

**Informe de mercado para aguaymanto
deshidratado en España**

(c) 2026 Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ

Autor: Lucelly Sánchez

Imágenes: Banco de imágenes de PROMPERÚ

Todos los derechos reservados. No se permite la reproducción, distribución, comunicación pública, transformación ni cualquier otra forma de utilización total o parcial del contenido de esta publicación, por cualquier medio o procedimiento, sin la autorización previa, expresa y por escrito de PROMPERÚ, salvo en los casos permitidos por la normativa vigente.

La información contenida en este documento se proporciona exclusivamente con fines informativos y referenciales, y no constituye ni sustituye asesoría técnica, comercial, legal o de cualquier otra naturaleza. El presente documento ha sido elaborado sobre la base de información considerada confiable y disponible a la fecha de su publicación. No obstante, debido a la naturaleza dinámica de los entornos normativos, técnicos, regulatorios y comerciales, PROMPERÚ no garantiza la actualización permanente de la información ni asume responsabilidad por las decisiones adoptadas exclusivamente sobre la base de su contenido. En ese sentido, se recomienda al lector verificar su vigencia y aplicabilidad ante las fuentes oficiales o autoridades competentes antes de adoptar decisiones sustentadas en dicha información.

CONTENIDO

I. Descripción del producto.....	4
II. Tamaño de mercado	5
III. Análisis de la demanda	9
IV. Presentaciones y precios	10
V. Requisitos de acceso al mercado.....	12
VI. Canales de distribución.....	12
VII. Contactos de interés	13

I. Descripción del producto

El aguaymanto tiene el nombre científico de *Physalis peruviana*, es también conocido como uchuva o capuli, es un fruto oriundo de los Andes peruanos. Esta planta es cultivada desde tiempos prehispánicos, además es considerada una superfruta beneficiosa para la salud.

Este arbusto andino alcanza entre 0,6 y 1,8 metros de altura, con ramas violáceas que sostienen hojas acorazonadas de hasta 15 cm de largo y flores amarillas con forma de campana. Esta planta produce unas bayas globosas de sabor agridulce color amarillo a naranja que miden de 1,5 a 2 cm y se desarrollan protegidas por un cáliz papiráceo no comestible.

Esta fruta sobresale por su agradable sabor, gran aporte de vitamina A y una concentración de vitamina C muy similar a la de la naranja. Más allá de su valor nutricional, contiene efectos diuréticos, así como aliviar la tos, reducir la fiebre y actuar como un sedante suave. Este fruto también contiene fósforo y potasio, además su aporte de antioxidantes previene enfermedades cardiovasculares y también ayuda a regular el colesterol.

En el ámbito nacional, durante el 2025 la producción total de aguaymanto fresco alcanzó las 3487 toneladas, según el Sistema Integrado de Estadística Agraria (SIEA). Entre los principales departamentos productores se encuentran Cajamarca, Ayacucho, Huánuco, Junín y Cusco, este producto cuenta con una estacionalidad disponible de julio a enero.

Tabla 1

Contenido nutricional del aguaymanto

Componentes	Cantidad promedio
Humedad	78,9 %
Carbohidratos	16 g
Cenizas	1,0 g
Fibra	4,90 g
Grasas Totales	0,16 g
Proteínas	0,05 g
Ácido Ascórbico	43 mg
Calcio	8 mg
Caroteno	1,61 mg
Fósforo	55,30 mg
Hierro	1,23 mg
Niacina	1,19 mg
Riboflavina	0,03 mg

Fuente: Agroideas

Elaboración: PROMPERÚ

El aguaymanto es comercializado en diversas presentaciones, desde aguaymanto deshidratado que es utilizado como ingrediente para la elaboración de snacks, en chocolates u otros productos de confitería, cereales y barras energéticas.

El producto aguaymanto deshidratado se encuentra ubicado en la sección de frutas y otros frutos, secos, excepto los de las partidas 08.01 a 08.06; mezclas de frutas u otros frutos, secos o de frutos de cáscara de este capítulo.

