

A close-up photograph of a large white tray filled with a dense layer of dehydrated yellow corn kernels. The kernels are bright yellow and have a slightly wrinkled, textured appearance. The tray is set against a blurred background, suggesting an industrial or commercial setting.

Informe de mercado para aguaymanto deshidratado en México

(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	8
IV. Presentaciones y precios	10
V. Requisitos de acceso al mercado.....	11
VI. Canales de distribución.....	13
VII. Contactos de interés	14

I. Descripción del producto

El aguaymanto tiene el nombre científico de *Physalis peruviana*, es también conocido como uchuva o capulí, 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, alivia la tos, reduce la fiebre y actúa 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, además 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

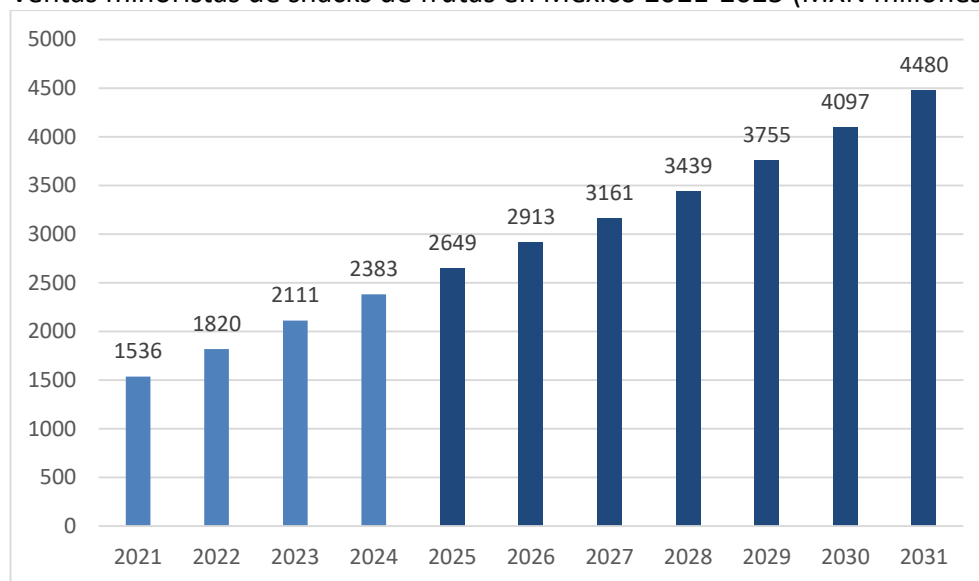
México se consolidó como la decimoquinta economía mundial y la segunda economía de Latinoamérica. Según datos del Fondo Monetario Internacional (FMI), el país cerró el 2025 con un PBI de USD 1,83 billones, una población de 133,37 millones de habitantes con un ingreso per cápita de USD 13 740, impulsado principalmente por sus actividades primarias y terciarias entre ellos los servicios. Para el 2026, se proyecta un crecimiento moderado estimado de 1,6 %.

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. Las ventas minoristas de snacks de frutas en el 2025 alcanzaron los MXN 2649 millones y hacia el 2031 se proyecta que estas ventas alcancen los MXN 4489 millones con una tasa de crecimiento de 9 % durante los periodos del 2026 al 2031.

Entre las empresas más importantes del mercado mexicano que comercializan snacks de frutas y barras energéticas que contienen como ingredientes algunos frutos deshidratados se encuentran: Kellogg's, Nature Valley, Welch's Fruit Snacks, Fiber One y otros. Estos segmentos están influenciados por tendencias americanas que ofrecen diversas opciones y cada vez más innovadores productos.

