

ISSN: 2007-5278

Universidad Autónoma
del Estado de México

<https://recai.uaemex.mx>

Publicación: cuatrimestral

Mayo / agosto 2026

Año: 15 No: 43

Autores:

Antonio Favila Tello *
Universidad Michoacana de San Nicolás
Hidalgo
ORCID: 0000-0001-8652-147X

Fecha recepción:

10 de febrero de 2026.

Fecha aceptación:

15 de abril de 2026.

Fecha publicación:

1 de mayo de 2026.

Páginas: 19 – 33

* Autor de correspondencia:
antoniofavila@gmail.com

Competitividad de México en el mercado estadounidense de la mora azul: un análisis con indicadores de participación en el mercado

*Mexico's competitiveness in the US blueberry market: an
analysis using market share indicators.*

Resumen

El presente estudio, de carácter descriptivo y cuantitativo, tuvo por objetivo evaluar el desempeño competitivo de México en el mercado estadounidense de la mora azul. Se postuló como hipótesis que la dinámica comercial de la mora azul mexicana en Estados Unidos se caracteriza por una ventaja competitiva incremental, cuya solidez actual permite superar el desempeño histórico de competidores establecidos en el bloque regional y sudamericano. Para comprobar lo anterior se calculó la participación en el mercado estadounidense de México y de sus principales competidores (Argentina, Canadá, Chile y Perú) para el periodo comprendido de 1993 a 2023. Los resultados sugieren que el mercado de la mora azul en Estados Unidos se encuentra en expansión y que este crecimiento ha favorecido principalmente a México y a Perú, siendo este último el actor preponderante en dicho mercado, rebasando significativamente a otros proveedores como Argentina, Canadá y Chile. Las mejoras en la competitividad de México y Perú en el comercio de este producto se asocian con los incrementos en la producción y en el rendimiento por hectárea, particularmente a lo largo de la última década.

Palabras clave: mora azul, competencia, exportaciones, Estados Unidos, autosuficiencia

Abstract

This descriptive and quantitative study aimed to evaluate Mexico's competitive performance in the US blueberry market. The hypothesis was to verify that Mexico's competitiveness in blueberry trade has increased in the United States, recently positioning itself above traditional supplier countries. To verify this, the US market share of Mexico and its main competitors (Argentina, Canada, Chile, and Peru) was calculated for the period from 1993 to 2023. The results suggest that the blueberry market in the United States is expanding and that this growth has primarily benefited Mexico and Peru, with the latter being the predominant player in the market, significantly surpassing other suppliers such as Argentina, Canada, and Chile. Improvements in the competitiveness of Mexico and Peru in blueberry trade are associated with increases in production and yield per hectare, particularly over the last decade.

Keywords: blueberry, competition, exports, United States, self-sufficiency

1. Introducción

El mercado de la mora azul en Estados Unidos ha experimentado un crecimiento sustancial en los últimos años, impulsado por el creciente interés de los consumidores en sus beneficios para la salud. La mora azul es conocida por su alto contenido en antioxidantes, vitaminas y fibra, lo que la convierte en una opción popular, práctica, versátil y nutritiva. Además, su consumo masivo se ha incrementado por su uso en la elaboración de alimentos procesados tales como bebidas, mermeladas, jugos, cereales y lácteos y en la fabricación de cosméticos, suplementos alimenticios y productos farmacéuticos. Para el caso de Estados Unidos, el mercado de la mora azul se valoró en 2021 en 5,100 millones de dólares y se proyecta que crezca a una tasa anual del 8.1 % entre 2022 y 2030 (Verified Market Reports, 2025). Este comportamiento alcista ha generado oportunidades de negocios para múltiples empresas involucradas directa o indirectamente con esta actividad, así como cambios en los mercados internacionales de este bien.

Como puede apreciarse en la gráfica 1 (a), la producción estadounidense de mora azul ha presentado un comportamiento sostenido al alza para pasar de 77,230 toneladas (Tn) en 1993 a 333,660 Tn en 2023, lo que implica que en sólo 30 años la producción en Estados Unidos prácticamente se cuadruplicó (FAO, 2025a y 2025b). Durante el periodo comprendido de 1993 a 2023, Estados Unidos fue un productor, importador y exportador destacado de este bien. La gráfica 1 (b) muestra el comportamiento de las importaciones de mora azul de Estados Unidos, las cuales pasaron de 7,951 Tn en 1993 a 253,385 Tn en 2023 (FAO, 2025a y 2025b).

Como se observa en la gráfica 1 (c), las exportaciones también experimentaron un comportamiento alcista, aunque con datos sensiblemente menores a los de las importaciones al pasar de 8,633 Tn en 1993 a 54,092 Tn en 2023 (FAO, 2025a y 2025b). Este comportamiento (un incremento sostenido de la producción doméstica y de las importaciones con exportaciones contenidas) se asocia con el crecimiento en el consumo de mora azul en Estados Unidos, el cual pasó de 76,548 Tn en 1993 a 532,953 Tn en 2023, alcanzando su punto más alto en 2022 con 599,238 Tn (gráfica 1 -d-) (FAO, 2025a y 2025b).

Lo anterior puede complementarse observando el comportamiento de la autosuficiencia alimentaria de Estados Unidos en este bien. Para este caso se calculó el Índice de Autosuficiencia Alimentaria (IAA) en los términos propuestos por Ireta et al. (2015), es decir dividiendo la producción doméstica entre el consumo. Un resultado cercano a uno es indicativo de que el país es capaz de abastecer su consumo gracias a su producción nacional, si el resultado es inferior a uno significa que el país es dependiente de las importaciones para solventar su abasto. Como puede apreciarse en la gráfica 1 (e), la autosuficiencia de Estados Unidos fue decreciente durante el periodo de estudio pasando de un valor de 1.01 en 1993 a 0.63 en 2023 lo cual pone de manifiesto el creciente déficit que tiene el país para abastecerse de este producto y su necesidad de compensar este vacío con importaciones. Tocante a México, la gráfica 1 (f) muestra la producción nacional de mora azul durante el periodo de estudio. Como se observa, esta se incrementó de manera significativa, particularmente a partir de 2011, para alcanzar su punto más alto en 2023 con 80,133 Tn (FAO, 2025b).

