



PERÚ

Ministerio  
de Desarrollo Agrario  
y Riego



sierra y selva  
exportadora



BICENTENARIO  
PERÚ 2021

# Tendencias de mercado del Aguaymanto

Eco. María Esther Wong L.  
Unidad de Inteligencia Comercial  
Abril 2021



PERÚ

Ministerio  
de Desarrollo Agrario  
y Riego



sierra y selva  
exportadora

## CONTENIDO:

1

Resumen Ejecutivo

2

Panorama Nacional:

- Producción
- Exportaciones
- Consumo

3

Panorama Mundial:

- Principales indicadores
- Principales tendencias

4

Recomendaciones

# Resumen Ejecutivo

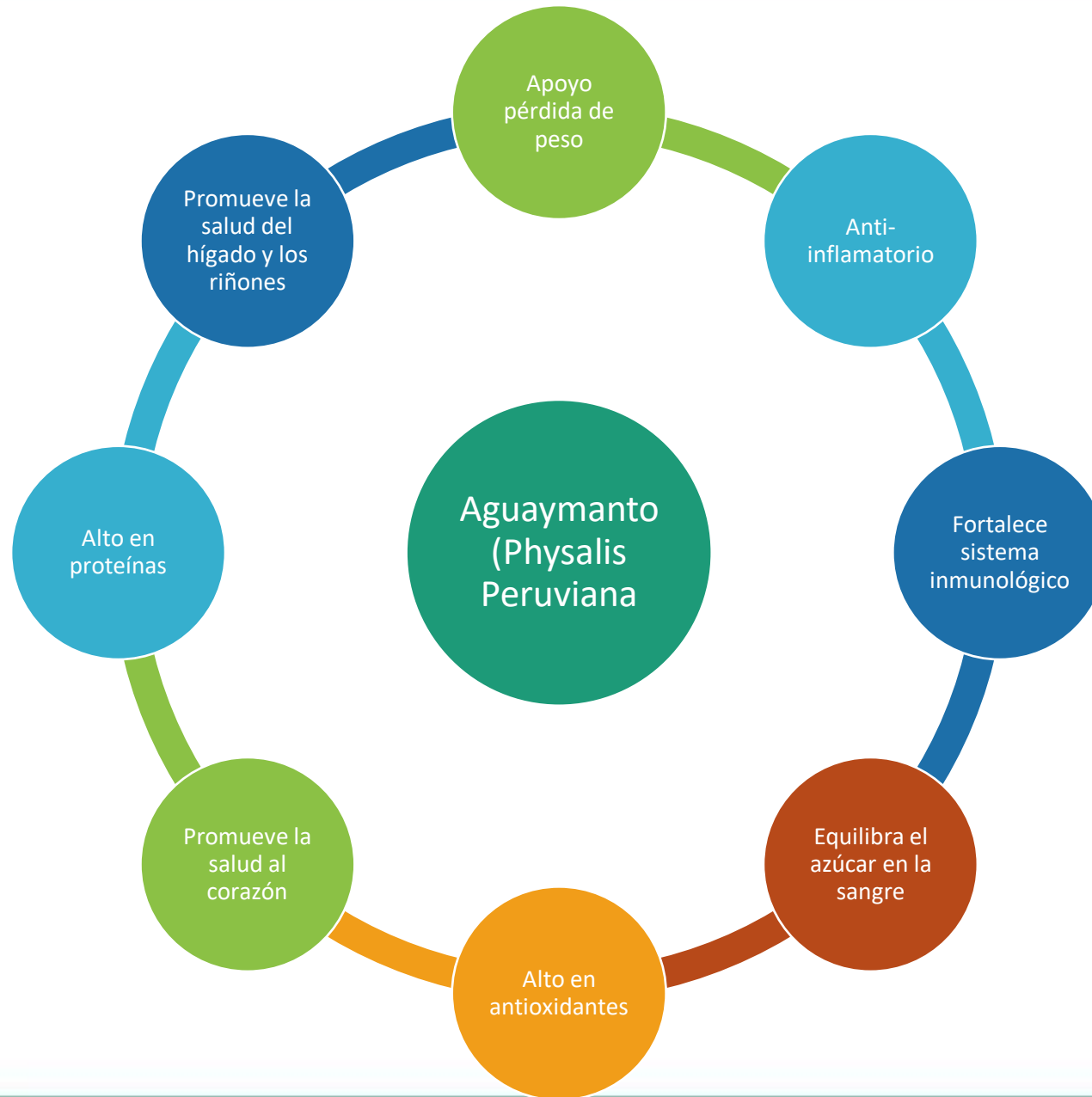


- El aguaymanto es una fruta nativa del Perú, oriunda de los Andes, considerado un 'superfood' por su alto contenido de vitaminas A, B y C, además de minerales esenciales como calcio, hierro y fósforo, perfecto para fortalecer el sistema inmunológico..
- En el Perú, este fruto es cultivado por pequeños productores de la agricultura familiar de la Sierra del país.
- Si bien en los últimos años se han tenido crecimientos tanto en producción, cosecha y rendimientos, se debe trabajar desde la capacidad productiva por regiones hasta los mecanismos de promoción para impulsar su consumo en el mercado interno y externo.
- A nivel mundial, Colombia es líder en producción y exportación de este fruto, con una participación mayor al 90%.
- Las tendencias en los mercados demandantes por frutos con características naturales, orgánicas y funcionales, como el aguaymanto, son el punto de atención en aquellos países que mantienen la tradición de agricultura orgánica y comercialización de productos naturales.
