UNIVERSIDAD LA SALLE

LICENCIATURA EN INGENIERÍA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y COMERCIO EXTERIOR



"MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA LA EXPORTACIÓN DEL CAFÉ BOLIVIANO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS CASO: EMPRESA SOLPRU LTDA."

MODALIDAD DE TITULACIÓN: PROYECTO DE GRADO

POSTULANTE: ALEXIA FERNANDA MARIÑO CRUZ

TUTOR: ING. DANIELA GRACE ALIAGA CHURRUARRIN

LA PAZ-BOLIVIA

2026

DEDICATORIA

A Dios, por guiar mi camino en cada momento, por concederme la sabiduría para tomar las decisiones correctas, la fortaleza para superar los obstáculos y la perseverancia necesaria para culminar esta etapa.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por su infinita bondad y por iluminar cada paso de este camino, brindándome la fuerza y la sabiduría necesarias para alcanzar esta meta.

A mi mamá, por su amor incondicional, su sacrificio y apoyo constante a lo largo de toda mi carrera. Este logro es tan mío como tuyo.

A la empresa SolPru LTDA., por su disposición y apoyo al brindar la información necesaria y permitir que su organización sea considerada como objeto de estudio para el desarrollo del presente trabajo de investigación.

A mi tutora, Ing. Daniela Aliaga, por su guía, dedicación y valiosos aportes durante el desarrollo de este trabajo, y especialmente por alentarme constantemente a seguir adelante y no rendirme hasta ver este proyecto culminado.

A mi revisor, Lic. Luis Ríos, por su tiempo y buena disposición en cada momento, siempre atento y dispuesto a orientarme con amabilidad y profesionalismo.

A mi revisor, Ing. Juan Luis Guzmán, por su tiempo, dedicación, aliento, exigencia, y sobre todo por su genuina preocupación por la culminación del proyecto.

A todas aquellas personas que de una u otra manera formaron parte de este camino, brindándome su apoyo y motivación para culminar esta importante etapa de mi vida.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1: GENERALIDADES 1
1 INTRODUCCIÓN 1
2 ANTECEDENTES 2
2.1 El Café 2
2.1.1 Especies y variedades de café 3
2.1.1.1 Coffea Libérica 3
2.1.1.2 Coffea Arábica 3
2.1.1.3 Coffea Canephora 4
2.1.2 Países de cultivo según especie de café en el mundo 5
2.1.3 Producción de café en Bolivia 7
2.1.4 Principales competidores en la exportación de café 9
2.1.5 Exportaciones de café boliviano al mundo 11
2.1.6 Países importadores mundiales de café 13
2.1.6.1 Países importadores de café boliviano 14
2.1.6.2 Estados Unidos como importador de café boliviano 14
2.2 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA 16
2.2.1 Datos generales 16
2.2.2 Productos 16
2.2.3 Segmentos de mercado 17
2.3 ESTADO DEL ARTE 18
3 PROBLEMA 19
3.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA 19
3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 20
4 OBJETIVOS 21
4.1 OBJETIVO GENERAL 21
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y ACCIONES 21
5 JUSTIFICACIONES 22
5.1 JUSTIFICACIÓN TÉCNICA 22
5.2 JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA 22
5.3 JUSTIFICACIÓN SOCIAL 23
6 ALCANCES 23
6.1 ALCANCE TEMÁTICO 23
6.2 LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN 24

6.3 ALCANCE GEOGRÁFICO 24
6.4 ALCANCE TEMPORAL 24
7 MARCO METODOLÓGICO 24
7.1 CARACTERIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN 24
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO 26
1 CONTENIDO DEL MARCO TEÓRICO 26
2 DESARROLLO DEL MARCO TEÓRICO 28
2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 28
2.1.1 Revisión documental 29
2.1.1.1 Proceso de revisión documental 30
2.1.2 Entrevista 33
2.1.2.1 Guía de entrevista 34
2.1.2.2 Tipologías de entrevista según el grado de estructuración 36
2.1.2.3 Fases de una entrevista 37
2.1.3 Análisis situacional 40
2.2 ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS 41
2.2.1 Filosofía empresarial 42
2.2.1.1 Misión 42
2.2.1.2 Visión 43
2.2.2 Matriz FODA 43
2.2.3 Matriz PESTEL 44
2.2.3.1 Factores políticos 44
2.2.3.2 Factores económicos 45
2.2.3.3 Factores sociales 45
2.2.3.4 Factores tecnológicos 45
2.2.3.5 Factores medioambientales 46
2.2.3.6 Factores legales 46
2.3 IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES 46
2.3.1 Ley general de aduanas y reglamento 47
2.3.2 Documentación de exportación 48
2.3.3 Certificaciones y autorizaciones previas 48
2.3.4 Modelos de contrato de la Cámara de Comercio Internacional 49
2.3.5 Incoterms 2020 50
2.3.6 Arancel aduanero 51

2.3.6.1 Tipos de aranceles 52
2.3.7 Barreras no arancelarias 52
2.3.7.1 Subsidio 52
2.3.7.2 Asistencia y préstamos 53
2.3.7.3 Cuotas 53
2.3.7.4 Restricciones voluntarias a las exportaciones 53
2.3.7.5 Embargos 53
2.3.7.6 Normas y etiquetas 53
2.3.7.7 Licencias de importación y exportación 53
2.3.8 Formas y medios de pago 54
2.3.9 Herramientas digitales 55
2.3.10 Envase empaque y embalaje 55
2.3.11 Modelo de factura comercial y lista de empaque 57
2.3.11.1 Factura comercial 57
2.3.11.2 Lista de empaque 58
2.3.12 Ruta de exportación 59
2.4 OPERACIONES ADUANERAS 59
2.4.1 Harmonized Tariff Schedule 60
2.4.2 Requerimientos legales 61
2.5 MERCADOTECNIA 61
2.5.1 Tendencias actuales del consumidor 62
2.6 NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL 63
2.6.1 Manual de negociación 64
3 MARCO LEGAL 65
CAPÍTULO 3: MARCO PRÁCTICO 71
1 DISEÑO METODOLÓGICO 71
1.1 NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN 71
1.1.1 Investigación descriptiva 71
1.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN 71
1.2.1 Investigación mixta 71
1.3 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN 73
1.3.1 Método deductivo 73
1.3.2 Método inductivo 73
1.4 OBJETO DE ESTUDIO 74

1.4.1 Población ... 74
1.4.2 Muestra ... 75
1.4.2.1 Muestreo no probabilístico ... 75
1.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS ... 76
1.5.1 Técnicas de recolección de datos ... 76
1.5.2 Instrumentos de recolección de datos ... 76
2 DESARROLLO DEL MARCO PRÁCTICO ... 77
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA ... 77
2.1.1 Identificación de la misión, visión y de la empresa SolPru LTDA. ... 77
2.1.2 Desarrollo de un análisis FODA ... 78
2.1.3 Desarrollo del análisis PESTEL ... 80
2.1.4 Determinación de la documentación actual de la empresa ... 81
2.2 IDENTIFICACIÓN DE LOS REQUISITOS NECESARIOS PARA EXPORTAR A ESTADOS UNIDOS ... 82
2.2.1 Organización de los documentos y requisitos para constituir una empresa exportadora ... 82
2.2.1.1 Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (SEPREC) ... 82
2.2.1.2 Impuestos Nacionales ... 83
2.2.1.3 Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones (SENAVEX) ... 84
2.2.1.4 Aduana Nacional de Bolivia ... 86
2.2.2 Determinación de la documentación de exportación ... 86
2.2.2.1 Documentación de exportación para café en grano verde ... 86
2.2.2.2 Documentación de exportación para café tostado ... 87
2.2.3 Realización de la clasificación arancelaria ... 88
2.2.4 Identificación de los requerimientos legales del país de destino ... 89
2.2.4.1 Título 21 del Código de los Estados Unidos, § 350d - Registro de establecimientos de alimentos ... 89
2.2.4.2 Título 21 del Código de los Estados Unidos, §384a - Programa de verificación de proveedores extranjeros ... 90
2.2.4.3 Título 15 del Código de los Estados Unidos § 1453 - Requisitos de etiquetado ... 91
2.2.4.4 Título 19 del Código de los Estados Unidos § 1481- Factura Contenido ... 92
2.3 SELECCIÓN DE POSIBLES CLIENTES EN ESTADOS UNIDOS CON HERRAMIENTAS DIGITALES ... 93
2.3.1 Investigación de la situación actual del mercado de Estados Unidos ... 93
2.3.1.1 Descripción del país de destino ... 93

2.3.1.2 Análisis del mercado de café en Estados Unidos 94
2.3.2 Revisión de acuerdos comerciales con Bolivia 99
2.3.2.1 Ley de Promoción del Comercio Andino y Erradicación de Drogas (ATPDEA) 99
2.3.2.2 Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) 100
2.3.3 Identificación de barreras no arancelarias 102
2.3.4 Investigación de las principales empresas bolivianas exportadores de café a Estados Unidos 105
2.3.5 Identificación de importadores de café en Estados Unidos 108
2.3.5.1 Empresa importadora en proceso de negociación 108
2.3.5.2 Importadores de café en grano verde de Estados Unidos 109
2.3.6 Análisis de los aranceles aplicados por Estados Unidos 112
2.4 DETERMINACIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS PARA LA OPERACIÓN DE EXPORTACIÓN 114
2.4.1 Explicación de las etapas de negociación 114
2.4.2 Explicación de las cláusulas de un contrato de compraventa internacional 115
2.4.3 Determinación de las formas y medios de pago 117
2.4.4 Diseño de formatos de factura comercial y lista de empaque 118
2.4.4.1 Factura comercial 118
2.4.4.2 Lista de empaque 121
2.4.5 Diseño de una ruta de exportación 123
2.4.6 Explicación del Incoterm seleccionado 124
2.5 DETERMINACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO DE EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN GRANO Y TOSTADO 127
2.5.1 Revisión del cumplimiento de las características del producto para el mercado de Estados Unidos 127
2.5.2 Regulación y criterios de aceptación para el café en grano verde. 127
2.5.3 Regulación y criterios de aceptación para el café tostado 128
2.5.4 Propuesta de un concepto diferenciador 129
2.5.5 Determinación del envase y embalaje 130
2.5.5.1 Determinación del envase y embalaje para el café en grano verde 130
2.5.5.2 Determinación del envase y embalaje para el café en grano tostado 133
2.6 IDENTIFICACIÓN DE LOS COSTOS IMPLICADOS EN EL PROCESO DE EXPORTACIÓN A ESTADOS UNIDOS. 140
2.6.1 Identificación de costos en la ruta de exportación en función al Incoterm seleccionado 140

2.6.2 Cotización de los costos estimados por documentación y certificación 141
2.6.2.1 Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia (ADSIB)..... 141
2.6.2.2 Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones (SENAVEX)..... 141
2.6.3 Estimación de costos por envío del producto..... 142
3 VIABILIDAD DEL PROYECTO..... 143
3.1 VIABILIDAD TÉCNICA..... 143
3.1.1 Recursos materiales..... 145
3.1.2 Recursos humanos..... 146
3.1.3 Recursos técnicos..... 146
3.2 VIABILIDAD ECONÓMICA..... 147
CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 151
1 CONCLUSIONES..... 151
2 RECOMENDACIONES 154
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 156
ANEXOS..... 162
MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ BOLIVIANO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS 246