Tabla 2

Perú: Partida arancelaria

Partida Arancelaria	Descripción
08.13.40.00.00	Las demás frutas u otros frutos

Fuente: SUNAT Aduanas

II. Tamaño de mercado

España se consolidó como la duodécima economía mundial y la sexta a nivel europeo. Según datos del Fondo Monetario Internacional (FMI), el país cerró el 2025 con un PIB de USD 1,93 billones y un ingreso per cápita de USD 38 290, impulsado principalmente por el crecimiento de su demanda interna. Para el 2026, se proyecta un crecimiento moderado estimado de 2,1 % para una población de 49,7 millones de habitantes.

Respecto a la producción de aguaymanto, se sabe que la producción se concentra en Sudamérica, principalmente en los mercados de Perú, Colombia y Ecuador, según Market Intelo. El 80 % de la fruta deshidratada importada ingresa principalmente por el puerto de Valencia y existen en el mercado algunas empresas importantes como Importaco, Frumesa, Levantex y Frutos Secos 3G quienes empacan y distribuyen los productos al canal minorista, según el CBI.

El mercado de las frutas liofilizadas en España ha mostrado un crecimiento sostenido en los últimos años, consolidándose como el segmento dominante frente a los vegetales. El año 2024, el segmento de frutas liofilizadas alcanzó un valor de USD 67,20 millones mostrando la aceleración del consumo interno español. Se espera que hacia el 2035 dicho segmento alcance un valor estimado de USD 224,62 millones y tasa anual del 11,60 % para el periodo 2025–2035.

Figura 1

Mercado de frutas liofilizadas en España, 2019-2035 (USD millones)

SOURCE	2019-h	2023-h	2024-h	2034-b	2035-p	CAGR (2025-2035)
Fruits	51.80	61.29	67.20	198.47	224.62	11.60%
Vegetables	27.29	31.50	34.32	95.17	107.02	10.89%
Total	79.09	92.79	101.52	293.63	331.64	11.36%

Fuente: MRFR Analysis, 2026

La categoría de *berries* se consolida como el subsegmento líder y más dinámico de todo el sector de frutas liofilizadas en España, superando a los frutos exóticos, tropicales y cítricos. En el 2024, alcanzó un valor de USD 30,59 millones, una cifra que representa casi la mitad de todo el valor del mercado de frutas liofilizadas. Asimismo, este segmento registra la tasa de crecimiento más alta de todo el estudio 11,81 %, superando la tasa anual del mercado de frutas. Este panorama representa una oportunidad para productos específicos como el aguaymanto deshidratado el cual se puede beneficiar de la demanda europea de frutas deshidratadas ricas en antioxidantes.

Figura 2

Subsegmentos de frutas liofilizadas en España, 2019-2035 (USD millones)

PRODUCT TYPE	2019-h	2023-h	2024-h	2034-b	2035-p	CAGR (2025-2035)
Berries	23.34	27.84	30.59	92.13	104.47	11.81%
Exotic & Tropical Fruits	16.38	19.23	21.05	60.97	68.87	11.38%
Orchard & Citrus Fruits	12.07	14.21	15.56	45.37	51.28	11.45%
Total	51.80	61.29	67.20	198.47	224.62	11.60%