- Las ventas de alimentos orgánicos están experimentando un repunte durante la pandemia de coronavirus.
- Los consumidores están recurriendo a los alimentos orgánicos a medida que observan más de cerca la salud, el bienestar y la nutrición personales, presentándose una oportunidad para promocionar y articular el aguaymanto peruano al mercado.



## Beneficios

El aguaymanto tiene grandes propiedades medicinales, curativas y nutricionales





**sierra y selva  
exportadora**



**PERÚ**

Ministerio  
de Desarrollo Agrario  
y Riego

## PANORAMA NACIONAL



# Indicadores de producción

Perú: Indicadores anuales de producción de Aguaymanto

Año	Producción (toneladas)	Cosecha (Has.)	Rendimiento (Tn/Ha.)
2015	722	153	4.7
2016	917	234	3.9
2017	1,275	289	4.4
2018	1,553	331	4.7
2019	1,607	311	5.2
<b>% Variación(2015-2019)</b>	<b>17.4%</b>	<b>15.2%</b>	<b>1.9%</b>

Fuente: Direcciones Regionales Agrarias

AÑO	Dpto	PRODUCCIÓN (t)	COSECHA (ha)	RENDIMIENTO (kg/ha)	CHACRA (S/ / kg)
		TOTAL	TOTAL	PROMEDIO	PROMEDIO
2019	<b>NACIONAL</b>	<b>1,607</b>	<b>311</b>	<b>5.2</b>	<b>1.71</b>
	HUANUCO	1,263	210	6.0	1.66
	LAMBAYEQUE	207	58	3.6	2.00
	JUNIN	60	10	6.0	2.17
	PASCO	37	21	1.8	1.11
	HUANCAVELICA	13	4	3.4	0.59
	APURIMAC	12	2	6.0	0.85
	AREQUIPA	9	4	2.2	3.66
	AMAZONAS	6	2	2.9	2.18

Fuente: Direcciones Regionales Agrarias- Elaboración: UIC-SSE

Estacionalidad de la cosecha

Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
			Sierra						Costa		



# Exportaciones

El 2018 fue el año donde las exportaciones tuvieron el mayor crecimiento en valor y volumen del 26% y 31% respectivamente



