REVISTA INVECOM
ISSN en línea: 2739-0063

Análisis de la competitividad agroexportadora del arándano en mercados internacionales

Analysis of the agro-export competitiveness of blueberries in international markets

Recibido: 28/06/2026 - **Aceptado:** 30/08/2026

Rubén Iván Marchena Chanduvi
https://orcid.org/0000-0001-5926-1473
rmarchenac@unach.edu.pe
Universidad Nacional Autónoma de Chota. Chota, Perú

Lili Díaz Manosalva
https://orcid.org/0000-0002-1219-520X
ldmanosalva@unach.edu.pe
Universidad Nacional Autónoma de Chota. Chota, Perú

Willam Cristian Guevara Tirado
https://orcid.org/0000-0002-1605-4578
wcguevarat@unc.edu.pe
Universidad Nacional de Cajamarca. Cajamarca, Perú

Resumen

Este artículo examina las oportunidades y restricciones que enfrenta el arándano peruano para aprovechar —o limitar— su auge en el mercado estadounidense. Para ello, se empleó una metodología cualitativa y descriptiva, basada en el modelo del Diamante de Porter y en un análisis FODA. Los resultados muestran que las principales oportunidades del sector derivan del crecimiento constante del consumo per cápita de arándanos en Estados Unidos, impulsado por hábitos de consumo consolidados, la difusión de investigaciones sobre sus propiedades funcionales y un mercado con alta densidad demográfica y poder adquisitivo. Para capitalizar estas oportunidades, el sector peruano cuenta con fortalezas ancladas en factores básicos y generalizados, como condiciones climáticas favorables, suelos aptos y disponibilidad de agua. No obstante, el análisis revela restricciones asociadas a la insuficiencia de factores avanzados y especializados, lo cual limita una inserción más contundente y sostenida en este mercado. En este contexto, resulta crucial que el sector desarrolle capacidad de adaptación rápida frente a turbulencias en escenarios competitivos, dado que sus rivales directos —Canadá, Chile, Argentina y México— han avanzado más en el desarrollo de factores especializados que les permiten construir ventajas competitivas duraderas.

Palabras clave: arándano, competitividad, oportunidades, restricciones.

Abstract

This article examines the opportunities and constraints facing Peruvian blueberries in capitalizing on—or limiting—their growth in the US market. A qualitative and descriptive methodology was employed, based on Porter's Diamond model and a SWOT analysis. The results show that the sector's main opportunities stem from the steady growth in per capita blueberry consumption in the United States, driven by established consumption habits, the dissemination of research on their functional properties, and a market with high population density and purchasing power. To capitalize on these opportunities, the Peruvian sector has strengths anchored in basic and generalized factors, such as favorable climatic conditions, suitable soils, and water availability. However, the analysis reveals constraints associated with a lack of advanced and specialized factors, which limits a more robust and sustained entry into this market. In this context, it is crucial that the sector develop the capacity to adapt quickly to turbulence in competitive environments, given that its direct rivals—Canada, Chile, Argentina, and Mexico—have made more progress in developing specialized factors that allow them to build lasting competitive advantages.

Keywords: blueberry, competitiveness, opportunities, constraints.

Introducción

Aunque el arándano es una fruta de incorporación relativamente reciente en los mercados internacionales, su demanda ha crecido a un ritmo acelerado (García et al., 2014). Desde 2010, la producción mundial ha registrado un crecimiento anual del 9%: partió de 328 mil toneladas y, en 2017, alcanzó 597 mil toneladas, lo que representa un aumento del 82% en solo siete años (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO], 2020).

Como parte del grupo de los *berries*, el arándano se inserta en un mercado diverso y altamente competitivo. Su oferta no se limita a la fruta fresca, sino que incluye productos de alto valor agregado, como jugos, bebidas, aceites, extractos y otros derivados (Ministerio de Agricultura y Riego del Perú [MIDAGRI], 2016). En 2018, los principales exportadores eran Chile, Canadá, Perú, España y Estados Unidos, entre otros; sin embargo, ya en 2019 Perú desplazó a Chile y se posicionó como el primer exportador mundial de esta fruta (Naciones Unidas, 2020).

Los indicadores de exportación, importación, producción y consumo han mostrado tendencias al alza en Europa, Asia, Estados Unidos y varios países sudamericanos (García et al., 2014). En este escenario, Estados Unidos destaca como un actor clave, ya que su consumo per cápita pasó de 250 g/habitante en 1990 a 1.250 g/habitante en 2018 (Ministerio de Economía de Argentina, 2018).

Este incremento de la demanda podría explicarse, en parte, por la creciente evidencia científica sobre los beneficios del arándano. Diversas investigaciones señalan que sus antioxidantes contribuyen a prevenir enfermedades como el Alzheimer, ciertos tipos de cáncer y trastornos visuales, entre otros (García et al., 2014). Estas propiedades abren oportunidades para países productores como Perú, que aprovecha la contraestación (agosto–septiembre y abril–mayo) para ingresar al mercado estadounidense (MIDAGRI, 2016).

