



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



BAMBÚ

SEPTIEMBRE 2025



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



INDICE

1. AGROMERCADO
2. INTRODUCCIÓN
3. PRODUCCIÓN MUNDIAL
4. PRODUCCIÓN NACIONAL
5. COMERCIO EXTERIOR
6. COMERCIO PERUANO
7. OPORTUNIDADES COMERCIALES
8. DESAFÍOS
9. EVENTOS e IMPULSORES MUNDIALES





PERÚ

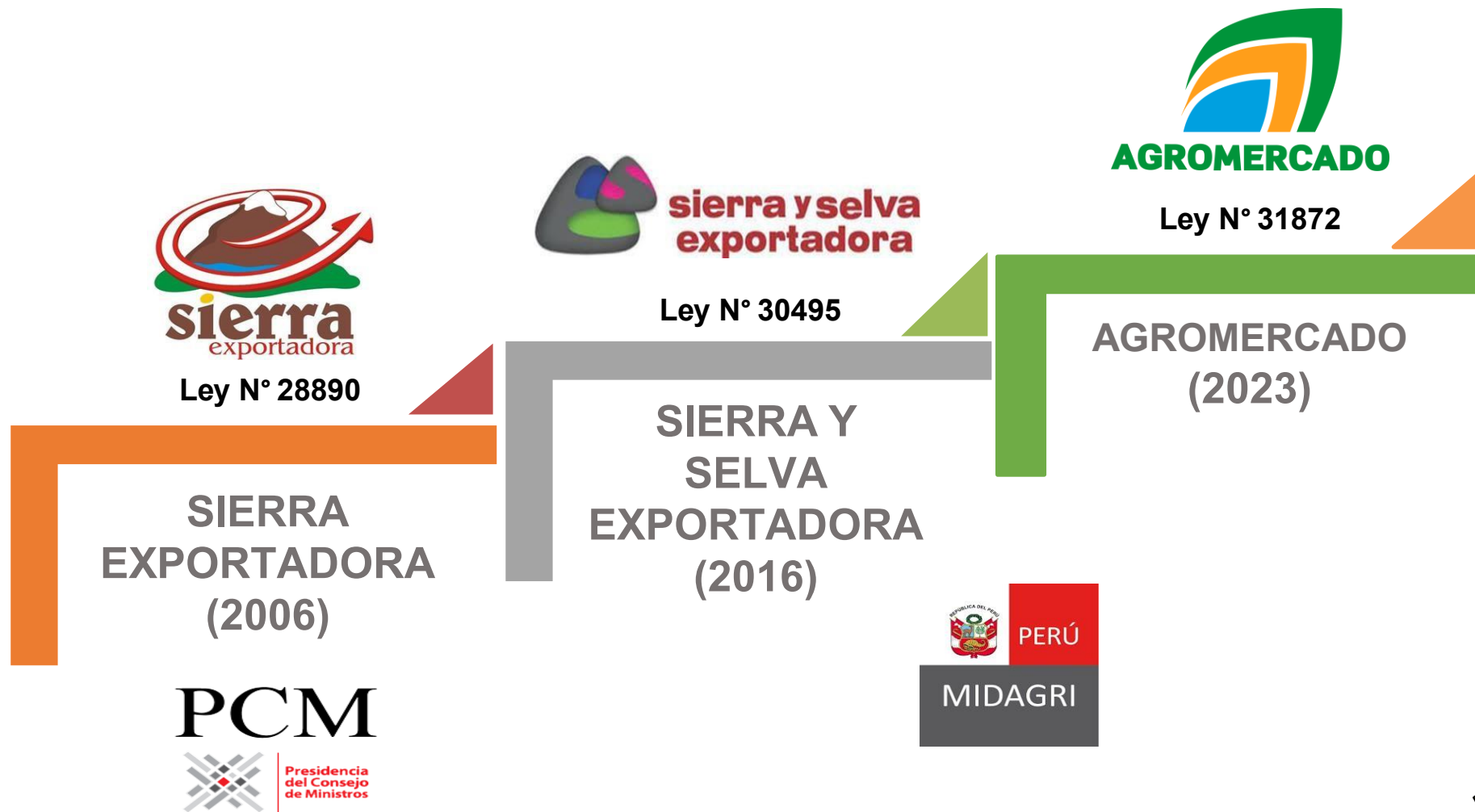
Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