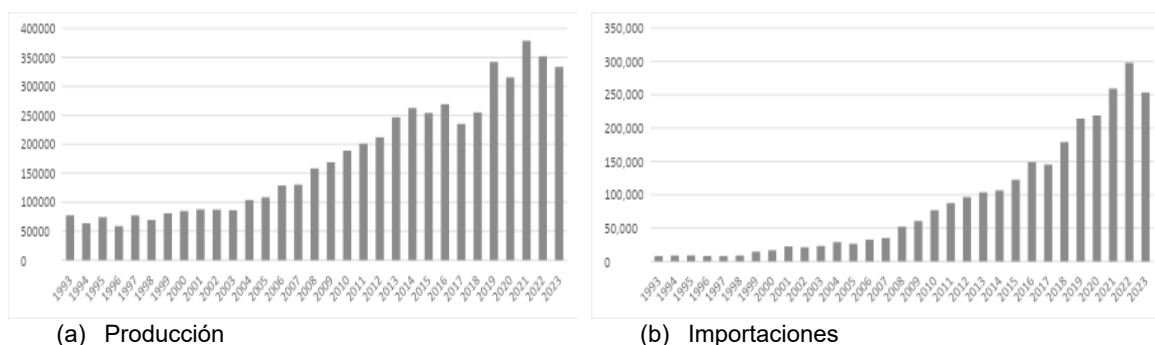
Este crecimiento en la producción mexicana de mora azul se relacionó con el cultivo de nuevas variedades, la extensión de la superficie de riego y su diversificación (al introducir tecnología para riego por aspersión, localizado e hidropónico), la obtención de certificaciones de calidad (principalmente relacionadas con los mercados internacionales de productos orgánicos), y el incremento de la producción en contenedor y en sustratos (como alternativas al cultivo en suelo) (Blueberries Consulting, 2022). Estas modificaciones se vieron reflejadas en el rendimiento por hectárea, el cual pasó de 4 Tn por hectárea en 1993 a 14 Tn por hectárea en 2023 (gráfica 1 -g-) (FAO, 2025b).

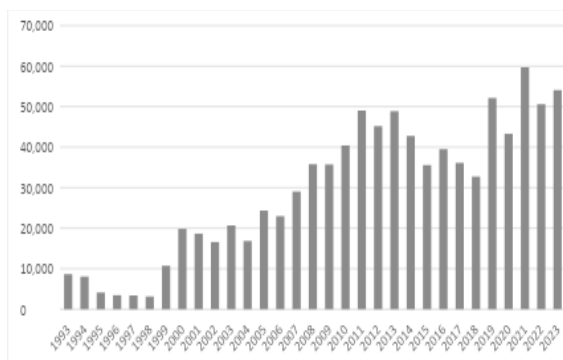
Pese a la reciente prosperidad de este cultivo, existen otros retos que requieren atención, por ejemplo, una creciente escasez de mano de obra especializada en el centro y norte de México, regiones que compiten con California en Estados Unidos por atraer a trabajadores capacitados. Alrededor de 25,000 trabajadores agrícolas estacionales mexicanos son contratados anualmente en Estados Unidos para la producción de *berries*, mediante el uso de visas H2-A, lo que genera costos más altos para el reclutamiento, la capacitación y la retención de jornaleros. Adicionalmente las regiones productoras enfrentan retos relacionados con el impacto ecológico de los invernaderos y la provisión de agua para la producción, así como con el incremento reciente en el precio de los insumos provenientes del extranjero (Beltrán y Coronado, 2020).

En este marco, el presente estudio (de carácter descriptivo y cuantitativo) tuvo por objetivo evaluar el desempeño competitivo de México en el mercado estadounidense de la mora azul para el periodo 1993-2023. Se postuló como hipótesis que la dinámica comercial de la mora azul mexicana en Estados Unidos se caracteriza por una ventaja competitiva incremental, cuya solidez actual permite superar el desempeño histórico de competidores establecidos en el bloque regional y sudamericano.

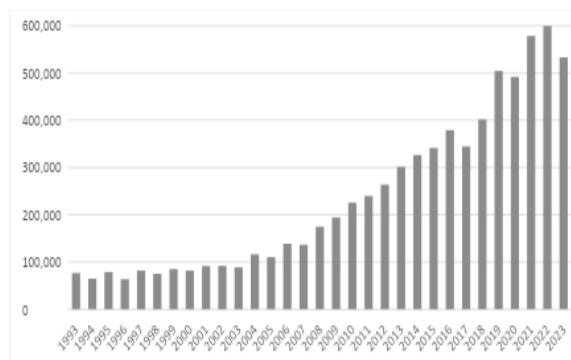
A continuación, se realiza una revisión de literatura acerca de la competitividad de los productos agrícolas, se explica el método utilizado, se explican y discuten los resultados obtenidos y se cierra el documento con las conclusiones del estudio.

Gráfica 1. Evolución del mercado de la mora azul (blueberry) en Estados Unidos y México entre 1993 y 2023

