

Peruvian agro-export sector: a competitiveness study of its main products, 2014 – 2023

Castro Sánchez, Claudia Alejandra de Jesús¹; La Rosa Salazar, Kiara Darell²; Montes Tocto, Richard Ignacio³
Collazos Alarcón, Mercedes Alejandrina⁴

^{1,3}Universidad Tecnológica del Perú, Perú, u20215724@utp.edu.pe, c23108@utp.edu.pe

^{2,4}Universidad Tecnológica del Perú, Perú, u20225811@utp.edu.pe, c24133@utp.edu.pe

Abstract– This study analyzes the competitiveness of Peru’s main agro-export products in international markets (2014–2023), applying comparative and competitive advantage theories. Using a quantitative approach with specialization and competitiveness indicators, it evaluates internal and external factors affecting performance, identifies trends, and offers recommendations for improving the sector’s global positioning. Findings show that while grapes and asparagus remain competitive, products like avocado and coffee face growing challenges, requiring innovation and diversification. The study also underscores the potential of emerging products such as blueberries. This research fills a gap in systematized data and contributes to strengthening Peru’s role in international trade.

Keywords– Competitiveness, Peruvian Agricultural Exports, Dynamism, Revealed Comparative Advantage, Contribution to the Trade Balance Indicator

Sector agroexportador peruano: un estudio de competitividad de sus principales productos, 2014 – 2023

Castro Sánchez, Claudia Alejandra de Jesús¹; La Rosa Salazar, Kiara Darell²; Montes Tocco, Richard Ignacio³; Collazos Alarcón, Mercedes Alejandrina⁴

^{1,3}Universidad Tecnológica del Perú, Perú, u20215724@utp.edu.pe, c23108@utp.edu.pe

^{2,4}Universidad Tecnológica del Perú, Perú, u20225811@utp.edu.pe, c24133@utp.edu.pe

Resumen– Este estudio analiza la competitividad de los principales productos agroexportadores de Perú (uva, arándano, palta, café y espárrago) durante el periodo 2014-2023, enfocándose en su desempeño en los mercados internacionales. A través del índice de Ventaja Comparativa Revelada (VCR), se encontró que la uva y el arándano han experimentado un notable aumento en su competitividad mientras que, productos como el café, la palta y el espárrago han registrado una disminución de competitividad en este mismo periodo. Estos resultados coinciden con estudios previos que destacan la baja competitividad de las empresas agroexportadoras peruanas en los mercados globales. A pesar de la mejora en la competitividad de algunos productos, los resultados de la balanza comercial fueron negativos en la mayoría de los años analizados, lo que sugiere que la competitividad no siempre se traduce en un impacto positivo en la economía del país. Los hallazgos también subrayan la importancia de la diversificación de mercados y la adaptación a las demandas globales, como lo indican estudios de otros países competidores como México. En general el estudio refuerza la necesidad de políticas públicas que fomenten la especialización y la sostenibilidad, promoviendo una mayor competitividad y posicionamiento de Perú en el comercio internacional.

I. INTRODUCCIÓN

El concepto de competitividad ha evolucionado históricamente, abarcando no solo las ventajas de empresas, sino también factores como infraestructura, educación, salud y políticas macroeconómicas, según la referencia Porter tal y como se citó en [1]. La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico lo define como la capacidad de un país para producir bienes y servicios competitivos, mientras que Dussel lo relaciona con la integración de mercados internacionales, tal y como lo cito [2] y el Foro Económico Mundial lo asocia con la estabilidad de ingresos. Además, [3] resaltan que la coordinación de políticas nacionales y locales, junto con la participación de actores territoriales, fomentan la sostenibilidad y competitividad. En general, esta se encuentra vinculada al desempeño y productividad empresarial [4]. Asimismo, Invancevich y Lorenzi tenían pensamientos similares, tales y como se citaron en [5] ellos plantean que un país es competitivo cuando este logra penetrar los mercados internacionales y su supervivencia en ellos.

A nivel internacional, existen diversas formas de medir la competitividad, estas pueden ser mediante flujos comerciales, sugiriendo que in país competitivo atrae renta de otros países mediante el comercio. Esto refleja ventajas en costos, calidad y superior y la capacidad para ofrecer precios bajos [6]. Por otro lado, [1] indican que la competitividad y el comercio

internacional se originan en la predisposición de los individuos a intercambiar y obtener beneficios. Siguiendo este enfoque, la competitividad se mide mediante la decisión internacional del trabajo, especialización, dotación de factores productivos, teoría del valor trabajo, competencia perfecta y rendimiento constante a escala.

Con respecto a la competitividad desde el punto de vista de las asociaciones de productores agrícolas y empresas rurales, puede ser entendida como la habilidad que tienen este tipo de organizaciones para adaptarse y desarrollar su objeto social en mercados, tanto, nacionales como internacionales, generando rentas para sus asociados y posibilidades de desarrollo a nivel local [7].

A nivel internacional, la competitividad agrícola destaca la importancia de ser medido, debido a que, reflejan datos importantes para la toma de decisiones en el comercio exterior, ya que todos países exportan e importan bienes y servicios [8] dando como resultado una visión integral que beneficia la economía de la Nación, mejorando la posición de Perú en el mercado global. Por ello, se formula la siguiente interrogante, ¿Cuál es la competitividad de los principales productos del sector agroexportador peruano durante el 2014-2023?

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Desde hace unos años, Perú se ha caracterizado por su alto crecimiento agroexportador, ganando notoriedad en ese sector debido a que, ofrece variedad de productos de buena calidad. Por ello, este estudio se enfoca en sus principales productos agroexportadores tales como, la uva, palta, arándano, café y espárrago.

Por ende, [9] estudia la competitividad de manera cualitativa, en donde su análisis revela que el 46% de las mypes agroexportadoras peruanas carecen de recursos estratégicos adecuados dando como resultado una baja competitividad en el mercado internacional. A su vez, [10] utilizan una metodología cuantitativa basada en dos indicadores, de especialización y competitividad, mediante la matriz modificada de CEPAL, así como la ventaja comparativa revelada (VCR) e indicador de contribución a la balanza comercial (ICTB) como resultado Perú muestra alta competitividad, destacando al arándano como el producto con mayor especialización, con un crecimiento acelerado superior al 480%. Mientras que, [11] sugiere que la ventaja comparativa revelada (VCR), es esencial para determinar la especialización de productos.

