



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

 **AGROMERCADO**

ALGODÓN

PERFIL DE PRODUCTO



DICIEMBRE
2025

ÍNDICE

1.	Introducción, antecedentes y metodología	1
1.1.	Antecedentes del estudio y de la cadena del algodón.....	1
1.2.	Objetivo general y objetivos específicos	1
1.3.	Diseño metodológico y fuentes de información	1
2.	Caracterización de la Oferta Nacional	3
2.1.	Contexto de la cadena de algodón en el Perú.....	3
2.2.	Definiciones técnicas del sector	3
2.3.	Variedades emblemáticas y sus atributos	6
2.3.1.	Algodón Tangüis (Ica)	6
2.3.2.	Algodón Pima (Piura)	7
2.3.3.	Variedades complementarias	8
2.4.	Diagnóstico de la semilla	9
3.	Estructura y Dinámica de la Cadena de Valor	12
3.1.	Mapa Geográfico de la Cadena de Valor	17
3.2.	Canales de Comercialización en el mercado interno	19
3.3.	Canales de Comercialización en el mercado para exportación.....	21
3.4.	Análisis FODA por zonas productoras	22
4.	Análisis Económico y Productivo del Algodón.....	24
4.2.	Rendimientos y Costos de Producción por Región	25
4.3.	Costos Logísticos y de Exportación.....	26
5.	Análisis de la Demanda Nacional.....	28
5.2.	Tendencias de consumo y canales de comercialización	30
5.3.	Consumo aparente y potencial de sustitución de importaciones.....	32
7.	Mercados Potenciales	40
7.1.	Mercados Potenciales para el PIMA.....	40
7.2.	Mercados Potenciales para el Tangüis	40
7.3.	Requerimientos técnicos predominantes	41
7.4.	Variedades y presentaciones.....	42
7.5.	Competencia en el mercado destino	43
7.6.	Tipo de consumidores y tendencias de consumo	44
7.7.	Perfil de potenciales compradores.....	46
7.8.	Requisitos de acceso	47
8.	Plan Estratégico Comercial	49
8.1.	Objetivos.....	49
8.2.	Propuesta de valor	49
8.3.	Estrategia de canal	49
8.4.	Cronograma de implementación.....	50
8.5.	Riesgos, mitigaciones y sostenibilidad del sistema	50
9.	Conclusiones.....	51
10.	Recomendaciones	52
11.	Bibliografía.....	53
	ANEXOS.....	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Perfil Técnico y Comercial del Algodón Tangüis (Ica)	7
Tabla 2: Perfil Técnico y Comercial del Algodón Pima (Piura)	8
Tabla 3: Perfil de Variedades de Algodón Complementarias	9
Tabla 4: Variedades de algodón por origen de semilla	10
Tabla 5: Funciones, roles e iniciativas en la Cadena de Valor del Algodón	15
Tabla 6: Servicios, Indicadores y Dinámica en la Cadena de Valor	16
Tabla 7: Cuellos de botella y Oportunidades de mejora	17
Tabla 8: Hectáreas sembradas por tipo de algodón campaña 2024-2025	25
Tabla 9: Precios de venta por quintal de algodón (S/)	25
Tabla 10: Rendimiento por Hectárea en Quintal promedio 2024	25
Tabla 11: Costo por Hectárea (S/)	26
Tabla 12: Costos Logísticos	26

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1: Zonas de Producción de Algodón en el Perú	19
Gráfica 2: Perú: Total Producción de Algodón (TM) 2020-2024.....	24
Gráfica 3: Perú: Total Producción de Algodón (TM) 2020 – 2024	24
Gráfica 4: Perú Total Importaciones de Algodón (CIF US\$) 2021 – 2024	34
Gráfica 5: Perú Total Importaciones de Algodón (Peso Neto KG.) 2021 – 2024	34
Gráfica 6: Perú Total Exportaciones de Algodón (FOB US\$) 2021 – 2024	35
Gráfica 7: Perú Total Exportaciones de Algodón (Peso Neto KG.) 2021 – 2024	35
Gráfica 8: Perú Exportaciones de Algodón por mercado destino 2020- 2024 (miles de US\$)	36
Gráfica 9: Perú Importaciones de Algodón por mercado de origen 2020- 2024 (miles de US\$)	36
Gráfica 10: Perú: Exportaciones de principales productos de algodón (toneladas)	37
Gráfica 11: Perú: Exportaciones de principales productos de algodón (FOB US\$).....	37
Gráfica 12: Perú: Importaciones de principales productos de algodón (toneladas)	38
Gráfica 13: Perú: Importaciones de principales productos de algodón (FOB US\$)	38

1. Introducción, antecedentes y metodología

1.1. Antecedentes del estudio y de la cadena del algodón

El análisis de la cadena de valor del algodón en el Perú es un servicio estratégico gestionado por AGROMERCADO y ejecutado por Katari Technology bajo la Orden de Servicio N°1100-2025. Este estudio integral busca establecer una línea base sólida que abarque desde el suministro de insumos hasta la exportación, dividiéndose en etapas que analizan la planificación, la oferta nacional y la demanda internacional.

1.2. Objetivo general y objetivos específicos

El objetivo general del diagnóstico de la cadena de valor del algodón en las zonas de Ica y Piura es realizar un análisis integral de la oferta y la demanda, tanto nacional como internacional, de las variedades Pima y Tangüis, así como de sus productos transformados. Este estudio busca generar insumos estratégicos para la toma de decisiones públicas y privadas que permitan fortalecer el posicionamiento de estas fibras, mejorar su articulación con la industria de confecciones y promover un modelo de desarrollo que sea competitivo, sostenible e inclusivo.

En cuanto a los objetivos específicos, el diagnóstico se enfoca en primer lugar en caracterizar la producción nacional, identificando a los actores clave, la estructura funcional del sistema y los factores que condicionan la competitividad de las variedades en sus respectivas regiones. Esto incluye el análisis de los cuellos de botella que limitan la productividad, desde la provisión de semillas hasta los procesos de desmote y comercialización final. Asimismo, se busca detallar la oferta nacional de fibra e hilado, considerando variables como el volumen, la estacionalidad, la calidad y las capacidades productivas de los departamentos de Ica y Piura.

Finalmente, el diagnóstico tiene como objetivo desarrollar un plan estratégico comercial que abarque tanto el mercado nacional como el de exportación. Este plan busca consolidar el mercado interno mediante la sustitución eficiente de importaciones y el fortalecimiento de los encadenamientos entre productores e industria, mientras se promueve una expansión exportadora selectiva hacia nichos de alto valor. Para lograrlo, se propone la creación de una narrativa de marca país y la adopción de certificaciones de sostenibilidad y trazabilidad que diferencien al algodón peruano frente a sus competidores globales.

1.3. Diseño metodológico y fuentes de información

El diseño metodológico de este diagnóstico se fundamenta en un enfoque mixto, secuencial y comparativo, que integra el análisis cuantitativo y cualitativo para evaluar la cadena de valor del algodón con énfasis en la demanda y el posicionamiento competitivo. Este diseño adopta una perspectiva de cadena de valor, permitiendo analizar el mercado desde dos dimensiones: la demanda directa de fibra por parte de la industria transformadora y la demanda indirecta reflejada en el consumo de productos textiles finales que utilizan el algodón Pima y Tangüis como insumo diferenciador. El proceso se estructura en tres componentes interrelacionados: un análisis organizativo, un componente técnico-metodológico basado en información secundaria y un componente participativo para la validación en campo.

Para la priorización de mercados internacionales, la metodología emplea un análisis multicriterio (MCDM) sistemático que combina variables estratégicas ponderadas. Este proceso se desarrolla en fases que van desde la preselección mediante filtros cuantitativos (volumen de importación, crecimiento y acceso) hasta la aplicación de una matriz de ponderación diferenciada según la variedad. Para el algodón Pima, se priorizan criterios de valor y nichos premium (30%), mientras que para el Tangüis se otorga mayor relevancia al volumen industrial y acceso logístico (30%). Este rigor analítico se complementa con herramientas como el análisis PESTEL y el benchmarking competitivo frente a grandes productores globales como India, Estados Unidos y Egipto.

En cuanto a las fuentes de información secundaria, el estudio se nutre de plataformas nacionales e internacionales especializadas para caracterizar el comercio y la normativa. A nivel internacional, se utilizan bases de datos como ITC Trade Map, UN Comtrade y FAOSTAT para analizar flujos comerciales, precios unitarios y tendencias de consumo. Para el contexto nacional, se recurre a estadísticas oficiales del MIDAGRI (SIEA), SUNAT, INEI, BCRP y PROMPERÚ, así como a informes técnicos previos y anuarios estadísticos que permiten reconstruir la evolución de la producción, las importaciones de sustitución y el desempeño de la industria textil-confecciones.

Finalmente, el levantamiento de fuentes primarias es fundamental para validar y enriquecer los hallazgos cuantitativos mediante el contacto directo con la realidad del sector. La metodología incluye la realización de entrevistas semiestructuradas y encuestas de campo en las regiones de Ica y Piura, dirigidas a una muestra mínima de 25 actores clave. Este grupo de informantes abarca desde organizaciones de pequeños y medianos productores (como COSTACH o APAI) hasta empresas líderes de la industria (como Creditex, Topy Top y Textiles Camones), gremios empresariales (SNI, ADEX) y entidades públicas, asegurando una visión equilibrada de todos los eslabones de la cadena.

2. Caracterización de la Oferta Nacional

2.1. Contexto de la cadena de algodón en el Perú

El algodón peruano constituye un insumo estratégico para la industria textil y de confecciones, destacándose no solo por su relevancia económica sino también por su capacidad de generar encadenamientos productivos de alto valor agregado. Este cultivo posee una relevancia histórica y estratégica en el país, al articular a diversos actores que van desde los productores primarios hasta los confeccionistas, impulsando así la industria manufacturera nacional. Actualmente, la cadena de valor integra a más de 8,000 pequeños agricultores familiares que poseen áreas menores a 10 hectáreas, localizados principalmente en los valles costeros.

Desde una perspectiva social, esta actividad es un motor de desarrollo rural que genera aproximadamente 40,000 puestos de trabajo directos en su etapa de cultivo. La producción se concentra geográficamente en departamentos clave: Ica lidera con el 38% de la participación, seguida por Piura con un 16% y Lima con un 9.9%. No obstante, a pesar de este peso social, el sector enfrenta desafíos críticos de competitividad, escala y sostenibilidad que han provocado una caída sostenida de la superficie sembrada en los últimos años.

El Perú se diferencia en el mercado global gracias a dos variedades emblemáticas del género *Gossypium* barbadense con atributos únicos: el algodón Pima y el algodón Tangüis. El Tangüis, predominante en la costa central y sur (Ica, Chincha y Pisco), es una fibra larga y resistente, altamente valorada para la industria textil nacional, especialmente en la elaboración de prendas de uso intensivo, ropa interior y textiles para el hogar. Por su parte, el Pima, cultivado en Piura, es reconocido mundialmente como una de las mejores fibras extralargas por su finura, brillo y suavidad, destinándose principalmente a confecciones premium para mercados de exportación exigentes.

En conjunto, estas variedades permiten al país diferenciarse de los algodones estándar importados, siempre que se garantice la consistencia técnica y la calidad demandada por la industria transformadora. El algodón peruano no solo proporciona fibra, sino que genera subproductos con valor económico, como la semilla para aceite vegetal y alimento ganadero, lo que maximiza la eficiencia de la cadena. En última instancia, el fortalecimiento de este contexto busca capturar un mayor valor a través de la trazabilidad, la sostenibilidad y el reconocimiento de origen en el mercado global.

Para comprender mejor su importancia, la cadena del algodón puede compararse con un tejido social y económico: las variedades Pima y Tangüis son los hilos de oro que dan prestigio y resistencia a la manta, mientras que los miles de pequeños agricultores son las manos que sostienen el telar para evitar que la tradición y la industria se desvanezcan.

2.2. Definiciones técnicas del sector

Con fines de mayor entendimiento sobre la producción del algodón, se presentan las siguientes definiciones:

Algodón en rama

Fibra de algodón tal como se obtiene directamente del campo después de la cosecha. Incluye cáscaras, semillas, restos vegetales y otras impurezas. Es el insumo que ingresa a la planta de desmotado.

Algodón crudo (o algodón fibra)

Fibra resultante después del proceso de desmotado, donde se separan las semillas e impurezas. Es la fibra ya limpia, lista para clasificar, empacar y enviar a las hilanderías.

Algodón semilla

Semilla resultante del proceso de desmotado. Una parte puede utilizarse para siembra (si cumple estándares), otra para extracción de aceite, torta o alimento para ganado.

Acude (o “rendimiento de fibra”)

Porcentaje de fibra obtenida respecto al peso del algodón en rama. Es un indicador clave de eficiencia del cultivo y de la calidad genética de la variedad. Ejemplo: un acude de 38% significa que de 100 kg de algodón en rama se obtienen 38 kg de fibra.

Desmotado

Proceso industrial mediante el cual se separan las fibras del algodón de las semillas y las impurezas. Se realiza en plantas desmotadoras.

Desmotadora

Instalación industrial donde se procesa el algodón en rama para convertirlo en fibra limpia y semilla.

Clasificación de fibra

Proceso de evaluación de la fibra para determinar parámetros como longitud, micronaire, resistencia, color y uniformidad. Define el valor comercial de la fibra.

Micronaire

Índice que mide la finura y madurez de la fibra. Muy utilizado en el comercio de algodón; valores fuera del rango óptimo penalizan el precio.

Longitud de fibra (o staple)

Longitud promedio de las fibras individuales. En el Perú destacan fibras largas (Tangüis) y extra largas (Pima).

Fibra larga

Categoría de fibras con longitud superior a 1 1/8 pulgadas. En el Perú corresponde principalmente al algodón Tangüis.

Fibra extralarga

Fibras superiores a 1 3/8 pulgadas. En el Perú corresponde al algodón Pima.

Semilla certificada

Semilla producida bajo estándares técnicos oficiales que aseguran pureza varietal, germinación y sanidad. Es clave para la productividad y calidad del algodón.

Recirculación de semillas

Práctica informal donde los agricultores guardan semilla de su propia cosecha para resembrar. A corto plazo reduce costos, pero deteriora las características de la variedad y disminuye el rendimiento y la calidad.

Manejo agronómico

Conjunto de prácticas de cultivo que incluyen preparación del suelo, fertilización, riego, control de plagas y cosecha.

Pudrición de cápsulas

Enfermedad que afecta los frutos del algodón debido a hongos u otros patógenos, disminuyendo el rendimiento.

Cosecha manual

Método tradicional predominante en muchas zonas del Perú. Permite obtener una fibra más limpia, pero es más costosa y depende de disponibilidad de mano de obra.

Cosecha mecanizada

Uso de máquinas cosechadoras. Más eficiente y rápida, pero requiere grandes extensiones y variedades adaptadas.

Contaminación de la fibra

Presencia de elementos extraños en la fibra (plásticos, hojas, hilachas, tierra, etc.). Afecta el precio y la reputación del origen.

Rendimiento por hectárea

Cantidad de algodón en rama producida por unidad de superficie. Es un indicador clave de productividad del cultivo.

Hilandería

Industria donde se transforma la fibra de algodón en hilos de distintos títulos (grosos). Es uno de los principales compradores de fibra en el país. En el Perú hay 12 empresas de hilandería de algodón.

Tejeduría

La transformación de hilados de algodón en tejidos, como tejidos de punto y tejidos planos. En el Perú hay 2,100 empresas de tejedurías punto y plano aproximadamente

Confección

Es la operación de ensamblar, en base a tipos de costura, los tejidos en prendas de vestir, ropas diversas y otros. En el Perú hay aproximadamente 30,000 empresas de confecciones.

Subproductos del algodón

Incluyen: aceite, torta, harina, cascarilla y residuos fibrosos. Tienen múltiples usos en alimentos, industria y ganadería.

Quintal

Unidad de medida tradicional utilizada en el comercio agrícola. En el caso del algodón en el Perú, 1 quintal equivale a 46 kg. Se emplea para transar tanto algodón en rama como fibra, y es una referencia habitual en precios, costos de producción y rendimientos.

Las principales variedades comerciales cultivadas en el país son:

Algodón Tangüis (Gossypium barbadense)

Fibra larga, sedosa y resistente. Se cultiva predominantemente en la costa central y sur, especialmente en Ica, Chincha y Pisco. Su fibra se utiliza en la elaboración de prendas de alta calidad, tejidos finos y ropa interior.

Algodón Pima (Gossypium barbadense var. Pima)

Variedad de fibra extralarga y de altísima calidad, reconocida internacionalmente. Su producción se concentra en el valle del Bajo Piura. Se emplea en confecciones premium, exportadas a mercados exigentes de Estados Unidos, Europa y Asia.

Otras variedades locales e híbridas, como IPA 59, Hazera, Del Cerro

Utilizadas en menor escala, especialmente en pequeños lotes de producción orientados al mercado local.

2.3. Variedades emblemáticas y sus atributos

2.3.1. Algodón Tangüis (Ica)

El algodón Tangüis, perteneciente a la especie *Gossypium barbadense*, es la variedad emblemática y predominante en la costa central y sur del Perú, con una producción concentrada en los valles de Ica, Chincha y Pisco. Esta fibra se distingue por ser larga, sedosa y altamente resistente, lo que le otorga una relevancia estratégica tanto económica como social al impulsar la industria manufacturera nacional. En la zona sur, el Tangüis constituye el principal cultivo algodónero, beneficiándose de un clima árido y estable que permite obtener fibras de alta calidad y uniformidad.

Desde una perspectiva técnica, los atributos del algodón Tangüis están diseñados para un óptimo desempeño industrial. Su longitud de fibra se sitúa generalmente entre los 28 y 34 mm, lo que lo categoriza técnicamente como una fibra larga. Presenta una resistencia igual o superior a los 30 g/tex y un índice de micronaire (indicador de finura y madurez) de 4.5 a 5.0. Su color característico es un blanco cremoso homogéneo, y la fibra es reconocida por su excelente capacidad de absorción y transpirabilidad, cualidades que la convierten en la materia prima predilecta para la industria textil.

En cuanto a sus usos y aplicaciones, la versatilidad del Tangüis permite su empleo en diversos segmentos del mercado nacional e internacional. Es el insumo fundamental para la elaboración de prendas de vestir de gama media y alta, tales como ropa casual, polos, camisas y ropa interior. Asimismo, mantiene una posición líder en la fabricación de textiles para el hogar, incluyendo toallas y sábanas, debido a su resistencia mecánica y estabilidad del hilado. Su durabilidad lo hace ideal para prendas de uso intensivo y para ser mezclado con fibras sintéticas en procesos industriales.

La demanda de esta variedad en el mercado interno es robusta, requiriendo anualmente entre 2,000 y 2,500 toneladas métricas para la industria textil local. Este algodón alimenta principalmente a los polos de confección en Lima y al emporio comercial de Gamarra, orientándose a un consumidor que prioriza la resistencia y el rendimiento industrial. Para garantizar su competitividad, los compradores exigen estándares de pureza del 95% y un control estricto de humedad (menor al 10%) para preservar la integridad de la fibra durante su distribución.

