

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

**“ANÁLISIS SOBRE LOS FACTORES DE
COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR
AGROEXPORTADOR DE ARÁNDANOS PERUANOS
PARA EL MERCADO DEL REINO UNIDO, 2020-
2022.”**

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Dick Lander Navarro Escobar

Asesor:

Mg. Adrián Colomer Winter

<https://orcid.org/0000-0002-5398-2146>

Lima - Perú

2025

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	ELMER ENRIQUE GUTIERREZ VILLACORTA
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	ROBERTO PABLO BARRAZA LINO
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	ADRIAN COLOMER WINTER
	Nombre y Apellidos

INFORME DE SIMILITUD




20% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Fuentes principales

19%  Fuentes de Internet

5%  Publicaciones

8%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)



DEDICATORIA

Ante todo, Dios que nos ha dado salud en los momentos difíciles que hemos atravesado durante y después de la pandemia, cuando nos dominaba la incertidumbre y el miedo. A mis padres y seres queridos que me apoyaron a lo largo de mi carrera profesional, mil gracias por el apoyo económico que con tanto esfuerzo me han brindado, y sobre todo con sus consejos y apoyo diario.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a mis familiares por apoyarme durante todo el proceso en la universidad, por estar ahí para animarme en los momentos de incertidumbre y miedo, siempre guiándome y aconsejándome a realizar y culminar mis metas y objetivos. En especial para poder concretar exitosamente este trabajo de investigación. A la Universidad Privada del Norte (UPN) por brindarme un excelente grupo de docentes universitarios, que gracias a ellos logré adquirir nuevos conocimientos e ideas a lo largo de la carrera, que me sirve y servirá en mi día a día, un sincero agradecimiento a su vocación

TABLA DE CONTENIDOS

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
ÍNDICE DE TABLAS	9
ÍNDICE DE FIGURAS.....	9
RESUMEN.....	11
ABSTRACT	12
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	13
1.1 Realidad problemática.....	13
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA.....	34
2.1. Tipo de investigación	34
2.1.1 Enfoque	34
2.1.2. Diseño	34
2.2 Población y muestra (Materiales, instrumento y métodos).....	35
2.2.1. Población	35
2.2.2. Muestra	36
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.....	36
2.3.1. Técnicas	36

2.3.2. Instrumentos	37
2.3.3. Procedimiento de recolección de datos	38
2.3.4. Aspectos éticos	38
CAPÍTULO III: RESULTADOS	39
Precio Promedio de Exportación de Arándanos al mercado del Reino Unido ...	39
Comparación de precios promedios de exportación	40
Variación del precio promedio anual	41
Valor total de producción nacional de Arándano.....	43
Variedad de arándanos exportado en los años 2020 – 2021.	44
Valor de la producción nacional de Arándanos de Perú y competidores.....	45
Principales Ciudades Productoras de Arándanos en la campaña 2020 -2022.....	47
Estacionalidad de cosecha de Arándanos.....	48
Disponibilidad de la oferta de arándanos en el Reino Unido.....	50
Participación de mercado de Perú y sus principales competidores en el Reino Unido	51
Principales Proveedores de arándanos al Reino Unido – Promedio del 2020 al 2022	53
Principales Ciudades Productoras de Arándanos en la campaña 2020 -2022.....	54
Matriz de perfil competitivo Internacional – Arándanos	57
Análisis Foda de Perú y sus principales competidores	60

Análisis de Foda Cruzado de Perú y sus principales competidores	64
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	68
4.1. Discusión.....	68
4.2. Conclusiones	79
4.3. Recomendaciones.....	83
REFERENCIAS	87
ANEXOS	99

ÍNDICE DE TABLAS

Precio Promedio de Exportación de Arándanos al mercado del Reino Unido ...	39
Comparación de precios promedios de exportación	40
Variación del precio promedio anual	41
Valor total de producción nacional de Arándano.....	43
Variedad de arándanos exportado en los años 2020 – 2021.	44
Valor de la producción nacional de Arándanos de Perú y competidores.....	45
Estacionalidad de cosecha de Arándanos.....	48
Disponibilidad de la oferta de arándanos en el Reino Unido.....	50
Participación de mercado de Perú y sus principales competidores en el Reino Unido	51
Matriz de perfil competitivo Internacional – Arándanos	57
Análisis Foda de Perú y sus principales competidores	60
Análisis de Foda Cruzado de Perú y sus principales competidores	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Principales Ciudades Productoras de Arándanos en la campaña 2020 -2022..... 47

Principales Proveedores de arándanos al Reino Unido – Promedio del 2020 al 2022

..... 53

Principales Ciudades Productoras de Arándanos en la campaña 2020 -2022..... 54

RESUMEN

Este estudio tuvo como finalidad analizar los factores de competitividad en el sector agroexportador de arándanos peruanos al Reino Unido durante el período 2020-2022. Se utilizó un enfoque cuantitativo con un diseño de estudio descriptivo y de tipo bibliográfico no experimental. La metodología consistió en una revisión documental, recopilando datos relevantes sobre los factores de competitividad implementadas por el sector agroexportador. Para sistematizar la información obtenida de fuentes secundarias, como informes de exportación, estudios de mercado y reportes institucionales, se utilizó una Ficha de Análisis Documental. Los datos descriptivos fueron presentados en tablas comparativas que ilustran el rendimiento en términos de precio, volumen de exportación y participación de mercado de las empresas peruanas en el Reino Unido. Los resultados revelaron que, a pesar del aumento en el volumen exportado, el precio promedio disminuyó debido al aumento de la competencia en el mercado. Además, se observó una concentración de la producción en la región de La Libertad, lo que facilitó la logística, pero incrementó los riesgos relacionados con el clima. En conclusión, el impulso de los factores de competitividad ha sido una herramienta crucial para que las empresas exportadoras mejoren su competitividad, aunque se detectaron áreas de mejora en la diversificación geográfica y la flexibilidad en la fijación de precios.

Palabras Claves: factores de competitividad, Reino Unido, Económico, Productivo, Inocuidad.

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the competitiveness factors in the Peruvian blueberry agroexport sector to the United Kingdom during the period 2020-2022. A quantitative approach was used with a descriptive and non-experimental bibliographic study design. The methodology consisted of a documentary review, collecting relevant data on the competitiveness factors implemented by the agroexport sector. To systematize the information obtained from secondary sources, such as export reports, market studies and institutional reports, a Documentary Analysis Form was used. Descriptive data were presented in comparative tables illustrating the performance in terms of price, export volume and market share of Peruvian companies in the United Kingdom. The results revealed that, despite the increase in the volume exported, the average price decreased due to increased competition in the market. In addition, a concentration of production was observed in the La Libertad region, which facilitated logistics, but increased weather-related risks. In conclusion, boosting competitiveness factors has been a crucial tool for exporting companies to improve their competitiveness, although areas for improvement were detected in geographic diversification and flexibility in pricing.

Key words: competitiveness factors, United Kingdom, Economic, Productive, Safety.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

En los últimos años, las instituciones han intensificado significativamente la implementación de estrategias comerciales, consolidándose como un pilar fundamental en el ámbito empresarial. En el sector agroexportador de arándanos peruanos, los factores de competitividad han adquirido un papel esencial para asegurar un posicionamiento sólido en el mercado del Reino Unido. Los factores económicos, como el precio promedio de exportación y la comparación de precios con otros países competidores, se consideran críticos para optimizar la rentabilidad. De igual manera, los factores productivos, que abarcan la producción nacional y la variación en el crecimiento de la industria, son clave para garantizar un suministro constante y de alta calidad.

Asimismo, las condiciones logísticas, incluyendo la identificación de ciudades productoras estratégicas, la estacionalidad de la cosecha y la disponibilidad de la oferta en el mercado británico, representan elementos determinantes para la eficiencia operativa y el acceso oportuno a los mercados internacionales. Por último, las condiciones de inocuidad, como la participación en el mercado, la obtención de certificaciones internacionales y la implementación de políticas de promoción adecuadas, aseguran el cumplimiento de los estándares de calidad exigidos por los consumidores y reguladores en el Reino Unido. Este contexto obliga a las empresas a desarrollar estrategias integrales que optimicen estos factores, permitiendo una ventaja competitiva sostenible en un entorno cada vez más globalizado y exigente.

La pandemia de COVID-19 será recordada como una de las crisis sanitarias más severas a nivel global, afectando no solo intereses públicos esenciales, sino también la salud de las personas

y debilitando una economía global ya frágil. Durante este periodo, el PIB mundial se contrajo un 9,1% y más de 2,7 millones de empresas cerraron, ya sea temporal o definitivamente (Naciones Unidas, 2020). La pandemia presentó desafíos sin precedentes para las exportaciones agrícolas a nivel mundial. Las restricciones de movilidad y el cierre de fronteras impactaron severamente las cadenas de suministro, generando retrasos en el transporte y un aumento en los costos logísticos. En muchos países, las operaciones portuarias se redujeron o interrumpieron, limitando la capacidad de exportación de estos productos. Además, la incertidumbre económica disminuyó la demanda en los mercados internacionales, lo que resultó en una caída de los precios de diversos productos agrícolas, afectando especialmente a los productores que dependían en gran medida de las exportaciones. En 2020, las exportaciones agrícolas globales cayeron un 5% en comparación con el año anterior, reflejando el profundo impacto que la pandemia tuvo en este sector debido a las disrupciones en las cadenas de suministro, la reducción de la demanda y las restricciones logísticas que afectaron tanto a los mercados internacionales como a los productores agrícolas. (OECD, 2020).

Ante esta situación global, diversos sectores económicos, tanto grandes como pequeños, enfrentaron retos significativos debido a las nuevas regulaciones. Sin embargo, la agroindustria fue una excepción, logrando mantener sus operaciones a pesar de la incertidumbre provocada por la pandemia. Considerada esencial para garantizar el suministro de alimentos, varios gobiernos otorgaron permisos especiales al sector agrícola, declarando el abastecimiento alimentario como un servicio crucial. A pesar de las restricciones en las actividades de importación - exportación y el cierre de varios puertos, los productores de materias primas continuaron operando, asegurando una fuente de empleo estable para las empresas exportadoras, independientemente de su tamaño.

Este resultado fue posible gracias a la ejecución de estrategias y medidas que permitieron mantener la producción a pesar de los riesgos inherentes (Petit-Jiménez, 2021).

En América Latina, y especialmente en Perú, el sector agrícola es crucial para la economía nacional. Perú se distingue por su rica biodiversidad y condiciones climáticas favorables para producir una amplia variedad de productos agrícolas. Sin embargo, la epidemia de COVID-19 y las restricciones asociadas impactaron significativamente el comercio exterior de estos productos. Según Zhang, Geldres-Weiss y Heredia (2023), el comercio agrícola en América Latina disminuyó un 5% en comparación con 2019, una tendencia que también afectó a Perú. Además, el país sufrió un impacto severo debido a los prolongados confinamientos, resultando en una contracción del PIB del 11,1% en 2020 (Banco Mundial, 2020). En respuesta, el gobierno peruano lanzó el programa "Reactiva Perú", un plan integral de asistencia económica diseñado para proteger a las personas vulnerables y apoyar a las empresas afectadas por la pandemia, que incluyó remesas, aplazamientos fiscales y garantías de préstamos para el sector privado (Peruano, 2020).

En el contexto específico de Perú, la pandemia tuvo un efecto igualmente severo en las exportaciones agrícolas. Conocido por su diversidad de productos como espárragos, uvas y arándanos, el país experimentó interrupciones significativas en sus operaciones de exportación. Las restricciones sanitarias y logísticas dificultaron que los productores peruanos enviaran sus productos a los mercados internacionales de manera oportuna, resultando en pérdidas económicas considerables. El aumento en los costos de transporte y las dificultades para acceder a insumos agrícolas esenciales agravaron aún más la situación. Según un informe del MINAGRI, el valor de las exportaciones agrícolas peruanas cayó un 5.3% durante los primeros seis meses de 2020 en comparación con el mismo periodo del año 2021 (MINAGRI, 2020). Estos desafíos resaltaron la

vulnerabilidad del sector agrícola ante crisis globales y la urgente necesidad de implementar estrategias resilientes que mitiguen los efectos adversos en el comercio exterior.

Históricamente, Perú ha sido un exportador clave de productos agrícolas como espárragos, uvas y arándanos, representando una fuente esencial de ingresos y empleo. Sin embargo, durante la pandemia, el sector enfrentó numerosos obstáculos, incluyendo interrupciones en las cadenas de distribución, incrementos en los costos de producción y logística, y fluctuaciones en los precios internacionales de los productos agrícolas. Estos problemas subrayaron la importancia de potenciar los factores de productividad en la oferta exportable de arándanos para impulsar su competitividad en los mercados internacionales.

Por otra parte, a nivel mundial se observa la presencia de 200,000 hectáreas dedicadas al cultivo de arándanos, de las cuales 15,000 se encuentran ubicadas en Perú. Durante la campaña 2021/2022, se lograron exportar alrededor de 211,000 toneladas de arándanos frescos, lo cual representa un crecimiento del 30% en términos de volumen comparado con la campaña anterior, que alcanzó 162,500 toneladas (León, 2021). A pesar del incremento en la oferta peruana, al finalizar la campaña 2021/2022 el precio promedio del arándano fue de US\$ 5.93 por kilogramo, reflejando una disminución del 3% en relación al año anterior. Estados Unidos y los Países Bajos fueron los principales destinos, absorbiendo el 78% de los envíos totales. En contraste, los países donde se lograron cotizaciones superiores a US\$ 6.25 por kilogramo fueron China y España (Freshfruit, 2022). Gracias a la diversidad climática en Perú, es posible producir arándanos durante todo el año, destacando los picos de producción entre septiembre y noviembre. Esto permite una oferta estacional competitiva dirigida a los mercados de América del Norte y Europa, compitiendo con Chile, Argentina, Uruguay y Nueva Zelanda (Minagri, 2016).

En cuanto al factor productivo, la producción de arándanos en Perú comenzó en 2010, y en menos de una década el país se convirtió en el principal exportador mundial. Este crecimiento vertiginoso fue posible gracias a la visión de empresarios tanto nacionales como extranjeros, que lograron penetrar nuevos mercados, incluyendo el continente sur asiático. Actualmente, Perú cuenta con acuerdos comerciales en aproximadamente 31 mercados internacionales. Si comparamos las cifras, las exportaciones de arándanos en 2014 eran inexistentes, mientras que en 2021 se generaron ingresos cercanos a los 1,000 millones de dólares. Este notable crecimiento es atribuido a las condiciones naturales favorables, la alta productividad, la extensión de tierras y el rápido desarrollo del sector (Ghezzi, 2021). La Libertad es la región más destacada en las exportaciones de arándanos, representando el 58% del total global debido a su estacionalidad favorable y al cultivo de diversas variedades. Senasa, en 2021, certificó 90 lugares de producción que cumplieron con estándares de manejo de plagas y buenas prácticas agrícolas.

Desde el punto de vista logístico, Perú ha tenido un crecimiento notable como proveedor de arándanos a Estados Unidos, logrando un incremento del 494.5% según el Departamento de Comercio de Estados Unidos. Sin embargo, el país ha enfrentado desafíos logísticos considerables. En 2012, las exportaciones de arándanos se realizaban exclusivamente por vía aérea y sumaban apenas 130,000 dólares (Prinque, 2018). El informe de MINCETUR (2016), "Análisis Integral de la Logística en el Perú", subrayó los altos costos y las ineficiencias que obstaculizan la ejecución de proyectos cruciales y reducen la competitividad del país. Según el Banco Mundial (2014), los indicadores de desempeño logístico de Perú le otorgaron una calificación general de 2.84, con una nota de 2.78 para la calidad de los servicios logísticos, ubicando a Perú en los últimos lugares en comparación con otras naciones que alcanzan puntajes superiores a 3 y tienen sistemas logísticos más estables.

Las condiciones de inocuidad son fundamentales debido a la importancia de la producción temporal de arándanos en Perú, que permite abastecer mercados internacionales durante todo el año. Los exportadores peruanos deben gestionar la producción necesaria por hectárea para aprovechar las ventanas comerciales cuando la oferta local en países importadores es baja. Los mercados con mayor consumo de arándanos frescos se encuentran en el hemisferio norte, donde la producción es entre marzo y agosto (Minagri, 2016). Esto crea una oportunidad para las exportaciones peruanas, ya que el país puede producir arándanos durante todos los meses. Sin embargo, a pesar del éxito en las exportaciones, persisten desafíos como la necesidad de mejorar la logística para garantizar que los arándanos lleguen en óptimas condiciones al mercado británico, que exige alta frescura y calidad. Además, se requiere diversificar las variedades de arándanos para satisfacer mejor las preferencias de los consumidores en el Reino Unido, invirtiendo en investigación y desarrollo para mantenerse competitivos.

Por lo tanto, la presente investigación busca identificar cuáles son los factores de competitividad en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del reino unido, 2020-2022. De acuerdo a ello, se presentan algunas investigaciones realizadas las cuales vienen hacer el sustento y soporte del presente trabajo de investigación.

ANTECEDENTES

Para consolidar el análisis de los factores de competitividad en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del reino unido, se fundamenta en estudios previos. A nivel nacional, se han realizado diversos estudios relacionados, los cuales se detallan a continuación:

Cortegana Goñas (2021) se propuso determinar los factores económicos que influyen en las exportaciones de castaña amazónica desde el departamento de Madre de Dios hacia Estados Unidos durante el periodo 2015-2020. La investigación fue de tipo aplicada y descriptiva, con un diseño no experimental longitudinal. Se utilizaron datos secundarios sobre las exportaciones de castañas, los cuales fueron analizados mediante técnicas de regresión y análisis de tendencias. Los principales factores evaluados incluyeron la producción de competidores, la variación del tipo de cambio y la producción interna de castaña en Perú. Los resultados revelaron que el tipo de cambio fue un factor determinante, representando el 65.7% de la variabilidad en las exportaciones, mientras que la producción interna mostró un crecimiento del 27.1% en el periodo analizado. Además, la competencia internacional registró un aumento significativo del 60.3%. Se concluyó que los factores económicos, especialmente el tipo de cambio y la competencia global, tienen un impacto crucial en el comportamiento de las exportaciones de castaña hacia el mercado estadounidense. Se recomendaron políticas económicas que estabilicen estas variables para mantener la competitividad de la castaña peruana en el mercado de exportación.

Leyva Guerrero y Llapo De la Cruz (2023) analizaron los factores económicos que influyen en la participación de Perú en el mercado mundial del arándano durante el periodo 2011-2021. La investigación se desarrolló con un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental, utilizando análisis documental de datos estadísticos obtenidos de bases como TradeMap y el Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (Siicex). Se evaluaron variables económicas como el tipo de cambio, los precios internacionales y el índice de competitividad global. Los resultados mostraron que, a pesar de las dificultades del COVID-19, Perú logró posicionarse como el primer exportador mundial de arándanos, alcanzando un crecimiento del 20% en el último año del estudio. Sin embargo, se observó una caída del 28.02% en los precios internacionales y un incremento del

tipo de cambio a S/ 3.80. El índice de competitividad también mejoró, situando a Perú en el puesto 54 a nivel mundial en 2022. Se concluyó que la estabilidad del tipo de cambio y la mejora de la competitividad son esenciales para mantener el liderazgo de Perú en el mercado global del arándano, recomendándose estrategias para mitigar las fluctuaciones económicas internacionales.