1



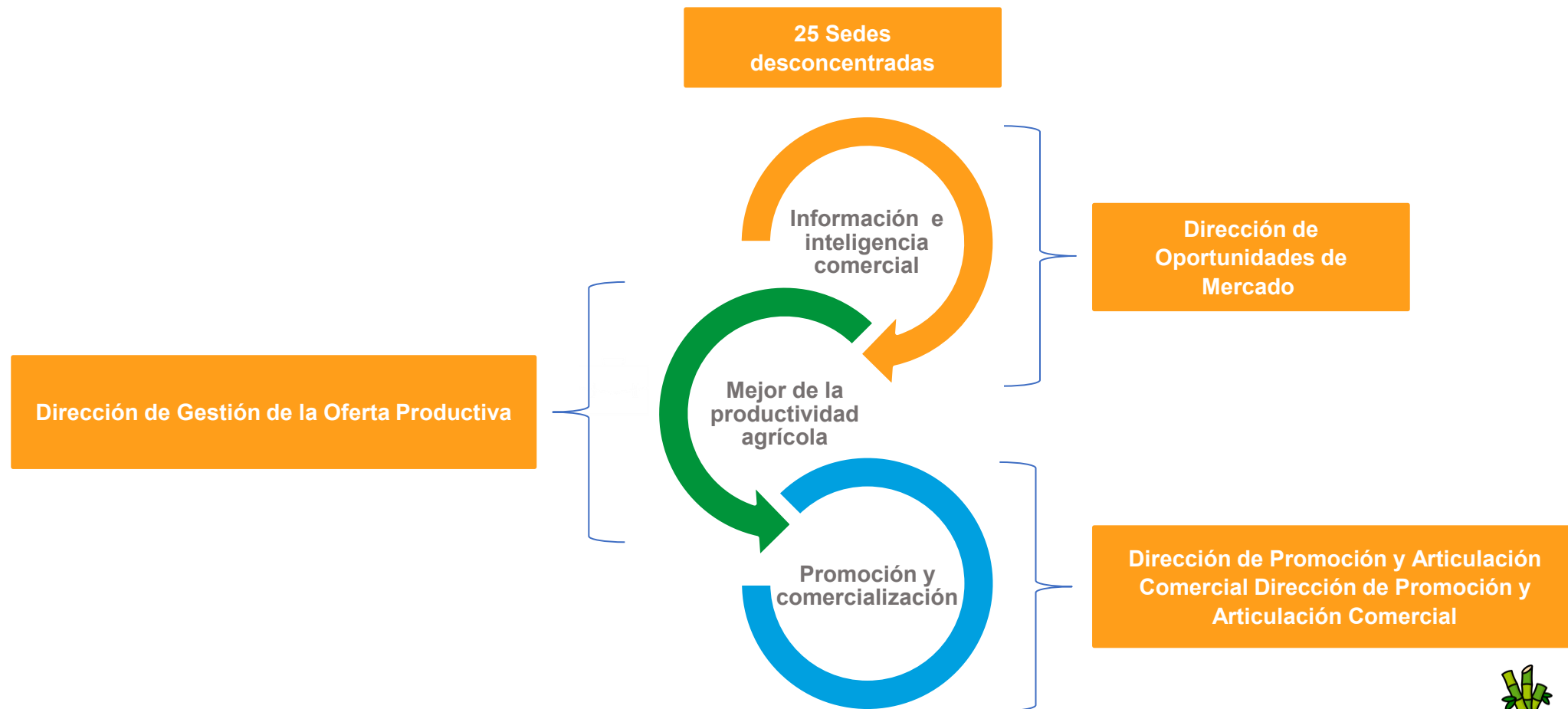
LÍNEA DE TIEMPO



1



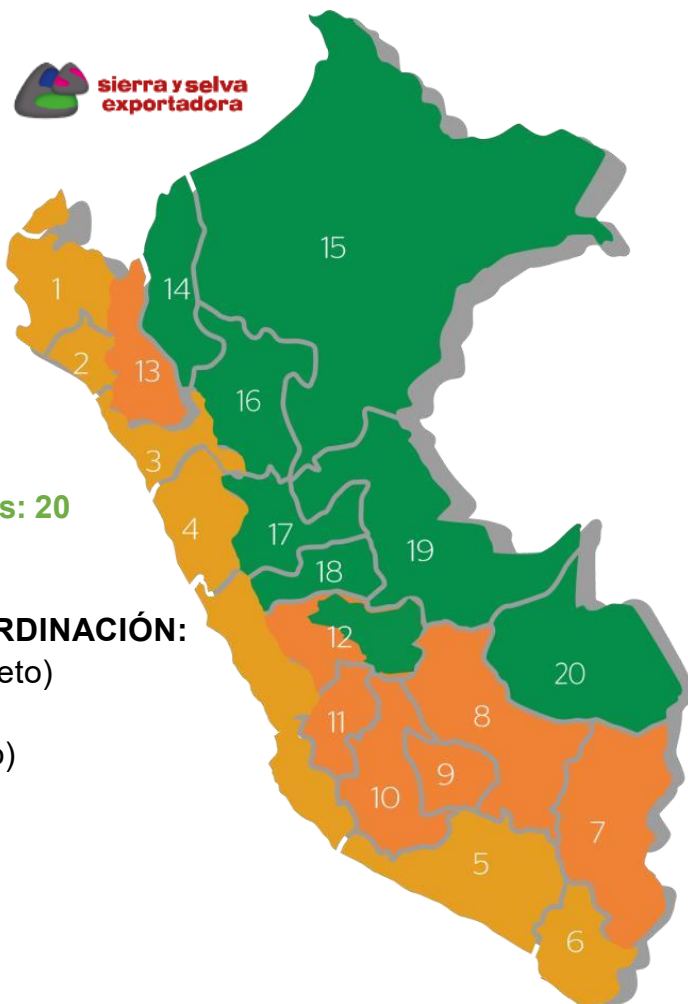
Nueva estructura: 3 direcciones de línea, 25 Sedes desconcentradas



1