Además, [12] menciona que el ICTB al ser comparado con el VCR, muestra si las economías disfrutaban de los beneficios comerciales por el aumento de sus exportaciones por la alta competitividad, contribuyendo positivamente a la balanza comercial. A la vez, [13] consideran que el gobierno puede realizar importaciones con objetivos claros de satisfacer la demanda interna del país. Asimismo, los resultados de las diferentes investigaciones analizadas sobre cada producto de estudio, se evidenció que en el caso de los arándanos en el 2014 tuvo un crecimiento sostenido y acelerado en cuanto a su ventaja comparativa, seguido por la uva y el café. Mientras que, en los productos se muestra una depresión con respecto a la ventaja comparativa [10]. Con respecto al café verde, a través del índice Vollrath del año 2019 muestra como resultado la importante intervención en el mercado mundial dado que, el índice es mayor a cero [14]. También, el principal país exportador de espárrago, México, se caracteriza por tener un incremento en su competitividad según lo mencionan [15] esto debido a que en términos de producción y exportación México genera el 2.5% del volumen total mundial.

A su vez, [16] destacan sobre la participación de los productos de los países competidores en el mercado que la uva de Italia muestra una estabilidad que podría reflejar desafíos en competitividad y adaptación a demandas globales y sostenibilidad. Los arándanos de España presentan fluctuaciones, atribuibles a la globalización y competencia. En el caso de los espárragos peruanos, la especialización consistente indica una ventaja comparativa, aunque se subraya la necesidad de diversificar la producción y mercados ante cambios en los patrones de consumo. En relación con el análisis llevado a cabo, se puede afirmar que entender la competitividad de un producto particular en el mercado internacional es crucial para el avance de un país en desarrollo, ya que esto permitirá evaluar la situación actual e implementar mejoras en el sector analizado, facilitando su adaptación e inserción en el ámbito del comercio exterior [17]. Del mismo modo, se estudia los principales mercados de destino en donde se posicionan principalmente los productos seleccionados, esto para obtener un mayor análisis explicativo de los resultados que genere una comprensión rápida y sencilla.

III. METODOLOGÍA

Para comprender el tema a desarrollar es necesario entender sobre los siguientes indicadores de competitividad los cuales son: la Ventaja absoluta y comparativa, la Teoría de Heckscher-Ohlin y la Ventaja Competitiva. En cuanto a la ventaja absoluta [18] mencionan que, ésta se relaciona con la técnica basada en mano de obra porque el país que tiene ventaja absoluta se diferencia de otros por producir un bien en mayor cantidad con menos mano de obra. Asimismo, según [19] indica que, la Ventaja Comparativa se centra en la distinción de un país con respecto a la capacidad de producción para un intercambio con otros países que no producen dicho producto y así abastecer y beneficiar a ambos países. Además, el Modelo de Heckscher-Ohlin se comprueba a raíz del indicador anteriormente mencionado, es decir que el poder de producción de un país

sobre un bien es mayor de modo que, en el país de origen la demanda de dicho producto ya fue abastecida por lo que, se empieza a vender en otros mercados [20]

Además, es importante recalcar que el sector agrícola desempeña un papel fundamental en el crecimiento económico de las naciones en vías de desarrollo, ya que proporciona alimentos a nivel global [21] por lo cual, es importante señalar que el sector agroexportador es uno de los más relevantes en Perú, destacándose productos como la uva, el arándano, el espárrago, la palta y el café [22]. A su vez, cada producto tiene una estacionalidad específica, la uva se exporta principalmente de octubre a diciembre [23]; los arándanos entre septiembre y octubre [24]; los espárragos de marzo a junio y de octubre a diciembre [25]; la palta de febrero a septiembre [26]; y el café de julio a diciembre [27]; siendo esto clave para el éxito de las exportaciones peruanas. Además, los principales destinos de los productos mencionados incluyen Estados Unidos, Brasil, Países Bajos, Alemania y Francia, que tuvieron la mayor participación en 2022 [28] Por esta razón, es fundamental evaluar la competitividad de Perú en estos mercados, entendiendo esta como la habilidad de un país para proporcionar bienes y servicios que cumplan con la demanda global en un contexto de libre comercio. [29] Además, está relacionada con la búsqueda de una rentabilidad que supere la media de la industria [30] y varía según enfoques económicos, socioculturales, políticos y técnicos [31]

Por otra parte, existen diversos conceptos de competitividad en el ámbito empresarial. [32] la definen como una variable que han evolucionado a lo largo del tiempo dependiendo la perspectiva de esta, y la relacionan con el uso eficiente de los recursos según Michael Porter, a su vez, [33] afirman que la competitividad se enfoca en conservar y expandir la participación de las empresas en los mercados tanto locales como internacionales para impulsar el crecimiento económico. Mientras que, [34] añaden que esta depende de la habilidad de una organización para incrementar sus ventas y superar a sus rivales. Para que esta sea medida, se emplean indicadores macroeconómicos, socioeconómicos, políticos y [35]. Por lo tanto, este estudio examinará cuatro fórmulas, organizadas en dos metodologías: indicadores de competitividad y especialización.

En este sentido, el indicador de competitividad se desarrollará utilizando la Matriz de competitividad modificada de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), que ofrece varios indicadores útiles para analizar los productos mencionados. Entre ellos se encuentra el Índice de dinamismo o participación sectorial (SP), que, según [36], evalúa el crecimiento de la participación de un producto o grupo de productos en las importaciones de un país o región, clasificándolos como en expansión, estables o en declive.

$$SPm = \frac{Mm}{Total} \times 100$$

La SPm se refiere a la proporción de las importaciones totales del producto m dentro del país o región considerada;

Mm representa las importaciones totales de dicho producto en ese país o mercado de destino. Por su parte, Mt son las importaciones totales de todos los productos en ese país o región.

Asimismo, dentro de la metodología indicada, encontramos otro indicador que es el Índice de competitividad o cuota de mercado (MS) siendo este, según [37], una variable que refleja la intensidad de la competencia entre las empresas.

$$MSmj = \frac{Xmj}{Mm}$$

La MSmj mide la proporción de las exportaciones de ese producto provenientes del país j en relación con las importaciones totales del producto m en el país o región objetivo. Xmj se refiere a las exportaciones totales del producto m del país j hacia ese país o región, mientras que Mm representa las importaciones totales del producto m en dicho país o región.

Como resultado, al momento de interpretar la matriz según [38] menciona que, un mercado en evolución, un país puede enfrentar diversas posiciones competitivas. Como “ganador”, el país logra aumentar su competitividad en contextos de distinta dinámica: puede sobresalir en un mercado deprimido (en decrecimiento), estable (de evolución constante) o en auge (creciente). En el caso de los mercados en auge, se ubica en el cuadrante de mayor competitividad. Por otro lado, como “persistente”, el país intenta mejorar su posición sin éxito en mercados que pueden ser decrecientes, estables o en auge. Finalmente, como “perdedor”, el país pierde competitividad en cualquiera de estos escenarios: en mercados deprimidos, donde se encuentra en el cuadrante de menor competitividad; en mercados estables, o en auge, donde también experimenta una disminución de su competitividad.