Castillo Cárdenas y Navarrete Villegas (2022) se plantearon como objetivo analizar los factores de producción que influyen en la exportación de arándanos de La Libertad a Tailandia durante el periodo 2017-2021. La metodología utilizada fue de tipo aplicada con un enfoque cuantitativo y diseño no experimental, trabajando con datos secundarios recopilados de instituciones como el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y PromPerú. Los instrumentos consistieron en fichas de análisis documental que registraron el rendimiento productivo, costos operativos y tecnología empleada. Los resultados mostraron que el uso de tecnologías avanzadas en la producción de arándanos incrementó la eficiencia en un 35.8%, mientras que la optimización de los costos de riego y fertilización mejoró la rentabilidad en un 28.4%. Se concluyó que la aplicación de innovaciones tecnológicas y la gestión eficiente de recursos naturales son determinantes para aumentar la competitividad en el mercado internacional, sugiriendo que se implementen estrategias sostenibles que aseguren un crecimiento continuo en las exportaciones.

Ames Segura y Estrada Lava (2021) se plantearon como objetivo determinar la influencia de la gestión estratégica de los factores de producción en la exportación de arándanos de la región La Libertad en el año 2020. La metodología aplicada fue cuantitativa, con un diseño no experimental y de corte transversal, empleando un análisis documental basado en datos estadísticos de productividad agrícola y costos de insumos. Se utilizaron fichas de análisis para evaluar variables como el rendimiento por hectárea y la inversión en tecnología agrícola. Los resultados

indicaron que una gestión estratégica efectiva de los recursos incrementó la productividad hasta un 47.2%, destacando el impacto positivo de la mecanización y la gestión del agua. Concluyeron que optimizar los factores de producción es clave para mejorar la competitividad de las exportaciones de arándanos, y recomendaron políticas que promuevan la inversión en tecnología y capacitación agrícola.

Balcázar Ortiz y Villanueva Vásquez (2022) se plantearon como objetivo identificar los factores limitantes que influyeron en la exportación de café orgánico de Cajamarca a Estados Unidos en el contexto del COVID-19, durante el periodo 2020-2021. La investigación fue aplicada, con un enfoque cuantitativo y diseño no experimental, utilizando datos secundarios provenientes de entidades como el Ministerio de Agricultura y el Servicio Nacional de Sanidad Agraria. Se utilizaron fichas documentales para analizar variables como las interrupciones en la cadena de suministro y los costos adicionales por protocolos sanitarios. Los resultados revelaron que las restricciones logísticas aumentaron los costos operativos en un 22.6%, mientras que la adaptación a nuevas normativas sanitarias generó una reducción del 15.4% en la eficiencia productiva. Concluyeron que las dificultades derivadas de la pandemia afectaron significativamente las exportaciones, subrayando la necesidad de mejorar la resiliencia de la cadena de suministro y desarrollar planes de contingencia para futuros escenarios de crisis.

Aguilar Mendoza y Dávila Castillo (2021) se plantearon como objetivo analizar el impacto de la logística internacional en las exportaciones de arándanos peruanos durante la pandemia de COVID-19 en el año 2020. La metodología fue de tipo aplicada, con un enfoque cuantitativo y diseño no experimental, utilizando como fuente de información registros documentales de entidades como la Asociación de Productores de Arándanos del Perú y PROMPERÚ. Se emplearon fichas de análisis documental para evaluar variables como los tiempos de envío, costos

logísticos y eficiencia en las cadenas de distribución. Los resultados mostraron que las restricciones sanitarias y los cambios en las rutas internacionales aumentaron los costos de transporte en un 30.5% y generaron retrasos en un 18.7% de los envíos programados. Además, se identificó una disminución del 12.4% en la eficiencia logística general debido a las limitaciones de capacidad portuaria. Se concluyó que la logística internacional enfrentó desafíos significativos, afectando negativamente la competitividad de las exportaciones de arándanos. Se recomendó fortalecer la infraestructura logística y desarrollar estrategias de diversificación de rutas para mitigar impactos futuros.

Medina Cabrera (2022) evaluó la producción nacional de arándano azul en Perú y su potencial de exportación hacia mercados internacionales en el año 2021, con un enfoque en identificar oportunidades y desafíos. La investigación se llevó a cabo con un enfoque descriptivo, utilizando análisis documental y entrevistas a productores y exportadores del sector. Se recopilaron datos de informes oficiales y bases de datos nacionales para evaluar el rendimiento del sector. Los hallazgos revelaron que Perú se consolidó como el segundo mayor exportador mundial de arándanos en 2021, con un crecimiento del 27% en volumen exportado en comparación con el año anterior. Sin embargo, también se identificaron desafíos significativos, como la necesidad de garantizar la sostenibilidad de la producción y diversificar los mercados internacionales para reducir la dependencia de destinos tradicionales, como Estados Unidos y Europa. La investigación concluyó que, aunque el sector de arándanos ha experimentado un crecimiento notable, es crucial implementar estrategias que aborden los problemas de sostenibilidad y diversificación de mercados. Esto permitirá mantener la competitividad de la industria a largo plazo, asegurando que la producción peruana de arándanos siga siendo un actor relevante en el ámbito global.

Rodríguez Q., J. V. (2021) se centró en diseñar un proyecto para potenciar la distribución de productos agrícolas inocuos de la empresa Fresh Veggies, con el objetivo de aumentar su penetración en el mercado internacional. La investigación fue aplicada, con un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental. La muestra incluyó datos de ventas y encuestas dirigidas a clientes actuales y potenciales en mercados internacionales. Los instrumentos utilizados fueron encuestas y análisis de ventas. Los resultados indicaron que la implementación del plan de marketing generó un incremento del 45% en las exportaciones de la empresa durante el primer año, además de un aumento del 60% en la percepción de calidad y seguridad de los productos. La conclusión principal fue que un plan de marketing bien estructurado, enfocado en la inocuidad y calidad del producto, es esencial para mejorar la competitividad y aumentar las exportaciones de productos agrícolas. En comparación con otros mercados exitosos, este estudio resalta la importancia de priorizar la calidad y seguridad del producto.

De igual manera, se han identificado diversas investigaciones previas a nivel local relacionados con esta investigación, los cuales se enumeran a continuación:

Magán (2022) tuvo como prioridad analizar las estrategias comerciales que fomentaron el aumento de las exportaciones de los principales productos agrícolas peruanas durante el período 2020-2021. La investigación fue aplicada, con un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental. La muestra incluyó datos de exportación de los productos agrícolas más importantes, utilizando como instrumentos el análisis de registros de exportación y entrevistas a expertos del sector. Los resultados revelaron que las empresas agrícolas que adoptaron tácticas comerciales como el Diamante de Porter y el Marketing Mix (Las 4p) lograron una mejora moderada en su competitividad en los mercados internacionales. Además, se destacó la importancia de diversificar los mercados y mejorar la logística. Según los datos estadísticos, las exportaciones de arándanos

aumentaron ligeramente en un 1% en comparación con 2020, alcanzando un valor FOB de 101,801,516.63 dólares en 2021, impulsado por una mayor producción y la aplicación de estrategias comerciales efectivas. Se concluyó que la implementación de estrategias comerciales adecuadas es clave para el crecimiento de las exportaciones agrícolas, especialmente en mercados altamente competitivos. Este estudio enfatiza la necesidad de desarrollar y aplicar estrategias comerciales innovadoras para mantener una ventaja competitiva en el contexto global.

Fuentes Regal y Huarcaya Rodríguez (2019) se propusieron analizar los factores que influyen en la evolución de las exportaciones de arándanos frescos peruanos, bajo la partida arancelaria 081040, hacia los Países Bajos durante el periodo 2012-2017. La investigación utilizó una metodología de enfoque cualitativo, con un diseño no experimental y alcance descriptivo. Se realizaron entrevistas a expertos en exportación agrícola y un análisis documental de datos obtenidos de fuentes oficiales como PROMPERÚ y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Los resultados destacaron que la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Perú y la Unión Europea facilitó el acceso al mercado neerlandés, contribuyendo a un incremento del 132% en las exportaciones durante el periodo de estudio. Asimismo, se encontró que el cumplimiento de estándares internacionales de calidad e inocuidad alimentaria, como GlobalG.A.P. y HACCP, mejoró la competitividad del producto peruano en Europa, garantizando su aceptación por parte de los importadores. Se concluyó que la combinación de políticas comerciales favorables y la implementación de normas estrictas de calidad e inocuidad fueron determinantes para el crecimiento sostenido de las exportaciones de arándanos hacia los Países Bajos. Se recomienda seguir fortaleciendo la infraestructura logística y la capacitación en inocuidad para consolidar la posición de Perú en el mercado global.

Huapaya Mendoza (2018) se propuso identificar los factores logísticos a considerar para la exportación de arándanos frescos al mercado alemán en el año 2017. La investigación se enmarcó en un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental, basándose en datos obtenidos de informes logísticos y entrevistas a expertos del sector agroexportador. Se utilizaron fichas de análisis para medir variables como los costos de transporte, el tiempo de tránsito y la gestión de la cadena de frío. Los resultados revelaron que una gestión eficiente de la cadena de frío contribuyó a una mejora del 25% en la calidad del producto exportado, mientras que la optimización de las rutas de transporte redujo los costos logísticos en un 15.3%. Se concluyó que la gestión logística es un factor clave para garantizar la competitividad en el mercado internacional, destacando la importancia de mantener estándares elevados en la cadena de frío y buscar soluciones innovadoras en el transporte para asegurar la frescura de los arándanos exportados.

Moreno Zorrilla y Sernaque Loayza (2021) se propusieron evaluar las estrategias promocionales implementadas para la exportación de arándanos en la región de La Libertad, Perú, durante los años 2019 y 2020. La investigación fue de carácter cuantitativo y tuvo un diseño no experimental. El muestreo se basó en datos sobre la exportación de arándanos, utilizando encuestas y análisis de registros de exportación como instrumentos. Los resultados indicaron que las estrategias de promoción aplicadas lograron un incremento del 50% en las exportaciones de arándanos. También se observó una mayor visibilidad del producto y una mejora considerable en la percepción de los usuarios finales. Las conclusiones destacaron que las estrategias promocionales adecuadas son esenciales para incrementar las exportaciones y mejorar el alto nivel considerable de competitividad en los mercados internacionales. Este estudio enfatiza la relevancia de las actividades promocionales para incrementar el reconocimiento y la demanda de productos agrícolas en mercados extranjeros.

BASES TEÓRICAS

El estudio analizó los indicadores fundamentales de los factores de competitividad en el sector agroexportador, enfocándose en cómo los factores económicos, productivos, logísticos y de inocuidad afecta la capacidad de una empresa para ingresar y expandirse en mercados extranjeros. La investigación proporcionó una visión integral sobre la importancia de analizar los factores de competitividad adaptado como un factor crucial para el éxito en la expansión internacional de empresas de productos agrícolas, subrayando la necesidad de contar con una estrategia integrada y flexible que responda a las cambiantes condiciones del mercado global.

La teoría de la competitividad destaca la importancia de desarrollar factores productivos y habilidades esenciales en economías con niveles de desarrollo limitados. En este contexto, Porter (1990) define la competitividad como la capacidad de mantener y aumentar la participación en mercados internacionales, mientras se mejora de manera simultánea el nivel de vida de la población. Esto implica no solo un enfoque en la expansión de la presencia en el comercio global, sino también en asegurar beneficios tangibles para la sociedad mediante un desarrollo económico sostenible y equitativo.

Factores económicos

Los factores económicos abarcan actividades que impulsan la capacidad productiva de bienes y servicios dentro de una economía. Estas actividades están compuestas por variables que influyen en el bienestar económico de las personas, contribuyendo a la estabilidad general de los individuos y, en consecuencia, de la sociedad en su conjunto. Estas variables desempeñan un papel clave en la solidez y el crecimiento económico, afectando la calidad de vida y las condiciones económicas en las que las personas desarrollan sus actividades cotidianas.

Según Marcione da Costa (2017), los factores económicos pueden clasificarse en dos categorías: los factores permanentes y los temporales. Los factores permanentes están vinculados al nivel de desarrollo económico y al entorno socioeconómico de las naciones donde operan las empresas, destacando aspectos que influyen de manera constante en el desempeño económico. En contraste, los factores temporales se relacionan con situaciones económicas coyunturales, como la balanza de pagos, el tipo de cambio y las ventas internacionales, que reflejan las transacciones entre países y pueden variar con el tiempo. En este contexto, el volumen de exportaciones se refiere a un índice que mide la cantidad exportada en función de indicadores establecidos por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), comparando el valor exportado con el valor unitario. Por otro lado, el valor de exportaciones representa el monto económico solicitado por el importador en compensación por el producto exportado, considerando todos los costos asociados con su producción y comercialización.

Factores Productivos

Los factores de producción son los recursos disponibles que se transforman para hacer posible la producción de bienes y servicios. Estos factores son esenciales y se dividen en cuatro categorías principales: tierra, trabajo, capital y empresarial. Cada uno contribuye al proceso productivo, y cualquier impacto negativo en su utilización puede tener repercusiones directas en la economía de un país.

El libro ICSE Question Bank Class (Board) también clasifica los factores de producción en los mismos cuatro ejes: tierra, capital, empresarial y trabajo. Describe la tierra como los recursos naturales que, al transformarse, proporcionan más recursos, destacando que su productividad se ve afectada por factores como la calidad, la ubicación, las políticas gubernamentales, los sistemas de

irrigación, y los métodos de uso y cultivo adecuados. El trabajo se define como el esfuerzo físico, mental e intelectual necesario para producir bienes y servicios. El capital se considera imprescindible para la producción, ya que forma parte de la riqueza de un país, con características como ser un factor pasivo, generado por el ser humano, prospectivo, depreciable y productivo. Finalmente, el factor empresarial se refiere al empresario, quien tiene la capacidad y deseo de establecer, administrar y hacer crecer un negocio, asumiendo riesgos para obtener beneficios y aportando innovación al mercado.

Por su parte, el Libro de Economía de Parkin (2018) también identifica cuatro factores de producción: trabajo, capital, recursos naturales y habilidades empresariales. El trabajo comprende el esfuerzo físico y mental de las personas involucradas en la producción de bienes y servicios. El capital se refiere a los activos como maquinaria, herramientas y edificios utilizados en la producción. Los recursos naturales incluyen elementos proporcionados por la naturaleza, como tierras agrícolas y recursos no renovables como el petróleo y el gas. Las habilidades empresariales, en cambio, no se comercializan, ya que los empresarios son quienes toman decisiones cruciales, asumiendo tanto las ganancias como las pérdidas derivadas de su gestión empresarial.

Condiciones Logísticas

La Logística Internacional se entiende como la ciencia que estudia la organización y estructura de las actividades necesarias para asegurar que los resultados de un proceso sean adecuados y eficientes. Asimismo, se define como el conjunto de actividades relacionadas con el suministro de materias primas a las organizaciones para que puedan producir bienes o servicios destinados a la exportación (Molins, 2011).

En cuanto a los procesos logísticos, Chopra y Meindl (2013) explican que la logística de

suministros incluye áreas clave encargadas del movimiento de bienes desde la adquisición de la materia prima hasta la entrega al consumidor final. Estas áreas comprenden la compra, selección, planificación de la producción, control de inventarios, almacenamiento y servicio al cliente. Además, conceptos importantes relacionados con los procesos logísticos incluyen la cadena de suministro y la cadena logística. Anaya y Polanco (2007), en su investigación “Innovación y mejora de procesos logísticos”, describen la cadena de suministro como una red que involucra al proveedor, fabricante, almacenista, operador logístico, distribuidor, instalador y detallista, cada uno jugando un papel esencial en la producción y distribución. Definen la cadena logística como un sistema estrechamente vinculado a las empresas, siguiendo una secuencia de etapas desde el manejo de insumos y procesos de transformación hasta la producción final y distribución. Finalmente, el ciclo de aprovisionamiento se refiere al proceso de obtener y poner a disposición materiales y componentes necesarios para los procesos productivos en fábricas o talleres (Anaya y Polanco, 2007).

Condiciones de Inocuidad

Para el Sr. Alberto Ruíz, quien es auditor y consultor especializado en certificaciones, la implementación de la certificación fitosanitaria es un factor crucial para las exportaciones, ya que los países de destino buscan protegerse de la entrada de plagas a través de estrictos protocolos fitosanitarios. En el caso específico del Reino Unido, los estándares son elevados, exigiendo que los proveedores de arándanos cuenten con certificaciones que garanticen la inocuidad del producto. Este término hace referencia a las buenas prácticas agrícolas y la implementación del sistema HACCP, el cual es reconocido a nivel mundial y obligatorio por ley en Perú para asegurar la seguridad alimentaria. Estas certificaciones regulan el proceso de exportación, de modo que ningún productor puede enviar arándanos sin haberlas obtenido primero. (citado por Fuentes y

Huarcaya, 2019)

En una entrevista con Jhon Sandoval, Gerente de Operaciones de Vision's, se enfatizó la importancia de la certificación fitosanitaria de SENASA para la exportación de productos agrícolas. A diferencia del Tratado de Libre Comercio (TLC), que se enfoca en reducir los aranceles, el Tratado Fitosanitario con la Unión Europea, o el bloque económico en general, es esencial para permitir la entrada de productos como los arándanos. En el caso del Reino Unido, Mincetur y PromPerú elaboraron en 2020 la "Guía de Requisitos Sanitarios para Exportar Alimentos a la Unión Europea", que detalla regulaciones sobre contaminantes, límites de plaguicidas, controles de aditivos, higiene, adición de vitaminas y minerales, y requisitos de empaque y etiquetado. Marco Vinelli, economista de Minagri, destaca que, aunque un TLC pueda estar vigente con un país o bloque económico, no siempre implica un Tratado Fitosanitario para todos los productos agrícolas, lo cual es fundamental para asegurar la exportación de ciertos frutos. (citado por Fuentes y Huarcaya, 2019)

Con base en la teoría sobre la variable de factores de competitividad, se logró plantear la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los factores de competitividad en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020 - 2022?

Dentro de los problemas específicos tenemos: ¿Cómo es el factor económico en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020 - 2022?

¿Cómo es el factor productivo en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020 - 2022?

¿Cuáles son las condiciones de inocuidad en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020 - 2022?

¿Cuáles son las condiciones logísticas en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020 - 2022?

Dentro de lo objetivos tenemos en primer lugar el objetivo general: Analizar los factores de competitividad en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020-2022.

Seguido por los objetivos específicos: Evaluar el factor económico en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020-2022.

Analizar el factor productivo en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020-2022.

Describir las condiciones de inocuidad en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020-2022.

Identificar las condiciones logísticas en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020-2022.