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Variedades más conocidas de café según su especie 5
Cuadro 2: Principales zonas de cultivo y características del café en La Paz y Santa Cruz 9
Cuadro 3: Productos de café comercializados por la empresa SolPru LTDA. 17
Cuadro 4: Estado del arte..... 18
Cuadro 5: Objetivos específicos y acciones 21
Cuadro 6: Características de la investigación..... 25
Cuadro 7: Contenido del marco teórico..... 26
Cuadro 8: Enfoques de la entrevista 34
Cuadro 9: Características de las entrevistas según su tipología 37
Cuadro 10: Tipologías de preguntas 38
Cuadro 11: Responsabilidades según contratación de transporte y seguro 51
Cuadro 12: Normativa para la exportación de café a Estados Unidos 65
Cuadro 13: Análisis de la normativa a ser considerada en el proyecto 66
Cuadro 14: Propuesta de reorientación de la misión y visión de la empresa SolPru LTDA. ... 78
Cuadro 15: Análisis FODA..... 79
Cuadro 16: Análisis PESTEL 80
Cuadro 17: Documentos de la empresa SolPru LTDA 81
Cuadro 18: Documentos requeridos por el Servicio de Verificación de Exportaciones (SENAVEX) 84
Cuadro 19: Requisitos para el registro de exportador habitual 86
Cuadro 20: Documentación y entidades emisoras necesarias para exportar café verde 87
Cuadro 21: Documentación y entidades emisoras necesarias para exportar café tostado 87
Cuadro 22: Código arancelario del café verde según el Sistema Armonizado (SA) 88
Cuadro 23: Código arancelario del café tostado según el Sistema Armonizado (SA) 88
Cuadro 24: Ficha de análisis documental de la ley de promoción del comercio andino y erradicación de drogas 99
Cuadro 25: Ficha de análisis documental del Sistema Generalizado de Preferencias..... 100
Cuadro 26: Principales barreras no arancelarias para la exportación de café boliviano al mercado de Estados Unidos 104
Cuadro 27: Análisis de Incoterms..... 124
Cuadro 28: Marco operativo de la exportación bajo el Incoterm Free Carrier FCA 126
Cuadro 29: Costos de exportación..... 140
Cuadro 30: Recursos de la empresa SolPru LTDA..... 143

Cuadro 31: Recursos propuestos para la exportación de café en grano verde y tostado a Estados Unidos 144
Cuadro 32: Recursos materiales para la exportación de café 145
Cuadro 33: Recursos humanos para la exportación de café 146
Cuadro 34: Recursos técnicos para la exportación de café 147

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Cinturón del café 2
Figura 2: Arábica y robusta: características específicas 4
Figura 3: Países productores de arábica y robusta 6
Figura 4: Mayores productores a nivel mundial de café arábica 6
Figura 5: Mayores productores a nivel mundial de café robusta 7
Figura 6 Principales exportadores de café verde a nivel mundial 9
Figura 7: Mapa conceptual de Metodología de la Investigación 28
Figura 8: Proceso de revisión documental 32
Figura 9: Flujograma para establecer los objetivos 37
Figura 10: Secuencia del método de análisis situacional 41
Figura 11: Mapa conceptual de Administración de Empresas 42
Figura 12: Elementos de la Matriz FODA 44
Figura 13: Mapa conceptual de Importaciones y Exportaciones 47
Figura 14: Mapa conceptual de Operaciones Aduaneras 60
Figura 15: Mapa conceptual de Mercadotecnia 62
Figura 16: Mapa conceptual Negociación Internacional 64
Figura 17: Clasificador de Actividades Económicas según Impuestos Nacionales de Bolivia 83
Figura 18: Proceso de la obtención del Registro Único de Exportadores 85
Figura 19: Descripción general de Estados Unidos 93
Figura 20: Interfaz de Market Access Map para consulta de café verde 103
Figura 21: Interfaz de Market Access Map para consulta de café tostado 103
Figura 22: Interfaz de búsqueda de empresas bolivianas exportadoras de café verde 105
Figura 23: Interfaz de búsqueda de empresas bolivianas exportadoras de café tostado 106
Figura 24: Ruta de exportación de Bolivia a Estados Unidos 123
Figura 25: Características de envío de café en grano verde 131
Figura 26: Paletizado de sacos de café en grano verde 132
Figura 27: Envase de café Katuay 133
Figura 28: Panel principal de productos 134
Figura 29: Ubicación del panel de información de los productos 136
Figura 30: Elementos del panel de información 137
Figura 31: Material intermedio en el etiquetado de un producto 137
Figura 32: Características de envío de café en grano tostado 138
Figura 33: Paletizado de cajas café en grano tostado 139

Figura 34: Contenerización de 20 pies para café en grano verde y tostado 140

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Exportaciones expresadas en toneladas a nivel mundial según partida arancelaria 09 01 10

Gráfico 2: Exportaciones expresadas en millones de USD a nivel mundial según partida arancelaria 09 01 11

Gráfico 3: Evolución de las exportaciones de café 12

Gráfico 4: Principales países importadores de café en el mundo expresado en millones de dólares 2023 13

Gráfico 5: Importaciones de Estados Unidos de café boliviano expresado en millones y en toneladas 15

Gráfico 6: Evolución de las importaciones de café verde en Estados Unidos, 2020–2024 96

Gráfico 7: Evolución de las importaciones de café tostado en Estados Unidos, 2020–2024 ... 98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Número y estructura de participación de unidades productivas según departamentos. 8
Tabla 2: Exportaciones de café según departamentos gestión 2024 12
Tabla 3: Principales países de destino de las exportaciones bolivianas de café 2025 14
Tabla 4: Evolución de las importaciones de café verde de Estados Unidos, 2020–2024 94
Tabla 5: Evolución de las importaciones de café tostado de Estados Unidos, 2020–2024 97
Tabla 6: Empresas bolivianas exportadoras de café en grano verde a Estados Unidos 106
Tabla 7: Empresas bolivianas exportadoras de café tostado a Estados Unidos 107
Tabla 8: Empresas de Estados Unidos importadoras de café en grano verde boliviano 2025.110
Tabla 9: Empresas de Estados Unidos importadoras de café verde de Latinoamérica 2025...110
Tabla 10: Empresas de Estados Unidos importadoras de café tostado boliviano 2024-2025 .111
Tabla 11: Empresas de Estados Unidos importadoras de café tostado de Latinoamérica 2025 112
Tabla 12: Especificaciones de las medidas para el paletizado del café en grano verde 131
Tabla 13: Tamaño mínimo de letra según el área del PDP 135
Tabla 14: Especificaciones de las medidas para el paletizado del café en grano tostado 139
Tabla 15: Costos y especificaciones para la firma digital 141
Tabla 16: Costos fijos y especificaciones documentales 142
Tabla 17: Costos variables y especificaciones documentales 142
Tabla 18: Costos de transporte internacional terrestre 143
Tabla 19: Costos documentales para la exportación de café en grano verde y tostado 148
Tabla 20: Costos asociados al uso de contenedor para transporte internacional 148
Tabla 21: Costos asociados a la Terminal Puerto Arica 148
Tabla 22: Contabilización de costos y determinación de precio FCA 149
Tabla 23: Costo Beneficio de la propuesta 150

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Carta de autorización de la empresa SolPru LTDA. para el desarrollo del proyecto de grado

Anexo 2: Documentación de la empresa SolPru LTDA.

Anexo 3: Productos de la empresa SolPru LTDA.

Anexo 4: Entrevista a la empresa SolPru LTDA.

Anexo 5: Árbol de problemas

Anexo 6: Título 21 del Código de los Estados Unidos, § 350d - Registro de establecimientos de alimentos

Anexo 7: Título 21 del Código de los Estados Unidos, § 384a - Programa de verificación de proveedores extranjeros

Anexo 8: Título 15 del Código de los Estados Unidos § 1453 - Requisitos de etiquetado

Anexo 9: Título 21 del Código de los Estados Unidos § 343 - Alimentos mal etiquetados

Anexo 10: Título 21 del Código de Regulaciones Federales § 101- Etiquetado de Alimentos

Anexo 11: Título 19 del Código de Regulaciones Federales §134 - Excepciones a los requisitos de marcado

Anexo 12: Título 19 del Código de los Estados Unidos, § 1481 – Contenido de la Factura

Anexo 13: Título 19 del Código de Regulaciones Federales § 141 – Entrada de mercancías

Anexo 14: Entrevista a la Cámara Nacional de Comercio

Anexo 15: Entrevista a Swisscontact

Anexo 16: Entrevista al Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones

Anexo 17: Entrevista a la Aduana Nacional de Bolivia

Anexo 18: Entrevista a la Cámara Americana de Comercio de Bolivia

Anexo 19: Entrevista a la Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia

Anexo 20: Entrevista a la empresa SolPru LTDA.

Anexo 21: Empresas bolivianas exportadoras de café en grano verde a Estados Unidos

Anexo 22: Empresas de Estados Unidos importadoras de café en grano verde boliviano 2025

Anexo 23: Empresas de Estados Unidos importadoras de café verde de Latinoamérica 2025

Anexo 24: Empresas de Estados Unidos importadoras de café tostado de Latinoamérica 2025

Anexo 25: Factura Comercial

Anexo 26: Lista de empaque

Anexo 27: Cotización de bolsas herméticas

Anexo 28: Cotización de sacos de yute

Anexo 29: Cotización empaques de café

Anexo 30: Cotizaciones de cajas de cartón

Anexo 31: Cotizaciones cinta de embalaje
Anexo 32: Cotizaciones pallets de plástico
Anexo 33: Cotizaciones de transporte internacional terrestre
Anexo 34: Cotización por contenedor
Anexo 35: Gastos portuarios en Terminal Puerto Arica

RESUMEN

La empresa SolPru LTDA. legalmente constituida desde 2018 dedicada a la producción y comercialización de varios alimentos en Bolivia entre ellos el café, enfrenta barreras legales, logísticas y comerciales para ingresar al mercado de Estados Unidos, principal importador y consumidor de café a nivel mundial.

Bolivia cuenta con condiciones geográficas favorables para el cultivo de café, como la altitud, el clima y las características del suelo, que permiten producir granos con perfiles sensoriales diversos y alto potencial competitivo en el mercado internacional, ventaja que es aprovechada por empresas bolivianas que exportan exitosamente sus productos a Estados Unidos.

La empresa SolPru LTDA. cuenta con un posible cliente en Estados Unidos interesado en el café en grano verde y tostado, productos que actualmente comercializa únicamente en el mercado nacional pero no cuenta con experiencia en operaciones internacionales, porque nunca ha realizado exportaciones ni se encuentra familiarizado con los procedimientos de exportación por lo que este panorama genera barreras que dificultan su acceso al mercado estadounidense. Además, su dependencia exclusiva del mercado interno incrementa el riesgo comercial al no contar con diversificación de clientes.

Por ello, el presente trabajo propone un manual de exportación que permita a la empresa comprender el proceso y los requisitos exigidos por Bolivia y Estados Unidos, facilitando así una evaluación más clara y estructurada para su inserción en el mercado estadounidense.

ABSTRACT

SolPru LTDA., a company legally established since 2018 and dedicated to the production and commercialization of various food products in Bolivia, including coffee, is confronted with legal, logistical, and commercial barriers to entering the United States market, the world's leading coffee importer and consumer.

Bolivia possesses favorable geographical conditions for coffee cultivation, such as altitude, climate, and soil characteristics, which allow the production of beans with diverse sensory profiles and high competitive potential in the international market, an advantage already leveraged by Bolivian companies that successfully export their products to the United States.

SolPru LTDA. has identified a prospective client in the United States interested in green and roasted coffee beans, products that are currently marketed exclusively in the domestic market. Nevertheless, the company lacks experience in international operations, having never conducted exports nor being familiar with export procedures, which generates legal, logistical, and commercial barriers that hinder its access to the United States market. Furthermore, its exclusive dependence on the domestic market increases its commercial risk due to the lack of client diversification.

