



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**DIVERSIFICACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE  
ARÁNDANOS DEL PERÚ, 2012 - 2021**

**PRESENTADA POR  
LUIS JORGE GUEVARA PLAZA  
MARUJA MILAGROS MONTENEGRO MENDOZA**

**ASESOR  
ALBERTO PANTALEON SANTA MARÍA**

**TESIS  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN  
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**CHICLAYO – PERÚ  
2023**



**CC BY-NC-ND**

**Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**TESIS  
DIVERSIFICACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE ARÁNDANOS  
DEL PERÚ, 2012 - 2021**

**PARA OPTAR  
EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN  
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRESENTADO POR:**

**GUEVARA PLAZA LUIS JORGE  
MONTENEGRO MENDOZA MARUJA MILAGROS**

**ASESOR:**

**Mg Sc ALBERTO PANTALEON SANTA MARÍA**

**CHICLAYO, PERU**

**2023**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN.....	7
ABSTRACT.....	9
INTRODUCCIÓN.....	12
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	14
1.1 Antecedentes de la investigación.....	14
1.2 Bases teóricas.....	17
1.2.1. El Comercio Internacional.....	17
1.2.1.1. Teorías clásicas del comercio Internacional.....	17
1.2.1.1. Teorías Modernas del comercio Internacional.....	19
1.2.2. Exportaciones.....	20
1.2.2.1. Exportaciones y sus destinos.....	21
1.2.2.1. Cantidad exportada.....	22
1.2.2.1. Valor de la exportación.....	22
1.2.3. Concentración de las exportaciones.....	23
1.2.3.1 La Concentración de las exportaciones limitante del desarrollo.....	24
1.2.3.2 Soluciones a la concentración de las exportaciones.....	24
1.3 Definición de términos básicos.....	27
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	28
2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas.....	28
Hipótesis Principal.....	28
Hipótesis derivadas.....	28
2.2 Variables y definición operacional.....	28
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	29
3.1 Diseño metodológico.....	29
3.2 Diseño muestral.....	30
3.3 Técnicas de recolección de datos.....	30
3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.....	30
3.5 Aspectos éticos.....	31
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	32
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.....	75
5.1. Discusión de resultados.....	75

CONCLUSIONES .....	77
RECOMENDACIONES .....	78
FUENTES DE INFORMACIÓN .....	80
ANEXOS .....	84
1. Matriz de operacionalización de variables .....	87

## ÍNDICE DE LAS TABLAS

Tabla 1	Indicadores de las exportaciones de arándano 2012 - 2021.....	32
Tabla 2	Exportaciones de arándano en el sector agropecuario no tradicional (Valor FOB Miles USD) .....	33
Tabla 3	Evolución de la participación de las exportaciones de arándano en el sector agropecuario (Peso neto TM) .....	33
Tabla 4	Estacionalidad de las exportaciones de arándano (Valor FOB USD) .....	34
Tabla 5	Estacionalidad de las exportaciones de arándano (Peso Neto TM)..	35
Tabla 6	IHH arándano 2012 (Valor FOB USD).....	37
Tabla 7	IHH Arándano 2012.....	38
Tabla 8	IHH arándano 2013 (Valor FOB USD).....	38
Tabla 9	IHH Arándano 2013.....	39
Tabla 10	IHH arándanos 2014 (Valor FOB USD) .....	40
Tabla 11	IHH Arándano 2014.....	41
Tabla 12	IHH arándano 2015 (Valor FOB USD).....	41
Tabla 13	IHH Arándano 2015.....	42
Tabla 14	IHH arándano 2016 (Valor FOB USD).....	43
Tabla 15	IHH Arándano 2016.....	44
Tabla 16	IHH arándano 2017 (Valor FOB USD).....	45
Tabla 17	IHH Arándano 2017.....	46
Tabla 18	IHH arándano 2018 (Valor FOB USD).....	47
Tabla 19	IHH Arándano 2018.....	48
Tabla 20	IHH arándano 2019 (Valor FOB USD).....	49
Tabla 21	IHH Arándano 2019.....	50
Tabla 22	IHH arándano 2020 (Valor FOB USD).....	51
Tabla 23	IHH Arándano 2020.....	52
Tabla 24	IHH arándano 2021 (Valor FOB USD).....	53
Tabla 25	IHH Arándano 2021.....	54
Tabla 26	IHH arándano 2012 (Valor FOB USD).....	55
Tabla 27	IHH Arándano 2012.....	56
Tabla 28	IHH arándano 2013 (Valor FOB USD).....	57

Tabla 29	IHH Arándano 2013 .....	58
Tabla 30	IHH arándano 2014 (Valor FOB USD).....	59
Tabla 31	IHH Arándano 2014 .....	60
Tabla 32	IHH arándano 2015 (Valor FOB USD).....	60
Tabla 33	IHH Arándano 2015 .....	61
Tabla 34	IHH arándano 2016 (Valor FOB USD).....	62
Tabla 35	IHH Arándano 2016 .....	63
Tabla 36	IHH arándano 2017 (Valor FOB USD).....	64
Tabla 37	IHH Arándano 2017 .....	65
Tabla 38	IHH arándano 2018 (Valor FOB USD).....	66
Tabla 39	IHH Arándano 2018 .....	67
Tabla 40	IHH arándano 2019 (Valor FOB USD).....	68
Tabla 41	IHH Arándano 2019 .....	69
Tabla 42	IHH 2020 (Valor FOB USD) .....	70
Tabla 43	IHH Arándano 2020 .....	71
Tabla 44	IHH arándano 2021 (Valor FOB USD).....	72
Tabla 45	IHH mercados de las exportaciones de Arándano 2021 .....	73

## ÍNDICE DE LAS FIGURAS

**Figura 1** Estacionalidad de las exportaciones de arándano (Valor FOB USD) ....35

**Figura 2** Estacionalidad de las exportaciones de arándano (Peso Neto TM) .....36



## RESUMEN

Las exportaciones de arándano han tenido un incremento considerable a partir del año 2012, llegando a posicionar al Perú como el principal exportador del mundo a la fecha, es así que la presente investigación plantea como problema cual es el nivel de diversificación de las exportaciones peruanas de arándanos, con la finalidad de promover la diversificación de las exportaciones de este producto tan importante. Es así que se plantea como objetivo general Determinar el nivel de diversificación de las exportaciones de arándanos del Perú 2012 – 2021 y como objetivos específicos, Analizar las exportaciones de arándanos 2012 – 2021, determinar el nivel de concentración en las empresas exportadoras de arándanos del Perú, 2012-2021, y determinar el nivel de concentración en los mercados de destino de exportaciones de arándanos del Perú, 2012-2021. Se utilizaron los datos de las exportaciones de arándanos que registra la SUNAT, durante el periodo de estudio como principal fuente de información, con una metodología de enfoque cuantitativo de tipo básica con alcance descriptivo, con diseño no experimental; obteniéndose como conclusiones Las exportaciones de arándano en el Perú han sido muy dinámica debido a su crecimiento exponencial teniendo un crecimiento promedio anual de 419%; las exportaciones de arándano se han incrementado entre los años 2012 al 2021 pasando de 488 mil dólares americanos a 1,198 millones de dólares americanos, Las empresas exportadoras tienen un índice H&H con baja concentración pasando de 29,6% considerado alta concentración a 7% considerado baja concentración o alta diversificación de las exportaciones de las empresas; los mercados están altamente concentrados con un índice H&H de

30.1% en el 2012 pasó al 2021 en 40.1%, teniendo una tendencia a concentrarse más en especial en los mercados de Estados Unidos y Países Bajos.

**Palabras clave: Exportaciones, arándanos, diversificación de empresas, diversificación de mercados**

## **ABSTRACT**

Blueberry exports have had a considerable increase since 2012, positioning Peru as the main exporter in the world to date, so this research poses as a problem what is the level of diversification of Peruvian exports of blueberries, in order to promote the diversification of exports of this important product. Thus, the general objective is to determine the level of diversification of Peruvian blueberry exports 2012 - 2021 and as specific objectives, Analyze blueberry exports 2012 - 2021, determine the level of concentration in Peruvian blueberry export companies, 2012-2021, and determine the level of concentration in the destination markets for blueberry exports from Peru, 2012-2021. Using the blueberry export data recorded by SUNAT as the main source of information, with a basic quantitative approach methodology with a descriptive scope, with a non-experimental design, obtaining as conclusions Blueberry exports in Peru have been very dynamic. due to its exponential growth, having an average annual growth of 419%; Blueberry exports have increased between 2012 and 2021, going from 488 thousand US dollars to 1,198 million US dollars. Exporting companies have an H&H index with low concentration, going from 29.6% considered high concentration to 7% considered low concentration or high diversification of company exports; the markets are highly concentrated with an H&H index of 30.1% in 2012 it went to 40.1% in 2021, tending to concentrate more especially in the markets of the United States and the Netherlands.

**Keywords: Exports, blueberries, business diversification, market diversification**

NOMBRE DEL TRABAJO

**DIVERSIFICACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE ARÁNDANOS DEL PERÚ, 2012 - 2021**

AUTOR

**MONTENEGRO MENDOZA, MARUJA MIL GUEVARA PLAZA, LUIS JORGE**

RECUENTO DE PALABRAS

**15299 Words**

RECUENTO DE CARACTERES

**84768 Characters**

RECUENTO DE PÁGINAS

**86 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**261.7KB**

FECHA DE ENTREGA

**Oct 5, 2023 12:01 PM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Oct 5, 2023 12:02 PM GMT-5****● 19% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 17% Base de datos de Internet
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 13% Base de datos de trabajos entregados

**● Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico

**OFICINA DE GRADOS Y TÍTULOS**

**CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO TURNITIN**

FECHA	NOMBRE DEL DOCENTE	CORREO DEL DOCENTE
22-04-2023	ALBERTO PANTALEON SANTA MARIA	apntaleons@usmp.pe

NOMBRE DE LA TESIS
DIVERSIFICACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE ARÁNDANOS DEL PERÚ, 2012 - 2021

NOMBRE DEL ASESORADO(A)	TELÉFONO Y CORREO	ESCUELA PROFESIONAL
Montenegro Mendoza, Maruja Milagros Guevara Plaza, Luis Jorge	<a href="mailto:maruja_montenegro@usmp.pe">maruja_montenegro@usmp.pe</a> <a href="mailto:luis_guevara7@usmp.pe">luis_guevara7@usmp.pe</a>	Administración de Negocios Internacionales

**RESULTADO:**

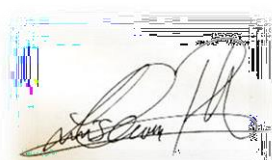
19% (Incluyendo citas y bibliografía)

**CONCLUSIÓN:**

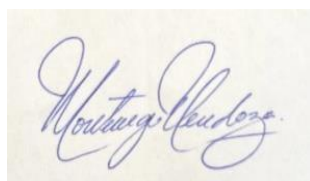
La tesis se encuentra apta para continuar con el siguiente trámite.



Alberto Pantaleón Santa María  
DNI: 17523944



ASESORADO(A) 2 Luis Guevara Plaza  
DNI: 72314695



ASESORADO(A) 1 Maruja Montenegro Mendoza.  
NOMBRE Y FIRMA DEL ASESORADO(A)1  
DNI: 76070381

## INTRODUCCION

El principal objetivo del Plan Estratégico Nacional exportador del Perú es la internacionalización de las empresas exportadoras del país; el arándano se ha convertido el uno de los principales productos de agroexportación; es así que las exportaciones de arándano han tenido un incremento considerable desde el año 2012, llegando a posicionar al Perú como el principal exportador del mundo a la fecha.

En el Perú se ha presentado un crecimiento notable en las agroexportaciones, tanto es así que las exportaciones no se detuvieron durante la pandemia, en especial las no tradicionales, el arándano es uno de ellos. (Yevhen, 2022) menciona que existen problemas si hay concentración o de diversificación de las exportaciones en los diferentes sectores, es por eso que se preocupan por que en los planes estratégicos se evalúen los niveles de concentración de las exportaciones del país; en el Perú no se está haciendo, se desconoce el nivel de concentración o diversificación en que se encuentran las exportaciones, en especial las de arándanos que han crecido notablemente; se desconoce con base científica; es así que nace la finalidad de esta investigación.

En la presente investigación plantea como problema cual es el nivel de diversificación de las exportaciones peruanas de arándanos, con la finalidad de conocer si las exportaciones están concentradas en un número reducido de empresas y los mercados de destino son pocos, en base a estos datos recomendar o mantener y promover la diversificación de las exportaciones de este producto tan importante. Como objetivo general se trazó el de determinar el nivel de diversificación de las exportaciones de arándanos del Perú 2012 – 2021 y como objetivos específicos, Analizar las exportaciones de arándanos 2012 – 2021, determinar el nivel de concentración en las empresas exportadoras de arándanos del Perú, 2012-2021, y determinar el nivel de concentración en los mercados de destino de exportaciones de arándanos del Perú, 2012-2021. Para el desarrollo de la investigación se tomaron los datos de todas las exportaciones de arándanos que registra la SUNAT como principal fuente de información, durante el periodo de estudio planteado. La metodología fue de enfoque cuantitativo, de tipo básica con alcance descriptivo, con diseño no experimental.

En el capítulo I se presentan los antecedentes respectivos que tienen que ver con la investigación y las bases teóricas que explican las dimensiones e indicadores y de la variable. En el capítulo II se presentan la Hipótesis general la general y las específicas. En el capítulo III se explica la metodología respectiva y como se obtuvieron los resultados. En el capítulo IV se presentan los resultados de la evolución de las exportaciones de arándano y el nivel de diversificación, tanto de las empresas como de los mercados de destino. En el capítulo V de discusión se contrasta con otras investigaciones donde se explican los resultados y están de acuerdo o en oposición a los mismos. Para después presentar las conclusiones a las que se llegaron y las recomendaciones respectivas.

## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1.1 Antecedentes de la investigación**

(Férrandez-Guillén, 2020) en su investigación tuvo como propósito dar a conocer el dinamismo comercial a través de la posición comercial que tuvo el sector agro a raíz de la integración de Venezuela con el MERCOSUR, tomó como principal metodología a la investigación descriptiva documental y haciendo uso del enfoque cuantitativo analítico, evaluando desde el 2001 hasta el 2017. Llegó a la conclusión que entre Venezuela y el MERCOSUR existe una complementariedad entre el comercio de sus productos, aunque Venezuela aún presenta dependencia en productos relacionados a las frutas y verduras poniendo en peligro su soberanía agroalimentaria. La posición comercial que más destacada para Venezuela frente al MERCOSUR es el petróleo, teniendo dependencia de este producto el bloque comercial. Por último, se dieron alcances muy profundos de la falencia comercial de Venezuela en productos como el pescado y otros productos del mar, así también el cacao y el ron.