MAPA DE INTERVENCIÓN



Sedes desconcentradas: 20
Sede central: 01

03 OFICINAS DE COORDINACIÓN:

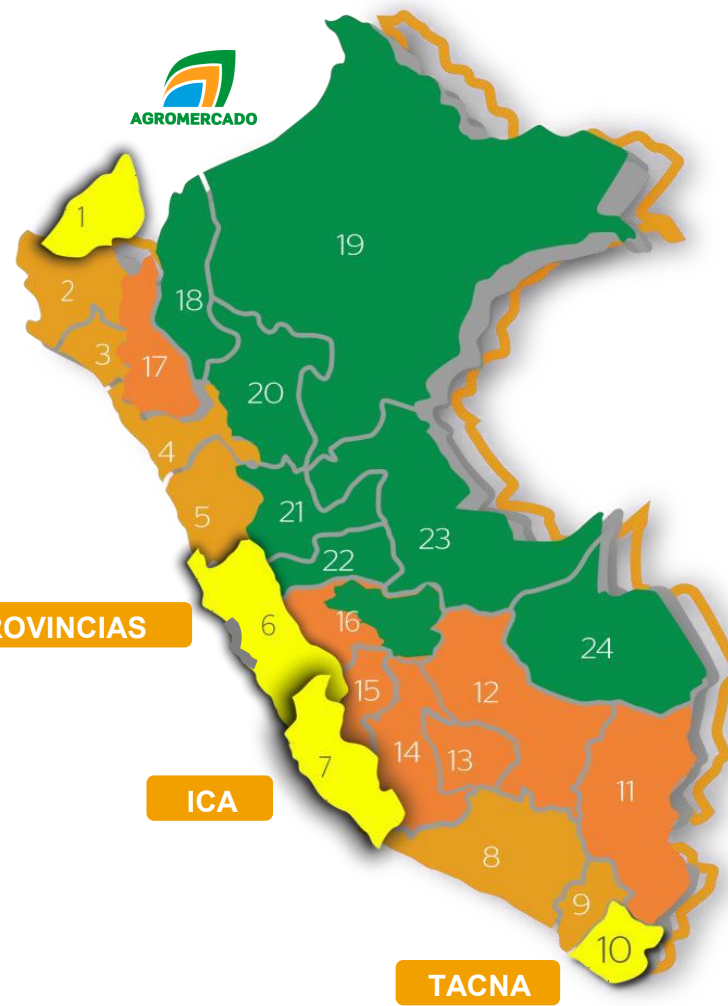
- ✓ Alto Amazonas (Loreto)
- ✓ VRAEM
- ✓ Quillabamba (Cusco)