JUSTIFICACIÓN

A continuación, se presenta la justificación teórica reformulada: En el contexto actual, las empresas que participan en el comercio internacional, especialmente en el sector agrícola, enfrentan la necesidad de mejorar sus factores de competitividad al acceder a mercados globales. Los efectos de la pandemia han destacado la importancia de implementar estrategias que

incrementen la competitividad, abarcando elementos como los factores económicos, productivos, logísticos y de inocuidad. Estas estrategias permiten a las organizaciones optimizar aspectos fundamentales como la calidad del producto, la eficiencia en la distribución, los precios competitivos y las condiciones de seguridad alimentaria, asegurando que los productos cumplan con las exigencias del mercado objetivo y las expectativas de los consumidores internacionales. Medeiros (2019) señala que la competitividad puede comprenderse a través de distintos conceptos e indicadores que afectan directamente el progreso de un país. Esta relación se observa en el desempeño de las exportaciones industriales, las cuales impactan positivamente en el crecimiento del producto bruto interno. Como consecuencia, un mayor índice de competitividad contribuye tanto a la reducción de desigualdades como al aumento del bienestar general de la población. De este modo, la mejora en la competitividad de una nación se traduce en un fortalecimiento económico y social significativo.

En el caso de las empresas agroexportadoras de arándanos, analizar los factores de competitividad es crucial debido al incremento en la demanda nacional e internacional de estos productos. La Unión Europea se ha consolidado como uno de los fundamentales destinos de exportación de productos agroalimentarios de América Latina, y los arándanos han ganado popularidad entre los consumidores europeos por sus beneficios para la salud y su calidad. En 2022, las exportaciones de arándanos hacia Europa representaron una parte importante del total de exportaciones agroalimentarias, con un incremento anual del 15% y 12%, respectivamente (FAO, 2022). Este estudio brindará a las empresas agroexportadoras una visión integral de la efectividad de impulsar los factores económicos, productivos, logísticos y de inocuidad, ayudándolas a identificar áreas de mejora y optimizar su desempeño en el mercado europeo.

En cuanto a la justificación valorativa, el principal propósito de esta investigación es resaltar la relevancia y los beneficios de implementar estrategias eficaces en las empresas. Este estudio contribuirá al análisis de las exportaciones desde una perspectiva de competitividad, mostrando cómo estos factores pueden mejorar las condiciones de las empresas. Al identificar las áreas donde las empresas pueden optimizar su desempeño, se facilita el cumplimiento de objetivos tanto a nivel nacional como en el proceso de internacionalización.

Desde una justificación práctica, esta investigación tiene como objetivo proporcionar a las empresas agroexportadoras un análisis detallado sobre los factores de competitividad, lo que les permitirá detectar áreas de mejora y maximizar su rendimiento en el mercado europeo. A nivel social, este estudio también contribuirá al desarrollo sustentable y al reforzamiento de la competitividad de las comunidades rurales de América Latina, que dependen en gran medida de la agroexportación. Una mayor efectividad en el impulso de estos factores podría traducirse en un aumento de ingresos para los agricultores y trabajadores del sector, mejorando su calidad de vida. Asimismo, al comprender mejor las preferencias del mercado europeo, las empresas podrán desarrollar productos que no solo satisfagan las expectativas de los consumidores, sino que también promuevan prácticas agrícolas sostenibles, alineándose con los objetivos de desarrollo sostenible ejecutados por ONU (ONU, 2019). Esto es singularmente relevante en el contexto actual, donde los consumidores europeos valoran cada vez más los productos éticos y sostenibles.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

2.1.1 Enfoque

Para este trabajo se consideró un método cuantitativo, que según (Cuevas, Hernández-Sampieri, Méndez, & Mendoza, 2016) permite el análisis métrico de datos como estadísticas, porcentajes, etc.; con la finalidad de proporcionar ejemplos de variables y situaciones. De manera similar, se utilizan diseños no experimentales porque se caracterizan por la recopilación de datos en un punto en el tiempo. Las variables no se manipulan, solo se observan cuando aparecen en su contexto habitual. Además, Cohen y Gómez (2019) argumenta que en una investigación no experimental no se pueden controlar las variables porque ningún estímulo influye en el comportamiento de la muestra.

2.1.2. Diseño

La presente investigación adopta un enfoque descriptivo. Los diseños descriptivos se enfocan en identificar la incidencia de las variables, estableciendo situaciones, contextos o fenómenos a través de ellas y ofreciendo una descripción detallada de los mismos. Por lo tanto, esta investigación tiene un carácter descriptivo. Es relevante señalar que los estudios descriptivos no requieren una hipótesis, ya que en este tipo de investigación es complicado determinar el valor de una variable (Fernández, Hernández, & Baptista, 2014).

Tomando en cuenta las definiciones expuestas anteriormente, se puede afirmar que la presente investigación es de tipo descriptiva, ya que busca describir los factores de competitividad en el sector agroexportador de arándanos peruanos al Reino Unido.

2.1.3. Tipo

El estudio es de tipo bibliográfico, ya que implicará una recopilación exhaustiva de la literatura existente y de investigaciones relacionadas, lo que permitirá realizar una evaluación crítica de los factores de competitividad actuales y su efectividad. Este enfoque es fundamental para identificar brechas, tendencias y oportunidades en el área de estudio, ofreciendo una base sólida para aplicar y evaluar nuevas estrategias dentro de un marco teórico bien definido (Silverman, 2017). La investigación bibliográfica se distingue por utilizar datos secundarios como fuentes de información, y su primordial ventaja arraiga en su capacidad para abarcar una amplia variedad de fenómenos, cubriendo una realidad espacio-temporal mucho más extensa.

2.2 Población y muestra (Materiales, instrumento y métodos)

2.2.1. Población

La población determinada de un estudio puede estar compuesta por animales, personas, instituciones, objetos, entre otros, y los componentes deben compartir características semejantes. López (2004), indica que solo existen dos tipos de población: finita e infinita. Un aspecto clave que se debe considerar en una población es la homogeneidad, lo que implica que todos los miembros deben poseer características comunes en función de las variables estudiadas (Villasís, Arias y Miranda, 2016).

La presente investigación considera como población a todas las unidades de análisis o revisión documental relacionadas con estudios, informes, y documentos técnicos que hacen referencia a las exportaciones de arándanos peruanos dirigidas al mercado del Reino Unido durante el periodo de estudio comprendido entre 2020 y 2022. Esta población abarca una amplia variedad de fuentes que proporcionan información relevante sobre tendencias de exportación, factores productivos, condiciones logísticas, condiciones de inocuidad, y factores económicos que afectan

el comercio de arándanos, con el fin de garantizar un análisis integral y basado en evidencia.

2.2.2. Muestra

Se empleó el método no probabilístico por conveniencia en este estudio, seleccionando aquellos documentos o fuentes secundarias de bases de datos como TradeMap y Promperú que son accesibles y que consienten en participar, además que presenten información relevante de niveles significativos de producción y exportación, y que son reconocidas a nivel internacional (Otzen y Manterola, 2017).

La muestra de la presente investigación está conformada por un conjunto de documentos seleccionados de manera rigurosa y obtenidos de bases de datos oficiales y confiables, como las proporcionadas por la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Prom Perú) y el Centro de Comercio Internacional (TradeMap). Estos documentos incluyen reportes de exportación, estudios de mercado, análisis de precios, producción nacional, y datos estadísticos que permitirán evaluar detalladamente las dinámicas de las exportaciones de arándanos hacia el Reino Unido. La selección de estas fuentes garantiza la relevancia y precisión de los datos recopilados, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos planteados en la investigación.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

2.3.1. Técnicas

La técnica aplicada en el desarrollo de la recolección de información fue el análisis documental. Según Martínez (2004), esta técnica permitió evaluar tanto la funcionalidad como la credibilidad de los datos presentes en los documentos seleccionados, especialmente los datos estadísticos utilizados en el estudio. El análisis documental facilitó la sistematización y evaluación de la información, asegurando que los datos cumplieran con los criterios de autenticidad,

credibilidad, representatividad y relevancia en relación con las categorías del estudio. Esto permitió realizar deducciones lógicas y fundamentadas sobre el problema de investigación (Briggs, Coleman & Morrison, 2012). Así, el análisis documental se destacó como el método más adecuado para examinar las evidencias obtenidas de los documentos recopilados.

Además, esta técnica incluye la selección y recopilación de documentos informativos que reflejan con precisión la realidad de una situación, mediante la lectura y crítica de textos. También contempla el uso de fuentes secundarias digitales para reunir datos y estadísticas relevantes al fenómeno investigado, se utilizará como fuentes principales a los registros de PromPerú, TradeMap, entre otros.

2.3.2. Instrumentos

El instrumento empleado en el desarrollo de esta investigación es la “Ficha de Registro de Datos”. Este instrumento ha sido diseñado para registrar y organizar de manera sistemática la información obtenida de diversos documentos relevantes a los factores de competitividad en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020-2022.

La ficha se estructura en varias secciones clave: identificación del documento (incluyendo título, autor, fecha y tipo de documento), el contexto y objetivos del documento, contenido relevante respecto a los factores de competitividad, resultados y conclusiones, así como un espacio para observaciones adicionales. Este tipo de instrumento permite la sistematización de datos cualitativos, facilitando su análisis posterior (Lauren Stewart, 2024).

2.3.3. Procedimiento de recolección de datos

El Procedimiento de Recolección de Datos se desarrolló en base a un Análisis Documental, un método que consiste en la evaluación sistemática de documentos existentes con el fin de extraer información relevante y contextualizada sobre el tema de estudio. Este proceso implicó varias etapas:

2.3.3.1. Se investigaron los factores de competitividad en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido en el periodo 2020-2022, identificando aquellos con mayor impacto, como los factores económicos, factores productivos, condiciones logísticas y condiciones de inocuidad.

2.3.3.2. Se descargó la data de exportaciones obtenida a través de TradeMap, para luego realizar el tratamiento de los datos, que incluyeron cantidades en kilogramos, valor FOB total y unitario.

2.3.3.3. Se armaron tablas para definir los principales puntos a nivel nacional por donde se exportan, tomando en cuenta el valor FOB y peso, en cuestión únicamente al Reino Unido.

2.3.4. Aspectos éticos

Esta investigación se desarrolló en base a los lineamientos de la sexta edición de los estándares establecidos por la American Psychological Association (APA) para las citas bibliográficas y la redacción utilizada en este estudio. Se garantizó la ausencia de plagio, respetando los principios de honestidad y objetividad. Además, se asegura que la información presentada es precisa, lo que permite obtener resultados fiables y coherentes, contribuyendo de manera significativa a la comunidad académica.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Evaluar el factor económico en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020-2022.

Indicador #1: ¿Cuál fue el precio promedio al que se vendieron los arándanos en el mercado del Reino Unido en cada año del periodo 2020-2022?

Tabla 1

Precio Promedio de Exportación de Arándanos al mercado del Reino Unido

Años	Volumen Exportado (Millones)	Valor Exportado (Millones)	Precio Promedio
2020	10.702	68.872	6.435
2021	11.058	67.082	6.066
2022	13.610	71.311	5.240
Promedio	11.790	69.088	5.914

Nota: De acuerdo al Análisis Estadístico 2020 – 2022 elaborado por TradeMap.

Durante el periodo 2020-2022, las exportaciones de arándanos peruanos al Reino Unido experimentaron un aumento continuo en volumen, pero presentaron variaciones en el valor exportado y el precio promedio. En 2020, se exportaron 10.702 millones de toneladas, generando un valor de 68.872 millones de dólares, con un precio promedio de 6.435 USD por kilogramo. Este año se caracterizó por una combinación favorable entre el volumen exportado y el precio. En 2021, aunque el volumen exportado aumentó a 11.058 millones de toneladas, el valor total de las exportaciones disminuyó a 67.082 millones de dólares, lo que resultó en una reducción del precio promedio a 6.066 USD por kilogramo. Este comportamiento puede reflejar la influencia de

factores como la competencia o un aumento en la oferta. En 2022, el volumen exportado alcanzó los 13.610 millones de toneladas, y la utilidad de las exportaciones se recuperó a 71.311 millones de dólares, con un precio promedio de 5.240 USD por kilogramo. A pesar de esta recuperación, el precio promedio se mantuvo por debajo del nivel de 2020 y 2021, lo que sugirió una estabilización del mercado con márgenes ajustados. En general, el análisis muestra un incremento en el volumen exportado, acompañado de fluctuaciones en los precios promedio y el valor total de las exportaciones.

Indicador #2: ¿Cómo se compara el precio de exportación de arándanos de Perú con el de otros países exportadores al Reino Unido en cada año del periodo 2020-2022?

Tabla 2

Comparación de precios promedios de exportación

Años	Perú	Chile	Sudáfrica	España
2020	6.435	5.524	7.112	6.457
2021	6.066	5.586	7.662	7.400
2022	5.240	5.488	5.822	6.199
Promedio	5.914	5.533	6.865	6.685

Nota: De acuerdo al Análisis Estadístico 2020 – 2022 elaborado por TradeMap.

El análisis de los precios promedio de exportación de arándanos al mercado del Reino Unido para Perú, Chile, Sudáfrica y España durante el periodo 2020-2022 evidenció variaciones significativas entre estos países. Perú, que compitió directamente con Chile en el mercado británico, experimentó un descenso en su precio promedio de 6.435 USD por kilogramo en 2020 a 5.240 USD en 2022, lo que implicó una disminución del 18.6% en dicho período. Esta tendencia se relacionó con el incremento en el volumen de exportación, lo que generó una presión a la baja

en los precios debido a una oferta más abundante. Chile, por su parte, mantuvo precios relativamente estables, fluctuando ligeramente entre 5.524 USD en 2020 y 5.488 USD en 2022. A pesar de esta estabilidad, el país registró una ligera baja en su precio promedio, reflejando una competencia intensificada en el mercado o una reducción en la demanda.

Sudáfrica presentó los precios más altos entre los países analizados, alcanzando 7.662 USD por kilogramo en 2021, el valor más elevado registrado en el periodo. Sin embargo, para 2022, su precio disminuyó a 5.822 USD, lo que representó una caída del 24%, vinculada a cambios en la calidad del producto o en la estructura de costos. Por otro lado, España registró una ligera variación en sus precios promedio, con una reducción de 6.457 USD en 2020 a 6.199 USD en 2022, lo que evidenció una estrategia de precios más competitiva o ajustes en la estructura del mercado.

Indicador #3: ¿Cuál fue la variación del precio anual del arándano exportado al Reino Unido?

Tabla 3

Variación del precio promedio anual

País	2020	2021	Var. Porcentual	2021	2022	Var. Porcentual
Perú	6.435	6.066	-5.73%	6.066	5.240	-13.62%
Chile	5.524	5.586	1.12%	5.586	5.488	-1.75%
Sudáfrica	7.112	7.662	7.73%	7.662	5.822	-24.01%
España	6.457	7.400	14.60%	7.400	6.199	-16.23%
Promedio	5.155	5.391		5.391	4.928	

Nota: De acuerdo al Análisis Estadístico 2020 – 2022 elaborado por TradeMap.

El análisis de la variación porcentual en el precio anual de exportación de arándanos al Reino Unido durante el periodo 2020-2022 evidenció diferencias notables entre Perú y otros países exportadores como Chile, Sudáfrica y España. Perú registró una disminución en sus precios durante ambos periodos analizados. En 2021, el precio promedio de exportación disminuyó un 5.73% en comparación con 2020, pasando de 6.435 USD a 6.066 USD por kilogramo. Esta tendencia negativa se acentuó en 2022, cuando el precio promedio cayó un 13.62% adicional, situándose en 5.240 USD por kilogramo. Esta reducción significativa en el precio de exportación reflejó un entorno de mercado donde la oferta superó la demanda o donde las condiciones competitivas resultaron desfavorables para el país. Mientras tanto, Chile presentó un comportamiento más estable, con una ligera mejora en 2021, aumentando su precio promedio en un 1.12% respecto al año anterior. Sin embargo, en 2022, Chile también experimentó una disminución, aunque menos pronunciada, del 1.75%.

Por su parte, Sudáfrica y España presentaron incrementos en sus precios en 2021, con variaciones porcentuales positivas del 7.73% y 14.60% respectivamente. No obstante, ambos países enfrentaron reducciones significativas en 2022. Sudáfrica, que había alcanzado un precio promedio de 7.662 USD por kilogramo en 2021, sufrió la mayor caída entre los países analizados, con una disminución del 24.01% en 2022, ubicándose en 5.822 USD por kilogramo. España, a pesar de haber incrementado su precio en 2021, con un 14.60% de aumento, también experimentó una reducción del 16.23% en 2022, con un precio de 6.199 USD por kilogramo. Estas fluctuaciones reflejaron un mercado con condiciones cambiantes y desafíos significativos para los exportadores.

Analizar el factor productivo en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020-2022.

Indicador #4: ¿Cuál fue el valor de la producción nacional de arándanos en Perú?

Tabla 4

Valor total de producción nacional de Arándano.

AÑOS	2020	2021	2022
Miles de Dólares	1,002.975	1,201.363	1,323.384
Toneladas	162.174	205.831	275.575
Precio Referencial (General)	6.185	5.837	4.802
V% Crecimiento en Toneladas	32%	27%	34%

Nota: De acuerdo al Análisis Estadístico 2020 – 2022 elaborado por TradeMap.

El análisis de la producción nacional de arándanos en Perú durante los años 2020, 2021 y 2022 reveló un crecimiento sostenido tanto en el volumen de producción como en el valor económico de las exportaciones. En 2020, Perú exportó 162,174 toneladas de arándanos, generando un ingreso de 1,002.975 millones de dólares. El precio referencial general en ese año se situó en 6.185 USD por kilogramo. Este incremento en la producción continuó en 2021, con un crecimiento del 27% en volumen, alcanzando las 205,831 toneladas. El valor de las exportaciones también aumentó, registrando 1,201.363 millones de dólares, aunque el precio referencial descendió a 5.837 USD por kilogramo, lo que reflejó una mayor oferta en el mercado global.

En 2022, la tendencia de crecimiento en la producción se mantuvo, con un incremento del 34% en el volumen exportado, alcanzando las 275,575 toneladas. Este aumento en el volumen se tradujo en un valor total de exportaciones de 1,323.384 millones de dólares. Sin embargo, el precio referencial continuó descendiendo, situándose en 4.802 USD por kilogramo, lo que indicó una tendencia a la baja en los precios a medida que la producción aumentó significativamente.

Indicador #5: ¿Cuál fue la variedad de arándanos exportada al Reino Unido en los

años 2020 – 2022?

Tabla 5

Variedad de arándanos exportado en los años 2020 – 2021.

Variedad de Arándano	2020	2021
Biloxi	37%	32%
Ventura	33%	30%
Emerald	8%	7%
Rocio	6%	6%
Otros	16%	25%
TOTAL	100%	100%

Nota: De acuerdo a los datos estadísticos 2020 – 2021 elaborado por Proarándanos

El análisis de la composición de las variedades de arándano exportadas por Perú en los años 2020 y 2021 reveló cambios en la participación relativa de cada variedad en el mercado de exportación. En 2020, la variedad Biloxi predominó con el 37% del total de las exportaciones, seguida de cerca por la variedad Ventura, que representó el 33%. Estas dos variedades constituyeron el grueso de las exportaciones de arándano, con un 70% del mercado combinado. La variedad Emerald representó el 8% de las exportaciones, mientras que Rocío alcanzó el 6%. Las demás variedades, agrupadas bajo la categoría "Otros", sumaron un 16% del total exportado en ese año, lo que mostró una cierta diversificación dentro de la producción y exportación de arándanos en Perú.