Therefore, this study proposes the development of an Export Manual that will enable the company to understand the export process and comply with the requirements established by both Bolivia and the United States, thereby facilitating a clearer and more structured approach for its entry into the United States market.

CAPÍTULO: 1

GENERALIDADES

CAPÍTULO 1: GENERALIDADES

1 INTRODUCCIÓN

El café es uno de los productos básicos más importantes y de mayor consumo a nivel mundial y con el paso de los años los consumidores se han vuelto más exigentes en cuanto a la calidad, priorizando cada vez más productos diferenciados y de especialidad, esta tendencia ha impulsado la demanda de cafés con atributos particulares de origen, sabor y aroma. Bolivia es un país ubicado dentro de una zona geográfica favorecida para el cultivo de café destacándose el departamento de La Paz por tener una producción cafetalera de sabor y aroma únicos gracias a la altura con la que este departamento cuenta.

La empresa SolPru LTDA., ubicada en la ciudad de La Paz, comercializa café de la especie arábica producido en la región de Caranavi, este café es de carácter orgánico y presenta una calificación de especialidad, reuniendo condiciones de calidad acordes a las exigencias de los mercados internacionales.

La exportación es un proceso que conlleva un conjunto de gestiones tanto a nivel nacional como internacional por lo que el desarrollo del presente trabajo propone un manual personalizado de exportación de café boliviano a Estados Unidos como instrumento útil para minimizar el riesgo de errores costosos, y retrasos en aduana.

El presente trabajo se desarrolla bajo un enfoque de investigación aplicada, con un nivel descriptivo, orientado a la elaboración de un manual de exportación que permita sistematizar, ordenar y facilitar el proceso de exportación de café boliviano al mercado de Estados Unidos, considerando los aspectos legales, logísticos y comerciales que intervienen en dicha operación, además de contribuir a una gestión más eficiente y segura del proceso exportador, apoyando la toma de decisiones de la empresa y fortaleciendo su proyección internacional. Considerando que la exportación se desarrolla a través de una secuencia de etapas interdependientes, el manual de exportación permite detallar de manera ordenada y sistemática las acciones que conforman dicho proceso, contribuyendo a una gestión más eficiente en los ámbitos documental y procedimental por lo cual el presente trabajo da lugar a una herramienta que facilita la

comprensión integral del proceso de exportación y respalda el cumplimiento de los requisitos necesarios para el ingreso del café al mercado de Estados Unidos.

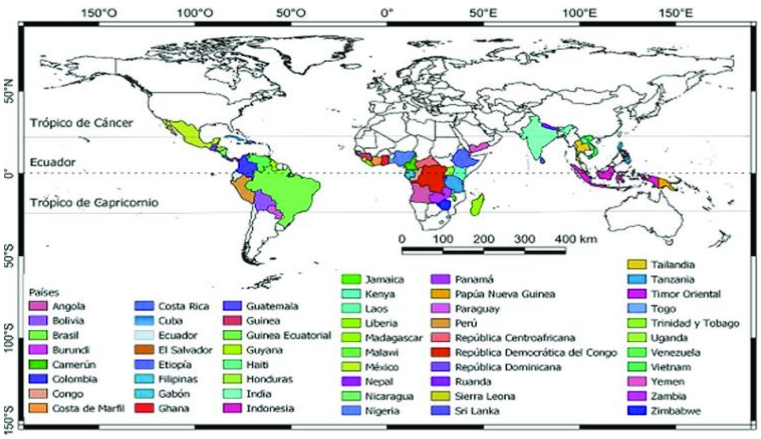
2 ANTECEDENTES

2.1 El Café

El café es una bebida de carácter universal que se consume en todos los países del mundo. Sin embargo, el café como grano, es una semilla que procede del árbol o arbusto del cafeto, una rubiácea que crece en climas cálidos y cuyo cultivo se extiende a tiempos relativamente próximos (Echeverri, 2005).

Xotlanihua y Crespo (2024) explican que la semilla de café no se puede cultivar en cualquier parte del mundo, existe una línea natural llamada cinturón del café, dentro de este territorio global se encuentran ochenta países que potencialmente pueden ser productores de café. La ubicación geográfica de los países productores de café es importante porque gracias a sus condiciones agroambientales mantienen una periodicidad de lluvias y calor que permiten el crecimiento, brotación y floración de la semilla de café en plantaciones tropicales y subtropicales que a menudo reemplazan ecosistemas ricos en biodiversidad.

Figura 1: Cinturón del café



Fuente: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2023.

Como se aprecia en la Figura 1, los países sudamericanos que se encuentran en el cinturón son Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú y Venezuela.

El cafeto requiere de condiciones climáticas especiales como ser abundante agua, calor alterno, y una temperatura que no baje de 12°C por la noche, por eso se cultiva principalmente en las regiones tropicales del cinturón del café cerca del ecuador, entre los trópicos de Cáncer y Capricornio en América Latina, África, Asia y Oceanía (Miranda, 2024).

2.1.1 Especies y variedades de café

El café pertenece a la familia botánica de las Rubiáceas que contiene a más de 500 géneros y aproximadamente 10.000 especies diferentes, es la cuarta familia botánica más mega diversa del planeta, las especies de café que más cultivadas son Coffea libérica, Coffea canephora conocida como Robusta, Coffea arábica, Coffea eugenoides y Coffea anthonyi (Mora et al., 2019). Aunque existen muchas especies de café, solo tres se cultivan comercialmente para la producción y siendo las más demandadas para el consumo, las otras especies son utilizadas con fines investigativos para mejorar la genética de las variedades de café, incrementar su resistencia a las plagas, u otras enfermedades, y cambios climáticos bruscos que pueden llegar a darse. (Mora et al., 2019).

2.1.1.1 Coffea Libérica

Es un árbol más grande, de hasta 20 metros de altura, con hojas grandes y coriáceas que se cultiva en Malasia y en África Occidental y solo se comercia en pequeñas cantidades ya que su demanda es escasa, debido a que sus características de aroma y sabor le hacen menos valorado (Small, 2009).

2.1.1.2 Coffea Arábica

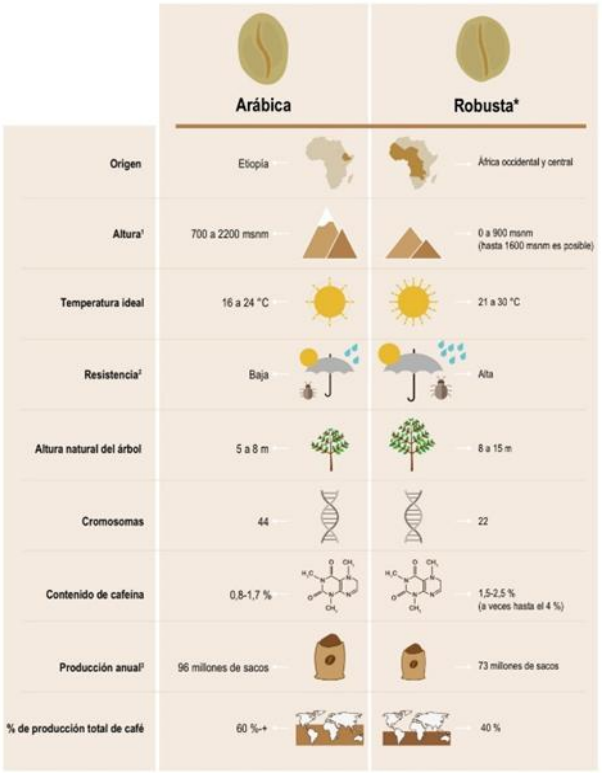
Es la especie más cultivada en el mundo y aporta aproximadamente el 60% de la producción mundial de café, produce bebida de buena calidad. Dentro de las especies del género Coffea, solamente la especie arábica es autógama, es decir que la flores de estas tienen la capacidad de autopolinizarse, pero siempre podría suceder un máximo del 9 % de polinización cruzada o sea la intervención del polen de flores de otras plantas. La autopolinización se debe a que la especie arábica es una planta tetraploide, compuesta de células que contienen el doble de cromosomas que una célula somática normal. Esta cantidad se presenta en las células germinales antes de dividirse (Asociación Nacional del Café, 2016).

2.1.1.3 Coffea Canephora

Aporta alrededor del 40% de la producción mundial de café. Produce una bebida de menor calidad que la del café arábico. Al igual que las demás especies de café es una planta diploide, es decir que cada célula contiene dos series de cromosomas; por lo cual, cada flor necesita el polen de flores de otras plantas para su polinización (Asociación Nacional del Café, 2016).

Las especies con mayor producción y comercialización para la preparación de bebidas de café son Arábica y Robusta, como se muestra en la Figura 2, ambas tienen características diferentes desde la forma hasta la producción total en el mundo.

Figura 2: Arábica y robusta: características específicas



Fuente: Organización Internacional del Comercio, 2022.

Según la Figura 2 la especie arábica es mucho más delicada y sensible a los cambios de temperatura y a la amenaza de plagas en comparación con robusta, que es más resistente. Además, robusta tiene mayor cantidad de cafeína y crece en árboles más altos. Por otro lado, arábica no tiene tanta cantidad de cafeína, los árboles son de menor altura, pero crece en lugares mucho más altos que robusta. Cada especie tiene distintas variedades de café dependiendo el

clima el agua o el país donde se encuentren con los años mutaron más variedades de café combinando una con otras y así tener una oferta más amplia.

Cuadro 1: Variedades más conocidas de café según su especie

Especie	Variedades
Coffea Libérica	Kape Barako
	Excelsa
Coffea Canephora (Robusta)	Robusta
	Conilon
	Niaouli
	Uganda
Coffea Arábica	Typica
	Bourbon
	Geisha
	Java
	Caturra
	Pacamara
	Catuaí
	Mundo Novo
	SL28
	SL34

Fuente: Elaboración propia en base The World Atlas of Coffee, 2018.

2.1.2 Países de cultivo según especie de café en el mundo

Las principales regiones productoras de café arábica se encuentran en América Central y del Sur, así como en como en varios territorios de África y Asia como se ve en la Figura 3.

En África, Etiopía, el lugar de origen del café Arábica, sigue siendo una región destacada en su producción. Otros países africanos como Kenia, Tanzania y Uganda también cultivan café arábica de alta calidad y en Asia, países como India, Indonesia y Vietnam también se destacan en la producción de café Arábica. Estas regiones ofrecen las condiciones climáticas adecuadas y altitudes favorables para el cultivo de café de alta calidad (Perfect Daily Grind, 2022).

En América Central, países como Costa Rica, Guatemala, Honduras y Nicaragua son reconocidos por su producción de café arábica de alta calidad. Estas regiones montañosas proporcionan las altitudes necesarias y las condiciones climáticas adecuadas para el cultivo del café. En América del Sur, Colombia y Brasil son los principales productores de café Arábica, Colombia es famosa por su café de montaña, cultivado en las regiones de Antioquia, Caldas y

Quindío. Brasil, por su parte, es el mayor productor de café en general y tiene vastas áreas dedicadas al cultivo de café Arábica, especialmente en los estados de Minas Gerais y São Paulo.

Figura 3: Países productores de arábica y robusta



Fuente: Diagrama recuperado de Brhaspati, 2007.

Para la especie arábica los 3 mayores de productores son Brasil, Colombia, Etiopia y comparando la Figura 3 y 4 se puede evidenciar que la producción de la especie arábica presenta una mayor concentración en América Latina que en Asia o África, además Brasil es el único país que presenta un gran volumen de producción tanto de robusta como de arábica ocupando el primer lugar para arábica y el segundo en robusta.