Asimismo, es importante mencionar que, un “mercado en evolución creciente” se refiere a un mercado en expansión, con una demanda que aumenta sostenidamente con el tiempo, generando oportunidades de crecimiento. Mientras que, un “mercado en evolución decreciente”, muestra una reducción en la demanda. Finalmente, un “mercado de evolución constante o estable”, presenta una demanda que se mantiene sin variaciones significativas en el tiempo, sin un crecimiento ni una disminución marcada.

Por otro lado, en lo que respecta a la metodología de los Indicadores de especialización, se presentan dos fórmulas. La primera se denomina Ventaja Comparativa Revelada (VCR), un indicador sugerido por Balassa, que resulta esencial para comparar la estructura de las exportaciones entre diferentes países, tal como lo afirma. [39]

$$RCAmj = \frac{(Xmj/Xj)}{(Xm/X)} \times 100$$

El RCamj representa el índice de ventaja comparativa revelada (RCA) para el producto m del país j, donde Xmj son las exportaciones totales de ese producto por el país j y Xj son las exportaciones totales del país j en todos los productos. A

nivel global, Xm corresponde a las exportaciones totales del producto m en el mundo, mientras que X representa las exportaciones totales del mundo en todos los productos, proporcionando el marco para calcular la competitividad del producto m del país j en el comercio internacional. Según [40] quienes citan a Utkulu & Seyman (2004) mencionan que, este indicador nos permite analizar la estructura comercial del producto en el comercio global dando como resultado valores positivos, los cuales si son mayores a 100 indican que el país analizado tiene una venta comparativa revelada con respecto al producto estudiado.

Si bien, en la fórmula anterior se han tomado los valores de exportación, según [36] opinó que para un mayor análisis es necesario utilizar el Indicador de Contribución a la Balanza Comercial (ICTB), el cual sirve para analizar tanto las exportaciones netas como las importaciones para evitar la confusión que se produce en algunos países, en los cuales se importa cierto producto para luego exportarlo [5].

$$ICTBmj = \left(\frac{Xmj - Mmj}{\frac{Xj + Mj}{2}} - \frac{Xj - Mj}{\frac{Xj + Mj}{2}} \right) \left(\frac{Xmj - Mmj}{Xj + Mj} \right)$$

El ICTBmj representa el Índice de Comercio Total Bilateral del producto m del país j, el cual se calcula considerando las exportaciones totales del producto m desde el país j (Xmj) y las importaciones totales del producto m desde el país j (Mmj). Además, se tiene en cuenta el comercio global del país, donde Xj son las exportaciones totales del país j y Mj son las importaciones totales del país j, proporcionando una visión integral del comercio de ese producto en relación con el comercio total del país. En tal motivo, según [41] los valores pueden ser mayores o menores a cero de tal manera que, se puede identificar los sectores que contribuyen en mayor o menor proporción al comercio total del país. Asimismo, cuando es positivo significa que el producto analizado presenta una ventaja comparativa con respecto al comercio de caso contrario, significa que el producto analizado no presenta una ventaja comparativa.

IV. RESULTADOS

Con respecto a los siguientes resultados y el análisis de los mismo, centrándose en los principales mercados de destino del producto y al principal competidor de Perú. Por ende, la posición competitiva del producto depende del mercado de destino en consideración.

TABLA 1
EVOLUCIÓN DEL INDICADOR VENTAJA COMPARATIVA REVELADA DE LAS EXPORTACIONES DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS DEL SECTOR AGRO Y SUS PRINCIPALES COMPETIDORES EN EL PERÍODO 2014-2023.

AÑOS	UVA	ARÁNDANO	PALTA	CAFÉ	ESPÁRRAGO
	PERÚ	PERÚ	PERÚ	PERÚ	PERÚ
2014	4,081.89	917.7	4,944.86	1,762.07	16,440.37
2015	4,738.65	2,770.85	4,692.80	1,538.49	18,181.73

2016	3,910.54	4,789.00	4,167.91	1,766.39	14,523.11
2017	3,162.84	6,325.78	4,126.08	1,387.90	11,560.15
2018	3,985.91	7,410.85	5,215.32	1,505.58	11,928.49
2019	4,287.81	9,616.42	4,988.42	1,509.18	12,343.87
2020	5,038.40	11,422.50	5,332.33	1,638.35	13,885.69
2021	5,262.00	9,817.03	5,436.40	1,396.64	10,885.51
2022	5,423.10	10,919.23	4,912.59	1,576.94	12,124.92
2023	6,921.31	11,682.32	4,789.39	1,159.69	11,702.78
VAR %	70%	1173%	-3%	-34%	-29%
TOTAL					
AÑOS	UVA	ARÁNDANO	PALTA	CAFÉ	ESPÁRRAGO
	ITALIA	ESPAÑA	MÉXICO	BRASIL	MÉXICO
2014	3,514.83	764.62	2,225.91	2,493.79	1,042.87
2015	349.27	743.1	2,223.93	2,454.68	1,039.15
2016	344.54	726.64	2,075.83	2,187.12	1,211.28
2017	366.9	745.67	2,143.53	1,820.84	1,523.59
2018	338.18	721.69	1,935.60	1,897.14	1,323.90
2019	297.19	597.21	1,880.40	2,176.55	1,357.44
2020	317.3	61.59	1,743.31	2,331.46	1,288.25
2021	343	717.15	1,858.39	2,118.63	1,290.89
2022	300.24	612.49	1,924.27	2,072.63	1,216.47
2023	331.34	544.99	1,530.36	1,943.41	974.21
VAR %	-91%	-29%	-31%	-22%	-7%
TOTAL					

En la Tabla 1 muestra que en 2014 las uvas italianas y peruanas presentaban alta competitividad, pero con el tiempo, la competitividad de las uvas peruanas creció un 70%, mientras que la de las italianas cayó un 91%, reflejando un notable declive. En el caso del arándano, Perú partió de un nivel bajo de competitividad 2014 (917.70) pero experimento un impresionante crecimiento del 1,173%, mientras que España mantuvo un desempeño estable, pero con una disminución del 29% durante el periodo de estudio. En cuanto a la plata, Perú alcanzo sus máximos niveles de exportación en 2020 y 2021, consolidando su ventaja competitiva sobre México, cuya competitividad cayó a punto más bajo en el 2023. En el café, aun que Brasil supero a Perú, ambos países vieron una disminución en su competitividad, siendo más pronunciada en Perú (-34%) que en Brasil (-22%).