En 2021, la estructura de exportación por variedad experimentó algunos ajustes. La variedad Biloxi mantuvo su liderazgo en el mercado, aunque su participación disminuyó a 32%. De manera similar, la variedad Ventura también redujo su participación al 30%. Estas

disminuciones se reflejaron en un aumento significativo de la categoría "Otros", que pasó del 16% en 2020 al 25% en 2021, lo que indicó una mayor diversificación en las variedades exportadas. Las variedades Emerald y Rocío mantuvieron participaciones relativamente estables, con un 7% y un 6%, respectivamente. En conjunto, estos datos reflejaron una tendencia hacia una mayor diversificación en las exportaciones de arándanos peruanos, con un incremento en la participación de otras variedades más allá de las tradicionales Biloxi y Ventura, que continuaron siendo las dominantes, pero con una menor concentración en comparación con el año anterior.

Indicador #6: ¿Cuál fue la variación del crecimiento potencial de la producción nacional de arándanos en el Perú?

Tabla 6

Valor de la producción nacional de Arándanos de Perú y competidores.

	PAÍS	2020	2021	2022
Perú	Miles de US\$	1,000.975	1,201.363	1,323.384
	Toneladas	162.174	205.831	275.575
Chile	Miles de US\$	527.006	563.609	508.644
	Toneladas	106.218	112.881	105.403
Sudáfrica	Miles de US\$	125.144	152.797	150.731
	Toneladas	18.072	21.890	26.912
España	Miles de US\$	432.31	602.736	493.447
	Toneladas	66.104	89.646	86.795

Nota: De acuerdo al Análisis Estadístico 2020 – 2022 elaborado por TradeMap.

El análisis comparativo del valor de la producción nacional de arándanos de Perú con otros países exportadores durante el periodo 2020-2022 reveló tendencias diferenciadas en términos de ingresos y volúmenes exportados. Perú consolidó su posición como el principal exportador, incrementando su valor de exportación de 1,000.975 millones de dólares en 2020 a 1,323.384 millones de dólares en 2022. Este crecimiento estuvo acompañado por un notable aumento en el volumen de exportaciones, pasando de 162,174 toneladas en 2020 a 275,575 toneladas en 2022, lo que reflejó la expansión continua de la capacidad productiva del país. Por otro lado, Chile, que en 2020 había exportado 527.006 millones de dólares en arándanos, experimentó un comportamiento fluctuante. En 2021, incrementó su valor exportado a 563.609 millones de dólares, pero en 2022 registró una disminución a 508.644 millones de dólares, con un volumen exportado que descendió de 112,881 toneladas en 2021 a 105,403 toneladas en 2022, indicando una posible reducción en la demanda o en la producción.

En cuanto a Sudáfrica, los valores de exportación crecieron de 135.391 millones de dólares en 2020 a 189.074 millones de dólares en 2022, aunque el volumen exportado mostró una tendencia decreciente, pasando de 81,301 toneladas en 2020 a 77,091 toneladas en 2022. Este comportamiento se dio por un enfoque en la exportación de productos de mayor valor unitario. España, por su parte, presentó un crecimiento en el valor de exportación de arándanos en 2021, alcanzando 602.736 millones de dólares, un aumento significativo respecto a los 432.31 millones de dólares de 2020. Sin embargo, en 2022, el valor exportado disminuyó a 493.447 millones de dólares, mientras que el volumen exportado también se redujo levemente a 86,795 toneladas. En resumen, Perú destacó como el líder en exportaciones de arándanos durante el periodo analizado, con un crecimiento constante tanto en valor como en volumen, mientras que los otros países

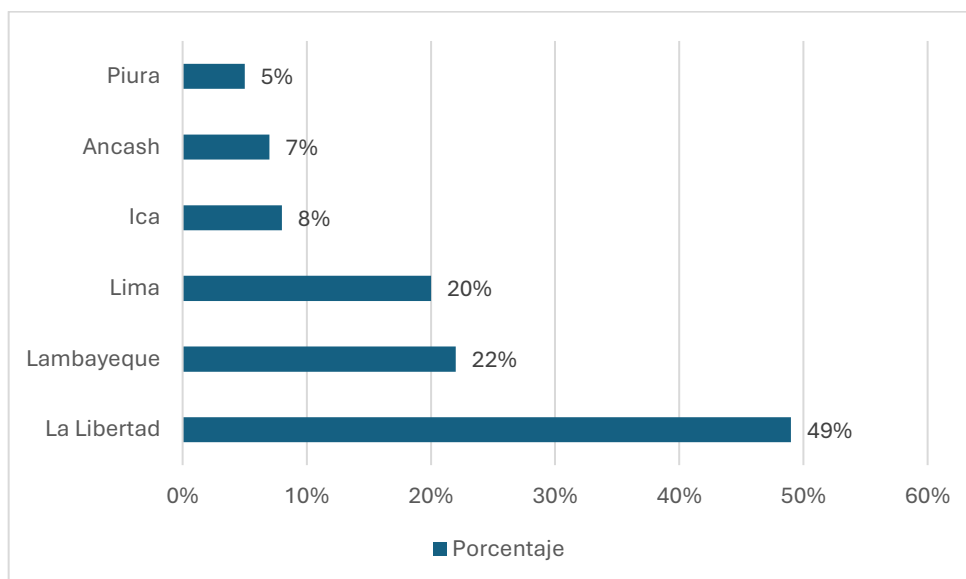
mostraron fluctuaciones en sus desempeños, reflejando diferentes dinámicas en sus mercados y estrategias de exportación.

Identificar las condiciones logísticas en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020-2022.

Indicador #7: ¿Cuáles fueron las principales ciudades productoras de arándanos en Perú durante la campaña 2020-2022?

Figura 1

Principales Ciudades Productoras de Arándanos en la campaña 2020 -2022



Nota: De acuerdo al Informe elaborado por El Peruano

El gráfico refleja una alta concentración en la producción de arándanos en Perú durante la campaña 2020-2022, destacando a la región de La Libertad como la productora principal con un 49% de la producción total. Este liderazgo se debe a las condiciones climáticas favorables y los avances tecnológicos en la agricultura, consolidando a La Libertad como el principal motor de la industria del arándano en el país. Lambayeque y Lima también juegan un papel importante, contribuyendo con un 22% y 20% respectivamente. Otras regiones como Ica, Áncash y Piura presentan porcentajes menores, con 8%, 7% y 5% respectivamente. El predominio de La Libertad no solo destaca su papel en la producción, sino también en las exportaciones, apoyado por una infraestructura de riego robusta y una capacidad técnica avanzada que otras regiones aún no han igualado. Aunque la producción se concentra en unas pocas regiones, se identifican oportunidades de crecimiento en lugares como Piura y Áncash, que, a través de inversiones estratégicas, han logrado obtener un mayor porcentaje de participación en el mercado global. Esto sugiere que, con un enfoque adecuado, estas regiones podrían mejorar su competitividad en la industria del arándano.

Indicador #8: ¿Cuál es la estacionalidad de la cosecha de Arándanos de Perú y de sus principales competidores?

Tabla 7

Estacionalidad de cosecha de Arándanos

PAÍS	ESTACIONALIDAD DE COSECHA											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
PERÚ												
CHILE												
ESPAÑA												
SUDÁFRICA												

Nota: De acuerdo a los datos elaborados por Basf, Serida, Minagri y PortalFruticola.

El análisis de la estacionalidad de la cosecha de arándanos de Perú y de sus principales competidores muestra variaciones significativas en los periodos de producción entre los países. Perú presenta un periodo de cosecha que abarca desde septiembre hasta enero, coincidiendo con parte del periodo de cosecha de Chile y superponiéndose parcialmente con la producción de otros competidores. Esta ventana de cosecha permite a Perú capitalizar la demanda de arándanos en el mercado global durante el final del año y principios del siguiente, cuando la oferta de otros países puede estar limitada o finalizando. Al tener un periodo de cosecha concentrado, Perú optimizó su producción y exportación en un lapso clave del año, posicionándose estratégicamente en el mercado.

Chile, en contraste, se caracteriza por una doble temporada de cosecha. Su producción se distribuye en dos periodos: de marzo a mayo y de septiembre a diciembre. Esta estructura permite a Chile tener una presencia en el mercado tanto al inicio como al final del año, superponiéndose con la producción de Perú en los meses de septiembre a enero. España, por su parte, tiene una temporada de cosecha más prolongada, que se extiende desde marzo hasta septiembre, lo que le permite cubrir el mercado durante la primavera y el verano en el hemisferio norte. Sudáfrica, con una ventana mucho más limitada de tres meses, concentró su producción entre abril y mayo, cubriendo un espacio temporal específico. Estas diferencias en la estacionalidad resaltan las estrategias de cada país para posicionar sus exportaciones en el mercado global, con Perú y Chile compartiendo parte de su temporada, mientras que España y Sudáfrica optan por cubrir periodos específicos y diferenciados del año.

Indicador #9: ¿Cuál es la disponibilidad de la oferta de arándanos en el Reino Unido?

Tabla 8*Disponibilidad de la oferta de arándanos en el Reino Unido*

Origen de Suministro	DISPONIBILIDAD EN EL REINO UNIDO											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
PERÚ							■	■				
CHILE	■	■	■	■						■	■	■
ESPAÑA				■	■	■						
SUDÁFRICA	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Nota: De acuerdo a los datos elaborados por Fresh Produce Journal y PromPerú

El análisis de la disponibilidad de la oferta de arándanos de Perú y de sus principales competidores en el Reino Unido muestra cómo los diferentes países cubrieron el mercado a lo largo del año, destacando las estrategias temporales de suministro. Perú tuvo una ventana de disponibilidad en los meses de julio y agosto, situándose como uno de los primeros en ingresar al mercado del Reino Unido con la nueva cosecha. Esta temprana disponibilidad le permitió a Perú captar la demanda inicial antes de que otros productores entraran en el mercado, posicionándose estratégicamente durante un periodo en el que la oferta global es limitada. Sin embargo, su ventana de oferta fue breve, lo que limitó su capacidad para sostener una presencia continua en el mercado a lo largo del año.

Chile, por otro lado, mantuvo una disponibilidad más amplia, cubriendo el mercado en dos periodos: de enero a abril y de octubre a diciembre. Esta estrategia permitió a Chile tener una presencia significativa tanto al inicio como al final del año, coincidiendo con la baja de otros competidores y maximizando su cobertura temporal en el mercado del Reino Unido. En contraste, España concentró su oferta de arándanos entre los meses de abril y junio, capturando el mercado durante la primavera europea. Sudáfrica, con una oferta disponible durante todo el año, presentó

una ventaja competitiva en términos de continuidad y capacidad para abastecer el mercado de manera sostenida. Esta disponibilidad constante le ayudó a Sudáfrica mantener una posición estable en el mercado, cubriendo cualquier brecha temporal dejada por otros productores y asegurando una presencia permanente en el Reino Unido.

Describir las condiciones de inocuidad en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020-2022.

Indicador #10: ¿Cuál fue la participación de mercado de Perú y de sus principales competidores en el Reino Unido durante el periodo 2020-2022?

Tabla 9

Participación de mercado de Perú y sus principales competidores en el Reino Unido

	PAÍS	2020	2021	2022	Promedio de Participación
Perú	Toneladas	10.401	11.033	14.965	
	Participación	19%	17%	25%	20%
Chile	Toneladas	7.41	9.566	8.474	
	Participación	13%	15%	14%	14%
Sudáfrica	Toneladas	5.996	5.919	7.283	
	Participación	11%	9%	12%	11%
España	Toneladas	13.576	13.275	9.517	
	Participación	24%	21%	16%	20%
Otros	Toneladas	18.179	23.802	20.391	
	Participación	33%	37%	34%	35%

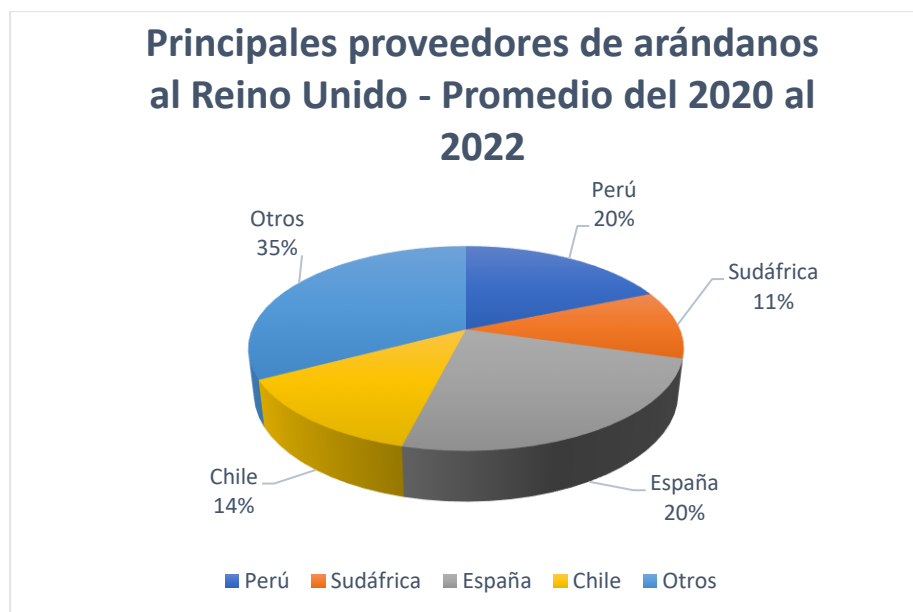
Total, Toneladas	55.562	63.595	60.630
-------------------------	--------	--------	--------

Nota: De acuerdo al Análisis Estadístico 2020 – 2022 elaborado por TradeMap.

El análisis de la participación de mercado de arándanos en el Reino Unido entre 2020 y 2022 revela fluctuaciones significativas entre los principales países exportadores. Perú mostró un crecimiento destacado en su participación de mercado, aumentando del 19% en 2020 al 25% en 2022. Este incremento se reflejó en el aumento del volumen exportado, pasando de 10,401 toneladas en 2020 a 14,965 toneladas en 2022, lo que posicionó a Perú como un actor clave en el mercado británico. En contraste, España, que inicialmente lideraba con una participación del 24% en 2020, experimentó una disminución en su cuota de mercado, cayendo al 16% en 2022, acompañada por una reducción en el volumen exportado de 13,576 toneladas en 2020 a 9,517 toneladas en 2022. Chile y Sudáfrica mantuvieron participaciones más estables, pero con ligeras fluctuaciones. Chile, con un 13% de participación en 2020, incrementó ligeramente a un 15% en 2021, para luego estabilizarse en un 14% en 2022. Sudáfrica, por su parte, mantuvo una participación cercana al 12% en 2022, mostrando un leve crecimiento en comparación con años anteriores. Los otros países agrupados en "Otros" constituyeron una parte considerable del mercado, aunque su participación decreció ligeramente de un 37% en 2021 a un 34% en 2022.

Figura 2

Principales Proveedores de arándanos al Reino Unido – Promedio del 2020 al 2022



Nota: De acuerdo al Análisis Estadístico 2020 – 2022 elaborado por TradeMap.

El análisis del gráfico que muestra el promedio de la participación de mercado de arándanos en el Reino Unido durante el periodo 2020-2022 revela las posiciones relativas de los principales países exportadores. Perú y España compartieron el liderazgo, cada uno con una participación del 20% del mercado. Este hecho subrayó la capacidad de ambos países para mantener una presencia competitiva en un mercado clave como el del Reino Unido. La coincidencia en la cuota de mercado entre Perú y España indica que ambos países han logrado equilibrar su oferta y demanda, consolidándose como proveedores principales durante este periodo.

Chile, con una participación del 14%, ocupó una posición relevante, aunque menor en comparación con Perú y España. A pesar de su capacidad de producción y su doble temporada de cosecha, Chile no alcanzó los niveles de participación de los dos líderes del mercado, lo que indica una competencia intensa en este sector. Sudáfrica, con un 11% de participación, presentó una presencia más limitada en el mercado del Reino Unido, a pesar de su capacidad para suministrar

arándanos durante todo el año. El 35% restante fue cubierto por otros países, lo que destaca la diversidad de fuentes de arándanos en el mercado británico.

Indicador #11: ¿Cuáles son las certificaciones fitosanitarias a nivel internacional que deben considerarse para la exportación de arándanos a Reino Unido?

Figura 3

Principales Ciudades Productoras de Arándanos en la campaña 2020 -2022



Nota: Elaboración propia.

Para la exportación de arándanos al Reino Unido, las certificaciones fitosanitarias y de calidad son esenciales para asegurar que los productos exportados cumplen con los estándares internacionales y los requisitos específicos del mercado británico. La primera certificación clave

es el Certificado Fitosanitario Internacional, emitido por el Servicio Nacional de Sanidad Agraria en Perú, el cual garantiza que los arándanos cumplen con las normas fitosanitarias del Reino Unido. Este certificado es fundamental para prevenir la introducción de plagas y enfermedades en el país importador, y se basa en perfiles de riesgo que permiten una inspección eficiente y segura de los productos (**SENASA, 2018**). Además, el cumplimiento con la Norma Internacional para Medidas Fitosanitarias (NIMF) N°12, establecida por la FAO, asegura que los productos vegetales exportados no representan un riesgo fitosanitario para el país de destino (**FAO, 2016**).

Otra certificación importante para ingresar al mercado británico es la British Retail Consortium Food (BRC Food), un estándar global de seguridad alimentaria ampliamente reconocido por los minoristas en el Reino Unido. El BRC Food garantiza que los arándanos cumplen con altos estándares de seguridad alimentaria, higiene y calidad durante toda la cadena de distribución, desde la producción hasta el consumidor final. Además, el sello Bio Siegel es relevante para los arándanos orgánicos, certificando que estos cumplen con los estándares de agricultura ecológica de la Unión Europea y, por extensión, del Reino Unido (**British Retail Consortium, 2018**). La adopción de estas certificaciones asegura que los productos peruanos sean competitivos y cumplan con las expectativas de los consumidores británicos en términos de calidad y seguridad.

Por último, la implementación de la Norma ISO 22000 - Food Safety Management System es vital para garantizar que las empresas exportadoras peruanas mantengan sistemas efectivos de gestión de la seguridad alimentaria. Esta norma internacional es reconocida globalmente y asegura que todas las fases de la cadena de suministro de los arándanos, desde la producción hasta la distribución, cumplan con los más altos estándares de seguridad alimentaria establecidos (**ISO, 2018**). Asimismo, la Soll Association certifica que las prácticas agrícolas son sostenibles y

ecológicas, lo que es particularmente valorado en mercados como el británico, que priorizan productos que minimizan su impacto ambiental (Soll Association, 2023). En conjunto, estas certificaciones fortalecen la posición de los arándanos peruanos en el competitivo mercado del Reino Unido.

Indicador #12: ¿Cuáles son las políticas de promoción en las exportaciones que han fomentado la exportación del arándano?

Las políticas de promoción que han impulsado las exportaciones de arándano peruano al Reino Unido se han centrado en diversas estrategias clave para incrementar la competitividad y visibilidad del producto en este mercado. Una de las acciones más destacadas ha sido la participación en ferias internacionales, como el London Produce Show, liderada por PROMPERÚ, donde se promueve la calidad y los beneficios nutricionales del arándano bajo la campaña "Superfoods Peru". Esta iniciativa ha ayudado a posicionar el arándano peruano como un superalimento, lo que ha captado la atención de consumidores británicos conscientes de la salud y ha contribuido al incremento de las exportaciones (Mincetur, 2022).