A continuación, se presenta un cuadro resumen con las especificaciones técnicas y los requerimientos de mercado para el algodón Tangüis producido en la zona de Ica:

Tabla 1: Perfil Técnico y Comercial del Algodón Tangüis (Ica)

Atributo / Variable	Especificación Técnica	Observaciones de Mercado
Variedad	Gossypium barbadense (Tangüis)	Fibra larga y sedosa.
Longitud de Fibra	28 – 34 mm	Ideal para hilados medios y textiles resistentes.
Resistencia	$\geq 30\text{g/tex}$	Alta durabilidad en prendas de uso intensivo.
Micronaire	4.5 – 5.0	Rango medio, compatible con mezclas sintéticas.
Color	Blanco cremosos homogéneo	Muy resistente al proceso de blanqueo y teñido.
Pureza	95% libre de impurezas	Exige procesos de desmotado con control de limpieza.
Principales Usos	Ropa casual, polos, sábanas y toallas	Orientado al consumo masivo de calidad media.
Precio referencial	S/ 200 – S/ 250 (convencional)	Por quintal de 46 kg (en mercado nacional)
Certificaciones	Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)	Creciente interés en certificación BCI y Orgánica.

Fuente: Elaboración propia

2.3.2. Algodón Pima (Piura)

El algodón Pima (*Gossypium barbadense* var. Pima) es una variedad de fibra extralarga de altísima calidad, reconocida internacionalmente como uno de los mejores algodones del mundo por su finura, brillo y suavidad extrema. En el Perú, su producción se concentra estratégicamente en el departamento de Piura, específicamente en los valles del Bajo y Medio Piura y San Lorenzo, donde las condiciones agroclimáticas de clima semiárido cálido son óptimas para su desarrollo. Debido a sus atributos superiores, esta fibra se considera un activo estratégico para el posicionamiento de la oferta peruana en segmentos premium y de lujo a nivel global.

Técnicamente, el Pima peruano destaca por una longitud de fibra excepcional que oscila entre los 35 y 42 mm, lo que permite la creación de hilados muy finos y resistentes. Posee una resistencia mecánica superior o igual a los 40 g/tex y un índice de micronaire (finura) controlado entre 3.3 y 4.0, lo que garantiza un tacto sedoso y una uniformidad crítica para la industria de alta moda. Su color es un blanco brillante característico, libre de manchas, lo que facilita procesos de teñido de alta fidelidad y le otorga una ventaja competitiva frente a otras fibras extralargas (ELS) como el Pima estadounidense o el Giza egipcio.

La demanda nacional de esta variedad es impulsada principalmente por hilanderías y textilerías especializadas que requieren entre 1,200 y 1,500 toneladas métricas anuales, sumadas a los fabricantes de prendas premium que demandan hasta 500 toneladas adicionales. Existe una proyección de crecimiento del 5% anual, sustentada en la tendencia global hacia la moda sostenible y el incremento de las exportaciones de prendas de alta gama. Los segmentos prioritarios para el Pima

incluyen la ropa para bebés y niños, camisería de lujo, lencería fina y textiles de hogar de alta gama, donde el confort y la durabilidad post-lavado son requisitos indispensables.

En el ámbito internacional, el algodón Pima peruano tiene como destinos prioritarios a Italia, Japón y Estados Unidos, mercados que valoran la trazabilidad, las certificaciones de sostenibilidad (como GOTS y BCI) y el relato de origen. Para competir eficazmente, los productores y exportadores deben cumplir con estándares de pureza del 98% y un control de humedad estricto (menor al 8-10%) para preservar la integridad de la fibra durante su transporte hacia los hubs logísticos de Lima y el puerto de Paita.

A continuación, se presenta el perfil técnico y comercial detallado para el algodón Pima producido en la región de Piura:

Tabla 2: Perfil Técnico y Comercial del Algodón Pima (Piura)

Atributo / Variable	Especificación Técnica	Observaciones de Mercado
Variedad	Gossypium barbadense var. Pima	Fibra extralarga (ELS) de calidad premium.
Longitud de Fibra	35 – 42 mm	Ideal para hilatura fina y ultrafina.
Resistencia	>= 40g/tex	Muy alta tenacidad y durabilidad.
Micronaire	3.3 – 4.0	Indicador de alta finura y suavidad extrema.
Color	Blanco brillante y limpio	Excelente percepción de lujo y brillo natural.
Pureza	98% libre de impurezas	Exigencia crítica para evitar contaminación en hilos finos.
Principales Usos	Camisería fina, ropa de bebé, lencería y moda premium	Orientado a nichos de alto valor y marcas de lujo.
Precio referencial	S/ 280 – S/ 320 (convencional)	Por quintal de 46 kg (puede llegar a S/ 400 si es orgánico)
Certificaciones	GOTS, USDA ORganic, BCI, Fair Trade	Requisitos clave para acceder a Europa y Japón.

Fuente: Elaboración propia

2.3.3. Variedades complementarias

Para completar el análisis de las variedades de algodón en el Perú, existen las variedades complementarias e híbridas, como el IPA 59, Hazera y el algodón Nativo. Estas fibras, aunque se cultivan a una escala menor que el Pima o el Tangüis, cumplen un rol fundamental en la diversificación de la oferta, la mejora de los rendimientos industriales y el abastecimiento de nichos de mercado específicos, tanto artesanales como de confección masiva.

La variedad IPA 59 destaca como una de las opciones más rentables para el agricultor debido a su alto rendimiento productivo, alcanzando un promedio de 100 quintales por hectárea (qq/ha), superando al Tangüis y al Hazera. Su producción se distribuye estratégicamente entre Piura, donde ocupa unas 1,000 hectáreas, y los valles de Ica, Pisco y Chíncha. Técnicamente, ofrece una fibra de longitud media apta para tejidos gruesos y mezclas industriales, siendo un insumo clave para la confección local que busca eficiencia en costos sin sacrificar la resistencia.

Por otro lado, la variedad Hazera es una semilla de origen importado (principalmente de Israel y EE. UU.) que se ha consolidado como un sustituto eficiente del Tangüis en las zonas de la costa central y sur. Con un rendimiento de 80 qq/ha, se cultiva principalmente en Ica y Pisco, aunque tiene presencia en casi todas las regiones algodoneras. Al igual que el IPA 59, se valora por su uniformidad y potencial para mezclas industriales, permitiendo a las hilanderías mantener una oferta constante de hilados para el consumo interno.

Finalmente, el algodón Nativo representa el patrimonio histórico y genético del país. Se caracteriza por sus colores naturales y se destina primordialmente a la elaboración de textiles rústicos y artesanías. A diferencia de las variedades industriales, su producción es marginal —apenas unas 20 hectáreas reportadas en Piura— y enfrenta desafíos como una baja productividad y calidad irregular. No obstante, su valor reside en su nicho ecológico y su relevancia para la identidad cultural de las comunidades tejedoras.

A continuación, se presenta un cuadro comparativo de estas variedades complementarias presentes en las zonas de estudio:

Tabla 3: Perfil de Variedades de Algodón Complementarias

Variedad	Origen de la semilla	Rendimiento promedio (qq/ha)	Uso Predominante	Zonas de cultivo
IPA 59	Nacional / mejorada	100	Confección local y exportación; hilados medios.	Piura (Bajo Piura), Ica, Pisco y Chincha
Hazera	Importada (EE. UU.)	80	Mezclas industriales; sustitución de Tangüis.	Pisco, Ica, Chincha y Lambayeque
Nativo	Nacional	Bajo / regular	Textiles rústicos y artesanías de nicho.	Piura
Del Cerro	Nacional	Datos variables	Confección local y mezclas.	Lambayeque y Piura

Fuente: Elaboración propia, MIDAGRI

2.4. Diagnóstico de la semilla

La semilla es un insumo clave para asegurar buenos rendimientos y una fibra de calidad. Sin embargo, en las zonas algodoneras de Ica y Piura persisten desafíos estructurales que afectan la productividad del cultivo:

Escasa disponibilidad de semillas certificadas

La escasez de semillas certificadas se debe a la suspensión de los programas de certificación por parte del Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) de Perú, lo que imposibilita garantizar la calidad física, genética, sanitaria y fisiológica de las semillas de algodón Pima y Tangüis. Esto resulta en la oferta de semillas de dudosa procedencia que no han pasado los controles oficiales, perdiendo la garantía de calidad y la etiqueta de certificación, lo que puede llevar a que los agricultores adquieran insumos de baja calidad como mezclas de variedades, plantas enfermas o malezas. La articulación débil entre instituciones públicas y privadas agrava el problema.

Uso generalizado de semillas recicladas

Muchos agricultores utilizan semilla de sus propias cosechas anteriores. Esta práctica reduce la pureza genética de la variedad, disminuye el rendimiento y genera una fibra menos homogénea.

Factor cultural

Esta práctica, común entre agricultores con pequeñas áreas (1 a 5 hectáreas), es una estrategia de arraigo cultural y autosuficiencia. Asegura la continuidad del cultivo a largo plazo, a menudo mediante la selección de las mejores semillas de la cosecha anterior. Este enfoque tradicional no solo reduce la dependencia de insumos externos y costosos, sino que también preserva variedades locales adaptadas a condiciones específicas del suelo y clima, transmitiendo conocimientos agrícolas valiosos de una generación a otra.

Factor económico

El uso de subproductos del algodón es fundamental para la viabilidad económica de los pequeños agricultores. Generar ingresos adicionales a partir de la pepa de algodón (utilizada en la industria alimentaria para aceite) y la torta de semilla de algodón (alimento para ganado rico en proteínas o fertilizante) diversifica las fuentes de ingresos y mejora la eficiencia de toda la cadena de producción. Este enfoque integral maximiza el valor de cada cosecha, fortaleciendo la economía familiar.

Insuficiente investigación aplicada

La investigación varietal es limitada. Existen pocos programas sostenidos de mejoramiento genético, de desarrollo de variedades resistentes a plagas como el picudo del algodón o de materiales adaptados al estrés hídrico y al cambio climático.

Limitado acceso a financiamiento y distribución

Los pequeños productores no cuentan con recursos suficientes para adquirir semilla certificada y no existen mecanismos de crédito o subsidios específicos que faciliten su acceso.

Rol institucional debilitado

El Instituto Peruano del Algodón (IPA) y el Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA) —entidad pública responsable de la investigación, desarrollo tecnológico y generación de semillas básicas en el Perú— han tenido una participación reducida en la producción y distribución de semilla básica y registrada. Esta baja intervención limita la renovación varietal y dificulta que los agricultores accedan a materiales de calidad.

Tabla 4: Variedades de algodón por origen de semilla

Variedad	Origen de la semilla	Uso predominante	Limitaciones actuales
Tangüis	Nacional (recirculada, bancos del INIA)	Producción nacional para hilado y confección	Pérdida de pureza genética, germinación irregular
Pima	Nacional, con apoyo de INIA y asociaciones locales	Exportación de fibra e hilado de alta gama	Escasez de semillas certificadas, dependencia de pequeños multiplicadores
Pima Orgánico	Pequeños productores certificados	Exportación nicho ecológico	Alto costo de certificación, baja escala productiva

Variedad	Origen de la semilla	Uso predominante	Limitaciones actuales
Hazera	Importada (Israel, EE. UU.)	Sustitución de Tangüis en zonas costeras	Costos elevados, dependencia de proveedores externos
Ipa59	Nacional / importada (mejorada)	Confección local y exportación	Limitada distribución formal
Cerro y Nativo	Nacional, selección empírica	Textiles rústicos, artesanías	Baja productividad y calidad irregular

3. Estructura y Dinámica de la Cadena de Valor

La cadena de valor del algodón peruano está compuesta por cinco eslabones principales: producción, acopio, transformación, distribución y comercialización, los cuales se articulan de manera diferenciada según la variedad y región productiva. En la zona sur, el algodón Tangüis constituye el principal cultivo en el valle de Ica, caracterizado por su fibra larga, suavidad y resistencia, orientado principalmente al mercado interno y a la industria textil nacional (MIDAGRI, 2024). En la región norte, Piura concentra la producción del algodón Pima, una fibra extralarga de calidad superior, destinada a mercados de exportación y reconocida por su alta pureza y blancura (PROMPERÚ, 2024).

En entrevistas realizadas para este estudio a las asociaciones de productores en Chincha, se confirmó que la mayor parte de la producción se concentra en pequeños y medianos agricultores, con una media de 3 a 5 hectáreas por productor, destacando la reducción de áreas cultivadas frente a campañas anteriores (Asociación Agropecuaria Rocío de la Mañana & Asociación APNO de PACH, comunicación personal, 17 de octubre de 2025). Además, En la región Ica, los productores de algodón Tangüis pertenecientes a la Asociación Grupo Asociado Santa Matilde señalaron que la estructura de la cadena productiva está altamente concentrada en los primeros eslabones (siembra y acopio), sin lograr una integración hacia la transformación o la comercialización directa. Según los entrevistados, “el agricultor es quien obtiene el menor margen dentro de la cadena, mientras que el hilandero es el que se beneficia con la mayor rentabilidad” (Asociación Grupo Asociado Santa Matilde – Ica, comunicación personal, 17 de octubre de 2025).

Producción

El eslabón de producción está formado en su mayoría por pequeños y medianos agricultores. Estos agricultores trabajan parcelas que suelen medir entre 2 y 5 hectáreas, y en general usan métodos tradicionales y no tienen mucho acceso a semillas certificadas ni a financiamiento. En la región de Ica, el algodón Tangüis se cultiva con riego tecnificado y con el apoyo de agrupaciones como la Asociación de Productores de Algodón Tangüis del Sur. Por otro lado, en Piura, el algodón Pima está relacionado con cooperativas y con programas regionales para reactivar el sector, como la Mesa Técnica del Algodón Pima del Gobierno Regional de Piura. La participación de los agricultores en estas asociaciones o cooperativas no es constante, sino que suele ocurrir solo cuando necesitan conseguir financiamiento en grupo.

a) Actores predominantes

Pequeños y medianos agricultores con parcelas entre 2 y 5 hectáreas.

b) Condiciones de cultivo por región

- Ica (algodón Tangüis): siembra bajo riego tecnificado; apoyo de asociaciones como la Asociación de Productores de Algodón Tangüis del Sur.
- Piura (algodón Pima): producción articulada a cooperativas.

c) Limitaciones comunes

- Acceso restringido a semilla certificada y financiamiento.
- Dependencia de prácticas tradicionales.
- Escasa tecnificación en labores de manejo agronómico y cosecha.

d) Asociatividad

- La participación en cooperativas es intermitente; los agricultores suelen asociarse solo cuando requieren financiamiento grupal.

Acopio

El eslabón de acopio se encuentra fragmentado y depende de intermediarios locales o cooperativas que centralizan el algodón en rama para su venta a desmotadoras. Esta fase representa un cuello de botella (entendido como debilidad), ya que solo hay una única demanda, no pueden articular comercialmente a otros mercados, en este sentido y dado que los productores suelen tener baja capacidad de negociación y enfrentan variaciones de precio estacionales (MIDAGRI, 2023). En Piura, las plantas desmotadoras privadas realizan el primer proceso de separación de fibra y semilla, mientras que, en Ica, empresas agroindustriales locales han integrado esta etapa con la transformación textil.

El acopio es una operación de producción clave, se maneja de dos formas:

- En la primera a cargo y costo del agricultor, y obtiene mayor valor por quintal, en algunos casos, la propia familia hace esa labor y otros contratan a una cuadrilla especializada cuando son pequeñas áreas de cultivo.
- En la segunda forma, cuando el acopiador se hace cargo a su costo de la operación de acopio en estos casos mayormente son áreas un poco más grandes 10 a 20 hectáreas o más.

a) Actores principales

intermediarios locales, acopiadores privados y cooperativas.

b) Dinámica del eslabón

- Centralizan el algodón en rama y lo canalizan hacia las desmotadoras.
- Representan un cuello de botella, ya que los productores dependen de una demanda concentrada y enfrentan variaciones de precio.

c) Operación del acopio (dos modalidades)

- A cargo del agricultor:
 - El productor asume el costo del acopio y obtiene un precio mayor por quintal.
 - En pequeñas áreas, la familia realiza la labor; en otras, se contrata una cuadrilla especializada.
- A cargo del acopiador:
 - El intermediario asume los costos logísticos del acopio.
 - Común en parcelas de mayor tamaño (10 a 20 hectáreas en adelante).
- Variaciones regionales:
 - Piura: plantas desmotadoras privadas concentran la primera transformación.
 - Ica: algunas empresas agroindustriales integran acopio y transformación textil.

Transformación

En cuanto al eslabón de transformación, incluye la desmotadora, el hilado, el tejido y la confección. En el sur, el algodón Tangüis se destina principalmente a la industria textil nacional, particularmente a los polos de confección en Lima y Gamarra. En Piura, en cambio, una parte significativa del Pima se exporta en fibra a mercados como Estados Unidos, Italia y Japón (BCRP, 2024). La transformación industrial está concentrada en Lima y Arequipa, donde operan las principales plantas de hilandería y confección.

a) Etapas incluidas

- Desmotado (separación de fibra y semilla).
- Hilado.
- Tejido.
- Confección.

b) Destino según la variedad

- Tangüis (Ica): se dirige principalmente a la industria textil nacional, especialmente hacia los polos de confección en Lima y Gamarra.
- Pima (Piura): una parte importante se exporta como fibra hacia mercados como Estados Unidos, Italia y Japón.

c) Localización industrial

- Las principales plantas de hilandería y confección se concentran en Lima y Arequipa, donde se realiza la mayor parte del valor agregado.

Distribución y comercialización

El eslabón de distribución y comercialización comprende tanto el mercado interno como el externo. En el mercado nacional, la fibra Tangüis alimenta principalmente la demanda de textiles para consumo local; mientras que el algodón Pima abastece la industria exportadora, representando más del 60 % del valor de las exportaciones de fibra de algodón del país (PROMPERÚ, 2024). Los principales canales de exportación operan a través del Puerto de Paita (Piura) y el Puerto del Callao, con una red logística que conecta los valles algodoneiros con las plantas de transformación y los centros de embarque (PRODUCE, 2023).

a) Canales nacionales

transporte desde los valles algodoneiros en su mayoría hacia Lima, donde están los centros industriales.

b) Canales internacionales

El algodón Pima —ya sea en fibra o en productos textiles— se moviliza principalmente a través del Puerto de Paita (Piura) y el Puerto del Callao.

El último eslabón es la comercialización que articula la fibra o los productos textiles con los compradores finales.

- *Mercado interno*: Principalmente abastecido por el algodón Tangüis, utilizado para confecciones orientadas al consumo nacional.
- *Mercado externo*: Conducido por el algodón Pima, que representa más del 60 % del valor de las exportaciones de fibra de algodón del Perú. Compradores internacionales valoran su calidad extralarga, blancura y rendimiento industrial.
- *Participación de actores*: exportadores, empresas textiles integradas, cooperativas y comercializadores especializados.