(Contreras & Molina-Vargas, 2020) en su investigación tuvieron como propósito describir el dinamismo comercial analizando la posición comercial entre dos países, uno perteneciente al continente de Asia y el otro a Norteamérica (China y Estados Unidos respectivamente), para lograr calcular la posición comercial se utilizó indicadores que pertenecen a la posición comercial como son la participación de ambos países en el PIB mundial, la tasa de crecimiento del PBI, la apertura comercial, la balanza comercial, la participación de ambos países dentro de las exportaciones mundiales y el aporte de los países a las importaciones mundiales. Se aplicó el método lógico de tal manera se pueda llevar a una mejor comprensión de las variables, también se realizó una comparativa del comercio internacional y



se complementó con literatura especializada en el tema para mayor comprensión. Los resultados arrojaron que en el comercio resultó con mejor beneficio para Estados Unidos, considerándolo como una potencia mundial en cuanto a exportaciones e importaciones, además que promueve el libre tránsito de mercancías y el flujo comercial, se identificó que China es el país que viene amenazando la hegemonía que tiene Estados Unidos debido a que en los últimos años la participación dentro del comercio mundial de este país se incrementó a mayor razón del crecimiento del promedio mundial.

(Ortiz & Vaca, 2019) en su investigación tuvieron como objetivo identificar el dinamismo comercial usando la posición comercial que tuvieron las exportaciones del banano frito con destino a Europa, para ello profundizaron en diagnosticar la producción nacional, las empresas exportadoras, y las estrategias empleadas en el proceso de internalización. La metodología utilizada fue de naturaleza exploratoria, teniendo un enfoque mixto al utilizar entrevistas para profundizar en los procesos de exportación y comercialización y revisión documentaria para el análisis de la cantidad y valor exportado, extrayendo esta información de fuentes confiables y oficiales del gobierno. Las conclusiones mencionan que el banano comercializado de manera procesada y frita tiene un mercado en donde se podría incursionar dentro de la Unión Europea, por lo que se debe mejorar la calidad y la preparación, cuidando la inocuidad en todo el proceso y considerando toda la reglamentación mundial en cuanto a este tipo de productos, la posición comercial es muy ventajosa, pero necesita desarrollarse más, el uso de tecnología podría ayudar así como políticas de desarrollo a este sector.

(Torres, 2019) en su investigación analizaron el dinamismo comercial tomando como referencia la posición comercial de los arándanos exportados a través de la competitividad y las exportaciones que tuvieron desde la ciudad de Ica por empresas agroindustriales, el método utilizado tuvo como enfoque el cuantitativo y a nivel correlacional, siendo no experimental y transversal. La población fue igual a la muestra tomando a todas las empresas que realizaban actividades de exportación de arándanos y que estuvieran en Ica. El instrumento para la recolección de datos estuvo basado en una encuesta que luego se procesó a nivel estadístico dando como resultado de la investigación el demostrar que existe relación entre las ventajas competitivas y los envíos de arándanos siendo el Rho de 0.96, que representa que hay un alto nivel de correlación y presentando una 95% de significancia. Con esto se demuestra a nivel de este producto y estas empresas que si se trabaja en poder obtener ventajas competitivas se podría incrementar las exportaciones.

(Asmad & Perez, 2022) en su investigación se propusieron como objetivo analizar el dinamismo comercial a través de la diversificación de las exportaciones de arándanos del Perú hacia Asia enfocándose en el país de China teniendo en cuenta un periodo de 4 años iniciando en el 2017. La metodología que se utilizó es de alcance descriptivo con un enfoque mixto, se utilizó la revisión documentaria como fuente principal para la extracción de información revisando webs como SUNAT aduanas, Veritrade, SENASA, Promperu y SIEA y para complementar se aplicó entrevistas a diferentes gerentes y expertos en el tema de exportación del arándano. Dentro de los principales resultados se obtuvo que la diversificación comercial de las exportaciones se vio incrementadas desde el inicio del periodo hacia el mercado chino, esto a raíz de poder entrar en vigencia el permiso para la

comercialización y de entrada hacia ese mercado, así también en los años en donde se tuvo la pandemia del COVID 19, las exportaciones no cayeron, sino que superaron lo exportado años anteriores con gran éxito.

(Rivera & Zeballos, 2019) en su investigación tuvieron como objetivo dar a conocer como es que el comercio y cómo el dinamismo tiene influencia directa con las exportaciones que se realizan por parte del sector de pesca en Perú, por ello utilizaron dos modelos de regresión contando con una metodología cuantitativa, no experimental del tipo básica y transversal. El estudio concluyó que las materias primas y su nivel de diversificación tienen una relación con el incremento del crecimiento exportador, al igual que la apertura económica.

## **1.2 Bases teóricas**

### **1.2.1. El Comercio Internacional**

#### **1.2.1.1. Teorías clásicas del comercio Internacional**

Las teorías en torno al comercio internacional aparecen como explicación a entender cómo es que las diferentes naciones pueden aprovechar el intercambio comercial para generar dentro de sus economías diferentes oportunidades de crecimiento, sabiendo que los países no pueden abastecerse de manera independiente, sino que buscan tener proveedores internacionales a fin de variar su oferta o tener un precio más atractivo. (Ganotakis et al., 2022).

- Adam Smith se caracterizó por hacer de la economía un indicador macroeconómico muy relacionado con el comercio internacional, con sus teorías cambió la cosmovisión que se tenía sobre las ganancias que se generaban en el comercio. Sus trabajos más

importantes pueden clasificarse en tres grandes principios (Palmieri, 2019):

- Las oportunidades conseguidas en el comercio internacional se basan en que puede existir una ganancia al ofertar y demandar bienes diferenciados, siempre y cuando exista ventaja absoluta, generando riqueza para ambos países
- Debe haber suficientes patrones en las exportaciones para definir si existirá o no un crecimiento económico, esto debido a que los países tienen ciclos económicos, de allí que los productos pueden tener buenas épocas, pero se requiere innovar para no caer en el declive.
- Cuando exista ventajas absolutas entre países por una eficiente producción de un bien que puede ser exportado debe de promover su comercio, porque el fin es que las empresas generen desarrollo, atraigan más empleo y que sea la población en general quién reciba todos los beneficios generados por un comercio internacional (Casanova & Zuaznábar, 2018).

Otro teórico importante fue David Ricardo, quien trabajó duramente en poder mejorar la propuesta de Adam Smith y sus ventajas absolutas, puesto que encontraba algunos principios que no se podrían generalizar, sino que debe tener una adaptabilidad según el tipo del producto, siendo así que propone la ventaja comparativa, que explica que los países tienen una oportunidad mayor de generar ingresos si es que se opta por comercializar los productos que se tienen ventaja comparativa, es decir que se tenga una especialización muy profunda que haya hecho reducciones en el tiempo de producción, en la eliminación de tiempos muertos, en la perfección del trabajo por los empleados, etc. (Steinberg, 2004).

### **1.2.1.1. Teorías Modernas del comercio Internacional**

La globalización se fue haciendo presente en todo el mundo y con ello acercaba a las empresas al comercio internacional de manera más habitual, los países entendieron que en el mundo existen grandes recursos de productos y que el poder intercambiar haría que las poblaciones tengan más oportunidades de acceso, con esto surgen nuevas teorías que tratan de explicar el comercio internacional (Tamru et al., 2021).

Surge el modelo de competitividad para poder dar a conocer cómo las mercancías tienen que ser comercializadas aprovechando las ventajas que se dan por tener una diferenciación geográfica, tecnológica y productiva, siendo así que los países deberían promocionar dentro de las empresas locales a que éstas estén a la par o sobre las demás a nivel internacional. (Ibrahim & Harrison, 2020)

El neoliberalismo se consolidó como teoría a raíz de las propuestas realizadas por Friedman y Douglas North, quienes trabajaron para dar a conocer que los precios pueden sufrir modificaciones a través del tiempo y que muchas veces no se pueden controlar por la libertad de elección de los consumidores y ofertantes, tal es así que los gobiernos no deberían intervenir en el mercado sino ser simples observadores del dinamismo comercial (Coppelli, 2019). Otro aporte importante es que los diferentes recursos que tienen los países tienen que ser redistribuidos de manera eficiente para que al comercializarlos no se tenga una venta a modo de un producto primario, sino que se le ha dado un valor superior. Douglas propone aún más el dinamismo del comercio a través de concebir al estado como un generador para las empresas de oportunidades a través de políticas de diversificación y de promoción, siendo un ente que participa no para regular el

comercio, sino que motiva a que más empresas se sumen haciendo que los procedimientos mejores, sean más eficientes y que se eliminen las barreras que impiden un libre comercio (Casanova & Zuaznábar, 2018).

### **1.2.2. Exportaciones**

Las exportaciones, pilares significativos en la maquinaria del comercio internacional, se contextualizan dentro de teorías que avalan la apertura del mercado como mecanismo catalizador de desarrollo económico y fortalecimiento de relaciones comerciales entre naciones. Diversos postulados teóricos, tales como la Teoría de las Ventajas Comparativas y el Modelo de Gravedad en el comercio internacional, resaltan la imperiosidad de las exportaciones, promoviendo la idea de que los países deben especializarse en la producción de bienes y servicios donde posean una mayor eficiencia relativa y, consecuentemente, comercializar estos a nivel internacional. En este espectro, las exportaciones emergen como un vehículo mediante el cual los países y sus empresas buscan una expansión más allá de las fronteras nacionales, ansías fundamentadas en la aspiración de ampliar mercados, incrementar volúmenes de venta, y en consecuencia, robustecer sus ingresos. No obstante, esta travesía de internacionalización no se presenta exenta de desafíos. Los mercados extranjeros, con sus idiosincrasias particulares, barreras comerciales, y diferencias culturales, representan un terreno complejo y multifacético donde la mera presencia de productos y servicios no garantiza una inserción exitosa. Ante este escenario, la diversificación emerge como una estrategia quintesencial. La diversificación en las exportaciones, entendida como la expansión hacia diferentes mercados y/o la ampliación de la gama de productos y servicios ofrecidos, se erige como un amortiguador ante las fluctuaciones y

turbulencias del comercio internacional, mitigando riesgos y proporcionando una plataforma más estabilizada y resiliente para la operativización de las actividades exportadoras. Así, conjugando la teorización de la apertura de mercados con una estrategia exportadora meticulosamente diversificada, las naciones y empresas no sólo buscan participar en la arena internacional, sino también asegurar una presencia sostenida y fructífera en la misma (Nguyen et al., 2022).

#### **1.2.2.1. Exportaciones y sus destinos**

La consolidación y crecimiento en los negocios internacionales requiere una perspicaz estrategia en la elección de los destinos de exportación, armonizando la oferta con los mercados que presentan oportunidades palpables y rentables. Es imperativo dirigir las exportaciones hacia regiones donde se perciban mayores oportunidades, mejores precios y una demanda sostenida, estableciendo un equilibrio que potencie el volumen y el valor de las ventas al exterior. Este direccionamiento debe ser consecuencia de un exhaustivo análisis de mercados potenciales, que considere variables como las tendencias de consumo, barreras comerciales, y estabilidad económica y política. Además, es crucial no concentrar las exportaciones en un único destino, sino diversificar los mercados de destino para mitigar los riesgos asociados a la dependencia de una única economía o región. La diversificación, por tanto, se convierte en un escudo protector frente a fluctuaciones económicas, conflictos comerciales o cualquier otra eventualidad que pueda afectar de manera adversa a un mercado específico, permitiendo, al mismo tiempo, explorar y capitalizar nuevas oportunidades en distintos horizontes geográficos y comerciales. La habilidad para explorar, entender y penetrar en nuevos mercados es, en última instancia, un multiplicador de resiliencia y

sostenibilidad para las empresas en el teatro de los negocios internacionales (Fassio, 2018).

#### **1.2.2.1. Cantidad exportada**

Tras identificar un mercado como potencial destino, es imperativo afianzar la presencia en el mismo, logrando esto progresivamente mediante la adquisición de experiencia, familiarización con las preferencias del mercado y creación de redes de mercadotecnia. Para afirmar que un mercado está en crecimiento es necesario que el volumen exportado se incremente, no simplemente el valor, dado que diversas variables pueden influir en la elevación, tales como el precio, mientras que el volumen refleja las unidades demandadas por un mercado específico (Guo et al., 2021).

#### **1.2.2.1. Valor de la exportación**

Las exportaciones, intrínsecamente vinculadas a la dinámica macroeconómica global, se contabilizan comúnmente bajo la métrica del valor monetario de los bienes y servicios traspasados más allá de las fronteras nacionales, frecuentemente denominado en la moneda de reserva global, es decir, dólares estadounidenses. Este paradigma, pese a su aparente simplicidad, encierra una complejidad sustancial, ya que la cuantificación del valor exportado no solamente encapsula la intrínseca valía de los productos o servicios per se, sino que además se halla inextricablemente entrelazado con las fluctuaciones del mercado de divisas, las oscilaciones de demanda en mercados de destino, así como las alteraciones en las matrices de costo asociadas a factores logísticos y tarifarios. En este contexto, la evaluación meticulosa de las transacciones



exportadoras demanda una pericia analítica que permita descifrar y anticipar las variancias macro y microeconómicas, propiciando así una navegación estratégica ante el conundrum de la volatilidad y las oportunidades en el escenario internacional, lo cual se torna imprescindible para la perpetuación y escalabilidad de los negocios en el ámbito extraterritorial (Dickstein & Morales, 2018).

### **1.2.3. Concentración de las exportaciones**

En el ámbito de los negocios internacionales, la dialéctica entre exportaciones concentradas y diversificadas se erige como un pilar fundamental en la delineación de estrategias comercio-exteiores, influenciando vehementemente las dinámicas de dependencia e independencia económica de las naciones. Cuando un país postula una estrategia exportadora concentrada, su entramado comercial exterior se circunscribe a un colectivo reducido de naciones destinatarias, engendrando una intrínseca dependencia que se ve potencialmente exacerbada en situaciones de volatilidad macroeconómica global. Concurrentemente, la concentración exportadora puede ser evaluada desde una perspectiva sectorial, donde un sector, aunque compuesto por una amplia gama de productos, ve sus esfuerzos exportadores confinados a una mínima porción de estos, inmerso así en una densa concentración a nivel de producto. Por otra parte, la diversificación exportadora se propaga como un *modus operandi* intrínsecamente ligado a una mitigación del riesgo, donde la amplitud de oportunidades mercantiles que emerge de la inserción en múltiples mercados internacionales notoriamente sobrepasa las que se desprenden del ámbito local, propiciando no solo un espectro comercial ampliado, sino también catalizando una estabilidad económica fortificada por la dilución del riesgo. Además, este enfoque diversificado intrínsecamente incentiva

la incorporación de valor agregado a los productos mediante la innovación, transgrediendo su naturaleza basal y fortaleciendo la propuesta de valor en el escenario global, al tiempo que edifica una red robusta que fomenta el florecimiento de comercio e industrias en una dimensión transnacional (Alkhathlan et al., 2020).