Figura 1

Ventas minoristas de snacks de frutas en México 2021-2025 (MXN millones)



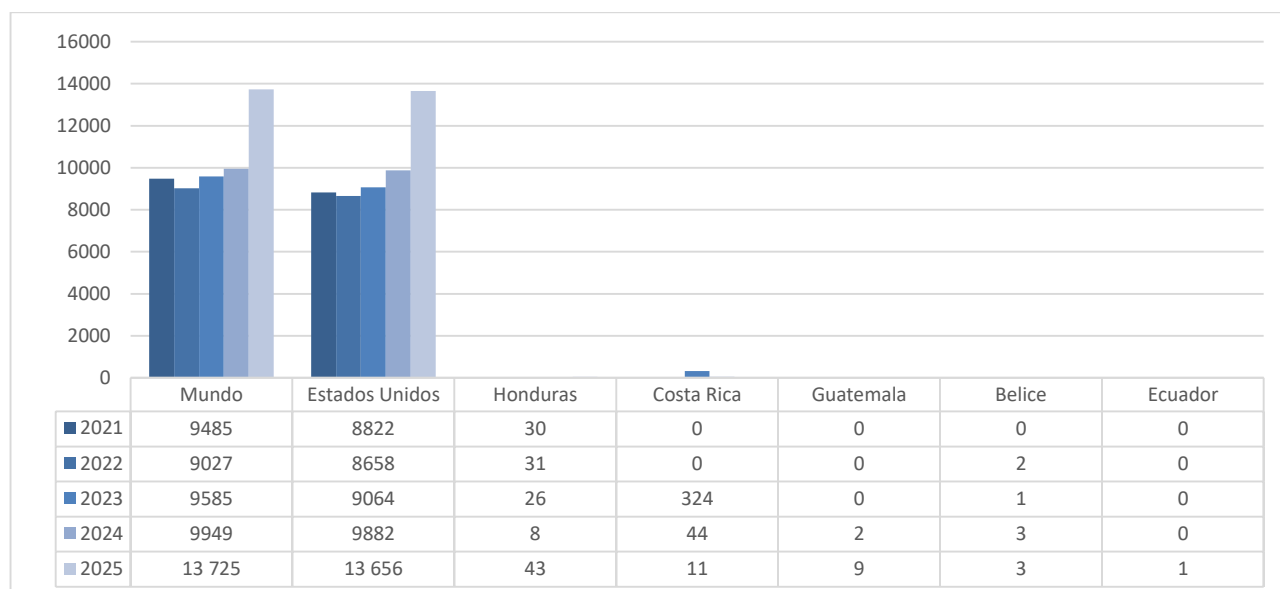
Fuente: Euromonitor

Elaboración: PROMPERÚ

Entre 2021 y 2025, las exportaciones mexicanas de las demás frutas u otros frutos registraron un crecimiento promedio anual del 10 %, pasando de exportar USD 9,4 millones en el 2021 a USD 13,7 millones en el 2025. Durante el 2025, su principal destino en los últimos años ha sido Estados Unidos con envíos de USD 13,6 millones al cual exportó mango deshidratado que representó el 43 % del valor, seguido por tamarindo, fresas, arándanos, litchi, sandía deshidratada entre otros. En segundo lugar, está Honduras con envíos de USD 42 mil, Costa Rica, Guatemala, Belice y Ecuador aparecen con los valores más bajos enviados.

Figura 2

Principales países de destino de las exportaciones de México de las demás frutas u otros frutos, 2021-2025 (USD miles)



Fuente: Veritrade, 2026

Elaboración: PROMPERÚ

En términos de volumen, las exportaciones mexicanas de las demás frutas u otros frutos, mostraron una caída de 5 %, diferente al comportamiento en términos de valor. El total exportado a Estados Unidos pasó de 3,3 mil toneladas durante el 2021 a 2,7 mil toneladas al 2025.

El principal producto exportado en términos de volumen fue el tamarindo deshidratado de alrededor de 1,5 mil toneladas, seguido de mango deshidratado por 535 toneladas y fresa deshidratada por 50 toneladas. Respecto a Honduras, envió principalmente arándanos deshidratados y a Costa Rica envió tamarindo deshidratado.