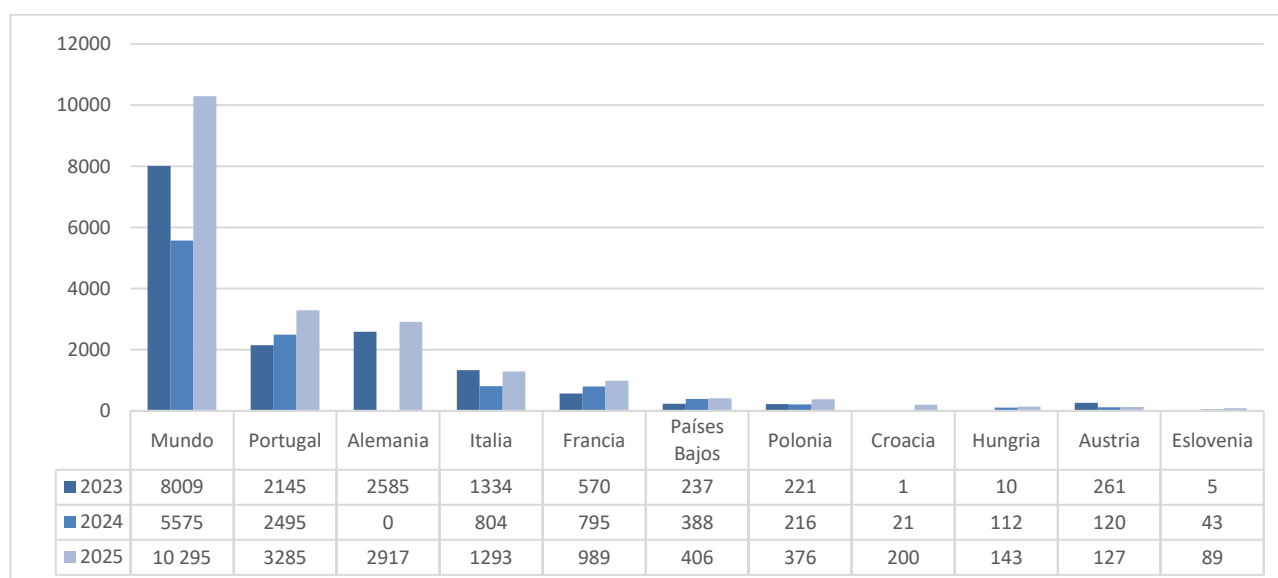
Fuente: MRFR Analysis, 2026

Entre 2023 y 2025, las exportaciones españolas de frutos secos y otros frutos registraron una recuperación significativa tras una caída en el año 2024. El valor total exportado al mundo se contrajo en 30,4 % pasando de USD 8 millones en el año 2023 a USD 5,5 millones durante el 2024 para luego alcanzar los USD 10 millones en 2025 teniendo una tasa de crecimiento del 84,7 % respecto a 2024.

Las exportaciones españolas de la partida analizada se concentran mayoritariamente en Europa occidental. Portugal se mantuvo como el principal destino con USD 3 millones en el período 2025 y con un crecimiento sostenido de 32 % con respecto al año anterior. Alemania, en cambio, mostró un comportamiento atípico, con una interrupción total en 2024 seguida de una recuperación a USD 2,9 millones, mientras que Italia y Francia se consolidaron como el tercer y cuarto mercado respectivamente. Los mercados de menor volumen fueron Países Bajos, Polonia, Croacia, Hungría, Austria y Eslovenia.

Figura 3

Principales países de destino de las exportaciones de España de frutas y otros frutos, secos, 2023-2025 (USD miles)



Fuente: Penta-Transaction, 2025
Partida arancelaria UE: 08134095

Elaboración: PROMPERÚ

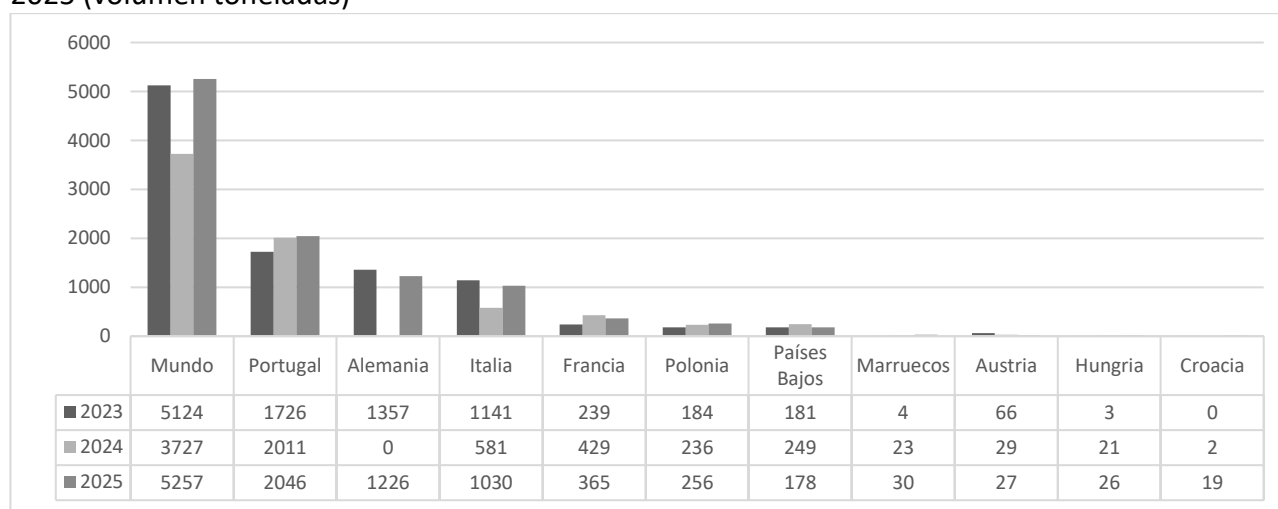
En términos de volumen, las exportaciones españolas de frutas y otros frutos, secos, mostraron una trayectoria similar a la observada en términos de valor, aunque con una recuperación más acotada. El total exportado al mundo pasó de 5 mil toneladas durante el 2023 a 3,7 mil toneladas al 2024, para luego recuperarse hasta 5 mil toneladas en 2025, con un crecimiento de 41,1 % respecto a

