid-19 on Turkish Exports," *Italian Economic Journal*, vol. 9, no. 3, pp. 943–966, 2023, doi: 10.1007/s40797-023-00249-z.
- [17] N. Čučković and V. Vučković, "COVID-19 and Global Value Chains Participation: Export Performance of Croatian Firms," *South East European Journal of Economics and Business*, vol. 18, no. 1, pp. 58–70, 2023, doi: 10.2478/jeb-2023-0005.
- [18] A. Pantaleón, R. Azañero, Y. Chávarry, G. Alvares, J. Montes, and A. Pantaleón, *Dinamismo Exportador del Perú: Una Década de Ensueño 2012 – 2021*. 2022. [Online]. Available: <https://a.co/d/fASHo0T>
- [19] N. Yoshida, "Local institutions and global value chains: Development and challenges of shrimp aquaculture export industry in Vietnam," *J Agribus Dev Emerg Econ*, vol. 7, no. 3, pp. 318–338, 2017, doi: 10.1108/JADEE-06-2016-0043.
- [20] R. Nayan, "Integrating India with the global export controls system: Challenges ahead," *Strategic Analysis*, vol. 35, no. 3, pp. 439–451, 2011, doi: 10.1080/09700161.2011.559984.
- [21] S. Sardak, S. Radziyevska, and I. Us, "Ukraine's exports as a global challenge for its future," in *CEUR Workshop Proceedings*, 2019, pp. 84–99.
- [22] S. Aziz, M. A. K. Niazi, U. Ghani, S. Kiran, and M. Noor, "Effect of trade barriers on export performance during COVID-19 pandemic: a comparative study among South Asian textile industries | Influența barierelor comerciale asupra performanței exporturilor în timpul pandemiei de COVID-19: un studiu comparativ într," *Industria Textila*, vol. 74, no. 2, pp. 192–202, 2023, doi: 10.35530/IT.074.02.2021110.
- [23] L. Ling-ye and G. Ogunmokon, *Determinants of Export Performance: Research Evidence from Mainland China*. 2015. doi: 10.1007/978-3-319-17356-6_52.
- [24] B. Tošić, I. Mijatović, and N. Živković, *Internationalization and Sustainable Development: Export Market Strategies of Enterprises from Serbia and Germany*, vol. 562 LNNS. 2023. doi: 10.1007/978-3-031-18645-5_40.
- [25] Z. Mukherjee and N. Sohrabji, "Environmental Regulation and Export Performance: Evidence from the USA," *East Econ J*, vol. 48, no. 2, pp. 198–225, 2022, doi: 10.1057/s41302-022-00215-0.
- [26] M. Mataveli, J. C. Ayala, A. J. Gil, and J. L. Roldán, "An analysis of export barriers for firms in Brazil," *European Research on Management and Business Economics*, vol. 28, no. 3, 2022, doi: 10.1016/j.iemeen.2022.100200.
- [27] A. Goel, D. Gaur, K. Gupta, and K. Gupta, "Factors impacting export intensity of SMEs in India," *Economics and Business Review*, vol. 9, no. 3, pp. 22–43, 2023, doi: 10.18559/eb.2023.3.796.
- [28] A. Holgado and A. Romero, "Impacto de los shocks de mercado en la volatilidad de los precios de exportación de cacao en Perú: 1994-2021," 2022, Accessed: Jan. 09, 2024. [Online]. Available: <https://hdl.handle.net/20.500.12557/4977>
- [29] J. C. M. Ninaquispe et al., "Diversificación de Peruvian Ginger exports 2012-2021 | Diversificación de las exportaciones peruanas de Jengibre 2012-2021," in *Proceedings of the LACCEI international Multi-conference for Engineering, Education and Technology*, 2023.
- [30] G.-P. J. Humberto and C.-V. Neicer, "Management for the Supply Chain to Increase the Export of Grapes - Perú | Gestión para la Cadena de Suministros para el Aumento de la Exportación de Uvas - Perú 2021," in *Proceedings of the LACCEI international Multi-conference for Engineering, Education and Technology*, 2023.
- [31] H. Angulo and C. Corrales, "Valuation of Rules and Certificates of Origin for the SME Export Process from Peru," *WSEAS Transactions on Business and Economics*, vol. 20, pp. 2224–2239, 2023, doi: 10.37394/23207.2023.20.192.
- [32] K. M. Thomé, V. A. L. Paiva, and T. C. Gois, "Wine international market structure and competitiveness," *International Journal of Wine Business Research*, vol. 35, no. 4, pp. 561–579, 2023, doi: 10.1108/IJWBR-06-2022-0019.