En Perú, las primeras plantaciones de arándano se registraron en 2007. Hacia 2012, el país ya contaba con 400 hectáreas sembradas y, a finales de 2016, alcanzó 3.200 hectáreas, lo que refleja un crecimiento anual del 68% en el área cultivada. No obstante, los reportes indican que, en sus inicios, el país enfrentó dificultades para adaptar este cultivo a su territorio, registrándose incluso algunos fracasos empresariales durante las primeras etapas de implementación (MIDAGRI, 2016).

En este contexto, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿cuáles son las oportunidades y restricciones del arándano peruano que le permitirán a este país aprovechar —o limitar— el auge del arándano en el mercado estadounidense? En consecuencia, el objetivo del estudio fue identificar y analizar dichas oportunidades y restricciones para el mercado de Estados Unidos.

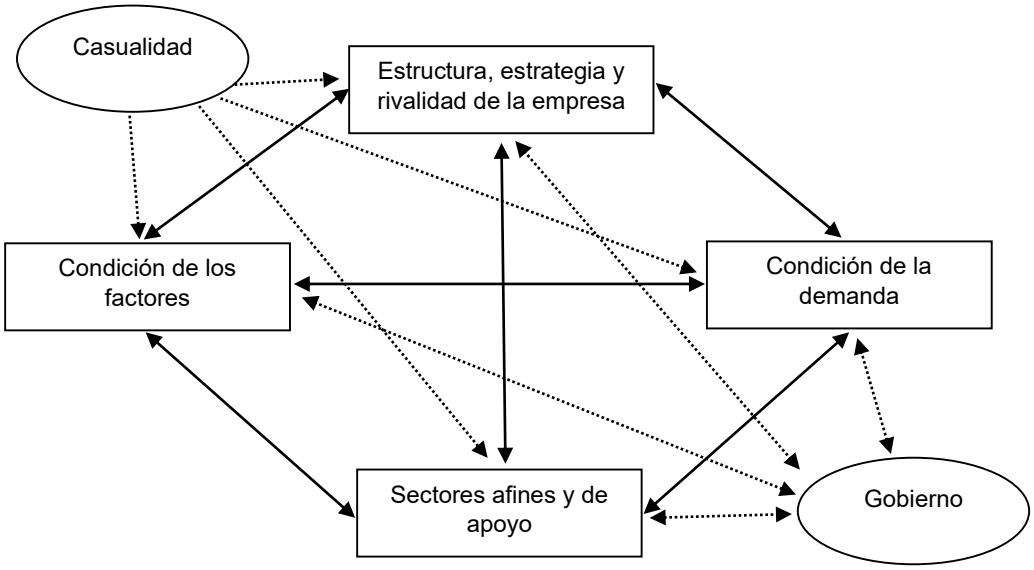
Metodología

Esta investigación adoptó un enfoque cualitativo y descriptivo, orientado a comprender en profundidad las dinámicas que condicionaron la inserción del arándano peruano en el mercado estadounidense. Para ello, se empleó el modelo del Diamante de Porter como esquema analítico principal, complementado con la matriz FODA, con el fin de dilucidar de manera integral las oportunidades y restricciones que enfrentó este sector agroexportador.

El artículo inició con una contextualización mundial del negocio de los arándanos, sustentada en una epistemología de corte fenomenológico (Peterson, 1997). Este enfoque resultó pertinente porque permitió analizar el fenómeno sin desligarlo de su entorno, reconociendo que las condiciones de mercado, los hábitos de consumo y las estructuras competitivas no pudieron entenderse de forma aislada, sino como parte de un sistema interconectado de factores económicos, sociales y culturales.

A continuación, el análisis se focalizó en el sector del arándano peruano, examinando cada uno de los componentes del Diamante de Porter: condiciones de los factores (básicos y avanzados), condiciones de la demanda, industrias relacionadas y de apoyo, estrategia, estructura y rivalidad de las empresas, así como el rol del Estado y las oportunidades externas. Este análisis permitió identificar en qué medida el país contó con las bases necesarias para construir ventajas competitivas sostenibles en el mercado de destino.

Figura 1
Diamante de Porter



Fuente. Porter (1991)

Por último, se complementó el diagnóstico mediante la aplicación de la matriz FODA, articulando el análisis del ambiente externo —oportunidades y amenazas— con el del ambiente interno —fortalezas y debilidades— del negocio del arándano en Perú. Esta integración metodológica no solo enriqueció la interpretación de los resultados, sino que también facilitó la formulación de reflexiones más matizadas sobre los desafíos y potencialidades del sector frente a un mercado tan exigente y competitivo como el estadounidense.