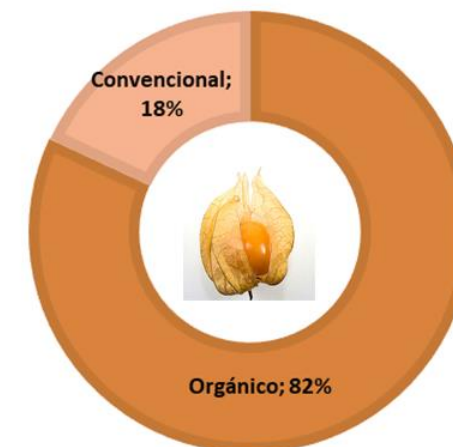
(2015 – 2020)



4.8%



3.9%



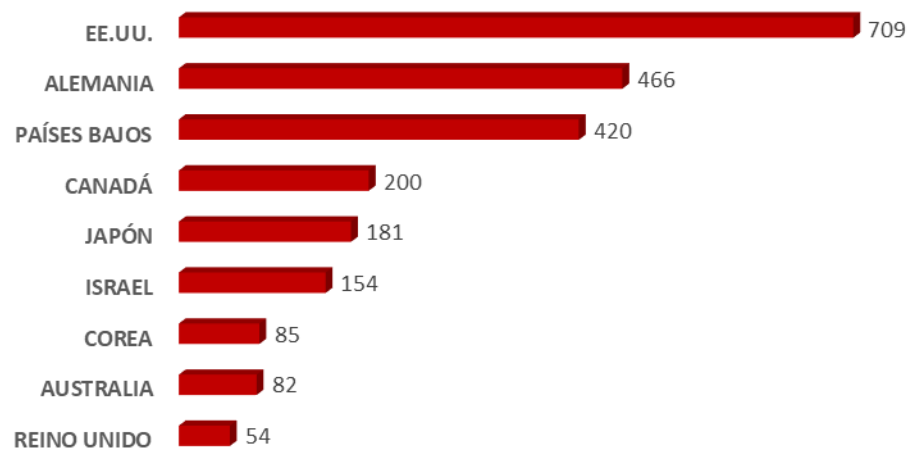
Fuente: Veritrade

# Exportaciones

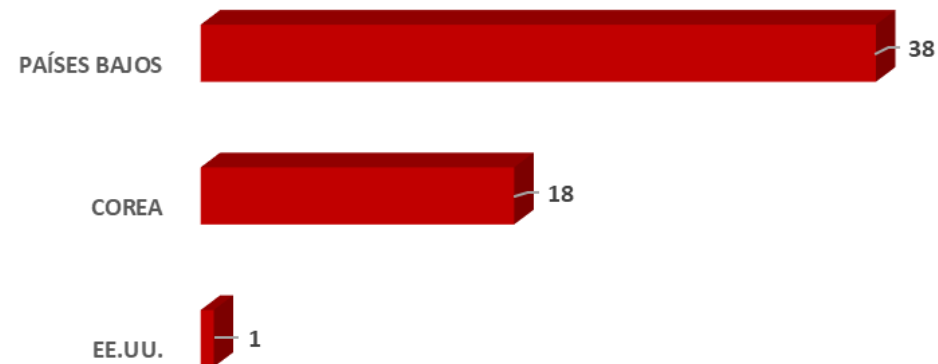
Año 2020

					
<b>DESHIDRATADO</b>	<b>FRESCO</b>	<b>CONGELADO</b>	<b>CON CHOCOLATE</b>	<b>PURÉ</b>	<b>POLVO</b>
<b>92.6%</b>	<b>2.1%</b>	<b>1.6%</b>	<b>1.2%</b>	<b>0.8%</b>	<b>0.8%</b>

Países de destino aguaymanto deshidratado Valor (Miles US\$)



Países de destino aguaymanto fresco - Valor (Miles US\$)