Figura 3

Principales países de destino de las exportaciones de México de las demás frutas u otros frutos, 2021-2025 (volumen toneladas)



Fuente: Veritrade, 2026

Elaboración: PROMPERÚ

Durante el 2025, las importaciones mexicanas de las demás frutas u otros frutos alcanzaron los USD 28 millones, mostrando un ligero crecimiento del 2 % y si analizamos un periodo más amplio de los

últimos 5 años, las importaciones de este producto mostraron un crecimiento promedio más importante de 19 %.

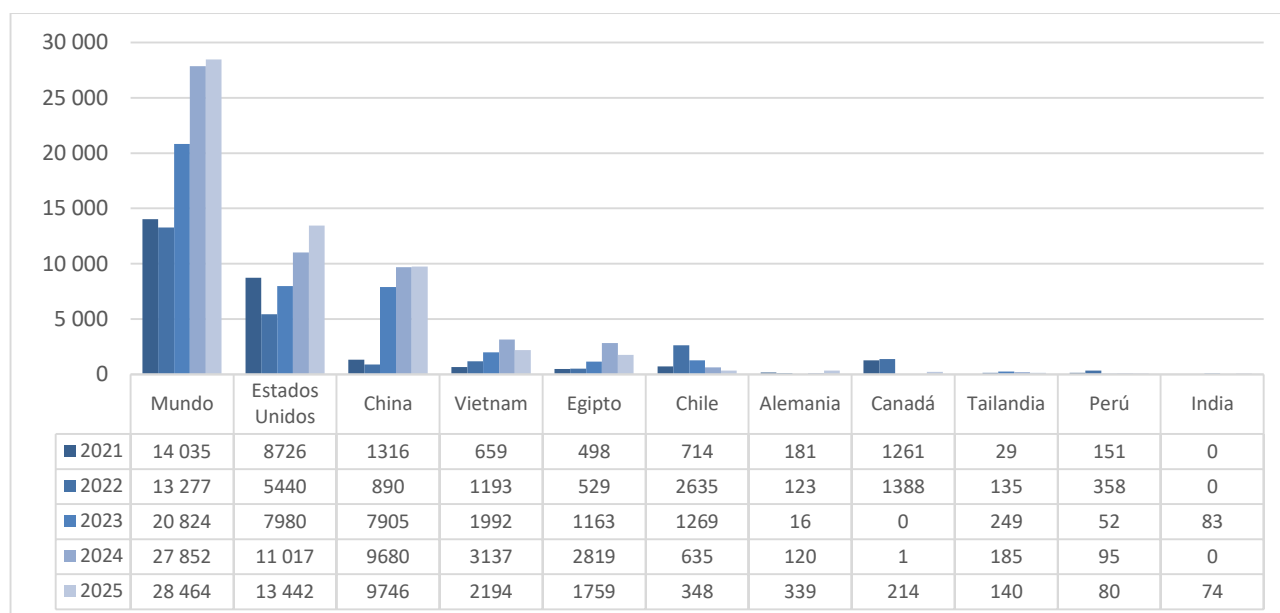
El principal proveedor de México de la partida analizada ha sido Estados Unidos, de cual importó alrededor de USD 13 millones, cuya participación representó el 47 % del total importado y tuvo una variación positiva del 22 % con respecto al año anterior. Entre los productos que importó se encuentran principalmente los frutos rojos deshidratados como el arándano azul y rojo y en menor valor las cerezas, fresas, duraznos, frambuesas, pitajaya, entre otros.

El segundo origen de sus importaciones es China, con un valor más pequeño de USD 9,7 millones y una participación del 34 %, este proveedor sí mostró un ligero crecimiento del 1 % con respecto al 2024. De China importó principalmente fresa, papaya, cereza, goji, kiwi deshidratado entre otros. Con valores más pequeños aparece Vietnam con envíos de USD 2,1 millones, enviando al mercado mexicano pitajaya deshidratada, seguido de Egipto con envíos de USD 1,7 millones principalmente de fresa.