TUMBES

LIMA PROVINCIAS

ICA

TACNA



Sedes desconcentradas: 24
Sede central: 01

12 OFICINAS DE ENLACE

- ✓ Jaén (Cajamarca)
- ✓ Alto Amazonas (Loreto)
- ✓ Chimbote (Ancash)
- ✓ Cañete (Lima)
- ✓ Huaytará (Huancavelica)
- ✓ Tingo Maria (Huánuco)
- ✓ Paucar de sara (Ayacucho)
- ✓ VRAEM
- ✓ Satipo (Junín)
- ✓ Quillabamba (Cusco)
- ✓ Andahuaylas (Apurímac)
- ✓ Oxapampa (Pasco)



1

PARTICIPACIÓN EN LA ESTRATEGIA DE INTERVENCIÓN DEL MIDAGRI



Productividad y calidad

PROCESO PRODUCTIVO

SENASA PERU

PSI

inia

AGRO RURAL
PROGRAMA DE DESARROLLO PRODUCTIVO AGROARIO RURAL

DGDG

DGDAA



Infraestructura y certificación

GENERACIÓN DE VALOR

SENASA PERU

AGRO IDEAS
Programa de Compensaciones para la Competitividad

FONDO AGRO PERÚ



Articulación y gestión comercial

ACCESO AL MERCADO

AGROMERCADO

Brazo Comercial del MIDAGRI

Primer eslabón de soporte para acceso al mercado

Eventos de promoción comercial - ferias

Articulación con sector privado gobiernos regionales y locales

Aliados: MINCETUR – PROMPERU - PRODUCE – ADEX – SNI - MGP - ONG



1 | NUEVO ENFOQUE





INTRODUCCIÓN

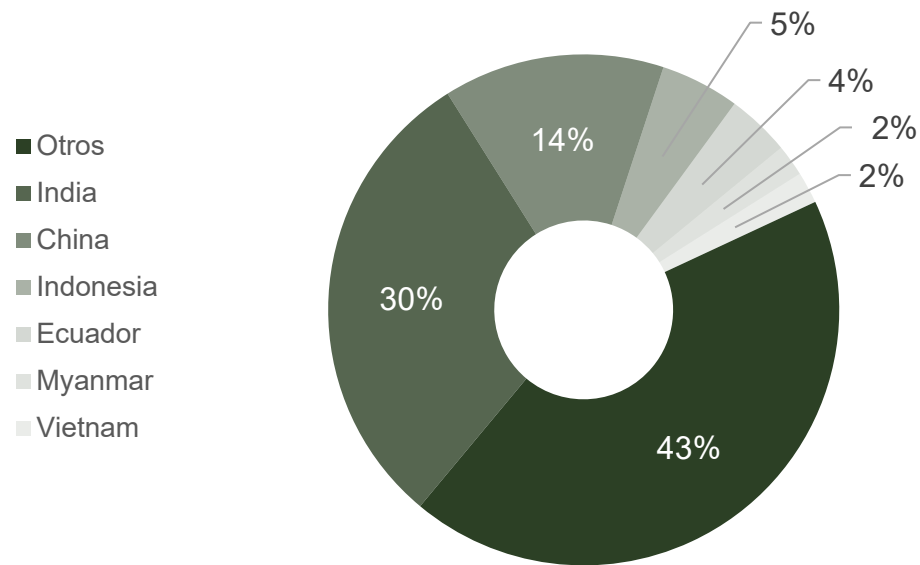
El bambú es una hierba leñosa ancestral con más de **1,600 especies**, ampliamente distribuida en zonas tropicales, subtropicales y templadas. Se encuentra de forma natural en **Asia, África, América Central y del Sur**. El bambú se ha utilizado desde hace mucho tiempo en todo el mundo para la construcción de viviendas, la energía, la pulpa y el papel, la fibra, la artesanía, los utensilios y la alimentación (brotes de bambú).