# Consumo

Campaña 'Come sano, vive saludable' promueve una alimentación rica en nutrientes



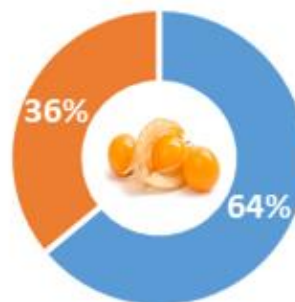
## Hábitos de alimentación saludable

74%	70%	49%	46%	27%	2%
Frutas	Vegetales	Granos	Carnes	Lácteos	Otros

Fuente: Impronta Research. Estudio sobre alimentos saludables en Lima

## Consumo de aguaymanto

■ Sí ■ No



Las personas entre 35 y 45 años son las que más consumen aguaymanto

## Hábitos de compra

	Mercado	59%
	Supermercado	30%
	Bodega	13%
	Tiendas online	4%

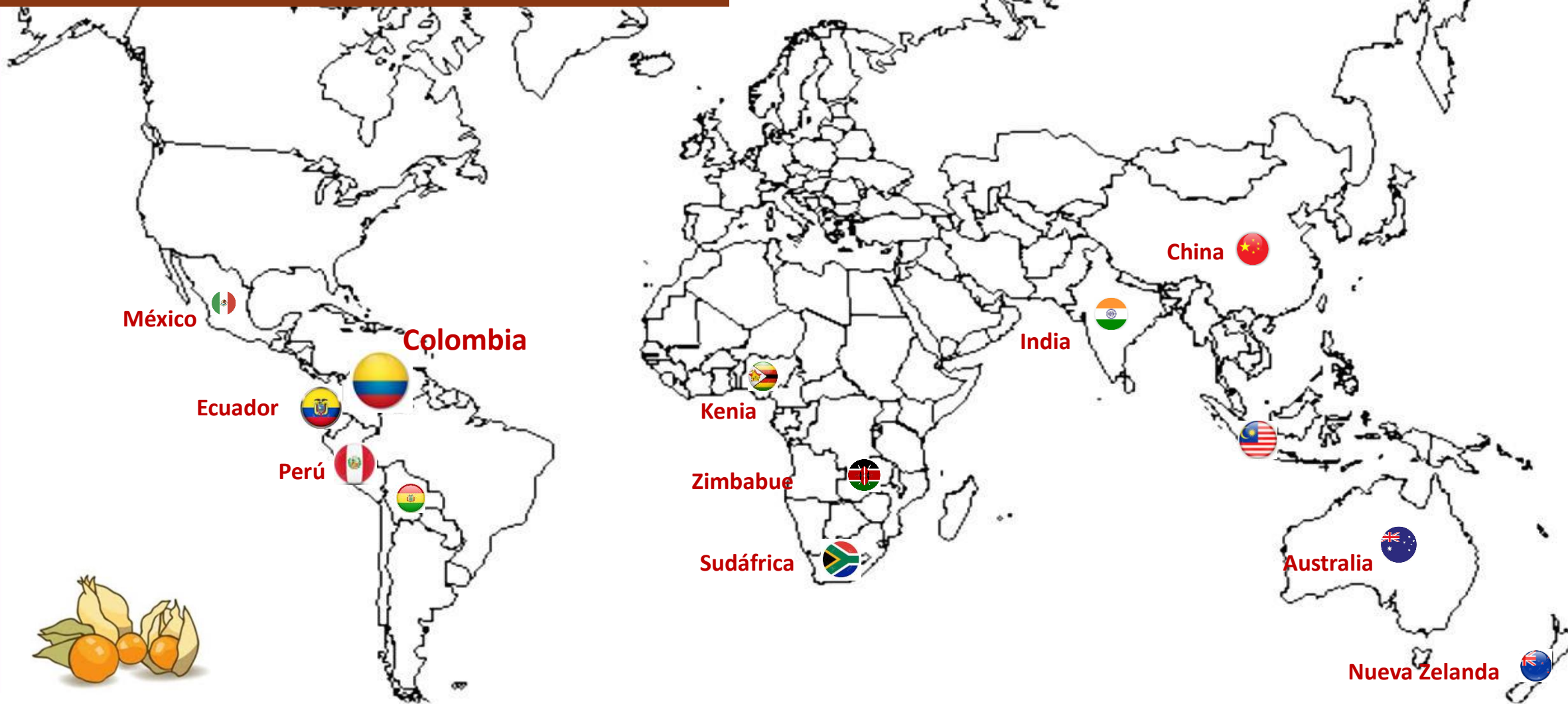


Ministerio  
de Desarrollo Agrario  
y Riego

## PANORAMA INTERNACIONAL



# Principales países productores de aguaymanto



# Principales indicadores

2019	Producción (Tn)	Cosecha (Has.)	Rendimiento (Tn/Ha.)
Colombia <sup>(1)</sup>	16,377	1,395	11.7
Perú <sup>(2)</sup>	1,607	311	5.2
Ecuador <sup>(3)</sup>	1,065	316	3.4

Fuente:

(1) Evaluaciones agropecuarias - EVAS

(2) Direcciones regionales agrarias

(3) Viceministerio de agricultura - MAG

Colombia es el mayor productor y exportador de aguaymanto en el mundo (aproximadamente representa el 90% de la producción mundial).