Finalmente, en el caso del espárrago, Perú mantuvo una posición dominante frente a México a lo largo de los años, aunque con una disminución de dinamismo desde 2016, en contraste México, con valores más bajos, experimento solo un leve aumento entre 2017 y 2019 si llegar a competir efectivamente con Perú. Asimismo, cabe recalcar que todos los países analizados en relación con los cinco productos presentan una ventaja comparativa revelada dado que, el resultado de cada

uno de ellos es superiores a 100. Este hallazgo se alinea con lo señalado por [40] quienes afirman que un valor mayor a 100 refleja una especialización eficiente que favorece a estos países en los productos analizados. De esta manera, los resultados sugieren que estos países no solo tienen una mayor competitividad en dichos productos a nivel global, sino que también podrían estar aprovechando sus recursos y capacidades productivas de manera óptima para maximizar su participación en el comercio internacional.

Por otro lado, para entender el dinamismo de las exportaciones peruanas, es clave analizar tanto la ventaja comparativa revelada como también el índice de la balanza comercial tanto de Perú como su principal competidor a lo largo del periodo de estudio tal y como se muestra en la parte inferior de la Tabla 2.

TABLA 2
EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE CONTRIBUCIÓN A LA BALANZA COMERCIAL DE LAS EXPORTACIONES DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS DEL SECTOR AGRO Y SUS PRINCIPALES COMPETIDORES EN EL PERÍODO 2014-2023.

AÑOS	UVAS	ARÁNDANOS	PALTA	CAFÉ	ESPÁRRAGO
	PERÚ	PERÚ	PERÚ	PERÚ	PERÚ
2014	0.000791	0.001094	0.000352	0.000978	0.000461
2015	0.001495	0.000188	0.000617	0.001291	0.000868
2016	0.000182	0.000031	0.000074	0.000248	0.000083
2017	-0.000688	-0.000432	-0.000648	-0.000760	-0.000473
2018	-0.000636	-0.000473	-0.000594	-0.000567	-0.000347
2019	0.002975	0.002818	-0.000398	0.002195	-0.000248
2020	-0.000610	-0.000604	-0.000524	-0.000473	-0.000319
2021	-0.000823	-0.000800	-0.000715	-0.000573	-0.000324
2022	-0.000346	-0.000345	-0.000281	-0.000336	-0.000142
2023	-0.002705	-0.002590	-0.001593	-0.001384	-0.000681
AÑOS	UVAS	ARÁNDANOS	PALTA	CAFÉ	ESPÁRRAGO
	ITALIA	ESPAÑA	MÉXICO	BRASIL	MÉXICO
2014	-0.000002	0.000000	0.000020	0.001467	0.000003
2015	-0.000080	0.000002	0.000089	-0.001194	0.000013
2016	-0.000100	0.000000	0.000108	-0.003983	0.000017
2017	-0.000093	0.000003	0.000113	-0.004227	0.000016
2018	-0.000062	0.000003	0.000097	-0.002670	0.000013
2019	-0.000087	-0.000002	-0.000017	-0.002376	-0.000005
2020	-0.000006	-0.000019	-0.000261	-0.003337	-0.000041
2021	-0.000056	0.000006	0.000087	-0.002580	0.000010
2022	0.000001	0.000010	0.000135	-0.002459	0.000013
2023	-0.000037	0.000002	0.000033	-0.003972	0.000002

Como se observa, la balanza comercial de las uvas italianas mostró en su mayoría valores negativos a lo largo del periodo estudiado, con excepción del año 2022, donde se registró una

ligera mejora. Esto sugiere que, durante este tiempo, Italia fue un importador neto de uvas, lo que podría estar relacionado con una menor competitividad en la producción o una demanda interna superior a la oferta nacional. En comparación, las uvas peruanas presentaron una balanza comercial positiva en los primeros dos años del periodo estudiado, con un superávit en la exportación, sin embargo, a partir de 2017, este superávit comenzó a disminuir y, en los últimos años, se tornó negativo, lo que podría reflejar una mayor competencia en el mercado internacional o un descenso en la producción de uvas peruanas durante ese periodo.

En cuanto al arándano, Perú logró su mayor superávit comercial en 2019, con un valor de 0.00282, lo que demuestra el fuerte crecimiento de las exportaciones de este producto durante ese año. Pese a ello en los años posteriores, se observó una ligera tendencia a la baja en la balanza comercial, lo que sugiere una disminución en la competitividad o un aumento de las importaciones en relación con las exportaciones. Por otro lado, España mantuvo una balanza comercial de arándanos relativamente equilibrada a lo largo del periodo estudiado, con una ligera tendencia negativa. Esto indica que España no ha logrado desarrollar una ventaja comparativa significativa en la producción de arándanos, a pesar de ser un productor de frutas en el mercado europeo. Por ende, este comportamiento contrasta con el de Perú, que en general ha sido un exportador neto de arándanos, aunque su ventaja comparativa se ha visto disminuida en los últimos años. En el caso de la palta, Perú experimentó una caída significativa en la balanza comercial en 2023, registrando un valor negativo de -0.00259. Este retroceso en las exportaciones podría deberse a factores como el incremento de la competencia internacional o problemas internos en la producción. Por el contrario, México mostró una balanza comercial de palta generalmente positiva, alcanzando su máximo en 2022, lo que sugiere que México ha mantenido una ventaja competitiva en este sector, consolidándose como uno de los principales exportadores de palta en el mundo.