### **1.2.3.1 La Concentración de las exportaciones limitante del desarrollo**

La concentración de las exportaciones en un número reducido de productos representa una notable limitante para el desarrollo económico de los países, encadenándolos a la vulnerabilidad de los mercados internacionales y a las fluctuaciones de la demanda y los precios globales. Al depender fuertemente de la exportación de un producto o sector específico, las naciones se exponen a un riesgo económico significativo, ya que cualquier perturbación en los mercados globales, ya sea por conflictos comerciales, cambios en las preferencias de los consumidores o crisis sanitarias, puede resultar en consecuencias adversas para la economía nacional. Esta dependencia limita además la capacidad de innovación y diversificación del tejido productivo, frenando el desarrollo y crecimiento sostenible, y restringiendo las posibilidades de exploración de nuevos sectores y mercados que podrían generar ingresos adicionales, empleo y una estabilidad más robusta ante los desafíos del comercio internacional (del Rosal, 2019).

### **1.2.3.2 Soluciones a la concentración de las exportaciones**

En un escenario globalizado en el que la competencia internacional se intensifica, las empresas del sector agro, y en general, todas las organizaciones

con presencia en mercados exteriores enfrentan el desafío perenne de mantenerse relevantes y competentes. La concentración de las exportaciones en pocos productos ha sido una constante en diversas economías, presentando una vulnerabilidad significativa ante fluctuaciones de mercado y cambios en la demanda internacional. Dicha concentración, no sólo limita la expansión y estabilidad de los negocios internacionales, sino que también pone en jaque la sostenibilidad de las economías locales involucradas. Es imperativo, por ende, que las empresas se sumerjan en una exploración introspectiva y estratégica, expandiendo intencionadamente su portfolio de productos exportables, infundiendo diversificación e innovación en su oferta. Incrementar la variedad de productos no sólo mitiga los riesgos asociados a la dependencia de bienes específicos, sino que también abre puertas a nuevos mercados y oportunidades de negocio, permitiendo la entrada a nichos previamente inexplorados y potenciando la resiliencia comercial. Pero la diversificación por sí sola no es la panacea; es fundamental que los productos que las empresas opten por integrar y exportar no solo sean variados, sino que también cumplan con estándares de calidad internacional, conjugando así excelencia y competitividad en una simbiosis que satisface las expectativas de los consumidores globales. Es especialmente crítico en el sector agroindustrial, donde la calidad del producto no es simplemente un diferenciador, sino un requisito intransigente que permea las decisiones de compra y consumo en los mercados internacionales. Los productos deben ser no sólo frescos y seguros, sino también sostenibles, éticos y alineados con las expectativas sociales y ambientales de un consumidor internacional cada vez más informado y exigente. Este enfoque dual, que engloba tanto la diversificación como la calidad, se erige no sólo como una estrategia robusta para las empresas en su andadura internacional, sino también

como una palanca para el desarrollo económico de las regiones exportadoras, promoviendo la creación de empleo, fomentando la innovación y potenciando la estabilidad financiera y social en un entorno de negocios cada vez más complejo y desafiante. En este sentido, las estrategias deben ser holísticas, integrando la innovación productiva con una logística eficiente, marketing estratégico y una inquebrantable dedicación a la excelencia en calidad, cimentando así las bases para un comercio exterior más robusto, diversificado y resiliente (Cos Sánchez et al., 2021).

### **1.3 Definición de términos básicos**

**Diversificación Estratégica de Exportaciones:** La diversificación estratégica de exportaciones se refiere al proceso meticuloso y estratégico mediante el cual un país, o entidad exportadora, amplía y optimiza su cesta exportadora, garantizando que la dependencia económica no esté cifrada en un conglomerado limitado de productos. Este proceso se sustenta en la identificación y explotación de oportunidades comerciales en variados sectores y mercados, mitigando así riesgos asociados a fluctuaciones en la demanda y precio de bienes específicos y potenciando la estabilidad y robustez del perfil exportador del país.

**Sector Exportador de Valor Agregado:** sector engloba productos y servicios que, mediante procesos de innovación y/o elaboración, han sido elevados más allá de su estado básico, generando un valor añadido y situándose como elementos prominentes de la oferta exportadora contemporánea de un país. A través de la incorporación de tecnología, know-how, branding, y otras estrategias de valorización, este sector persigue alcanzar cuotas de mercado internacional superiores y fortalecer la competitividad y percepción del país en los escenarios globales.

**Exportaciones Estratificadas:** Las exportaciones estratificadas denotan el envío y comercio internacional de bienes y servicios de un país hacia diversos mercados globales, estructurando su oferta no solo en función de productos, sino también atendiendo a diversificación en términos de destinatarios, segmentos de mercado, y estrategias de penetración y posicionamiento. Este enfoque permite una adaptabilidad y resiliencia superior ante contingencias o alteraciones en específicos mercados o categorías de productos, garantizando una continuidad y estabilidad en los flujos de ingresos por exportaciones.

## CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

### 2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas

#### Hipótesis Principal

El dinamismo comercial en las exportaciones de arándanos en el Perú, 2012-2021 fue positivo

#### Hipótesis derivadas

Las exportaciones de arándanos del Perú entre los años 2012-2021 crecieron en todos los años.

El nivel de concentración en los mercados de destino de exportaciones de arándanos del Perú, 2012-2021 fue alto.

El nivel de concentración de las empresas exportadoras de arándanos del Perú, 2012-2021 fue alto.

### 2.2 Variables y definición operacional

**Dinamismo comercial:** Es la forma de cómo las exportaciones varían a través del tiempo tomando como dimensiones de análisis los mercados a donde son enviados y las empresas que realizan estas operaciones (Pantaleon et al., 2022).

## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA**

### **3.1 Diseño metodológico**

La investigación posee un enfoque cuantitativo, el dinamismo comercial necesita ser evaluado a través de indicadores matemáticos y de uso de una estadística descriptiva simple (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

La investigación es del tipo básica debido a que sólo se analizan los datos y se trata de explicar la realidad observada, no recurriendo a aplicar el conocimiento teórico (Vara, 2010).

El alcance que se utilizó fue descriptivo, esto corresponde a los modelos de investigación que solo explican el desarrollo de una variable a lo largo del tiempo, haciendo énfasis en la descripción de los indicadores tomados (Díaz-Narváez & Núñez, 2016).

El diseño fue no experimental, esto a que la investigación no trató de manipular la variable, dando a conocer en el estudio el comportamiento del arándano sin ninguna experimentación a través de otra variable u indicador (Monroy & Nava, 2018).

El corte que presenta la investigación es transversal, la extracción de los datos de la investigación se dio en un momento preciso a través de Sunat aduanas, hecho que se registró en un sólo momento (Perez et al., 2020).

### **3.2 Diseño muestral**

Población:

La población objeto de estudio para esta investigación se fundamentó en los datos consignados en las declaraciones aduaneras de mercancías de Sunat Aduanas, referentes a las empresas que exportaron arándanos en el lapso temporal de 2012 a 2021. Dichos registros comprenden diversas variables, como los productos destinados a la exportación, su valor monetario, la cantidad y el país destinatario.

Muestra:

Se optó por una muestra censal, incorporando a la totalidad de la población en la investigación, dado que no se encontraron obstáculos para acceder a la información necesaria para el estudio.

### **3.3 Técnicas de recolección de datos**

La estrategia empleada para la recopilación de datos fue la revisión documental, una técnica que facilita la adquisición de datos pertinentes para la indagación. Además, el instrumento de guía de revisión documental se utilizó para consolidar un registro sistematizado de todos los datos, que incluyen productos, empresas y destinos de exportación.

### **3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información**

La elección de la estadística descriptiva como técnica para el procesamiento de los datos permitió identificar y analizar variaciones temporales, calcular promedios y determinar las medianas de los distintos conjuntos de datos. En paralelo, el



software Excel 360 fue instrumentalizado como un receptáculo digital para alojar y procesar de manera eficiente toda la información recabada durante la fase de recolección de datos.

### **3.5 Aspectos éticos**

La integridad y la honesta persecución de la verdad se mantuvieron como pilares éticos a lo largo de la investigación. La veracidad en la presentación de los datos, la dedicación a la precisión y la profundidad, junto con el profesionalismo en todas las etapas del estudio, fueron imperativos. Además, se enfatizó la organización y el respeto hacia todas las entidades y datos involucrados en la investigación, asegurando que la misma se desarrollara en un marco de ética y responsabilidad intransigentes.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS

### 4.1. Resultados de la investigación

A continuación, se presentan los resultados de la investigación en concordancia a los objetivos planteados en el estudio:

#### 4.1.1. Análisis de las exportaciones de arándanos

Los resultados de las exportaciones de arándanos se presentan a continuación:

**Tabla 1**

*Indicadores de las exportaciones de arándano 2012 - 2021*

indicadores	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Valor FOB Miles USD	488	17683	30267	99945	240210	375155	556200	845605	930178	1198278
Peso Neto TM	50	1558	2908	10869	28065	43695	75282	129918	153133	208648
Precio FOB USD x KG	9.69	11.35	10.41	9.20	8.56	8.59	7.39	6.51	6.07	5.74
Cantidad de Empresas	8	13	19	24	48	60	67	75	82	68
Cantidad de Mercados	7	15	18	20	27	31	29	36	35	35

En la Tabla1 se puede observar la evolución de las exportaciones de arándano con un crecimiento ascendente en cuanto a valor y peso, que va de 3525% en valor y 2995% en el año 2013 con respecto al 2012; en el año 2021 es de 29% y 36% respectivamente; teniendo un crecimiento promedio en este periodo de estudio de 462% en valor y de 419% en peso. En cuanto el precio ha tenido un decrecimiento en el periodo estudiado que va de un crecimiento en el año 2013 de 17% a un decrecimiento en todos los años en el 2021 fue de -5%; en promedio hubo un decrecimiento de -5% entre los años 2012 a 2021. En la cantidad de empresas exportadoras pasó de un crecimiento en el 2013 de 63% a -17% en el 2021 con un crecimiento promedio de 31%. Y en la cantidad de mercados de

destino pasó de un crecimiento en el 2013 de 114% a 0% en el 2021 con un crecimiento promedio de 23%.

## Tabla 2

*Exportaciones de arándano en el sector agropecuario no tradicional (Valor FOB Miles USD)*

Item	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Sector Agro	3058970	3407889	4202480	4390483	4687306	5103549	5856171	6298790	6785288	7860885
Arándano	488	17683	30267	99945	240210	375155	556200	845605	930178	1198278
Participación	0.0%	0.5%	0.7%	2.3%	5.1%	7.4%	9.5%	13.4%	13.7%	15.2%

En la tabla 2 se muestra que en el año 2012 las exportaciones de arándano en valor FOB dólares americanos (USD) no eran significativas con respecto al sector agropecuario no tradicional, se puede ver que cada año tiene mayor significancia hasta el año 2021 con una participación promedio en el periodo de estudio de 8%

## Tabla 3

*Evolución de la participación de las exportaciones de arándano en el sector agropecuario (Peso neto TM)*

Item	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Peso Neto TM	1900402	1997680	2352882	2422122	2629986	2800742	3311076	3438008	3819609	4144497
Arándano	50	1,558	2,908	10,869	28,065	43,695	75,282	129,918	153,133	208,648
Participación	0.0%	0.1%	0.1%	0.4%	1.1%	1.6%	2.3%	3.8%	4.0%	5.0%

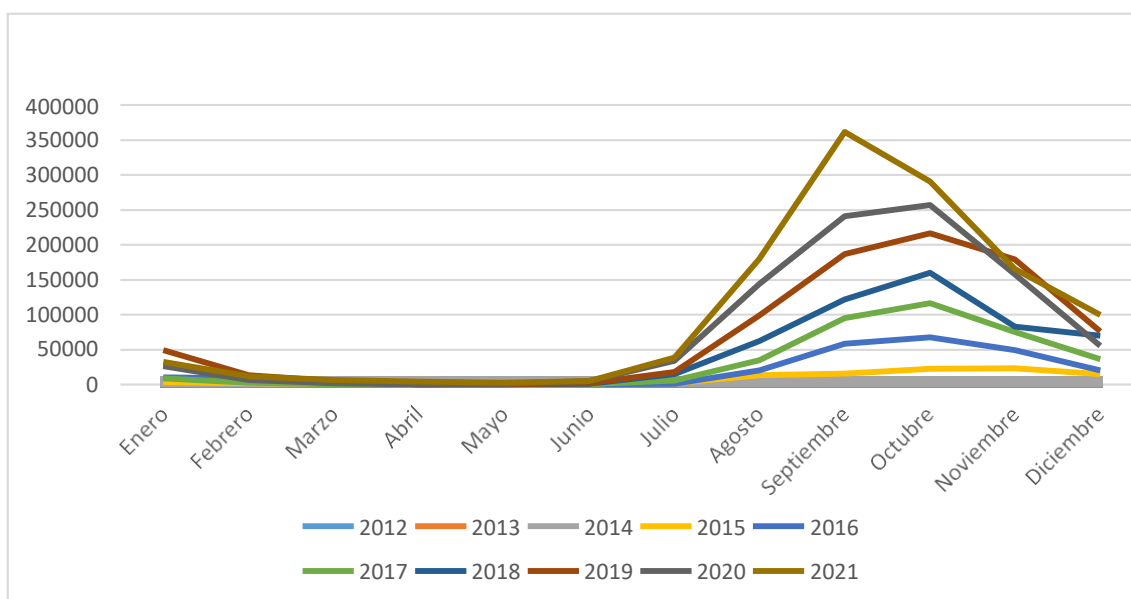
En la tabla 3 se muestra que en el año 2012 las exportaciones de arándano en volumen peso neto, toneladas métricas, no eran significativas con respecto al sector agropecuario no tradicional, se puede ver que cada año tiene mayor

significancia hasta el año 2021 con una participación promedio en el periodo de estudio de 2%

**Tabla 4**

*Estacionalidad de las exportaciones de arándano (Valor FOB USD)*

<b>Mes</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Enero	3	56	1876	3520	10221	8773	27449	49343	26675	32755
Febrero	0	191	1795	1599	8432	2443	11619	13154	6631	12179
Marzo	0	406	879	1512	2758	583	3806	4854	1854	6772
Abril	0	247	148	609	608	68	232	759	91	4154
Mayo	0	35	47	7	30	28	441	356	1124	2648
Junio	0	43	139	49	45	22	861	2305	5173	4957
Julio	0	128	380	2116	1492	5400	14699	18161	33676	38622
Agosto	61	808	2344	13722	20594	34977	62484	98850	144242	179403
Septiembre	176	3014	5234	16038	58655	95248	121990	186558	240911	361531
Octubre	85	5695	4945	22180	67750	116219	160059	216054	257235	290109
Noviembre	70	4176	7357	23579	49079	75357	82857	178961	157268	165504
Diciembre	93	2884	5123	15014	20547	36036	69703	76251	55206	99644
<b>Total</b>	<b>488</b>	<b>17683</b>	<b>30267</b>	<b>99945</b>	<b>240210</b>	<b>375155</b>	<b>556200</b>	<b>845605</b>	<b>930087</b>	<b>1198278</b>

**Figura 1***Estacionalidad de las exportaciones de arándano (Valor FOB USD)*

En la tabla 4 y Figura 1 se muestra las cantidades exportadas en valor FOB USD por mes, donde se resalta que desde el año 2012 hasta el año 2017 la ventana comercial era de julio a diciembre, pero ya en el año 2018 al 2021 la ventana comercial se abrió en forma más significativas de Junio a Enero. Además, se puede observar que hay exportaciones durante todo el año, pero no significativas.