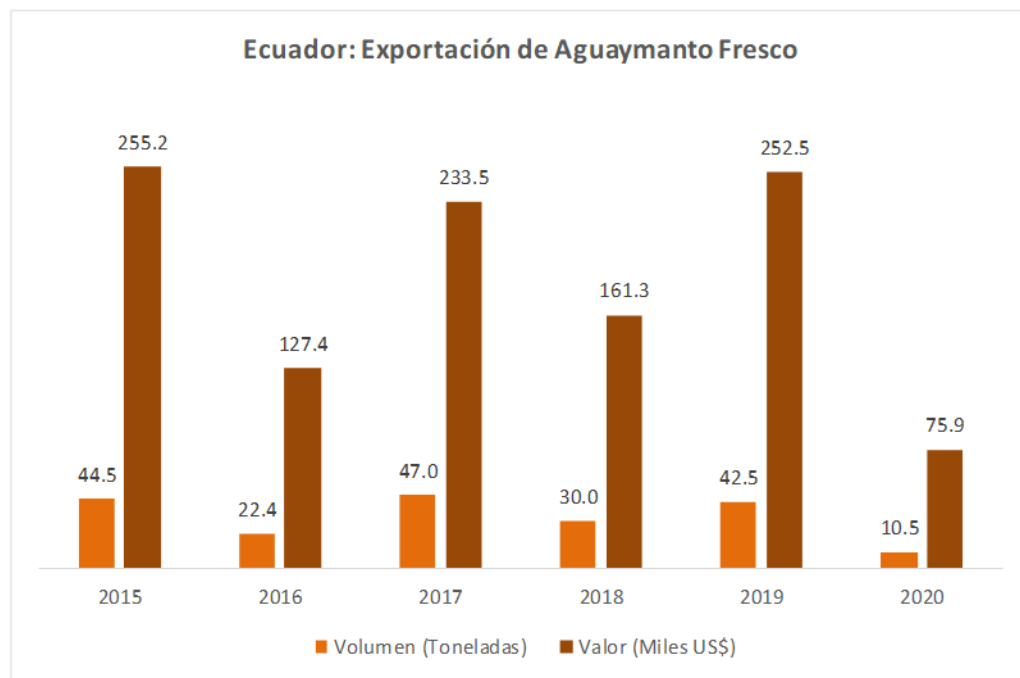
## Exportaciones de Aguaymanto

		2015	2016	2017	2018	2019	2020	%Var. (2015-2019)	Tipo
Colombia	Volumen (Toneladas)	6,017	5,198	6,334	7,271	8,287	7,363	3.4%	100% fresco
	Valor (Miles US\$)	24,954	23,602	27,803	32,423	35,678	32,679	4.6%	
Perú	Volumen (Toneladas)	218	352	373	472	361	288	4.8%	93% deshidr. / 7% fresco
	Valor (Miles US\$)	2,111	3,373	3,567	4,668	3,460	2,659	3.9%	
Ecuador	Volumen (Toneladas)	44	70	189	127	113	99	14.2%	89% deshidr. / 11% fresco