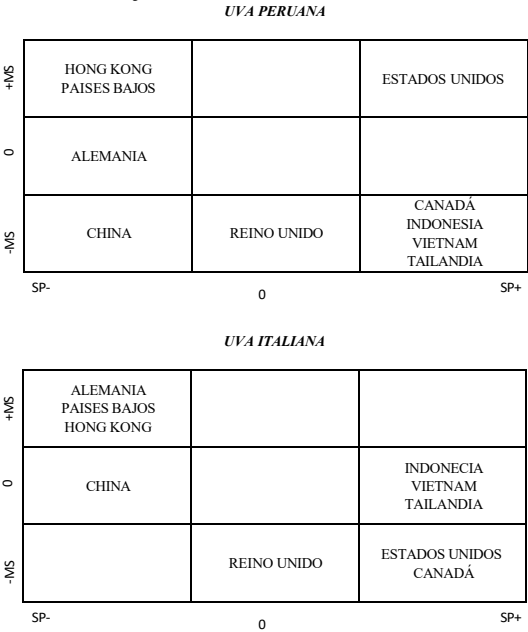
El análisis de la balanza comercial del café muestra que Brasil ha mantenido una posición dominante, con un superávit sostenido en la mayoría de los años, consolidándose como líder mundial en la producción de café. A diferencia de Perú que solo presentó un pequeño superávit en 2014, y desde 2020 su balanza comercial ha sido mayormente negativa, lo que podría indicar una disminución en la competitividad del café peruano o un aumento de las importaciones. En cuanto a los espárragos, Perú experimentó un pico en su balanza comercial en 2015, luego sufrió una caída progresiva hasta alcanzar su valor más bajo en 2023. Esta tendencia negativa podría estar vinculada a factores como la variabilidad en la demanda internacional y la creciente competencia de productores como México, cuyo sector de espárragos ha mostrado una mayor estabilidad, aunque con una competitividad algo inferior a la de Perú en los años de mayor exportación.

Por otro lado, la matriz de competitividad de CEPAL es fundamental para evaluar la competitividad y el dinamismo de

un producto peruano en un mercado de destino, comparándolo con sus competidores, destacando que la posición competitiva depende del mercado de destino y la relevancia del producto en ese contexto.

En la Fig. 1, muestra el nivel de competitividad y dinamismo de las uvas de Perú e Italia en los principales mercados de destino. En mercados con evolución decreciente como Hong Kong y Países Bajos, ambos países enfrentan una disminución de la demanda. En Alemania, la uva italiana pierde competitividad, mientras que las uvas peruanas intentan mejorar, sin éxito. Con lo que respecta al Reino Unido, ambos países pierden competitividad debido a los constantes cambios a las tendencias del mercado, lo que requiere adaptaciones rápidas.

En China, las uvas peruanas están perdiendo competitividad en un mercado de evolución constante, mientras que Italia también busca incrementar su competitividad sin lograr avances significativos. En Estados Unidos, Perú lidera en competitividad, mientras que Italia pierde terreno en un mercado con evolución creciente. En cambio, en Canadá, ambos países se enfrentan una disminución de competitividad a pesar de la demanda creciente. Además, en mercados con evolución creciente como Indonesia, Vietnam y Tailandia, las uvas peruanas pierden competitividad, mientras que las italianas intentan mejorar sin éxito hasta el momento.



. Fig. 1 Matrices de competitividad modificada de CEPAL para Perú y el principal exportador de la categoría uvas.

Como se muestra en la Fig. 2 con lo que respecta a los arándanos peruanos se encuentra ubicado en el cuadrante de más alta competitividad en los diez países en estudio lo que refiere que, la demanda de este fruto ha ido incrementado durante el periodo de estudio en los principales mercados de destino. A comparación del arándano español que en este contexto se encuentra bien posicionado competitivamente en

solo tres de los diez países los cuales son: Alemania, Francia e Italia.

Sumado a esto, el arándano mexicano trata de aumentar su competitividad en mercados como Estados Unidos, Canadá, China y Hong Kong, pero aún no logra superar su estándar de competitividad comparado con el arándano peruano en dichos países. A su vez el arándano mexicano va perdiendo competitividad en países como Países Bajos, Reino Unido y Polonia, siendo estos mercados con una evolución creciente.

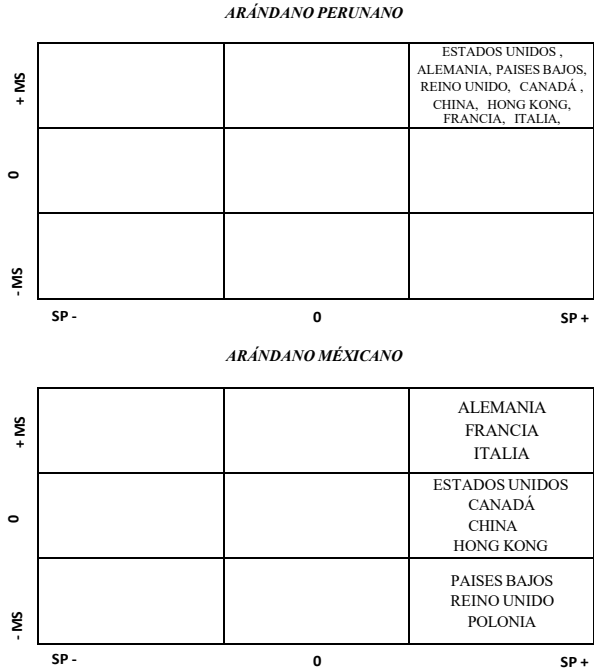


Fig. 2 Matrices de competitividad modificada de CEPAL para Perú y el principal exportador de la categoría arándanos.

En la Fig. 3, se visualiza a la palta en el contexto de Perú, en donde tanto el mercado estadounidense, Países Bajos, Francia, España, Alemania y Canadá, se encuentran en un cuadrante donde la competitividad es decreciente y el dinamismo cada vez mayor, esto quiere decir que, Perú va perdiendo su competitividad en mercados con evolución. Asimismo, al centrarnos en Japón, Perú gana competitividad en un mercado con evolución decreciente. Mientras que, en cuestión de Reino Unido, Rusia y China; el Perú gana competitividad en estos mercados, los cuales, tienen una evolución creciente ya que, se encuentran en el cuadrante de mayor competitividad. Asimismo, al comparar los resultados anteriormente mencionados, México pierde competitividad en un mercado (Japón) con evolución decreciente. Además, perdiendo competitividad en mercados como Países Bajos, Francia, España, Alemania, Rusia y China quienes tienen una evolución creciente. Sin embargo, ganando competitividad en mercados con evolución creciente como lo son Estados Unidos, Reino Unido y Canadá.



Fig. 3 Matrices de competitividad modificada de CEPAL para Perú y el principal exportador de la categoría palta.

En la Fig. 4, se muestra que el café peruano ha incrementado su competitividad en mercados en evolución como Francia, Canadá y Países Bajos donde la demanda del café va incrementando a lo largo del periodo de estudio, destacándose especialmente en estos últimos en el café brasileño. Sin embargo, en países como España y Alemania, la demanda del café peruano ha sufrido una disminución, a comparación que el café de Brasil, el cual ha logrado posicionarse mejor. Asimismo, en mercados como Bélgica, donde la demanda está en crecimiento, el café peruano también busca mejorar su competitividad, en contraste el café brasileño a perdido terreno. En mercados en declive, donde la demanda del producto va disminuyendo, en países como Estados Unidos, Italia, Japón y Suiza, el café peruano enfrenta una creciente competencia, especialmente del café brasileño que mantiene su competitividad en países como Estados Unidos e Italia.

