
**ANÁLISIS DE PRECIOS HEDÓNICOS DE LA PALTA (PERSEA AMERICANA)
VARIEDAD HASS: EL EFECTO DE LA PALTA PERUANA SOBRE EL PRECIO
EN EL MERCADO NACIONAL CHILENO**

**PABLO ANTONIO TRINCADO GAJARDO
AGRÓNOMO**

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo identificar y analizar las principales variables que impactan el precio de comercialización de la palta Hass en el mercado interno chileno mediante el método de precios hedónicos. Mediante esta investigación se evaluó si la palta Hass peruana se presenta como una competidora frente a la palta Hass nacional. Finalmente, se analizó cualitativamente los factores de calidad que puedan afectar la comercialización de la palta Hass chilena en presencia de la palta Hass peruana en el mismo mercado. Para la creación de la función hedónica, se utilizó series de tiempo del periodo 2016 a 2021 obtenidas de boletines de fruta fresca de ODEPA. Se recolectaron 5.352 datos de transacciones con sus respectivas calidades, orígenes, volumen, lugar de comercialización, unidad de comercialización y año de comercialización. Los datos indican que los atributos de calidad, origen de la producción y unidad de comercialización son los más influyentes en el precio de mercado. El análisis de factores de calidad muestra que existe una diferencia de calidad entre la palta Hass chilena y la peruana. La palta chilena tiene un mayor contenido de aceite lo cual promueve su comercialización por sobre la palta peruana.

ABSTRACT

The objective of this research is to identify and to analyze the main variables that impact the marketing price of Hass avocado in the Chilean domestic market. We use a hedonic price regression to evaluate if the Peruvian Hass avocado is a competitor for the Chilean Hass avocado. Finally, the quality factors that may affect the commercialization of Chilean Hass avocado in the presence of Peruvian Hass avocado in the same market will be analyzed qualitatively. For the design of the hedonic function, time series from the period 2016 to 2021 obtained from ODEPA's fresh fruit bulletins were used. A sample of 5,352 selling instances were collected with their respective qualities, origins, volume, place of sale, unit of sale and year of sale. The data indicate that the attributes of quality, production origin and marketing unit are the most influential in the market price. The analysis of quality factors shows that there is a difference in quality between Chilean and Peruvian Hass avocado. The Chilean avocado has a higher oil content which promotes its commercialization over the Peruvian avocado.