Además, las políticas de certificación y cumplimiento de estándares internacionales como GlobalG.A.P. han sido fundamentales para acceder al mercado británico. Estas certificaciones, que garantizan la sostenibilidad y trazabilidad del producto, han permitido que los arándanos peruanos sean percibidos como un producto premium, asegurando su competitividad frente a otros países exportadores. Según datos de MINCETUR, en el 2021 las exportaciones de arándano crecieron en un 17,2%, llegando a nuevos mercados internacionales, como el Reino Unido, donde las exportaciones se triplicaron (Mincetur, 2022).

Finalmente, la apertura de nuevos mercados a través de tratados comerciales ha sido otro

pilar importante. Perú cuenta con 22 acuerdos comerciales internacionales, lo que ha facilitado el acceso a mercados estratégicos como el británico. Estas políticas no solo han fomentado el crecimiento de las agroexportaciones, sino que también han promovido el desarrollo de infraestructura y la profesionalización del sector, permitiendo a Perú mantenerse como líder único mundial en la exportación de arándanos (PROMPERÚ, 2021; Mincetur, 2022).

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

Los factores utilizados en la Matriz de Perfil Competitivo incluyen Económico, Productivo, Logístico y de Inocuidad, los cuales se consideran fundamentales para el éxito de una empresa, así como para evaluar a los competidores más representativos del mercado. La ponderación de estos factores se determina según el grado de importancia percibido, proporcionando una base sólida para realizar comparaciones efectivas. De acuerdo con Wheelen y Hunger (2012), la matriz de perfil competitivo es un instrumento eficaz para analizar la posición relativa de una empresa o país frente a sus competidores. Esta técnica ayudó a establecer proyecciones y a diseñar estrategias que mejoren la posición competitiva de los países evaluados.

Tabla 10

Matriz de perfil competitivo Internacional – Arándanos

Factores Claves	Ponderación	PERÚ		ESPAÑA		CHILE		SUDÁFRICA	
		Calificación	Puntaje Ponderado	Calificación	Puntaje Ponderado	Calificación	Puntaje Ponderado	Calificación	Puntaje Ponderado
Factores Productivos	0,30	3	0,90	4	1,20	3	0,90	2	0,60
Factores Económicos	0,25	3	0,75	3	0,75	3	0,75	4	1,00
Condiciones Logísticas	0,25	3	0,75	4	1,00	4	1,00	2	0,50
Condiciones de Inocuidad	0,20	4	0,80	3	0,60	3	0,60	3	0,60
Total	1,00		3,20		3,55		3,25		2,70

Nota: Elaboración Propia

España: Condiciones Productivas (1.2): destaca por la alta calidad y diversidad de sus

arándanos, lo que le ha valido un reconocimiento internacional. Además, cuenta con certificaciones importantes como GlobalG.A.P. y BRC Food, que garantizan la aceptación y competitividad en el mercado británico. Factores Económicos (0.75): Aunque los precios de exportación de España no son los más bajos, el país equilibra efectivamente el costo con la calidad de su producto. Esto le permite mantener una posición fuerte en el mercado, aunque podría enfrentar presión si competidores ofrecen mejores precios. Condiciones Logísticas (1.0): La proximidad geográfica al Reino Unido proporciona una ventaja significativa en términos de estacionalidad y tiempos de entrega rápidos, reduciendo los costos logísticos y asegurando una oferta constante. Condiciones de Inocuidad (0.6): A pesar de que España realiza campañas promocionales eficaces y tiene un buen control fitosanitario, hay espacio para mejorar su presencia internacional y destacar más en temas de sostenibilidad y seguridad alimentaria.

Se recomienda continuar optimizando la logística mediante la inversión en la cadena de suministro para mejorar aún más la frescura de los productos. Además, se sugiere diversificar las estrategias promocionales para incluir campañas digitales y aumentar la visibilidad entre los consumidores británicos jóvenes y conscientes de la sostenibilidad.

Chile: Condiciones Productivas (0.9): ofrece arándanos de alta calidad, aunque tiene menos diversificación en comparación con Perú y España. Mantener la producción estable durante dos temporadas al año le permite competir fuertemente en el mercado. Factores Económicos (0.75): Chile mantiene precios de exportación competitivos y estables, aunque existe el riesgo de que precios bajos afecten la rentabilidad futura si no se gestionan adecuadamente. Condiciones Logísticas (1.0): La infraestructura logística de Chile es robusta, lo que le permite una oferta continua a lo largo del año. Esta fortaleza mejora su capacidad de respuesta ante las fluctuaciones de la demanda en mercados internacionales. Condiciones de Inocuidad (0.6): Chile ha

implementado medidas sanitarias y participa activamente en ferias internacionales, aunque podría fortalecer sus certificaciones y destacar más sus prácticas de sostenibilidad para atraer nuevos consumidores.

Se recomienda diversificar las variedades de arándanos para captar nichos de mercado específicos, como aquellos que buscan productos con altos niveles de antioxidantes. También se recomienda fortalecer la promoción mediante campañas diferenciadas en el Reino Unido.

Perú: Condiciones Productivas (0.9): Perú ha diversificado exitosamente sus variedades de arándanos, adaptándose a las preferencias del consumidor británico. Sin embargo, aún enfrenta desafíos en la percepción de calidad a nivel internacional. Factores Económicos (0.75): El precio de exportación de Perú es competitivo, aunque ha disminuido debido al aumento de la oferta. Se necesita una estrategia más refinada para maximizar el valor del producto en diferentes segmentos de mercado. Condiciones Logísticas (0.75): La infraestructura logística es adecuada, pero la dependencia de la región de La Libertad presenta riesgos. Ampliar la producción a otras regiones podría diversificar la oferta y mitigar estos riesgos. Condiciones de Inocuidad (0.8): Perú ha implementado campañas exitosas como "Superfoods Peru" y cuenta con certificaciones internacionales. Sin embargo, fortalecer las estrategias de sostenibilidad podría elevar aún más su competitividad.

Se recomienda diversificar la producción geográficamente para reducir riesgos y mejorar la respuesta ante cambios en la demanda. También sería beneficioso implementar estrategias de precios más segmentadas y continuar invirtiendo en campañas que resalten la responsabilidad social y el impacto ambiental positivo.

Sudáfrica: Condiciones Productivas (0.6): Aunque Sudáfrica ofrece un producto de

calidad aceptable, carece de la diversificación y certificaciones necesarias para competir en el mercado premium. Mejorar la calidad y variedad de los arándanos podría elevar su posición. Factores Económicos (1.0): Los precios de exportación de Sudáfrica son muy competitivos, lo que constituye su mayor fortaleza. Sin embargo, depender de precios bajos podría no ser sostenible a largo plazo. Condiciones Logísticas (0.5): La logística de Sudáfrica es un punto débil. Aunque puede ofrecer arándanos durante todo el año, los tiempos de entrega largos y la menor eficiencia afectan su capacidad para competir. Condiciones de Inocuidad (0.6): La promoción y certificaciones de Sudáfrica son adecuadas, pero no sobresalientes. Incrementar la inversión en certificaciones y promoción internacional es necesario para captar una mayor cuota de mercado.

Se sugiere invertir en mejorar la calidad del producto y diversificar las variedades para captar mercados premium. Optimizar la logística mediante inversiones o alianzas estratégicas también sería crucial para mejorar los tiempos de entrega y la competitividad en el mercado británico.

ANÁLISIS FODA COMPARATIVO

Tabla 11

Análisis Foda de Perú y sus principales competidores

PAÍS	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
PERÚ	Diversificación de variedades (Biloxi, Ventura, etc.). Fuerte promoción en ferias internacionales y campañas como	Expansión de la producción a nuevas regiones como Piura y Áncash. Captura de nichos de mercado premium en el Reino Unido. Innovación en nuevas	Alta dependencia de la producción en La Libertad. Disminución de precios promedio. Necesidad de	Competencia intensa de España, Chile y Sudáfrica. Fluctuaciones en la demanda del mercado británico.

	"Superfoods Peru". Certificaciones internacionales como BRC Food y Bio Siegel.	variedades de arándanos.	mejorar la logística y tiempos de entrega.	Eventos climáticos adversos y problemas logísticos globales.
ESPAÑA	Alta calidad y variedad de arándanos con certificaciones internacionales. Proximidad geográfica al Reino Unido, reduciendo costos y tiempos de entrega. Infraestructura logística avanzada.	Diversificación de canales promocionales, incluyendo marketing digital. Desarrollo de nuevas variedades de arándanos. Fortalecimiento en otros mercados europeos.	Dependencia estacional en la producción de arándanos. Costos de producción relativamente altos.	Competencia de países con menores costos de producción. Cambios regulatorios post-Brexit. Impacto del cambio climático en la producción.
CHILE	Producción en dos temporadas, permitiendo una presencia constante en el mercado. Sólida infraestructura logística. Competitividad en precios.	Diversificación de variedades para nichos especializados. Fortalecimiento de la promoción en el Reino Unido. Innovación en prácticas agrícolas y tecnología.	Fluctuación en precios a pesar de la estabilidad. Alta dependencia de las exportaciones.	Surgimiento de nuevos competidores globales. Cambios en las políticas comerciales del Reino Unido. Desafíos logísticos y costos crecientes.
SUDÁFRICA	Precios altamente competitivos. Disponibilidad constante durante todo el año.	Mejora de la calidad del producto y diversificación de variedades. Optimización de la infraestructura logística.	Logística menos eficiente, afectando la frescura y tiempos de entrega. Menor	Competencia con precios bajos de Perú y Chile. Inestabilidad económica interna.

	Calidad aceptable del producto.	Incremento en la visibilidad promocional en el Reino Unido.	diversificación en las variedades de arándanos. Percepción del producto inferior en comparación con competidores.	Impacto del cambio climático en la producción.
--	---------------------------------	---	--	--

Nota: Elaboración Propia

En el análisis comparativo de la competitividad de Perú, España, Chile y Sudáfrica en el mercado de arándanos del Reino Unido, se destacan las fortalezas únicas y los desafíos específicos de cada país, basados en factores económicos, productivos, logísticos y de inocuidad. Perú sobresale por su diversificación en las variedades de arándanos y una estrategia de promoción fuerte que ha impulsado su participación de mercado. Sin embargo, enfrenta desafíos económicos debido a la disminución de los precios de exportación, y su alta dependencia de la región de La Libertad representa un riesgo productivo. España, por su parte, goza de ventajas logísticas gracias a su proximidad geográfica al Reino Unido y una alta calidad del producto respaldada por reconocidas certificaciones de inocuidad. No obstante, debe manejar mejor los costos de producción y su estacionalidad de cosecha, que impacta la disponibilidad de oferta.

Chile presenta una estabilidad significativa en términos de factores económicos, con precios de exportación competitivos y una producción nacional bien estructurada que cubre diferentes temporadas del año. Esto le permite mantener una oferta constante, un factor crucial en las condiciones logísticas. Sin embargo, la diversificación limitada de las variedades de arándanos y una promoción que no siempre resalta sus fortalezas son áreas que deben mejorarse. Sudáfrica, aunque compite con precios bajos y una disponibilidad constante de arándanos, se enfrenta a serios problemas logísticos que afectan la frescura y calidad percibida del producto. Además, carece de

las certificaciones y el reconocimiento que otros países poseen, lo que limita su capacidad de competir en los segmentos premium del mercado.

Para mejorar su posición en el Reino Unido, Perú debería diversificar geográficamente su producción para mitigar riesgos productivos y adoptar una estrategia de precios más segmentada que pueda maximizar el valor percibido de sus arándanos en distintos nichos del mercado. Además, debe continuar fortaleciendo sus campañas de promoción, resaltando la sostenibilidad y el impacto positivo en las comunidades locales. España podría beneficiarse de ampliar sus canales promocionales, mejorando su visibilidad y enfocándose en estrategias que reduzcan los costos sin comprometer la calidad, manteniendo al mismo tiempo su ventaja logística clave.

Chile debería considerar diversificar sus variedades de arándanos para captar nuevos segmentos de mercado y reforzar su presencia en campañas promocionales específicas en el Reino Unido. Esto garantizaría que mantenga una posición fuerte y estable, maximizando sus factores económicos y productivos. Por último, Sudáfrica necesita invertir en la mejora de su infraestructura logística para optimizar los tiempos de entrega y mejorar la percepción de la calidad de su producto. También debería buscar diversificar su oferta de productos y trabajar en obtener certificaciones más reconocidas que garanticen la inocuidad, lo que le permitiría competir de manera más eficaz y fortalecer su posición en el mercado británico.

ANÁLISIS FODA CRUZADO COMPARATIVO

Tabla 12

Análisis de Foda Cruzado de Perú y sus principales competidores

COMBINACIÓN	ESTRATEGIA
<p>FO: Fortalezas + Oportunidades</p>	<p>Perú: Aprovechar la diversificación de variedades y la fuerte promoción para expandir la producción a nuevas regiones como Piura y Áncash, lo que fortalecería su posición competitiva en el mercado británico.</p> <p>España: Fortalecer su infraestructura logística y calidad de producto con campañas de marketing digital, capturando mercados premium y diversificando sus canales de promoción para mejorar su alcance en el Reino Unido.</p> <p>Chile: Aprovechar la estacionalidad diversificada y la infraestructura logística sólida para expandir la oferta de nuevas variedades de arándanos y penetrar nichos especializados en el mercado británico.</p> <p>Sudáfrica: Utilizar sus precios competitivos y disponibilidad constante para incrementar su visibilidad en el Reino Unido mediante una mayor inversión en promoción y mejorar la infraestructura logística para competir mejor en calidad</p>
<p>FA: Fortalezas + Amenazas</p>	<p>Perú: Utilizar las certificaciones internacionales y la promoción efectiva para contrarrestar la competencia internacional (España, Chile y Sudáfrica) y los cambios en la demanda del Reino Unido.</p> <p>España: Aprovechar la proximidad geográfica para mitigar las amenazas de cambios regulatorios post-Brexit y posibles impactos climáticos en la producción, manteniendo su ventaja en tiempos de entrega rápidos.</p> <p>Chile: Utilizar la estacionalidad diversificada y los precios competitivos para enfrentar la competencia de nuevos productores y mitigar el riesgo de cambios en las políticas comerciales del Reino Unido.</p> <p>Sudáfrica: Utilizar los precios bajos como ventaja competitiva para contrarrestar la competencia de Perú y Chile, mientras se mejora la percepción del producto en</p>

	<p>el Reino Unido a través de una estrategia de comunicación sólida.</p>
<p>DO: Debilidades + Oportunidades</p>	<p>Perú: Mitigar la alta dependencia de La Libertad diversificando la producción en otras regiones, aprovechando las oportunidades de expansión geográfica y capturando nichos de mercado en el Reino Unido.</p> <p>España: Invertir en nuevas tecnologías para reducir los costos de producción y aprovechar las oportunidades de diversificación de canales de promoción y mercados dentro de la Unión Europea.</p> <p>Chile: Abordar la alta dependencia de las exportaciones mediante la diversificación de mercados y el fortalecimiento de la estrategia promocional en el Reino Unido para captar nuevos segmentos de consumidores.</p> <p>Sudáfrica: Mejorar la logística para reducir tiempos de entrega y aprovechar la oportunidad de diversificación de variedades y calidad del producto, mejorando así su competitividad global.</p>
<p>DA: Debilidades + Amenazas</p>	<p>Perú: Combatir la disminución de precios y mejorar la infraestructura logística para evitar el impacto negativo de la competencia internacional y la inestabilidad en la demanda del Reino Unido.</p> <p>España: Abordar los costos de producción y la dependencia estacional para reducir la vulnerabilidad ante la competencia de países con costos más bajos y el cambio climático, que podría afectar la producción.</p> <p>Chile: Minimizar la fluctuación en los precios y reducir la dependencia de las exportaciones mediante la mejora en la diversificación de productos y mercados, enfrentando así los desafíos globales en el comercio.</p> <p>Sudáfrica: Mejorar la percepción del producto y la eficiencia logística para hacer frente a la competencia de países con mejores precios y calidad de producto, mientras se enfrenta la inestabilidad económica interna y los efectos del cambio climático.</p>

Nota: Elaboración Propia

El análisis FODA cruzado revela que Perú, España, Chile y Sudáfrica operan en un entorno

competitivo complejo dentro del mercado de arándanos para el Reino Unido, cada uno con fortalezas y desafíos basados en factores de competitividad clave. Perú se distingue por su diversificación en las variedades de arándanos, lo que le permite adaptarse mejor a las preferencias del mercado británico. Sin embargo, enfrenta retos económicos debido a la caída en los precios promedio de exportación, así como un riesgo productivo por su alta dependencia de la región de La Libertad. Además, a pesar de sus campañas de promoción efectivas, mejorar las condiciones logísticas y expandir la producción geográficamente sería esencial para asegurar su competitividad a largo plazo.

España goza de una ventaja logística significativa gracias a su proximidad al Reino Unido, lo que se traduce en tiempos de entrega más cortos y costos de transporte más bajos. Su producción nacional de alta calidad, respaldada por certificaciones de inocuidad como GlobalG.A.P., le asegura una buena aceptación en el mercado. Sin embargo, los costos de producción son altos, y su disponibilidad de oferta está condicionada por la estacionalidad, lo que representa un desafío en la continuidad del suministro. Para mantenerse competitivo, España debería invertir en tecnologías que reduzcan los costos de producción y diversificar su estrategia promocional, especialmente en un mercado tan exigente como el británico.

Chile destaca por sus precios de exportación competitivos y una estacionalidad diversificada, lo que le permite mantener una oferta continua durante diferentes épocas del año. Sin embargo, su producción nacional podría beneficiarse de una mayor diversificación en las variedades de arándanos para satisfacer las demandas específicas del mercado del Reino Unido. A pesar de tener una base económica estable, Chile debe reforzar su estrategia promocional y explorar nuevos nichos de mercado que valoren características distintivas del producto. Esto le permitiría maximizar su ventaja logística y consolidar su posición en un entorno comercial

altamente competitivo.

Sudáfrica, por su parte, se caracteriza por ofrecer precios de exportación bajos y una disponibilidad constante de producto, lo cual es una ventaja económica clave. No obstante, enfrenta problemas logísticos que afectan la percepción de la frescura y calidad del arándano. Además, la falta de certificaciones reconocidas y la necesidad de mejorar la percepción de la calidad de su producto limitan su capacidad para competir con países que ofrecen un valor agregado mayor. Para mejorar su posición en el mercado, Sudáfrica debería invertir en infraestructura logística y obtener certificaciones de inocuidad más reconocidas. También sería beneficioso trabajar en campañas que resalten las mejoras en la calidad del producto, alineándose mejor con las expectativas del mercado británico.