Este **versátil** producto forestal no maderero (PFNM) también es conocido por su capacidad para **restaurar tierras y paisajes, contribuir a la conservación del suelo y el agua, mejorar la calidad de la tierra**, controlar la erosión y adaptarse a los cambios climáticos. Gracias a sus raíces largas, fibrosas y poco profundas, el bambú se ha descrito como un **"aglutinante del suelo"**. El bambú también aumenta el contenido de carbono, **absorbe grandes cantidades de CO₂** y aporta humus al suelo.

PRODUCCIÓN MUNDIAL

Los datos sobre la producción de bambú no están disponibles a nivel mundial. Los países productores publican algunos datos de producción, ***pero suelen ser incongruentes debido a las diferencias en las unidades de medida y la clasificación de los productos.***

% Hectáreas de Bambú



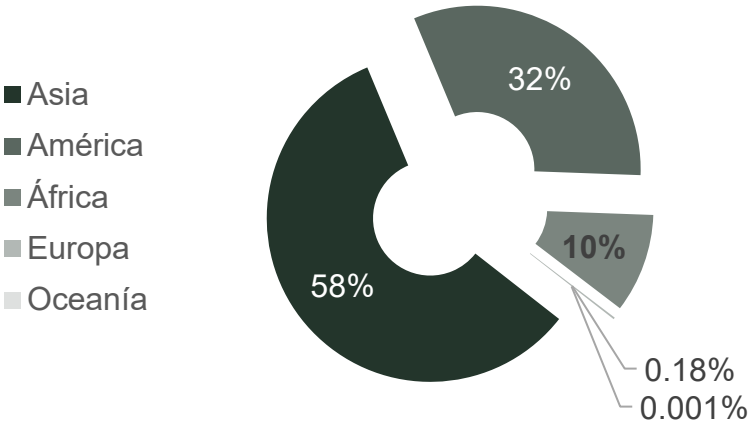
La última evaluación global sobre el bambú data de 2007, cuando la FAO e INBAR publicaron “Recursos Mundiales de Bambú”, un estudio temático elaborado en el marco de la Evaluación de los Recursos Forestales Mundiales 2005.





PRODUCCIÓN MUNDIAL

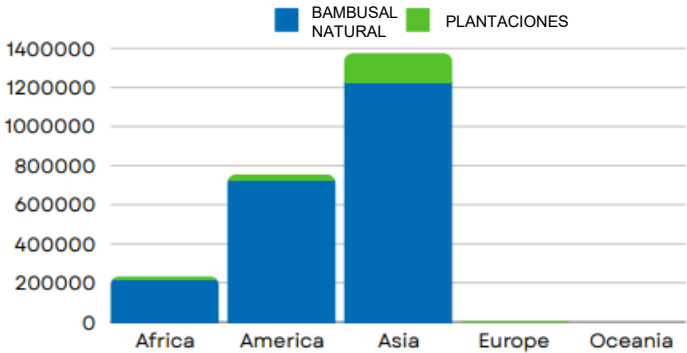
En el informe global 2024 de WORLD BAMBOO, se reportaron 2,366,587.59 ha de plantaciones de bambú, propiedad de 393 propietarios. De este total, 2,164,379.91 ha son plantaciones de bambú de origen natural, gestionadas por 64 propietarios, mientras que 202,207.68 ha son plantadas intencionalmente por 329 propietarios. La distribución por continentes es la siguiente:



Asia	→	1,375,169 hectáreas
América	→	754.722 hectáreas
África	→	232.885 hectáreas
Europa	→	3.773 hectáreas
Oceanía	→	40 hectáreas



77% BAMBUSALES NATURAL
23% PLANTACIONES



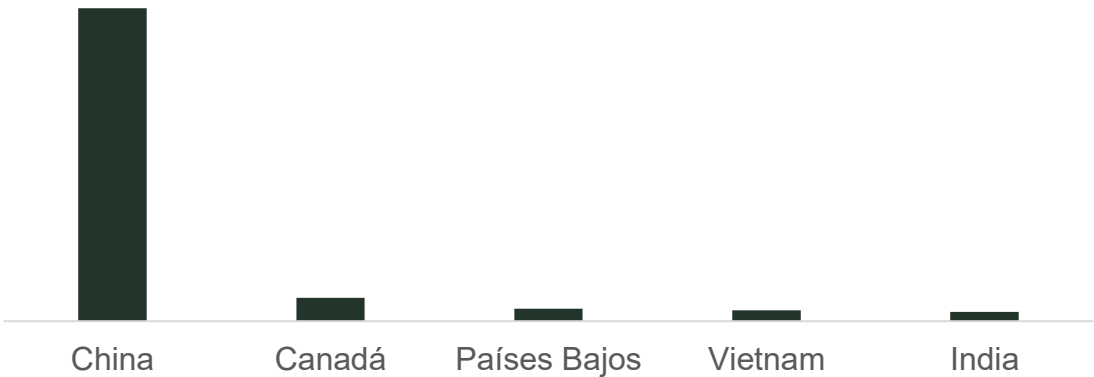
Fuente: WORLD BAMBOO



COMERCIO EXTERIOR

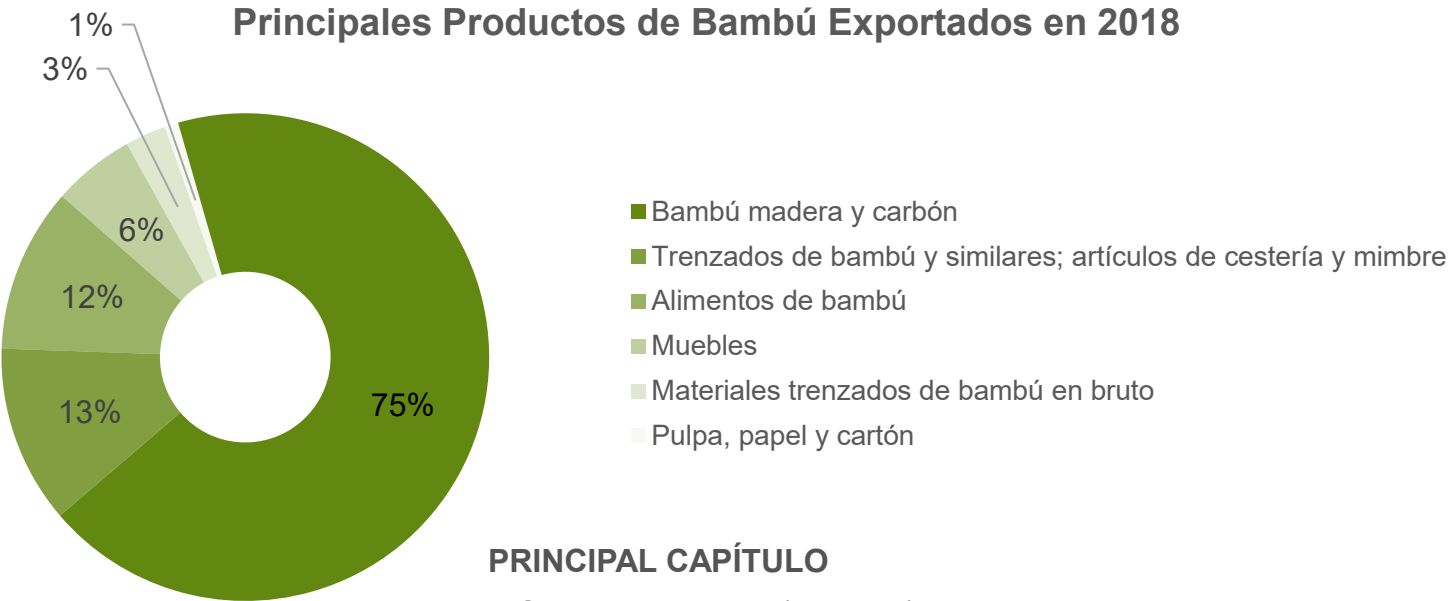
- El valor total de las exportaciones de productos de bambú en **2018** ascendió a **US\$ 2,900 millones a nivel mundial**.
- Los cinco principales exportadores de bambú en **2018** fueron **China** (más de US\$ 2,000 millones), **Canadá** (más de US\$ 150 millones), **Países Bajos** (más de US\$ 80 millones), **Vietnam** (más de US\$ 70 millones) e **India** (más de US\$ 60 millones).
- Los artículos de bambú (**utensilios de cocina, vajilla y otros**) son el tipo de producto de bambú **más comercializado (23%)**, seguidos de los **brotes de bambú (12%)**.