Figura 4: Mayores productores a nivel mundial de café arábica

PAÍS	PRODUCCIÓN	CLASIFICACIÓN
Brasil	44 764	1
Colombia	13 858	2
Etiopía	7 541	3
Honduras	7 328	4
Perú	4 263	5
México	4 133	6
Guatemala	3 967	7
Nicaragua	2 820	8
Indonesia	2 020	9
India	1 800	10

Fuente: Organización Internacional del Comercio, 2022.

Según la Organización Internacional del Trabajo los 3 mayores productores de café a nivel mundial a 2019 son Vietnam, Brasil e Indonesia, afirmación que se puede ver en la Figura 4 y 5 en las cuales se muestran como grandes productores tanto de café arábica como robusta.

En la actualidad, son solo Vietnam, Brasil, Indonesia, Uganda, India y Costa de Marfil quienes producen el 95 % de la variedad robusta del mundo. A estas naciones les siguen Laos, Tanzania, Madagascar y Tailandia, que conforman el resto de las diez principales regiones productoras a nivel mundial como se ve en la Figura 5. Los países de Asia y Oceanía son, en conjunto, los mayores productores de robusta, con un 60 % de la producción mundial: 41,5 millones de sacos de 60 kg al año. A esta región le sigue Sudamérica, que produce el 28 % de la variedad robusta del mundo: 19,8 millones de sacos de café en el año 2020 (World Coffee Research, 2024).

Figura 5: Mayores productores a nivel mundial de café robusta



Fuente: Organización Internacional del Comercio, 2022.

No todas las especies pueden producirse en los mismos países y como se observa en la Figura 5 y comprándola con la Figura 4 la producción de esta especie está concentrada en Asia y África, aunque Asia tiene los dos mayores reproductores África presenta una importante producción dejando a América Latina con un solo productor de la especie robusta.

Como se puede apreciar en la Figura 4 y 5 los mayores productores tanto de robusta como arábica son los mayores exportadores a nivel mundial como lo señala la Figura 4, además como se ve en la misma figura, Brasil, India e Indonesia tienen la producción tanto de robusta como de arábica para la exportación, pero Colombia que es el tercer exportador a nivel mundial debido a que su producción solo es significativa en la especie arábica pero no en robusta.

2.1.3 Producción de café en Bolivia

La caficultura en Bolivia ha sido una industria vital para la economía boliviana durante siglos. A pesar de que no es uno de los productores de café más grandes del mundo, Bolivia se ha

ganado un lugar destacado en el mundo de la producción de café especializado gracias a su café de alta calidad y sabor distintivo. La caficultura ha sido una fuente de ingresos para muchas familias y ha sido un elemento fundamental en la cultura boliviana (Perfect Daily Grind, 2022).

Tabla 1: Número y estructura de participación de unidades productivas según departamentos

Departamento	Nº Unidades Productivas	Estructura (%)
La Paz	15.925	91.05
Cochabamba	354	2.02
Tarija	8	0.05
Santa Cruz	1.092	6.24
Beni	106	0.61
Pando	6	0.03
Total	**17.491**	**100.00**

Fuente: En base al trabajo de campo de MDRyT, FECAFEB , ANPROCA, 2012.

Como se puede observar en la Tabla 1 la producción del café en Bolivia está centrada en 3 departamentos en La Paz, Cochabamba y Santa Cruz pero sobre todo destaca el departamento de La Paz según los datos obtenidos en el censo 2012 que se realizó en Bolivia, La Paz es el departamento que tienen mayores unidades productivas y mayores oportunidades esta es realizada por pequeños caficultores de los pueblos de La Paz, Santa Cruz, y Cochabamba que muchos de estos están agrupados en alguna asociación o federación junto a otros cafetaleros para poder vender su café y poder generar ingresos para sus familias, de esta manera el volumen de café es mayor si se agrupa para cumplir con la demanda que si lo vendieran de forma individual.

La producción nacional cafetalera se localiza en mayores cantidades en el pueblo de Caranavi del departamento de La Paz, denominado como faja de Yungas en la Cordillera de los Andes, como segundo departamento se encuentra Santa Cruz, localidad de Buena Vista en la Zona norte, seguido de Cochabamba zona de Villa Tunari y por último en menor proporción en los departamentos de Pando, Beni y Tarija. Según la Asociación Nacional de Catadores, Tostadores y Baristas de Bolivia existen tres importantes regiones productoras de café en Bolivia (Asociación Nacional del Café, 2016).

En el Cuadro 2 se pueden observar las características del grano de café así también como las zonas de cultivo del departamento de La Paz y Santa Cruz. El café del departamento de La Paz destaca por su complejidad aromática con notas florales, cítricas y de chocolate, y el café de Santa Cruz presenta un perfil más dulce y tropical, con predominio de notas de caramelo.

Cuadro 2: Principales zonas de cultivo y características del café en La Paz y Santa Cruz

Departamento	Característica	Cultivo
La Paz	Aroma dulce y floral con notas herbales y de chocolate oscuro. En sabor, destaca por su perfil limpio y equilibrado, con acidez brillante, notas frutales suaves como mandarina, manzana, pera y cítricos, además de toques de caramelo, miel y chocolate suave	Caranavi Teoponte Alto Beni Irupana La asunta Palos blancos
Santa Cruz	Aroma dulce y tropical con notas de caramelo, leche condensada y frutas maduras. En sabor, presenta dulzura pronunciada, acidez vibrante equilibrada, cuerpo envolvente y notas como manzana verde, papaya, tropicales y caramelo.	San Miguel de Velasco Ichilo Andrés Ibáñez Florida

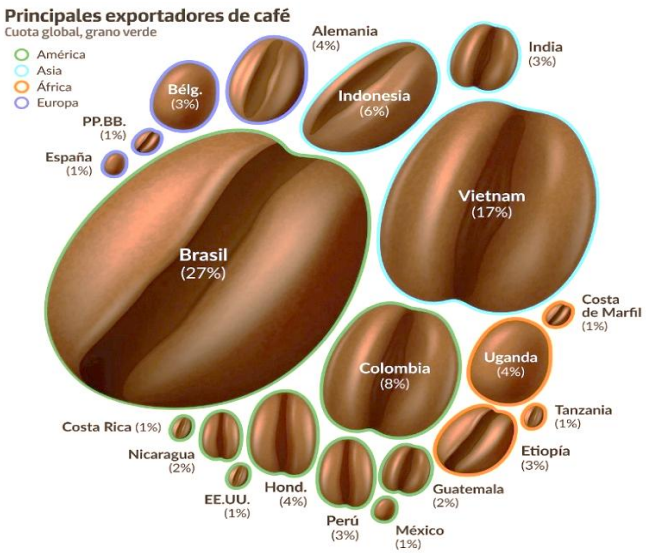
Fuente: Elaboración propia con base en el Libro Departamental de La Paz, elaborado por el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural (2025), y el Instituto Cruceño de Estadística (2024).

2.1.4 Principales competidores en la exportación de café

El cultivo de café para varios países como Brasil, Colombia, Guatemala y Costa Rica representó una ventaja comparativa que tenían frente a otros generando ingresos de divisas para sus países por la exportación, además de representar un ingreso importante para familias cafetaleras que viven de esta actividad desde hace muchos años.

El café que se comercializa a nivel internacional representa más del 70% del café que se produce en todo el mundo, aunque el consumo interno está aumentando en muchos de los países productores, eso contribuye a que aumenten las oportunidades en los países de origen (Organización Internacional del Café [OIC], 2021, p. 2).

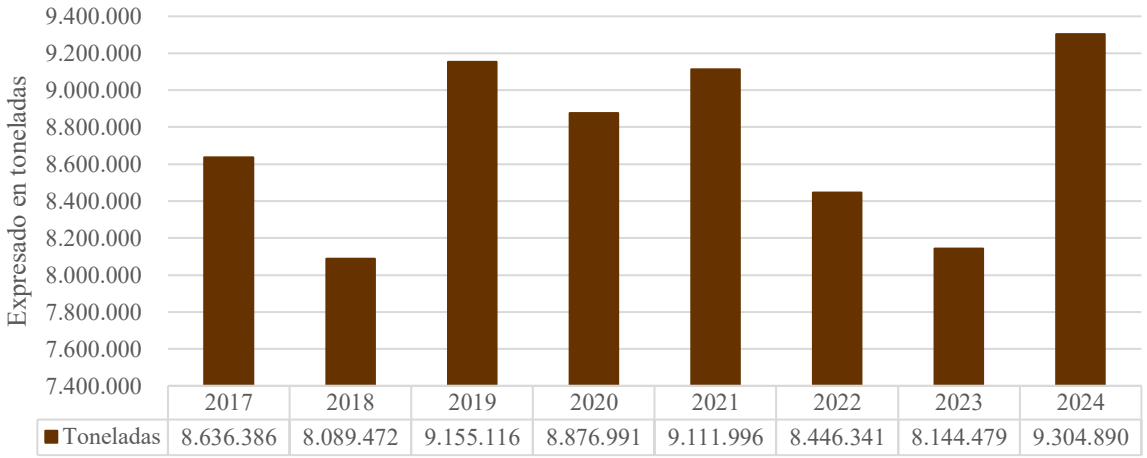
Figura 6 Principales exportadores de café verde a nivel mundial



Fuente: Food and Agriculture Organization Statics, 2022.

Existe un conjunto de principales exportadores a nivel mundial en América, Asia, y África como se observa en la Figura 6 el principal exportador de café en grano verde es Brasil, Vietnam, Colombia, e Indonesia estos países son parte del cinturón del café reafirmando la ventaja que tienen sobre los otros países.

Gráfico 1: Exportaciones expresadas en toneladas a nivel mundial según partida arancelaria 09 01

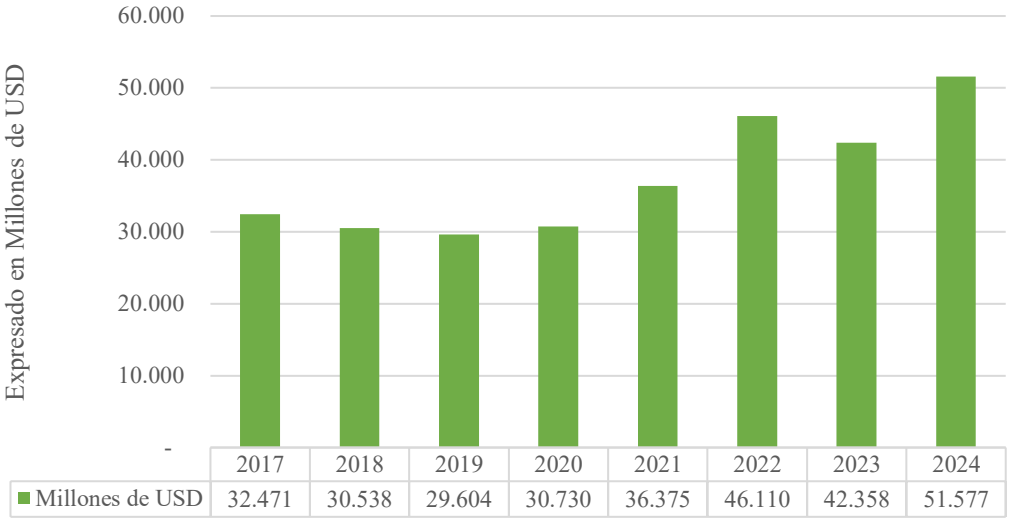


Fuente: Elaboración propia en base a los datos de International Trade Centre, 2025.

En el Gráfico 1 se muestra las exportaciones a nivel mundial de la partida 09.01 que comprende al café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción, expresada en toneladas se puede evidenciar que el año 2019 tuvo un incremento del 13% respecto al 2018 en toneladas. Según el informe de la Organización Internacional del Café este producto se expandió considerablemente a raíz del 65% de aumento en la demanda (OIC, 2019). El año 2024 también se destaca por mostrar un comportamiento superior a los demás años en relación a las toneladas.