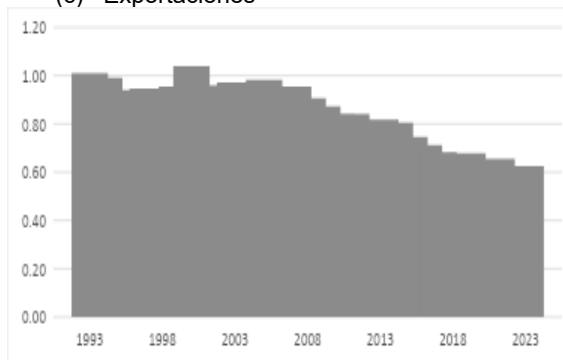




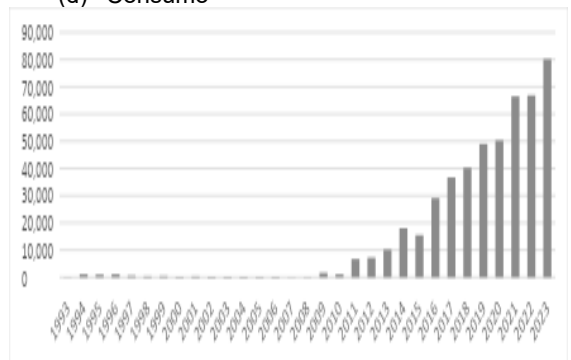
(c) Exportaciones



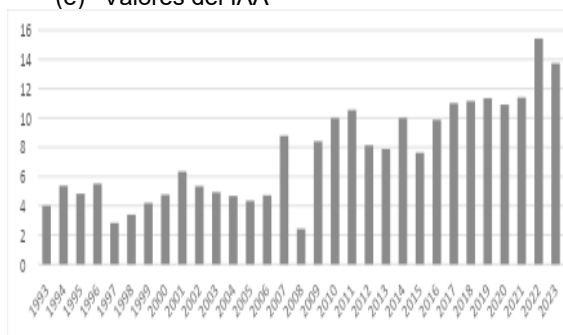
(d) Consumo



(e) Valores del IAA



(f) Producción en México



(g) Rendimiento por hectárea

Fuente: Elaboración propia con base en datos de FAO (2025a y 2025b).

2. Revisión de literatura

La competitividad se define como la capacidad de una entidad, ya sea una empresa o un país, para participar eficazmente en los mercados de bienes y servicios (Musik y Romo, 2004). Diversos autores han propuesto diferentes ideas sobre qué factores contribuyen a la competitividad. Ketels y Porter (2021) sugieren que la capacidad de una empresa para competir depende de su habilidad para innovar, mejorar la eficiencia de sus procesos productivos, adaptarse rápidamente a los cambios en el entorno empresarial y ajustar sus estrategias de manera flexible. Por otro lado, Kotler (2017) define la competitividad como la capacidad de una empresa para satisfacer las necesidades del cliente y crear valor. Hall et al. (2001) proponen que la competitividad es el resultado de la colaboración estratégica entre empresas a través de redes. De manera

similar, Porter (2008) señala que una empresa debe mantener una rentabilidad superior a la de sus competidores, ya sea a través de una mayor productividad o estableciendo una diferenciación clara.

En retrospectiva, el estudio teórico de la competitividad tiene sus raíces en la Teoría de las Ventajas Comparativas, que postula que los países tienden a especializarse en la producción de bienes en los que tienen un costo relativo menor. En contraste, importan bienes en los que otras naciones son más eficientes. En consecuencia, el libre comercio beneficia a los países participantes al permitirles adquirir productos a precios más bajos y enfocarse en la producción de bienes en los que tienen mayores posibilidades de éxito (Ruzekova, et al., 2020).

Similarmente, Porter (2008) sostiene que las ventajas comparativas pueden ser construidas para lograr una ventaja competitiva. Esta última se refiere a la capacidad de las empresas o países para ofrecer productos o servicios de mayor valor, menor costo o ambos. Para lograr esto, las empresas deben mantener el liderazgo en costos, la ventaja de diferenciación o la ventaja focalizada. Esto se logra mediante el uso adecuado de la tecnología, los recursos humanos y la propiedad intelectual, así como de otros factores tales como la ubicación geográfica, las cadenas de suministro y las políticas gubernamentales (Iturrios, et al., 2024).

Por otro lado, la Teoría del Ciclo de Vida del Producto establece que las empresas deben adaptar sus estrategias según la fase en la que se encuentre el bien. En la etapa de introducción, el producto se desarrolla y lanza localmente. En la etapa de crecimiento, la producción se expande y se comienza a exportar. En la etapa de madurez, el producto se estandariza y la competencia aumenta, lo que lleva a la deslocalización. En la etapa de declive, la demanda disminuye y la empresa debe reducir aún más los costos o discontinuar el producto (Ruzekova, et al., 2020).

Por otra parte, el Modelo de Uppsala describe el proceso de internacionalización de las empresas, el cual comienza con operaciones en mercados cercanos y culturalmente similares, y se expande gradualmente. Para ser competitivas internacionalmente, las empresas deben pasar por fases como la exportación ocasional, la exportación regular, el establecimiento de filiales de ventas y la producción en el extranjero, en un ambiente de aprendizaje constante y generación de redes (Lasserre y Monteiro, 2022).

Puede mencionarse también a la Teoría de Recursos y Capacidades, la cual explica la competitividad a través del aprovechamiento de los recursos y capacidades valiosas, raras, inimitables y no sustituibles que posee la empresa. Los recursos pueden ser tangibles o intangibles, y las capacidades son las habilidades y procesos que sirven para utilizar dichos recursos (Ruzekova, et al., 2020).

Finalmente, la Teoría Ecléctica señala que la competitividad se basa en ventajas de propiedad, localización e internalización. Las ventajas de propiedad se refieren a los bienes tangibles o intangibles que diferencian a la empresa; las ventajas de localización se refieren a las propiedades derivadas de la ubicación y las ventajas de internalización provienen de la decisión de mantener la producción dentro de la empresa (Iturrios, et al., 2024).

La competencia en el comercio internacional del sector hortofrutícola muestra elementos vigentes de estas distintas teorías. La producción de ciertos bienes ha tendido a deslocalizarse hacia países en desarrollo con condiciones climáticas y de suelo favorables y con costos de mano de obra bajos. Así mismo, algunos países muestran ventajas significativas para la disminución de los costos de producción, como cercanía geográfica con mercados de consumo grandes, una relativa abundancia de agua, normatividad ambiental flexible y políticas de fomento a la producción agrícola. Estos y otros factores son determinantes para que las empresas puedan ser competitivas en un mercado en el que suele haber pocos diferenciadores (González, et al., 2020).