PRINCIPALES EXPORTADORES DE BAMBÚ EN 2018



COMERCIO EXTERIOR

El bambú se comercializa en diversas formas y su clasificación en el comercio internacional se realiza a través del Sistema Armonizado (SA), el cual organiza los productos en categorías claras y objetivas. Esta clasificación se basa en la materia prima, el nivel de procesamiento, la función y la actividad económica, lo que facilita la determinación de aranceles y la recopilación de estadísticas.



PRINCIPAL CAPÍTULO

- 1.Carbón de bambú (4402.10)
- 2.Madera de bambú (4409.21)
- 3.Paneles de bambú (4412.10)
- 4.Artículos de construcción de bambú (4418.73, 4418.91)
- 5.Artículos de mesa y de cocina de bambú (4419.11, 4419.12, 4419.19)
- 6.Otros artículos de bambú (4421.91)





COMERCIO EXTERIOR

PRINCIPALES IMPORTADORES EN 2018



Estados Unidos – US\$ 1,000 millones



Japón – US\$ 300 millones



Francia – US\$ 130 millones



Alemania – US\$ 120 millones

Los cinco principales importadores importan principalmente productos de bambú del capítulo 44, con la excepción de Japón, que también importa una cantidad significativa de brotes de bambú.

OPORTUNIDADES COMERCIALES

Mercado mundial del bambú (productos terminados) – 2024:

US\$ 67,400 millones de dólares

US\$ 102,400 millones de dólares

Usos del bambú (volúmenes comerciales mundiales)

Productos industriales (35%)

Contrachapado, suelos, pulpa, papel, textiles, etc.

Artículos de bambú (23%)

Menaje de cocina, vajilla, muebles, etc.

Brotes de bambú (12%)

Productos alimenticios frescos, enlatados y otros productos alimenticios

Mercado de envases biodegradables (el de mayor crecimiento)

Cartones, botellas, envases de bioplástico, etc.





OPORTUNIDADES COMERCIALES

El bambú se posiciona en los mercados globales como un material sostenible, renovable y resistente. Su rápido crecimiento y bajo impacto ambiental lo hacen ideal frente a la demanda creciente de productos ecológicos y a las regulaciones que buscan reducir las emisiones de CO₂.

Asia-Pacífico lidera el mercado mundial del bambú por su alta producción y consumo, destacando China, India e Indonesia; mientras que Norteamérica y Europa muestran una demanda creciente por la construcción sostenible y materiales ecológicos.