Resultados y discusión

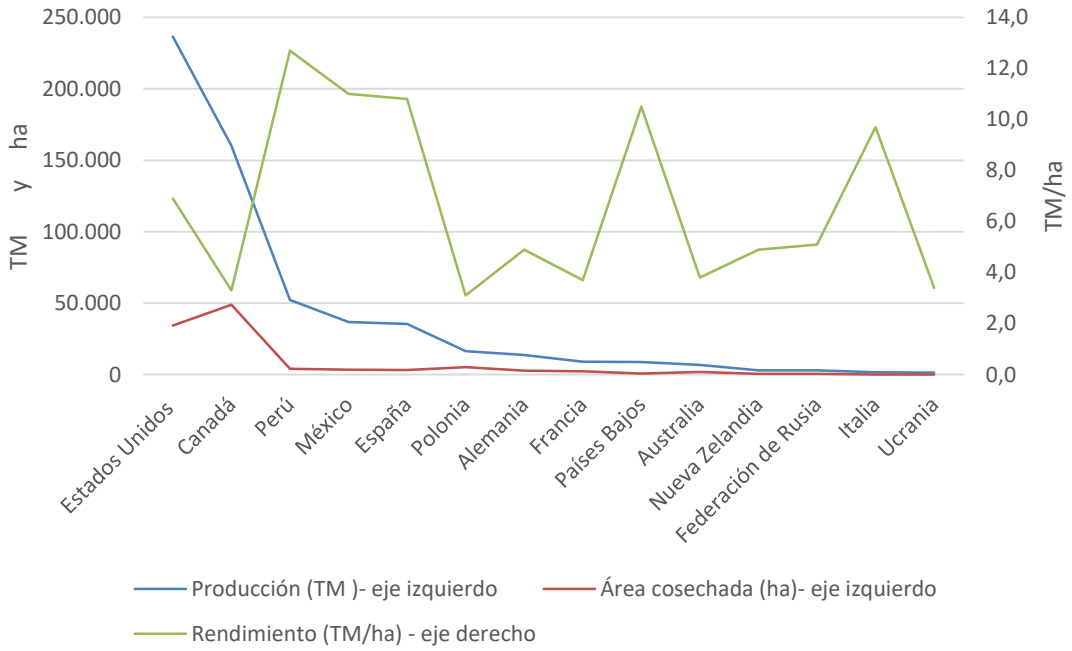
Este apartado presenta y discute los resultados derivados del análisis cualitativo y descriptivo realizado mediante el Diamante de Porter y la matriz FODA, con el fin de examinar las oportunidades y restricciones que condicionan la inserción del arándano peruano en el mercado estadounidense.

Contexto internacional del arándano

Entre 1990 y 2017, la producción mundial de arándano experimentó un crecimiento exponencial, pasó de 135.547 toneladas a 596.813 toneladas, lo que representa un aumento aproximado del 440%. Este mismo patrón se observó en las áreas cosechadas, que se expandieron de 47.418 hectáreas a 109.541 hectáreas en el mismo período. De manera paralela, el rendimiento promedio también mostró un incremento notable, al pasar de 2,9 TM/ha a 5,4 TM/ha, un comportamiento particularmente destacado en el ranking de las frutas exportadas a nivel global (FAO, 2020).

En 2017, los cinco principales países productores de arándano fueron Estados Unidos, con 236.621 toneladas (39,6%); Canadá, con 160.246 toneladas (26,9%); Perú, con 52.301 toneladas (8,8%); México, con 36.700 toneladas (6,1%); y España, con 35.355 toneladas (5,9%). En cuanto a las áreas cosechadas, el liderazgo correspondió a Canadá, con 48.818 hectáreas (44,6%); seguido de Estados Unidos, con 34.236 hectáreas (31,3%); Polonia, con 5.318 hectáreas (4,9%); Perú, con 4.134 hectáreas (3,8%); y México, con 3.334 hectáreas (3%). A pesar de que Perú representa un porcentaje relativamente bajo de las áreas cosechadas a nivel mundial, el país registra uno de los niveles de rendimiento más altos, con 12,7 TM/ha (Figura 2) (FAO, 2020).

Figura 2
Principales productores de arándanos en el mundo, año 2017



Fuente. Elaboración propia a partir de los datos de FAO (2020)

Análisis competitivo del arándano peruano

El análisis competitivo del arándano peruano se estructura a partir de la condición de los factores, entendidos como los elementos que determinan la capacidad del sector para generar ventajas competitivas en el mercado estadounidense. Siguiendo el modelo del Diamante de Porter, estos factores se clasifican en básicos y generalizados, y en avanzados y especializados, cuya interacción condiciona el desempeño del sector en un entorno globalizado y altamente competitivo.

Factores básicos

Entre los factores básicos se consideran la tierra, el clima y el agua, elementos que permiten que el arándano se adapte y mejore sus niveles de producción y rendimiento. En Perú, las tierras agrícolas se distribuyen en sus tres regiones geográficas, configuradas por la cordillera de los Andes. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2012), en su Censo Nacional Agropecuario 2012, el país cuenta con 7.125.008 hectáreas de tierras agrícolas y 31.617.457 hectáreas de tierras no agrícolas. El cultivo de arándano se concentra principalmente en los departamentos de La Libertad (79%), Lambayeque (18%), Ica (2%) y Lima (1%) (Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior, 2019). Este tipo de tierras requiere una preparación adecuada, dado que el arándano es un cultivo delicado (MIDAGRI, 2016).