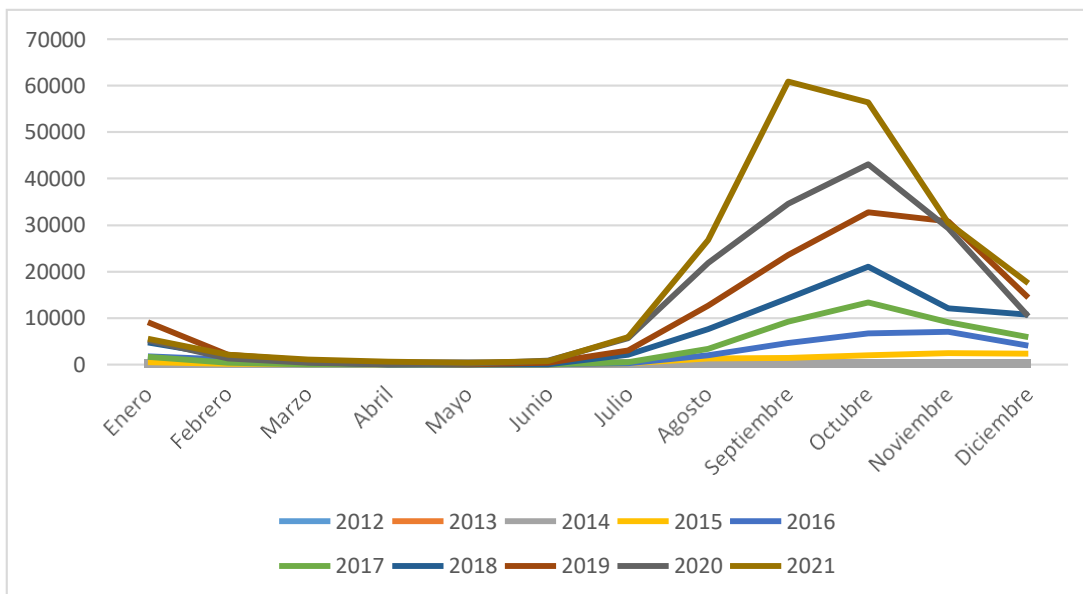
**Tabla 5***Estacionalidad de las exportaciones de arándano (Peso Neto TM)*

Mes	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Enero	1	7	307	565	1744	1655	4773	9103	5276	5553
Febrero	1	23	230	196	1129	357	1891	2169	1366	2126
Marzo	0	43	70	157	277	70	571	816	344	1094
Abril	0	23	18	83	63	8	32	175	13	688
Mayo	0	4	5	1	3	4	48	71	147	446
Junio	0	6	13	6	4	3	82	361	877	716
Julio	0	14	31	267	333	538	2075	3038	5705	5961
Agosto	5	71	184	1357	2031	3396	7655	12675	21909	26784
Septiembre	14	192	384	1401	4680	9279	14262	23556	34593	60869

Octubre	10	419	416	2026	6755	13352	21012	32717	43084	56373
Noviembre	8	408	638	2477	7029	9165	12101	30786	29365	30523
Diciembre	11	348	613	2334	4017	5869	10780	14451	10440	17515
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>1558</b>	<b>2908</b>	<b>10869</b>	<b>28065</b>	<b>43695</b>	<b>75282</b>	<b>129918</b>	<b>153118</b>	<b>208648</b>

**Figura 2**

*Estacionalidad de las exportaciones de arándano (Peso Neto TM)*



En la tabla 5 y Figura 2 se muestra las cantidades exportadas en volumen TM por mes, donde se resalta que desde el año 2012 hasta el año 2017 la ventana comercial era de julio a diciembre, al igual que en el caso de exportaciones en valor FOB USD, en el año 2018 al 2021 la ventana comercial se abrió en forma más significativas de Junio a Enero. Además, se puede observar que hay exportaciones durante todo el año, pero no significativas.

#### 4.1.2. Nivel de concentración en las empresas exportadoras de arándanos del Perú, 2012-2021.

A continuación, se presenta los niveles de concentración de las empresas exportadoras de arándano:

**Tabla 6***IHH arándano 2012 (Valor FOB USD)*

	<b>Empresas</b>	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Camposol S.A.C	171,435.82	35.1%	12.4%
2	Intipa Foods S.A.C.	164,997.00	33.8%	11.4%
3	Green Vegetables & Flowers S.A.C.	115,510.80	23.7%	5.6%
4	Agroinversiones Valle Y Pampa Perú	16,367.16	3.4%	0.1%
5	Proberries S.A.C.-Proberr	13,514.85	2.8%	0.1%
6	Proberries S.A.C	3,357.50	0.7%	0.0%
7	Apolo Service E I R L	2,556.10	0.5%	0.0%
8	Danper Trujillo S.A.C.	0.40	0.0%	0.0%
	<b>Total:</b>	<b>487,739.63</b>	<b>100.0%</b>	<b>29.6%</b>

En la tabla 1 se observa que en el año 2012 las principales empresas exportadoras de arándanos son Camposol, seguida de Intipa Foods y Green Vegetables & Flowers, exportaciones con valor FOB USD que no llegaban al medio millón de dólares americanos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 29.6%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración alto para estas tres empresas.

**Tabla 7***IHH Arándano 2012*

	<b>Empresas</b>	<b>Peso Kg</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Camposol S.A.	20,368.17	40.5%	16.4%
2	Intipa Foods S.A.C.	13,169.45	26.2%	6.8%
3	Green Vegetables & Flowers S.A.C.	11,034.00	21.9%	4.8%
4	Agroinversiones Valle Y Pampa Perú	2,613.06	5.2%	0.3%
5	Proberries S.A.C.-Proberr	1,617.50	3.2%	0.1%
6	Apolo Service E I R L	1,000.00	2.0%	0.0%
7	Proberries S.A.C.	522.00	1.0%	0.0%
8	Danper Trujillo S.A.C.	1.07	0.0%	0.0%
	<b>Total:</b>	<b>50,325.25</b>	<b>100.0%</b>	<b>28.5%</b>

En la tabla 2 se observa que en el año 2012 las principales empresas exportadoras de arándanos son Camposol, seguida de Intipa Foods y Green Vegetables & Flowers, exportaciones con un peso de 50,325.25 en kilogramos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 28.5%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración alto para estas tres empresas.

**Tabla 8***IHH arándano 2013 (Valor FOB USD)*

	<b>Empresas</b>	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Camposol S.A.	9,843,296.52	55.7%	31.0%
2	Tal S A	6,829,690.50	38.6%	14.9%
3	Intipa Foods S.A.C.	347,241.79	2.0%	0.0%
4	Agricola Athos S.A.	214,196.20	1.2%	0.0%
5	Green Vegetables & Flowers S.A.C.	155,952.00	0.9%	0.0%
6	Agroinversiones Valle Y Pampa Peru	148,274.43	0.8%	0.0%
7	Agricola Isabel S.A.C.	71,444.00	0.4%	0.0%



8	Visonžs S.A.C.	25,680.00	0.1%	0.0%
9	Inka Fresh S.A.C.	22,170.90	0.1%	0.0%
10	Procesos Agroindustriales S.A.	15,719.90	0.1%	0.0%
	Otros	8,944.00	0.1%	0.0%
	<b>Total:</b>	<b>17,682,610.24</b>	<b>100.0%</b>	<b>46.0%</b>

En la tabla 3 se observa que en el año 2013 las principales empresas exportadoras de arándanos son Camposol, seguida de Tal e Intipa Foods, exportaciones con un valor FOB de 17,682,610.24 dólares americanos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 46.0%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración alto para estas tres empresas.

**Tabla 9**

*IHH Arándano 2013*

	<b>Empresas</b>	<b>Peso Kg</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Camposol S.A.	876,696.35	56.3%	31.7%
2	Tal S A	590,128.24	37.9%	14.4%
3	Intipa Foods S.A.C.	27,882.00	1.8%	0.0%
4	Agrícola Athos S.A.	17,897.50	1.1%	0.0%
5	Agroinversiones Valle Y Pampa Perú	17,220.88	1.1%	0.0%
6	Green Vegetables & Flowers S.A.C.	14,616.00	0.9%	0.0%
7	Agrícola Isabel S.A.C.	6,012.00	0.4%	0.0%
8	Visonžs S.A.C.	2,777.20	0.2%	0.0%
9	Inka Fresh S.A.C.	1,558.00	0.1%	0.0%
10	Procesos Agroindustriales S.A.	1,276.50	0.1%	0.0%
	Otros	1473.50	0.1%	0.0%
	<b>Total:</b>	<b>1,557,538.17</b>	<b>100.0%</b>	<b>46.1%</b>

En la tabla 2 se observa que en el año 2013 las principales empresas exportadoras de arándanos son Camposol, seguida de Tal e Intipa Foods, exportaciones con un peso de 1,557,538.17 en kilogramos. Siendo las tres primeras empresas las que

concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 46.1%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración alto para estas tres empresas.

**Tabla 10**

*IHH arándanos 2014 (Valor FOB USD)*

<b>Empresas</b>	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1 Tal S A	15,945,215.44	52.7%	27.8%
2 Camposol S.A.	11,422,320.31	37.7%	14.2%
3 Hortifrut-Tal S.A.C.	1,236,894.62	4.1%	0.2%
4 Intipa Foods S.A.C.	484,820.23	1.6%	0.0%
5 Exportadora Fruticola Del Sur S.A.	342,532.06	1.1%	0.0%
6 Green Vegetables & Flowers S.A.C.	233,439.00	0.8%	0.0%
7 Agricola Isabel S.A.C.	232,359.00	0.8%	0.0%
8 Agroinversiones Valle Y Pampa Peru	156,380.68	0.5%	0.0%
9 Visonzs S.A.C.	71,813.00	0.2%	0.0%
10 Blueberries Peru S.A.C.	53,102.01	0.2%	0.0%
Otros	88,124.62	0.3%	0.0%
<b>Total:</b>	<b>30,267,000.97</b>	<b>100.0%</b>	<b>42.2%</b>

En la tabla 3 se observa que en el año 2014 las principales empresas exportadoras de arándanos son Tal, seguida de Camposol y Hortifrut Tal, exportaciones con un valor FOB de 30,267,000.97 dólares americanos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 42.2%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración alto para estas tres empresas.

**Tabla 11***IHH Arándano 2014*

	<b>Empresas</b>	<b>Peso Kg</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Tal S A	1,513,458.32	52.0%	27.1%
2	Camposol S.A.	1,056,307.22	36.3%	13.2%
3	Hortifrut-Tal S.A.C.	160,388.90	5.5%	0.3%
4	Intipa Foods S.A.C.	45,140.40	1.6%	0.0%
5	Exportadora Fruticola Del Sur S.A.	41,835.46	1.4%	0.0%
6	Agricola Isabel S.A.C.	23,682.50	0.8%	0.0%
7	Green Vegetables & Flowers S.A.C.	20,759.40	0.7%	0.0%
8	Agroinversiones Valle Y Pampa Perú	17,408.11	0.6%	0.0%
9	Visonžs S.A.C.	10,234.00	0.4%	0.0%
10	Blueberries Perú S.A.C.	9,873.00	0.3%	0.0%
	Otros	8,658.32	0.3%	0.0%
	<b>Total:</b>	<b>2,907,745.63</b>	<b>100.0%</b>	<b>40.7%</b>

En la tabla 2 se observa que en el año 2014 las principales empresas exportadoras de arándanos son Tal, seguida de Camposol y Hortifrut Tal, exportaciones con un peso de 2,907,745.63 en kilogramos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 40.7%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración alto para estas tres empresas.

**Tabla 12***IHH arándano 2015 (Valor FOB USD)*

	<b>Empresas</b>	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Camposol S.A.	41,479,880.74	41.5%	17.2%

2	Tal S A	39,274,379.79	39.3%	15.4%
3	Hortifrut-Tal S.A.C.	9,814,399.31	9.8%	1.0%
4	Hass Perú S.A.	2,357,088.08	2.4%	0.1%
5	Blueberries Perú S.A.C.	2,171,643.05	2.2%	0.0%
6	Intipa Foods S.A.C.	1,312,222.58	1.3%	0.0%
7	Exportadora Fruticola Del Sur S.A.	987,810.31	1.0%	0.0%
8	Complejo Agroindustrial Beta S.A.	442,571.73	0.4%	0.0%
9	Agrícola La Venta S.A.	380,624.00	0.4%	0.0%
10	Green Vegetables & Flowers S.A.C.	351,297.72	0.4%	0.0%
	Otros	1,373,508.75	1.4%	0.0%
	<b>Total:</b>	<b>99,945,426.06</b>	<b>100.0%</b>	<b>33.8%</b>

En la tabla 3 se observa que en el año 2015 las principales empresas exportadoras de arándanos son Camposol, seguida de Tal y Hortifrut Tal, exportaciones con un valor FOB de 99,945,426.06 dólares americanos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 33.8%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración alto para estas tres empresas.