CAFÉ PERUANO			
+ MS	ESTADOS UNIDOS ITALIA JAPÓN SUIZA	PAISES BAJOS	FRANCIA CANADÁ
0	ALEMANIA ESPAÑA		BELGICA
- MS			
	SP -	0	SP +

CAFÉ BRASIL			
+ MS	ESTADOS UNIDOS ITALIA	ALEMANIA PAISES BAJOS	
0			
- MS	JAPÓN	ESPAÑA	BELGICA SUIZA FRANCIA CANADÁ
	SP -	0	SP +

Fig. 4 Matrices de competitividad modificada de CEPAL para Perú y el principal exportador de la categoría café.

En la Fig. 5, muestra que Perú pierde competitividad en la mayoría de los mercados, los cuales presentan una evolución decreciente, lo que lo sitúa en el cuadrante menos favorable. Sin embargo, destaca una ganancia en competitividad en los mercados de Canadá y Bélgica, ambos en este tipo de evolución. En España, aunque Perú también pierde competitividad, el mercado se mantiene en una evolución constante.

Además, México como principal país competidor experimenta un incremento en su competitividad en España, un mercado en evolución constante. No obstante, pierde terreno en varios mercados clave como Canadá, Reino Unido, Francia, Japón, Alemania, Suiza, Países Bajos y Bélgica, donde no se observa mejora en su competitividad. Finalmente, en Estados Unidos, a pesar de que el mercado presenta una tendencia decreciente, México logra aumentar su competitividad.

ESPÁRRAGO PERUANO			
+ MS	CANADÁ BÉLGICA		
0			
- MS	ESTADOS UNIDOS, ALEMANIA, REINO UNIDO, SUIZA, FRANCIA, PAÍSES BAJOS, JAPÓN	ESPAÑA	
	SP -	0	SP +

ESPÁRRAGO MÉXICANO			
+ MS	ESTADOS UNIDOS	ESPAÑA	
0	ALEMANIA SUIZA PAÍSES BAJOS BÉLGICA		
- MS	CANADÁ REINO UNIDO FRANCIA JAPÓN		
	SP -	0	SP +

Fig. 5 Matrices de competitividad modificada de CEPAL para Perú y el principal exportador de la categoría espárrago.

V. DISCUSIÓN

En este estudio se ha analizado la competitividad de los principales productos agroexportadores del Perú: uva, arándano, palta, café y espárrago con respecto a sus principales países de destino, con la finalidad de poder evaluar la situación del sector y de acuerdo con lo investigado se llega a concordancia con [17] de que la competitividad de un producto es importante para el desarrollo del país.

Uno de los indicadores de la competitividad es el VCR, el cual nos señala la tendencia del nivel de especialización de cada producto en su país de origen ante el mercado internacional, afirmando así lo mencionado por [11], quien sostiene que este indicador es fundamental para determinar la especialización de los productos por ende, la competitividad de la uva peruana aumentó un 70% y los arándanos peruanos han experimentado un notable crecimiento del 1,173% en comparación con sus principales competidores durante el periodo estudiado, lo que nos puede llevar a rechazar el pensamiento de [10] con respecto a la uva, en contraste con el arándano donde si se puede afirmar lo que menciona sobre el acelerado crecimiento en la competitividad de los arándanos peruanos.

A su vez, la competitividad del café, palta y espárrago peruano ha disminuido durante el periodo de análisis siendo -34%, -3 y -29% respectivamente, este resultado se alinea con el informe de [9], que señala una baja competitividad de las empresas agroexportadoras peruanas en el mercado internacional. Cabe recalcar que, el mercado competidor de los espárragos tiene una mayor competitividad durante dicho periodo afirmando lo que mencionan [15], quienes resaltan el incremento de la competitividad mexicana al exportar el 2.5% del volumen total mundial del producto.

Por otro lado, el índice de la Balanza Comercial muestra que los cinco productos de Perú tiene un resultado negativo en la mayoría de los años del periodo de estudio, entre los últimos del periodo, por lo que, se estos productos no contribuyen de manera positiva a la balanza comercial, sin embargo, muestran un alto nivel de competitividad lo que difiere a lo mencionado por [12] en donde afirma que si el producto tiene un alta especialización (competitividad) va a contribuir de manera positiva a la balanza comercial. Asimismo, al comparar el crecimiento de la competitividad exportadora y el resultado negativo del indicador en mención, nos lleva a afirmar lo mencionado por [13] donde resalta que el estado muchas veces realiza importaciones de satisfacer la demanda interna.

Por último, el indicador la matriz de CEPAL, menciona que Perú ha logrado una presencia significativa en mercados de café con demanda creciente y constante evolución, mientras que, Brasil se mantiene fuerte en mercados de alta demanda, aunque algunos estén en evolución o decrecimiento. Por otro lado, es importante mencionar que, al comparar los estudios realizados con el de [14], se logra notar discrepancia dado que, el menciona que, el café tiene una gran participación en el mercado mundial, sin embargo, después de analizarlo en el periodo de estudio se nota que, Brasil, principal país competidor es el que tiene mayor presencia a nivel internacional.

A su vez, se señala que las uvas peruanas e italianas enfrentan desafíos en mercados con demanda decreciente y emergentes, mientras que el arándano peruano lidera globalmente, a diferencia del español, limitado a Europa afirmando lo mencionado por [42] donde destacan la importancia de la calidad y adaptabilidad para ser competitivos en el contexto de demandas globales y sostenibilidad. El espárrago peruano pierde terreno en mercados en declive, pero mejora en Canadá y Bélgica, mientras que México destaca en EE. UU. pero pierde presencia en otros mercados. La palta peruana también pierde competitividad en EE. UU. y Países Bajos, mientras que México avanza en varios mercados. Estos casos refuerzan la necesidad de diversificar la producción y los mercados, como mencionan [42], para adaptarse a los cambios en los patrones de consumo. Por último, los resultados obtenidos en los diferentes indicadores podemos afirmar lo que menciona [43], quien sostiene que el crecimiento del sector agroexportador peruano se debe a la oferta de productos variados y de alta calidad, lo que ha impulsado su visibilidad y competitividad en los mercados internacionales.

VI. CONCLUSIONES

En conclusión, el análisis de la competitividad de los productos agroexportadores peruanos entre 2014 y 2023 muestra un panorama mixto. No obstante, la uva y el espárrago mantienen una posición competitiva frente a sus principales rivales, mientras que la competencia en los mercados globales de palta y café continúa intensificándose.