	Valor (Miles US\$)	255	283	1,609	1,166	879	941	24.3%	

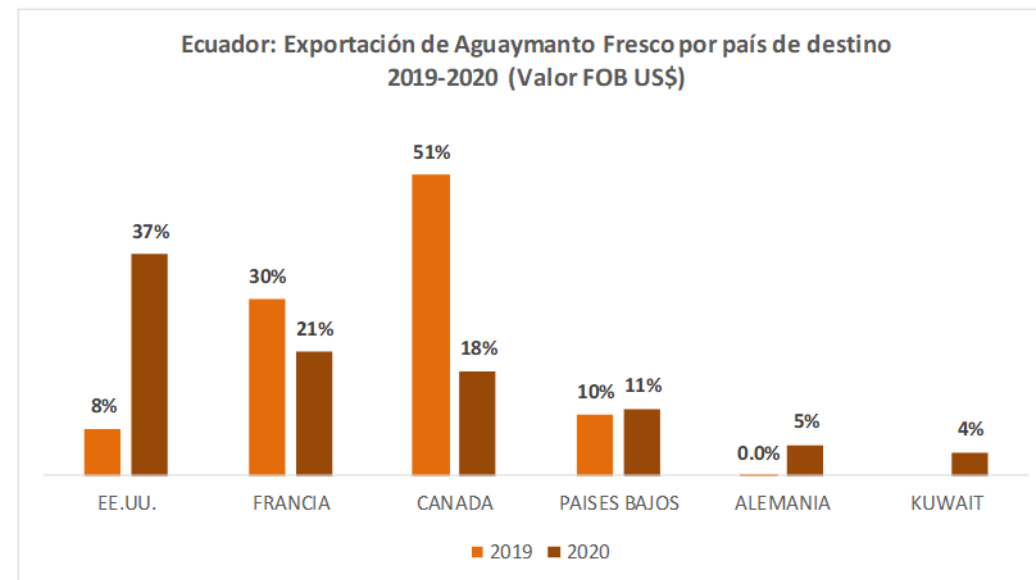
Fuente: Veritrade. Elaboración: UIC-SSE



# Ecuador



Fuente: Veritrade



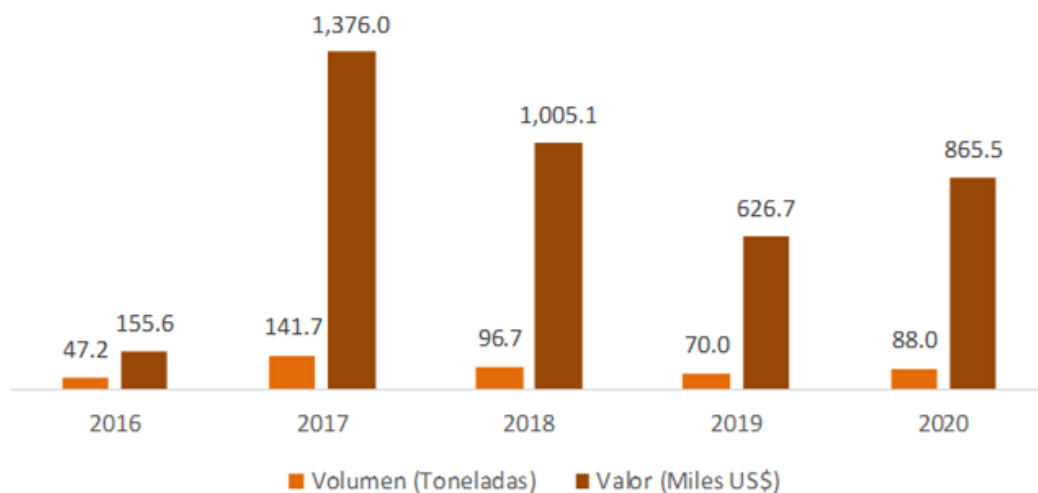
En el 2020, las exportaciones de aguaymanto fresco en Ecuador disminuyeron significativamente, Canadá y los países europeos importaron menos debido a la pandemia Covid-19. Estados Unidos pasó a ser el principal país de destino para esta fruta