No obstante, solo el 36% de las hectáreas agrícolas se encuentra bajo riego. Ante esta limitante, Perú ha invertido en diversos proyectos hídricos —como Chavimochic y Olmos— que permiten trasladar agua desde los ríos hacia la costa. El potencial de desarrollo de estos proyectos es considerable, ya que posibilitan la irrigación de miles de hectáreas. Por ejemplo, el proyecto Chavimochic, ubicado en La Libertad, en su tercera etapa permitirá irrigar 63.000 hectáreas destinadas a cultivos de exportación. Esto resulta especialmente relevante para el arándano, cuyo requerimiento hídrico oscila entre 424 y 826 litros de agua por kilogramo producido.

En cuanto al clima, las zonas de mayor producción en la costa peruana presentan condiciones adecuadas para este cultivo. Cabe señalar que el 90% del arándano producido en el país corresponde a la variedad *Vaccinium corymbosum L. cv. Biloxi*, la cual se adapta de manera óptima a estas condiciones. Esta adaptación permite que Perú cuente con una ventana comercial estratégica para abastecer el mercado estadounidense (MIDAGRI, 2016).

Factores generalizados

Los factores generalizados incluyen la mano de obra disponible, la infraestructura logística, las carreteras, entre otros elementos que sostienen la operatividad del sector.

La población económicamente activa (PEA) de la costa peruana asciende a 9.199 miles de personas ocupadas y 495 miles en búsqueda de empleo (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2012). Esto representa una oportunidad para la agroindustria del arándano, que puede contratar mano de obra no especializada en cantidades suficientes para atender sus necesidades operativas.

En términos logísticos, el arándano peruano se exporta principalmente por vía marítima (98%) y, en menor medida, por vía aérea (2%), siendo el mercado estadounidense su principal destino. Sin embargo, se identificó una limitante en el transporte aéreo: el país cuenta con un único aeropuerto internacional —Jorge Chávez—, lo cual podría restringir el uso de esta vía para envíos de mayor valor o urgencia. Para los envíos marítimos, el sector utiliza los puertos de Salaverry (87%), Callao (7%), Chiclayo (4,9%), Pisco (0,9%) y Chimbote (0,2%) (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, 2020).

Las principales carreteras empleadas por el sector arandanero son las de La Libertad, región donde se concentra la mayor parte de la producción y exportación. A nivel regional, solo el 12% de las carreteras se encuentran pavimentadas (Ministerio de Transportes y Comunicaciones del Perú, 2018). No obstante, al realizar un análisis más detallado de las zonas productoras hasta el área portuaria de embarque, se observa que el 100% de estas vías están pavimentadas, ya que utilizan la Carretera Panamericana Norte, una vía internacional que conecta a Perú con países como Chile y Ecuador.

Factores avanzados y especializados

Los factores avanzados y especializados comprenden el personal capacitado, la infraestructura moderna en plantas de empaque, la tecnología de riego, los institutos de investigación, entre otros elementos que permiten construir ventajas competitivas sostenibles.

Los principales competidores de Perú en el mercado estadounidense del arándano —Canadá, Chile, México y Argentina— presentan indicadores más elevados en este tipo de factores. Una posible explicación radica en que estos países destinan una mayor proporción de su PIB a Investigación y Desarrollo (I&D).

Según el Instituto de Estadística de la Unesco (2020), Canadá invirtió el 1,7% de su PIB en I&D; Argentina, el 0,56%; México, el 0,49%; Chile, el 0,36%; y Perú, apenas el 0,12%. Esta diferencia tiene repercusiones directas en la competitividad de los sectores productivos peruanos, que desarrollan en menor medida temas relacionados con propiedad intelectual, innovación e investigación aplicada.

En este sentido, el Foro Económico Mundial (2019), en su reporte de competitividad global, ubica a Perú en indicadores más bajos que los de su competencia directa en el mercado estadounidense. Por ejemplo, en derechos de propiedad intelectual y protección de la propiedad intelectual, Perú obtiene puntuaciones de 3,5 y 3,2, respectivamente, por debajo de sus competidores. Asimismo, en lo referente a mano de obra especializada, Perú registra valores de 3,3 en alcance de la capacitación al personal, 3,8 en calidad de la formación profesional y 3,6 en facilidad para contratar empleados calificados; cifras que también resultan inferiores a las de sus rivales en este mercado.