Perú aparece como noveno proveedor después de Tailandia con envíos de USD 80 mil cuya participación solo tuvo el 0,3 % y una variación negativa del 15 % con respecto al año anterior, el principal producto exportado es el aguaymanto deshidratado y en un valor más pequeño arándanos deshidratados.

Figura 4

Principales países de origen de las importaciones de México de las demás frutas u otros frutos, 2021-2025 (USD miles)



Fuente: Veritrade, 2026

Elaboración: PROMPERÚ

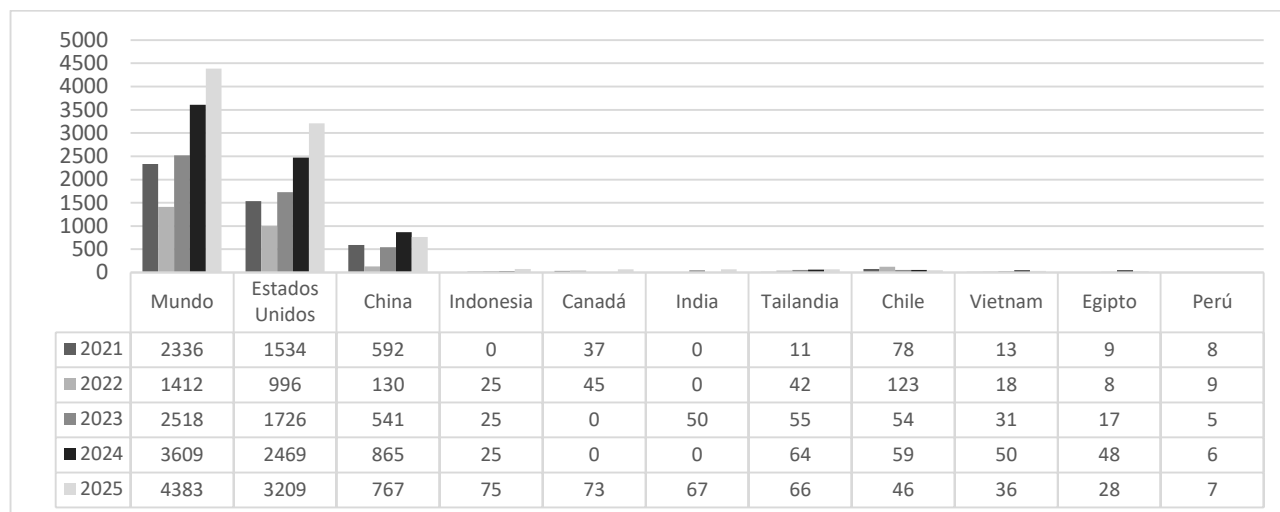
Con respecto a las importaciones de México de las demás frutas u otros frutos, se observa un incremento en el volumen en toneladas, ya que durante el 2025 las importaciones alcanzaron las 4,3 mil toneladas con una variación positiva del 21 % con respecto al año anterior.

En términos de volumen, Estados Unidos mantiene el liderazgo de origen con importaciones de 3,2 mil toneladas y una variación positiva de 30 % con respecto al año anterior, luego está China con

envíos de 767 toneladas, que mantuvo una caída del 11 % y luego aparece Indonesia con envíos de 75 toneladas con un crecimiento del 199 %. Perú ocupó el decimo lugar con envíos de 7 toneladas, detrás de Egipto.

Figura 5

Principales países de origen de las importaciones de México de las demás frutas u otros frutos, 2021-2025 (Volumen toneladas)



Fuente: Veritrade, 2026

Elaboración: PROMPERÚ

III. Análisis de la demanda¹

La población mexicana está envejeciendo cada vez más rápido y se proyecta que hacia el 2040, la población de 65 años crecerá alrededor del 75 % cuyos hábitos seguirán cambiando y las empresas deberán proporcionar productos que satisfagan las nuevas necesidades. Actualmente los grupos poblacionales más grandes están conformados por la generación Z y generación Alfa quienes mantienen otras preocupaciones y necesidades.