Existen otros retos para la competencia en el sector impuestos por la globalización. La expansión de los mercados para los productos hortofrutícolas ha forzado a ciertas regiones a incrementar su producción, lo cual a su vez representa un desafío técnico y ambiental con implicaciones en la biodiversidad y la disponibilidad del suelo y el agua. A lo anterior cabe agregar una mayor presión sobre las empresas para poder realizar las tareas de logística de manera oportuna, asimilar los avances tecnológicos rápidamente y adquirir las certificaciones de calidad necesarias. De la misma manera, las ventajas pueden verse afectadas por los cambios en la inversión extranjera y en los acuerdos comerciales, así como por las normas fitosanitarias y las barreras no arancelarias (Ayala, 2024).

3. Método

Diseño del estudio

El presente estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, dado que se basa en la medición y análisis de datos numéricos relacionados con el comercio internacional de la mora azul. Se adoptó un diseño de investigación no experimental, ya que no se manipularon deliberadamente las variables de estudio, sino que se observaron tal como se presentan en su contexto real. Asimismo, el diseño es de tipo transeccional o transversal, debido a que el análisis se realizó a partir de datos recopilados en distintos momentos del tiempo, pero examinados de manera comparativa en un mismo estudio. El alcance de la investigación es descriptivo, puesto que se centra en caracterizar la evolución de la participación de mercado de México y sus principales competidores en el mercado estadounidense. Este enfoque permite identificar patrones, tendencias y cambios en la competitividad sin establecer relaciones causales directas (Hernández Sampieri et al., 2014).

Muestra

La muestra del estudio estuvo conformada por datos secundarios de carácter estadístico, obtenidos de fuentes oficiales especializadas en información agrícola y comercial internacional, particularmente de la FAO (2025a; 2025b). Se recopilaron datos sobre producción, importaciones, exportaciones y consumo de mora azul, tanto de Estados Unidos como de los principales países competidores (México, Argentina, Canadá, Chile y Perú). El periodo de análisis abarcó de 1993 a 2023, lo que permitió construir una serie histórica amplia para observar la evolución de la participación en el mercado estadounidense. La selección de estos

países responde a su relevancia como principales proveedores de mora azul hacia Estados Unidos durante el periodo de estudio.

Técnica de análisis de datos

Para comprobar la hipótesis se utilizó el indicador de participación en el mercado. Este indicador muestra qué tan grande es la presencia de una empresa o país dentro de un mercado específico en comparación con sus competidores. Su valor se expresa generalmente en porcentaje, es decir mediante valores que van del 0 al 100%. Valores altos en este indicador señalan que una empresa o país mantienen una posición dominante o muy competitiva dentro de un determinado sector (Graham y Kennedy, 2021).

Para el presente caso, la participación en el mercado fue el resultado de dividir las importaciones provenientes de un determinado país sobre las importaciones totales de mora azul de Estados Unidos. Los cocientes obtenidos se multiplicaron por cien para expresarlos en porcentajes (Graham y Kennedy, 2021).

Otras pautas que pueden identificarse mediante el cálculo histórico de la participación del mercado incluyen las siguientes: a) Permite conocer si alguna empresa o país marca el ritmo al que se desarrollan los demás participantes, así como posibles productos o servicios que estén quedando obsoletos b) sugiere posibles cambios en las tendencia, gustos o estándares de los consumidores, c) ayuda a identificar cuáles de los participantes ofrecen mejores propuestas de valor, liderazgo en costos o combinaciones atractivas de calidad y precio, d) señala si existen preferencias relacionadas con las marcas, imagen o prestigio de las empresas, y e) es útil para detectar a tiempo a participantes que estén creciendo rápidamente o que puedan convertirse en una amenaza (De Loecker, et al., 2020; Malesev y Cherry, 2021).

4. Resultados

Los resultados sobre la participación en el mercado del presente caso se muestran en la tabla 1. Como puede apreciarse, las importaciones de Estados Unidos de este producto estuvieron concentradas en unos pocos participantes durante todo el periodo. El país de origen preponderante de 1993 a 2005 fue Canadá, incluso con porcentajes de participación superiores al 90% en los años 1993, 1994 y 1995. Sólo a partir de 2006 Canadá comenzó a proveer menos de la mitad de las importaciones. En 2007, Chile se convirtió en el principal proveedor y conservó este lugar hasta el 2018, año a partir del cual Perú se convirtió en el actor mayoritario del mercado. Por su parte, México comenzó a figurar como proveedor en 2013, cuando por primera vez logró participar con el 5% de las importaciones de Estados Unidos. En adelante México mostró un comportamiento ascendente hasta alcanzar una participación del 29% en 2023. Otro país relevante durante el periodo fue Argentina, el cual tuvo sus participaciones más destacadas en los años 2006 (13%), 2007 (15%) y 2008 (13%).

Tabla 1. Participación en el mercado de importaciones de mora azul de EU por país