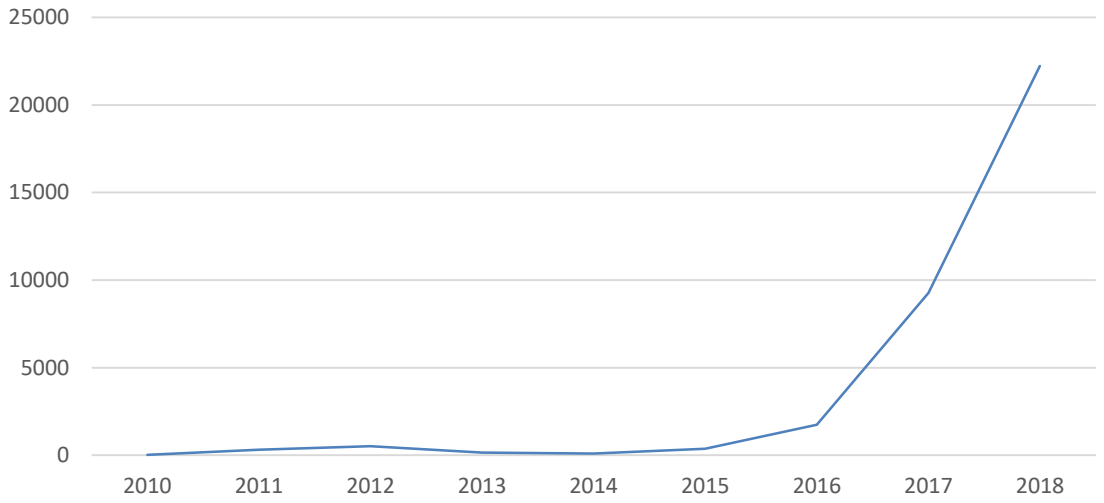
Condición de la demanda

El análisis continúa con la condición de la demanda, dimensión que examina cómo las características y dinámicas del mercado influyen en la capacidad del sector para competir en el escenario internacional. Esta sección aborda dos componentes centrales: la demanda interna, que refleja el comportamiento del consumo en el mercado peruano, y la demanda externa, que considera las tendencias, requisitos y oportunidades que ofrece el mercado de destino, en particular el estadounidense, como principal comprador de arándanos peruanos.

Demanda interna

El consumo de arándanos en Perú ha mostrado un incremento exponencial desde el 2016, posiblemente por las bondades que mostró esta fruta en los diferentes estudios realizados. Ya para el año 2018 se encontró que el mercado interno acapara el 23% de la producción total de arándano, evidenciando el incremento por el consumo de esta fruta (Figura 3).

Figura 3
Consumo interno de arándano en Perú (TM)

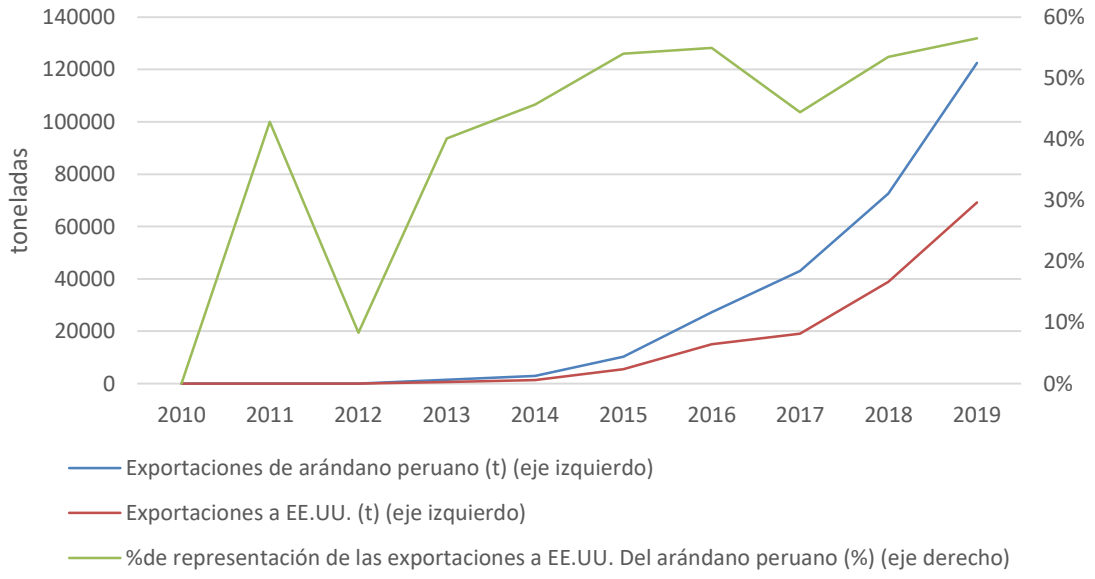


Fuente. Elaboración propia (2026) a partir de los datos de MIDAGRI (2019), FAO (2020) y Centro de Comercio Internacional (2020)

Demanda externa

El consumo del mercado externo, estadounidense, se incrementó, reflejándose en el nivel de volúmenes exportados y sigue el mismo comportamiento que la demanda interna (Figura 4). Esto se debe posiblemente al incremento de los estudios realizados al fruto en beneficios de la salud.

Figura 4
Exportaciones de arándanos de Perú a Estados Unidos



Fuente. Elaboración propia (2026) a partir de los datos de Centro de Comercio Internacional (2020)

La representación de los volúmenes exportados de arándanos al mercado de Estados Unidos supera el 50%, evidenciándose la importancia de este mercado para el negocio del arándano peruano.

Sectores afines y de apoyo

Estos sectores comprenden a los proveedores de fertilizantes, maquinarias, logística y transporte, sistemas de riego, entre otros insumos y servicios que sostienen la cadena productiva del arándano.

En el caso de los fertilizantes, Perú no cuenta con producción nacional, por lo que debe importar estos insumos de países como Estados Unidos, Rusia, China, España y Canadá, entre otros (ComexPerú, 2022). Dado que las áreas de producción de arándano y otras frutas han venido incrementándose, la demanda de fertilizantes químicos también ha registrado un crecimiento notable: en 2018, por ejemplo, se observó un aumento del 25% en comparación con 2017 (MIDAGRI, 2019).