El principal motor de crecimiento fue el aumento del consumo en economías emergentes y en países productores de café. La demanda en mercados tradicionales que ya tenían un consumo por habitante elevado se reforzó con el crecimiento de segmentos de mercado de alto valor, como el del café de calidad especial, y como resultado de innovaciones en el producto que ofrecen nuevos sabores y mayor comodidad a los consumidores, después del 2019 el comportamiento volátil se mantiene inclinándose por una caída en las exportaciones en toneladas de café para el 2022 y 2023 (OIC, 2019).

Gráfico 2: Exportaciones expresadas en millones de USD a nivel mundial según partida arancelaria 09 01



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de International Trade Centre, 2025.

En el Gráfico 2 se puede observar las exportaciones en millones de dólares que comprende la partida arancelaria 09.01 que comprende al café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción. Se puede observar que el mercado mundial de café registró un crecimiento sostenido entre 2017 y 2024, pasando de USD 32.471 millones a un máximo histórico de USD 51.577 millones, lo que representa un incremento del 59%, factor que se puede atribuir a la oferta mundial de este producto.

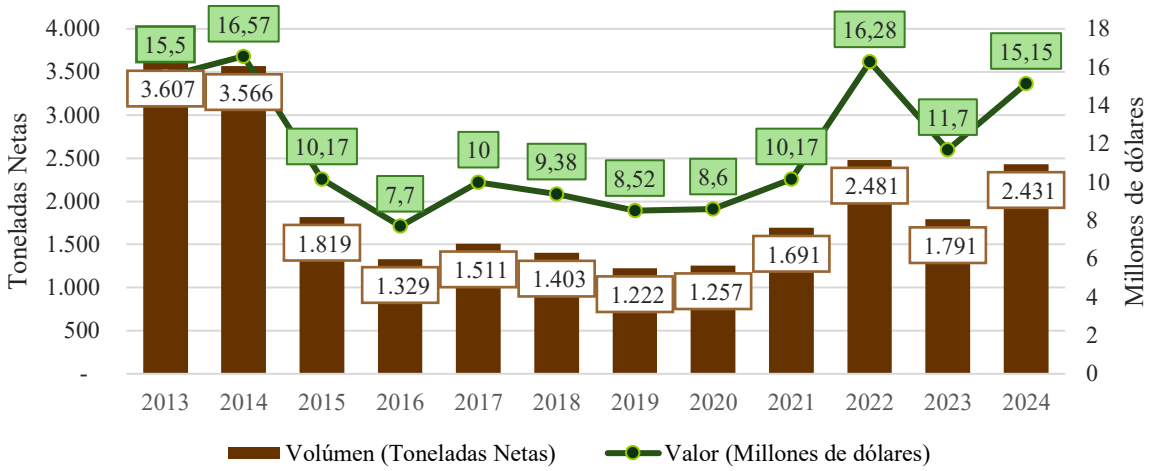
2.1.5 Exportaciones de café boliviano al mundo

El café boliviano se ha destacado en mercados internacionales por las características que posee al crecer en la altura. Se observa que 2013 y 2014 Bolivia exportó los mayores volúmenes en toneladas de café que posteriormente fueron cayendo en los siguientes años, pero hubo un crecimiento en el año 2021 en valor y volumen después del inicio de la pandemia que se fortaleció el 2022 pero consecuentemente bajó y está recuperándose hasta 2024 como se ve en el Gráfico 3.

Los precios son más fluctuantes en año 2022 ya que el valor expresado en millones de dólares como se puede visualizar en el Gráfico 3 tiene un incremento significativo si se relacionan la cantidad y el valor. En 2013 las exportaciones fueron más de 3.000 toneladas con un valor de

más de 15 millones de dólares, pero en 2022 las exportaciones son menores a 2.500 con un valor de más de 16 millones dólares.

Gráfico 3: Evolución de las exportaciones de café



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Instituto Nacional de Estadística de Bolivia, 2025

Según el portal suizo de noticias e información multimedia la crisis de los precios es consecuencia de un proceso que comenzó en 2021, cuando Brasil perdió el 35 % de su cosecha de arábica por unas heladas, y se agravó con las graves sequías que han afectado en los últimos años a Vietnam e Indonesia, segundo y cuarto productor del mundo (Swissinfo, 2024).

Brasil es el mayor productor y exportador de café arábica al verse afectado su cosecha la oferta de café se contrajo y a pesar de que los exportadores de Colombia, Etiopía, Perú y Uganda han acelerado el ritmo no han producido lo suficiente para aliviar un mercado ajustado, debido a la disminución de la oferta, resultado de dificultades en la producción tanto en Brasil como en Vietnam, se produjo un incremento en los precios (Reuters, 2025).

Tabla 2: Exportaciones de café según departamentos gestión 2024

Departamento	Valor en USD	Part. % Valor	Peso Neto (Toneladas)	Part. % Peso
La Paz	15.129.609	99,80%	2.427,20	99,8631%
Santa Cruz	21.652	0,14%	1,69	0,0699%
Cochabamba	8.511	0,06%	1,63	0,0671%
Total General	**15.159.772**	**100%**	**2.430,52**	**100%**

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Instituto Nacional de Estadística de Bolivia, 2025.

Bolivia tiene las condiciones geográficas para la producción de café, pero la exportación se limita solo a tres departamentos La Paz, Cochabamba y Santa Cruz como se ve en la Tabla 2,

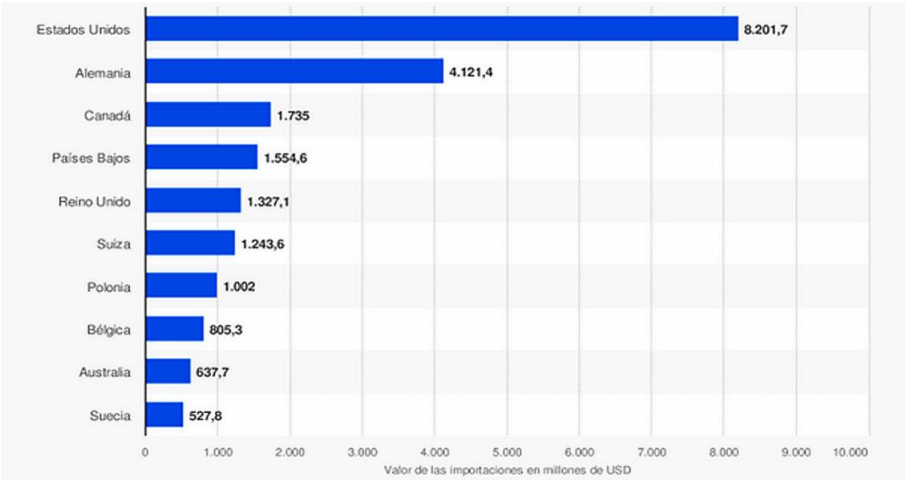
La Paz es el mayor exportador de café con un valor de más de 15 millones de dólares y un peso de más de 2 mil toneladas representando casi el 100% tanto en peso como en valor del total general a comparación de Santa Cruz y Cochabamba. El total general de los tres departamentos representa las exportaciones de Bolivia que asciende a 15,15 millones de dólares y en peso a 2.430,529 toneladas.

2.1.6 Países importadores mundiales de café

Los principales países importadores son los que más consumen café y en general no lo producen pero Brasil es una excepción, donde el consumo de café es alto y es el segundo consumidor mundial de café por detrás de Estados Unidos (National Geographic, 2023).

Brasil es un gran consumidor, productor y exportador de café a nivel mundial por lo que puede abastecer a su demanda y no importar el producto ya que no se lo ve como un importador a diferencia de otros países que, si pueden producir, pero son importadores de café (Macchione y Nakazone, 2003).

Gráfico 4: Principales países importadores de café en el mundo expresado en millones de dólares 2023



Fuente: Statista, 2023.

En el Gráfico 4 se puede observar que Estados Unidos es el mayor importador de café a nivel mundial seguido de Alemania y Canadá, si se compara con la Tabla 3 Estados Unidos es el principal país de destino de las exportaciones de café en Bolivia siendo este país un mercado atractivo para el café de altura boliviano, países de la Unión Europea también se destacan en

relación con la demanda de café boliviano y también países vecino de Bolivia como ser Chile y Argentina, países que se encuentran fuera del cinturón del café.

2.1.6.1 Países importadores de café boliviano

Tabla 3: Principales países de destino de las exportaciones bolivianas de café 2025

Países	Valor en Miles de USD	Part. % Valor	Peso Neto (Toneladas)	Part. % Peso
Estados Unidos	5.330,59	31,25%	689,40	32,13%
Bélgica	2.809,34	16,47%	333,95	15,57%
Francia	2.174,91	12,75%	274,41	12,79%
Chile	1.544,95	9,06%	234,65	10,94%
Países Bajos	734,13	4,30%	128,00	5,97%
Alemania	1.053,45	6,17%	114,10	5,32%
Reino Unido	536,19	3,14%	66,24	3,09%
Argentina	360,50	2,11%	52,23	2,43%
Japón	685,40	4,02%	50,00	2,33%
Corea del Sur	212,75	1,25%	38,55	1,80%
Otros	1.618,28	9,49%	163,87	7,64%
Total	**17.060,51**	**100,00%**	**2.145,39**	**100,00%**

Fuente: Elaboración propia en base al Instituto Nacional de Estadística de Bolivia, 2025.

Los cinco principales países importadores de café boliviano son Estados Unidos, Bélgica, Francia, Chile y Países Bajos y las exportaciones se distribuyen hacia mercados de distintas regiones, incluyendo América, Europa y Asia, lo que evidencia una diversidad de destinos. Sin embargo, Estados Unidos se destaca como el principal mercado, concentrando más del 30% tanto en valor como en peso, casi duplicando los valores de Bélgica, país que se posiciona como el segundo destino de exportación como se ve en la Tabla 3.

2.1.6.2 Estados Unidos como importador de café boliviano

Como se puede visualizar en el Gráfico 5, el valor de las importaciones subió en 2017 pero no en relación al peso, lo que permite inferir un posible incremento en los precios internacionales del café. Este comportamiento puede explicarse por diversos factores, entre los más conocidos se encuentran el cambio climático y la plaga de la roya que han afectado la producción cafetalera a nivel internacional.

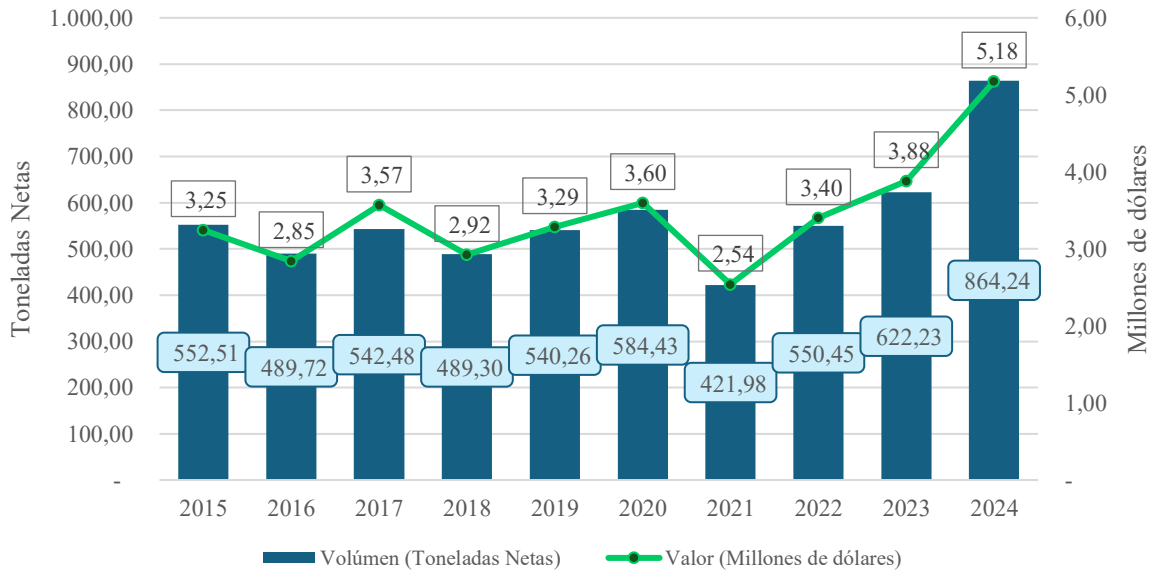
Según la International Coffee Organization (2018), las variaciones en los precios internacionales del café están directamente relacionadas con factores climáticos y fitosanitarios que inciden en la oferta global.