Tabla 5: Funciones, roles e iniciativas en la Cadena de Valor del Algodón

Actores	Funciones	Roles	Iniciativas
Productores (pequeños y medianos agricultores)	Producción de algodón rama; manejo agronómico; cosecha	Proveedores de materia prima base; garantes de calidad inicial	Introducción de algodón orgánico; adopción de buenas prácticas agrícolas (BPA); alianzas con asociaciones
Asociaciones y organizaciones de productores	Agrupar productores; gestionar acceso a insumos y financiamiento; fortalecer capacidades	Facilitadores de organización y negociación colectiva	Promoción de certificación orgánica y comercio justo; formación de consorcios y cooperativas
Acopiadores y desmotadoras	Compra, acopio y desmote; separación de fibra y semilla; clasificación básica	Intermediarios entre producción e industria	Inversión en plantas modernas; implementación de trazabilidad y control de calidad
Procesadoras e industria textil	Hilado, tejido, confección; desarrollo de productos terminados	Transformadores de valor agregado; demandantes de fibra	Sustitución parcial de importaciones; desarrollo de moda sostenible
Exportadores / traders	Comercialización internacional; gestión logística y contractual	Enlace entre industria nacional y mercados globales	Diversificación de mercados; posicionamiento del algodón orgánico y sostenible
Intermediarios logísticos (transporte, almacenamiento, puertos)	Transporte interno y externo; almacenamiento; despacho portuario	Soporte logístico transversal	Modernización de rutas y centros logísticos; servicios de consolidación
Instituciones públicas (MIDAGRI, PROMPERÚ, MINAM, PRODUCE)	Políticas sectoriales; asistencia técnica; promoción comercial	Reguladores y promotores del desarrollo productivo	Programas de innovación agrícola y fomento del algodón orgánico
Cooperación internacional, ONGs y proyectos (FAO, GIZ, USAID, etc.)	Financiamiento, asistencia técnica y fortalecimiento de capacidades	Catalizadores de innovación y sostenibilidad	Promoción de sostenibilidad ambiental y social; apoyo a certificaciones
Gremios y cámaras (SNI, ADEX, cámaras textiles)	Representación del sector; incidencia en políticas públicas	Voceros y articuladores del sector privado	Foros, ferias, misiones comerciales y promoción de exportaciones

Tabla 6: Servicios, Indicadores y Dinámica en la Cadena de Valor

Actores	Servicios	Indicadores	Dinámica en la cadena de valor
Productores	Venta directa o a asociaciones; acceso a asistencia técnica; manejo agronómico	Rendimiento por ha; % de fibra limpia; precio recibido por kg	Primer eslabón productivo; determinan la calidad y volumen disponible
Asociaciones de productores	Capacitación técnica; gestión de certificaciones; articulación comercial	Nº de productores asociados; volumen comercializado colectivamente	Articulan pequeños productores con acopiadores e industria
Acopiadores y desmotadoras	Acopio, desmote, limpieza y almacenamiento temporal	Capacidad de desmote; % de fibra recuperada; márgenes comerciales	Nexo entre el campo y la industria textil; concentran producción en zonas clave
Procesadoras e industria textil	Procesamiento textil; diseño; innovación en moda sostenible	Valor agregado por unidad; % de fibra nacional utilizada; exportaciones	Agregan valor; definen la demanda de fibra local
Exportadores / traders	Asesoría en estándares; servicios logísticos y aduaneros	Volumen exportado (USD); nº de destinos; precio promedio	Canalizan el valor final hacia el mercado externo
Intermediarios logísticos	Transporte terrestre y marítimo; almacenamiento; logística de exportación	Tiempo promedio de transporte; costos logísticos (% del valor FOB)	Sostienen el flujo físico de bienes a lo largo de la cadena
Instituciones públicas	Asistencia técnica; financiamiento; certificaciones; promoción comercial	Nº de proyectos ejecutados; cobertura técnica; participación en ferias	Proveen entorno institucional y normativo
Cooperación internacional / ONGs	Capacitación; cofinanciamiento; certificación sostenible	Nº de beneficiarios; fondos ejecutados; proyectos vigentes	Apoyan transversalmente a varios eslabones
Gremios y cámaras	Articulación público-privada; generación de información sectorial	Nº de empresas afiliadas; eventos organizados	Espacio de coordinación y visibilidad del sector

Tabla 7: Cuellos de botella y Oportunidades de mejora

Actores	Cuellos de botella	Oportunidades de mejora
Productores	Escasa disponibilidad de semilla certificada; baja mecanización; atomización productiva. Productores manifiestan recibir pepa y no semilla	Fortalecer asociatividad y cooperativas; ampliar acceso a semillas certificadas, para asegurar la calidad y rendimiento del producto; contratos asociativos con la industria
Asociaciones de productores	Débil gobernanza interna	Fortalecer gestión organizativa; acceso a instrumentos financieros; ampliar certificaciones
Acopiadores y desmotadoras	Capacidad limitada; estacionalidad; altos costos logísticos	Modernizar plantas; promover acuerdos con asociaciones; aprovechar subproductos
Procesadoras e industria textil	Dependencia de fibras importadas; altos costos de producción	Fomentar encadenamientos locales; incentivos al uso de fibra nacional; desarrollo de marca país
Exportadores / traders	Volatilidad de precios internacionales; dependencia de EE. UU.	Diversificar destinos; promover productos de valor agregado (moda sostenible)
Intermediarios logísticos	Altos costos de transporte; deficiencia de infraestructura rural	Inversión en infraestructura; digitalización logística; alianzas público-privadas
Instituciones públicas	Coordinación interinstitucional limitada; discontinuidad de programas	Crear plataforma interinstitucional; fortalecer investigación y extensión agrícola
Cooperación internacional / ONGs	Sostenibilidad limitada post-proyecto; dispersión de intervenciones	Alinear proyectos con políticas nacionales; crear fondos rotatorios sostenibles
Gremios y cámaras	Escasa articulación con productores primarios	Fortalecer plataformas multiactor; impulsar cadena “de la fibra a la moda” integrada

3.1. Mapa Geográfico de la Cadena de Valor

La configuración territorial de la cadena algodón peruana presenta dinámicas diferenciadas según la variedad predominante: Tangüis en la zona sur y Pima en la zona norte. Esta especialización regional determina los flujos productivos, la articulación logística y la selección de puertos y centros de transformación. (MIDAGRI, s. f.; PROMPERÚ, 2023). Si bien la mayor concentración se ubica en Ica y Piura, la estadística oficial confirma la presencia de cultivos en otros departamentos costeros —como Lambayeque, La Libertad, Lima, Arequipa y Áncash—, lo que evidencia oportunidades de diversificación regional. (MIDAGRI; INEI, 2023).

En Ica, el algodón Tangüis se desarrolla principalmente en los valles irrigados de Ica, Chincha y Pisco. Desde estos puntos, la logística de salida se dirige hacia centros industriales en Lima o hacia puertos del litoral central, como Pisco y Callao. La elección depende del volumen embarcado y del tipo de producto (fibra para hilatura o prendas terminadas). La proximidad a los polos de confección en Lima potencia la comercialización hacia el mercado interno. (EXPORTEMOS / PROMPERÚ, 2023; MIDAGRI, s. f.).

En Piura, los valles del Bajo Piura, Sullana y Morropón concentran la producción de algodón Pima y otras variedades finas. Las rutas comerciales conectan estos valles con el Puerto de Paita, principal punto de exportación hacia mercados del Pacífico, así como con centros de transformación en el norte y Lima cuando el destino es la industria local. La reciente reactivación de la campaña algodonera ha incrementado el flujo de fardos hacia Paita. (Gobierno Regional de Piura; PROMPERÚ, 2023). La concentración productiva en zonas con riego y la dependencia de vías de transporte adecuadas condicionan la competitividad regional. La fibra se traslada primero a centros de acopio y desmotadoras, para luego distribuirse a hilanderías o consolidarse para exportación. (Entrevista Valdiviezo, 27-10-2025).

Los departamentos de Lambayeque y La Libertad funcionan como zonas complementarias de producción y acopio. Lambayeque genera volúmenes relevantes en campañas puntuales, mientras que La Libertad combina algodón con otras cadenas agroexportadoras, lo que influye en la selección de puertos entre Paita y Salaverry según costos logísticos y disponibilidad de carga. Esta articulación territorial otorga flexibilidad a los flujos comerciales. (EXPORTEMOS / PROMPERÚ, 2023).

El acopio y desmote se ubican estratégicamente cerca de los valles productivos. Las desmotadoras actúan como nodos logísticos donde el algodón rama se transforma en fibra y semilla, y desde donde se organiza la consolidación para la exportación o el traslado a hilanderías. La localización y capacidad de estas plantas —por ejemplo, en Ica, Chiclayo y Piura— estructuran los corredores logísticos internos que abastecen a los puertos de salida. (PRODUCE, 2023; MIDAGRI, s. f.).

En cuanto a infraestructura portuaria, los principales terminales vinculados con la cadena algodonera son:

- Puerto del Callao, principal hub para carga textil y comercio general;
- Puerto de Paita, punto clave para las exportaciones del norte;

Las rutas comerciales internas siguen patrones relativamente estandarizados:

- a) De la parcela al Centro de acopio/desmotadora, mediante transporte terrestre local.
- b) Del acopio y desmotadora al Centro de transformación (hilandería/tejido) o al Puerto (Callao, Paita), según el destino final.
- c) Del puerto a mercados internacionales, mediante transporte marítimo consolidado.

Estos flujos se ven influenciados por la estacionalidad de la cosecha, la capacidad de acopio y la calidad de la infraestructura vial que conecta los valles con los principales puertos del país. (MIDAGRI; EXPORTEMOS, 2023).

Gráfica 1: Zonas de Producción de Algodón en el Perú



Fuente: Elaboración propia

3.2. Canales de Comercialización en el mercado interno

Materia prima: algodón en rama y fibra desmotada

a) Estructura del canal

El mercado interno de materia prima opera principalmente bajo tres modalidades:

- Venta directa del productor → acopiador o desmotadora.
- Contratos con la industria (hilanderías y empresas textiles).
- Comercialización asociativa a través de cooperativas o asociaciones.

Secuencia típica del canal:

Productor → Acopiador/Cooperativa → Desmotadora → Industria textil → Fabricante de prendas → Consumidor final.

El grueso del algodón producido —particularmente Tangüis— se destina al abastecimiento nacional, con industrias concentradas en Lima, Ica, Arequipa y Piura.

b) Precios y márgenes internos

Los precios varían según la región, pureza, grado de desmote y calidad de fibra:

- Algodón en rama: S/ 180 – S/ 220 por quintal. (BCRP, 2024)
- Fibra desmotada: S/ 450 – S/ 520 por quintal. (BCRP, 2024)

c) Márgenes del productor

18 % – 25 %, sujetos al rendimiento por hectárea y costos de insumos. (MIDAGRI, 2024). Los productores que venden “en chacra” a intermediarios capturan el margen más bajo; las cooperativas tienden a mejorar el precio y asegurar contratos.

d) Presentaciones

- Algodón en rama: quintales o toneladas.
- Fibra desmotada: fardos prensados de 200–250 kg.
- Hilados/tejidos: conos, rollos o telas planas para la manufactura local.

e) Requerimientos para acceder al mercado nacional

- Acreditación de calidad básica de fibra (longitud, resistencia, color).
- Cumplimiento de estándares de inocuidad, trazabilidad y humedad.
- Registro ante desmotadoras/industria para contratos estables.
- Participación en cooperativas para acceder a financiamiento y mejores precios.

f) Dinámica comercial

El mercado interno presenta:

- Alta estacionalidad (cosecha abril–julio), generando variaciones de precio.
- Demandas estables de la industria textil por algodón Tangüis, apreciado por resistencia y durabilidad.
- Actores dominantes: Creditex, Textil del Valle, Hilanderías locales.
- Base productiva atomizada (parcelas de 2–5 ha), frente a industria concentrada.

Asociaciones de Ica (caso Chincha) reportan avances hacia integración vertical, buscando procesar su propia fibra para mejorar márgenes.

Productos transformados: hilados, tejidos y confecciones

a) Estructura del canal

Una vez procesado por la industria, el algodón circula a través de:

- Ventas directas de las hilanderías hacia confeccionistas.
- Distribuidores mayoristas para mercados regionales.
- Retail y tiendas especializadas para productos terminados.

b) Precios y rentabilidad

- Los hilados se comercializan según título, mezcla y resistencia.
- Los tejidos y prendas incorporan márgenes mayores por mano de obra y moda.
- El valor agregado incrementa el precio final entre 5 y 10 veces respecto al valor del algodón en rama.

La demanda interna favorece prendas de algodón como ropa casual, uniformes y lencería de hogar.

c) Requerimientos

- Certificaciones de calidad textil.
- Cumplimiento de normas de etiquetado y composición.
- Contratos de suministro con marcas nacionales.

3.3. Canales de Comercialización en el mercado para exportación

Materia prima: fibra Pima y fibra Tangüis

a) Estructura del canal

Canal típico de exportación de fibra:

Productor → Acopiador/Cooperativa → Desmotadora → Exportador (trader o industria) → Importador internacional

El 70 % de las exportaciones de fibra salen por Puerto de Paita; Callao se usa para cargas mixtas o manufacturas.

b) Mercados de destino

- Pima: EE. UU., Italia, Japón, Brasil.
- Tangüis: menor presencia directa; parte se exporta mediante industrias transformadoras.

c) Precios y márgenes externos

- Fibra exportada: US\$ 2 400 – 2 700 por tonelada (valor FOB).
- Mayor rentabilidad relativa que el mercado interno, especialmente para fibra Pima de calidad premium.

d) Presentaciones

- Fardos de 200–500 kg con estándares de humedad, pureza y resistencia.
- Clasificación certificada según normas internacionales.

e) Requerimientos de acceso al mercado externo

- Certificado fitosanitario (SENASA).
- Certificado de origen (MINCETUR).
- Declaración ante SUNAT–Aduanas.
- Normativas técnicas del país destino: etiquetado, composición, regulaciones CSCP.
- Certificaciones voluntarias: GOTS, OEKO-TEX, sostenibilidad.

Manufacturas: hilados, tejidos y prendas de vestir

a) Estructura del canal

Industrias nacionales → exportadores → distribuidores extranjeros → retail internacional.

Los principales compradores valoran la calidad del Pima peruano y las confecciones premium.

b) Precios y valor agregado

- Prendas de vestir exportadas: > US\$ 15 000 por tonelada.
- Representan el mayor valor agregado de toda la cadena.
- Perú compite por calidad frente a EE. UU., Egipto e India.

c) Dinámica comercial internacional

- Fuerte demanda de fibra Pima premium.
- Consolidación de la marca “Algodón del Perú” para posicionamiento global.
- Competitividad depende de trazabilidad, sostenibilidad y estándares técnicos.

3.4. Análisis FODA por zonas productoras

Zona	Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Ica (Algodón Tangüis)	- Reconocida calidad del algodón Tangüis por su longitud y resistencia de fibra, demandada en la industria textil nacional e internacional (MIDAGRI, 2024). - Clima árido y estable que permite cultivos de alta calidad y uniformidad en la fibra (PRODUCE, 2023). - Existencia de asociaciones consolidadas como la Asociación de Productores de Algodón Tangüis del Sur y presencia de agroindustrias cercanas (PROMPERÚ, 2024).	- Incremento de la demanda de fibras naturales sostenibles en mercados europeos y norteamericanos (PROMPERÚ, 2024). - Programas de innovación agrícola y certificación orgánica impulsados por CITE y MINAGRI. - Posibilidad de integración con la industria textil de Gamarra mediante cadenas cortas de valor (CITE Gamarra, 2024).	- Reducción del área cultivada por competencia con cultivos de mayor rentabilidad (uva, espárrago, palta) (MIDAGRI, 2024). - Escasa renovación tecnológica en desmotadoras y maquinaria agrícola. - Limitado acceso a crédito formal y baja asociatividad en pequeños productores (PRODUCE, 2023).	- Fluctuación de precios internacionales del algodón y altos costos de insumos agrícolas (FAO, 2023). - Riesgos por escasez hídrica y sobreexplotación de acuíferos en la costa sur (ANA, 2024). - Competencia de algodón importado a menor costo desde EE. UU. y Brasil (MINCETUR, 2024).
Piura (Algodón pima)	- Algodón Pima peruano reconocido mundialmente por su finura y brillo, con denominación de origen y gran aceptación en mercados premium (PROMPERÚ, 2023). - Tradición algodонера y conocimiento técnico en los valles del Bajo y Medio Piura (Gobierno Regional de Piura, 2025). - Existencia de cooperativas (COOPALGODÓN) y CITE Agroindustrial Piura que brindan apoyo técnico y articulación comercial (PRODUCE, 2023).	- Tendencia mundial hacia fibras naturales de alta calidad y certificadas (FAO, 2023). - Oportunidad de ampliar mercados a Asia y Europa mediante exportaciones directas (MINCETUR, 2024). - Posibilidad de acceso a programas de biotecnología e innovación agrícola en coordinación con el INIA y universidades locales.	- Infraestructura limitada en riego y procesamiento, lo que incrementa los costos logísticos (MIDAGRI, 2024). - Escasa capacidad de financiamiento de los pequeños productores. - Bajo nivel de certificaciones internacionales (orgánico, comercio justo).	- Impacto del Fenómeno El Niño y variabilidad climática que afecta la calidad y el rendimiento de la fibra (SENAMHI, 2024). - Incremento de costos de transporte y logística portuaria (MINCETUR, 2024). - Pérdida de competitividad frente a algodón africano y estadounidense con subsidios agrícolas (FAO, 2023).

Fuente: Elaboración propia.

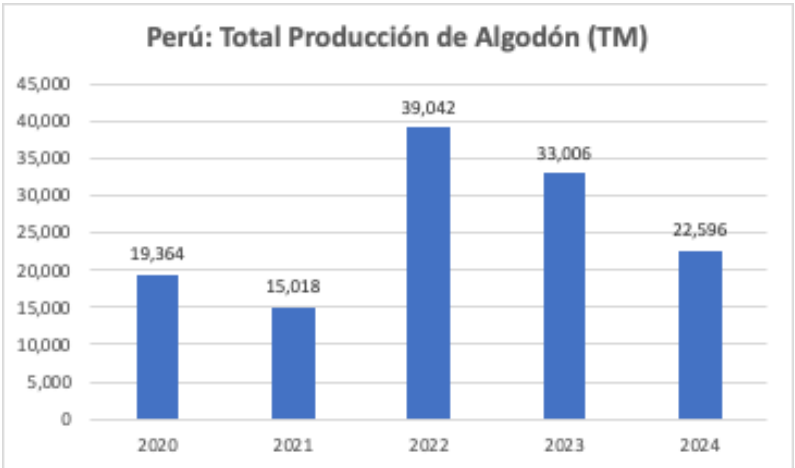
A partir del análisis realizado, se concluye que la cadena algodonera peruana mantiene una ventaja comparativa en calidad y tradición productiva, pero requiere fortalecer su competitividad sistémica mediante mayor articulación entre productores, acopiadores, agroindustrias y exportadores. En ambas regiones, la sostenibilidad ambiental, la certificación de origen y la innovación tecnológica surgen como ejes estratégicos para impulsar su posicionamiento en mercados nacionales e internacionales (PRODUCE, 2023; MINCETUR, 2024).

Además, la cadena de valor presenta fortalezas en la calidad del algodón, reconocimiento internacional y disponibilidad de variedades diferenciadas; debilidades como la informalidad, baja asociatividad y limitada capacidad de negociación de los productores; oportunidades en la expansión de mercados internacionales, diversificación de productos y estudios de mercado que orienten la producción; y amenazas por la volatilidad de precios, intermediación excesiva y costos de producción elevados, que afectan la rentabilidad de las zonas productoras de Ica y Piura (Entrevista López, 28-10-2025; Entrevista Productor de Algodón, 28-10-2025).

4. Análisis Económico y Productivo del Algodón

En el siguiente gráfico se aprecia la producción total de algodón a nivel nacional expresada en toneladas. En el periodo 2020- 2024 la producción creció de 15,018 en 2021 a 39,042 toneladas en 2022 como consecuencia del término del periodo de pandemia. Sin embargo, volvió a descender en el 2024, llegando a 22,596 toneladas.