En cuanto a las maquinarias agrícolas, aunque existen fábricas locales en Perú, su producción no logra cubrir la demanda de las empresas agroexportadoras. Por esta razón, las compañías peruanas deben importar equipos de países como Estados Unidos y China. Este flujo de importación ha crecido a un ritmo acelerado, los montos de facturación asociados a la adquisición de maquinarias importadas registraron un incremento anual del 54,7% (ComexPerú, 2022).

La logística y el transporte del arándano en Perú involucran a diversos actores que brindan estos servicios, lo cual dinamiza y vuelve competitivo al sector. En la vía marítima, cinco empresas representativas —Evergreen, MSC, Maersk Line, CMA CGM y HAMBURG SUD— se encargan de trasladar la mercadería desde los puertos peruanos (Salaverry, Callao, entre otros) hasta el puerto de Miami. El costo aproximado es de 3.538 dólares por cada contenedor de 20 toneladas, con un tiempo estimado de tránsito de 16 a 18 días (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo, 2020).

Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa

Rivalidad doméstica

En el sector arandanero peruano operan 69 empresas exportadoras, las cuales contribuyen al dinamismo del rubro; no obstante, cinco de ellas concentran el 54% del volumen total exportado: Camposol S.A. (22%), Hortifrut – Perú S.A.C. (12%), Hortifrut – Tal S.A.S. (8%), Agrícola Santa Azul S.A.C. (6%) y Agrovisión Perú S.A.C. (6%). Se observa que la mayoría de estas empresas ha incrementado de manera exponencial sus exportaciones de arándanos. Por ejemplo, Camposol S.A. pasó de exportar 1.455 toneladas en 2014 a 25.706 toneladas en 2019 (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo, 2020).

Rivalidad internacional

En la rivalidad internacional del arándano peruano en el mercado estadounidense se destaca países como Canadá (Centro de Comercio Internacional, 2020), que por su cercanía a este mercado es un competidor directo, sin embargo, este país tiene condiciones climáticas similares a EE.UU., lo cual deja una ventana comercial para el ingreso de arándano. Pero, esa ventana comercial no solo es aprovechada por Perú sino por países sudamericanos como Chile y Argentina que producen también en contra-estación. No obstante, se encontró que Perú a desplazado a Chile del liderazgo exportador mundial de arándano y en el mercado estadounidense (Centro de Comercio Internacional, 2020).

Gobierno

Desde 1990, el gobierno peruano transformó su modelo económico, abriendo la posibilidad de comerciar con otros países y suscribir acuerdos comerciales, como los Tratados de Libre Comercio (TLC). Uno de los más relevantes fue el TLC firmado con Estados Unidos en 2006, el cual permite que Perú ingrese a este mercado con una tasa arancelaria del 0% para determinados productos, entre ellos el arándano. En contraste, otros países como Argentina aún no cuentan con este tipo de acuerdos, lo que limita su capacidad para aprovechar la ventana comercial que ofrece el mercado estadounidense del arándano.

Hechos fortuitos o casuales

Los hechos fortuitos o casuales son aquellos que no pueden controlarse directamente, pero cuyo impacto en el negocio del arándano peruano puede preverse o amortiguarse mediante estrategias adecuadas. Entre estos se identificaron fenómenos climáticos como El Niño y La Niña, los cuales afectan las áreas de cultivo de arándano en la costa peruana (Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú, 2014).

Otro hecho fortuito de gran magnitud fue la pandemia de COVID-19, que provocó un elevado número de muertes a nivel mundial y llevó a las empresas a reforzar sus sistemas de trazabilidad y calidad de los alimentos, incluido el arándano peruano. Asimismo, las crisis económicas —como la ocurrida en 2008— representan un riesgo potencial para el sector, ya que podrían reducir el poder adquisitivo de los consumidores estadounidenses y, con ello, afectar la demanda de este producto.

Análisis FODA del arándano peruano

Tabla 1
Análisis del ambiente externo del sector arándano peruano para el mercado de Estados Unidos de América