En relación con la cantidad exportada, las importaciones estadounidenses de café boliviano expresadas en toneladas presentan una tendencia creciente en los últimos tres años. Sin embargo, la caída registrada en la gestión 2021 se debe al impacto de la pandemia del COVID-19, que afectó el comercio internacional y redujo temporalmente el consumo mundial. (Instituto Nacional de Estadística, 2024)

Posteriormente, se evidencia una recuperación progresiva, consolidándose Estados Unidos como el principal comprador del café boliviano tanto en cantidad como en valor. Esta tendencia es confirmada por datos del comercio internacional registrados en la base UN Comtrade (United Nations Statistics Division, 2024).

Se puede evidenciar en el Gráfico 5 que existe un crecimiento mayor en el valor de las importaciones de café boliviano que la cantidad por consiguiente el precio del café fue incrementando desde el año 2022 hasta el 2024 debido a la oferta de café en el mercado internacional.

Gráfico 5: Importaciones de Estados Unidos de café boliviano expresado en millones y en toneladas



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Instituto Nacional de Estadísticas de Bolivia

2.2 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

2.2.1 Datos generales

SolPru LTDA legalmente establecida en Bolivia como se puede ver en el Anexo 2, es una empresa distribuidora y productora de alimentos constituida como sociedad de responsabilidad limitada desde el 2018, actualmente está establecida en la ciudad de La Paz, y cuenta con 14 trabajadores. La planta se encuentra ubicada en la zona Huajchilla, calle paralela a la carretera La Paz – Valencia.

La sociedad tiene por objeto dedicarse a las actividades de producción, elaboración, importación, exportación, fabricación, almacenaje, distribución y comercialización de productos comestibles y alimenticios en general. Se encarga de la compra, venta, elaboración, almacenaje y/o distribución de insumos, ingredientes, elementos, componentes y/o elaboraciones alimenticias, también se dedica a la elaboración y producción de alimentos en polvo y/o deshidratados, así como a la elaboración, producción, comercialización, distribución, exportación y/o importación de productos alimenticios de consumo masivo. Además, se ocupa de la exportación e importación de productos comestibles y alimentos en general, incluyendo, café en grano verde y tostado, café tostado molido, gelatina y flan.

SolPru LTDA. tiene una capacidad de alrededor de 30 toneladas de producto anuales, para el café la materia es obtenida de Caranavi y el proceso comienza con el control de calidad, selección del grano, tostado, molido, control de calidad y envasado en grano molido y grano verde.

2.2.2 Productos

La empresa cuenta con una variedad de líneas de productos que se pueden ver en el Anexo 3 como ser Chocobón bebidas achocolatadas en polvo. Bonaire gelatinas de distintos sabores, flanes y cocoa repostera. La sección de café que se puede apreciar en Cuadro 3. Cafivia café molido o tostado de distintas variedades de grano. Katuay café de exportación tostado bajo el método americano, y café en grano verde y tostado.

Cuadro 3: Productos de café comercializados por la empresa SolPru LTDA.

Línea De Producto	Producto	Presentación	Cantidad	Imagen
CAFIVIA	Café en grano (Sajama, Illimani, Illampu)	Bolsa	250 g	
	Café molido Sajama	Bolsa	1 kg	
	Café molido Illimani	Bolsa	1 kg	
	Café molido Illampu	Bolsa	1 kg	
KATUAY	Café de exportación (tostado en grano)	Lata	160 g	
SolPru	Café de especialidad en grano	Bolsa grain pro	50 kg	

Fuente: Elaboración propia en base a los productos de la empresa SolPru. LTDA.

2.2.3 Segmentos de mercado

La empresa SolPru LTDA comercializa sus productos en La Paz, Cochabamba, Santa Cruz a través de los principales supermercados y distribuidores locales.

Principalmente en tres segmentos del mercado paceño, los tres mercados mayoristas más influyentes Asodimin, Garcilazo y Palenque, en todas las tiendas de barrio y mercados menores y en supermercados como Hipermaxi, Andy's y otros.

En materia Internacional la empresa ha intentado llegar a mercados extranjeros para poder expandir el mercado participando en una demanda internacional con un buen producto.

2.3 ESTADO DEL ARTE

El presente Estado de arte reúne un conjunto de guías institucionales, y estudios académicos realizados tanto en Bolivia como en otros países relacionados al sector cafetalero y a la exportación del café con el objetivo de identificar enfoques previos, hallazgos relevantes y vacíos de conocimiento que sustenten el desarrollo de la presente investigación. Para ello, se han sistematizado fuentes con distintos enfoques como ser documentales, e institucionales que permitan comprender la evolución del sector, sus desafíos, y el contexto comercial que lo rodea.

Cuadro 4: Estado del arte

Título	Autor	Año	Universidad/ Institución	Conclusión
Guía de exportaciones	Viceministerio de comercio exterior e interno	2015	Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural	Abarca los requerimientos documentales a nivel nacional y explica el proceso para establecer una empresa exportadora e incluso habla de la promoción internacional en ferias para que el producto tenga mayor visualización, pero a 2025 se dieron modificaciones en cuanto al tema documental que se deben analizar respecto a las que ya se tenía y actualizar la información para que sea más útil para las empresas que desean exportar.
La guía del café, cuarta edición	Centro de Comercio Internacional	2022	Centro de Comercio Internacional	Contempla el sector cafetero a nivel mundial destacando distintos aspectos como las olas de consumo, calidad, producción, riesgos, contratos internacionales. Es importante porque considera la pandemia de COVID-19 en 2020 ya que dado ese inesperado evento todo cambio y para hacer un análisis actual es importante ya que el COVID-19 cambió nuestro presente.

(continúa)

(continuación)

Título	Autor	Año	Universidad/ Institución	Conclusión
Desarrollo de la actividad cafetalera "Como alternativa de crecimiento"	Sharon Damaris Mondaca Velásquez	2011	Universidad Mayor de San Andrés	Abarca la situación en ese periodo de café además de las características que tiene el grano, su producción y análisis de este mercado.
Factores de exportación del café, de la provincia Caranavi, departamento de la paz	Miriam Churata Cocarico	2016	Universidad Mayor de San Andrés	Menciona como mejorar las características del café boliviano por su gran calidad buscando la manera en que se realce el potencial que tiene gracias a la ubicación geográfica además de los ingresos que la exportación de mismo puede tener.
Producción, exportación y precio del café boliviano en el crecimiento económico del departamento de La Paz Periodo 2006-2019	Harnold Bernardh Alarcon Aranda	2024	Universidad Mayor de San Andrés	Contempla parte de la cadena de valor del café desde la producción a la exportación además de ver la evolución de los precios internacionales de café.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

3 PROBLEMA

3.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El presente estudio nace de la necesidad de comprender los desafíos que enfrenta la empresa SolPru LTDA., liderada por su gerente general, Rafael Guilarte, quien en su intento de expandir sus operaciones a través de la exportación de café se encontró con muchas barreras que limitaron a la empresa.

A través de una entrevista con el gerente general de la empresa SolPru LTDA., realizada el 21 de febrero del 2025, que se puede ver en el Anexo 4, se logró obtener información precisa y detallada sobre la situación actual de la empresa, la intención de exportar a Estados Unidos, el café que comercializan, así también la falta de experiencia en requisitos necesarios y procedimientos de exportación como se muestra en el árbol de problemas que se encuentra en el Anexo 5 del presente documento.

Estados Unidos no solo es el mayor importador de café del mundo como se observa en el Gráfico 4 del presente documento sino también el principal destino de las exportaciones de Bolivia con un valor de 5,33 millones de dólares que representan el 31% del total general en valor y 689 toneladas representando el 32% de total general en toneladas en 2025 como se observa en la

Tabla 3. Según datos del International Trade Centre, las importaciones de este país aumentaron un 10% en 2024 respecto al 2023 en términos de valor USD, y un 6 % en cantidad, medido en toneladas (International Trade Centre, 2025).

Según el registro de la Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia (2025). En Bolivia son aproximadamente 48 empresas las que están generando ingresos por las exportaciones de café a Estados Unidos el valor de las exportaciones creció 27% en 2024 respecto al 2023 y en toneladas el crecimiento fue del 33% respecto al 2023.

La empresa a pesar de tener el objetivo de expandir su mercado y haber identificado un posible comprador interesado en adquirir su café de altura, el desconocimiento de los procedimientos de exportación en cuanto a logística, documentación y normativa tanto nacional como extranjera está impidiendo que la empresa aproveche esta valiosa oportunidad de vender su producto en este mercado extranjero y expandir sus operaciones frente a varias empresas bolivianas ya tienen experiencia en exportación de café a Estados Unidos.

SolPru LTDA. comercializa café en el mercado nacional, en grano verde y tostado, hace siete años. Las variantes de café de Caranavi con las que cuenta la empresa SolPru son de especialidad, teniendo una calificación superior a 80 puntos. Según Specialty Coffee Association (2024), se catalogan como café de especialidad aquellos con puntuación superior a 80 puntos en una escala de 100.

El consumo diario de cafés de especialidad ha crecido 64% desde 2010 en Estados Unidos. (Perfect Daily Grind, 2024). Representando una oportunidad no aprovechada que bien podría permitir que la empresa genere mayores ingresos, además de la diversificación del riesgo, ampliación de su mercado, posicionamiento de imagen y marca, contribuyendo al ingreso de divisas para Bolivia.

3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo la empresa SolPru LTDA puede sistematizar y comprender mejor los pasos operativos que le ayuden a superar las barreras legales, logísticas, y comerciales para la exportación de café en grano y tostado al mercado de Estados Unidos?

4 OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Proponer un manual de procedimientos que permita la sistematización y comprensión de pasos operativos que ayuden a superar las barreras legales, logísticas, y comerciales que enfrenta la empresa SolPru LTDA. para la exportación de café en grano y tostado al mercado de Estados Unidos.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y ACCIONES

Cuadro 5: Objetivos específicos y acciones

Objetivo Específico	Acciones
Analizar la situación actual de la empresa	Identificar la misión, y visión de la empresa SolPru LTDA.
	Desarrollar un análisis FODA
	Desarrollar un análisis PESTEL
	Determinar la documentación actual de la empresa
Identificar los requisitos necesarios para exportar a Estados Unidos	Organizar los documentos y requisitos para constituir una empresa exportadora
	Determinar la documentación de exportación
	Realizar la clasificación arancelaria
	Identificar los requerimientos legales del país de destino
Seleccionar posibles clientes en Estados Unidos con herramientas digitales	Investigar la situación actual del mercado de Estados Unidos
	Revisar los acuerdos comerciales con Bolivia
	Identificar barreras no arancelarias
	Investigar las principales empresas bolivianas exportadoras de café a Estados Unidos
	Identificar importadores de café en Estados Unidos
	Analizar los aranceles aplicados por Estados Unidos
Determinar los procedimientos para la operación de exportación	Explicar las etapas de negociación
	Explicar las cláusulas de un contrato de compraventa internacional
	Establecer forma y medio de pago
	Diseñar la factura comercial y lista de empaque
	Diseñar una ruta de exportación
	Explicar el Incoterm seleccionado
Determinar las características del producto de exportación de café en grano y tostado	Revisar el cumplimiento de las características del producto para el mercado de Estados Unidos
	Proponer un concepto diferenciador
	Definir envase, y embalaje
Identificar los costos implicados en el proceso de exportación a Estados Unidos	Identificar los costos en la ruta de exportación en función al Incoterm seleccionado
	Cotizar los costos estimados por documentación y certificación
	Estimar costos por envío del producto

Fuente: Elaboración propia, 2025.