Los consumidores mexicanos muestran un interés por productos que sean más naturales y funcionales ya que cerca el 59 % de los encuestados busca ingredientes saludables en alimentos y bebidas, según Euromonitor International, *Voice of the Consumer: Lifestyles Survey*. Esto demuestra que existe una mayor disposición a incorporar snacks e ingredientes con atributos nutricionales en su alimentación diaria y hay un nicho de mercado para productos que contengan beneficios funcionales para la salud, como es el caso de las frutas deshidratadas.

De acuerdo con los datos de Euromonitor International, existe un grupo de consumidores dispuestos a pagar un precio más alto por alimentos que incorporen beneficios nutricionales y sabor superior, el 31 % de la generación X mostró una mayor disposición a pagar por productos con propiedades saludables, el aguaymanto tiene alto contenido de vitamina C, un perfil de sabor exótico y un origen 100 % natural.

Un grupo de consumidores mexicanos considerados como *Wellness Enthusiasts* son influenciados por sus experiencias previas con alimentos naturales y las recomendaciones recibidas por parte de familiares y amigos. Son proactivos en la búsqueda de información sobre productos, desde la

¹ Euromonitor, *Mexico: Consumer Profile*, Galletas dulces, barras energéticas y snacks de frutas en México, *Consumer Types in Mexico*.

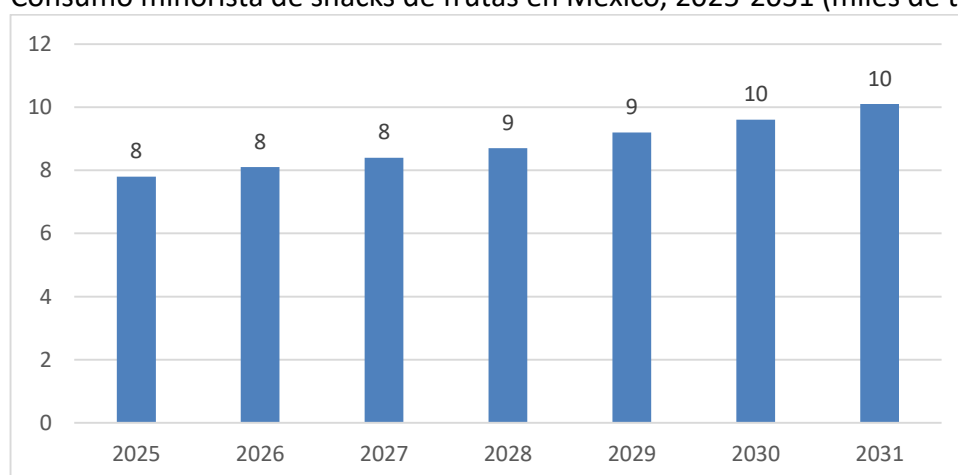
revisión de ingredientes naturales, los beneficios nutricionales que les permiten mantener su estilo de vida saludable, este tipo de consumidor también realiza compras a través del canal *online*.

El segmento de snacks de frutas ha ido creciendo, impulsado principalmente por satisfacer las preferencias de consumir snacks funcionales, con porciones controladas y orientados a los beneficios que aportan. Las marcas en este segmento innovan y brindan una amplia variedad de nuevos productos resaltando el atractivo de los snacks de frutas, nuevos tamaños de envase y su consumo en diversas ocasiones.

El mercado de snacks de frutas en México muestra un crecimiento sostenido en volumen, pasando de 8 mil toneladas en 2025 a 10 mil toneladas para 2031, lo que representó un incremento interanual de 5,2 %. Este incremento en la demanda por snacks más saludables es impulsado por la preferencia hacia productos naturales, convenientes y nutritivos. El aguaymanto deshidratado puede convertirse en un ingrediente funcional y exótico ideal para ser incorporado en snacks de frutas de mayor calidad.