Oportunidades	Amenazas
La demanda de arándanos en la población estadounidense muestra un crecimiento anual aproximado del 20%, lo que representa un mercado en expansión constante para los exportadores.	Otras variedades de arándano más dulces podrían desplazar a la variedad *Biloxi*, que es la que exporta Perú, ya que los consumidores podrían preferir esos cambios en el perfil sensorial de la fruta.
Al ser el arándano originario de Estados Unidos y Canadá, los consumidores de estos países tienen hábitos y preferencias consolidadas hacia esta fruta, lo que facilita su aceptación y consumo recurrente.	El ingreso de otros países atraídos por la ventana comercial del mercado estadounidense representa una amenaza adicional; en particular, Chile y Argentina podrían incrementar sus volúmenes de exportación aprovechando esa ventana y su condición de contraestación.
El incremento de investigaciones básicas y aplicadas sobre los componentes del arándano para prevenir enfermedades ha generado mayor atención mundial, incluyendo a los consumidores estadounidenses, quienes valoran cada vez más sus propiedades funcionales.	La crisis sanitaria provocada por la pandemia de COVID-19 podría ocasionar muertes, conflictos sociales y nuevas exigencias fitosanitarias para el procesamiento y la comercialización de esta fruta.
Estados Unidos, como país desarrollado cuyo PIB representa alrededor de una cuarta parte del PIB mundial, cuenta con una población con elevado poder adquisitivo, capaz de adquirir frutas especializadas y de mayor valor como los arándanos.	Una posible crisis económica similar a la de 2008 podría reducir el poder adquisitivo de los consumidores estadounidenses, afectando la demanda de arándanos como producto de mayor valor.
El Tratado de Libre Comercio entre Perú y Estados Unidos permite el ingreso de arándanos frescos con arancel 0%, mejorando la competitividad del producto peruano en ese mercado.	Un posible tratado de libre comercio entre Argentina y Estados Unidos haría más competitivo al sector arandanero argentino frente a Perú en el mercado estadounidense.
La ventana comercial existente en el mercado estadounidense entre septiembre y enero permite colocar mayores volúmenes de arándanos y obtener precios más altos, al coincidir con períodos de menor oferta local y mayor demanda festiva.	Fenómenos naturales como El Niño y La Niña pueden afectar las zonas de cultivo de arándano en la costa peruana, dañando los cultivos y reduciendo la oferta exportable.

Fuente. Elaboración propia (2026)

Tabla 02
Análisis del ambiente interno del sector arándano peruano para el mercado de Estados Unidos de América

Fortalezas	Debilidades
La producción de arándanos durante todo el año en la costa peruana, gracias a sus condiciones climáticas favorables, permite aprovechar de manera eficiente la ventana comercial del mercado internacional.	Bajos factores avanzados y especializados debido a la reducida inversión del PBI en investigación y desarrollo, en comparación con países competidores en el mercado estadounidense de arándanos.
Perú es líder en rendimientos de producción de arándano, con 12,7 TM/ha, superando incluso a países desarrollados y al promedio mundial, que se sitúa en 5,4 TM/ha.	Escasa disponibilidad de mano de obra calificada y limitada protección de la propiedad intelectual en relación con la competencia directa en este negocio.

Los proyectos de irrigación en la costa peruana habilitarán nuevas hectáreas para el cultivo de arándano, lo que seguirá incrementando los volúmenes de exportación de esta fruta.	Ausencia de empresas peruanas que fabriquen fertilizantes sintéticos, lo que obliga a importar estos productos; además, los volúmenes de importación se han incrementado de manera exponencial.
El nivel organizativo del sector ha mejorado con la creación de la Asociación de Productores de Arándano del Perú (Proarándanos), que agrupa al 95% de los productores de este rubro.	Insuficiente número de empresas industriales en Perú que produzcan maquinaria agrícola y cubran la demanda interna, lo que lleva al país a importar este tipo de equipos de países como Estados Unidos, China y otros.
La existencia de cerca de 495 mil personas desempleadas en la costa peruana representa una disponibilidad de mano de obra no calificada que puede ser contratada por las agroindustrias para labores de cosecha y procesamiento.	
Un alto número de empresas dedicadas al transporte y la exportación de arándanos hace que el sector sea más dinámico y competitivo.	
La proximidad de puertos a las zonas productivas, junto con las concesiones recientes que han mejorado su infraestructura y tecnología, facilita la logística de exportación.	
El consumo interno de arándanos en Perú ha aumentado, impulsado por una población que, consciente de sus beneficios para la salud, incorpora este producto en su dieta.	

Fuente. Elaboración propia (2026)

Conclusiones

Perú se consolidó en 2026 como líder mundial en exportaciones de arándanos, con Estados Unidos como su principal mercado. Este liderazgo se ha construido, sobre todo, sobre la base de factores básicos como la tierra, el clima y el agua, que además le han permitido alcanzar uno de los rendimientos más altos entre los productores a nivel mundial. A esto se suma una logística cada vez más eficiente, con medios de transporte y agentes navieros que dinamizan el sector y ofrecen precios competitivos tanto en el transporte marítimo como en el aéreo.

Sin embargo, el país aún presenta una limitada dotación de factores avanzados y especializados, lo cual podría restringir su capacidad para aprovechar con mayor intensidad las oportunidades que ofrece el comercio global de arándanos. En mercados tan competitivos como el estadounidense, es fundamental contar con la capacidad de reaccionar de manera rápida y eficiente ante posibles turbulencias, como las generadas por una pandemia. En ese tipo de escenarios, factores avanzados como personal altamente capacitado, tecnología de vanguardia, sistemas de seguridad y trazabilidad, entre otros, resultarían clave para adaptarse con agilidad y mantener la competitividad.