5 JUSTIFICACIONES

5.1 JUSTIFICACIÓN TÉCNICA

El presente trabajo tiene por objetivo la elaboración de un manual de procedimientos que proporcione información clara y precisa sobre requisitos y procedimientos para la exportación de café respondiendo a la necesidad identificada en la empresa SolPru LTDA., al mencionar su poca experiencia respecto a los requisitos legales, logísticos, y comerciales que esto implica, así como contribuir a su fortalecimiento comercial a través de una orientación sistemática de pasos a seguir para la exportación de café en grano verde y tostado a Estados Unidos, como ser la identificación de las instituciones y agencias involucradas en este proceso, habilitación de la empresa como exportadora, presentación de documentos de exportación, estimación de costos y además, se brinda a la empresa el conocimiento necesario para adaptar el producto a las exigencias requeridas para la exportación.

El manual representaría una herramienta clave para reducir significativamente el tiempo que involucra el averiguar los procesos, documentación, costos, e instituciones involucradas de manera independiente, permitiendo asegurar la toma de decisiones informada y estratégica con eficiencia operativa y reducción de riesgos.

5.2 JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA

Dada la situación actual de Bolivia es necesario fomentar las exportaciones de las unidades productoras del país, el proceso de exportación es un gran paso que muchas empresas no realizan por toda la gestión documental, logística y normativa que se debe realizar para que el producto salga del país de acuerdo a lo establecido por la ley e ingrese de la misma forma a otro país, es por eso que un manual de exportación de café representaría un documento de apoyo y orientación para la empresa SolPru LTDA. permitiendo que la empresa contemple un escenario más claro, sistematizado y seguro al momento de decidir incursionar en la ampliación de su mercado a través de la exportación de café a Estados Unidos, lo que le permitiría acceder a nuevas oportunidades comerciales en el mercado internacional y proyectar su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo.

5.3 JUSTIFICACIÓN SOCIAL

La elaboración del manual pretende brindar a la empresa SolPru LTDA. un documento que concientice acerca de su aporte a la generación de mayor empleo directo e indirecto a lo largo de la extensa cadena de valor en la comercialización de café, incrementando los incentivos no solo para la empresa sino también para las familias y comunidades cafetaleras con las que se relaciona, promoviendo el desarrollo social y mejorando su calidad de vida.

Este proyecto reconoce al café como motor de desarrollo regional y busca fortalecer la conexión entre productores locales y el mercado internacional.

6 ALCANCES

6.1 ALCANCE TEMÁTICO

El presente trabajo aborda 3 áreas importantes que comprenden los aspectos legales, logísticos y comerciales.

Se realizará un análisis de la situación actual de la empresa y se considerará al cliente potencial de la empresa SolPru LTDA., complementado con un análisis del producto destinado a la exportación a Estados Unidos. Este análisis considerará las características distintivas del café para potenciarlo y lograr una diferenciación efectiva en el mercado extranjero, aumentando así su atractivo comercial.

Se considerará la negociación como una etapa previa a la operación de exportación, reconociendo su carácter vital para concretar acuerdos que permitan proceder eficazmente con la exportación de café definiéndose, además en función de las características de la empresa, un único Incoterm.

Para la operación de exportación, se abordará el marco documental y legal a nivel nacional, contemplando todos los requisitos necesarios para garantizar la correcta salida del producto desde Bolivia. Simultáneamente, se analizarán los requerimientos específicos del país de destino, con el objetivo de cumplir rigurosamente la normativa, no solo nacional sino también internacional. Esto permitirá que la empresa conozca las exigencias que Estados Unidos

establece a sus importadores, facilitando que el exportador pueda optimizar sus operaciones para fortalecer las relaciones comerciales.

Se estimará los costos asociados a documentación y certificaciones necesarias, proporcionando a la empresa una herramienta de planificación financiera que asegure la liquidez requerida para cubrir esos gastos. Adicionalmente, se realizará la cotización del envío mediante transporte terrestre, de acuerdo con las responsabilidades establecidas en el Incoterm seleccionado.

6.2 LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo seguirá la línea de investigación de gestión organizacional y sostenible propuesta por la facultad de ciencias económicas y empresariales de la Universidad La Salle Bolivia.

6.3 ALCANCE GEOGRÁFICO

Se elaborará un manual de exportación para la empresa SolPru LTDA. ubicada en la ciudad de La Paz Bolivia específicamente en la zona Huajchilla, carretera La Paz-Valencia, que produce y comercializa varios productos a nivel nacional.

6.4 ALCANCE TEMPORAL

El manual de exportación se realizará durante la gestión 2025, con una recuperación documental a partir de 2013 hasta 2025.

7 MARCO METODOLÓGICO

7.1 CARACTERIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se caracteriza por ser descriptivo en cuanto a su profundidad, con una finalidad aplicada orientada a la resolución de problemáticas concretas. En términos de temporalidad, corresponde a un estudio transversal, dado que los datos fueron recopilados en un momento específico del tiempo. Su carácter es mixto, combinando enfoque cualitativo y cuantitativo para lograr una mejor comprensión. Su naturaleza, es tanto documental como empírica, apoyándose en fuentes bibliográficas y en la recolección directa de información en

campo. Finalmente, el documento que se genera como producto de esta investigación es un proyecto de grado, tal como se sintetiza en el Cuadro 6.

Cuadro 6: Características de la investigación

CRITERIO	TIPO DE INVESTIGACIÓN
Profundidad	Descriptivo
Finalidad	Investigación aplicada
Temporalidad	Transversal
Carácter	Mixto (Cualitativo y Cuantitativo)
Naturaleza	Documental y empírica
Marco	Campo
Documento que genera	Proyecto de grado

Fuente: Elaboración propia, 2025.

CAPÍTULO: 2

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

1 CONTENIDO DEL MARCO TEÓRICO

Cuadro 7: Contenido del marco teórico

Objetivo Especifico	Acciones	Marco Teórico	Instrumento
Analizar la situación actual de la empresa	Identificar la misión, y visión de la empresa SolPru LTDA.	Administración de empresas	Filosofía empresarial
		Metodología de la investigación	Revisión documental
	Desarrollar un análisis FODA	Metodología de la investigación	Análisis situacional
		Administración de empresas	Matriz FODA
	Desarrollar un análisis PESTEL	Metodología de la investigación	Análisis situacional
		Administración de empresas	Matriz PESTEL
	Determinar la documentación actual de la empresa	Metodología de la investigación	Entrevista
Identificar los requisitos necesarios para exportar a Estados Unidos	Organizar los documentos y requisitos para constituir una empresa exportadora	Metodología de la investigación	Revisión documental
		Importaciones y exportaciones-teórico	Legislación aduanera y Reglamento
	Determinar la documentación de exportación	Importaciones y exportaciones-práctico	Documentación del producto exportado
	Realizar la clasificación arancelaria	Operaciones aduaneras	Arancel aduanero
	Identificar los requerimientos legales del país de destino	Operaciones aduaneras	Requerimientos legales
Seleccionar posibles clientes en Estados Unidos con herramientas digitales	Investigar la situación actual del mercado de Estados Unidos	Importaciones y exportaciones-teórico	Herramientas digitales para Comercio Internacional
	Revisar los acuerdos comerciales con Bolivia	Metodología de la investigación	Revisión documental
			Entrevista
	Identificar barreras no arancelarias	Importaciones y exportaciones-práctico	Herramientas digitales para Comercio Internacional
	Investigar las principales empresas bolivianas exportadores de café a Estados Unidos	Importaciones y exportaciones-práctico	Herramientas digitales para Comercio Internacional
	Identificar importadores de café en Estados Unidos	Importaciones y exportaciones-práctico	Herramientas digitales para Comercio Internacional
	Analizar los aranceles aplicados por Estados Unidos	Importaciones y exportaciones-práctico	Aranceles aduaneros
		Metodología de la investigación	Revisión documental

(continúa)

(continuación)

Objetivo Especifico	Acciones	Marco Teórico	Instrumentos
Determinar los procedimientos para la operación de exportación	Explicar las etapas de negociación	Importaciones y exportaciones-teórico	Manual de negociación
		Metodología de la investigación	Entrevista
	Explicar las cláusulas de un contrato de compraventa internacional	Importaciones y exportaciones-teórico	Contrato de compraventa internacional
		Metodología de la investigación	Entrevista
	Establecer forma y medio de pago	Importaciones y exportaciones-teórico	Formas y medios de pago
		Metodología de la investigación	Entrevista
	Diseñar la factura y lista de empaque	Importaciones y exportaciones-práctico	Factura comercial y lista de empaque
	Diseñar una ruta de exportación	Importaciones y exportaciones-teórico	Rutas de exportación
	Explicar el Incoterm seleccionado	Importaciones y exportaciones-teórico	Incoterms 2020
Determinar las características del producto de exportación de café en grano y tostado	Revisar el cumplimiento de las características del producto para el mercado de Estados Unidos	Importaciones y exportaciones-práctico	Certificaciones y autorizaciones previas
	Proponer un concepto diferenciador	Mercadotecnia	Tendencias del consumidor
		Metodología de la investigación	Entrevista
	Definir envase, y embalaje	Importaciones y exportaciones-teórico	Envase, empaque y embalaje
Identificar los costos implicados en el proceso de exportación a Estados Unidos	Identificar los costos en la ruta de exportación en función al Incoterm seleccionado	Importaciones y exportaciones-práctico	Incoterms 2020
	Cotizar los costos estimados por documentación y certificación	Metodología de la investigación	Entrevista
	Estimar costos por envío del producto	Metodología de la investigación	Entrevista

Fuente: Elaboración propia en base a la guía para la presentación de trabajo de grado.