**Tabla 13**

*IHH Arándano 2015*

	<b>Empresas</b>	<b>Peso Kg</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Camposol S.A.	4,664,467.34	42.9%	18.4%
2	Tal S A	4,108,222.22	37.8%	14.3%

3	Hortifrut-Tal S.A.C.	1,131,662.86	10.4%	1.1%
4	Blueberries Peru S.A.C.	240,625.00	2.2%	0.0%
5	Hass Peru S.A.	210,807.80	1.9%	0.0%
6	Exportadora Fruticola Del Sur S.A.	132,040.22	1.2%	0.0%
7	Intipa Foods S.A.C.	116,089.20	1.1%	0.0%
8	Complejo Agroindustrial Beta S.A.	41,747.12	0.4%	0.0%
9	Green Vegetables & Flowers S.A.C.	39,160.45	0.4%	0.0%
10	Agricola La Venta S.A.	38,127.00	0.4%	0.0%
	Otros	145,704.34	1.3%	0.0%
	<b>Total:</b>	<b>10,868,653.55</b>	<b>100.0%</b>	<b>33.9%</b>

En la tabla 2 se observa que en el año 2015 las principales empresas exportadoras de arándanos son Camposol seguida de Tal y Hortifrut Tal, exportaciones con un peso de 10,868,653.55 en kilogramos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 33.9%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración alto para estas tres empresas.

**Tabla 14**

*IHH arándano 2016 (Valor FOB USD)*

	<b>Empresas</b>	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Camposol S.A.	91,338,701.22	38.0%	14.5%
2	Tal S A	70,705,478.02	29.4%	8.7%

3	Hortifrut-Tal S.A.C.	39,477,239.71	16.4%	2.7%
4	Agricola Santa Azul S.A.C	9,487,937.61	3.9%	0.2%
5	Hass Peru S.A.	7,715,656.19	3.2%	0.1%
6	Blueberries Peru S.A.C.	5,067,677.89	2.1%	0.0%
7	Exportadora Fruticola Del Sur Sa	3,061,980.82	1.3%	0.0%
8	Agricola Cerro Prieto S.A.	1,938,527.67	0.8%	0.0%
9	Complejo Agroindustrial Beta S.A.	1,846,917.39	0.8%	0.0%
10	Frusan Agro S.A.C.	1,674,075.41	0.7%	0.0%
	Otros	7,895,557.27	3.3%	0.0%
	<b>Total:</b>	<b>240,209,749.20</b>	<b>100.0%</b>	<b>26.2%</b>

En la tabla 3 se observa que en el año 2016 las principales empresas exportadoras de arándanos son Camposol, seguida de Tal y Hortifrut Tal, exportaciones con un valor FOB de 240,209,749.20 dólares americanos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 26.2%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración alto para estas tres empresas.

**Tabla 15**

*IHH Arándano 2016*

	<b>Empresas</b>	<b>Peso Kg</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Camposol S.A.	12,317,464.32	43.9%	19.3%
2	Tal S A	7,124,764.42	25.4%	6.4%
3	Hortifrut-Tal S.A.C.	4,116,354.88	14.7%	2.2%
4	Agricola Santa Azul S.A.C	990,028.77	3.5%	0.1%

5	Hass Perú S.A.	933,720.18	3.3%	0.1%
6	Blueberries Perú S.A.C.	694,650.54	2.5%	0.1%
7	Exportadora Fruticola Del Sur S.A.	333,649.27	1.2%	0.0%
8	Complejo Agroindustrial Beta S.A.	254,057.34	0.9%	0.0%
9	Agricola Cerro Prieto S.A.	204,439.44	0.7%	0.0%
10	Agroinversiones Valle Y Pampa Perú	161,736.52	0.6%	0.0%
	Otros	933,790.25	3.3%	0.0%
	<b>Total:</b>	<b>28,064,655.93</b>	<b>100.0%</b>	<b>28.2%</b>

En la tabla 2 se observa que en el año 2016 las principales empresas exportadoras de arándanos son Camposol seguida de Tal y Hortifrut Tal, exportaciones con un peso de 28,064,655.93 en kilogramos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 28.2%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración alto para estas tres empresas.

### Tabla 16

*IHH arándano 2017 (Valor FOB USD)*

	<b>Empresas</b>	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Camposol S.A.	117,705,194.19	31.4%	9.8%
2	Tal S A	91,086,003.31	24.3%	5.9%
3	Hortifrut-Tal S.A.C.	46,969,397.75	12.5%	1.6%
4	Agricola Santa Azul S.A.C	24,783,900.31	6.6%	0.4%

5	Hass Peru S.A.	22,225,279.82	5.9%	0.4%
6	Blueberries Peru S.A.C.	12,852,832.53	3.4%	0.1%
7	Hfe Berries Peru S.A.C.	11,286,800.73	3.0%	0.1%
8	Agricola Cerro Prieto S.A.	7,648,469.47	2.0%	0.0%
9	Complejo Agroindustrial Beta S.A.	6,147,088.30	1.6%	0.0%
10	Exportadora Fruticola Del Sur S.A.	5,838,738.40	1.6%	0.0%
	Otros	28,611,591.91	7.6%	0.1%
	<b>Total:</b>	<b>375,155,296.72</b>	<b>100.0%</b>	<b>18.5%</b>

En la tabla 3 se observa que en el año 2017 las principales empresas exportadoras de arándanos son Camposol, seguida de Tal y Hortifrut Tal, exportaciones con un valor FOB de 375,155,296.72 dólares americanos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 18.5%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración alto para estas tres empresas.

**Tabla 17**

*IHH Arándano 2017*

	<b>Empresas</b>	<b>Peso Kg</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Camposol S.A.	13,799,330.98	31.6%	10.0%
2	Tal S A	10,510,568.26	24.1%	5.8%
3	Hortifrut-Tal S.A.C.	6,402,406.04	14.7%	2.1%
4	Hass Perú S.A.	2,497,383.20	5.7%	0.3%



5	Agricola Santa Azul S.A.C	2,328,548.86	5.3%	0.3%
6	Blueberries Perú S.A.C.	1,667,489.64	3.8%	0.1%
7	Hfe Berries Peru S.A.C.	1,273,992.64	2.9%	0.1%
8	Complejo Agroindustrial Beta S.A.	777,437.81	1.8%	0.0%
9	Agroberries Peru S.A.C.	648,879.80	1.5%	0.0%
10	Exportadora Fruticola Del Sur Sa	548,600.42	1.3%	0.0%
	Otros	3,240,498.42	7.4%	0.1%
	<b>Total:</b>	<b>43,695,136.07</b>	<b>100.0%</b>	<b>18.9%</b>

En la tabla 2 se observa que en el año 2017 las principales empresas exportadoras de arándanos son Camposol seguida de Tal y Hortifrut Tal, exportaciones con un peso de 43,695,136.07 en kilogramos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 18.9%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración alto para estas tres empresas.

**Tabla 18**

*IHH arándano 2018 (Valor FOB USD)*

	<b>Empresas</b>	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Camposol S.A.	174,615,735.73	31.4%	9.9%
2	Hortifrut - Perú S.A.C.	69,953,627.98	12.6%	1.6%
3	Hortifrut-Tal S.A.C.	62,392,858.72	11.2%	1.3%
4	Hfe Berries Perú S.A.C.	32,018,282.09	5.8%	0.3%
5	Agricola Santa Azul S.A.C	30,287,451.17	5.4%	0.3%

6	Hass Perú S.A.	24,485,184.48	4.4%	0.2%
7	Agricola Cerro Prieto S.A.	21,398,772.43	3.8%	0.1%
8	Agroberries Perú S.A.C.	20,098,244.88	3.6%	0.1%
9	Tal S A	18,404,273.67	3.3%	0.1%
10	Agrovisión Perú S.A.C.	18,045,542.57	3.2%	0.1%
	Otros	84,500,132.75	15.2%	0.2%
	<b>Total:</b>	<b>556,200,106.47</b>	<b>100.0%</b>	<b>14.2%</b>

En la tabla 3 se observa que en el año 2018 las principales empresas exportadoras de arándanos son Camposol, seguida de Hortifrut Perú y Hortifrut Tal, exportaciones con un valor FOB de 556,200,106.47 dólares americanos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 14.2%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración moderado para estas tres empresas.

**Tabla 19**

*IHH Arándano 2018*

	<b>Empresas</b>	<b>Peso Kg</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Camposol S.A.	25,337,618.64	33.7%	11.3%
2	Hortifrut - Perú S.A.C.	10,121,042.92	13.4%	1.8%
3	Hortifrut-Tal S.A.C.	9,218,645.54	12.2%	1.5%
4	Agricola Santa Azul S.A.C	3,588,559.81	4.8%	0.2%
5	Hfe Berries Peru S.A.C.	3,576,891.48	4.8%	0.2%
6	Tal S A	2,949,791.64	3.9%	0.2%

7	Hass Peru S.A.	2,803,932.18	3.7%	0.1%
8	Agroberries Peru S.A.C.	2,477,269.68	3.3%	0.1%
9	Agrovision Peru S.A.C.	2,302,415.36	3.1%	0.1%
10	Blueberries Peru S.A.C.	2,153,167.58	2.9%	0.1%
	Otros	10,752,862.28	14.3%	0.2%
	<b>Total:</b>	<b>75,282,197.11</b>	<b>100.0%</b>	<b>15.8%</b>

En la tabla 2 se observa que en el año 2018 las principales empresas exportadoras de arándanos son Camposol seguida de Hortifrut Perú y Hortifrut Tal, exportaciones con un peso de 75,282,197.11 en kilogramos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 15.8%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración moderado para estas tres empresas.

**Tabla 20**

*IHH arándano 2019 (Valor FOB USD)*

	<b>Empresas</b>	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Camposol S.A.	180,165,853.74	21.3%	4.5%
2	Hortifrut - Perú S.A.C.	96,516,231.21	11.4%	1.3%
3	Hortifrut-Tal S.A.C.	65,045,133.90	7.7%	0.6%
4	Agrovision Peru S.A.C.	57,430,902.38	6.8%	0.5%
5	Agricola Santa Azul S.R.L	55,423,461.97	6.6%	0.4%
6	Hfe Berries Peru S.A.C.	49,408,592.14	5.8%	0.3%
7	Agricola Cerro Prieto S.A.	44,730,496.29	5.3%	0.3%

8	Complejo Agroindustrial Beta S.A.	42,095,471.79	5.0%	0.2%
9	Hass Peru S.A.	37,008,458.18	4.4%	0.2%
10	Agroberries Peru S.A.C.	31,923,178.92	3.8%	0.1%
	Otros	185,856,906.56	22.0%	0.3%
	<b>Total:</b>	<b>845,604,687.08</b>	<b>100.0%</b>	<b>8.9%</b>

En la tabla 3 se observa que en el año 2019 las principales empresas exportadoras de arándanos son Camposol, seguida de Hortifrut Perú y Hortifrut Tal, exportaciones con un valor FOB de 845,604,687.08 dólares americanos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 8.9%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel no concentrado, representando una competencia monopolística para estas tres empresas.

**Tabla 21**

*IHH Arándano 2019*

	<b>Empresas</b>	<b>Peso Kg</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Camposol S.A.	28,870,870.54	22.2%	4.9%
2	Hortifrut - Perú S.A.C.	17,377,498.36	13.4%	1.8%
3	Hortifrut-Tal S.A.C.	11,439,523.30	8.8%	0.8%
4	Agrovision Perú S.A.C.	8,989,098.58	6.9%	0.5%
5	Hfe Berries Perú S.A.C.	6,877,627.78	5.3%	0.3%
6	Agrícola Santa Azul S.R.L	6,661,634.43	5.1%	0.3%
7	Complejo Agroindustrial Beta S.A.	5,904,471.56	4.5%	0.2%

8	Hass Perú S.A.	5,535,383.54	4.3%	0.2%
9	Agroberries Perú S.A.C.	4,817,394.44	3.7%	0.1%
10	Agricola Cerro Prieto S.A.	4,725,954.19	3.6%	0.1%
	Otros	28,718,282.60	22.1%	0.3%
	<b>Total:</b>	<b>129,917,739.32</b>	<b>100.0%</b>	<b>9.5%</b>

En la tabla 2 se observa que en el año 2018 las principales empresas exportadoras de arándanos son Camposol seguida de Hortifrut Perú y Hortifrut Tal, exportaciones con un peso de 129,917,739.32 en kilogramos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 9.5%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel no concentrado, representando una competencia monopolística para estas tres empresas.

**Tabla 22**

*IHH arándano 2020 (Valor FOB USD)*

	<b>Empresas</b>	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Hortifrut - Perú S.A.C.	145,057,924.71	15.6%	2.4%
2	Camposol S.A.	121,726,117.66	13.1%	1.7%
3	Agrovisión Perú S.A.C.	69,956,345.32	7.5%	0.6%
4	Agroberries Perú S.A.C.	54,315,921.28	5.8%	0.3%
5	Complejo Agroindustrial Beta S.A.	53,988,535.49	5.8%	0.3%
6	Agricola Santa Azul S.R.L	48,806,168.73	5.2%	0.3%
7	Hfe Berries Perú S.A.C.	47,941,109.99	5.2%	0.3%
8	Agricola Cerro Prieto S.A.	45,828,399.97	4.9%	0.2%

9 Danper Trujillo S.A.C.	41,206,564.18	4.4%	0.2%
10 Hass Perú S.A.	38,175,560.08	4.1%	0.2%
Otros	263,084,357.49	28.3%	0.5%
<b>Total:</b>	<b>930,087,004.90</b>	<b>100.0%</b>	<b>7.0%</b>

En la tabla 3 se observa que en el año 2020 las principales empresas exportadoras de arándanos son Hortifrut Perú, seguida de Camposol y Agrovision Perú, exportaciones con un valor FOB de 930,087,004.90 dólares americanos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 7.0%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel no concentrado, representando una competencia monopolística para estas tres empresas.