- [33] T. C. Gois, K. M. Thomé, and J. M. Balogh, "Behind a cup of coffee: international market structure and competitiveness," *Competitiveness Review*, vol. 33, no. 5, pp. 993–1009, 2023, doi: 10.1108/CR-10-2021-0141.
- [34] K. Malec et al., "Energy Logistic Regression and Survival Model: Case Study of Russian Exports," *Int J Environ Res Public Health*, vol. 20, no. 1, 2023, doi: 10.3390/ijerph20010885.
- [35] N. Othman, M. S. Tahir, and L. Joremi, "On the duration of trade competitiveness: the case of the Malaysian palm-based oleochemical industry," *Heliyon*, vol. 8, no. 11, 2022, doi: 10.1016/j.heliyon.2022.e11903.
- [36] P. Rodríguez-Gutiérrez, M. D. Guerrero-Baena, and M. Luque-Vílchez, "Survival in the agri-food industry: internationalisation and manager gender in Spanish SMEs," *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, vol. 44, no. 4, pp. 359–385, 2021, doi: 10.1504/IJESB.2021.119729.
- [37] A. Idris, N. W. Ismail, S. F. Ahmad Sidique, and S. R. Kaliappan, "The export survival of Malaysia's processed food," *International*

- Journal of Economics and Management*, vol. 14, no. 2, pp. 291–300, 2020.
- [38] A. Pantaleón, I. Medina, and J. Montes, “Estimador de Kaplan Meier en la supervivencia de las empresas exportadoras de palta (Persea americana) en el Perú, 2012-2020,” *Hacer UCV*, vol. 10, no. 3, pp. 27–32, 2021. [Online]. Available: <http://revistas.ucv.edu.pe/index.php/UCV-HACER/article/view/2811/2248>
- [39] A. Chursin and Y. Makarov, *Management of competitiveness: Theory and practice*. 2015. doi: 10.1007/978-3-319-16244-7.
- [40] “Strategic sustainability: Utilizing market-orientated environmental sustainability to promote competitive advantage,” *Strategic Direction*, vol. 39, no. 5, pp. 3–4, 2023, doi: 10.1108/SD-03-2023-0045.
- [41] M. H. Uddin, M. R. Razzak, and A. A. Rahman, “Sustainable supply chain management practices, dynamic capabilities and competitive advantage: Evidence from Bangladesh ready-made garments industry,” *Business Strategy and Development*, vol. 6, no. 2, pp. 176–188, 2023, doi: 10.1002/bsd2.232.
- [42] D. Miocevic, I. Gnizy, and J. W. Cadogan, “When does export customer responsiveness strategy contribute to export market competitive advantage?,” *International Marketing Review*, vol. 40, no. 3, pp. 497–527, 2023, doi: 10.1108/IMR-02-2022-0043.
- [43] J. Bakit, A. Hurtado, R. Márquez, and S. Villasante, “Navigating transformations from artisanal fishers to entrepreneurial scallop farmers in Chile,” *Front Mar Sci*, vol. 10, 2023, doi: 10.3389/fmars.2023.1128527.
- [44] O. Arevalo, M. Parra, J. García-Tirado, J. Ramírez, M. Ballestas, and C. Rondón Rodríguez, *Dynamic Adaptive Capacity of Metalworking Companies in Barranquilla - Colombia: Analysis from the Export Process in the 4.0 Era*, vol. 14164 LNCS. 2023. doi: 10.1007/978-3-031-42823-4_10.
- [45] A. Navarro-García, P. Ledesma-Chaves, E. Gil-Cordero, and M. D. De-Juan-Vigaray, “Intangible resources, static and dynamic capabilities and perceived competitive advantage in exporting firms. A PLS-SEM/fsQCA approach,” *Technol Forecast Soc Change*, vol. 198, 2024, doi: 10.1016/j.techfore.2023.123001.
- [46] C. Cai and N. Li, “The threshold effect of export sophistication on natural resources-trade diversification nexus,” *Resources Policy*, vol. 86, 2023, doi: 10.1016/j.resourpol.2023.104316.
- [47] H. Khan, “Composite collaboration and the differentiation strategies adopted by emerging market firms in advanced markets during the COVID-19 pandemic,” *International Marketing Review*, vol. 40, no. 5, pp. 1035–1053, 2023, doi: 10.1108/IMR-11-2021-0328.
- [48] X. Bekteshi and S. Alshiqi, “Marketing Strategy as Driving Force of Export Performance Small and Medium Enterprises-Case of Kosova,” *Journal of Information and Organizational Sciences*, vol. 47, no. 2, pp. 271–281, 2023, doi: 10.31341/jios.47.2.2.