Figura 6

Consumo minorista de snacks de frutas en México, 2025-2031 (miles de toneladas)



Fuente: Euromonitor, 2026

Elaboración: PROMPERÚ

Según GlobaData, las tendencias de consumo de frutas deshidratadas son las siguientes:

- *Better for you*: los consumidores mexicanos muestran preocupación por lo que consumen y beben, por lo que los beneficios impulsan la demanda de productos con formulaciones más naturales siendo el aguaymanto deshidratado un *snack* natural para su complemento al ser consumido con *yogurts*, granolas y en la elaboración de productos de repostería.
- Reducción de azúcar y moderación: Según una encuesta de GlobalData, el 48 % de los consumidores mexicanos consideran que el azúcar es dañino para la salud por lo que buscan alternativas con menos azúcar o sin azúcar añadida.
- Interés por nuevos sabores: los consumidores mexicanos más jóvenes buscan nuevos sabores o autenticidad al momento de adquirir productos. El aguaymanto tiene un sabor agrídulce exótico.
- Conveniencia y consumo *on the go*: los cambios en los estilos de vida demandan productos listos para llevar y consumir por lo que buscan formatos individuales, para ser consumidos como snacks en el trabajo, gimnasio y de viaje.
- Premiumización del producto: un producto diferenciado y de calidad puede ganar espacio

en segmentos de alimentos orientados a la salud a través de canales como las tiendas saludables y orgánicas, *online* y canal *gourmet*.

IV. Presentaciones y precios

Tabla 3

Presentaciones y precios del aguaymanto deshidratado en México, 2026

Imagen referencial del producto	Datos del producto	
	Nombre del Producto	Aguaymanto deshidratado orgánico
	Presentación	Envase <i>doypack</i> de papel
	Marca	Maia
	Precio	\$ 331
	Peso Neto	250 gramos
	País de Fabricación	Perú
	País de Distribución	México
	Nombre del Producto	Aguaymanto deshidratado orgánico
	Presentación	Envase <i>doypack</i> de papel
	Marca	W's Foods
	Precio	\$ 196,86
	Peso Neto	250 gramos
	País de Fabricación	-
	País de Distribución	México
	Nombre del Producto	Aguaymanto deshidratado orgánico
	Presentación	Envase <i>doypack</i> de plástico
	Marca	Rancho Tepetzintla
	Precio	\$ 200
	Peso Neto	100 gramos
	País de Fabricación	-
	País de Distribución	México
	Nombre del Producto	Aguaymanto deshidratado orgánico

	Presentación	Envase metálico
	Marca	Euphoria Superfoods
	Precio	\$ 750
	Peso Neto	500 gramos
	País de Fabricación	-
	País de Distribución	México
	Nombre del Producto	Aguaymanto deshidratado orgánico
	Presentación	Envase <i>doypack</i> de plástico
	Marca	Sabia Madre Tierra
	Precio	\$ 510
	Peso Neto	500 gramos
	País de Fabricación	-
	Nombre del Producto	Aguaymanto deshidratado orgánico
	Presentación	Envase <i>doypack</i> de plástico
	Marca	Terrasoul Superfoods
	Precio	\$ 989
	Peso Neto	454 gramos
	País de Fabricación	Estados Unidos
	País de Distribución	México

Fuente: Amazon, Wsfoods y Dilmun Mercado.

V. Requisitos de acceso al mercado

Según el portal de requisitos de acceso al mercado – RAM que se encuentra en [Exportemos.pe](https://www.exportemos.pe) el aguaymanto deshidratado es un producto regulado por la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA) debido al tratamiento que contiene, garantizando su inocuidad antes o después de haber sido cerrado herméticamente en un envase para evitar su deterioro y para asegurar la estabilidad del producto en condiciones normales de almacenamiento a temperatura ambiente.