**Tabla 23**

*IHH Arándano 2020*

<b>Empresas</b>	<b>Peso Kg</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1 Hortifrut - Perú S.A.C.	24,034,877.48	15.7%	2.5%
2 Camposol S.A.	21,667,608.53	14.2%	2.0%
3 Agrovision Peru S.A.C.	11,804,243.30	7.7%	0.6%
4 Agroberries Peru S.A.C.	9,939,383.88	6.5%	0.4%
5 Complejo Agroindustrial Beta S.A.	9,642,756.41	6.3%	0.4%
6 Danper Trujillo S.A.C.	7,014,200.28	4.6%	0.2%
7 Hass Peru S.A.	6,285,348.22	4.1%	0.2%
8 Hfe Berries Peru S.A.C.	6,128,989.32	4.0%	0.2%

9	Hortifrut-Tal S.A.C.	5,980,286.76	3.9%	0.2%
10	Agricola Cerro Prieto S.A.	5,681,616.40	3.7%	0.1%
	Otros	44,938,944.22	29.3%	0.5%
	<b>Total:</b>	<b>153,118,254.80</b>	<b>100.0%</b>	<b>7.2%</b>

En la tabla 2 se observa que en el año 2020 las principales empresas exportadoras de arándanos son Hortifrut Perú seguida de Camposol y Agrovision Perú, exportaciones con un peso de 153,118,254.80 en kilogramos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 7.2%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel no concentrado, representando una competencia monopolística para estas tres empresas.

#### Tabla 24

*IIHH arándano 2021 (Valor FOB USD)*

	<b>Empresas</b>	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Camposol S.A.	174,971,272.13	14.6%	2.1%
2	Hortifrut - Perú S.A.C.	168,163,173.30	14.0%	2.0%
3	Agrovision Peru S.A.C.	117,717,057.26	9.8%	1.0%
4	Complejo Agroindustrial Beta S.A.	69,938,126.78	5.8%	0.3%
5	Agricola Cerro Prieto S.A.	65,214,887.13	5.4%	0.3%
6	Exportadora Fruticola Del Sur Sa	52,840,621.03	4.4%	0.2%
7	Agroberries Peru S.A.C.	51,781,863.38	4.3%	0.2%
8	Danper Trujillo S.A.C.	46,997,956.80	3.9%	0.2%

9 Hfe Berries Peru S.A.C.	45,945,453.65	3.8%	0.1%
10 Hass Peru S.A.	41,770,573.75	3.5%	0.1%
Otros	362,937,146.29	30.3%	0.5%
<b>Total:</b>	<b>1,198,278,131.50</b>	<b>100.0%</b>	<b>7.0%</b>

En la tabla 3 se observa que en el año 2021 las principales empresas exportadoras de arándanos son Camposol, seguida de Hortifrut Perú y Agrovision Perú, exportaciones con un valor FOB de 1,198,278,131.50 dólares americanos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 7.0%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel no concentrado, representando una competencia monopolística para estas tres empresas.

**Tabla 25**

*IHH Arándano 2021*

<b>Empresas</b>	<b>Peso Kg</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1 Camposol S.A.	31,724,562.29	15.2%	2.3%
2 Hortifrut - Perú S.A.C.	31,412,220.34	15.1%	2.3%
3 Agrovision Peru S.A.C.	18,790,389.74	9.0%	0.8%
4 Complejo Agroindustrial Beta S.A.	13,102,244.71	6.3%	0.4%
5 Agricola Cerro Prieto S.A.	10,555,335.34	5.1%	0.3%
6 Agroberries Peru S.A.C.	9,591,486.37	4.6%	0.2%
7 Danper Trujillo S.A.C.	8,597,105.41	4.1%	0.2%
8 Hass Peru S.A.	7,465,793.08	3.6%	0.1%
9 Exportadora Fruticola Del Sur Sa	7,216,061.97	3.5%	0.1%



10	Larama Berries S.A.C.	6,795,485.98	3.3%	0.1%
	Otros	63,397,695.89	30.4%	0.5%
	<b>Total:</b>	<b>208,648,381.12</b>	<b>100.0%</b>	<b>7.3%</b>

En la tabla 2 se observa que en el año 2021 las principales empresas exportadoras de arándanos son Hortifrut Perú seguida de Camposol y Agrovision Perú, exportaciones con un peso de 208,648,381.12 en kilogramos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 7.3%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel no concentrado, representando una competencia monopolística para estas tres empresas.

#### 4.1.1. Nivel de concentración en los mercados de destino de exportaciones de arándanos del Perú, 2012-2021

A continuación se presenta los resultados del nivel de concentración en los mercados de destino de las exportaciones peruanas de arándanos

**Tabla 26**

*IHH arándano 2012 (Valor FOB USD)*

	<b>Países</b>	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Reino Unido	171,517.91	35.2%	12.4%
2	Países Bajos (Holanda)	169,008.40	34.7%	12.0%
3	Bélgica	97,634.00	20.0%	4.0%
4	Estados Unidos	34,395.00	7.1%	0.5%
5	Costa Rica	8,635.82	1.8%	0.0%
6	Alemania	3,992.40	0.8%	0.0%

7 Aguas Internacionales	2,556.10	0.5%	0.0%
<b>Total:</b>	<b>487,739.63</b>	<b>100.0%</b>	<b>28.9%</b>

En la tabla 26 se observa que en el año 2012 los principales mercados de destino de las exportaciones de arándano son Reino Unido, seguida de Países Bajos y Bélgica, exportaciones con un valor FOB USD de 487,739.63. Siendo los tres principales mercados de destino que concentran las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 28.9%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración alto para estos tres mercados de destino.

**Tabla 27**

*IHH Arándano 2012*

	<b>Países</b>	<b>Peso Kg</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Países Bajos (Holanda)	21,345.67	42.4%	18.0%
2	Reino Unido	15,201.60	30.2%	9.1%
3	Bélgica	7,801.85	15.5%	2.4%
4	Estados Unidos	3,715.06	7.4%	0.5%
5	Aguas Internacionales	1,000.00	2.0%	0.0%
6	Costa Rica	720.00	1.4%	0.0%
7	Alemania	541.07	1.1%	0.0%
	<b>Total:</b>	<b>50,325.25</b>	<b>100.0%</b>	<b>30.1%</b>

La tabla 27 muestra que en el año 2012 los principales mercados de destino de arándanos son Países Bajos, seguida de Reino Unido y Bélgica, exportaciones con un peso de 50,325.25 en kilogramos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 30.1%,

este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración alto para estas tres empresas.

**Tabla 28**

*IHH arándano 2013 (Valor FOB USD)*

	<b>Países</b>	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Estados Unidos	7,317,858.52	41.4%	17.1%
2	Hong Kong	3,692,246.18	20.9%	4.4%
3	Países Bajos (Holanda)	3,667,417.99	20.7%	4.3%
4	Reino Unido	1,797,925.19	10.2%	1.0%
5	Bélgica	552,409.02	3.1%	0.1%
6	España	428,255.00	2.4%	0.1%
7	Costa Rica	96,165.03	0.5%	0.0%
8	Singapur	33,749.05	0.2%	0.0%
9	Malasia	21,120.00	0.1%	0.0%
10	Italia	18,880.47	0.1%	0.0%
	Otros	56,583.79	0.3%	0.0%
	<b>Total:</b>	<b>17,682,610.24</b>	<b>100.0%</b>	<b>27.0%</b>

En la tabla 28 se observa que en el año 2013 los principales mercados de destino de las exportaciones de arándano son Estados Unidos, seguida de Hong Kong y Países Bajos, exportaciones con un valor FOB USD de 17,682,610.24. Siendo los tres principales mercados de destino que concentran las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 27.0%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración alto para estos tres mercados de destino.

**Tabla 29***IHH Arándano 2013*

	<b>Países</b>	<b>Peso Kg</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Estados Unidos	659,582.82	42.3%	17.9%
2	Países Bajos (Holanda)	332,420.70	21.3%	4.6%
3	Hong Kong	297,910.05	19.1%	3.7%
4	Reino Unido	169,495.20	10.9%	1.2%
5	Bélgica	43,819.50	2.8%	0.1%
6	España	32,377.50	2.1%	0.0%
7	Costa Rica	9,790.40	0.6%	0.0%
8	Singapur	3,085.00	0.2%	0.0%
9	Alemania	1,800.00	0.1%	0.0%
10	Italia	1,701.00	0.1%	0.0%
	Otros	5,556.00	0.4%	0.0%
	<b>Total:</b>	<b>1,557,538.17</b>	<b>100.0%</b>	<b>27.5%</b>

La tabla 29 muestra que en el año 2013 los principales mercados de destino de arándanos son Estados Unidos, seguida de Países Bajos y Hong Kong, exportaciones con un peso de 1,557,538.17 en kilogramos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 27.5%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un alto nivel de concentración para estas tres empresas.

**Tabla 30***IHH arándano 2014 (Valor FOB USD)*

<b>Países</b>	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1 Estados Unidos	12,678,874.78	41.9%	17.5%
2 Países Bajos (Holanda)	7,405,671.19	24.5%	6.0%
3 Hong Kong	6,002,257.22	19.8%	3.9%
4 Reino Unido	3,158,748.05	10.4%	1.1%
5 España	379,567.20	1.3%	0.0%
6 Costa Rica	177,645.80	0.6%	0.0%
7 Bélgica	119,914.00	0.4%	0.0%
8 Singapur	113,629.65	0.4%	0.0%
9 Alemania	100,404.57	0.3%	0.0%
10 Malasia	43,541.18	0.1%	0.0%
Otros	86,747.32	0.3%	0.0%
<b>Total:</b>	<b>30,267,000.96</b>	<b>100.0%</b>	<b>28.6%</b>

En la tabla 30 se observa que en el año 2014 los principales mercados de destino de las exportaciones de arándano son Estados Unidos, seguida de Países Bajos y Hong Kong, exportaciones con un valor FOB USD de 30,267,000.96. Siendo los tres principales mercados de destino que concentran las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 28.6%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un alto nivel de concentración para estos tres mercados de destino.

**Tabla 31***IHH Arándano 2014*

	<b>Países</b>	<b>Peso Kg</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Estados Unidos	1,287,150.91	44.3%	19.6%
2	Países Bajos (Holanda)	722,676.34	24.9%	6.2%
3	Hong Kong	496,869.09	17.1%	2.9%
4	Reino Unido	296,769.90	10.2%	1.0%
5	España	40,642.21	1.4%	0.0%
6	Costa Rica	17,944.00	0.6%	0.0%
7	Alemania	12,552.71	0.4%	0.0%
8	Bélgica	11,036.50	0.4%	0.0%
9	Singapur	10,716.00	0.4%	0.0%
10	Francia	3,805.18	0.1%	0.0%
	Otros	7,584.00	0.3%	0.0%
	<b>Total:</b>		<b>100.0%</b>	<b>29.8%</b>
		<b><u>2,907,746.84</u></b>		

La tabla 31 muestra que en el año 2014 los principales mercados de destino de arándanos son Estados Unidos, seguida de Países Bajos y Hong Kong, exportaciones con un peso de 2,907,746.84 en kilogramos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 29.8%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración alto para estas tres empresas.

**Tabla 32***IHH arándano 2015 (Valor FOB USD)*

	<b>Países</b>	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Estados Unidos	55,949,952.39	56.0%	31.3%
2	Países Bajos (Holanda)	27,486,577.44	27.5%	7.6%

3	Reino Unido	12,608,492.10	12.6%	1.6%
4	Hong Kong	1,321,493.27	1.3%	0.0%
5	España	586,307.80	0.6%	0.0%
6	Singapur	490,795.08	0.5%	0.0%
7	Canadá	286,923.74	0.3%	0.0%
8	Francia	215,870.79	0.2%	0.0%
9	Costa Rica	182,367.42	0.2%	0.0%
10	Suiza	164,049.69	0.2%	0.0%
	Otros	652,596.36	0.7%	0.0%
	<b>Total:</b>	<b>99,945,426.08</b>	<b>100.0%</b>	<b>40.5%</b>

En la tabla 32 se observa que en el año 2015 los principales mercados de destino de las exportaciones de arándano son Estados Unidos, seguida de Países Bajos y Reino Unido, exportaciones con un valor FOB USD de 99,945,426.08. Siendo los tres principales mercados de destino que concentran las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 40.5%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel alto de concentración para estos tres mercados de destino.

### Tabla 33

*IHH Arándano 2015*

	<b>Países</b>	<b>Peso Kg</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Estados Unidos	6,008,624.11	55.3%	30.6%
2	Países Bajos (Holanda)	2,968,654.96	27.3%	7.5%
3	Reino Unido	1,477,994.49	13.6%	1.8%

4	Hong Kong	140,592.37	1.3%	0.0%
5	España	61,736.44	0.6%	0.0%
6	Singapur	60,765.50	0.6%	0.0%
7	Francia	23,421.15	0.2%	0.0%
8	Canadá	21,823.20	0.2%	0.0%
9	Costa Rica	18,768.00	0.2%	0.0%
10	Suiza	15,510.00	0.1%	0.0%
	Otros	70,763.33	0.6%	0.0%
	<b>Total:</b>	<b>10,868,653.55</b>	<b>100.0%</b>	<b>39.9%</b>

La tabla 33 muestra que en el año 2015 los principales mercados de destino de arándanos son Estados Unidos, seguida de Países Bajos y Reino Unido, exportaciones con un peso de 10,868,653.55 en kilogramos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 39.9%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel alto de concentración para estas tres empresas.

#### Tabla 34

*IHH arándano 2016 (Valor FOB USD)*

	<b>Países</b>	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Estados Unidos	128,242,197.31	53.4%	28.5%
2	Países Bajos (Holanda)	56,241,099.11	23.4%	5.5%
3	Reino Unido	35,313,711.50	14.7%	2.2%
4	Canadá	5,093,636.65	2.1%	0.0%



5	Hong Kong	4,410,500.09	1.8%	0.0%
6	España	3,276,510.36	1.4%	0.0%
7	Panamá	1,695,285.28	0.7%	0.0%
8	Singapur	1,646,208.08	0.7%	0.0%
9	Alemania	1,593,204.23	0.7%	0.0%
10	Tailandia	546,668.12	0.2%	0.0%
	Otros	2,150,728.48	0.9%	0.0%
	<b>Total:</b>	<b>240,209,749.21</b>	<b>100.0%</b>	<b>36.3%</b>

En la tabla 34 se observa que en el año 2016 los principales mercados de destino de las exportaciones de arándano son Estados Unidos, seguida de Países Bajos y Reino Unido, exportaciones con un valor FOB USD de 99,945,426.08. Siendo los tres principales mercados de destino que concentran las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 40.5%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel alto de concentración para estos tres mercados de destino.