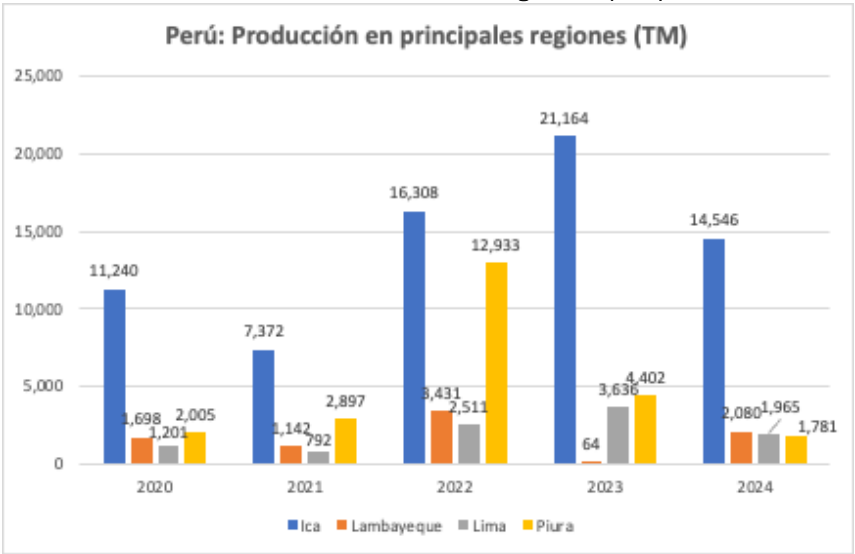
Gráfica 2: Perú: Total Producción de Algodón (TM) 2020-2024



Fuente: MIDAGRI

El gráfico 2 muestra que la mayor producción de algodón se encuentra con gran diferencia en la región Ica, creciendo sostenidamente desde el 2021, alcanzando un máximo de 21,164 toneladas en el 2023 para luego descender a 14,546 en el 2024. La segunda región productora es Piura, cuya producción alcanzó su pico en el 2022 con 12,933 toneladas para posteriormente descender sostenidamente incluso por debajo de la producción de Lambayeque y Lima en el 2024.

Gráfica 3: Perú: Total Producción de Algodón (TM) 2020 – 2024



Fuente: MIDAGRI

4.1.Datos de siembra, cosecha y precios en chacra y perspectivas de la campaña 2025-2026 por tipo de algodón

Tabla 8: Hectáreas sembradas por tipo de algodón campaña 2024-2025

Variedad	Ica	Pisco	Chincha	Cañete	Piura	Lambayeque	Otras regiones	Total 2025/ 2024
Tanguis	2000	500	700	200	0		287	3687
Hazera	300	500	200	100	100	100		1100
Ipa59	200	200	200		1000			1800
Pima					600	2200		2800
Cerro					50		170	220
Pima Orgánico					10	20	20	50
Nativo					20		20	20
TOTAL	2500	1200	1100	300	1780	2320	497	9677

Fuente: Entrevistas con productores y asociaciones de productores

Tabla 9: Precios de venta por quintal de algodón (S/)

Variedad	Ica	Pisco	Chincha	Cañete	Piura	Lambayeque	Otras regiones
Tanguis	175	175	175	175	175	175	175
Hazera	180	180	180	180	180	180	180
Ipa59	190	190	190	190	190	190	190
Pima					190	190	
Cerro						180	180
Pima Orgánico					220	220	220

Fuente: Entrevistas con productores y asociaciones de productores

4.2.Rendimientos y Costos de Producción por Región

Tabla 10: Rendimiento por Hectárea en Quintal promedio 2024

Variedad	Tangüis	Hazera	Ipa59	Pima
Rendimiento (qq/ha)	78	80	100	90

Fuente: Entrevistas con productores y asociaciones de productores

Tabla 11: Costo por Hectárea (S/)

Concepto	Tangüis	Hazera	Ipa59	Pima
Costo, semilla, siembra, agua, mano de obra	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00
Costo de servicio de acopio	4,500.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00
Total Costo por Hectárea (S/)	13,500.00	13,500.00	13,500.00	13,500.00

Fuente: Entrevistas con productores y asociaciones de productores

4.3. Costos Logísticos y de Exportación

Componentes de costo

a) Transporte interno (zona de producción → planta / centro de acopio → puerto/frontera)

- Este tramo suele representar una **porción muy significativa** del costo logístico total: en el Perú se estima que el transporte interno puede alcanzar hasta ~43 % del total del costo logístico interno de una operación.
- Factores que aumentan el costo de este tramo para el sector textil: la ubicación remota de las zonas productoras, malas condiciones de carreteras, necesidad de transporte especializado (por ejemplo, para fibras o hilados que requieren protección), consolidación de carga, almacenaje previo al transporte marítimo, etc.

Tabla 12: Costos Logísticos

Inicio	Presentación	Tipo transporte	Capacidad transporte	Destino	Costo flete x quintal en soles	Costo Flete x Kg en soles
Plantación	Sacos x Quintal	Camión	5 tn	Desmotadora Misma Zona	4.35	0.09
Desmotadora	Pacas x Quintal	Camión	20 tn	Hilandería Zona Lima	15.22	0.33
Hilandería	Cajas, x Kg	Camión	6 tn	Planta Producción Textil lima		0.03
Planta producción	Cajas x Kg	Contenedor	18 tn	Puerto Local , Callao		0.04
Total						0.50

Fuente: Entrevistas con empresas y asociaciones de productores

b) Factores de variación / puntos de atención

- **Distancia y accesibilidad de la zona de producción:** Mientras más alejada esté la zona de producción de una carretera pavimentada o de acceso al puerto, mayor será el flete terrestre, mayor el riesgo de merma, mayor el tiempo.
- **Condición de la carga (fibra, hilado, tejido):** Algunos productos requieren condiciones especiales de embalaje, protección frente a humedad o contaminación, manipulación más cuidadosa; esto eleva los costos de embalaje, consolidación y manipulación.

- **Volumen y consolidación de la carga:** Si la carga es pequeña o parcial (LCL), puede pagar tarifas más altas por unidad de peso, además de costos de consolidación y de espera. Para grandes volúmenes (FCL) se obtienen economías de escala.
- **Infraestructura vial y portuaria:** Mal estado de carreteras, congestión, falta de terminales especializadas, todos elevan los tiempos y costos. En el Perú se evidencian cuellos de botella en infraestructura logística.
- **Tiempos de espera y administración:** Costos de capital por almacenamiento, tiempos de espera para transporte o puerto, trámites de aduana, inspecciones, etc., incorporan costos indirectos (almacenaje, inventarios, seguros).
- **Tipo de Incoterm pactado:** Dependiendo de si el productor/exportador asume transporte hasta puerto, aduana de exportación, etc., los costos logísticos que debe asumir variarán.
- **Mermas y calidad:** En el tramo de transporte interno o manipulación, especialmente para fibras e hilados, la calidad puede deteriorarse, lo que representa una “mera” o pérdida de valor que puede considerarse costo logístico oculto.

c) Implicaciones para el sector textil de algodón, hilados y tejidos

- Al tratarse de insumos o productos de mayor valor agregado (hilados, mezclas, tejidos), los costos logísticos de transporte interno y manipulación adquieren una mayor relevancia relativa, pues cualquier deterioro o retraso puede afectar calidad o plazo de entrega internacional.
- Dado que los estudios generales para exportación en el Perú muestran rangos hasta del 20-40 % del valor del producto como costo logístico, para el sector textil podría esperarse un porcentaje similar o mayor si las condiciones de infraestructura/volumen no son óptimas.
- Optimizar la consolidación, el transporte interno eficiente, el empaquetado adecuado y reducir tiempos de espera puede generar ahorros importantes y mejorar competitividad frente a otros países.

5. Análisis de la Demanda Nacional

5.1. Demanda por zona de producción

Identificación de la demanda potencial por zona de producción (Ica y Piura)

Zona de producción – PIURA, Algodón Pima
Volúmenes requeridos- anuales
Hilanderías y textilerías: 1,200 – 1,500 toneladas métricas. Fabricantes de prendas premium: 300 – 500 toneladas métricas.
Proyección de crecimiento
5% anual, impulsado por tendencias de moda sostenible y exportación de prendas de alta gama
Especificaciones Técnicas y Estándares de Calidad
Longitud de fibra: 35 – 42 mm (fibra extralarga) Resistencia: ≥ 40 g/tex Color: Blanco brillante, libre de manchas Pureza: 98% libre de impurezas vegetales Micronaire: 3.3 – 4.0 (indicador de finura)
Certificaciones solicitadas
Algodón orgánico (GOTS, USDA Organic). Trazabilidad y sostenibilidad (Better Cotton Initiative – BCI).
Observaciones del Mercado Nacional
Segmentos prioritarios: confección de prendas premium, ropa infantil, textiles para exportación. Tendencia: incremento en demanda de algodón orgánico y trazable. Requerimientos adicionales: empaques libres de contaminantes, procesos de desmotado certificado.

Zona de producción – ICA, Algodón Tangüis
Volúmenes requeridos anuales
Industria textil local: 2,000 – 2,500 toneladas métricas. Fabricantes de ropa casual y hogar: 800 – 1,000 toneladas métricas.
Proyección de crecimiento
3% anual, asociado a la recuperación del sector confecciones y sustitución de importaciones.
Especificaciones Técnicas y Estándares de Calidad
Longitud de fibra: 28 – 32 mm (fibra larga) Resistencia ≥ 30 g/tex Color: Blanco cremoso, homogéneo Pureza: 95% libre de impurezas Micronaire: 4.5 – 5.0
Certificaciones solicitadas
Buenas Prácticas Agrícolas (BPA). Cumplimiento de estándares fitosanitarios para exportación.
Observaciones del Mercado Nacional
Segmentos prioritarios: ropa casual, textiles para el hogar, hilados para exportación. Tendencia: mayor interés en fibras resistentes para mezclas con fibras sintéticas. Requerimientos adicionales: procesos de desmotado con control de humedad y limpieza.

Variables complementarias: precios promedio, condiciones de pago, requerimientos logísticos, certificaciones solicitadas (orgánico, sostenible, etc.)

Zona de producción, Región Ica, Tangüis
Precios promedios Fibra
El algodón Tangüis producido en Ica presenta precios competitivos en el mercado nacional, influenciados por calidad, volumen y certificaciones: Precio promedio por quintal (1 quintal equivale a 46 kg): ○ Algodón convencional: S/ 220 – S/ 250 ○ Algodón con certificación orgánica: S/ 280 – S/ 320 Factores determinantes: pureza, humedad, trazabilidad y demanda estacional.
Condiciones de Pago
Modalidades más frecuentes: ○ Pago contra entrega: 60% de operaciones. ○ Crédito comercial: plazos de 30 a 60 días para clientes recurrentes. Tendencia: incremento de contratos con adelantos del 20% para asegurar abastecimiento.
Requerimientos Logísticos
Transporte: ○ Principalmente terrestre hacia Lima (centros textiles). ○ Costos promedio: S/ 0.80 – S/ 1.20 por kg según distancia y volumen. Almacenamiento: ○ Condiciones controladas de humedad (<10%) y temperatura para evitar deterioro. Empaque: ○ Fardos prensados y embalados en material resistente, etiquetado con lote y origen.
Certificaciones Solicitadas
Mercado nacional: ○ Buenas Prácticas Agrícolas (BPA). ○ Certificación de desmotado limpio. Mercado internacional: ○ Orgánico (GOTS, USDA Organic). ○ Better Cotton Initiative (BCI). ○ Certificación de trazabilidad y sostenibilidad.

Zona de producción, Región Piura, Pima
Precios promedios Fibra
Precio promedio por quintal (46 kg): ○ Algodón convencional: S/ 280 – S/ 320 ○ Algodón orgánico certificado: S/ 350 – S/ 400 Factores determinantes: longitud de fibra, resistencia, certificaciones y destino (exportación).
Condiciones de Pago
Modalidades más frecuentes: ○ Pago anticipado parcial: 30% al firmar contrato, saldo contra entrega. ○ Crédito comercial: plazos de 30 días para clientes con historial. Tendencia: contratos anuales con precios pactados para garantizar suministro estable.

Requerimientos Logísticos
Transporte: ○ Principalmente terrestre hacia Lima y Callao (puerto para exportación). ○ Costos promedio: S/ 0.90 – S/ 1.30 por kg según volumen y destino. Almacenamiento: ○ Ambientes secos y ventilados, control de humedad (<8%) para preservar calidad premium. Empaque: ○ Fardos prensados, embalaje reforzado, etiquetado con especificaciones técnicas.
Certificaciones Solicitadas
Mercado nacional: ○ BPA y trazabilidad. Mercado internacional: ○ Orgánico (GOTS, USDA Organic). ○ Fair Trade y BCI para mercados europeos y norteamericanos. ○ Certificación de fibra extralarga (para prendas premium).

5.2. Tendencias de consumo y canales de comercialización

Canal B2B: Relación con hilanderías y textilerías

El canal B2B constituye el eje principal de comercialización del algodón peruano en los mercados internacionales, especialmente para el algodón Tangüis (México, Portugal y Turquía) y el algodón Pima (Italia, Japón y Estados Unidos). Este canal se estructura principalmente a través de la venta directa a hilanderías, textilerías y fabricantes, bajo esquemas contractuales que priorizan previsibilidad, consistencia técnica y eficiencia logística.

En la venta directa, los contratos suelen establecer volúmenes mínimos por campaña o por embarque, especificaciones técnicas detalladas (longitud de fibra, resistencia, micronaire, humedad y tolerancias de impurezas), así como cláusulas de calidad, penalidades y plazos de entrega (lead time) claramente definidos. Para el algodón Pima, estos contratos tienden a ser de mediano y largo plazo, con relaciones estables basadas en confianza y desempeño histórico del proveedor. En el caso del Tangüis, los contratos pueden ser más flexibles en términos de calidad, pero exigentes en regularidad de suministro y competitividad de costos, especialmente en mercados de gran escala como Turquía y México.

De manera complementaria, los intermediarios especializados —traders internacionales, brokers textiles y cooperativas de compra— cumplen un rol relevante en la consolidación de volúmenes, la gestión de riesgos comerciales y el cumplimiento de requisitos técnicos y documentarios. Este canal es particularmente importante para pequeños y medianos productores o desmotadoras que no alcanzan por sí solos los volúmenes o la estandarización requeridos por grandes compradores. Los intermediarios facilitan el acceso a mercados exigentes, aunque a costa de una menor captura directa de margen, lo que plantea la necesidad de evaluar estratégicamente cuándo utilizarlos y cuándo avanzar hacia venta directa.

La estructura comercial de la cadena presenta asimetrías en poder de negociación. En Áncash, los productores venden dos o tres veces por semana a acopiadores locales, con escaso poder de decisión sobre el precio. En cambio, las asociaciones certificadas y las plantas industriales en Lima poseen mayor capacidad de negociación por manejar contratos estables y volúmenes regulares.

La comercialización muestra una estacionalidad marcada: los picos de oferta se registran entre enero y marzo, coincidiendo con la cosecha alta, mientras que los meses de julio a septiembre son de baja disponibilidad y mayores precios.

B2B	
Perfil	El canal B2B concentra la mayor parte de la demanda nacional de algodón, principalmente por parte de hilanderías, textilerías y fabricantes de prendas . Este segmento busca abastecimiento estable, calidad certificada y condiciones comerciales competitivas.
Patrones de compra	Compras en grandes lotes (mínimo 5 a 10 toneladas por operación). Contratos anuales o semestrales para garantizar continuidad de suministro. Longitud y resistencia de la fibra. Certificaciones (orgánico, BCI, trazabilidad).
Tendencias del mercado	Preferencia por fibras premium (Pima) para líneas de moda y ropa infantil. Integración vertical: empresas que buscan alianzas directas con productores para reducir costos.
Canales de comercialización	Directo productor–empresa: Contratos con adelantos del 20% para asegurar producción. Intermediarios especializados: Brokers y cooperativas que consolidan volúmenes para grandes compradores.
Oportunidades	Desarrollo de plataformas B2B digitales para conectar productores con textilerías. Implementación de certificaciones grupales para pequeños productores que buscan ingresar a mercados premium.

Canal B2C: Moda sostenible y comercio minorista

Si bien el algodón no se comercializa directamente al consumidor final, existe un canal B2C indirecto a través de marcas, fabricantes y retailers que utilizan el algodón peruano como insumo diferenciador en sus productos finales. Este canal es particularmente relevante para el algodón Pima, cuyo valor se potencia cuando el origen, la calidad y el impacto social o ambiental son comunicados de manera efectiva.

El retail especializado y el e-commerce —incluyendo marketplaces internacionales y modelos D2C (Direct-to-Consumer) de marcas— son plataformas clave para transmitir el storytelling de origen, trazabilidad y sostenibilidad del algodón peruano. En mercados como Italia, Japón y Estados Unidos, los consumidores premium valoran información clara sobre el tipo de fibra, el país de origen, las prácticas sostenibles y las certificaciones (orgánico, BCI, comercio justo), lo que refuerza la disposición a pagar precios superiores.

En este contexto, la estrategia de canal B2C indirecto no se centra en vender algodón, sino en insertar el algodón peruano como atributo de marca, fortaleciendo alianzas con fabricantes y marcas que incorporen explícitamente el Pima o el Tangüis en su propuesta de valor. Este enfoque permite amplificar el reconocimiento del algodón peruano, generar demanda “pull” desde el consumidor final y, en el mediano plazo, mejorar la posición negociadora de los proveedores peruanos en los canales B2B.

B2C: comercio minorista, plataformas de ecommerce	
Perfil	El canal B2C está orientado al consumidor final a través de comercio minorista y plataformas e-commerce , con creciente interés en productos sostenibles y de origen local.
Patrones de compra	Comercio minorista: Venta de prendas confeccionadas con algodón Pima y Tangüis. Segmentos: ropa casual, infantil, hogar. E-commerce: Crecimiento acelerado en plataformas como Mercado Libre, Linio y tiendas propias de marcas. referencia por productos certificados (orgánico, comercio justo).
Tendencias del mercado	Moda sostenible: Consumidores dispuestos a pagar más por prendas con certificación orgánica. Personalización: demanda de productos exclusivos y hechos a mano. Canales digitales: Redes sociales (Instagram, TikTok) como principal vitrina para marcas emergentes.
Canales de comercialización	Tiendas físicas especializadas: Boutiques de moda sostenible en Lima y ciudades principales. E-commerce y marketplaces: Integración con sistemas de pago seguro y logística rápida. Marketing digital: Campañas orientadas a storytelling (origen del algodón, impacto social).
Oportunidades	Creación de marcas locales con enfoque sostenible para exportación vía e-commerce. Desarrollo de líneas premium para consumidores conscientes (ropa orgánica, certificada).

5.3. Consumo aparente y potencial de sustitución de importaciones

Detalles	Peso Neto (tn)
Importación	191,428
Producción de hilado de algodón nacional	24,727
Exportación de fibra, hilado, tejido de punto de algodón y mezclas, y prendas de algodón	(59,533)
Saldo	156,622
Stock, liquidaciones, etc. (25%)	(39,155)
Consumo aparente mercado local	117,466

El análisis del mercado aparente de tejido de punto 2024 muestra un consumo aparente local de 117,466 toneladas, según la información consolidada del sector textil y confecciones. Esta cifra refleja el peso neto de prendas y tejidos comercializados en el mercado nacional y constituye un indicador del tamaño del mercado interno que demanda hilados y fibras de algodón.

Existe una demanda potencial significativa para la fibra y el hilado nacional, especialmente en los segmentos de confección que hoy dependen de importaciones. Si se mejora la continuidad de oferta,

calidad y competitividad logística, la industria textil local puede incrementar su uso de algodón peruano.