Para Perú, se recomienda diversificar su producción geográficamente, lo que no solo mitigaría el riesgo productivo, sino también fortalecería su capacidad de respuesta a la fluctuación de la demanda. Además, ajustar la estrategia de precios con una segmentación más específica podría ayudar a enfrentar mejor la competencia internacional. España, por otro lado, debería centrarse en reducir costos de producción mediante nuevas tecnologías y fortalecer su presencia promocional, destacando la calidad y sostenibilidad de sus arándanos. Chile tiene la oportunidad de utilizar su estacionalidad diversificada para penetrar en nichos de mercado especializados y necesita mejorar su estrategia promocional para destacar las ventajas únicas de sus productos. Finalmente, Sudáfrica debe optimizar su logística y trabajar en mejorar la percepción de la calidad del producto mediante certificaciones internacionales y campañas enfocadas en la frescura y seguridad de los arándanos. Estas estrategias ayudarán a cada país a afianzar su posición en el mercado de arándanos del Reino Unido, enfrentando los desafíos de un entorno altamente competitivo.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

Limitaciones

Una de las principales limitaciones de este trabajo de investigación radica en la dificultad de acceder a datos actualizados y específicos sobre el mercado de arándanos en el Reino Unido durante el periodo 2020-2022. Aunque se utilizaron diversas fuentes secundarias, como bases de datos de exportaciones, informes de mercado y estudios previos, la falta de datos en tiempo real y la demora en la publicación de estadísticas oficiales afectaron la precisión del análisis. Esta limitación impidió evaluar con mayor exactitud el comportamiento reciente del mercado, los constantes cambios en la demanda de arándanos peruanos y las tendencias emergentes en el Reino Unido. Además, la ausencia de datos actualizados sobre la competencia directa con otros países exportadores, como Chile, Sudáfrica y España, limitó la capacidad de realizar comparaciones detalladas y de evaluar con exactitud cómo estas naciones han ajustado sus estrategias de competitividad (económicas, productivos, logísticos, inocuidad) durante el periodo de análisis. Esto subraya la importancia de contar con fuentes de datos dinámicas y en tiempo real para investigaciones futuras, que permitan analizar las tendencias del mercado nacional e internacional con mayor precisión y mejorar la toma de decisiones estratégicas en el sector agroexportador.

Otra limitación significativa de este estudio es la posibilidad de generalización de los resultados obtenidos del sector agroexportadoras de arándanos en Perú. La investigación se basó principalmente en estudios documentales que reflejan las exportaciones de arándanos peruanos al Reino Unido, las cuales cuentan con recursos financieros y logísticos que les permiten implementar estrategias avanzadas en base a factores de competitividad. Sin embargo, estas

conclusiones podrían no ser representativas de las pequeñas y/o medianas empresas del sector nacional, que enfrentan limitaciones de recursos y una menor capacidad de adaptación a las exigencias que establecen los mercados internacionales como el Reino Unido. Este sesgo hacia las empresas más grandes puede ocultar los desafíos específicos que enfrentan las PyMEs en cuanto a acceso a tecnología, capacitación y certificaciones internacionales. Así, los factores económicos, productivos, logísticos y de inocuidad que resultan efectivas para las grandes empresas pueden no ser factibles o efectivas para las PyMEs, lo que limita la aplicabilidad de los resultados a todo el sector agroexportador de arándanos en Perú.

El enfoque metodológico de la investigación, basado en la revisión documental, también presenta una limitación importante en cuanto a la dependencia de fuentes secundarias. Al utilizar exclusivamente datos previamente publicados y analizados por otros autores, se reduce la capacidad de corroborar o contrastar los resultados con información primaria, lo que podría haber proporcionado una visión más completa y precisa de la situación actual del mercado de arándanos en el Reino Unido. Además, algunas de las fuentes utilizadas pueden haber estado sujetas a sesgos, ya sea en la recolección de datos, el análisis o la interpretación de los resultados, lo que podría haber influido en las conclusiones de esta investigación. La falta de acceso a estudios de campo o encuestas específicas realizadas directamente a las empresas agroexportadoras durante el periodo 2020-2022 también limitó la profundidad del análisis de los factores de competitividad en el sector agroexportador de arándanos peruanos. Por tanto, futuras investigaciones podrían beneficiarse de la inclusión de métodos mixtos, combinando la revisión documental con estudios de campo, entrevistas y encuestas directas a los actores clave del sector, para obtener una visión más robusta y actualizada de la situación de las exportaciones de arándanos peruanos al Reino Unido.

Interpretación Comparativa

Durante el desarrollo de la presente investigación se presentaron antecedentes internacionales. Nacionales y locales, por lo que es de suma importancia efectuar una interpretación comparativa de los resultados de esta investigación científica con los obtenidos en los estudios similares.

Respecto al objetivo sobre: Evaluar el factor económico en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020-2022. Los resultados de este estudio revelan que el precio promedio de exportación de arándanos peruanos al Reino Unido experimentó una tendencia decreciente, a pesar de un aumento constante en el volumen exportado. Este hallazgo se alinea con lo expuesto por Leyva Guerrero y Llapo De la Cruz (2023), quienes observaron que las variaciones en el tipo de cambio y la competencia global influyeron significativamente en la fijación de precios internacionales, dificultando el mantenimiento de precios elevados. Por otro lado, Cortegana Goñas (2021) destacó que factores como el tipo de cambio representaban una alta proporción de la variabilidad de las exportaciones agrícolas, un fenómeno que se refleja también en la presión descendente sobre los precios de los arándanos peruanos. Estos estudios subrayan que las dinámicas de precios en el sector agroexportador están fuertemente condicionadas por la oferta global y los factores económicos externos.

Al comparar estos resultados con otros estudios, se evidencia que la variación en los precios de exportación no es un fenómeno aislado. En el contexto postpandemia, el incremento en la producción global y la competencia con países como Chile y España contribuyeron a la reducción de los precios peruanos. Castillo Cárdenas y Navarrete Villegas (2022) señalaron que la

competencia internacional exige eficiencia y costos optimizados para mantener la rentabilidad. La caída del precio promedio en los arándanos peruanos ilustra cómo un aumento en la oferta, si no está acompañado por una estrategia de diferenciación o innovación, puede llevar a márgenes de ganancia reducidos. Así, el contexto económico de alta oferta y precios bajos requiere una reevaluación de las estrategias económicas peruanas.

Desde el marco teórico de la competitividad, Porter (1990) argumenta que mantener una ventaja competitiva en un mercado global depende de la capacidad de innovación y de responder a las condiciones económicas cambiantes. En este estudio, la reducción del precio promedio y la variación en los precios resaltan la vulnerabilidad de las exportaciones peruanas a las fluctuaciones económicas globales. Marcione da Costa (2017) también explica que las condiciones económicas permanentes y temporales afectan el desempeño de las exportaciones. La teoría destaca la necesidad de estrategias que estabilicen los precios y gestionen de manera más eficiente los riesgos económicos, asegurando que el sector agroexportador de arándanos mantenga su competitividad en mercados clave como el Reino Unido.

En referencia al objetivo sobre: Analizar el factor productivo en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020-2022. El análisis de la producción nacional de arándanos muestra un crecimiento sostenido, con un incremento en el volumen exportado que, sin embargo, no se tradujo en un aumento proporcional de los precios. Este crecimiento productivo se refleja en los hallazgos de Castillo Cárdenas y Navarrete Villegas (2022), quienes destacaron que la eficiencia tecnológica y la gestión de recursos naturales fueron esenciales para incrementar la rentabilidad en la producción de arándanos. Asimismo, Ames Segura y Estrada Lava (2021) subrayaron que una gestión estratégica de los recursos aumentó la productividad hasta un 47.2%, sugiriendo que el crecimiento de la producción peruana también

debe acompañarse de una planificación estratégica que maximice los beneficios y evite la sobreoferta.

El contexto de crecimiento en la producción nacional fue impulsado por avances tecnológicos y un aumento en la superficie cultivada. Sin embargo, como se observa en el marco de la competencia global, el incremento en la producción puede ejercer presión sobre los precios si no se gestiona adecuadamente. Comparando con otros estudios, Medina Cabrera (2022) identificó la importancia de diversificar mercados para asegurar la sostenibilidad del sector a largo plazo, especialmente cuando el crecimiento de la producción amenaza con saturar los mercados existentes. Esta comparación destaca que, aunque el Perú ha fortalecido su capacidad productiva, se enfrenta a desafíos en términos de gestión eficiente y adaptación a las demandas del mercado internacional.

Desde la perspectiva teórica, el concepto de factores productivos enfatiza la importancia de recursos como la tierra, el trabajo y el capital en el rendimiento económico. La expansión de la producción de arándanos en Perú ejemplifica la utilización de estos factores, pero también subraya la necesidad de equilibrar el crecimiento con la sostenibilidad y la innovación. Parkin (2018) describe cómo el capital y los recursos naturales deben gestionarse de manera óptima para asegurar la competitividad. Este estudio resalta que el crecimiento continuo de la producción debe complementarse con estrategias sostenibles que aseguren que la producción nacional no solo aumente en volumen, sino también en rentabilidad y calidad.

A lo que concierne el objetivo sobre: Identificar las condiciones logísticas en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020-2022. El estudio muestra que las condiciones logísticas, incluyendo la estacionalidad de la cosecha

y la disponibilidad de la oferta en el Reino Unido, jugaron un papel crucial en la competitividad de los arándanos peruanos. Huapaya Mendoza (2018) destacó la importancia de una gestión eficiente de la cadena de frío y la optimización de rutas de transporte, factores que mejoran la calidad del producto exportado. Anaya y Polanco (2007) también subrayaron que la innovación en los procesos logísticos es clave para asegurar que los productos agrícolas lleguen frescos y en buenas condiciones a mercados internacionales. Estos antecedentes refuerzan la importancia de la logística como un determinante esencial para el éxito en mercados extranjeros.

En el contexto de las exportaciones peruanas, la ventaja de una cosecha estacional que coincide con las ventanas de menor competencia internacional permitió al Perú posicionarse estratégicamente en el mercado del Reino Unido. Sin embargo, la dependencia de unas pocas regiones productoras plantea riesgos en caso de interrupciones. Comparado con otros países, Perú ha mostrado una capacidad de respuesta rápida y eficiente en términos de logística, pero las inversiones en infraestructura siguen siendo críticas para mejorar su competitividad. Aguilar Mendoza y Dávila Castillo (2021) identificaron los desafíos logísticos durante la pandemia, destacando la necesidad de diversificar rutas y fortalecer la infraestructura portuaria.

Desde un punto de vista teórico, la logística internacional, según Molins (2011), es fundamental para asegurar que los bienes lleguen a tiempo y en buenas condiciones a los mercados de destino. Chopra y Meindl (2013) explican que la gestión de la cadena de suministro, desde la producción hasta la distribución, es esencial para mantener la competitividad. Este estudio confirma que la eficiencia logística es un factor determinante para el éxito de las exportaciones de arándanos, respaldando el marco teórico de que la infraestructura y la gestión logística son pilares esenciales para sostener y mejorar la competitividad en mercados internacionales.

Respecto al objetivo sobre: Describir las condiciones de inocuidad en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020-2022. Las condiciones de inocuidad fueron un factor clave para asegurar la competitividad de los arándanos peruanos en el mercado del Reino Unido. Los resultados destacan la importancia de las certificaciones fitosanitarias, como GlobalG.A.P. y BRC Food, que garantizaron el cumplimiento de altos estándares de calidad. Esto es consistente con lo expuesto por Balcázar Ortiz y Villanueva Vásquez (2022), quienes concluyeron que la implementación de estrictas normativas sanitarias fue crucial para mantener la competitividad de productos como el café durante el contexto del COVID-19. Además, Moreno Zorrilla y Sernaque Loayza (2021) señalaron que las estrategias promocionales y el cumplimiento de normativas de inocuidad aumentaron significativamente las exportaciones de arándanos, mejorando la percepción de calidad del producto peruano.

El contexto de las exportaciones agrícolas al Reino Unido está marcado por exigencias estrictas en términos de inocuidad, un desafío que Perú ha abordado eficazmente a través de certificaciones reconocidas internacionalmente. Las políticas de SENASA y la adopción de normas como ISO 22000 garantizaron que los productos peruanos cumplieran con los requisitos de seguridad alimentaria. Comparando con otros estudios, Aguilar Mendoza y Dávila Castillo (2021) analizaron cómo las restricciones logísticas y las normativas sanitarias durante la pandemia afectaron las exportaciones. Sin embargo, el sector arándano demostró resiliencia al adaptar sus procesos de manera eficiente, un logro que refuerza la posición de Perú en mercados exigentes.

Teóricamente, las condiciones de inocuidad se relacionan con la necesidad de mantener estándares de calidad altos para asegurar el acceso a mercados internacionales. Alberto Ruíz, especialista en certificaciones, enfatiza que el cumplimiento de normas fitosanitarias es esencial para evitar el rechazo de productos en el mercado británico. Este estudio reafirma la teoría de que

las certificaciones no solo son un requisito legal, sino también una herramienta competitiva para mejorar la percepción del producto y asegurar la sostenibilidad de las exportaciones. Así, la implementación de normas de calidad y seguridad refuerza el marco teórico de que la inocuidad es un pilar fundamental en el comercio internacional.

Implicancias

Durante el desarrollo de la presente investigación se presentaron algunas contradicciones entre algunos términos, por lo que es de suma importancia comunicar las implicancias prácticas, teóricas y/o metodológicas de los resultados obtenidos en la presente investigación científica.

a) Práctica

Los resultados de esta investigación tienen implicaciones prácticas significativas para el sector agroexportador de arándanos peruanos. Una de las principales lecciones es la necesidad urgente de implementar estrategias económicas que optimicen el precio promedio de exportación y mitiguen las fluctuaciones que caracterizan el mercado global. Las empresas agroexportadoras deben diversificar sus mercados objetivo y adoptar tecnologías avanzadas que incrementen la eficiencia operativa, lo que podría reducir costos y aumentar la rentabilidad. Esto es consistente con las observaciones de Castillo Cárdenas y Navarrete Villegas (2022), quienes identificaron que la innovación tecnológica y una gestión eficiente de los recursos naturales son factores clave para mejorar la rentabilidad y mantener la competitividad en el sector. Además, Huapaya Mendoza (2018) subrayó la relevancia de optimizar la cadena de frío y las rutas de transporte, destacando cómo una logística eficiente puede marcar la diferencia en la calidad y percepción de los productos en mercados internacionales.

Otra implicación práctica de este estudio es la necesidad de mantener y actualizar certificaciones de inocuidad, como GlobalG.A.P. y BRC Food, que no solo son esenciales para cumplir con los requisitos legales del Reino Unido, sino que también contribuyen a una mejor percepción de los productos peruanos. Las certificaciones aseguran a los consumidores internacionales la calidad y seguridad de los arándanos peruanos, lo que fortalece la posición del país como un proveedor confiable. Por tanto, es crucial que las empresas inviertan en estas certificaciones y en la mejora continua de sus estándares de producción y logística. Las políticas públicas, a su vez, deben enfocarse en apoyar estas inversiones mediante la creación de infraestructura logística avanzada y la promoción de innovación tecnológica. Al fortalecer la infraestructura y brindar apoyo continuo a las certificaciones de calidad, Perú puede consolidarse como un líder global en la exportación de arándanos, mejorando al mismo tiempo el desarrollo económico de las regiones productoras y asegurando beneficios sostenibles para las comunidades agrícolas. resultó ser más efectiva que aquellas centradas en la funcionalidad o el costo del producto.

b) Teórica

Desde una perspectiva teórica, este estudio amplía el conocimiento existente sobre los factores de competitividad en el sector agroexportador, proporcionando evidencia empírica que respalda teorías clave, como la de la competitividad de Porter (1990). La teoría de Porter subraya que la innovación continua y la mejora de las capacidades productivas son esenciales para mantener una ventaja competitiva en el mercado global, y nuestros hallazgos confirman esta idea. La disminución en el precio promedio de los arándanos peruanos, a pesar del aumento en el volumen de exportaciones, resalta la necesidad de una estrategia que no solo incremente la producción, sino que también asegure el valor económico de las exportaciones mediante la

innovación y la gestión eficiente de recursos. Además, este estudio valida las observaciones de Balcázar Ortiz y Villanueva Vásquez (2022), quienes demostraron que la implementación de normas sanitarias estrictas, especialmente en contextos de alta competencia, es fundamental para mantener la competitividad de productos agrícolas como el café. De manera similar, nuestros resultados sugieren que las certificaciones de inocuidad son esenciales para que los arándanos peruanos sigan siendo atractivos en mercados exigentes como el Reino Unido.

Por otro lado, la investigación también respalda las teorías presentadas por Leyva Guerrero y Llapo De la Cruz (2023), quienes argumentaron que variables económicas como el tipo de cambio y los precios internacionales afectan profundamente las exportaciones agrícolas. Nuestros hallazgos, que revelan cómo la competencia y las fluctuaciones económicas globales influyen en el sector de arándanos, confirman que los factores económicos deben ser gestionados estratégicamente para mitigar sus efectos adversos. Además, la investigación contribuye al campo teórico de la logística, respaldando la teoría de Chopra y Meindl (2013), que enfatiza la importancia de una gestión eficaz de la cadena de suministro. La investigación muestra que, para competir en mercados internacionales, se necesita una infraestructura logística sólida que garantice la frescura y calidad del producto desde la producción hasta la entrega. Al integrar el análisis de factores económicos, productivos, logísticos y de inocuidad, este estudio proporciona un marco teórico comprensivo que puede aplicarse a otros sectores agrícolas, permitiendo a las empresas adaptarse y prosperar en un entorno global cada vez más dinámico y competitivo.

c) Metodológica

Metodológicamente, esta investigación utilizó un enfoque cuantitativo y documental que demostró ser adecuado para analizar los factores de competitividad en el sector agroexportador de

arándanos peruanos. La revisión de literatura y la recopilación de datos secundarios permitieron una evaluación detallada de las exportaciones de arándanos peruanos al Reino Unido durante el periodo 2020-2022. Este enfoque metodológico tiene implicaciones relevantes, ya que subraya la importancia del análisis documental para explorar fenómenos complejos en los que se interrelacionan múltiples variables, como es el caso de las exportaciones internacionales en tiempos de crisis.

El uso de la ficha de análisis documental, como instrumento de recolección de datos, resultó ser una herramienta eficaz para sistematizar y analizar la información de diversas fuentes. Esta metodología permitió identificar patrones y tendencias en las estrategias de marketing aplicadas por las empresas, lo que facilitó la generación de conclusiones basadas en evidencias sólidas. No obstante, una limitación metodológica inherente al enfoque documental es la dependencia de datos secundarios, lo cual puede restringir el acceso a información actualizada o específica. En este sentido, futuras investigaciones podrían complementar esta metodología con enfoques mixtos o investigaciones de campo que proporcionen datos más robustos y actualizados sobre factores económicos, productivos, logísticos y de inocuidad.

Además, la elección de un enfoque cuantitativo permitió profundizar en la comprensión de los factores de competitividad dentro del contexto de las exportaciones agrícolas, lo que contribuye a la discusión metodológica sobre la pertinencia de este tipo de estudios en el análisis de fenómenos comerciales complejos. El estudio pone de relieve que, si bien los enfoques cuantitativos pueden ofrecer datos numéricos detallados, el enfoque cualitativo proporciona una visión más rica y matizada de las estrategias y decisiones que guían el éxito en mercados internacionales.