**Tabla 35**

*IHH Arándano 2016*

	<b>Países</b>	<b>Peso Kg</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Estados Unidos	15,218,156.77	54.2%	29.4%
2	Países Bajos (Holanda)	6,800,161.76	24.2%	5.9%
3	Reino Unido	3,752,444.71	13.4%	1.8%

4	Canadá	581,050.31	2.1%	0.0%
5	Hong Kong	460,017.41	1.6%	0.0%
6	España	342,611.09	1.2%	0.0%
7	Panamá	237,702.02	0.8%	0.0%
8	Singapur	191,348.00	0.7%	0.0%
9	Alemania	169,112.66	0.6%	0.0%
10	Tailandia	63,248.50	0.2%	0.0%
	Otros	248,802.72	0.9%	0.0%
	<b>Total:</b>	<b>28,064,655.95</b>	<b>100.0%</b>	<b>37.2%</b>

La tabla 35 muestra que en el año 2016 los principales mercados de destino de arándanos son Estados Unidos, seguida de Países Bajos y Reino Unido, exportaciones con un peso de 28,064,655.95 en kilogramos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 37.2%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración alto para estas tres empresas.

**Tabla 36**

*IHH arándano 2017 (Valor FOB USD)*

	<b>Países</b>	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Estados Unidos	168,241,890.69	44.8%	20.1%
2	Países Bajos (Holanda)	101,926,511.11	27.2%	7.4%
3	Reino Unido	39,401,438.36	10.5%	1.1%

4	China	33,396,491.29	8.9%	0.8%
5	Hong Kong	13,957,464.82	3.7%	0.1%
6	Canadá	7,707,205.42	2.1%	0.0%
7	España	5,326,464.63	1.4%	0.0%
8	Singapur	1,234,939.06	0.3%	0.0%
9	Tailandia	897,429.14	0.2%	0.0%
10	Bélgica	639,193.75	0.2%	0.0%
	Otros	2,426,268.66	0.6%	0.0%
	<b>Total:</b>	<b>375,155,296.93</b>	<b>100.0%</b>	<b>29.6%</b>

En la tabla 36 se observa que en el año 2017 los principales mercados de destino de las exportaciones de arándano son Estados Unidos, seguida de Países Bajos y Reino Unido, exportaciones con un valor FOB USD de 375,155,296.93. Siendo los tres principales mercados de destino que concentran las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 29.6%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración alto para estos tres mercados de destino.

**Tabla 37**

*IHH Arándano 2017*

	<b>Países</b>	<b>Peso Kg</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Estados Unidos	19,545,850.49	44.7%	20.0%
2	Países Bajos (Holanda)	11,519,049.42	26.4%	6.9%
3	Reino Unido	4,682,092.34	10.7%	1.1%

4	China	4,100,565.00	9.4%	0.9%
5	Hong Kong	1,713,173.36	3.9%	0.2%
6	Canadá	861,734.79	2.0%	0.0%
7	España	594,930.54	1.4%	0.0%
8	Singapur	171,162.00	0.4%	0.0%
9	Tailandia	109,145.30	0.2%	0.0%
10	Bélgica	92,981.50	0.2%	0.0%
	Otros	304,451.45	0.7%	0.0%
	<b>Total:</b>		<b>100.0%</b>	<b>29.2%</b>
		<b>43,695,136.19</b>		

La tabla 37 muestra que en el año 2017 los principales mercados de destino de arándanos son Estados Unidos, seguida de Países Bajos y Reino Unido, exportaciones con un peso de 43,695,136.19 en kilogramos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 29.2%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un alto nivel de concentración para estas tres empresas.

**Tabla 38**

*IHH arándano 2018 (Valor FOB USD)*

	<b>Países</b>	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Estados Unidos	289,270,025.42	52.0%	27.0%
2	Países Bajos (Holanda)	121,832,856.18	21.9%	4.8%
3	Reino Unido	57,369,539.76	10.3%	1.1%
4	China	33,994,054.61	6.1%	0.4%
5	España	21,097,750.14	3.8%	0.1%

6	Canadá	14,121,768.71	2.5%	0.1%
7	Hong Kong	11,785,240.02	2.1%	0.0%
8	Alemania	2,491,270.93	0.4%	0.0%
9	Tailandia	1,152,561.03	0.2%	0.0%
10	Singapur	709,237.69	0.1%	0.0%
	Otros	2,375,801.96	0.4%	0.0%
	<b>Total:</b>	<b>556,200,106.45</b>	<b>100.0%</b>	<b>33.5%</b>

En la tabla 38 se observa que en el año 2018 los principales mercados de destino de las exportaciones de arándano son Estados Unidos, seguida de Países Bajos y Reino Unido, exportaciones con un valor FOB USD de 556,200,106.45. Siendo los tres principales mercados de destino que concentran las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 33.5%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un alto nivel de concentración para estos tres mercados de destino.

**Tabla 39**

*IHH Arándano 2018*

	<b>Países</b>	<b>Peso Kg</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Estados Unidos	40,778,466.77	54.2%	29.3%
2	Países Bajos (Holanda)	15,521,940.39	20.6%	4.3%
3	Reino Unido	7,367,633.57	9.8%	1.0%
4	China	4,723,105.02	6.3%	0.4%
5	España	2,299,108.79	3.1%	0.1%
6	Canadá	1,994,106.97	2.6%	0.1%
7	Hong Kong	1,719,274.47	2.3%	0.1%

8	Alemania	296,990.46	0.4%	0.0%
9	Tailandia	152,304.20	0.2%	0.0%
10	Singapur	111,334.00	0.1%	0.0%
	Otros	317,932.46	0.4%	0.0%
	<b>Total:</b>		<b>100.0%</b>	<b>35.2%</b>
		<b>75,282,197.10</b>		

La tabla 39 muestra que en el año 2018 los principales mercados de destino de arándanos son Estados Unidos, seguida de Países Bajos y Reino Unido, exportaciones con un peso de 75,282,197.10 en kilogramos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 35.2%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel alto de concentración para estas tres empresas.

**Tabla 40**

*IHH arándano 2019 (Valor FOB USD)*

	<b>Países</b>	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Estados Unidos	470,665,829.21	55.7%	31.0%
2	Países Bajos (Holanda)	193,831,578.84	22.9%	5.3%
3	China	72,535,344.01	8.6%	0.7%
4	Reino Unido	67,282,292.86	8.0%	0.6%
5	Hong Kong	18,892,095.10	2.2%	0.0%
6	España	8,065,929.27	1.0%	0.0%
7	Canadá	7,411,385.26	0.9%	0.0%
8	Tailandia	1,567,436.41	0.2%	0.0%

9	Bélgica	1,425,136.36	0.2%	0.0%
10	Singapur	1,142,762.76	0.1%	0.0%
	Otros	2,784,897.00	0.3%	0.0%
	<b>Total:</b>	<b>845,604,687.08</b>	<b>100.0%</b>	<b>37.7%</b>

En la tabla 40 se observa que en el año 2019 los principales mercados de destino de las exportaciones de arándano son Estados Unidos, seguida de Países Bajos y Reino Unido, exportaciones con un valor FOB USD de 845,604,687.08. Siendo los tres principales mercados de destino que concentran las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 37.7%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel alto de concentración para estos tres mercados de destino.

**Tabla 41**

*IHH Arándano 2019*

	<b>Países</b>	<b>Peso Kg</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Estados Unidos	72,732,668.79	56.0%	31.3%
2	Países Bajos (Holanda)	29,956,369.13	23.1%	5.3%
3	China	10,646,723.93	8.2%	0.7%
4	Reino Unido	10,232,285.62	7.9%	0.6%
5	Hong Kong	3,029,455.58	2.3%	0.1%
6	España	1,194,316.14	0.9%	0.0%
7	Canadá	1,144,886.59	0.9%	0.0%
8	Tailandia	212,283.60	0.2%	0.0%
9	Bélgica	203,971.08	0.2%	0.0%

10	Singapur	173,152.65	0.1%	0.0%
	Otros	391,626.19	0.3%	0.0%
	<b>Total:</b>		<b>100.0%</b>	<b>38.0%</b>
		<b><u>129,917,739.30</u></b>		

La tabla 41 muestra que en el año 2019 los principales mercados de destino de arándanos son Estados Unidos, seguida de Países Bajos y China, exportaciones con un peso de 129,917,739.30 en kilogramos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 38.0%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración alto para estas tres empresas.

**Tabla 42**

*IHH 2020 (Valor FOB USD)*

	<b>Países</b>	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Estados Unidos	489,557,906.75	52.6%	27.7%
2	Países Bajos (Holanda)	230,982,336.04	24.8%	6.2%
3	China	72,905,570.98	7.8%	0.6%
4	Reino Unido	66,262,584.53	7.1%	0.5%
5	Hong Kong	42,313,530.67	4.5%	0.2%
6	Canadá	7,623,932.63	0.8%	0.0%
7	España	6,707,255.91	0.7%	0.0%
8	Bélgica	3,566,970.36	0.4%	0.0%
9	Singapur	2,800,632.81	0.3%	0.0%
10	Tailandia	1,865,552.14	0.2%	0.0%
	Otros	5,500,732.05	0.6%	0.0%
	<b>Total:</b>	<b>930,087,004.87</b>	<b>100.0%</b>	<b>35.2%</b>



En la tabla 42 se observa que en el año 2020 los principales mercados de destino de las exportaciones de arándano son Estados Unidos, seguida de Países Bajos y China, exportaciones con un valor FOB USD de 930,087,004.87. Siendo los tres principales mercados de destino que concentran las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 35.2%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración alto para estos tres mercados de destino.

**Tabla 43**

*IHH Arándano 2020*

	<b>Países</b>	<b>Peso Kg</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Estados Unidos	81,046,761.23	52.9%	28.0%
2	Países Bajos (Holanda)	40,723,200.62	26.6%	7.1%
3	China	10,410,978.12	6.8%	0.5%
4	Reino Unido	10,248,182.41	6.7%	0.4%
5	Hong Kong	6,033,890.26	3.9%	0.2%
6	Canadá	1,201,697.96	0.8%	0.0%
7	España	1,107,366.45	0.7%	0.0%
8	Bélgica	789,572.90	0.5%	0.0%
9	Singapur	431,422.50	0.3%	0.0%
10	Tailandia	264,066.87	0.2%	0.0%
	Otros	861,115.47	0.6%	0.0%
	<b>Total:</b>	<b>153,118,254.79</b>	<b>100.0%</b>	<b>36.2%</b>

La tabla 43 muestra que en el año 2020 los principales mercados de destino de arándanos son Estados Unidos, seguida de Países Bajos y China, exportaciones

con un peso de 129,917,739.30 en kilogramos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 36.2%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un alto nivel de concentración para estas tres empresas.

**Tabla 44**

*IHH arándano 2021 (Valor FOB USD)*

<b>Países</b>	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1 Estados Unidos	637,165,897.91	53.2%	28.3%
2 Países Bajos (Holanda)	279,817,869.39	23.4%	5.5%
3 Hong Kong	104,500,862.39	8.7%	0.8%
4 Reino Unido	68,165,242.90	5.7%	0.3%
5 China	66,465,927.59	5.5%	0.3%
6 Canadá	16,124,000.97	1.3%	0.0%
7 España	9,481,012.35	0.8%	0.0%
8 Tailandia	2,500,866.29	0.2%	0.0%
9 Taiwán	2,410,495.37	0.2%	0.0%
10 Arabia Saudita	1,867,509.77	0.2%	0.0%
Otros	9,778,447.07	0.8%	0.0%
<b>Total:</b>	<b>1,198,278,132.00</b>	<b>100.0%</b>	<b>35.1%</b>

En la tabla 44 se observa que en el año 2021, los principales mercados de destino de las exportaciones de arándano son Estados Unidos, seguida de Países Bajos y Hong Kong, exportaciones con un valor FOB USD de 1,198,278,132.00. Siendo los tres principales mercados de destino que concentran las exportaciones. De

acuerdo con el indicador H&H de 35.1%, este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración alto para estos tres mercados de destino.

**Tabla 45**

*IHH mercados de las exportaciones de Arándano 2021*

	<b>Países</b>	<b>Peso Kg</b>	<b>Participación</b>	<b>H&amp;H</b>
1	Estados Unidos	114,930,637.05	55.1%	30.3%
2	Países Bajos (Holanda)	49,264,118.59	23.6%	5.6%
3	Hong Kong	16,335,931.55	7.8%	0.6%
4	Reino Unido	11,190,854.80	5.4%	0.3%
5	China	9,962,217.54	4.8%	0.2%
6	Canadá	2,660,673.36	1.3%	0.0%
7	España	1,606,608.00	0.8%	0.0%
8	Tailandia	404,281.46	0.2%	0.0%
9	Taiwán	359,596.26	0.2%	0.0%
10	Arabia Saudita	293,046.28	0.1%	0.0%
	Otros	1,640,416.25	0.8%	0.0%
	<b>Total:</b>		<b>100.0%</b>	<b>37.1%</b>
		<b>208,648,381.14</b>		

La tabla 45, en el año 2021 los principales mercados de destino de arándanos son Estados Unidos, seguida de Países Bajos y Hong Kong, exportaciones con un peso de 208,648,381.14 en kilogramos. Siendo las tres primeras empresas las que concentraban las exportaciones. De acuerdo con el indicador H&H de 37.1%,

este indica que las exportaciones de arándanos están en un nivel de concentración alto para estas tres empresas.

## CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

### 5.1. Discusión de resultados

La exportación de arándano se puede decir que es relativamente nueva dentro de los productos de exportación, este cultivo en nuestro país debe tener alrededor de 15 años de introducción o adaptación en especial en la zona costera, a pesar que en sus inicios se hizo en la zona de sierra, debido a que necesita de suelos ácidos.

Según los resultados encontrados, los indicadores arrojan datos en la que se manifiesta un incremento promedio anual de 462% en valor FOB, al igual con los datos de exportaciones por peso que fue de 419%; por el lado del precio si tuvo una caída de -5% en promedio anual en el periodo de estudio, en las empresas si ha habido la aparición de empresas ha tenido un crecimiento de 31% promedio anual. Según lo manifestado por Pantaleón et al (2022) los arándanos de exportación se incrementaron coincidiendo con los resultados que se obtuvieron en la presenta investigación, al igual que acá explican el comportamiento de las exportaciones de este producto

Así mismo las exportaciones de arandano en el 2012 no representaban casi nada con respecto al sector agroexportador hoy en día representa el 15.2% del valor total de esas exportaciones y el 5% del peso total de este sector. También se afirma que las exportaciones se dan todo el año pero se concentran entre los meses de Julio a Enero en el año en el año 2021 en cambio en el 2012 se concentraban en los meses de Agosto a Diciembre.