Año	País	Participación	Año	País	Participación	Año	País	Participación
1993	Canadá	96%	2007	Chile	49%	2016	Chile	47%
1993	Nueva Zelanda	3%	2007	Canadá	35%	2016	Canadá	25%
1993	Otros	1%	2007	Argentina	15%	2016	México	11%
1994	Canadá	96%	2007	Otros	1%	2016	Perú	10%
1994	Nueva Zelanda	3%	2008	Chile	54%	2016	Argentina	7%
1994	Otros	1%	2008	Canadá	32%	2017	Chile	41%
1995	Canadá	93%	2008	Argentina	13%	2017	Canadá	22%
1995	Chile	5%	2008	Otros	1%	2017	México	17%
1995	Nueva Zelanda	2%	2009	Chile	56%	2017	Perú	13%
1996	Canadá	87%	2009	Canadá	31%	2017	Argentina	7%
1996	Chile	11%	2009	Argentina	12%	2018	Chile	38%
1996	Nueva Zelanda	2%	2009	México	1%	2018	Perú	21%
1997	Canadá	84%	2010	Chile	60%	2018	México	18%
1997	Chile	14%	2010	Canadá	26%	2018	Canadá	17%
1997	Nueva Zelanda	1%	2010	Argentina	12%	2018	Argentina	5%
1997	Otros	1%	2010	México	1%	2018	Otros	1%
1998	Canadá	82%	2010	Uruguay	1%	2019	Perú	32%
1998	Chile	16%	2011	Chile	64%	2019	Chile	28%
1998	Otros	2%	2011	Canadá	22%	2019	México	19%
1999	Canadá	85%	2011	Argentina	11%	2019	Canadá	17%
1999	Chile	14%	2011	México	2%	2019	Argentina	3%
1999	Nueva Zelanda	1%	2011	Otros	1%	2019	Otros	1%
2000	Canadá	82%	2012	Chile	55%	2020	Perú	38%
2000	Chile	16%	2012	Canadá	31%	2020	Chile	24%
2000	Nueva Zelanda	1%	2012	Argentina	10%	2020	México	23%
2000	Argentina	1%	2012	México	4%	2020	Canadá	11%
2001	Canadá	82%	2013	Chile	59%	2020	Argentina	3%
2001	Chile	17%	2013	Canadá	28%	2020	Otros	1%
2001	Argentina	1%	2013	Argentina	7%	2021	Perú	43%
2002	Canadá	73%	2013	México	5%	2021	México	25%
2002	Chile	25%	2013	Otros	1%	2021	Chile	21%
2002	Argentina	2%	2014	Chile	48%	2021	Canadá	9%
2003	Canadá	77%	2014	Canadá	33%	2021	Argentina	1%
2003	Chile	20%	2014	Argentina	9%	2021	Otros	1%
2003	Otros	3%	2014	México	8%	2022	Perú	49%
2004	Canadá	67%	2014	Perú	1%	2022	México	22%
2004	Chile	29%	2014	Uruguay	1%	2022	Chile	19%
2004	Argentina	4%	2015	Chile	44%	2022	Canadá	9%
2005	Canadá	56%	2015	Canadá	34%	2022	Otros	1%
2005	Chile	36%	2015	México	9%	2023	Perú	43%
2005	Argentina	7%	2015	Argentina	8%	2023	México	29%
2005	Nueva Zelanda	1%	2015	Perú	4%	2023	Chile	16%
2006	Canadá	48%	2015	Uruguay	1%	2023	Canadá	11%
2006	Chile	38%				2023	Otros	1%
2006	Argentina	13%						
2006	Nueva Zelanda	1%						

Fuente: Elaboración propia con base en datos de FAO (2025a y 2025b).

La gráfica 2 (a) muestra la evolución de la participación de Argentina en el mercado estadounidense de la mora azul. Como puede apreciarse, el país comenzó a figurar en dicho mercado con volúmenes pequeños en el año 2000 y tuvo un comportamiento ascendente hasta 2007, año a partir del cual mostró una tendencia a la baja hasta llegar a participar con volúmenes mínimos en los años 2019, 2020 y 2021.

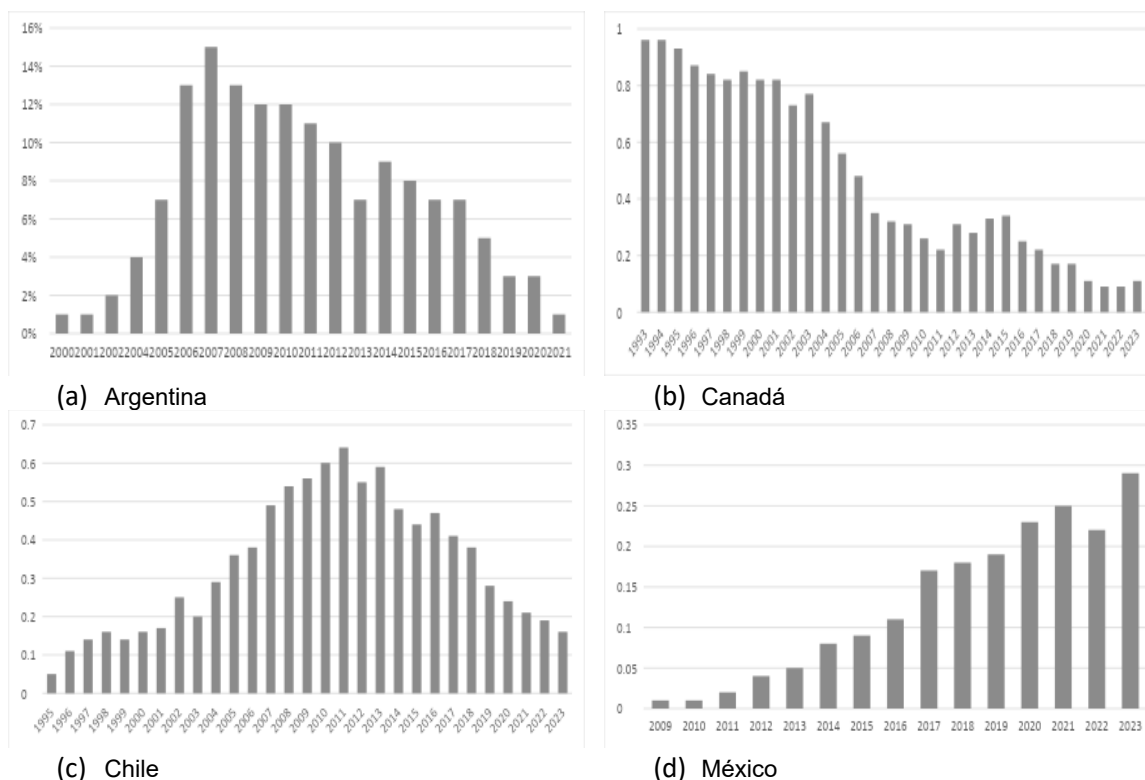
Por otro lado, la gráfica 2 (b) muestra la evolución de la participación de Canadá como proveedor de Estados Unidos. Al inicio del periodo de estudio Canadá dominaba casi por completo el mercado de las importaciones estadounidenses del producto (con tasas de participación del 96% en 1993 y 1994). Con el paso de los años, este país fue cediendo fracciones importantes del mercado hasta alcanzar su porcentaje de participación más bajo en 2022, con sólo el 9%, sin embargo, continúa siendo un proveedor importante.