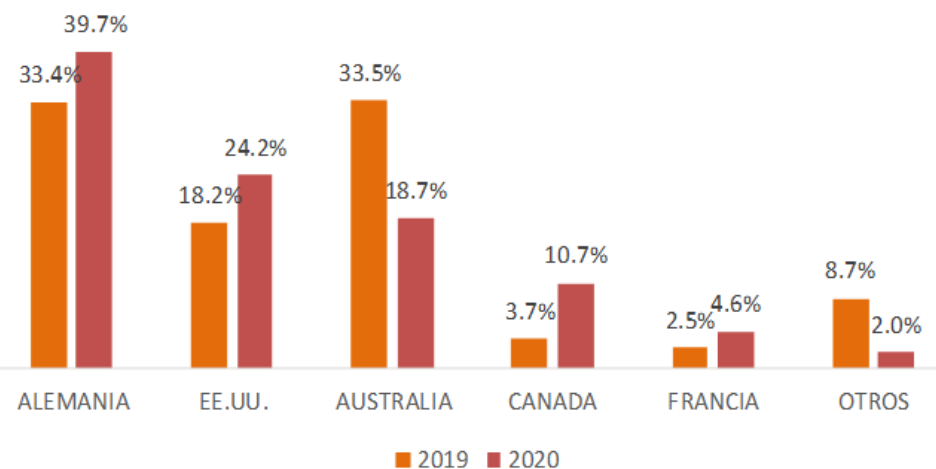


# Ecuador

Ecuador: Exportaciones de Aguaymanto Deshidratado



Ecuador: Exportación de aguaymanto deshidratado por país de destino 2019.2020



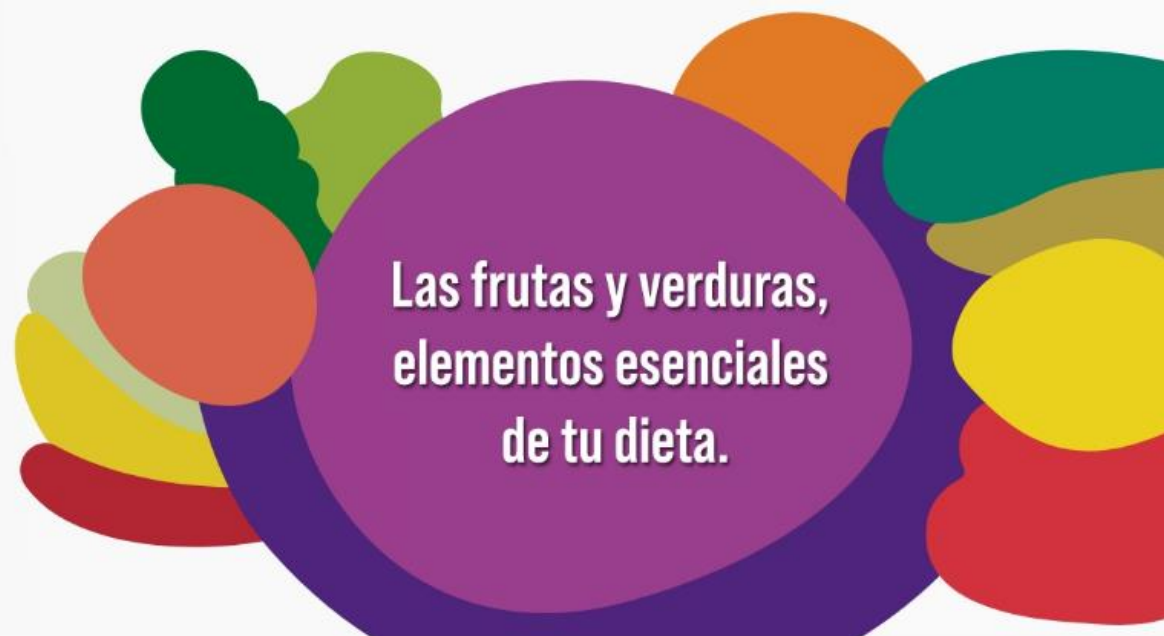
Fuente: Veritrade

Las exportaciones ecuatorianas de aguaymanto deshidratado durante los años 2016 al 2020, han tenido un crecimiento promedio anual del 11% en volumen y 33% en valor, siendo su principal destino Alemania



## Consumo

El 2021 fue declarado por la Asamblea General como el Año Internacional de las Frutas y las Verduras, para promover el aumento del consumo de estos grupos de alimentos, reducir el impacto medioambiental, y fomentar estilos de vida más saludables.



# Principales tendencias

## Tendencia sanitaria:



Los consumidores hoy en día son conscientes de los beneficios de los productos naturales/ saludables.

## Importación de frutos tropicales:



Las importaciones de la Unión Europea en frutas tropicales (frescas o secas), nueces y especias representaron la categoría más grande en el 2019, con un total de 885'930 toneladas.

# Principales tendencias

## Mercados prometedores:



Tendencia de los mercados del noroeste de Europa: Alemania, Holanda y Reino Unido, también como Escandinavia y Suiza por el consumo de frutos secos. Presencia de poblaciones orientadas a la salud y socialmente responsables.

## Alimentos orgánicos:



La pandemia COVID-19 ha tenido un impacto profundo en nuestra vida diaria, así como en la alimentación orgánica. Los consumidores están recurriendo a los alimentos orgánicos a medida que observan más de cerca la salud, el bienestar y la nutrición personales.