Respecto a estacionalidad, las campañas están condicionadas por la disponibilidad de riego: En Piura, el ciclo productivo se concentra entre enero y agosto. En Ica y el centro-sur, las siembras se desarrollan entre setiembre y marzo, con cosechas desde abril.

Esta estacionalidad requiere una red de acopio y almacenamiento eficiente para garantizar suministro continuo a la industria.

En cuanto a calidad, el algodón peruano mantiene prestigio internacional por su calidad natural: Pima: fibra extralarga (35–40 mm) y alta tenacidad, ideal para hilados finos, Tangüis: fibra larga (32–36 mm), muy resistente al blanqueo teñido; Hazera e Ipa59: fibras de longitud media, aptas para tejidos gruesos y mezclas. Sin embargo, la variabilidad en desmotado, almacenamiento y transporte puede afectar homogeneidad y valor comercial.

En conclusión, el consumo interno es robusto: el mercado nacional absorbe más de 117 mil toneladas de tejidos/prendas de algodón al año, constituyendo una oportunidad para sustituir importaciones con fibra nacional. Además, hay demanda diferenciada:

- a) Pima: alta calidad, exportación, nicho premium;
- b) Tangüis: volumen y confección nacional;
- c) Hazera/Ipa59: eficiencia productiva y potencial para blends industriales.

Si bien la oferta es limitada, también está diversificada: superficie en recuperación, alta heterogeneidad en calidad y rendimientos, y concentración de producción en Piura e Ica.

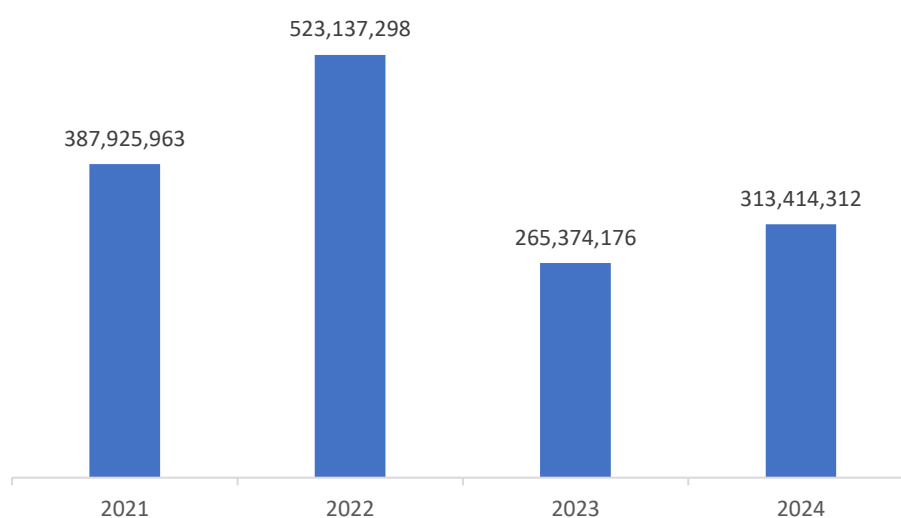
Asimismo, se identifica baja integración vertical: predominan productores pequeños y medianos, con poca articulación con hilanderías y confecciones.

Habría potencial de crecimiento, a través del fortalecimiento de plantas de desmote, uso de semilla certificada, y programas de trazabilidad permitirían ampliar oferta interna de calidad y reducir la dependencia de importaciones.

6. Análisis del Comercio Internacional del Algodón en el Perú

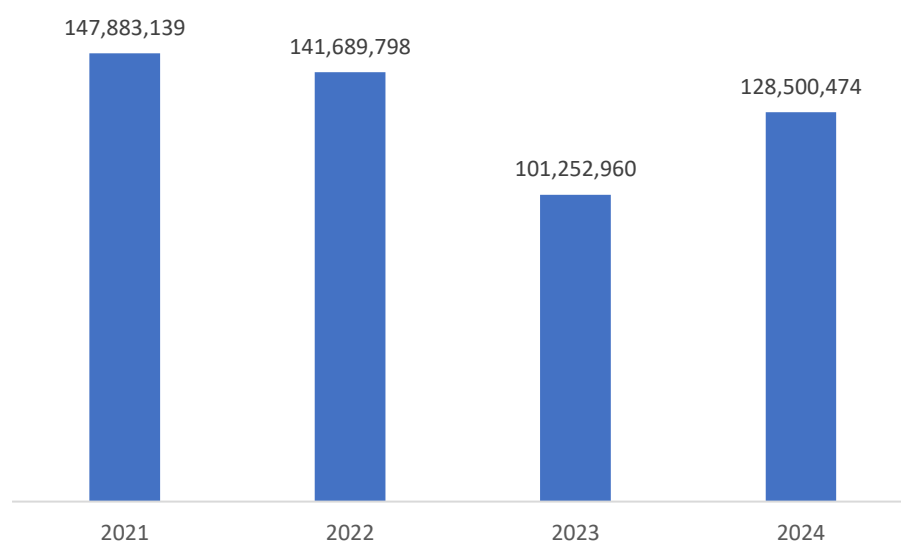
En el siguiente gráfico se aprecian las importaciones totales de algodón del Perú expresadas en dólares americanos. El valor de importaciones se recuperó en 2022, posterior a la pandemia y llegó a un máximo de US \$523,137,298. Decayó considerablemente en el 2023 y tuvo una ligera recuperación en el 2024. El gráfico 4 muestra el valor de las importaciones en peso neto medido en kilogramos (KG). El total en kg muestra un descenso ligero del 2021 al 2022 para caer considerablemente en el 2023 y recuperarse en el 2024. Los valores calculados están conformados por las partidas arancelarias del capítulo 52 relacionadas a la fibra de algodón, fibra de poliéster para hilatura y mezcla e hilado de algodón.

Gráfica 4: Perú Total Importaciones de Algodón (CIF US\$) 2021 – 2024



Fuente: SUNAT

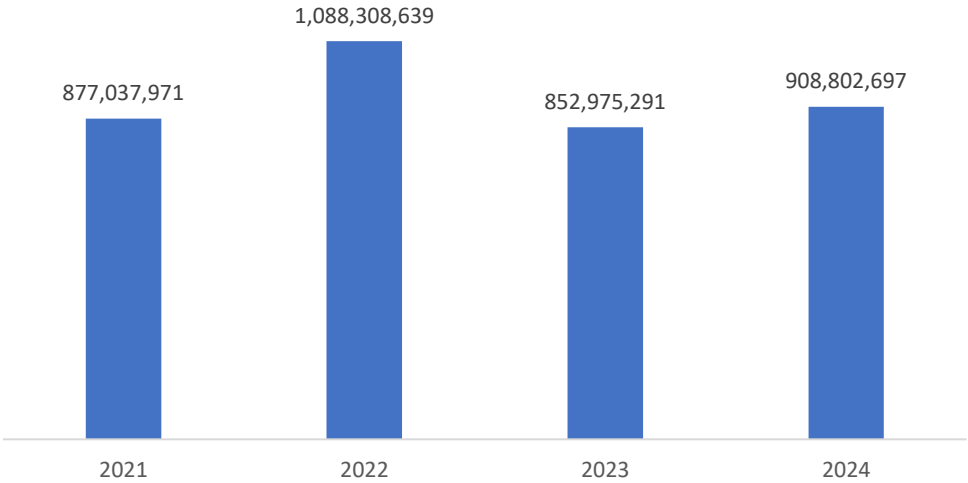
Gráfica 5: Perú Total Importaciones de Algodón (Peso Neto KG.) 2021 – 2024



Fuente: SUNAT

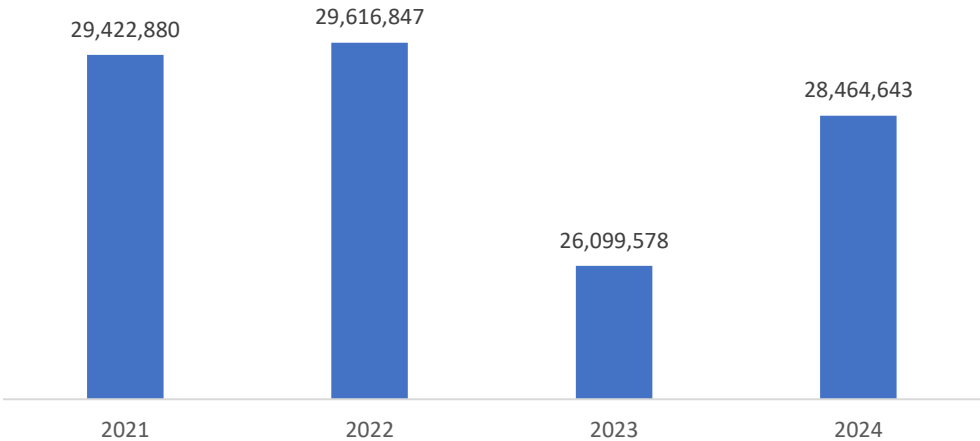
Asimismo, las exportaciones de algodón expresadas en dólares americanos también se recuperaron a partir del 2021, con crecimientos y caídas ligeras a partir del 2022 cuyos valores se muestran en el siguiente gráfico. En el gráfico 6 se muestran las exportaciones de algodón en peso neto medido en kilogramos (KG), cuya trayectoria durante el periodo 2021 – 2024 es muy similar a las exportaciones medidas en valor FOB US\$, aunque el descenso del 2022 al 2023 es más pronunciado y la recuperación en el 2024 es en mayor proporción. Los valores calculados para las exportaciones de algodón están conformados por las partidas arancelarias del capítulo 52 relacionadas a la fibra de algodón, hilado de algodón, tejido de punto algodón, tejido plano algodón y por las partidas arancelarias de los capítulos 61 y 62 relacionadas a prendas de tejido punto y prendas de tejido plano (excepto sintéticas, artificiales, lanas, pelos, otros).

Gráfica 6: Perú Total Exportaciones de Algodón (FOB US\$) 2021 – 2024



Fuente: SUNAT

Gráfica 7: Perú Total Exportaciones de Algodón (Peso Neto KG.) 2021 – 2024

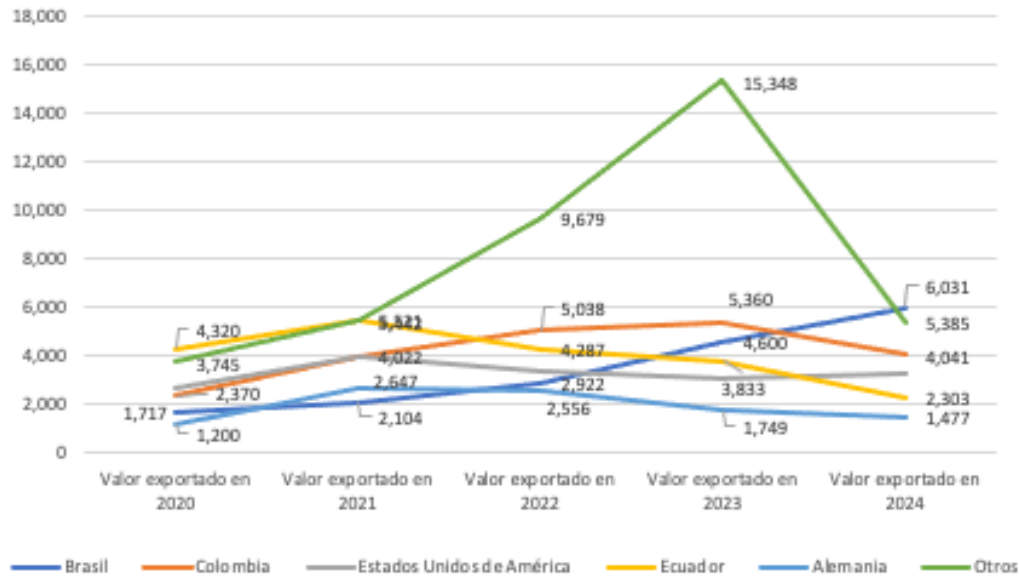


Fuente: SUNAT

En el siguiente gráfico presentamos las exportaciones peruanas de algodón por mercado destino del 2020 al 2024 en miles de dólares americanos. Se aprecia que Brasil es el destino más importante del algodón peruano en el 2024, seguido de Colombia, Estados Unidos, Ecuador y Alemania. Brasil ha crecido sostenidamente como mercado destino, pasando del cuarto puesto en el 2020 al primero en el 2024. Los valores calculados están conformados por las partidas arancelarias del capítulo 52

relacionadas a la fibra de algodón, desperdicios de algodón, algodón cardado o peinado, hilos de coser de algodón, hilados de algodón y tejidos de algodón.

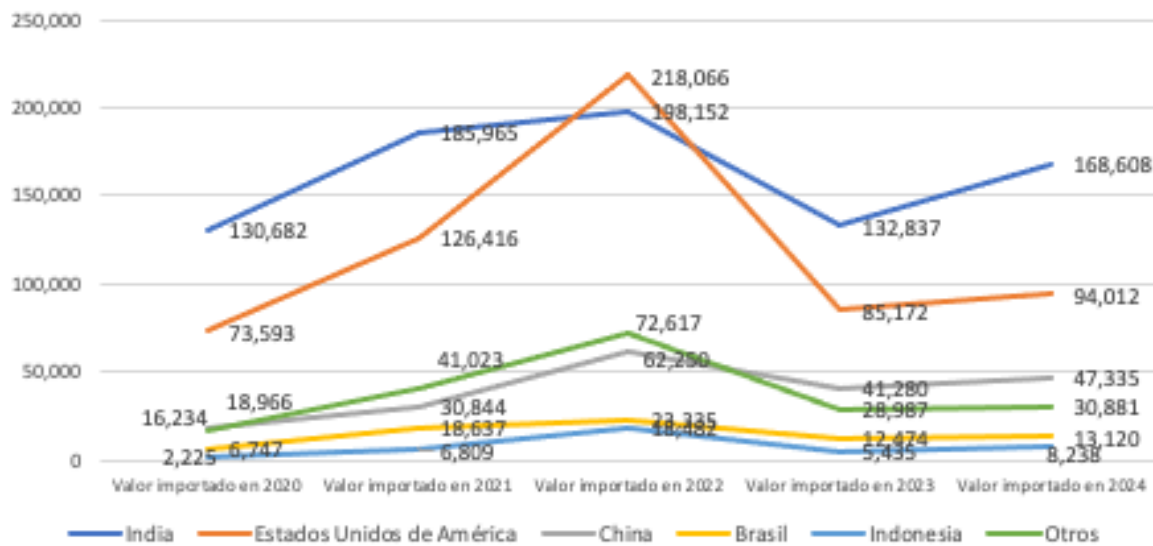
Gráfica 8: Perú Exportaciones de Algodón por mercado destino 2020 - 2024 (miles de US\$)



Fuente: Trade Maps

En el gráfico 8 se muestran las importaciones de algodón por parte del Perú por mercado de origen del 2020 al 2024 en miles de dólares americanos. India se constituye como el mercado del que Perú exportó más algodón durante el 2024, seguido de Estados Unidos, China, Brasil e Indonesia. Los valores calculados están conformados por las partidas arancelarias del capítulo 52 relacionadas a la fibra de algodón, desperdicios de algodón, algodón cardado o peinado, hilos de coser de algodón, hilados de algodón y tejidos de algodón.

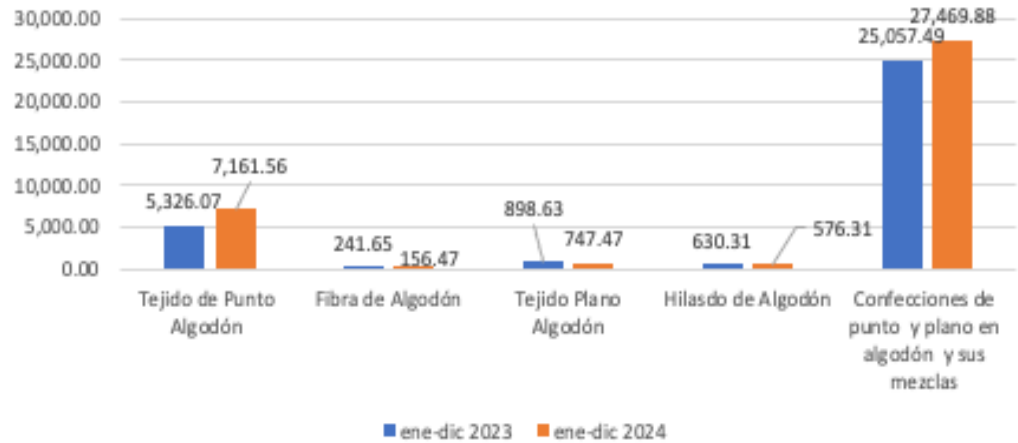
Gráfica 9: Perú Importaciones de Algodón por mercado de origen 2020 - 2024 (miles de US\$)



Fuente: Trade Map

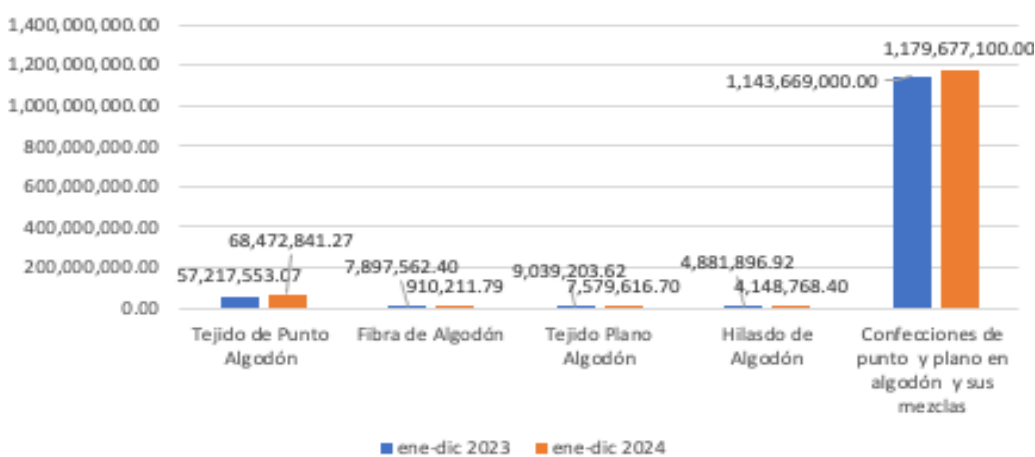
En el Gráfico 9 se aprecia que las confecciones de punto y plano de algodón (partidas arancelarias 61 y 62) fueron los productos más exportados en TM en el 2023 y 2024 con gran diferencia sobre el tejido de punto algodón. Esto es concordante con las exportaciones de productos de algodón en valor FOB US\$ que se muestran en el gráfico 8.