Para su exportación debe contar con el registro sanitario y a potestad del importador puede solicitar el certificado de libre venta o libre comercialización y solicitar el certificado sanitario oficial con fines de exportación, los cuales deben ser tramitados 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, *packing list*, el informe de inspección del lote y la resolución de habilitación sanitaria vigente del establecimiento.

Las instituciones que regulan este requisito en el país de destino son:

- Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria de México - SENASICA
- Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios - COFEPRIS
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural - SADER
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales – SEMARNAT

Respecto a los límites máximos de residuos de plaguicidas (LMR): en México, se publicó en el DOF la NORMA Oficial Mexicana NOM-082-SAG-FITO/SSA1-2017, 2018. Límites máximos de residuos, lineamientos técnicos y procedimiento de autorización y revisión. Esta Norma es compartida entre Salud y SADER, donde a COFEPRIS le compete la evaluación del riesgo aceptable.

La norma NOM 051-SCFI/Salud1-2010 indica las especificaciones generales para el etiquetado de alimentos preenvasados y bebidas no alcohólicas que establece los requisitos específicos para el etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados para la venta directa a los consumidores. El etiquetado debe incluir lo siguiente:

- Nombre del alimento, contenido neto, peso escurrido, país de origen, fecha de elaboración o fecha de envasado del producto, identificación del lote, fecha de vencimiento o plazo de duración del producto, ingredientes, alérgenos (si los contiene), fecha de caducidad o de consumo preferente (no requieren frutas y hortalizas frescas, incluidas las papas que no hayan sido peladas, cortadas o tratadas de otra forma análoga), aditivos (si los contiene), información nutrimental, instrucciones de uso, marcado de la fecha e instrucciones para la conservación, declaración de responsabilidad donde debe indicarse en la etiqueta el nombre, denominación o razón social y domicilio fiscal del responsable del producto.
- Idioma: los alimentos y bebidas no alcohólicas pre envasados deben ostentar la información obligatoria a que se refiere esta Norma Oficial Mexicana en idioma español, sin perjuicio de que se exprese en otros idiomas. Cuando la información se exprese en otros idiomas debe aparecer también en español, cuando menos con el mismo tamaño y de manera igualmente ostensible.
- Alimentos y bebidas no alcohólicas comercializadas en México deberán contar con el etiquetado frontal nutrimental, el cual consiste en la obligación de señalar el contenido de la "grasa saturada", "otras grasas", "azúcares totales", "sodio" y "energía", como un semáforo nutricional. A su vez se pueden visualizar los tamaños de porción recomendados y la representación gráfica del distintivo nutrimental.

Manual de etiquetado frontal nutrimental, donde se visualizan los productos exentos de declarar el etiquetado frontal nutrimental siempre y cuando cumplan con la normatividad correspondiente. Los productos a granel y los productos utilizados en la industria de servicio de alimentos no tienen que cumplir con esta normativa de etiquetado.

VI. Canales de distribución

Para el ingreso de frutas deshidratadas al mercado mexicano es importante identificar a los importadores especializados de frutas deshidratadas, también pueden trabajar con los *brokers* que son empresas intermediarias que negocian los productos de sus clientes y reciben una comisión de ventas, estos dos actores abastecen a los canales B2B de la industria de alimentación y HORECA y al canal minorista donde se comercializa directamente las frutas deshidratadas al consumidor final.