2024.

Portugal se consolidó como el principal destino en volumen, con una tendencia creciente y sostenida, siendo el único de los grandes mercados que no registró caída en el volumen importado, alcanzando las 2 mil toneladas en el 2025. Alemania, replicó el patrón en términos de valor, con una recuperación de 1,2 mil toneladas, Italia se mantuvo como tercer destino, con una recuperación hacia 1 mil toneladas, aún por debajo de su nivel inicial.

Figura 4

Principales países de destino de las exportaciones de España de frutas y otros frutos, secos, 2023-2025 (volumen toneladas)



Fuente: Penta-Transaction, 2025
Partida arancelaria UE: 08134095

Elaboración: PROMPERÚ

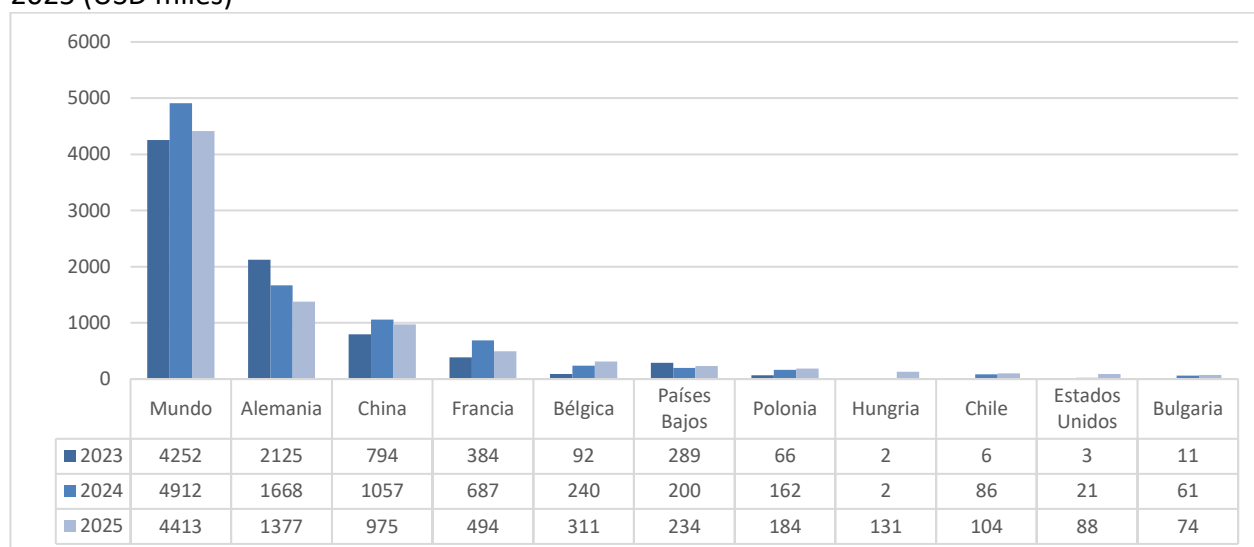
Durante el 2025, las importaciones españolas de frutas y otros frutos alcanzaron los USD 4 millones, sin embargo, mostraron una caída del 10 % con respecto al año anterior. En los últimos tres años, su principal mercado de origen ha sido Alemania, de quien importó alrededor de USD 1,3 millones, cuya participación representó el 31 % del total importado.