# Principales tendencias

## Mercados promisorios



Región de rápido crecimiento atribuido por el rápido aumento de la población, poder adquisitivo, que demanda más productos saludables. Creciente demanda de frutas congeladas en la industria de alimentos y bebidas.



El consumo de alimentos saludables se está expandiendo en el Medio Oriente, por su creciente PBI y número de consumidores conscientes de la salud.



# Recomendaciones



- Necesidad de una actualización de las estadísticas de producción por establecer la real capacidad de oferta de cada región productora.
- Fortalecimiento de las capacidades a las cadenas productivas en las diversas regiones que incluyen al aguaymanto como un cultivo priorizado que ayudará por ejemplo, al desarrollo del plan de acción de sus respectivos planes regionales de exportación (PERX).
- Diseño de planes estratégicos para ayudar a la reconversión productiva de diversos cultivos como la papa al cultivo del aguaymanto, siempre y cuando se evalúe la fenología de la zona y producción del ecotipo.
- Establecer estrategias de penetración hacia diversos nichos de mercado a través de participación en eventos, ferias internacionales, ruedas de negocios y promoción con difusión de recetas y folletos mostrando los beneficios de consumo de este fruto.
- Promover el consumo interno a través de fuertes campañas de marketing en las principales ciudades del país para cambiar los hábitos de consumo, no sólo hacia el aguaymanto sino hacia toda la variedad de frutas tropicales y también los berries.
- Desarrollo de planes de exportación acorde a las necesidades específicas de cada organización, con la finalidad de cumplir con los objetivos meta y cumplir con los requerimientos que exige el mercado externo.