- [49] D. A. Adipathy, M. Djayasinga, and N. Aida, “Influence of innovation and exports on economic growth in ASEAN,” in *AIP Conference Proceedings*, 2023. doi: 10.1063/5.0142477.
- [50] K. G. Huang, N. Jia, and Y. Ge, “Forced to innovate? Consequences of United States’ anti-dumping sanctions on innovations of Chinese exporters,” *Res Policy*, vol. 53, no. 1, 2024, doi: 10.1016/j.respol.2023.104899.
- [51] Z. Liu, X. Xu, Y. Cheng, and X. Xie, “Geopolitical risk of oil export and import countries and oil futures volatility: Evidence from dynamic model average methods,” *Financ Res Lett*, vol. 54, 2023, doi: 10.1016/j.frl.2023.103796.
- [52] N. C. Leitão, “The Impact of Geopolitical Risk on Portuguese Exports,” *Economies*, vol. 11, no. 12, 2023, doi: 10.3390/economies11120291.
- [53] “Export planning and performance: An organizational culture perspective on small firms,” *New England Journal of Entrepreneurship*, vol. 4, no. 1, pp. 31–39, 2001, doi: 10.1108/NEJE-04-01-2001-B004.
- [54] B. Dosoglu-Guner, “Organizational culture as a discriminating variable of export activities: Some preliminary findings,” *International Journal of Commerce and Management*, vol. 17, no. 4, pp. 270–283, 2008, doi: 10.1108/10569210710844354.
- [55] A. H. H. Pérez and Y. C. Cáceres, “Business and Sustainability with a Social and Environmental Approach | NEGOCIOS Y SOSTENIBILIDAD CON ENFOQUE SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL,” *Human Review. International Humanities Review / Revista Internacional de Humanidades*, vol. 19, no. 3, 2023, doi: 10.37467/revhuman.v19.4921.
- [56] M. B. Peralta Mocha, R. L. Guzmán Arias, and M. D. R. Verdezoto Reinoso, “Corporate Social Responsibility in banana in Ecuador: economic, social and legal perspectives | Responsabilidad Social en empresas bananeras en Ecuador: perspectivas económicas, sociales y jurídicas,” *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 27, no. 99, pp. 1095–1114, 2022, doi: 10.52080/rvgluz.27.99.15.
- [57] B. Bojang and A. Gibba, “The global competitiveness of West African cashew exporters,” *Bulgarian Journal of Agricultural Science*, vol. 27, no. 6, pp. 1084–1092, 2021.
- [58] M. Dai, H. Liu, and L. Lin, “How innovation impacts firms’ export survival: Does export mode matter?,” *World Economy*, vol. 43, no. 1, pp. 81–113, 2020, doi: 10.1111/twec.12847.
- [59] J. Montes, A. Pantaleon, and I. Oblitas, “Dinámica comercial de las exportaciones peruanas de café a la Unión Europea 2017-2021,” *Revista Alfa*, vol. 7, no. 19, pp. 175–183, Apr. 2023, doi: 10.33996/revistaalfa.v7i19.207.
- [60] A. Pantaleón, I. Medina, and J. Montes, “Comportamiento de la producción e importación de arroz en el Perú 2016-2020,” *TZHOECOEN*, vol. 13, no. 2, pp. 76–83, Nov. 2021, doi: 10.26495/tzh.v13i2.2001.
- [61] K. V. Carrasco Montoya, F. D. Heredia Llatas, J. C. Montes Ninaquispe, A. L. Pantaleón Santa María, and M. D. P. Pintado Damián, “Supervivencia de las empresas agroexportadoras del departamento de Lambayeque-Perú, 2013-2022,” in *Proceedings of the 3rd LACCEI International Multiconference on Entrepreneurship, Innovation and Regional Development (LEIRD 2023): “Igniting the Spark of Innovation: Emerging Trends, Disruptive Technologies, and Innovative Models for Business Success.”* Latin American and Caribbean Consortium of Engineering Institutions, 2023. doi: 10.18687/LEIRD2023.1.1.202.
- [62] Jose. Montes, Alberto. Pantaleón, Jenner. Espinoza, Fernando. Suarez, and Aaron. Oré, “Dinámica de las exportaciones del banano orgánico del Perú 2011-2021,” *ALFA. Revista de Investigación en Ciencias Agronómicas y Veterinarias*, vol. 7, no. 20, pp. 325–335, 2023, doi: <https://doi.org/10.33996/revistaalfa.v7i20.218>.