El segundo origen de sus importaciones es China, con un valor de USD 975 mil y una participación del 22 % en 2025. Este proveedor mostró un fuerte crecimiento en el envío del producto analizado del 33 % en 2024, aunque registró una leve contracción del 8 % en 2025. Por su parte, Francia se posicionó como el tercer origen, con USD 494 mil, con una participación del 11 %, tras una caída del 28 % respecto al año anterior.

Entre los proveedores de menor volumen, se destaca el crecimiento de Bélgica, Chile, Bulgaria y Estados Unidos, cuyos envíos se multiplicaron durante el periodo 2023 y 2025. En conjunto, estos orígenes emergentes reflejan una diversificación de las importaciones españolas, en un contexto donde Alemania continúa perdiendo participación frente a proveedores como China y Francia. En el caso de Perú no aparece como exportador para este mercado.

Figura 5

Principales países de origen de las importaciones de España de frutas y otros frutos, secos, 2023-2025 (USD miles)



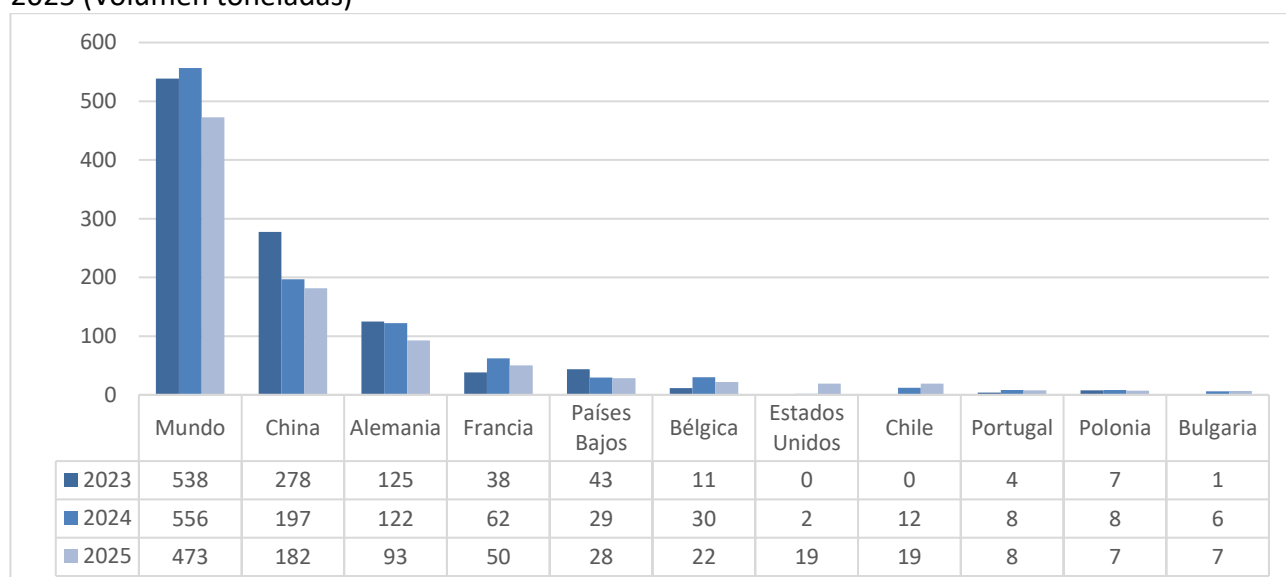
Fuente: Penta-Transaction, 2025
Partida arancelaria UE: 08134095

Elaboración: PROMPERÚ

Con respecto a las importaciones de España de frutas y otros frutos, secos, en términos de volumen se observa una ligera caída, las importaciones alcanzaron las 473 toneladas durante el 2025 con una variación negativa del 15 % con respecto al año anterior. China se posicionó como primer proveedor con envíos al mercado español de 182 toneladas y una variación negativa del 8 % con respecto al año anterior, luego está Alemania con envíos de 93 toneladas con una caída del 24 % y luego aparece Francia con envíos de 50 toneladas con una caída del 23 %. Estados Unidos fue el proveedor que mostró un crecimiento de 1050 % y Chile mostró un crecimiento de 55 %.