Por otro lado, los productos de exportación de Perú estudiados presentan una tendencia mayormente negativa en la balanza comercial, con algunos periodos de superávit aislado en casos como el arándano y los espárragos. Aunque los productos

peruanos muestran competitividad en el mercado internacional, este desempeño no se traduce en una contribución positiva sostenida a la balanza comercial del país. En cambio, se observa que, en línea con algunas investigaciones, el crecimiento de la competitividad exportadora no garantiza una mejora en la balanza comercial, posiblemente debido a la necesidad de satisfacer la demanda interna mediante importaciones.

Por último, los productos agrícolas de Perú muestran distintos niveles de competitividad en mercados internacionales, con las uvas perdiendo terreno en mercados decrecientes y emergentes, mientras que el arándano peruano destaca a nivel global. La palta y los espárragos presentan competitividad variable, mejorando en algunos mercados como Canadá y Bélgica, pero perdiendo en otros. Por su parte, México y Brasil fortalecen su presencia en mercados clave. Esto resalta la importancia de diversificar mercados y productos, adaptándose a las tendencias de consumo y mejorando la competitividad mediante innovación y calidad.

VII. RECOMENDACIONES

Por ende, se recomienda que Perú fortalezca la competitividad de productos en declive, como el café, la palta y el espárrago, a través de mejoras en los procesos productivos, innovación tecnológica y diversificación de mercados. Paralelamente, se deben consolidar los avances logrados en productos de alto crecimiento, como el arándano y la uva, promoviendo la especialización y la sostenibilidad en sus cadenas productivas. Asimismo, es crucial que las políticas públicas y estrategias empresariales se alineen para abordar las deficiencias en competitividad y mantener la ventaja en los mercados internacionales.

Asu vez, es recomendable implementar un enfoque estratégico que favorezca el desarrollo de la producción y exportación sostenible, orientado a captar mercados internacionales de manera constante.

Por finalizar, es recomendable que Perú diversifique sus mercados de destino y fortalezca su capacidad de adaptación a las tendencias globales de consumo. Además, una estrategia de innovación constante que permita ajustar la oferta a las preferencias de los consumidores en mercados en evolución y emergentes podría mejorar su competitividad, especialmente en productos con potencial de crecimiento como los arándanos y el café.

REFERENCIAS

- [1] P. N. Páez, W. G. Jiménez, and J. D. Buitrago, "Theories of competitiveness: A synthesis," *Revista Republicana*, vol. 2021, no. 31, pp. 119–144, 2021, doi: 10.21017/Rev.Repub.2021.v31.a110.
- [2] G. Duitama Castro, O. Matallana Kuan, and M. L. Saavedra García, "Análisis sistémico de la competitividad en el sector metalmeccánico: perspectivas meso y microeconómicas," *Revista CEA*, vol. 10, no. 22, p. e2435, Dec. 2023, doi: 10.22430/24223182.2435.
- [3] C. E. Flores-Tapia, M. del C. Pérez-González, F. J. Maza-Ávila, and K. L. Flores-Cevallos, "Public policy guidelines for a comprehensive, territorial and sustainable development to improve productivity and competitiveness. Case Tungurahua province–Ecuador," *Heliyon*, vol. 9, no. 5, May 2023, doi: 10.1016/j.heliyon.2023.e15426.
- [4] A. Dresch, A. Br, D. C. Colla Co, D. P. Lacerda, and D. Br, "Artículos Teoretical understanding between competitiveness and productivity: firm level Comprensión teórica entre competitividad y productividad: Ámbito de la empresa," 2018, doi: 10.25100/iyc.v20i1.5897.
- [5] D. A. Escalante Yaulilalhua, Y. C. Jeri Huanaco, R. M. Apolinario Torres, R. R. Roque Durand, and P. B. Venegas Rodríguez, "Un estudio de la competitividad exportadora de los principales productos mineros peruanos (2010-2019)," 2021. [Online]. Available: www.upo.es/revistas/index.php/RevMetCuant/article/view/5939
- [6] N. , G. A. , L. j. , L. C. Hernández, "Comparison of the Export Competitiveness of Limes from Mexico, Colombia, Argentina, and Brazil to the European Union," *Agro productividad*, vol. 17, pp. 145–153, 2024, doi: 10.32854/agrop.
- [7] A. Ramírez and C. Pérez, "Competitiveness in the avocado producer organizations in sucre, Colombia," *Cuadernos de Desarrollo Rural*, vol. 15, no. 81, pp. 1–23, 2018, doi: 10.11144/Javeriana.cdr15-81.copa.
- [8] A. T. Ibrahim and A. B. Sekunmade, "Analysis of Agro Export Response to Macroeconomic Indices in Nigeria (1980 – 2014)," *Asian Journal of Advances in Agricultural Research*, vol. 7, no. 4, pp. 1–13, Oct. 2018, doi: 10.9734/ajaar/2018/41413.
- [9] J. F. A. Hanco, "Theoretical model of business transformation with a focus on strategic resources towards competitive improvement," *Human Review. International Humanities Review / Revista Internacional de Humanidades*, vol. 11, Dec. 2022, doi: 10.37467/revhuman.v11.4133.
- [10] D. Escalante, J. Olivera, M. Miranda, and P. Venegas, "Peruvian Agro-Export Sector: a Competitiveness Study on Their Main Products in the Period 2010-2019," *Journal Globalization, Competitiveness and Governability*, vol. 17, no. 2, pp. 34–50, 2023, doi: 10.58416/GCG.2023.V17.N2.01.
- [11] B. Ahmad, M. Anwar, H. Badar, M. Mehdi, and F. Tanwir, "Analyzing export competitiveness of major fruits and vegetables of pakistan: An application of revealed comparative advantage indices," *Pak J Agric Sci*, vol. 58, no. 2, pp. 719–730, Apr. 2021, doi: 10.21162/PAKJAS/21.952.
- [12] J. Moreira, H. Furtado, N. Silva, J. Machado, and M. Lopes, "International competitiveness of exports of forest products," *Ciencia Rural*, vol. 53, no. 9, 2023, doi: 10.1590/0103-8478cr20220137.
- [13] E. Antriyandarti, Agustono, E. Rusdiyana, and S. Ani, "Does Indonesia Need to Import Rice?," *International Journal of Sustainable Development and Planning*, vol. 19, no. 10, pp. 4093–4099, Oct. 2024, doi: 10.18280/ijstdp.191037.
- [14] C. Rivera, "Competitividad del café mexicano en el comercio internacional: un análisis comparativo con Brasil, Colombia y Perú (2000 – 2019)," *Revista de Estudios Sociales*, no. 64, pp. 27–41, Apr. 2022, doi: 10.7440/res64.2018.03.
- [15] T. Bustamante, J. Vargas, B. Carrera, and B. Rodríguez, "Especialización como factor de competitividad en la producción de espárragos de México," vol. 15, pp. 206–228, 2019.
- [16] J. Montes *et al.*, "Dynamics of the Agricultural Export Market in Peru," in *Proceedings of the LACCEI international Multi-conference for Engineering, Education and Technology*, Latin American and Caribbean Consortium of Engineering Institutions, 2024. doi: 10.18687/LACCEI2024.1.1.357.
- [17] C. Lizano, C. Ronquillo, F. Román, and R. Vera, "Análisis Cuantitativo de la Competitividad de las Exportaciones de Malanga Ecuatoriana a Estados Unidos," *Economía y Negocios*, vol. 13, no. 2, pp. 71–92, Dec. 2022, doi: 10.29019/eyn.v13i2.1075.
- [18] P. Machado and A. Trigg, "On absolute and comparative advantage in international trade: A Pasinetti pure labour approach," *Cambio estructural y dinámica económica*, vol. 59, pp. 375–383, 2021.
- [19] V. Francisco, G. José, de la C. Juan, and A. María, "EL TEOREMA DE HECKSCHER Y OHLIN Y LA INDUSTRIA MEXICANA DE LAS NUECES DE NOGAL (Carya illinoensis)," 2020, [Online]. Available: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?>
- [20] S. Mexicana *et al.*, "El teorema de Heckcher y Ohlin y la industria mexicana de las nueces de Nogal (Carya illinoensis)," vol. 46, 2020, [Online]. Available: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?>
- [21] A. Bula, "Importancia de la agricultura en el desarrollo socio económico," 2020, Accessed: Nov. 12, 2023. [Online]. Available: <https://observatorio.unr.edu.ar/wp-content/uploads/2020/08/Importancia-de-la-agricultura-en-el-desarrollo-socio-econ%C3%B3mico.pdf>
- [22] TRADEMAP, "Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas," TRADEMAP.
- [23] MIDAGRI, "MIDAGRI: Sembrando un mejor futuro para los campesinos en el Perú," MIDAGRI.
- [24] MIDAGRI, "Estacionalidad de las exportaciones peruanas de arándanos frescos y el mercado norteamericano, setiembre 2020," 2020.
- [25] MIDAGRI, "Estacionalidad de la Producción de Espárrago," MIDAGRI.
- [26] MIDAGRI, "Reporte estadístico de palta," 2021.
- [27] J. Dilas, J. Diaz, J. Torres, J. Mendoza, and C. Tamayo, "Producción, precios y dinámica de las exportaciones del café peruano," *Llamkasun*, vol. 2, no. 4, pp. 99–109, Dec. 2021, doi: 10.47797/llamkasun.v2i4.66.
- [28] Trade Map, "Principales importadores."
- [29] Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, *Estrategia de Competencias de la OCDE 2019*. in Education at a Glance. OECD, 2019. doi: 10.1787/eag-2017-en.
- [30] A. F. Băbă, M. Mazilu, A. Niță, I. A. Drăguleasa, and M. Grigore, "Tourism and Travel Competitiveness Index: From Theoretical Definition to Practical Analysis in Romania," *Sustainability (Switzerland)*, vol. 15, no. 13, Jul. 2023, doi: 10.3390/su151310157.
- [31] S. Otero Flores and S. Otero Flores Cristina Taddei Bringas, "COMPETITIVIDAD DE EMPRESAS FAMILIARES," 2018.
- [32] K. Valencia, D. Ávila, and T. Hernández, "Estudio del mercado de papaya mexicana: un análisis de su competitividad (2001-2015)," *Suma de Negocios*, vol. 8, no. 18, pp. 131–139, Jul. 2017, doi: 10.1016/j.sumneg.2017.10.002.