Referencias

Asociación de Exportadores. (2018). *Reporte de inteligencia de mercados: Arándanos* (CIEN-RIM N.° 2018-01). Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales. https://www.studocu.com/pe/document/universidadcontinental/ciencias-socales/reporte-de-inteligencia-demercadoarandanos/109469138

Centro de Comercio Internacional. (2020). *Importación de arándanos al mercado de Estados Unidos: Principales abastecedores* [Base de datos]. Trade Map. https://www.trademap.org/en/

ComexPerú. (2022). *Escasez de fertilizantes en el Perú: Amenaza para nuestra agricultura*. https://www.comexperu.org.pe/articulo/escasez-de-fertilizantes-en-el-peru-amenaza-para-nuestra-agricultura

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2020). *Rutas marítimas de los principales destinos del arándano peruano* [Base de datos]. PROMPERÚ. https://rutasmaritimas.promperu.gob.pe/

Foro Económico Mundial. (2019). *The global competitiveness report 2019*. World Economic Forum. https://es.weforum.org/publications/global-competitiveness-report-2019/

García, J., García, R. y Ciordia, M. (2014). Situación actual del cultivo del arándano en el mundo. *Tecnología Agroalimentaria*, (12), 5–8. https://es.scribd.com/document/626732919/Situacion-Del-Arandano-en-El-Mundo

Instituto de Estadística de la UNESCO. (2020). *Inversión en I+D de los países de Latinoamérica* [Base de datos]. UIS Data Browser. https://databrowser.uis.unesco.org/

Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior. (2019). *Arándanos, producto estrella de la agroexportación*. Cámara de Comercio de Lima. https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/idexcam882/idexcam%20882_ar%C3%A1ndanos,%20producto%20estrella%20de%20agroexportaci%C3%B3n.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2012). *Censo Nacional Agropecuario 2012: Resultados por zonas del Perú*. https://censos.inei.gob.pe/cenagro/tabulados/?id=CensosNacionales

Ministerio de Agricultura y Riego del Perú [MIDAGRI]. (2016). *El arándano en el Perú y el mundo: Producción, comercio y perspectivas 2016*. Dirección General de Políticas Agrarias; Dirección de Estudios Económicos e Información Agraria. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/MNIG_42311d52f800a492aa0fdecf90866c2b/Details

Ministerio de Agricultura y Riego del Perú [MIDAGRI]. (2019). *Compendio estadístico Perú 2019* (Cap. 13). Dirección General de Seguimiento y Evaluación de Políticas; Dirección de Estadísticas Agrarias. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1690/cap13/cap13.pdf

Ministerio de Economía de Argentina. (2018). *Agroindustria acompañó el inicio de la campaña 2018 "Mejor con Arándanos"*. Argentina.gob.ar. https://www.argentina.gob.ar/noticias/agroindustria-acompano-el-inicio-de-la-campana-2018-mejor-con-arandanos

Ministerio de Transportes y Comunicaciones del Perú. (2018). *Boletín estadístico 2018*. Oficina de Estadística. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/404232/BOLETIN_ESTADISTICO_I_SEMESTRE_2018.pdf?v=1671139253

Naciones Unidas. (2020). *Datos de producción y exportación de arándanos* [Base de datos]. UN Comtrade. https://comtrade.un.org/data/

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO]. (2026). *FAOSTAT: Producción, áreas, rendimientos y exportación de arándanos* [Base de datos]. http://www.fao.org/faostat/es/#data/QC

Peterson, H. C. (1997). *The epistemology of agribusiness: Methods of agribusiness scholarship*. Department of Agricultural Economics, Michigan State University. https://ageconsearch.umn.edu/record/11725?v=pdf

Porter, M. E. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Ediciones B.

Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú. (2014). *El Fenómeno El Niño en el Perú*. https://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2014/07/Dossier-El-Niño-Final_web.pdf

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2020). *Exportación vía marítima de arándanos: Principales puertos* [Base de datos]. Ministerio de Economía y Finanzas. https://www.sunat.gob.pe/

CONTRIBUCIÓN DE LA AUTORÍA:

1. Conceptualización: Rubén Iván Marchena Chanduvi y Lili Díaz Manosalva.
2. Curación de datos: Rubén Iván Marchena Chanduvi y Willam Cristian Guevara Tirado.
3. Análisis formal: Rubén Iván Marchena Chanduvi.
4. Adquisición de fondos: Rubén Iván Marchena Chanduvi, Lili Díaz Manosalva y Willam Cristian Guevara Tirado.
5. Investigación: Rubén Iván Marchena Chanduvi y Lili Díaz Manosalva.
6. Metodología: Rubén Iván Marchena Chanduvi y Willam Cristian Guevara Tirado.
7. Dirección del proyecto: Rubén Iván Marchena Chanduvi.
8. Recursos: Rubén Iván Marchena Chanduvi, Lili Díaz Manosalva y Willam Cristian Guevara Tirado.
9. Software: Rubén Iván Marchena Chanduvi y Willam Cristian Guevara Tirado.
10. Supervisión: Rubén Iván Marchena Chanduvi.
11. Validación: Rubén Iván Marchena Chanduvi y Lili Díaz Manosalva
12. Visualización: Rubén Iván Marchena Chanduvi y Willam Cristian Guevara Tirado.
13. Redacción - borrador original: Rubén Iván Marchena Chanduvi, Lili Díaz Manosalva y Willam Cristian Guevara Tirado.
14. Redacción - corrección de pruebas y edición: Rubén Iván Marchena Chanduvi.