Figura 6

Principales países de origen de las importaciones de España de frutas y otros frutos, secos, 2023-2025 (Volumen toneladas)



Fuente: Penta-Transaction, 2025
Partida arancelaria UE: 08134095

Elaboración: PROMPERÚ

III. Análisis de la demanda

Según datos de Euromonitor International, para la categoría de alimentos el consumidor español tiene una intención de incrementar el gasto, indicado principalmente por la generación Z y *millennials* que las generaciones de mayor edad. Este consumidor no está dispuesto a sacrificar su alimentación, priorizando mantener o mejorar estos gastos en alimentos.

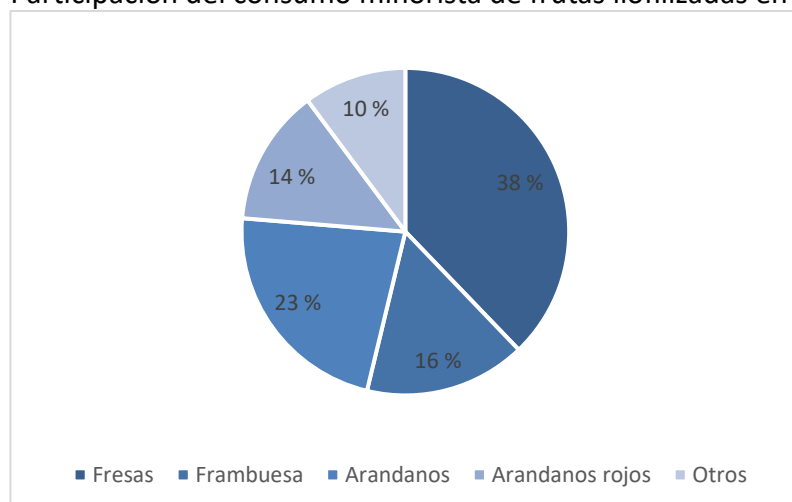
Los consumidores españoles buscan ingredientes saludables en los alimentos y bebidas, el 50 % de los encuestados indicaron dicho interés, lo que representa una oportunidad para productos como las frutas deshidratadas, que son una opción natural y nutritiva al conservar sus características esenciales. Estas preferencias son marcadas principalmente en las generaciones de los *baby boomers*, seguida de los *millennials*, generación Z y generación X.

En segundo lugar, aparece la revisión de las etiquetas nutricionales con un 33 % de las respuestas, son consumidores informados acerca de la composición de ingredientes de los alimentos que compran, esta es una característica marcada por la generación de los *millennials*, según *Euromonitor Voice of the Consumer: lifestyles survey*. Las frutas deshidratadas se convierten en una adecuada alternativa de snack saludable y de calidad nutritiva.

El mercado de frutas deshidratadas liofilizadas ascendió a 1,8 millones de toneladas, la categoría de *berries* liofilizadas alcanzó un volumen de 823 mil toneladas en 2024, siendo uno de los segmentos más relevantes, representando aproximadamente el 44 % del total. Dentro de esta categoría, la fresa lidera la participación con un 38 % del mercado, seguida por los arándanos con un 23 %, ambas frutas concentran la mayor demanda. Los arándanos rojos ocupan el tercer lugar con un 14 % de participación, mientras que la frambuesa representa un 16 % y el segmento de otros *berries* tuvo el 10 % restante donde incluye al aguaymanto deshidratado.

Figura 7

Participación del consumo minorista de frutas liofilizadas en España, 2024



Fuente: MRFR Analysis, 2026

Elaboración: PROMPERÚ

Según GlobalData, las tendencias de consumo de frutas deshidratadas en España son las siguientes:

- Existe un mayor interés por ingredientes naturales y clean label: hay una preferencia por productos con menos aditivos, más naturales y que sean saludables. Las frutas deshidratadas calzan perfectamente con esta tendencia ya que es un snack o ingrediente

utilizado en la alimentación diaria.

- Salud y bienestar como motor de compra: Las frutas deshidratadas se caracterizan por brindar energía, fibra, son productos que ofrecen practicidad y son considerados como snacks más indulgentes.
- Oportunidad en formatos funcionales y *premium*: Las frutas deshidratadas tienen beneficios funcionales y son utilizados para la elaboración de productos que incluyen mezclas con frutos secos, productos para deportistas, ingredientes para yogures, elaboración de cereales o como snack on the go.
- Innovación en marcas y surtido: Los fabricantes españoles están ampliando sus catálogos para incluir una mayor variedad de snacks con nuevos sabores, combinaciones e ingredientes diferenciados.
- Sostenibilidad y certificaciones como factores de diferenciación: La producción sostenible, alimentos que sean orgánicos y con empaques que cuidan el medio ambiente son valorados por los consumidores.