Gráfica 10: Perú: Exportaciones de principales productos de algodón (toneladas)



Fuente: SUNAT

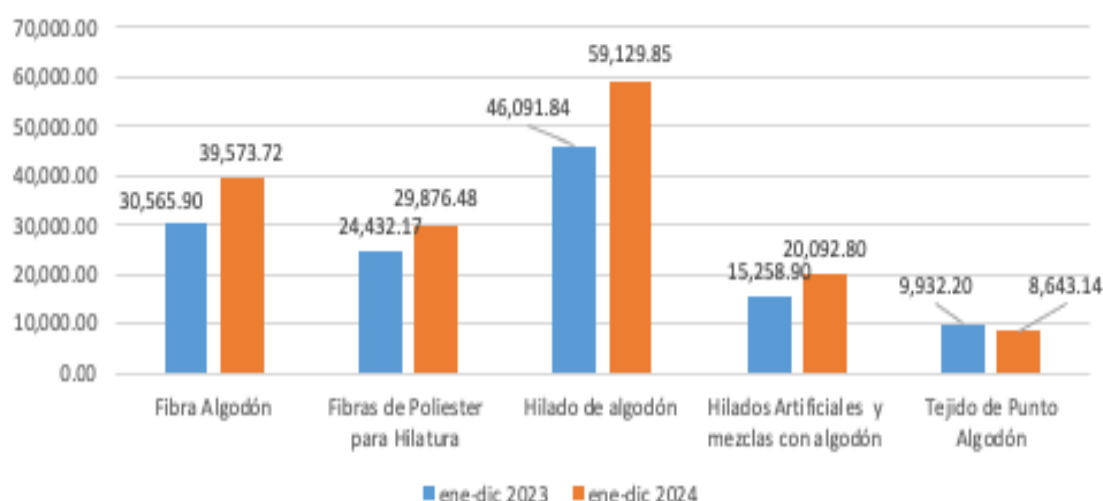
Gráfica 11: Perú: Exportaciones de principales productos de algodón (FOB US\$)



Fuente: SUNAT

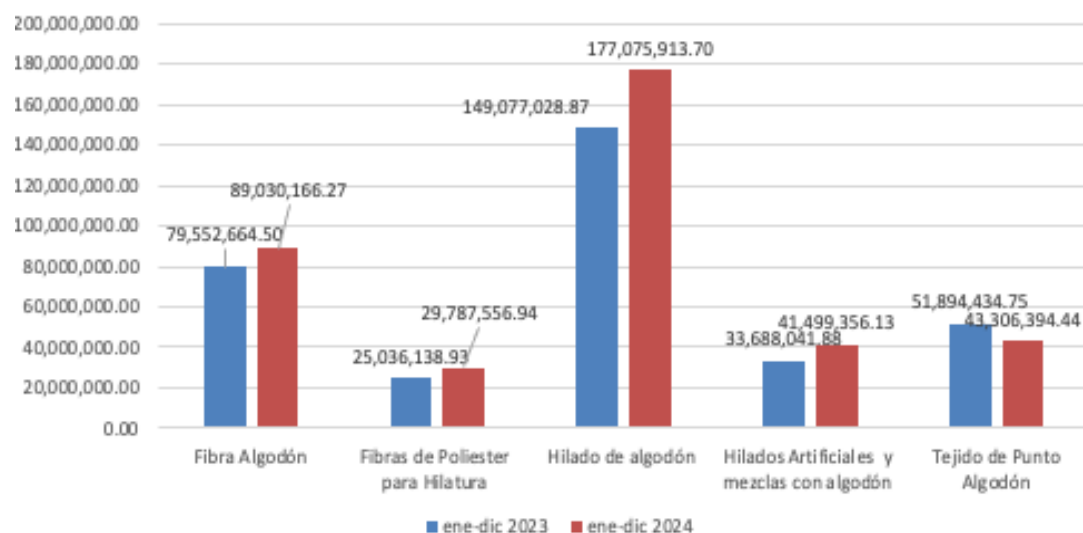
En cuanto a las importaciones de los principales productos de algodón por parte del Perú, destacan aquellos que Perú exporta en pequeñas cantidades y valor monetarios como la fibra de algodón y el hilado de algodón, además de la fibra de poliéster para hilados e hilados artificiales. El tejido de punto de algodón se importa en cantidades ligeramente superiores a lo que se exporta (se importaron algo más de 8,000 TM mientras que se exportaron más de 7,000 TM durante el 2024). Las importaciones en cantidades y valor FOB se aprecian en los siguientes gráficos.

Gráfica 12: Perú: Importaciones de principales productos de algodón (toneladas)



Fuente: SUNAT

Gráfica 13: Perú: Importaciones de principales productos de algodón (FOB US\$)



Fuente: SUNAT

De acuerdo con el Informe de Coyuntura Sectorial del sector textil/línea de algodón de Promperú (2025), los mayores mercados destino para prendas de vestir de algodón fueron durante el 2024, en primer lugar Estados Unidos (US\$ 571 Millones y un crecimiento de 8.5% respecto al 2023), seguido por Brasil (US\$ 69 Millones y un crecimiento del 17.7% respecto al 2023), Canadá (US\$ 45 Millones y un aumento del 19.1% respecto al año anterior) y Alemania (US\$ 30 Millones y un aumento del 6.5% respecto al año anterior) (p. 16). En el mismo informe se señalan las prendas de vestir de algodón más exportadas por Perú, las cuales son:

1. Los demás t-shirts de algodón (US\$ 411 Millones +19.7%),
2. Camisas de punto algodón (US\$ 167 Millones -11.2%),
3. Los demás suéteres (US\$ 85 Millones +4.9%),
4. Camisones y pijamas para mujeres o niñas (US\$ 32 Millones +48.0%) y
5. Prendas para bebés de algodón (US\$ 28 Millones +9.6%). (p. 19).

El producto más exportado de las prendas de algodón, los demás t-shirts de algodón, tiene como mayor mercado destino a Estados Unidos con un 63.01% de participación de mercado durante el 2024, seguido por Brasil (10.93%), Canadá (8.14%) y China con 2,18%. Asimismo, la mayor región exportadora durante 2024 ha sido Lima con un valor exportado de 361.49 millones FOB US\$ y una mayoritaria participación de mercado igual al 87.83%, seguida por Ica con 48.04 millones FOB US\$ y una participación de 11.67%. Por otro lado, existe una competencia de empresas exportadoras de este producto debido a una participación bastante equitativa en el total del valor exportado. Durante el 2024 Topy Top lideró el mercado con un 11.89% de participación, seguido por Textiles Camiones SA con el 9.53%, Precotex SAC con el 8.37% y Garment Industries SAC con el 7.21% de la participación. (Exportemos, sección Estadísticas, 2025).

Otro producto de exportación derivado del algodón relevante es el tejido de punto algodón, cuyos mayores mercados destinos son principalmente latinoamericanos. El mayor mercado es Colombia con 47.82 millones FOB US\$ con una participación del 73.89% de lo exportado durante el 2024. En segundo lugar, se encuentra, con mucha diferencia, Bolivia con 6.08 millones FOB US\$ y una participación del 9.39%, seguido por Ecuador (5.30 millones FOB US\$ y 8.19% de participación). Las principales empresas exportadoras durante el 2024 fueron Textiles Camiones SA (33.16% de participación), Precotex SAC (21.57% de participación) y Textil Oceano SAC (9.83% de participación). (Exportemos, sección Estadísticas, 2025).

7. Mercados Potenciales

Mediante un procedimiento sistemático se ha logrado identificar y priorizar mercados internacionales con mayor potencial comercial para el algodón peruano (Pima y Tangüis), considerando variables estratégicas que favorezcan la competitividad y la inclusión de pequeños y medianos productores.

7.1. Mercados Potenciales para el PIMA

El análisis de los mercados potenciales para el algodón Pima peruano (fibra extralarga y premium) identifica una preselección de destinos estratégicos que incluye:

EE. UU., Italia, Alemania, Japón, Corea del Sur, España, Reino Unido, Canadá y Argentina.

De esta lista, destacan tres mercados principales como resultado final, los cuales son:

1. Italia
2. Japón
3. Estados Unidos

En los mercados del algodón Pima (fibra extralarga – ELS), el mapa sectorial está dominado por segmentos de alto valor agregado, con fuerte presencia de hilanderías finas, textilerías especializadas, marcas premium y retail diferenciado.

En Italia, el ecosistema textil está altamente especializado y fragmentado por clústeres, con empresas que operan bajo esquemas OEM de alta gama y OBM vinculados a marcas de lujo. La integración vertical suele ser selectiva, con alta subcontratación especializada, pero con control estricto de calidad. El Pima se utiliza en hilatura fina, tejidos premium y confección de alta moda.

En Japón, el mapa sectorial es más reducido en escala, pero extremadamente exigente en calidad. Predominan empresas especializadas con integración funcional más que volumétrica, orientadas a nichos premium. La relación entre hilanderías, confeccionistas y marcas es estrecha y de largo plazo, con fuerte énfasis en reputación y consistencia del proveedor. El Pima se inserta principalmente en prendas de alto confort, colecciones limitadas y textiles de calidad superior.

En Estados Unidos, el mapa sectorial es amplio y diverso, combinando grandes corporaciones textiles, marcas globales y retail multiformato. Coexisten modelos OEM a gran escala y OBM con marcas propias consolidadas. El algodón Pima se utiliza tanto en confección premium como en textiles hogar de alta calidad, con cadenas de suministro altamente profesionalizadas y orientadas a eficiencia y trazabilidad.

7.2. Mercados Potenciales para el Tangüis

El análisis de mercado para el algodón Tangüis (fibra larga y resistente) destaca una preselección de destinos con alto potencial, que incluye:

México, Brasil, Colombia, Turquía, Portugal, Bangladesh, Vietnam, España y Marruecos.

De este grupo, el Top 3 resultante son:

1. México
2. Portugal
3. Turquía

En los mercados destino del algodón Tangüis, la estructura sectorial se caracteriza por una alta presencia de eslabones industriales intermedios, con fuerte peso de hilanderías, textilerías y confeccionistas orientados tanto al mercado interno como a la exportación.

En México, el mapa sectorial muestra un ecosistema relativamente integrado, con hilanderías y textilerías que abastecen a confecciones locales y a cadenas de exportación hacia Norteamérica. Predominan modelos OEM (Original Equipment Manufacturer), con integración parcial hacia confección y menor presencia de marcas propias (OBM) en segmentos de volumen. El algodón Tangüis se inserta principalmente como insumo para hilados medianos, tejidos planos y de punto, y mezclas algodón-sintético.

En Portugal, el sector textil es más compacto, pero altamente especializado, con empresas verticalmente integradas que combinan hilatura, tejido, acabado y confección, principalmente para marcas europeas. Aunque el uso de Tangüis es más selectivo que el Pima, se emplea en textil hogar, tejidos resistentes y productos técnicos, bajo esquemas OEM y, en algunos casos, OBM orientados a sostenibilidad.

En Turquía, el mapa sectorial es uno de los más completos y escalables del mundo, con grandes clusters textiles (Estambul, Bursa, Izmir) y una alta integración vertical desde la hilatura hasta la confección final. Predominan modelos OEM de gran escala, con creciente desarrollo de OBM regionales. El Tangüis se posiciona como fibra funcional para volúmenes grandes, mezclas industriales y textiles de uso intensivo, donde la resistencia y estabilidad de la fibra son claves.

7.3. Requerimientos técnicos predominantes

Algodón Pima (Italia, Japón, Estados Unidos)

Para el algodón Pima, los mercados analizados presentan requerimientos técnicos estrictos y estandarizados, especialmente en los segmentos premium:

- Longitud de fibra: extralarga (ELS), homogénea y consistente.
- Resistencia: alta, compatible con hilatura fina y ultra fina.
- Micronaire: rangos estrechos y controlados.
- Control de humedad: crítico para preservar suavidad y desempeño.
- Pureza post-desmote: exigencia muy alta, con mínima contaminación.

Las tolerancias técnicas son reducidas y varían según uso:

- Hilado fino (ELS): máxima exigencia en longitud, resistencia y micronaire.
- Confección premium: énfasis en tacto, uniformidad y comportamiento post-lavado.
- Textil hogar premium: gramajes definidos, durabilidad y suavidad prolongada.

Algodón Tangüis (México, Portugal, Turquía)

Los mercados destino del Tangüis priorizan atributos técnicos funcionales, más que exclusividad extrema de fibra. Los requerimientos predominantes incluyen:

- Longitud de fibra: fibra larga adecuada para hilados medios.
- Resistencia: alta, clave para procesos industriales y mezclas.

- Micronaire: rangos medios, compatibles con mezclas algodón–sintético.
- Control de humedad: esencial para estabilidad en almacenamiento y transporte.
- Pureza post-desmote: tolerancias moderadas, con énfasis en consistencia lote a lote.

En términos de uso final, las tolerancias varían por subsegmento:

- Mezclas algodón–sintético: se privilegia resistencia y uniformidad.
- Textil hogar: se requieren gramajes específicos, estabilidad dimensional y durabilidad.
- Confección de uso intensivo: menor sensibilidad al micronaire fino, mayor foco en rendimiento industrial.

7.4. Variedades y presentaciones

Variedades predominantes

En los mercados analizados, la demanda de algodón se estructura principalmente en función del tipo de fibra, el uso final y el posicionamiento del producto. El algodón Pima (fibra extralarga – ELS) se orienta a segmentos de alto valor agregado, mientras que el algodón Tangüis (fibra larga) cumple un rol más funcional y versátil, con capacidad de atender volúmenes mayores y usos industriales diversos.

El algodón Pima (ELS) es consumido prioritariamente en la elaboración de prendas premium, camisetas de alta calidad, ropa infantil y productos donde el tacto, la suavidad y la durabilidad son atributos críticos. Su uso es predominante en mercados como Italia, Japón y Estados Unidos, donde la fibra extralarga se integra en hilatura fina y ultra fina, así como en confecciones que buscan diferenciación por confort, desempeño y percepción de lujo. En estos mercados, la consistencia entre lotes y la trazabilidad del origen son tan relevantes como las propiedades físicas de la fibra.

Por su parte, el algodón Tangüis (fibra larga) es ampliamente utilizado en textil-hogar, ropa casual, prendas de uso intensivo y mezclas con fibras sintéticas, donde la resistencia mecánica y la estabilidad del hilado son determinantes. Esta variedad encuentra demanda sostenida en México, Portugal y Turquía, mercados con fuerte presencia de hilanderías y textilerías industriales. El Tangüis se posiciona como una fibra confiable para procesos productivos de escala, con tolerancias técnicas más amplias que el Pima, pero con exigencias claras de uniformidad y rendimiento.

De manera transversal a ambas variedades, se observa una creciente presencia de algodón certificado —especialmente orgánico y Better Cotton Initiative (BCI)— como factor diferenciador de mercado. Estas certificaciones no solo responden a exigencias regulatorias y de sostenibilidad, sino que se han convertido en requisitos comerciales para marcas, retailers y fabricantes que abastecen a cadenas globales, especialmente en Europa, Japón y segmentos premium de Estados Unidos.

Presentaciones y empaques

La forma de presentación del algodón en los mercados destino sigue estándares internacionales consolidados, orientados a garantizar la integridad de la fibra, la trazabilidad y la eficiencia logística. La presentación predominante es en fardos prensados, adecuados para transporte marítimo y manipulación industrial, con etiquetado visible y estandarizado que consigna información clave como lote, origen, variedad, campaña y certificación (cuando aplica).

Las especificaciones técnicas del empaque incluyen controles estrictos de contenido de humedad, generalmente exigidos por debajo de 8–10%, a fin de evitar deterioro de la fibra, proliferación de hongos o pérdida de calidad durante el transporte y almacenamiento. Asimismo, los compradores demandan altos niveles de limpieza, con ausencia de materia vegetal, residuos extraños y contaminación cruzada, particularmente en el caso del algodón Pima y del algodón certificado.

Finalmente, la comercialización formal del algodón requiere documentación técnica completa por lote, destacando el Certificado de Análisis (COA), que detalla parámetros como longitud de fibra, resistencia, micronaire, humedad y nivel de impurezas. Este documento es clave para la aceptación comercial, la trazabilidad y la resolución de eventuales controversias, y constituye un requisito estándar en contratos B2B con hilanderías, textilerías y marcas internacionales.

7.5. Competencia en el mercado destino

Competidores directos

La competencia del algodón peruano en los mercados destino se estructura en torno a dos grandes grupos de fibras:

- i. fibras extralargas (ELS), que compiten directamente con el algodón Pima, y
- ii. fibras largas y medias, que compiten con el algodón Tangüis en usos industriales, textiles de volumen y mezclas.

En el segmento ELS, los principales competidores del algodón Pima peruano son el Pima estadounidense y el algodón egipcio (Giza). El Pima de EE. UU. presenta una oferta relativamente estable, con altos niveles de estandarización, fuerte respaldo institucional y proximidad logística a su mercado interno, lo que le otorga ventajas en Estados Unidos. Sin embargo, su precio spot suele incorporar primas elevadas y muestra volatilidad asociada a condiciones climáticas y políticas agrícolas. El algodón egipcio, por su parte, goza de un posicionamiento histórico de lujo, especialmente en Europa y Japón, aunque enfrenta desafíos crecientes de consistencia entre lotes y trazabilidad, factores críticos para compradores exigentes.

En el segmento de fibras largas y medias, los principales competidores del algodón Tangüis provienen de India, Pakistán y Brasil. India y Pakistán destacan por su gran volumen y precios competitivos, pero presentan mayor variabilidad en calidad, micronaire y contaminación, lo que limita su desempeño en

segmentos de mayor exigencia técnica. Brasil, en cambio, ha ganado presencia por su escala, eficiencia productiva y mejoras en trazabilidad, posicionándose como un competidor fuerte en mercados como Turquía y Portugal, especialmente en contratos de gran volumen.

Evaluación comparativa (benchmark)

Desde una perspectiva comparativa, el algodón Pima peruano presenta ventajas competitivas claras en longitud de fibra, suavidad, uniformidad y desempeño en hilatura fina, atributos altamente valorados en Italia, Japón y segmentos premium de Estados Unidos. Frente al Pima estadounidense, el Pima peruano puede diferenciarse por perfil sensorial (tacto), origen y narrativa de sostenibilidad, mientras que frente al algodón egipcio puede destacar por mayor consistencia técnica y confiabilidad de suministro, siempre que se refuercen los sistemas de control y certificación.

El algodón Tangüis, en comparación con fibras largas de India y Pakistán, ofrece mejor resistencia, mayor estabilidad de fibra y menor variabilidad, lo que se traduce en mayor eficiencia industrial y menores mermas para el comprador. Frente a Brasil, la competencia es más directa en términos técnicos; sin embargo, el Tangüis puede diferenciarse en nichos de calidad funcional, especialmente cuando se integra a esquemas de trazabilidad, sostenibilidad y contratos de suministro confiables, más que en competencia puramente por precio.

Un elemento transversal en ambos segmentos es la brecha de certificación y trazabilidad, que constituye una palanca estratégica de diferenciación. Mientras algunos competidores compiten principalmente por precio y volumen, el algodón peruano —tanto Pima como Tangüis— tiene la oportunidad de posicionarse mediante certificaciones (orgánico, BCI, comercio justo), trazabilidad por lote y cumplimiento técnico documentado. Esta estrategia permite reducir la exposición a la volatilidad del precio spot y fortalecer relaciones de largo plazo con compradores que priorizan calidad, reputación y cumplimiento normativo.

7.6. Tipo de consumidores y tendencias de consumo

Segmentos de consumidores

El mercado internacional del algodón se estructura en segmentos de consumidores diferenciados por sensibilidad a la calidad, precio y atributos éticos, lo que define patrones de demanda distintos para el algodón Pima y el Tangüis. El primer segmento corresponde a los consumidores premium conscientes, predominantes en Italia, Japón y ciertos nichos de Estados Unidos. Este grupo valora fibras ELS de alto desempeño, suavidad superior y acabados finos, y está dispuesto a pagar una prima de precio cuando el producto incorpora certificaciones orgánicas, comercio justo y sistemas de trazabilidad verificables. En este segmento, el algodón Pima peruano encuentra su mayor potencial de captura de valor, especialmente cuando el origen y el impacto social se integran al relato de marca.