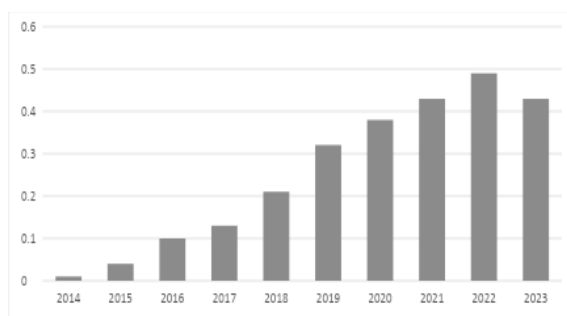
Como se aprecia en la gráfica 2 (c), Chile comenzó con un 5% de participación en el año 1995, de ahí en adelante mostró un comportamiento ascendente hasta alcanzar su participación más alta en el año 2011 con un 64%. A partir de 2011 su participación comenzó a bajar hasta alcanzar su punto mínimo en 2023 con una participación del 16%.

La gráfica 2 (d), muestra la evolución de la participación de mercado de México. México comenzó a participar con un 1% del mercado en 2009, en adelante ha mostrado un comportamiento al alza alcanzando su participación más alta en 2023 con un 29%, lo cual implica una rápida evolución y un crecimiento constante.

La gráfica 2 (e) muestra la evolución de la participación en el mercado de Perú. Como puede apreciarse, Perú comenzó a tener presencia en el mercado estadounidense en 2014 y en adelante ha mostrado una tendencia ascendente para alcanzar su porcentaje de participación más alto en 2022 con el 49% y consolidándose como el principal proveedor de este producto en Estados Unidos.

Gráfica 2. Participación de países seleccionados en el mercado estadounidense de la



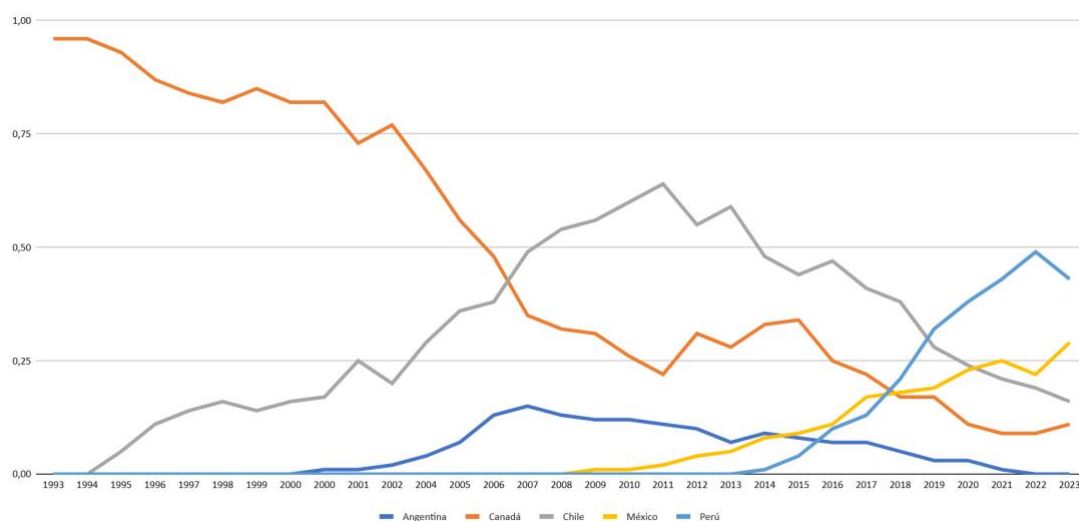


(e) Perú

Fuente: Elaboración propia con base en datos de FAO (2025a y 2025b).

Finalmente, la gráfica 3 ofrece una síntesis de las gráficas 2. En ella pueden apreciarse el posicionamiento favorable de países como Perú y México, y el retroceso de Canadá, Chile y Argentina durante el periodo de estudio.

Gráfica 3. Tendencias en la participación de mercado de los países seleccionados en las

**Fuente:** Elaboración propia con base en datos de FAO (2025a y 2025b).

5. Discusión

Los cambios ocurridos en la participación en el mercado de la mora azul en Estados Unidos pueden obedecer a múltiples factores. Uno de gran relevancia es el relativo a la especialización y la tecnificación de la producción, la cual ocurrió principalmente en Perú y México, países que superaron significativamente la productividad de sus competidores. Mientras en México y Perú el rendimiento por hectárea de este cultivo es cercano a las 13 Tn, en Chile es cercano a las 7 Tn mientras en Canadá es de casi 4 Tn. Estas diferencias en la productividad agrícola desempeñan un papel determinante en el comercio de esta frutilla (FAO, 2025a).

Además, la reciente especialización de Perú en este producto también puede observarse al analizar la producción en toneladas. Perú destacó produciendo 229,390 Tn en 2023, superando a Canadá (con 166,983 Tn), a Chile (con 121,459 Tn) y a México (con 80,133 Tn) (FAO, 2025a). Este crecimiento en el volumen producido se encuentra asociado a la producción de mora azul en nuevas regiones de Perú y a la introducción de variedades modificadas, las cuales son más resistentes a las características del suelo y a la temperatura del agua en las zonas cercanas a las costas del país, así como a la estacionalidad en el comercio internacional, el cual registra etapas de escasez en los meses de septiembre, octubre y noviembre, situación que resultó favorable para las empresas peruanas (Gozzer, 2023).

Para el caso mexicano, los resultados del presente estudio son congruentes con los de otros análisis. Por ejemplo, Wu y Guan (2021) encontraron que la competitividad de la mora azul mexicana se relaciona principalmente con dos factores, en primer lugar, con el alto costo de la mano de obra dedicada a la agricultura en Estados Unidos (principalmente en Florida) y, en segundo lugar, con la rentabilidad superior que tiene el cultivo frente a otros (como la fresa) lo cual ha hecho que agricultores dedicados a otras *berries* en México hayan reconvertido parte de sus actividades hacia la *blueberry*. Esto ha generado en México un clúster especializado en el cual los productores comparten información y tienen cercanía con sus clientes y proveedores.