4.2. Conclusiones

El presente estudio titulado “Análisis sobre los factores de competitividad en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del reino unido, 2020-2022.” ha permitido obtener conclusiones relevantes en torno al desempeño de Los factores económicos, factores productivos, condiciones logísticas y condiciones de inocuidad en el contexto de las exportaciones de arándanos peruanos. A continuación, se detallan las conclusiones obtenidas para cada uno de los objetivos específicos del estudio:

El análisis económico realizado en este estudio destaca que el sector agroexportador de arándanos peruanos experimentó un crecimiento constante en el volumen de exportaciones hacia el Reino Unido durante el periodo 2020-2022. Sin embargo, este aumento en la cantidad exportada no se tradujo en una mejora proporcional en el precio promedio de exportación, que mostró una tendencia decreciente a lo largo del tiempo. Este comportamiento refleja las presiones del mercado global, donde factores como la saturación de la oferta y las condiciones de la competencia internacional afectan negativamente los precios. Las fluctuaciones del tipo de cambio y los cambios en la demanda también jugaron un papel fundamental en esta dinámica. Estos resultados son consistentes con investigaciones previas, como las de Leyva Guerrero y Llapo De la Cruz (2023), quienes señalaron que las variables económicas externas tienen un impacto significativo en la rentabilidad de las exportaciones agrícolas. La investigación subraya que, aunque las exportaciones peruanas han ganado terreno en términos de volumen, la rentabilidad se ha visto afectada por las condiciones económicas globales y la intensa competencia con otros países productores, como Chile y Sudáfrica. La relación entre un aumento de la oferta y la caída de los precios demuestra la necesidad de entender y gestionar adecuadamente los factores económicos para maximizar los beneficios del crecimiento en el sector. Estos hallazgos destacan la complejidad

de equilibrar la expansión productiva con la rentabilidad, evidenciando que el éxito económico del sector no solo depende del incremento en la producción, sino también de una estrategia económica integral que pueda mitigar las influencias externas y mantener precios competitivos. De esta manera, el estudio aporta una comprensión más profunda de las realidades económicas que enfrentan los exportadores peruanos en un entorno globalizado y competitivo.

El estudio del factor productivo muestra un crecimiento significativo en la producción nacional de arándanos en Perú durante el periodo 2020-2022. Este crecimiento fue impulsado por la expansión de la superficie cultivada y la implementación de tecnologías avanzadas que mejoraron la eficiencia agrícola. Sin embargo, a pesar del notable incremento en la producción, los beneficios económicos esperados no se materializaron plenamente debido a la presión de un mercado global saturado y la consecuente caída en los precios promedio de exportación. Los resultados indican que el sector ha logrado avances importantes en términos de capacidad productiva, pero esto ha generado un desafío considerable: cómo gestionar el crecimiento de manera que mantenga la sostenibilidad y rentabilidad a largo plazo. La investigación refuerza los hallazgos de estudios como los de Castillo Cárdenas y Navarrete Villegas (2022), quienes señalaron que la optimización de recursos y la innovación tecnológica son esenciales para sostener la competitividad. Además, el contexto internacional, caracterizado por una creciente oferta de arándanos de otros países productores, ha intensificado la competencia, haciendo que las mejoras productivas sean una condición necesaria, pero no suficiente, para asegurar el éxito económico. Los hallazgos de este estudio sugieren que el equilibrio entre el crecimiento productivo y las estrategias de mercado es crucial. A pesar de los avances en productividad, la capacidad del sector para adaptarse a las fluctuaciones de la demanda y a las exigencias del mercado internacional sigue siendo un factor determinante para su éxito. En resumen, el crecimiento en la producción debe

estar alineado con un enfoque estratégico que permita mantener la ventaja competitiva en un entorno global cambiante y exigente.

El análisis de las condiciones de inocuidad en el sector agroexportador de arándanos peruanos resalta la importancia crucial de cumplir con las exigentes normativas internacionales para acceder y mantenerse en el mercado del Reino Unido. Las certificaciones fitosanitarias, como GlobalG.A.P. y BRC Food, han sido determinantes para garantizar la calidad y seguridad de los productos peruanos, permitiendo que los arándanos sean percibidos como un producto confiable y de alta calidad. Estas certificaciones no solo aseguran el cumplimiento de las normativas, sino que también mejoran la competitividad del producto en un mercado altamente exigente y regulado. Este estudio confirma que la implementación rigurosa de normas de inocuidad es un factor clave que sostiene la posición de Perú en el ámbito agroexportador, alineándose con lo señalado por Balcázar Ortiz y Villanueva Vásquez (2022), quienes destacaron la importancia de las regulaciones sanitarias para mantener la competitividad en mercados internacionales. Sin embargo, los resultados también muestran que la alta dependencia de estas certificaciones implica que cualquier relajación o falla en el cumplimiento podría tener consecuencias graves para el sector. Las condiciones de inocuidad deben ser vistas no solo como una exigencia regulatoria, sino también como un pilar estratégico que contribuye a la percepción de calidad y a la diferenciación del producto en el mercado global. Además, este estudio reafirma que la inocuidad alimentaria es una prioridad constante para los exportadores, y cualquier innovación o mejora en este aspecto puede tener un impacto positivo en la competitividad del sector. En este sentido, la investigación proporciona una visión clara de cómo las certificaciones y el cumplimiento de normas internacionales son esenciales para sostener el éxito de las exportaciones peruanas de arándanos.

El análisis de las condiciones logísticas revela que factores como la estacionalidad de la

cosecha y la disponibilidad de la oferta desempeñan un papel crucial en la competitividad de los arándanos peruanos en el mercado del Reino Unido. Perú ha logrado aprovechar las ventanas de menor competencia gracias a su período de cosecha estratégica, posicionándose de manera efectiva en el mercado global. No obstante, la investigación también destaca las limitaciones que enfrenta el sector, como la dependencia de regiones específicas para la producción y los desafíos asociados a la infraestructura logística. Huapaya Mendoza (2018) enfatizó que una cadena de frío eficiente y la optimización de las rutas de transporte son esenciales para mantener la calidad del producto, y este estudio confirma la importancia de estas prácticas logísticas. A pesar de las mejoras observadas, persisten desafíos significativos, especialmente en términos de infraestructura portuaria y costos logísticos, que pueden impactar negativamente la competitividad. Los resultados subrayan que la gestión eficiente de la logística no solo afecta la calidad del producto, sino también la capacidad del sector para responder rápidamente a las demandas del mercado y aprovechar oportunidades comerciales. Además, la disponibilidad continua y oportuna del producto es un factor determinante para mantener la presencia de Perú en el mercado del Reino Unido. Este estudio concluye que las condiciones logísticas son un componente crítico que requiere atención constante, ya que cualquier interrupción o ineficiencia puede afectar la competitividad y la percepción del producto en el ámbito internacional

El análisis de los factores de competitividad en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020-2022 revela una compleja interacción entre factores económicos, productivos, logísticos y de inocuidad que determina el éxito y la sostenibilidad del sector en el entorno global. Los resultados evidencian que, aunque Perú ha logrado un crecimiento significativo en la producción y exportación de arándanos, este avance se ha visto contrarrestado por desafíos como la caída en los precios promedio y las

fluctuaciones económicas internacionales. La presión de un mercado altamente competitivo y saturado ha resaltado la necesidad de optimizar las estrategias económicas y productivas. Además, las condiciones de inocuidad, sustentadas por certificaciones internacionales, han sido un pilar esencial para garantizar la aceptación y competitividad de los productos en el mercado británico. Las mejoras en la infraestructura logística han contribuido a la calidad y disponibilidad del producto, pero siguen siendo áreas críticas que requieren atención continua. En conjunto, estos factores subrayan que la competitividad en el sector agroexportador no solo depende de la expansión productiva, sino también de la capacidad para innovar, adaptarse a las exigencias del mercado y gestionar eficientemente los recursos y condiciones externas. La investigación proporciona una visión integral de cómo cada factor contribuye al desempeño del sector y destaca la importancia de mantener un equilibrio estratégico para asegurar el liderazgo de Perú en el mercado global de arándanos.

4.3. Recomendaciones

El presente documento ofrece una serie de recomendaciones derivadas del análisis realizado sobre el “Análisis sobre los factores de competitividad en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del reino unido, 2020-2022.”. Estas recomendaciones buscan fortalecer el impulso de factores económicos, productivos, logísticos y de inocuidad en las empresas agroexportadoras de arándanos, con el objetivo de ajustar su competitividad en el mercado británico.

Para abordar los desafíos económicos identificados en el sector agroexportador de arándanos, se recomienda que las empresas desarrollen estrategias más diversificadas y resilientes para mitigar las fluctuaciones de precios y las presiones del mercado global. Una estrategia clave

sería diversificar los mercados de destino para reducir la dependencia del Reino Unido y explorar oportunidades en mercados emergentes con alto potencial de consumo. Esto podría incluir un análisis detallado de las preferencias de los consumidores y la demanda en regiones como Asia y América del Norte. Además, es fundamental que las empresas optimicen sus estructuras de costos mediante la inversión en tecnologías que permitan una producción más eficiente y la reducción de desperdicios. Otra área crucial es la gestión del riesgo cambiario; las empresas deben explorar opciones de cobertura financiera para protegerse de las fluctuaciones adversas del tipo de cambio. Se recomienda también fortalecer la colaboración con instituciones gubernamentales y financieras para obtener apoyo en la implementación de estas estrategias. La creación de alianzas estratégicas con otros actores del sector puede facilitar la adopción de mejores prácticas y el desarrollo de soluciones innovadoras que permitan una mayor estabilidad económica. Finalmente, es importante que las empresas mantengan un monitoreo constante del entorno económico global, ajustando sus planes estratégicos para adaptarse a las condiciones cambiantes y aprovechar las oportunidades que puedan surgir en nuevos mercados.

Con respecto al factor productivo, se recomienda que las empresas agroexportadoras de arándanos continúen invirtiendo en tecnologías avanzadas que permitan un uso más eficiente de los recursos naturales y mejoren la sostenibilidad de la producción. Estas inversiones pueden incluir sistemas de riego de precisión, técnicas de manejo integrado de plagas y fertilización optimizada que minimicen el impacto ambiental y aumenten la productividad. Además, es crucial diversificar las variedades de arándanos cultivadas, no solo para satisfacer diferentes segmentos de mercado, sino también para mitigar el riesgo asociado con la dependencia de unas pocas variedades predominantes. Las empresas deben realizar estudios de mercado para identificar las variedades con mayor demanda y adaptar sus prácticas agrícolas en consecuencia. La capacitación

continua de los agricultores y trabajadores del sector es otra recomendación importante. Programas de formación sobre el uso de nuevas tecnologías y técnicas sostenibles pueden ayudar a mejorar el rendimiento productivo y asegurar que la fuerza laboral esté equipada para manejar los desafíos de un mercado en constante evolución. También se recomienda promover prácticas agrícolas sostenibles y certificaciones ambientales que aumenten el valor agregado de los arándanos peruanos en el mercado global. Una colaboración más estrecha entre el sector privado y las instituciones de investigación agrícola puede facilitar el desarrollo de soluciones innovadoras que fortalezcan la producción y aseguren la competitividad del sector a largo plazo.

Para mejorar y mantener las condiciones de inocuidad en el sector agroexportador de arándanos, se recomienda que las empresas continúen cumpliendo con las normas internacionales de seguridad alimentaria y busquen constantemente nuevas certificaciones que puedan agregar valor a sus productos. La actualización y mejora de las prácticas de inocuidad debe ser un proceso continuo, incluyendo la capacitación de los trabajadores en temas de higiene, manejo de productos y procedimientos fitosanitarios. Además, se sugiere que las empresas establezcan sistemas de trazabilidad más robustos que permitan un seguimiento preciso desde la producción hasta la exportación, garantizando la transparencia y la confianza de los consumidores en los mercados internacionales. Es esencial invertir en infraestructura que respalde la inocuidad, como instalaciones de almacenamiento y procesamiento que cumplan con los estándares más estrictos de calidad. La colaboración con organismos reguladores y organizaciones internacionales puede ayudar a las empresas a estar al tanto de las nuevas normativas y tendencias en seguridad alimentaria. Además, es recomendable que el sector fomente la investigación y desarrollo de métodos más sostenibles y eficientes para asegurar la inocuidad, como el uso de biotecnología y tecnologías de desinfección no químicas. Por último, las campañas de promoción que resalten los

estándares de inocuidad y las certificaciones obtenidas pueden fortalecer la percepción de calidad de los arándanos peruanos y mejorar su posicionamiento en mercados exigentes como el del Reino Unido.

Para optimizar las condiciones logísticas y mejorar la competitividad de los arándanos peruanos en el mercado del Reino Unido, se recomienda que las empresas inviertan en infraestructura moderna que asegure la cadena de frío desde la cosecha hasta la entrega final. La implementación de tecnologías avanzadas en almacenamiento y transporte, como sensores de temperatura y humedad en tiempo real, puede ayudar a mantener la calidad del producto y reducir pérdidas. Además, es importante diversificar las rutas de exportación y trabajar con operadores logísticos que ofrezcan opciones flexibles y seguras. Se sugiere también que las empresas busquen formas de reducir los costos logísticos, como el establecimiento de contratos a largo plazo con proveedores de servicios de transporte o la creación de consorcios logísticos que compartan recursos y optimicen las operaciones. La planificación eficiente de la producción y cosecha en función de las demandas del mercado también puede ayudar a evitar cuellos de botella y mejorar la disponibilidad de la oferta. Asimismo, se recomienda una colaboración estrecha con autoridades portuarias y gobiernos locales para mejorar la infraestructura portuaria y facilitar el flujo de exportaciones. Finalmente, la inversión en tecnología de gestión de la cadena de suministro, que permita un monitoreo y control en tiempo real, es fundamental para garantizar que los arándanos lleguen a su destino en óptimas condiciones, asegurando así la satisfacción de los clientes y la competitividad del sector en el mercado global.

Para fortalecer los factores de competitividad en el sector agroexportador de arándanos peruanos, es fundamental adoptar un enfoque integral que aborde simultáneamente los aspectos económicos, productivos, logísticos y de inocuidad. Se recomienda que las empresas

agroexportadoras desarrollen estrategias económicas que les permitan gestionar de manera eficaz las fluctuaciones del mercado global y mejorar la rentabilidad, como la diversificación de mercados y la implementación de tecnologías de optimización de costos. En términos productivos, es crucial continuar invirtiendo en innovación tecnológica y prácticas agrícolas sostenibles que incrementen la eficiencia sin comprometer el medio ambiente. Además, asegurar la calidad y seguridad alimentaria mediante el cumplimiento de estrictas normativas de inocuidad debe seguir siendo una prioridad, lo que incluye la obtención y mantenimiento de certificaciones internacionales que mejoren la percepción y aceptación del producto en los mercados globales. La infraestructura logística también debe ser mejorada, con un énfasis en la modernización de la cadena de frío y la optimización de las rutas de exportación, garantizando que los arándanos lleguen a su destino en condiciones óptimas. Finalmente, una colaboración más estrecha entre el sector privado, el gobierno y las instituciones de investigación es esencial para fomentar la innovación, mejorar la infraestructura y garantizar que las estrategias de competitividad se adapten a las cambiantes demandas del mercado internacional, asegurando así la sostenibilidad y el éxito a largo plazo del sector.

REFERENCIAS

Agronometrics. (2024). Reporte de arándanos: Perú.

<https://agronometrics.com/ibo/sotir/2024/country/PER>

Aguilar Mendoza, J. F., & Dávila Castillo, D. A. (2021). Logística internacional y las exportaciones de arándanos durante la pandemia COVID-19, periodo 2020. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/87675>

Ale Cruz, E. L. (2019). Estrategias de comercialización al mercado de Estados Unidos para las exportaciones de arándanos frescos de los agricultores de la región de La Libertad, 2017. <https://hdl.handle.net/11537/14235>

Ames Segura, V. I., & Estrada Lava, A. (2021). Influencia de la gestión estratégica de los factores de producción en la exportación de arándanos de la región La Libertad 2020 <https://repositorio.unife.edu.pe/repositorio/handle/20.500.11955/851>

Anaya, J., & Polanco, S. (2007). Innovación y mejora de procesos logísticos: análisis, diagnóstico e implantación de sistemas logísticos. https://buscaenbuja.ujaen.es/discovery/fulldisplay?docid=alma991001371399704994&context=L&vid=34CBUA_UJA:VU1&lang=es&search_scope=CATALOGO&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=Jaen&offset=0

Arias, J., Villasís, M. y Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: La población de estudio. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>

Ávila, L. (2006). Introducción a la metodología de la investigación. <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/203/index.htm>

Balcázar Ortiz, D. A., & Villanueva Vásquez, A. M. (2022). Factores limitantes que influyen en la exportación de café orgánico de Cajamarca a Estados Unidos en el contexto COVID-19, periodo 2020-2021.