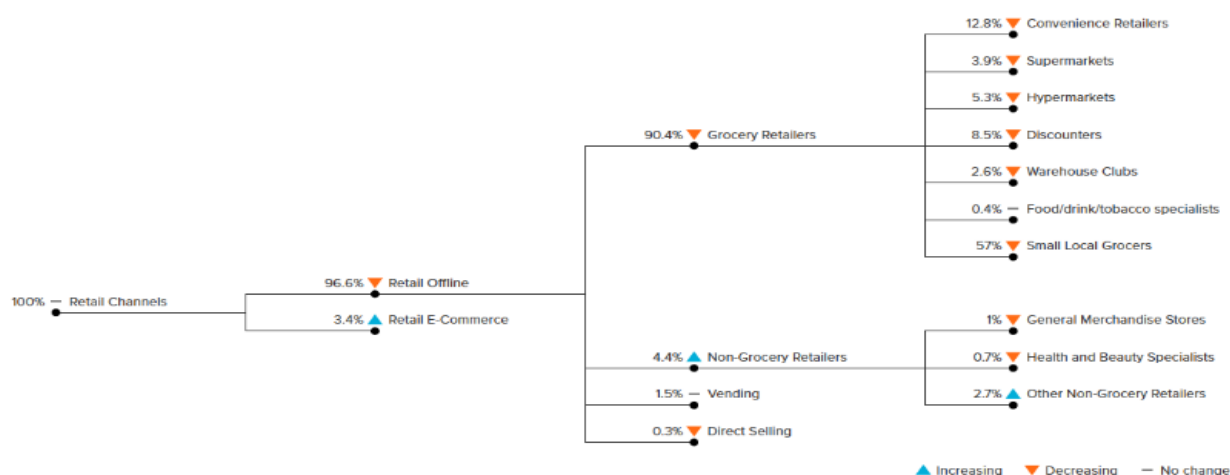
En este mercado el 57 % de las ventas del segmento de galletas, barras energéticas y snacks de frutas es liderado por las tiendas de barrio quienes distribuyen los productos fácilmente al consumidor final. Luego aparece el canal minorista, donde la comercialización de este segmento de productos se da principalmente a través de las tiendas de comestibles que cuentan con el 90 % de participación. Dentro de este canal, la demanda se ve impulsada principalmente por las tiendas de conveniencia (OXXO, 7-Eleven, Circle K, otros) quienes representaron el 12,8 %, luego están las tiendas de descuento (Bodega Aurrera, Tiendas 3B, Wal-Mart) con el 8,5 % de participación, hipermercados (Wal-Mart, Grupo Comercial Chedraui, Organización Soriana) y supermercados (Central Detallista, Organización Soriana y Wal-Mart) con el 5,3 % y 3,9 % respectivamente.

El canal *ecommerce* solo representó el 3,4 % de las ventas minoristas, tiene todavía una cuota pequeña del mercado pero que ha crecido en comparación a los principales canales, ya que aún los consumidores siguen yendo a las tiendas físicas a adquirir los snacks de frutas, pero en este canal están apareciendo alianzas con aplicativos de entrega rápida que podrían impulsar la compra de estos productos por el canal *online* a través de las tiendas de conveniencia.

Entre los principales importadores identificados se encuentran: Productora Internacional de Bebidas S.A. de C.V. que comercializa diversos productos alimenticios entre ellos chocolates y productos de panadería, 1906 Mexicali Co S de RL de C.V. empresa que comercializa cereales para el desayuno, Cardea Trading, S.A. de C.V., Importaciones Volt S.A. de C.V. dedicadas principalmente a la importación de alimentos, Star del Norte S.A. de C.V. importadora de frutos secos, Distribuidora e Importadora Alsea S.A de C.V entre otros.

Figura 7

Canales de venta minorista para galletas dulces, barritas energéticas y snacks de frutas en México, 2026



VII. Contactos de interés

Tabla 4

Principales contactos

Entidad	Sitio web	Teléfono
Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria de México - SENASICA	https://www.gob.mx/senasica	55 5905 1000
Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios - COFEPRIS	https://www.gob.mx/cofepris	55 5080 5200
Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural - SADER	https://www.gob.mx/agricultura	55 3871 1000
Agencia Nacional de Aduanas de México	https://www.anam.gob.mx/	55 8889 0400

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 graphic element on the left, resembling a curved 'P' or a wing, followed by the text 'prom' in a script font and 'peru' in a sans-serif font below it.

prom
peru