La construcción es el principal motor de la demanda de bambú, por sus ventajas frente a materiales tradicionales, y su uso se expande en textiles, bioenergía y envases, con un mercado global en crecimiento sostenido gracias a la preferencia por opciones ecológicas.

OPORTUNIDADES COMERCIALES

NORTEAMÉRICA



Las prácticas sostenibles y regulaciones gubernamentales, llevan a este mercado adoptar por productos de bambú para el hogar y cuidado personal, textiles de bambú, construcciones ecológicas y la certificación LEED están impulsando esta industria en el mercado Norteamericano.



OPORTUNIDADES COMERCIALES

EUROPA



Las regulaciones ambientales, el marco de economía circular y la creciente preferencia de los consumidores **por sustitutos sostenibles**, productos de belleza y moda sostenibles se hacen presentes en países como Alemania, Francia y el Reino Unido. Existen iniciativas para minimizar los residuos plásticos con productos biodegradables y reciclables de bambú.



OPORTUNIDADES COMERCIALES

ASIA-PACÍFICO



La abundancia de recursos de bambú es el impulsor en esta región, la sostenibilidad, y el aumento de **prácticas más ecológicas por parte del consumidor**, son los principales impulsores. China, India, Japón y Corea del Sur lideran la fabricación gracias a su capacidad tecnológica y productiva, sumándole las intensas investigaciones sobre sus aplicaciones. El aumento de la urbanización, el comercio electrónico como canal de venta ofrece potencialidad para la comercialización para artículos para el hogar, muebles y embalajes. Los proyectos gubernamentales también se suman al crecimiento de la industria de bambú en esta región.



INDIA

Objetivo: Impulsar el cultivo y el uso del bambú en la India para fortalecer la industria, aumentar las superficies de cultivo y mejorar la productividad.

LOS PRINCIPALES DETERMINANTES DEL CRECIMIENTO, LAS TENDENCIAS Y LAS OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Iniciativas de sostenibilidad: el bambú se convierte en un recurso renovable, se posiciona como una alternativa ideal a los materiales no renovables como el plástico, la madera y el metal.

Regulaciones gubernamentales: las crecientes regulaciones que promueven materiales ecológicos y biodegradables están fomentando la adopción del bambú en los sectores de la construcción, el embalaje y los bienes de consumo.

Innovación tecnológica: los avances en los métodos de tratamiento y procesamiento del bambú están mejorando su durabilidad, haciéndolo adecuado para aplicaciones de mayor rendimiento en la construcción y la industria.

Creciente conciencia de los consumidores: los consumidores están optando por productos con conciencia ecológica, especialmente en regiones como Europa y América del Norte, lo que impulsa la demanda de productos de bambú en diferentes sectores, incluidos artículos para el hogar y embalajes.





DESAFÍOS

El mercado del bambú enfrenta limitaciones por los **altos costos de producción, derivados de técnicas de conservación** (oscurecimiento, tratamientos químicos naturales o sintéticos) necesarias para garantizar durabilidad y resistencia a plagas. A esto se suman los **requisitos regulatorios y certificaciones ambientales (como FSC y el Reglamento de la Madera de la UE)**, que incrementan la complejidad y dificultan la competitividad, **obligando a invertir en eficiencia de procesamiento, optimización de la cadena de suministro y tecnologías más económicas.**

En paralelo, persiste un reto de conciencia y percepción del consumidor: aunque el bambú ofrece ventajas ambientales claras, **muchos lo consideran frágil o un material de nicho.** La falta de información y la desconfianza sobre las prácticas de cosecha y sostenibilidad limitan su adopción. Para superar este obstáculo, **las empresas deben apostar por campañas de marketing educativo, etiquetado ecológico e innovación en productos que refuercen la confianza y amplíen su presencia en el mercado.**

EVENTOS

18 de Setiembre
“Dia mundial del Bambú”



WORLD
BAMBOO
CONGRESS



European Bamboo Expo 2025

Presented by
City of Dortmund
Economic Development
Agency



IMPULSORES MUNDIALES



CHOP X ALUE





GRACIAS