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/33005/Balcazar%20Ortiz%2C%20Darlene%20Alexandra%20-%20Villanueva%20Vasquez%2C%20Alice%20Maricielo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Banco Mundial (2020). El costo de Mantenerse Sanos. LAC Semiannual Report; October 2020. <http://hdl.handle.net/10986/34602>

BASF. (2024). Arándanos. <https://agriculture.basf.com/cl/es/proteccion-de-cultivos-y-semillas/cultivos/frutales/arandanos>

Bell, E, Bryman, A. y Harley, B. (2022). Business Research Methods. [https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=hptjEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Bell,+E.+\(2014\).+Business+Research+Methods.+Oxford+University+Press&ots=Ddli4by_ZD&sig=cpiUYGzRJznMSus6eb0aWtl_NFE#v=onepage&q=Bell%2C%20E.%20\(2014\).%20Business%20Research%20Methods.%20Oxford%20University%20Press&f=false](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=hptjEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Bell,+E.+(2014).+Business+Research+Methods.+Oxford+University+Press&ots=Ddli4by_ZD&sig=cpiUYGzRJznMSus6eb0aWtl_NFE#v=onepage&q=Bell%2C%20E.%20(2014).%20Business%20Research%20Methods.%20Oxford%20University%20Press&f=false)

Briggs, A., Coleman, M. & Morrison, M. (2012). Research Methods in Educational Leadership and Management. <https://doi.org/10.4135/9781473957695>

British Retail Consortium (2018). Global standard for food safety issue 8. https://cdn.scsglobalservices.com/files/program_documents/brc_food_standard_8_0.pdf

Cabrera, D. H. G. (2022). Arándanos. Estrategias de mercado para implementar en la exportación a Estados Unidos. <https://ri.unlu.edu.ar/xmlui/handle/rediunlu/1453>

Castillo Cárdenas, C. A., & Navarrete Villegas, A. C. (2022). Factores de producción que influyen en la exportación de arándanos de La Libertad a Tailandia 2017 – 2021.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/109549/Castillo_CCA-Navarrete_VAC-SD.pdf?sequence=1

Cauas, D. (2015). Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación. <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24762w/Definiciondelasvariables.enfoqueytipodeinvestigacion.pdf>

Chopra, S., & Meindl, P. (2013). Administración de la cadena de suministro. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24567w/Sunil_Chopral.pdf

Cohen, N., & Gómez, G. (2019). Metodología de la Investigación ¿Para qué?. Obtenido de https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20190823024606/Metodologia_para_que.pdf

Cortegana Goñas, J. (2021). Factores económicos que influyen en las exportaciones de castaña amazónica en el departamento de Madre de Dios hacia EE.UU. Periodo 2015 al 2020. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/67606>

Cuevas, R., Mendoza, C., Hernández, R., & Méndez, S. (2016). Fundamentos de Investigación. Obtenido de https://www.ingebook.com/ib/NPcd/IB_BooksVis?cod_primaria=1000187&codigo_libro=8272

Durán, J. y Álvarez, M. (2008). Indicadores de comercio exterior y política comercial: mediciones de posiciones y dinamismo comercial. <https://repositorio.cepal.org/bitstreams/fe74661f-0205-4b32-be44-b7dfef10d3c1/download>

El Peruano. (2022). Los arándanos se perfilan como un producto bandero del agro peruano. <https://elperuano.pe/noticia/179666-los-arandanos-se-perfilan-como-un->

Huapaya Mendoza, M. A. (2018). Factores a considerar para la exportación de arándanos frescos al mercado alemán, 2017. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/12870>

IndexBox. (2022). Precio de arándanos y arándanos agrios en España, noviembre 2022. <https://www.indexbox.io/blog/spain-blueberry-and-cranberry-price-in-november-2022/>

ISO. (2018). ISO 22000 - Gestión de la inocuidad de los alimentos. <https://iestpcabana.edu.pe/wp-content/uploads/2021/11/NORMA-ISO-22000.pdf>

Katayama, R. (2014). Introducción a la investigación cualitativa: Fundamentos, métodos, estrategias y técnicas. <https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/616f8a7df1823bd0b2a6db1bd1b621eb.pdf>

Leyva Guerrero, S. L., & Llazo De la Cruz, J. Y. (2023). Factores económicos que influyen en la participación peruana en el mercado mundial del arándano periodo 2011 – 2021, Trujillo – Perú, 2023. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/36701>

López, P. (2004). Población, muestra y muestreo. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&tlng=es

Magán, R. E. (2022). Análisis de las estrategias comerciales que impulsaron las exportaciones de los principales productos del sector agrícola periodo 2020 – 2021. <https://hdl.handle.net/11537/35815>

Marcione da Costa, J; Josiane de Lima Guedes, M; De Souza Melo, A. (2017). La relación entre tasa de cambio, cantidad Exportada de castaña de cajú y precio recibido por los productores

en el estado de rio grande do Norte, Brasil.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6880407>

Martínez M., M. (2006). La investigación cualitativa (síntesis conceptual).
<https://doi.org/10.15381/rinvp.v9i1.4033>

Medina Cabrera, V. F. (2022). Evaluación de la producción nacional del arándano azul para su exportación a un mercado internacional en el año 2021.
<https://repositorio.ucsm.edu.pe/items/b31d6afb-8567-4027-85d3-dcc6f6946ab8>

Méndez Viveros, J. A. (2013). Comercialización de aguacate hass mexicano en China: Estrategias para incrementar la exportación y competitividad del producto.
<https://hdl.handle.net/20.500.14330/TES01000691732>

Mendoza, J. (2018). Diseño de estrategias para la exportación de extracto de maracuyá con destino al mercado de Buenos Aires – Argentina.
<http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/handle/123456789/175?locale-attribute=en>

Minagri. (2020). Estacionalidad de las exportaciones peruanas de arándanos frescos y el mercado norteamericano.
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1321195/Estacionalidad%20de%20las%20exportaciones%20peruanas%20de%20ar%C3%A1ndanos%20frescos%20y%20el%20mercado%20norteamericano%20setiembre%202020.pdf>

MINAGRI. (2020). Evolución del comercio exterior agropecuario peruano.
https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1636261/comercio_exterior_agrario_2020.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (MINCETUR). (2022). Perú se mantendría como líder mundial en exportaciones de arándanos en el 2022. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/639924-peru-se-mantendria-como-lider-mundial-en-exportaciones-de-arandanos-en-el-2022>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2013). El ABC del comercio exterior. Guía práctica del Exportador. Volumen III. http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/Documentos/manuales/guia_practica_del_exportador_w_r.pdf

Molins, A. (2011). Logística internacional. https://www.yumpu.com/es/document/view/55319155/logistica-internacional-alejandro-molins-eoi#google_vignette

Moreno Zorrilla, T. R., & Sernaque Loayza, C. H. (2021). Estrategias de promoción para la exportación de arándano en la región La Libertad, Perú durante los años 2019 y 2020. <https://hdl.handle.net/11537/27519>

Naciones Unidas. (2020). El COVID-19 y la crisis socioeconómica en América Latina y el Caribe. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/46838-revista-cepal-132-edicion-especial-covid-19-la-crisis-socioeconomica-america>

OECD. (2020). Agricultural Policy Monitoring and Evaluation. https://www.oecd-ilibrary.org/agriculture-and-food/agricultural-policy-monitoring-and-evaluation-2020_928181a8-en

ONU. (2019). Sustainable Development Goals Report 2019.
<https://unstats.un.org/sdgs/report/2019/>

Otzen , T. y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio.
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

P., Chavarro, A. y Ramírez, C. (2007). Teorías de internacionalización.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4780130>

PARKIN. (2018). ECONOMIA. <https://archive.org/details/michael16892-parkin-economia90877-pearson-62g650gvs-2018776-vfsc715h52988638hdgv2675ran>

Peruano, E. (2020). Ley que establece medidas para despliegue del control simultáneo durante la emergencia sanitaria por el covid-19.
<https://www.fao.org/faolex/results/details/es/c/LEX-FAOC195362/#:~:text=Ley%20N%C2%BA%2031016%20%2D%20Ley%20que,sanitaria%20por%20el%20CPVID%2D19.>

Petit-Jiménez, D. C. (2021). Impacto del COVID-19 en la Agroindustria. Agroindustria, Sociedad Y Ambiente, 2(17), 28-37. <https://revistas.uclave.org/index.php/asa/article/view/3528>

PortalFruticola. (2024). Cosechas tempranas y calidad superior: Perspectivas del arándano en Sudáfrica para 2024. <https://www.portalfruticola.com/noticias/2024/07/09/cosechas-tempranas-y-calidad-superior-perspectivas-del-arandano-en-sudafrica-para-2024/#:~:text=Algunas%20de%20las%20zonas%20m%C3%A1s,los%20precios%20son%20mucho%20buenos.>

Porter, M. E. (1985). The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=193>

Porter, M. The Competitive Advantage of Nations. The Free Press. 1990. <https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations>

Proarándanos. (2024). Asociación de Productores de Arándanos del Perú. <https://proarandanos.org.pe/>

PromPerú. (2020). El mercado de arándanos del Reino Unido 2020. <https://promperu.uk/wp-content/uploads/2021/04/El-mercado-de-arandanos-del-Reino-Unido-2020.pdf>

PromPerú. (2020). Informe mensual de Exportaciones Perú Diciembre 2020. https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/Informe%20Mensual%20de%20Exportaciones%20Diciembre%202020_vF.pdf

PROMPERÚ. (2021). Informe de exportaciones agroindustriales 2021. <https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstreams/3f7c0a5a-f8d6-49d5-9715-d3839c6a67da/download>

PromPerú. (2024). Perfil del producto: Arándano en el Reino Unido. <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/Perfil%20Producto%20Mercado%20-%20Ar%C3%A1ndano%20en%20Reino%20Unido.pdf>

Rodríguez Q., J. (2021). "Plan de Marketing para la comercialización de productos agrícolas inocuos" : Fresh Veggies. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/194454>

SENASA. (2018). La Libertad: Senasa establece certificación fitosanitaria de arándanos basada en perfiles de riesgo. <https://www.senasa.gob.pe/senasacontigo/la-libertad-senasa-establece-certificacion-fitosanitaria-de-arandanos-basada-en-perfiles-de-riesgo/#:~:text=La%20certificaci%C3%B3n%20basada%20en%20perfiles,inspecci%C3%B3n%20sanitaria%20de%20acuerdo%20al>

Servicio Regional de Investigación y Desarrollo Agroalimentario (SERIDA). (2024). Estudio sobre la producción de arándanos en Asturias. <https://www.serida.org/publicacionesdetalle.php?id=4815#:~:text=La%20producci%C3%B3n%20de%20ar%C3%A1ndanos%20obtenida,marzo%20hasta%20finales%20de%20septiembre>

Silverman, D. (2020). Doing Qualitative Research. https://www.miguelangelmartinez.net/IMG/pdf/2017_silverman_doing_qualitative_research_book.pdf

Soil Association. (2023). Soil Association recaba la opinión pública sobre las normas de acuicultura ecológica. <https://es.thefishsite.com/articulos/soil-association-recaba-la-opini%C3%B3n-p%C3%BAblica-sobre-las-normas-de-acuicultura-ecol%C3%B3gica>

Stewart, L (2024). Document Analysis - How to Analyze Text Data for Research. <https://atlasti.com/research-hub/document-analysis>

TradeMap. (2024) Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Reino Unido. https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c826%7c%7c%7c%7c081040%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

Tridge. (2024). Precios de referencia de arándanos. <https://www.tridge.com/preview-prices?productId=531>

Victor Medeiros, L. G. (2019). La Competitividad Y Sus Factores Determinantes: Un Análisis Sistémico Para Países En Desarrollo. Obtenido De <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45005-la-competitividad-sus-factores-determinantes-un-analisis-sistemico-paises>

Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability. [https://wcu.edu.az/uploads/files/Strategic%20Management%20and%20Business%20Policy%20\(%20PDFDrive%20\).pdf](https://wcu.edu.az/uploads/files/Strategic%20Management%20and%20Business%20Policy%20(%20PDFDrive%20).pdf)

Zhang, J., Geldres-Weiss, V. V., & Heredia, J. (2023). Latin America's export trade prospect of agricultural products to China. *Contemporary Economics*, 17(2), 210-236. <https://doi.org/10.5709/ce.1897-9254.507>

ANEXOS

Anexo N° 1: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA	INSTRUMENTO
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son los factores de competitividad en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020 - 2022? <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo es el factor económico en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020 - 2022? ¿Cómo es el factor productivo en el sector agroexportador de arándanos peruanos 	<p>OBJETIVO GENERAL.</p> <ul style="list-style-type: none"> Analizar los factores de competitividad en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020-2022. <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Evaluar el factor económico en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020-2022. Analizar el factor productivo en el sector agroexportador de arándanos peruanos para 	<p>VARIABLE</p> <ul style="list-style-type: none"> Factores de Competitividad <p>DIMENSIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> Factores Económicos Factores Productivos Condiciones Logísticas Condiciones de Inocuidad 	<p>Tipo de investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cuantitativa <p>Diseño:</p> <ul style="list-style-type: none"> Descriptivo Revisión Documental No experimental <p>Tipo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Bibliográfico <p>Población:</p> <ul style="list-style-type: none"> Artículos, informes y tesis que abordaron los factores de competitividad de precio, plaza, 	<p>Instrumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ficha de análisis documental.

<p>para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020 - 2022?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las condiciones de inocuidad en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020 - 2022? • ¿Cuáles son las condiciones logísticas en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020 - 2022? 	<p>el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020-2022.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir las condiciones de inocuidad en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020-2022. • Identificar las condiciones logísticas en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del Reino Unido durante el periodo 2020-2022. • 		<p>promoción y producto.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los registros históricos utilizados fueron extraídos de las bases de datos de TradeMap y Promperú. <p>Tipo de muestreo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No probabilístico por conveniencia. 	
---	---	--	---	--

Anexo N° 2: Matriz de operacionalización

TÍTULO	ANÁLISIS SOBRE LOS FACTORES DE COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR AGROEXPORTADOR DE ARÁNDANOS PERUANOS PARA EL MERCADO DEL REINO UNIDO, 2020-2022.				
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	INDICADORES
Factores de Competitividad	La teoría de la competitividad destaca la importancia de desarrollar factores productivos y habilidades esenciales en economías con niveles de desarrollo limitados. Se define la competitividad como la capacidad de mantener y aumentar la participación en mercados internacionales, mientras se mejora de manera simultánea el nivel de vida de la población. (Porter, 1990)	Para evaluar esta variable es necesario analizar la producción nacional, importación y exportación de las agroexportadoras, a través de la partida arancelaria de arándanos, el análisis de datos será a partir del año 2020 al 2022. En base a las dimensiones se hará uso de bases de datos como Minagri, Sunat, TradeMap, Aduanas, entre otros.	Factores de competitividad	Factores Económicos	Precio promedio
					Precio comparativo
					Variación de precio
				Factores Productivos	Producción nacional
					Variedad de arándano
					Variación de crecimiento
				Condiciones Logísticas	Ciudades Productoras
					Estacionalidad de cosecha
					Disponibilidad de oferta
				Condiciones de Inocuidad	Participación de mercado
	Certificaciones fitosanitarias				
	Políticas de promoción				

Anexo N° 3: Categorías de análisis documental.

Categoría de análisis documental		
Dimensiones	Subdimensiones	Indicadores
Factores de Competitividad	Factores Económicos	Precio promedio
		Precio comparativo
		Variación de precio
	Factores Productivos	Producción nacional
		Variedad de arándano
		Variación de crecimiento
	Condiciones Logísticas	Ciudades Productoras
		Estacionalidad de cosecha
		Disponibilidad de oferta
	Condiciones de Inocuidad	Participación de mercado
		Certificaciones fitosanitarias
		Políticas de promoción

Anexo N° 4: Propuesta de ficha de análisis documental

TIPO DE ESTRATEGIA	ESTRATEGIA	CARACTERÍSTICAS
FACTORES ECONÓMICOS	PRECIO PROMEDIO	Este indicador busca cuantificar el precio de venta de los arándanos en el Reino Unido a lo largo del tiempo, permitiendo evaluar si los precios ofrecidos por los exportadores peruanos han sido consistentes o si han variado significativamente. Esto es clave para determinar la competitividad frente a otros mercados y la capacidad de Perú de adaptarse a las fluctuaciones del mercado internacional.
	PRECIO COMPARATIVO	Comparar los precios de exportación de Perú con otros países competidores, como Chile y España, permite entender si las empresas peruanas han logrado posicionar sus productos de manera competitiva en términos de precio. Esto puede reflejar la capacidad de las empresas de ofrecer un valor similar o superior a un costo igual o menor.
	VARIACIÓN DE PRECIO	La variación de precios permite medir cómo han fluctuado las condiciones del mercado y si las empresas peruanas han ajustado su estrategia de precios para seguir siendo competitivas. Este análisis es crucial para evaluar la estabilidad y sostenibilidad de la estrategia de precios.
FACTORES PRODUCTIVOS	PRODUCCIÓN NACIONAL	Este indicador cuantifica la magnitud de la producción en el país, permitiendo entender si el volumen producido ha acompañado la demanda creciente del mercado del Reino Unido. Es importante evaluar si el crecimiento de la producción ha sido suficiente para satisfacer la demanda externa.
	VARIEDAD DE ARÁNDANO	Identificar las variedades exportadas ayuda a determinar cuál ha sido la más exitosa en términos de aceptación y demanda en el mercado británico. Algunas variedades podrían adaptarse mejor al clima, preferencias y logística del Reino Unido.
	VARIACIÓN DE CRECIMIENTO	La variación del crecimiento refleja el potencial de expansión del sector agroexportador de arándanos en Perú. Este indicador ayuda a evaluar la capacidad del país para aumentar su producción y satisfacer la demanda en el Reino Unido y otros mercados.

CONDICIONES LOGÍSTICAS	CIUDADES PRODUCTORAS	Identificar las principales ciudades productoras permite entender la estructura geográfica de la oferta peruana y evaluar la eficiencia logística. Algunas regiones pueden tener ventajas comparativas que les permiten ser más competitivas.
	ESTACIONALIDAD DE COSECHA	La estacionalidad es clave para evaluar si las empresas peruanas logran aprovechar ventanas de oportunidad cuando otros países competidores no están en cosecha, lo que les permite capturar mayor participación de mercado.
	DISPONIBILIDAD DE OFERTA	Conocer la disponibilidad de arándanos en el mercado del Reino Unido ayuda a las empresas a sincronizar su oferta con la demanda, evitando la sobreoferta o la escasez, lo que puede influir en los precios y el posicionamiento del producto.
CONDICIONES DE INOCUIDAD	PARTICIPACIÓN DE MERCADO	Evaluar la participación de mercado ayuda a entender el posicionamiento de Perú en el mercado británico en comparación con sus competidores directos. Un aumento en la participación de mercado puede indicar una estrategia de promoción exitosa.
	CERTIFICACIONES FITOSANITARIAS	Las certificaciones son fundamentales para acceder al mercado del Reino Unido. Cumplir con las normativas fitosanitarias internacionales refuerza la imagen de calidad y seguridad del producto, facilitando la aceptación y preferencia de los consumidores.
	POLÍTICAS DE PROMOCIÓN	Este indicador analiza las políticas públicas y estrategias de promoción que han fomentado el crecimiento de las exportaciones. Puede incluir acuerdos comerciales, campañas de marketing internacional, y el papel de los gremios exportadores en la promoción del arándano peruano.

PROPUESTA DE FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL

Cita	Dimensión	Subdimensión	Indicador
-------------	------------------	---------------------	------------------

TradeMap, 2024	FACTORES DE COMPETITIVIDAD	FACTORES ECONÓMICOS	Precio promedio
TradeMap, 2024			Precio comparativo
TradeMap, 2024			Variación de precio
TradeMap, 2024		FACTORES PRODUCTIVOS	Producción nacional
Proarándanos, 2024			Variación de arándano
TradeMap, 2024			Variación de crecimiento
El Peruano, 2022		CONDICIONES LOGÍSTICAS	Ciudades Productoras
Basf, 2024			Estacionalidad de cosecha
Serida, 2024			
Minagri, 2020			
PortalFruticola, 2024		Disponibilidad de oferta	
PromPerú, 2020		CONDICIONES DE INOCUIDAD	Participación de mercado
TradeMap, 2024			Certificaciones fitosanitarias
SENASA, 2018			
FAO, 2016			
BRC, 2018	Políticas de promoción		
ISO, 2018			
Soll Association, 2023			
Mincetur, 2022	Políticas de promoción		
PromPerú, 2022			


Anexo N° 5: Validación del instrumento de investigación

1. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del validador: COLOMER WINTER ADRIAN

1.2. Grado Académico: MAGISTER

1.3. Institución donde labora: Universidad Privada del Norte

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:		"Análisis sobre los factores de competitividad en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del reino unido, 2020-2022."		
Apellidos y nombres del experto:		Mg. Adrián Colomer Winter		
El instrumento de medición pertenece a la variable:		FACTORES DE COMPETITIVIDAD		
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
Sugerencias: NINGUNA				
Firma del experto:		 		

Anexo N° 6: Validación del instrumento de investigación

1. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del validador: Vivas, Sheyla

1.2. Grado Académico: MAGISTER

1.3. Institución donde labora: Universidad Privada del Norte

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	“Análisis sobre los factores de competitividad en el sector agroexportador de arándanos peruanos para el mercado del reino unido, 2020-2022.”		
Apellidos y nombres del experto:	Mg. Sheyla Vivas		
El instrumento de medición pertenece a la variable:	FACTORES DE COMPETITIVIDAD		

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias: NINGUNA

Firma del experto:



Mg. Sheyla Vivas