Para Hernández y Arana (2021), México cuenta con condiciones de suelo y climáticas privilegiadas para la producción de mora azul, además, la ausencia de nieve en las regiones productoras representa una ventaja estratégica en comparación con otros competidores como Canadá. Otra ventaja para México se encuentra en el desarrollo de sus cadenas de suministro, la armonización de las normas y la trazabilidad de las actividades de las empresas participantes, elementos que hacen que la logística necesaria para hacer llegar el producto a su destino sea menos costosa.

De manera similar, Yeh et al. (2023) señalan que el dinamismo reciente de México en el mercado estadounidense de la *blueberry* se debe a una combinación de factores que hacen más costosa la producción en Estados Unidos, tales como la escasez de mano de obra especializada, la incipiente adopción de cosechadoras mecánicas, y la dificultad para producir durante el otoño y el invierno. A lo anterior cabe agregar el efecto de los subsidios otorgados para la producción de *berries* en México durante el sexenio 2012-2018; aunque estos estímulos prácticamente han desaparecido o se han modificado, las autoras mencionadas consideran que sirvieron para sentar las condiciones actuales del sector.

Cabe mencionar que el Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC) ha mantenido a la mora azul mexicana en un esquema de arancel cero. El tratado sirvió también como mecanismo de defensa crítico durante la investigación de salvaguardia de 2021, cuando sectores proteccionistas de Florida y Georgia intentaron imponer restricciones al volumen de importación mexicano. La resolución de este litigio demostró que la oferta mexicana es complementaria y necesaria para sostener el consumo per cápita durante todo el año. A pesar de esto, el tratado enfrenta desafíos relacionados con las propuestas de estacionalidad agrícola, que buscan imponer gravámenes temporales para proteger las cosechas locales en el sureste de

Estados Unidos. Esta presión política obliga a la industria mexicana a mantener altos estándares de cumplimiento y una diplomacia comercial activa (Huang et al., 2022).

Así también, los hallazgos del presente estudio son congruentes con otros indicadores de competitividad, por ejemplo, con el Índice de Ventaja Comparativa Revelada (IVCR). Este indicador mide la especialización exportadora de un país en un bien específico comparado con el promedio mundial. Si el IVCR muestra un valor mayor a 1 puede interpretarse que el país exporta el producto en mayor proporción que la media mundial, es decir, muestra ventaja comparativa y capacidad como exportador. A través del examen del IVCR, se observa que el mercado estadounidense ha transitado de una hegemonía histórica canadiense hacia una especialización liderada por naciones latinoamericanas, particularmente Perú y México (Pérez et al., 2025).

En el caso de Canadá, el IVCR refleja una ventaja consolidada madura. Aunque mantiene niveles de especialización robustos (con valores de IVCR en 2023 de 2.5), su dominio relativo ha experimentado una erosión estadística debido a la entrada de nuevos competidores. Su mercado actual se ha desplazado hacia el nicho de los arándanos silvestres y congelados, donde la infraestructura y la extensión territorial le otorgan ventaja (Pinzon et al., 2025).

Por el contrario, México ejemplifica un modelo de crecimiento acelerado basado en la eficiencia logística y la especialización productiva. Su IVCR ha escalado de niveles marginales a valores que superan los 5.0 puntos, impulsado por la adopción de agricultura protegida y una ubicación estratégica respecto al mercado estadounidense. Esta ventaja se ve potenciada por la capacidad del país para producir en ventanas de contra-estación, lo que eleva el valor relativo de sus exportaciones (Pérez et al., 2025).

Si se analiza el IVCR de Chile se puede identificar que ostentaba una posición de cuasi-monopolio en el hemisferio sur, con valores cercanos a 20.0 puntos, fundamentado en su capacidad de proveer mora azul todo el año a los mercados de Norteamérica. Sin embargo, la última década ha marcado un retroceso gradual ante la irrupción de competidores con menores costos logísticos, situando su IVCR en un rango de 7.0 a 9.0 hacia finales de 2020, la cual aún puede considerarse fuerte (Mena, et al. 2022).

Finalmente, Perú se posiciona como el caso más disruptivo del periodo. Partiendo de una base de exportación nula en 2010, el país ha logrado los índices de ventaja comparativa más altos a nivel global, alcanzando valores del IVCR que superan los 30.0 puntos en 2022. Esta especialización máxima se fundamenta en la gestión técnica del clima y la innovación varietal, factores que le han permitido no solo liderar el volumen de exportación, sino también dictar las condiciones de oferta en el mercado internacional, incluso ante desafíos climáticos coyunturales (Macha, et al. 2023).

6. Conclusiones

La participación en el mercado continúa siendo un indicador fiable de la manera en la que los países compiten en los mercados internacionales; mediante su uso fue posible cumplir con el objetivo del estudio y comprobar la hipótesis planteada. Los cálculos realizados ponen de manifiesto el dinamismo del comercio

de este producto y la importancia de Estados Unidos en sus roles de productor, exportador e importador del mismo, así como la creciente capacidad de México para participar en dicho mercado.

Resulta interesante la manera en la que países que en su momento fueron participantes dominantes en el citado mercado han venido cediendo partes importantes de su participación a través de los años. Canadá pasó de ser el proveedor de prácticamente la totalidad de la mora azul importada por Estados Unidos a inicios de los noventa a convertirse en un participante minoritario. Algo similar ocurrió en los casos de Argentina y Chile.

El despegue reciente de Perú y México en este mercado obedece a múltiples factores. Estados Unidos, pese a su gran capacidad para producir este bien sigue sin ser autosuficiente y continúa requiriendo de las importaciones para garantizar el abasto. La escasez de trabajadores especializados, la dificultad para producir durante el otoño y el invierno y los altos costos de la mano de obra continúan siendo retos para la competitividad de las empresas estadounidenses de este ramo.