IV. Presentaciones y precios

Tabla 3

Presentaciones y precios de aguaymanto deshidratado en España, 2026

Imagen referencial del producto	Datos del producto	
	Nombre del Producto	Aguaymanto deshidratado
	Presentación	Bolsa de plástico
	Marca	Mironous
	Precio	€ 11,85
	Peso Neto	500 gramos
	País de Fabricación	Sin datos
	País de Distribución	España
	Nombre del Producto	Aguaymanto deshidratado orgánico
	Presentación	Bolsa de plástico
	Marca	Mironous
	Precio	€ 12,45
	Peso Neto	500 gramos
	País de Fabricación	Sin datos
	País de Distribución	España

	Nombre del Producto	Aguaymanto deshidratado
	Presentación	Bolsa de plástico
	Marca	Uberti
	Precio	€ 218,46
	Peso Neto	5 kilogramos
	País de Fabricación	Sin datos
	País de Distribución	España
	Nombre del Producto	Aguaymanto deshidratado
	Presentación	Envase metálico
	Marca	Vijaya
	Precio	€ 32,75
	Peso Neto	1 kilogramo
	País de Fabricación	Francia
	País de Distribución	España
	Nombre del Producto	Aguaymanto deshidratado
	Presentación	Envase <i>doypack</i> de plástico
	Marca	Ethnoscience
	Precio	€ 6,90
	Peso Neto	125 gramos
	País de Fabricación	Francia
	País de Distribución	España
	Nombre del Producto	Aguaymanto deshidratado
	Presentación	Envase <i>doypack</i>
	Marca	Organica
	Precio	€ 3,30
	Peso Neto	20 gramos
	País de Fabricación	Sin datos

	País de Distribución	España
--	-----------------------------	--------

Fuente: Mironous y Ankorstore.

V. Requisitos de acceso al mercado

El aguaymanto deshidratado es un producto regulado por la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA), para su exportación debe contar con el registro sanitario y luego solicitar el certificado sanitario oficial de exportación de alimentos para consumo humano, el cual debe ser tramitado virtualmente a través de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE).

El certificado sanitario oficial de exportación de alimentos para consumo humano, requiere, entre otros, el informe de análisis físico químico y microbiológico emitido por un laboratorio acreditado por INACAL, el informe de inspección del lote y la resolución de habilitación sanitaria vigente del establecimiento.

Instituciones que regulan este requisito en el país de destino son:

- Dirección General de Salud y Seguridad Alimentaria (DG SANTE).
- Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA).
- Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN).
- Ministerio de Sanidad, Dirección General de Salud Pública, Subdirección General de Sanidad Exterior (SGSE).

Respecto a los límites máximos de residuos de plaguicidas (LMR): Para el aguaymanto, la consulta de LMR debe realizarse en la categoría *berries and other small fruits* y cumplir con los límites máximos de contaminantes establecidos en la normativa de la Unión Europea (reglamento (CE) No 1881/2006 de la comisión), entre ellos cadmio, plomo, aflatoxinas, ocratoxina y otros contaminantes aplicables a alimentos.

El reglamento (UE) N.º 1169/2011 indica que el etiquetado debe incluir lo siguiente:

- Denominación del alimento.
- Lista de ingredientes.
- Cantidad neta.
- Fecha de duración mínima.
- Condiciones de conservación.
- Datos del operador alimentario.
- País de origen.
- Información nutricional.

VI. Canales de distribución

Para el ingreso de frutas deshidratadas al mercado europeo es importante identificar a los importadores especializados que buscan variedad de frutas deshidratadas, pueden ser mayoristas o distribuidores que cuentan con su propio equipo de empaque y abastecen directamente al canal minorista. Estos importadores conocen muy bien el mercado y las regulaciones, además buscan también insumos que sean orgánicos, sostenibles y con trazabilidad. También están los corredores