Para los resultados encontrados en cuanto a las empresas existen cada año una mayor cantidad de empresas y que ha tenido que ver con la desconcentración de las empresas exportadoras de este producto, en el año 2012 tenía un índice de

H&H de 29.6% considerado en concentración alta pasando en el 2021 a 7% considerado en baja concentración o alta diversificación, lo que indica que las nuevas empresas se han posicionado en el mercado la tendencia es a la diversificación de las empresas y no concentradas en las empresas líderes como son Hortifrut Perú o Camposol. La cantidad de empresas exportadora en el año 2012 fue de 8, llegando en el año 2021 a 68; ante esto coincide con Del Rosal, (2019) quien manifiesta que la diversificación es bueno para no depender de un sola empresa o un solo mercado

Para la concentración de mercados en el 2012 se exportaba a 7 mercados en el 2021 se exporta a 35 mercados; si se analiza en forma anual el nivel de concentración va de similar en el periodo de estudio, están altamente concentradas las exportaciones a pocos mercados, e incluso hay una tendencia a incrementarse conforme transcurre el tiempo la variación es, en el año 2102 tiene un índice H&H de 30.1% y en el año 2021 un índice de 40.1%, esto índice que dependemos de pocos mercados en especial de Estados Unidos, y Países Bajos. En estas condiciones hace que se dependa mucho de estos países para las exportaciones ante cualquier crisis de estos países que les pueda suceder se verán afectadas las exportaciones peruanas debido a la alta concentración o dependencia de estos mercados, como lo indica Alkathlan et al. (2020). Estados Unidos tiene un alto consumo de arándanos por lo tanto es el principal importador mundial de arándanos con 1,742 millones de dólares americanos y 311,549 toneladas métricas donde Perú es el principal exportador de arándano (Trade map 2022)

## CONCLUSIONES

1. Las exportaciones de arándano en el Perú han sido muy dinámicas debido a su crecimiento exponencial teniendo un crecimiento promedio anual de 419% con respecto al volumen de exportaciones, han crecido el número de empresas y el número de mercados, más no así hay una alta concentración de mercados y la tendencia es a incrementarse esa concentración.
2. Las exportaciones de arándano se han incrementado entre los años 2012 al 2021 pasando de 488 mil dólares americanos a 1,198 millones de dólares americanos, observándose un crecimiento promedio anual de 468%, en el 2012 era casi nula en las exportaciones del sector agropecuario, en el 2021 representa el 15% del valor FOB de las exportaciones totales; la estacionalidad de las exportaciones era de julio a diciembre y se han ampliado a los meses de junio a enero
3. Las empresas exportadoras tienen un índice H&H con baja concentración pasando de 29,6% considerado alta concentración a 7% considerado baja concentración o alta diversificación de las exportaciones de las empresas; en el periodo de tiempo se ha desconcentrado las exportaciones en un mayor número de empresas
4. Los mercados están altamente concentrados con un índice H&H de 30.1% en el 2012 pasó al 2021 en 40.1%, teniendo una tendencia a concentrarse más en especial en los mercados de Estados Unidos y Países Bajos

## RECOMENDACIONES

1. La estrategia de diversificación en los mercados internacionales es primordial para mitigar riesgos y fomentar el crecimiento sostenible de las empresas. Aquellas compañías que dependen fuertemente de mercados específicos, como Estados Unidos y Países Bajos, pueden encontrarse en situaciones vulnerables ante alteraciones económicas, políticas o comerciales en dichas naciones. En este contexto, explorar y penetrar nuevos nichos de mercado permite no solo diversificar los ingresos, sino también ampliar la base de clientes y reducir la dependencia de mercados existentes. La búsqueda de nichos de mercado implica realizar un análisis exhaustivo para identificar oportunidades, preferencias y necesidades específicas que no están siendo satisfechas completamente por los competidores. Así, desarrollar productos o servicios específicos que atiendan a estas demandas particulares y crear estrategias de marketing enfocadas pueden posicionar a la empresa de manera prominente en estos nuevos segmentos. Adicionalmente, el análisis de mercado, la adaptación cultural y el cumplimiento de regulaciones son esenciales para ingresar exitosamente en nuevos mercados internacionales.
2. Las políticas gubernamentales que promueven la internacionalización de las empresas son vitales para el desarrollo económico de una nación. El gobierno puede jugar un papel crucial proporcionando apoyo financiero, capacitación y recursos que faciliten el proceso de internacionalización de las empresas, especialmente PYMES. Una política de internacionalización efectiva puede incluir subsidios para la exploración de mercados internacionales, incentivos fiscales para exportadores, y apoyo en forma de información y capacitación sobre comercio internacional. Es crucial que estas políticas se diseñen para respaldar a las empresas en todas las etapas de su proceso de internacionalización, asegurando que las que ya operan internacionalmente se mantengan competitivas, mientras que las nuevas empresas se sientan incentivadas a dar el paso hacia los mercados extranjeros. Además, el establecimiento de alianzas estratégicas y la creación de redes de negocios internacionales pueden favorecer el acceso a nuevos mercados y facilitar el intercambio de conocimientos y tecnologías.



3. La ampliación de la ventana de producción y comercialización es esencial para maximizar las oportunidades en mercados internacionales diversos. Al extender los periodos y regiones de comercialización, las empresas pueden capitalizar las variaciones estacionales y las fluctuaciones de demanda en diferentes mercados, asegurando una entrada constante de ingresos y manteniendo la producción durante todo el año. Para lograr esto, es imprescindible una planificación estratégica de la cadena de suministro y un conocimiento profundo de los mercados objetivo para sincronizar eficientemente la producción con las temporadas de mayor demanda. La tecnología también juega un papel clave, permitiendo a las empresas monitorear y prever tendencias de mercado, gestionar de manera eficiente sus inventarios y optimizar sus operaciones logísticas. Además, desarrollar relaciones sólidas con distribuidores y clientes en nuevos países y adaptarse a sus expectativas y normativas locales son pasos fundamentales para establecer una presencia sólida y duradera en nuevos mercados internacionales.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

- Alkhathlan, K. A., Alkhateeb, T. T. Y., Mahmood, H., & Bindabel, W. A. (2020). Concentration of oil sector or diversification in Saudi economy: consequences on growth sustainability. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(4), 3369–3384. [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.4\(52\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.4(52))
- Asmad, M., & Perez, S. (2022). *Evolución de las exportaciones del arándano peruano hacia el mercado chino, 2017-2020* [Universidad Privada del Norte]. <https://hdl.handle.net/11537/31887>
- Bandick, R. (2020). Global sourcing, firm size and export survival. *Economics*, 14(1). <https://doi.org/10.5018/economics-ejournal.ja.2020-18>
- Casanova, Alfonso., & Zuaznabar, Ismael. (2018). *El Comercio Internacional: teorías y políticas* (Jorge. León, Ed.; 2018th ed.). Editorial: “Universo Sur.”
- Contreras, I., & Molina-Vargas, A. (2020). Analysis of the trade position of China and the United States to understand the economic conflict. *Latin American Journal of Trade Policy*, 3(7), 6. <https://doi.org/10.5354/0719-9368.2020.57865>
- Coppelli, G. (2019). Entre el libre comercio y el proteccionismo. Impacto de los obstáculos sobre la equidad en el comercio en el marco de la Agenda 2030. *Anuario Español de Derecho Internacional*, 35, 333–371. <https://doi.org/10.15581/010.35.333-371>
- Cos Sánchez, P., Escardíbul Ferrá, B., & Colom Gorgues, A. (2021). La diversificación geográfica en los destinos de exportación de las empresas y cooperativas agroalimentarias. Influencia de los factores externos para su selección. *CIRIEC- España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 102, 161. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.102.17840>

- del Rosal, Ignacio. (2019). Export diversification and export performance by destination country. *Bulletin of Economic Research*, 71(1), 58–74.  
<https://doi.org/10.1111/boer.12181>
- Díaz-Narváez, V., & Núñez, A. (2016). Scientific articles, types of scientific research and productivity in health sciences. *Revista Ciencias de La Salud*, 14(1), 115–121. <https://doi.org/10.12804/revsalud14.01.2016.10>
- Dickstein, M. J., & Morales, E. (2018). What do Exporters Know?\*. *The Quarterly Journal of Economics*, 133(4), 1753–1801.  
<https://doi.org/10.1093/qje/qjy015>
- Fassio, C. (2018). Export-led innovation: the role of export destinations. *Industrial and Corporate Change*, 27(1), 149–171.  
<https://doi.org/10.1093/icc/dtx028>
- Fernández-Guillén, O. (2020). El Sector Agroalimentario en los procesos de Integración Económica una mirada a la asociación Venezuela-MERCOSUR. *Revista Agroalimentaria*, 26(51), 259–299.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7998168>
- Ganotakis, P., Konara, P., Kafouros, M., & Love, J. H. (2022). Taking a time-out from exporting: Implications for the likelihood of export re-entry and re-entry export performance. *Journal of World Business*, 57(5), 101349.  
<https://doi.org/10.1016/j.jwb.2022.101349>
- Guo, Q., Zhu, S., & Boschma, R. (2021). Networks of export markets and export market diversification. *Industrial and Corporate Change*, 29(6), 1381–1397.  
<https://doi.org/10.1093/icc/dtaa031>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. In *Editorial Mc Graw Hill Education*.  
[http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_)

Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf

- Ibrahim, Essam., & Harrison, T. (2020). The impact of internal, external, and competitor factors on marketing strategy performance. *Journal of Strategic Marketing*, 28(7), 639–658. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2019.1609571>
- Monroy, M., & Nava, N. (2018). *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial Éxodo. <https://elibro.net/es/lc/utpbiblio/titulos/172512>
- Nguyen, P. C., Nguyen, B., & Thanh, S. D. (2022). The importance of export diversification for national entrepreneurship density. *Structural Change and Economic Dynamics*, 62, 114–129. <https://doi.org/10.1016/j.strueco.2022.05.003>
- Ortiz, S., & Vaca, K. (2019). *Análisis de la posición comercial de las exportaciones del plátano frito en los mercados europeos* [Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/38833>
- Palmieri, F. (2019). *Repensando las teorías del comercio internacional*. Instituto de Estrategia Internacional.
- Pantaleon, A., Azañero, R., Chávarry, Y., Alvares, G., Montes, J., & Pantaleón, A. (2022). *Dinamismo Exportador del Perú: Una Década de Ensueño 2012 – 2021*. <https://a.co/d/fASHo0T>
- Perez, L., Perez, R., & Seca, M. (2020). *Metodología de la investigación científica*. Editorial Maipue. <https://elibro.net/es/lc/utpbiblio/titulos/138497>
- Rivera, Y. ., & Zeballos, Erika. (2019). *El Dinamismo Comercial y Empresarial como Influentes en el Crecimiento Exportador del Sector Pesca del Perú 2008 – 2016* [Universidad Católica de Santa María]. <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/9518>
- Steinberg, Federico. (2004). *La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica*. Universidad Autónoma de Madrid.

SUNAT. (2022). *Instructivo: Declaración Aduanera de Mercancías*.

<https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/procAsociados/instru-ctivos/despa-it.00.04.htm>

Tamru, S., Minten, B., & Swinnen, J. (2021). Trade, value chains, and rent distribution with foreign exchange controls: Coffee exports in Ethiopia. *Agricultural Economics(United Kingdom)*, 52(1), 81–95.

<https://doi.org/10.1111/agec.12608>

Torres, G. (2019). *Ventajas competitivas y exportación de arándanos en empresas agroindustriales de Ica, 2019* [Universidad César Vallejo].

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/45655>

Vara, A. (2010). *7 Pasos para una tesis exitosa*.

Yevhen, I. (2022). Evaluation of export diversification in Ukraine. *Economy and Society*, 41. <https://doi.org/https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-41>

## ANEXOS

## ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título de la investigación:	<b>DIVERSIFICACION DE LAS EXPORTACIONES DE ARANDANOS DEL PERU, 2012 - 2021</b>
Línea de investigación	Sostenibilidad y valor compartido
Autor:	Montenegro Mendoza, Maruja Milagros Guevara Plaza, Luis Jorge

<b>PROBLEMAS</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>METODOLOGÍA</b>
<b>Problema general</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Hipótesis general</b>			
¿Cuál es el nivel de diversificación de las exportaciones de arándanos del Perú 2012 - 2021?	Determinar el nivel de diversificación de las exportaciones de arándanos del Perú 2012 - 2021	El nivel de diversificación de las exportaciones de arándanos del Perú 2012 2021 es alto	Diversificación de las exportaciones de arándanos del Perú	Evolución de las exportaciones de arándanos Diversificación de empresas exportadoras de arándanos Diversificación de los mercados de destino de las exportaciones de arándanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enfoque: Cuantitativo</li> <li>• Tipo: Básica</li> <li>• Alcance: Descriptivo</li> <li>• Diseño: No experimental</li> <li>• Unidad de análisis: exportaciones de arándano, periodo 2012 2021</li> </ul>
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específicos</b>		<b>Indicadores</b>	<b>Medios de Certificación (Fuente / Técnica)</b>
¿Cuál es el nivel de las exportaciones de arándanos 2012 – 2021?	Analizar las exportaciones de arándanos 2012 – 2021		Evolución de las exportaciones de arándanos	Valor FOB Volumen Estacionalidad	Data SUNAT



¿Cuál es el nivel de concentración en las empresas exportadoras de arándanos del Perú, 2012-2021?	Nivel de concentración en las empresas exportadoras de arándanos del Perú, 2012-2021		Diversificación de empresas exportadoras de arándanos	Indicador H&H	
¿Cuál es el nivel de concentración en los mercados de destino de exportaciones de arándanos del Perú, 2012-2021?	Determinar el nivel de concentración en los mercados de destino de exportaciones de arándanos del Perú, 2012-2021		Diversificación de los mercados de destino de las exportaciones de arándanos	Indicador H&H	Data SUNAT

## 1. Matriz de operacionalización de variables

### ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1  
Operacionalización de la variable 1

<b>Variable:</b> Diversificación de las exportaciones de arándanos del Perú		
<b>Definición conceptual:</b> Nivel de concentración o diversificación como estrategia de los países para no depender de un mercado y eliminar riesgos		
<b>Instrumento:</b> revisión documentaria		
<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores (Definición Operacional)</b>	<b>Ítems del instrumento</b>
Evolución de las exportaciones de arándanos	Indicador 1: Valor FOB	Exportaciones
	Indicador 2: Volumen	Exportaciones
	Indicador 3: Estacionalidad	
Diversificación de empresas exportadoras de arándanos	Indicador 1: Indicador H&H por valor FOB	Exportaciones por valor FOB
	Indicador 2: Indicador H&H por peso	Exportaciones por peso
Diversificación de los mercados de destino de las exportaciones de arándanos	Indicador 1: Indicador H&H por valor FOB	Exportaciones por valor FOB
	Indicador 2: Indicador H&H por peso	Exportaciones por peso