- [33] G. Díaz, M. Quintana, and D. Fierro, “La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones,” *INNOVA Research Journal*, vol. 6, no. 1, pp. 145–161, Jan. 2021, doi: 10.33890/innova.v6.n1.2021.1465.
- [34] L. Rubio and V. Baz, “El poder de la competitividad. México,” *DIDAC*, 2015.
- [35] M. Bernal, G. Huber, and M. Lagarda, “Los índices de competitividad en México,” *Gestión y política pública*, vol. 26, pp. 167–218, 2017, [Online]. Available: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13349779005>
- [36] W. Guevara and C. Morales, “Analysis of the export competitiveness of the main products exported by Chile and Peru,” May 01, 2018, *Universia*. doi: 10.3232/GCG.2018.V12.N2.02.
- [37] Y. Li, D. Nie, X. Zhao, and Y. Li, “Market structure and performance: An empirical study of the Chinese solar cell industry,” Apr. 01, 2017, *Elsevier Ltd*. doi: 10.1016/j.rser.2016.11.064.
- [38] G. P. Guevara Alban, A. E. Verdesoto Arguello, and N. E. Castro Molina, “Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción),” 2020, Accessed: Nov. 12, 2023. [Online]. Available: <http://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- [39] M. Crescimanno and A. Galati, “COMPETITIVENESS OF ITALIAN WINES IN THE INTERNATIONAL MARKET22 Agricultural Academy,” 2014.
- [40] D. Escalante, D. Lezama, L. Verástegui, L. Muñoz, and P. Venegas, “A look into the competitiveness of the main Dutch agricultural export products,” *Journal Globalization, Competitiveness and Governability*, vol. 16, no. 2, pp. 103–122, May 2022, doi: 10.3232/GCG.2022.V16.N2.05.
- [41] K. Laursen, “Revealed comparative advantage and the alternatives as measures of international specialization,” *Eurasian Business Review*, vol. 5, no. 1, pp. 99–115, Jun. 2015, doi: 10.1007/s40821-015-0017-1.
- [42] J. C. Montes Ninaquispe *et al.*, “A Strategy for the Sustainability of Peru’s Blueberry Exports: Diversification and Competitiveness,” *Sustainability (Switzerland)*, vol. 16, no. 15, Aug. 2024, doi: 10.3390/su16156606.
- [43] B. Anyosa, “Exportación y Perspectiva del Comercio de la Palta Hass Peruana,” 2019. Accessed: Nov. 12, 2023. [Online]. Available: <https://doi.org/https://doi.org/10.33326/26176033.2013.15.3>

30