Un segundo segmento está conformado por el consumidor masivo de calidad media, relevante en mercados como México, Portugal y Turquía, así como en líneas de entrada y “value-for-money” en mercados desarrollados. Este consumidor prioriza resistencia, durabilidad y precio competitivo, más que atributos de lujo. El algodón Tangüis, solo o en mezclas con fibras sintéticas, responde bien a estas expectativas, particularmente en prendas casuales, uniformes, denim liviano y productos de rotación rápida. En este segmento, la decisión de compra se ve fuertemente influenciada por la eficiencia de costos y la estabilidad del suministro.

Un tercer segmento corresponde al hogar y al textil técnico, que incluye productos como ropa de cama, toallas, textiles decorativos y aplicaciones técnicas ligeras. Aquí, el consumidor —y especialmente el comprador industrial o retail— prioriza gramaje, resistencia al uso, estabilidad dimensional y vida útil, más que la finura extrema de la fibra. Tanto el Tangüis como ciertas calidades de Pima pueden participar en este segmento, siempre que cumplan con especificaciones técnicas claras y consistentes, y ofrezcan una relación calidad-precio adecuada.

Tendencias de consumo

Una de las tendencias más relevantes es el crecimiento sostenido de la sostenibilidad y la transparencia como criterios de decisión de compra. Los consumidores finales, así como las marcas y retailers, demandan cada vez más información verificable sobre el origen del algodón, las condiciones sociales de producción y la huella ambiental del producto. Etiquetas claras, certificaciones reconocidas y sistemas de trazabilidad por lote se están convirtiendo en requisitos de acceso a mercado, especialmente en los segmentos premium y en mercados como la Unión Europea, Japón y Estados Unidos.

Otra tendencia clave es la expansión del e-commerce y de las colecciones cápsula, que favorecen ciclos de producto más cortos, ediciones limitadas y narrativas de alto contenido simbólico. Este modelo beneficia especialmente al algodón Pima, que puede posicionarse como insumo exclusivo en colecciones de alto valor, pero también abre oportunidades para el Tangüis en líneas diferenciadas por durabilidad y origen responsable. En este contexto, la capacidad de respuesta rápida y la flexibilidad en volúmenes se vuelven factores críticos para los proveedores.

Finalmente, se observa una tendencia creciente hacia el nearshoring y reshoring, impulsada por la necesidad de reducir riesgos logísticos, acortar tiempos de entrega y aumentar la resiliencia de las cadenas de suministro. Esta dinámica favorece esquemas de contratos más flexibles, lotes más cortos y relaciones de largo plazo entre productores, industriales y marcas. Para el algodón peruano, esta tendencia representa una oportunidad estratégica para integrarse en cadenas regionales (en el caso del Tangüis) y en nichos de alta calidad que valoran la confiabilidad y la rapidez de respuesta por encima del menor precio absoluto.

7.7. Perfil de potenciales compradores

Tipologías de compradores

Los potenciales compradores del algodón peruano se agrupan en tres tipologías principales, cada una con requerimientos técnicos, comerciales y relacionales específicos a lo largo de la cadena de valor.

Las hilanderías constituyen el primer y más relevante eslabón comprador, tanto para el algodón Pima como para el Tangüis. Estas empresas demandan especificaciones técnicas precisas y consistentes, particularmente en variables como longitud de fibra, micronaire, resistencia, uniformidad y nivel de contaminación. En el caso del Pima, las hilanderías orientadas a hilado fino y extrafino —comunes en Italia, Japón y Estados Unidos— valoran especialmente la homogeneidad entre lotes y la repetibilidad de resultados en procesos de alta exigencia. Para el Tangüis, las hilanderías de México, Portugal y Turquía priorizan el desempeño industrial y la estabilidad, sobre todo cuando el algodón se destina a mezclas o a productos de mayor volumen.

Las textilerías y fabricantes (tejedurías, plantas de acabado y confección integrada) representan una segunda tipología clave. Estos compradores buscan volúmenes estables, continuidad en el abastecimiento y control de calidad a lo largo del tiempo, más que compras spot aisladas. En mercados con alto nivel de integración vertical, como Turquía o ciertos clústeres de Italia y Estados Unidos, este tipo de comprador valora relaciones de suministro de mediano plazo que reduzcan riesgos operativos y faciliten la planificación productiva.

Finalmente, las marcas y cadenas de retail —que acceden al algodón de manera indirecta a través de sus proveedores— influyen crecientemente en las decisiones de compra. Estas entidades exigen certificaciones, trazabilidad y un relato creíble de origen e impacto, especialmente en segmentos premium y sostenibles. Para el algodón Pima, las marcas de moda y básicos premium en Italia, Japón y Estados Unidos son actores decisivos; en el caso del Tangüis, retailers de gran volumen y marcas de textil-hogar en México, Portugal y Turquía establecen estándares mínimos que se trasladan hacia atrás en la cadena.

Criterios claves del comprador

Más allá de la tipología, los compradores internacionales comparten un conjunto de criterios clave que determinan la selección de proveedores y la continuidad de la relación comercial. El primero es la garantía de suministro, asociada a un calendario claro de cosecha y desmote, capacidad de cumplir volúmenes comprometidos y planes de contingencia frente a riesgos climáticos o logísticos. La previsibilidad del abastecimiento es especialmente crítica para compradores industriales con líneas de producción continuas.

Un segundo criterio fundamental son los estándares técnicos y de calidad, que se materializan en la exigencia de certificados de análisis (COA) por lote, lotes homogéneos y sistemas de control que minimicen variaciones entre embarques. En segmentos de mayor valor, como el Pima ELS, cualquier

desviación técnica puede generar rechazos o penalidades contractuales, por lo que la consistencia es tan importante como la calidad intrínseca de la fibra.

El tercer criterio corresponde a los cumplimientos normativos y auditorías, que incluyen certificaciones como GOTS, BCI y Fair Trade, así como auditorías sociales y ambientales exigidas por marcas y retailers. Estos requisitos, lejos de ser accesorios, se han convertido en condiciones de acceso a mercado, especialmente en la Unión Europea, Japón y Estados Unidos. La capacidad de ofrecer esquemas de certificación grupal y trazabilidad verificable mejora significativamente la competitividad del proveedor peruano.

Finalmente, los términos comerciales influyen de manera decisiva en la elección del proveedor. Los compradores evalúan Incoterms (FOB, CFR, CIF), coberturas de seguros, medios de pago (cartas de crédito, cobranza documentaria, pagos diferidos) y la asignación de riesgos a lo largo de la cadena logística. Propuestas comerciales claras, alineadas con las prácticas del mercado destino y acompañadas de una gestión profesional del riesgo, refuerzan la percepción de confiabilidad del proveedor.

7.8. Requisitos de acceso

Requisitos arancelarios

El acceso del algodón peruano a los mercados internacionales depende, en primer lugar, del tratamiento arancelario aplicado según la presentación del producto (algodón en fibra, hilado o tejido), identificado por los códigos del Sistema Armonizado (HS). En general, el algodón en fibra (HS 5201) enfrenta aranceles bajos o nulos en la mayoría de mercados, mientras que los productos con mayor transformación (hilados HS 5205–5207 y tejidos HS 5208–5212) suelen estar sujetos a aranceles más elevados, lo que influye en la estrategia de exportación y encadenamiento productivo.

Perú cuenta con acuerdos comerciales y esquemas de preferencias que mejoran el acceso a varios mercados clave. En Estados Unidos, el TLC Perú–EE. UU. otorga acceso libre de arancel para algodón en fibra y productos textiles que cumplan con las reglas de origen. En el caso de la Unión Europea —relevante para Italia y Portugal—, el acuerdo comercial con Perú también establece arancel cero para algodón en bruto y preferencias para productos textiles, sujeto al cumplimiento de origen. México ofrece preferencias bajo el TLC Perú–México, mientras que Japón mantiene aranceles reducidos y un entorno relativamente abierto para fibras de alta calidad. Turquía, aunque no tiene un TLC directo con Perú, aplica aranceles moderados al algodón en fibra, compensados parcialmente por su fuerte demanda industrial.

Requisitos no arancelarios y técnicos

Más allá del arancel, los requisitos no arancelarios constituyen el principal filtro de acceso efectivo a mercado. En términos fitosanitarios, el algodón debe cumplir con normas relativas a ausencia de plagas cuarentenarias, límites de residuos permitidos y certificación fitosanitaria emitida por la autoridad competente en Perú. Estos requisitos son especialmente estrictos en mercados como la Unión Europea y Japón.

En el ámbito regulatorio, la Unión Europea exige cumplimiento del reglamento REACH, que restringe el uso de sustancias químicas peligrosas a lo largo de la cadena, lo que impacta no solo al algodón en fibra sino también a procesos posteriores de hilatura y acabado. Adicionalmente, los compradores suelen exigir etiquetado técnico y comercial claro, incluyendo origen, lote y, cuando aplica, certificaciones.

Las especificaciones de calidad son un componente crítico de acceso. Los mercados destino demandan parámetros técnicos verificables como longitud de fibra, micronaire, resistencia, uniformidad, contenido de humedad (generalmente <8–10 %) y nivel de limpieza. Estas características deben respaldarse mediante pruebas de laboratorio acreditado (HVI u otros métodos reconocidos) y documentación técnica por lote. El incumplimiento de estas especificaciones puede derivar en rechazos, descuentos o rescisión contractual.

Certificaciones y trazabilidad

Las certificaciones voluntarias, que en la práctica se han convertido en requisitos de acceso, son un elemento central para competir en mercados de mayor valor. La certificación GOTS es clave para el algodón orgánico, particularmente en Italia, Japón y Estados Unidos. BCI se ha consolidado como un estándar mínimo de sostenibilidad exigido por grandes marcas y retailers, mientras que Fair Trade refuerza el componente social y es valorado en nichos premium y conscientes.

A nivel de producción primaria y desmote, los compradores también demandan cumplimiento de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), como garantía de calidad, seguridad y sostenibilidad del proceso. Estas prácticas son especialmente relevantes para integrar a pequeños y medianos productores en cadenas formales de exportación.

Finalmente, la trazabilidad emerge como un factor estratégico. Sistemas de trazabilidad digital por lote —incluyendo soluciones avanzadas como blockchain de manera opcional— permiten rastrear el algodón desde el campo hasta el embarque, facilitando auditorías, reduciendo riesgos reputacionales y fortaleciendo la confianza del comprador. La realización de auditorías periódicas es parte integral de este esquema y debe considerarse como un costo estructural de acceso a mercado, no como un gasto puntual.

8. Plan Estratégico Comercial

8.1. Objetivos

El plan estratégico se orienta a reposicionar al algodón peruano como un activo estratégico nacional, diferenciando objetivos por tipo de fibra, mercado destino y rol dentro de la cadena global de valor, bajo una estrategia de Marca País.

Para el algodón Pima (ELS), el objetivo es consolidar al Perú como referente mundial de algodón extralargo premium, ingresando y escalando en Italia, Japón y Estados Unidos a través de nichos de alto valor. Esto se apalanca en la creación y posicionamiento de una “Marca Algodón Perú – Pima”, respaldada por certificaciones GOTS, trazabilidad completa y certificación de origen, y articulada con campañas internacionales junto a PROMPERÚ, marcas textiles y compradores estratégicos.

Para el algodón Tangüis, el objetivo es asegurar su sostenibilidad productiva y comercial, orientándolo a volúmenes estables hacia hubs industriales de México, Portugal y Turquía, bajo una “Marca Algodón Perú – Tangüis” que destaque su resistencia, desempeño industrial y origen. En paralelo, se prioriza un plan de fortalecimiento productivo en Ica, que permita reducir riesgos de desaparición del cultivo y mantener su competitividad frente a fibras sustitutas.

8.2. Propuesta de valor

La propuesta de valor se construye sobre un portafolio claramente segmentado, integrado a una Marca País del algodón peruano, que comunica calidad técnica, sostenibilidad, historia y trazabilidad.

El portafolio define especificaciones técnicas estandarizadas por tipo de fibra (longitud, micronaire, resistencia, limpieza, humedad), lotes homogéneos, calendarios de entrega previsibles y fichas técnicas con COA por lote. Este enfoque se complementa con una narrativa de sostenibilidad e inclusión, que visibiliza a los productores, las prácticas agrícolas responsables y el impacto territorial, especialmente en Piura (Pima) e Ica (Tangüis).

La marca se conecta estratégicamente con el sector textil–confecciones, posicionando al Perú como productor íntegro, capaz de ofrecer soluciones desde la semilla y la fibra hasta el hilado, el tejido y la prenda final. Esta integración refuerza el valor percibido del algodón peruano frente a competidores que solo compiten por precio o volumen.

8.3. Estrategia de canal

La estrategia de canal prioriza el B2B directo con hilanderías, textilerías y fabricantes, complementado por integradores y traders cuando aportan escala, acceso o reducción de riesgos. Los términos comerciales (Incoterms, seguros, medios de pago) se adaptan por mercado, buscando minimizar riesgos financieros y logísticos.

De manera estratégica, se impulsa la integración en la cadena de valor en origen, promoviendo que los productores —de forma individual, asociativa o mediante esquemas público-privados— accedan a servicios de desmotado, transporte y comercialización, avanzando de la venta de algodón en rama a la

venta de fibra desmotada, donde se captura mayor rentabilidad. En territorios seleccionados, se fomenta el desarrollo de microhilanderías rurales, orientadas a nichos específicos y encadenadas con marcas nacionales o internacionales.

Como canal complementario, se considera el e-commerce B2C indirecto (marca país y productos derivados), especialmente para el algodón Pima, como herramienta de posicionamiento, storytelling y generación de demanda “pull”, más que como canal de volumen.

8.4. Cronograma de implementación

El plan se despliega en tres fases, incorporando componentes de marca, producción, asociatividad e integración de cadena.

Fase 1 (0–6 meses): habilitación estratégica y productiva

- Diseño e institucionalización de la Marca Algodón Perú (Pima y Tangüis).
- Inicio o actualización de certificaciones (GOTS, BCI, BPA, Fair Trade).
- Lanzamiento del Programa Nacional de Productores de Algodón Pima (Piura).
- Diagnóstico productivo y tecnológico del Tangüis en Ica.

Fase 2 (6–12 meses): pilotos comerciales y productivos

- Contratos piloto con compradores internacionales bajo la marca país.
- Implementación de modelos de riego tecnificado, semillas mejoradas y MIP en Ica.
- Puesta en marcha de cooperativas fortalecidas y centros de servicios compartidos (laboratorios, acopio, asistencia técnica).
- Primeros esquemas de venta de fibra desmotada por productores organizados.

Fase 3 (12–24 meses): escalamiento, integración y diversificación

- Escalamiento de volúmenes y diversificación de compradores.
- Desarrollo de corredores logísticos algodoneiros (Paita para Pima; Callao/Pisco para Tangüis).
- Integración con industria textil-exportadora y proyectos de valor agregado.
- Puesta en marcha del Observatorio Nacional del Algodón.

8.5. Riesgos, mitigaciones y sostenibilidad del sistema

El plan reconoce riesgos estructurales como la volatilidad de precios, la pérdida de rentabilidad del Tangüis, el riesgo de pago, las barreras técnicas y las interrupciones logísticas. Para mitigarlos, se plantean acciones coordinadas:

- Gestión de riesgos comerciales: seguros de crédito, cláusulas contractuales, diversificación de mercados y compradores.
- Sostenibilidad productiva: investigación varietal (INIA–universidades), financiamiento especializado con garantías estatales y revisión de mecanismos de precio mínimo o compras públicas inteligentes.
- Resiliencia territorial: alternativas productivas complementarias en Ica si el Tangüis no es viable sin tecnología, evitando impactos sociales negativos.
- Gobernanza y transparencia: fortalecimiento de la asociatividad, formalización, trazabilidad y uso del observatorio para decisiones informadas.

9. Conclusiones

La cadena algodonera peruana presenta una alta fragmentación y debilidad estructural, caracterizada por una atomización de la producción en manos de pequeños agricultores frente a una concentración en los eslabones de acopio e industria. Esta configuración genera una asimetría de mercado donde el productor primario asume los mayores riesgos y costos, pero recibe los márgenes de ganancia más bajos en comparación con las hilanderías y exportadores. En regiones como Piura e Ica, se evidencia un cuello de botella comercial, donde el acopio está dominado por pocos actores (como la empresa Creditex), lo que limita la competencia y deja a los agricultores vulnerables ante la fijación unilateral de precios.

Un problema técnico y comercial crítico es la crisis en el acceso y calidad de la semilla. La suspensión de programas de certificación por parte del SENASA ha provocado una escasez de semilla certificada, obligando a los productores a recurrir a la recirculación de semillas de cosechas anteriores. Esta práctica deteriora la pureza genética, reduce el rendimiento por hectárea y afecta la homogeneidad de la fibra, restando competitividad al algodón peruano frente a fibras importadas o sintéticas. A pesar de ello, se concluye que el problema central en zonas como Piura es de índole comercial y financiero, no técnico, ya que existe conocimiento agronómico suficiente para lograr altos rendimientos.

Finalmente, el diagnóstico resalta que el Perú posee una ventaja comparativa estratégica gracias a sus variedades emblemáticas. El algodón Pima (Piura), reconocido por su finura extralarga, y el Tangüis (Ica), valorado por su resistencia industrial, permiten un posicionamiento diferenciado: el primero enfocado en nichos de exportación premium (Italia, Japón, EE. UU.) y el segundo en el abastecimiento de la industria nacional y regional. Sin embargo, la captura de este valor está condicionada a superar la brecha en trazabilidad y certificaciones (como GOTS o BCI), que hoy son requisitos indispensables para acceder a mercados internacionales de alto valor.

10. Recomendaciones

Para fortalecer la cadena, se recomienda implementar un nuevo enfoque de política sectorial que transite del énfasis netamente productivo hacia un enfoque de mercado inclusivo. Es imperativo fomentar contratos de integración vertical entre organizaciones de productores, desmotadoras y empresas textiles para asegurar un suministro constante de fibra y precios estables que garanticen la rentabilidad del agricultor. Asimismo, el Estado debe reactivar urgentemente la producción y certificación de semillas Pima y Tangüis a través del INIA, asegurando la pureza varietal necesaria para mantener el prestigio de la fibra peruana.

En el ámbito comercial y de promoción, se sugiere el desarrollo de una narrativa de Marca País (“Algodón Perú – Pima” y “Algodón Perú – Tangüis”) que destaque la sostenibilidad, el origen y el impacto social del cultivo. Esto debe ir acompañado de incentivos para la obtención de certificaciones internacionales (orgánico, comercio justo) y la implementación de sistemas de trazabilidad que permitan diferenciar al algodón peruano en mercados de lujo. Además, es fundamental mejorar la competitividad logística, optimizando los corredores viales hacia los puertos de Paita y Callao para reducir los costos de transporte interno, que actualmente representan una porción significativa del costo total.