Por otro lado, el avance de Perú y México en el mercado estadounidense se debió a la implementación de variedades modificadas que permitieron expandir la superficie cultivada, además de contar con ventajas climáticas, de disponibilidad de agua y de suelo, así como acceso a mano de obra a un costo más bajo que el de Estados Unidos. En el caso mexicano, el comercio de mora azul se fortaleció al aprovechar las condiciones de clúster que existían en las regiones productoras, en cuanto al desarrollo de cadenas de suministro, experiencia y confianza entre las empresas participantes, subsidios, y armonización regulatoria, las cuales disminuyeron los costos de transacción.

Si bien el escenario muestra condiciones favorables para la competencia, futuras líneas de investigación podrían abundar sobre el efecto de este cultivo en la sociedad y el medio ambiente de las regiones donde se asienta, para así orientar la mejor toma de decisiones y las políticas de la materia.

7. Referencias

- Ayala, J. (2024). La seguridad alimentaria en México. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5 (3), 1515-1525.
- Beltrán, A. & Coronado, J. (2021). Traceability in the global value chain of blueberry between Mexico and China. *Agro Productividad*, 14 (5), 51-55.
- Blueberries Consulting. (2022). *Situación actual de la producción de arándanos en México*. Documento de internet consultado el 6 de julio de 2025 de <https://blueberriesconsulting.com/situacion-actual-de-la-reduccion-de-arandanos-en-mexico/>
- De Loecker, J., Eeckhout, J., & Unger, G. (2020). The rise of market power and the macroeconomic implications. *The Quarterly Journal of Economics*, 135 (2), 561-644.
- González, T., Kubus, R. & Sánchez, J. (2020). From internationalization to local markets poverty alleviation and competitiveness in the agro-industrial sector of Latin America. *Harvard Deusto Business Research*, 9 (2), 181-196.
- Gozzer, S. (2023). *Peru's 'fast and furious' blueberry boom*. *BBC Business*. Documento de internet consultado el 11 de junio de 2025 de <https://www.bbc.com/news/business-65190673>
- Graham, C. & Kennedy, R. (2021). Quantifying the target market for advertisers. *Journal of Consumer Behaviour*, 21 (1), 33-48.
- Hall, R., Smith, A., & Tsoukalis, L. (2001). *Competitiveness and cohesion in EU policies*. Londres: Oxford University Press.
- Hernández, A. & Arana, J. (2021). Traceability in the global value chain of blueberry between Mexico and China, *Agro Productividad*, 14 (5), 51-55.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a ed.). México: McGraw-Hill.
- Huang, K., Guan, Z., & Hammami, A. (2022). The US fresh fruit and vegetable industry: an overview of production and trade. *Agriculture*, 12 (10), 1719.
- Ireta, A., Altamirano, J., Ayala, A. & Covarrubias, I. (2015). Análisis macroeconómico y microeconómico de la competitividad del arroz en México, *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 12 (4), 499-514.
- Iturrios, M., Reyes, X., Torres, L. & Vega, L. (2024). Capacidad Dinámica de Innovación, Ventaja Competitiva y Tercera Misión en las IES. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 26 (2), 523-540.
- Ketels, C., & Porter, M. (2021). Rethinking the role of the EU in enhancing European competitiveness. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 31 (2), 189-207.
- Kotler, P. (2017). *Marketing for competitiveness*. Nueva York: Bentang Pustaka.
- Lasserre, P., & Monteiro, F. (2022). *Global strategic management*. Chicago: Bloomsbury Publishing.
- Macha, R., Navarro, F., Ramírez, A., & Alfaro, E. (2023). International market concentration of fresh blueberries in the period 2001—2020. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10 (1), 1-12.
- Malesev, S., & Cherry, M. (2021). Digital and social media marketing-growing market share for construction SMEs. *Construction Economics and Building*, 21 (1), 65-82.

- Mena, C., Ormazabal, Y., Cantillana, J. & Roco, L. (2022). Identification of productive clusters in the blueberry cultivation (*Vaccinium corymbosum*) in central Chile. *Revista de la Facultad de Agronomía*, 39 (1), e223902.
- Musik, G. & Romo, D. (2004) *Sobre el concepto de competitividad*. Ciudad de México: ITAM.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) (2025a) FAOSTAT, *Comercio: Cultivos y productos de ganadería*, recuperado el 31 de diciembre de 2023 de <https://www.fao.org/faostat/es/#data/TCL>
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) (2025b) FAOSTAT, *Producción: Cultivos y productos de ganadería*, recuperado el 31 de diciembre de 2023 de <https://www.fao.org/faostat/es/#data/QCL>
- Pérez, N., Hernández, N., Ramírez, J. & Rivera, S. (2025). Specialization and Competitiveness in Blueberry (*Vaccinium* spp.) Production in Mexico. *Agro Productividad*, 18 (4), 35-43.
- Pinzon, D., Amado, G., Rodríguez, J. & Villagran, E. (2025). Global Research Trends and Thematic Evolution of Blueberry (*Vaccinium* spp.) Science: A Bibliometric Analysis. *Horticulturae*, 11 (12), 1501.
- Porter, M. (2008) *¿Qué es la estrategia?* *Harvard Business Review*, Santiago: PUC-Chile.
- Ruzekova, V., Kittova, Z. & Steinhauser, D. (2020). Export performance as a measurement of competitiveness. *Journal of Competitiveness*, 12 (1), 145–160.
- Verified Market Reports (2025). *Blueberry market insights*. Documento de internet recuperado el 21 de mayo de 2025 de <https://www.verifiedmarketreports.com/product/blueberry-market/>
- Wu, F. & Guan, Z. (2021). An overview of the Mexican blueberry industry. *IFAS Extensión*, 11 (6), 1-4.
- Yeh, D., Kramer, J., Calvin, L., & Weber, C. (2023). *The changing landscape of US strawberry and blueberry markets: production, trade, and challenges from 2000 to 2020*. Washington: USDA Economic Research Service.