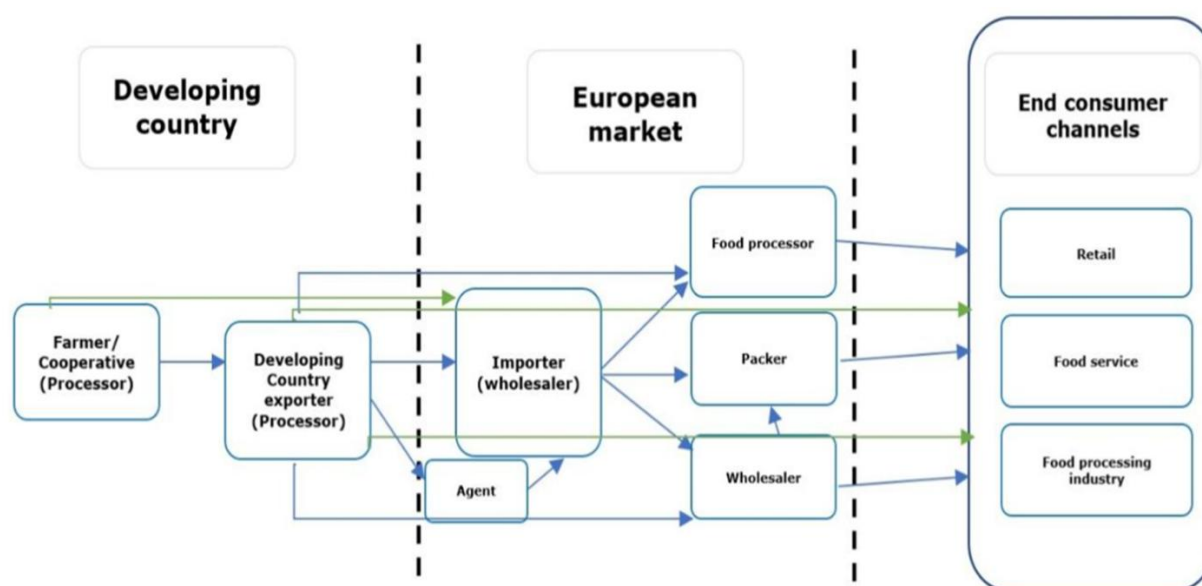
o agentes que son empresas intermediarias que negocian los productos de sus clientes y que reciben una comisión de ventas, abasteciendo productos incluso con marca blanca a los canales minoristas, según el CBI.

Estos dos actores abastecen a los mayoristas, empaquetadores y procesadores de alimentos que requieren de ingredientes y que a su vez abastecen a las diversas industrias de alimentos, al canal *food service* y al canal minorista que llevan las frutas deshidratadas al consumidor final.

Dentro del canal minorista de frutas y vegetales liofilizados en España, las ventas totales alcanzaron USD 33,7 millones en 2024. De esta cifra, los hipermercados y supermercados lideraron la comercialización de estos productos con una participación del 40 %, con ventas de USD 13,6 millones, seguidos por el canal de venta en *online*, que logró ventas de USD 11,1 millones con una participación del 33 %, siendo el segundo canal más relevante. Las tiendas de conveniencia representaron el 13 % del total, con un valor de ventas de USD 4,4 millones, mientras que las tiendas especializadas tuvieron una participación del 5 %, con USD 1,7 millones, según MRFR Analysis.

Figura 8

Canales de distribución de frutas deshidratadas en Europa, 2026



Fuente: CBI, 2026

VII. Contactos de interés

Tabla 4

Principales contactos

Entidad	Sitio web	Teléfono
Dirección General de Salud y Seguridad Alimentaria	https://food.ec.europa.eu/index_en	+800 6 7 8 9 10 11
Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria	https://www.efsa.europa.eu/es	+39 0521 036 111

Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición	https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/home/aecosan_inicio.htm	-
Ministerio de Sanidad, Dirección General de Salud Pública, Subdirección General de Sanidad Exterior	https://www.sanidad.gob.es/areas/sanidadExterior/home.htm	+34 91 596 10 00
Agencia Tributaria	https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/aduanas.html	+34 91 333 5 333

A close-up, slightly blurred photograph of a large white tray filled with a dense layer of bright orange, puffed corn snacks. The snacks are small and irregular in shape. In the center of the image, the logo for 'prom peru' is overlaid in white. The logo consists of a stylized, curved graphic element to the left of the text 'prom peru', which is written in a lowercase, elegant serif font.

prom
peru