Por último, se recomienda fortalecer la gobernanza y el financiamiento rural mediante el rediseño de instrumentos de crédito a través de Agrobanco, facilitando el acceso a pequeños productores que actualmente están excluidos por problemas de formalización de tierras. Se propone también la creación de un Observatorio Nacional del Algodón para monitorear precios, tendencias de mercado y riesgos climáticos, permitiendo una toma de decisiones informada y coordinada entre el sector público y privado. Estas acciones permitirán reposicionar al algodón como un activo estratégico nacional, integrando al productor primario en la captura de mayor valor agregado

11. Bibliografía

Autoridad Nacional del Agua (ANA). (2024). Informe sobre disponibilidad hídrica en la costa sur del Perú. <https://www.ana.gob.pe>

Banco Central de Reserva del Perú (BCRP). (2024). Reporte de exportaciones textiles 2024. <https://www.bcrp.gob.pe>

Banco Central de Reserva del Perú (BCRP). (2024). Series estadísticas: Agrícolas – Algodón (precios FOB y series relacionadas). <https://estadisticas.bcrp.gob.pe>

Banco Central de Reserva del Perú (BCRP). (2024). Series estadísticas: Exportaciones por producto – Fibra de algodón y confecciones. <https://estadisticas.bcrp.gob.pe>

Banco Central de Reserva del Perú (BCRP). (2024). Series estadísticas: Precios y exportaciones de algodón y textiles. <https://estadisticas.bcrp.gob.pe>

Bianco, S., & Macedo, M. (2019). Posición de dominio de las empresas desmontadoras e impacto en la formación de precio. CEPES. <https://cepes.org.pe/wp-content/uploads/2019/03/03bianco-macedo.pdf>

Cámara de Comercio de Lima (CCL). (2024). Directorio de empresas textiles y confecciones 2024. <https://www.cameralima.org.pe>

Centro de Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica (CITE) Gamarra. (2024). Informe de articulación comercial textil 2024. <https://www.gob.pe/citegamarra>

Datásur. (2024). Exportaciones de algodón peruano: análisis y datos 2024. <https://www.datasur.com/exportaciones-de-algodon-peruano/>

Food and Agriculture Organization (FAO). (2023). Panorama del mercado mundial del algodón 2023. <https://www.fao.org>

Gobierno Regional de Piura. (2025). Campaña algodонера 2025: Reactivación del algodón Pima. <https://www.gob.pe/regionpiura>

Gobierno Regional de Piura. (2025). Mesa Técnica del Algodón Pima: Avances y resultados 2025. <https://www.regionpiura.gob.pe>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2023). Compendio: Producción agrícola por cultivo y región. <https://www.inei.gob.pe>

MINAG / OEE. (s. f.). Cadena algodón. Repositorio MIDAGRI. <https://repositorio.midagri.gob.pe/bitstream/20.500.13036/374/1/cadena%20ALGODON.pdf>

Ministerio del Ambiente (MINAM). (2020). Algodón peruano: bioseguridad y variedades. <https://bioseguridad.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2020/12/libroalgodonfinal.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2018). Cómo tramitar el certificado de origen para exportar. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/3757-conoce-como-tramitar-el-certificado-de-origen-para-exportar>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2019). Procedimientos para la exportación de productos agrícolas y textiles. <https://www.mincetur.gob.pe>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2019). Procesamiento / exportación – requisitos y normas técnicas. <https://www.mincetur.gob.pe/reglamentostecnicos>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2023). Informe de comercio exterior textil y confecciones. Dirección de Evaluación y Seguimiento de Comercio Exterior. <https://www.mincetur.gob.pe>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2024). Boletín de comercio exterior del algodón peruano 2024. <https://www.mincetur.gob.pe>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2024). Boletín mensual de comercio exterior – Algodón y prendas de vestir. <https://www.mincetur.gob.pe>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI). (s. f.). Algodón – producción y zonas productoras. <https://www.midagri.gob.pe/portal/datero/27-sector-agrario/algodon>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI). (s. f.). Producción: Zonas productoras de algodón por valles. <https://www.midagri.gob.pe/portal/objetivos/27-sector-agrario/algodon/228-produccion>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI). (2023). Anuario Estadístico Agrario 2019–2023. Dirección de Estadística Agraria. <https://www.midagri.gob.pe>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI). (2023). Informe de producción agrícola: Algodón 2023. Sistema Integrado de Estadísticas Agrarias (SIEA). <https://siea.midagri.gob.pe>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI). (2024). Asociaciones productivas de algodón Tangüis. Dirección General Agrícola. <https://www.midagri.gob.pe>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI). (2024). Costos y márgenes de rentabilidad del algodón en el Perú. Dirección General de Políticas Agrarias. <https://midagri.gob.pe>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI). (2024). El Agro en Cifras – boletines mensuales. https://siea.midagri.gob.pe/portal/phocadownload/datos_estadisticas/mensual/Agro

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI). (2024). Informe sobre producción y superficie algodонера en el Perú. <https://www.midagri.gob.pe>

Ministerio de la Producción (PRODUCE). (2023). Informe técnico del sector textil y confecciones 2023. <https://www.produce.gob.pe>

Ministerio de la Producción (PRODUCE). (2023). Informe técnico sobre cadenas productivas del algodón peruano. <https://www.produce.gob.pe>

Ministerio de la Producción (PRODUCE). (2023). Sector textil y confecciones: Informe técnico anual 2023. <https://www.produce.gob.pe>

Ministerio de la Producción (PRODUCE). (2023). Sector Textil y Confecciones: informe sectorial. https://www.producempresarial.pe/wp-content/uploads/2023/12/Sector_Textil_y_Confecciones-vf.pdf

Organización de Comercio Exterior (OEC). (2025). Algodón en bruto en el comercio de Perú. <https://oec.world/es/profile/bilateral-product/raw-cotton/reporter/per>

PROMPERÚ. (2023). Reporte de cifras de algodón I-Semestre 2023. <https://recursos.expertemos.pe/reportes-de-cifras-de-algodon-i-sem-2023-.pdf>

PROMPERÚ. (2023). Reporte de exportaciones del sector textil peruano. Dirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial. <https://www.promperu.gob.pe>

PROMPERÚ. (2023). Reporte de exportaciones textiles 2023. Dirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial. <https://www.promperu.gob.pe>

PROMPERÚ. (2024). Directorios de exportadores del sector textil y confecciones 2024. <https://www.promperu.gob.pe>

PROMPERÚ. (2024). Marca Algodón del Perú y mercados internacionales 2024. <https://www.promperu.gob.pe>

PROMPERÚ. (2024). Perfil de exportaciones del algodón y confecciones peruanas. Dirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial. <https://www.promperu.gob.pe>

PROMPERÚ. (2025). Coyuntura Sectorial 2025. Sector Textil / Línea de Algodón. <https://www.promperu.gob.pe>

Quispe, O. A. M. (2022). Algodón orgánico como elemento clave de una estrategia de diferenciación. Repositorio UPC. https://repositorio.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621872/QUISPE_PE.pdf

Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología (SENAMHI). (2024). Impacto del Fenómeno El Niño en la producción agrícola 2024. <https://www.senamhi.gob.pe>

ANEXOS

1. Datos generales y ficha técnica: México (algodón Tangüis)

1.1 Perfil del mercado

México es una de las economías más grandes de América Latina y cuenta con una **industria textil y de confecciones diversificada**, orientada tanto al mercado interno como a la exportación (especialmente hacia EE. UU.). El algodón importado se utiliza principalmente en **hilatura, mezclas con fibras sintéticas y textiles para prendas de uso intensivo**, lo que es consistente con las características del algodón Tangüis.

1.2 Geografía y demografía

- **Ubicación estratégica:** Norteamérica; acceso a Pacífico y Atlántico.
- **Puertos relevantes:** Veracruz (Atlántico), Manzanillo y Lázaro Cárdenas (Pacífico).
- **Tiempo marítimo Callao–Veracruz:** aprox. **15–16 días**.
- **Población:** ~130 millones de habitantes.
- **Urbanización:** alta, con polos industriales y de consumo en CDMX, Monterrey y Guadalajara.
- **Segmentación de consumo:**
 - Premium (limitado, urbano)
 - Medio (dominante)
 - Valor (muy relevante)

1.3 Economía

- **Crecimiento del PIB:** moderado.
- **Inflación y tipo de cambio:** relativamente estables, pero sensibles a shocks externos.
- **Riesgo país:** medio.
- **Facilidad para hacer negocios:** media–alta en el contexto regional.
- **Logística:** infraestructura portuaria desarrollada, con variabilidad en eficiencia aduanera según puerto.

1.4 Aspectos socioculturales

- **Preferencias:** creciente interés por sostenibilidad en marcas y compradores industriales, aunque el **precio sigue siendo determinante** en segmentos masivos.
- **Certificaciones:** valoradas en B2B (especialmente BCI y Fair Trade).
- **Canales:** retail moderno + e-commerce en expansión.
- **Estacionalidad:** alineada a ciclos de moda y producción para exportación.

1.5 Implicancias estratégicas para Tangüis

- Mercado atractivo para **volúmenes medianos y grandes**.
- Entrada recomendada vía **contratos B2B con hilanderías y fabricantes**.
- Priorizar **especificaciones técnicas claras** y consistencia de suministro más que storytelling premium.

2 Datos generales y ficha técnica: Portugal (algodón Tangüis)

2.1 Perfil del mercado

Ubicación y hubs logísticos: Portugal, como puerta atlántica de la UE, cuenta con puertos clave como **Sines, Lisboa y Leixões**; Sines es un hub profundo vinculado a servicios transatlánticos y se usa frecuentemente para carga desde Sudamérica. El tránsito marítimo desde Callao a Sines/Lisboa suele estar en el rango de **~26–30 días** dependiendo de la conexión y frecuencia de servicio. Existe cierta estacionalidad por campañas europeas y slots navieros.

2.2 Geografía y demografía

Portugal es un mercado más pequeño (unos 10.5 millones de habitantes) con alto grado de urbanización y poder adquisitivo por habitante superior al promedio regional; los consumidores premium representan una cuota relevante en centros urbanos (Lisboa, área del Norte). Esto condiciona la posibilidad de posicionar productos Tangüis en nichos de mayor valor.

- **Ubicación:** Europa occidental, puerta atlántica de la UE.
- **Puertos clave:** Sines, Lisboa, Leixões.
- **Tiempo marítimo Callao–Sines/Lisboa:** aprox. **26–30 días**.
- **Urbanización:** alta.
- **Segmentación:** predominio de **consumo medio–premium**.

2.3 Economía

Portugal mostró crecimiento moderado en los últimos años (crecimiento real cercano a 1–2% en 2023–2024 en registros oficiales). El país forma parte de la zona euro, lo que reduce riesgo cambiario frente al euro y facilita transacciones y previsibilidad de precios en contratos B2B con compradores europeos.

Facilidad para negocios y logística: Portugal aparece con índices de logística competitivos en la UE y está programando inversiones significativas en capacidad portuaria (planes de expansión y modernización, especialmente en Sines), lo que mejora tiempos y fiabilidad para importadores. El **LPI/índices logísticos europeos** reflejan buena calidad de infraestructura, aunque los costos europeos y requisitos regulatorios son más exigentes que en mercados latinoamericanos.

2.4 Aspectos socioculturales

- **Preferencias:** muy alta valoración de **sostenibilidad, trazabilidad y cumplimiento normativo**.
- **Certificaciones:** GOTS, BCI y orgánico altamente relevantes.

- **Canales:** fuerte presencia de B2B industrial; e-commerce consolidado a nivel consumidor final.
- **Estacionalidad:** alineada a calendarios de colecciones europeas.

2.5 Implicancias estratégicas para Tangüis

- Mercado ideal para **volúmenes medianos, alta calidad y certificación**.
- Entrada vía **hilanderías y fabricantes integrados a cadenas europeas**.
- Requiere **cumplimiento técnico y documental riguroso**, pero ofrece **mejores márgenes**.

3. Datos generales y ficha técnica: Turquía (algodón Tangüis)

3.1. Perfil de mercado

Turquía es uno de los **principales clusters textiles del mundo**, con gran capacidad de hilatura, tejido y confección, y fuerte integración con marcas europeas y de Medio Oriente. Es un mercado **altamente demandante de fibra**, tanto para consumo interno como para exportación.

3.2. Geografía y demografía

- **Ubicación:** cruce Europa–Asia.
- **Puertos principales:** Ambarlı (Estambul), Mersin, Izmir/Aliağa.
- **Tiempo marítimo Callao–Turquía:** aprox. **30–50 días** (según ruta).
- **Población:** ~85 millones.
- **Urbanización:** alta, con clusters industriales textiles.

3.3. Economía

- **Crecimiento del PIB:** dinámico pero volátil.
- **Inflación y tipo de cambio:** elevados; impacto directo en negociación comercial.
- **Riesgo país:** medio–alto.
- **Facilidad para hacer negocios:** media; alta experiencia en comercio internacional textil.
- **Logística:** infraestructura robusta, con variabilidad regional.

3.4. Aspectos socioculturales

- **Preferencias:** fuerte orientación a **especificaciones técnicas, resistencia y rendimiento**.
- **Certificaciones:** muy valoradas en fabricantes que abastecen a marcas europeas (BCI, GOTS).
- **Sensibilidad:** precio–calidad clave; sostenibilidad creciente pero instrumental.
- **Canales:** predominio B2B industrial; e-commerce en crecimiento a nivel retail.

3.5. Implicancias estratégicas para Tangüis

- Mercado atractivo para **volúmenes grandes y contratos recurrentes**.
- Recomendable usar **instrumentos de mitigación de riesgo (L/C, seguros)**.
- Oportunidad para posicionar Tangüis como **fibra confiable para mezclas y textiles de alto desgaste**.

4. Datos generales y ficha técnica Italia (algodón PIMA)

4.1. Perfil general del mercado

Italia es uno de los principales centros mundiales de moda, diseño y textiles de alta gama, con una cadena altamente especializada que abastece tanto a marcas locales de lujo como a casas internacionales. El algodón Pima se utiliza principalmente en hilatura fina, tejidos de alto valor y confecciones premium, donde la calidad, la suavidad y la uniformidad de la fibra son atributos críticos.

4.2. Geografía y demografía

- Ubicación: Sur de Europa, eje del Mediterráneo.
- Puertos relevantes: Génova, La Spezia, Livorno, Trieste.
- Tiempo marítimo Callao–Italia: aprox. 25–30 días.
- Población: ~59 millones.
- Urbanización: alta.
- Segmentación de consumo: predominio de premium y medio-alto; uso marginal en segmentos de valor.

4.3. Economía

- Crecimiento del PIB: bajo–moderado, estable.
- Moneda: euro (baja volatilidad cambiaria).
- Inflación: controlada.
- Riesgo país: bajo.
- Facilidad para hacer negocios: alta, con exigencias regulatorias y técnicas.
- Logística (LPI): infraestructura **portuaria y aduanera eficiente para comercio de insumos premium.**

4.4. Aspectos socioculturales

- Preferencias: fuerte valoración de calidad, tacto, origen y desempeño de la fibra.
- Sostenibilidad: creciente importancia de trazabilidad y certificaciones (GOTS, orgánico, BCI).
- Sensibilidad precio–calidad: baja sensibilidad al precio en segmentos objetivo.
- Retail y e-commerce: predominio de retail especializado y producción por colecciones; e-commerce complementario.
- Estacionalidad: alineada a calendarios de moda europeos (SS/AW).

4.5. Implicancias estratégicas para Pima

- Mercado ideal para posicionamiento de lujo y diferenciación.
- Priorizar volúmenes medianos, calidad consistente y storytelling de origen.
- Relaciones B2B de largo plazo con hilanderías y marcas premium.

5. Datos generales y ficha técnica Japón (algodón PIMA)

5.1. Perfil general del mercado

Japón es un mercado **altamente sofisticado y exigente**, reconocido por su foco en la excelencia técnica, la uniformidad y la reputación del proveedor. El algodón Pima es utilizado en **prendas premium, textiles de alto confort y colecciones de nicho**, donde la consistencia es tan importante como la calidad intrínseca.

5.2. Geografía y demografía

- **Ubicación:** Asia Oriental (economía insular).
- **Puertos relevantes:** Yokohama, Nagoya, Osaka, Kobe.
- **Tiempo marítimo Callao–Japón:** aprox. **30–40 días**.
- **Población:** ~124 millones.
- **Urbanización:** muy alta.
- **Segmentación de consumo:** fuerte concentración en **premium y medio-alto**.

5.3. Economía

- **Crecimiento del PIB:** bajo pero estable.
- **Moneda:** yen (fluctuaciones de corto plazo).
- **Inflación:** moderada.
- **Riesgo país:** muy bajo.
- **Facilidad para hacer negocios:** muy alta.
- **Logística (LPI):** una de las más eficientes del mundo; exigencia extrema en puntualidad y documentación.

5.4. Aspectos socioculturales

- **Preferencias:** altísima valoración de **suavidad, uniformidad, durabilidad y precisión técnica**.
- **Sostenibilidad:** alta aceptación de orgánico y ético si está técnicamente respaldado.
- **Sensibilidad precio–calidad:** baja sensibilidad al precio; muy alta sensibilidad a fallas de calidad.
- **Retail y e-commerce:** retail físico especializado + e-commerce avanzado.
- **Estacionalidad:** microtemporadas y planificación anticipada.

5.5. Implicancias estratégicas para Pima

- Mercado de **excelencia reputacional** para el Pima peruano.
- Priorizar **consistencia absoluta, trazabilidad y control de calidad**.
- Ideal para **lotes medianos con contratos recurrentes**.

6. Datos generales y ficha técnica Estados Unidos (Algodón Pima)

6.1. Perfil general del mercado

Estados Unidos es uno de los **mayores mercados textiles y de consumo del mundo**, con demanda tanto industrial como de marcas premium. El algodón Pima tiene reconocimiento entre consumidores y fabricantes, especialmente en **ropa casual premium, underwear, hogar y marcas con enfoque en confort y calidad**.

6.2. Geografía y demografía

- **Ubicación:** Norteamérica.
- **Puertos relevantes:** Los Ángeles/Long Beach, Oakland, Houston, Savannah.
- **Tiempo marítimo Callao–EE. UU.:**
 - Costa oeste: **12–18 días**
 - Costa este: **18–22 días**
- **Población:** ~330 millones.
- **Urbanización:** alta.
- **Segmentación de consumo:** mercado amplio con presencia en **premium, medio y valor** (Pima concentrado en premium y medio-alto).

6.3. Economía

- **Crecimiento del PIB:** moderado.
- **Moneda:** dólar estadounidense.
- **Inflación:** variable, monitoreable.
- **Riesgo país:** bajo.
- **Facilidad para hacer negocios:** muy alta.
- **Logística (LPI):** altamente eficiente y escalable, con ventajas en rapidez y volumen.

6.4. Aspectos socioculturales

- **Preferencias:** fuerte asociación de Pima con **suavidad, confort y durabilidad**.
- **Sostenibilidad:** creciente relevancia de trazabilidad y certificaciones, especialmente en marcas.
- **Sensibilidad precio–calidad:** media; disposición a pagar prima si el valor es claro.
- **Retail y e-commerce:** grandes cadenas, marcas especializadas y e-commerce dominante.
- **Estacionalidad:** marcada por campañas comerciales y lanzamientos de colección.

6.5. Implicancias estratégicas para Pima

- Mercado clave para **escala y visibilidad del Pima peruano**.
- Permite combinar **volúmenes mayores con segmentación por marca**.
- Requiere estrategia clara de diferenciación frente al Pima estadounidense.

EQUIPO

RESPONSABLE DEL ESTUDIO

FUNCIONARIOS

Ing. Luis Armando Llanos Cabanillas
Jefe de Agromercado

Abg. Jessica Patricia Villegas Vásquez
Gerente General

Econ. Jorge Fidel Castro Trkovic
Director de la Dirección de Oportunidades de Mercado

ELABORADO POR

Katari Technology SAC

REVISADO POR

Lic. Franklin Flores Velarde
Especialista en Inteligencia de Mercados



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



ALGODÓN

PERFIL DE PRODUCTO

www.agromercado.gob.pe