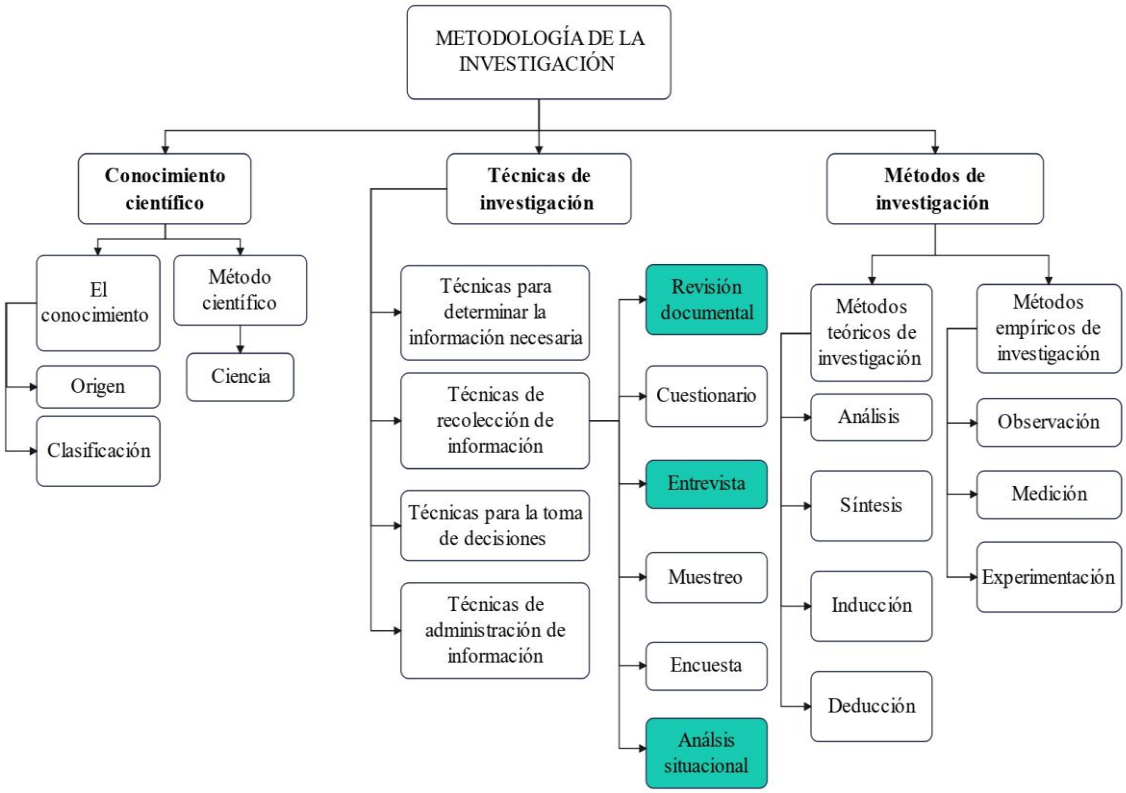
El Cuadro 7 muestra la relación entre los objetivos específicos, las acciones a desarrollar, las materias que conforman el marco teórico, y los instrumentos necesarios para el cumplimiento de cada acción, entendiendo instrumentos como los elementos que permiten ejecutar las acciones. De esta manera, el cuadro no solo organiza los elementos del trabajo, sino que también permite identificar de forma clara cómo cada objetivo será abordado a partir de fundamentos teóricos específicos.

2 DESARROLLO DEL MARCO TEÓRICO

2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología de la investigación proporciona al estudioso las herramientas conceptuales y procedimientos sistemáticos para planificar, ejecutar y validar procesos científicos con rigor y eficiencia. Así lo conceptualizan Iglesias y Cortés (2004) al afirmar que "es aquella ciencia que provee al investigador de una serie de conceptos, principios y leyes que le permiten encauzar de un modo eficiente y tendiente a la excelencia el proceso de la investigación científica" (p. 8). Esta definición subraya la importancia de un marco estructurado para garantizar coherencia en estudios sobre competencias gerenciales.

Figura 7: Mapa conceptual de Metodología de la Investigación



Fuente: Elaboración propia en base a contenido de la materia y la guía para presentación de trabajo de grado.

En la Figura 7 se puede evidenciar el mapa conceptual del contenido de la materia de metodología de la investigación en la cual se desarrolla el conocimiento científico, técnicas de investigación y métodos de investigación. Se profundizará en las técnicas de investigación

específicamente en las técnicas de recolección de información de las cuales se utilizará la revisión documental, entrevista, análisis situacional para poder desarrollar el proyecto.

2.1.1 Revisión documental

Las técnicas documentales representan herramientas esenciales en la investigación para analizar fuentes escritas y obtener datos relevantes sobre fenómenos específicos.

La recopilación de documentos forma parte fundamental de las técnicas que permiten analizar fuentes escritas para obtener datos relevantes sobre fenómenos específicos.

La revisión de documentos representa una técnica investigativa que abarca el análisis de documentos escritos, informes, transcripciones, registros y publicaciones, con el fin de extraer información relevante y profundizar en la comprensión de un fenómeno o problema particular. Este enfoque se emplea de manera extensa en disciplinas como la historia, la sociología, la antropología y los estudios de mercado (Medina Romero et al., 2023, p. 30).

Arias (2023) señala que mediante un procedimiento sistemático, esta técnica consiste principalmente en la revisión de documentos escritos con el propósito de producir nueva información o resolver interrogantes de manera coherente y fundamentada. Va más allá de la mera búsqueda y extracción de ideas; implica la construcción innovadora del conocimiento para crear nuevos documentos u ofrecer interpretaciones renovadas.

Maradiaga (2015) complementa que esta técnica no se limita a la simple recopilación de información, sino que requiere un proceso analítico y reflexivo para construir nuevo conocimiento a partir de fuentes documentales.

Por tanto, la revisión documental genera conocimiento transformado al reinterpretar fuentes existentes de modo sistemático y creativo. Este proceso no solo sistematiza la información disponible, sino que construye perspectivas renovadas sobre los fenómenos estudiados.

2.1.1.1 Proceso de revisión documental

El proceso de la revisión documental establece una secuencia estructurada de etapas que transforma fuentes dispersas en conocimiento sistematizado, esencial para investigaciones cualitativas rigurosas.

A) Búsqueda

Es el proceso mediante el cual se obtiene la información, los datos o las referencias que se ajustan a las especificaciones de una solicitud determinada realizada por el investigador (Castillo, 2002).

B) Selección

Implica considerar únicamente los documentos que tengan relación con el tema, que aporten información valiosa y que permitan su desarrollo. De este modo, algunos criterios pueden estar relacionados con el tipo de documento, la fecha de publicación, el número de citas, los autores, las revistas, las categorías y el tema de investigación. La selección consistirá en admitir aquellos documentos, e información que cubran los criterios de inclusión y en omitir aquellos que no. Entonces, el número de documentos se reduce (Aranda et al., 2024).

C) Recolección

Una vez seleccionados los documentos a trabajar, se procede a obtener datos que permitan identificarlos, tales como: título, autores, año de publicación, identificador, revista donde fue publicado, entre otros. La recolección también consiste en obtener los textos completos, ya sea de alguna herramienta externa como Google Académico u otra, generalmente en formato pdf. (Aranda et al., 2024)

D) Clasificación

En torno al objetivo se puede iniciar con la identificación de grandes temas, fechas, etapas, autores relevantes y su país de origen, rangos de citas, para construir las clases en las que se acomodarán los documentos (Esteban, 1995).

Se requiere crear un instrumento de acuerdo con los fines de la investigación, el cual deberá ser práctico y flexible para los pasos posteriores. Hay que recordar que cada concepto tiene un lugar y solo uno, esto evita duplicaciones, omisiones o errores al traspasar los datos. Los datos se mostrarán en gráficos y tablas fáciles de entender (Aranda et al., 2024).

E) Organización

Se establece un orden que permita ver la información recolectada por jerarquías permitiendo reconocer la información más valiosa en la investigación (Aranda et al., 2024).

a) Primero se identifica el tema central y sus conceptos.
b) Establece jerarquía en orden de importancia, impacto, temporalidad o extensión del concepto.
c) Relacionar los conceptos con el tema central.
d) Ir de lo general a lo específico, y organizar gráfica y estructuralmente los elementos que se deriven y pertenezcan al tema, para mostrar las relaciones entre sí y con el todo.

F) Análisis

Se deben plasmar las ideas sin perder de vista el método de clasificación. Esta matriz se complementa con las ideas extraídas de cada documento, como: definiciones, características, conclusiones de los autores, etcétera. Lejos de extraer ideas o párrafos completos, se trata de hacer una síntesis global del documento, para hacer estructuras que permitan entenderlo y formular un razonamiento personal que lleve a apropiarse del conocimiento y tener un criterio o idea propia y global del tema de investigación (Aranda et al., 2024).

G) Presentación

La revisión documental generalmente deriva en un documento nuevo, puesto que a partir de otras publicaciones la información se transforma y toma otro sentido de manera que se genera otro documento con la información en conjunto (Aranda et al., 2024).

H) Interpretación

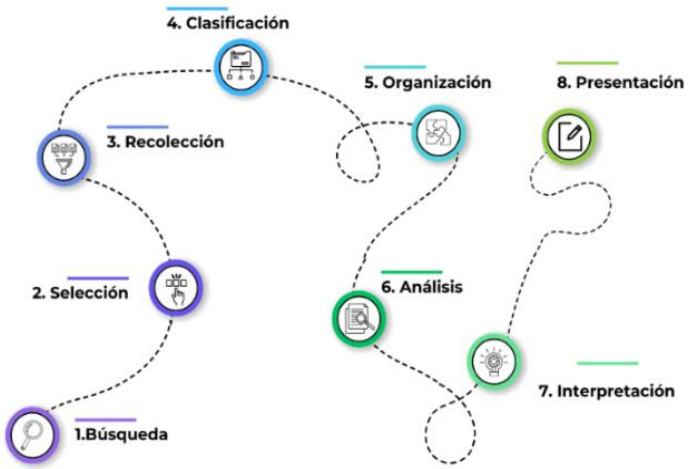
Es dar significado a los textos de manera global. Después de analizar los documentos de manera individual, se detectan semejanzas y diferencias entre los postulados o ideas de cada uno de los autores. Para ello, es importante tener en cuenta aspectos importantes (Aranda et al., 2024).

a) **Contexto:** Puede afectar la idea de un autor o la manera en que se entiende cierto término.
b) **Temporalidad:** Indica cómo se concibe un término al pasar de los años, algunos toman mayor relevancia conforme pasa el tiempo y avanzan en su conceptualización.
c) **Formación del autor:** Comprende que, de acuerdo con su conocimiento entiende y explica los términos o fenómenos a su alrededor de cierta manera y con mayor o menor profundidad.

I) Presentación

El revisión documental generalmente deriva en un documento nuevo, puesto que a partir de otras publicaciones la información se transforma y toma otro sentido, generando un nuevo documento con la información integrada. Este proceso secuencial desde la búsqueda inicial hasta la presentación final integra todas las etapas para transformar fuentes documentales en conocimiento estructurado y significativo, donde cada fase fluye hacia la comprensión profunda del tema investigado (Aranda et al., 2024).

Figura 8: Proceso de revisión documental



Fuente: Revista Digital de la Universidad Nacional de México, 2024

Como se observa en la Figura 8 la revisión documental comprende una secuencia de pasos que está estructurada. Mediante este procedimiento se logrará transformar y presentar la información de manera más clara, concisa y accesible para la empresa SolPru LTDA., facilitando así la comprensión. Esta metodología ha sido específicamente seleccionada para garantizar el cumplimiento efectivo de los objetivos y acciones planteadas en el proyecto.

La revisión documental se llevará a cabo según el tipo de documento y su importancia para el logro del objetivo general. Este enfoque flexible facilitará una mejor recolección de información relevante y permitirá interpretarla de manera útil para apoyar los intereses de la empresa SolPru LTDA.

2.1.2 Entrevista

La entrevista constituye la técnica mediante la cual el investigador busca recopilar información de manera oral y personalizada. Esta información se centra en experiencias vividas y en aspectos subjetivos del individuo, como creencias, actitudes, opiniones o valores, en conexión con la situación bajo estudio (Kerlinger y Lee, 2001, p. 631).

La entrevista es esa conversación especial que permite conocer de primera mano lo que las personas piensan, sienten y han vivido realmente.

La efectividad de la entrevista depende en gran medida de la habilidad y destreza del entrevistador, incluyendo su capacidad para hacer preguntas claras y precisas, establecer una relación de confianza con el entrevistado y escuchar atentamente sus respuestas. Sin embargo, también es importante tener en cuenta los posibles sesgos y limitaciones de la entrevista, como la influencia de la personalidad y la motivación del entrevistador, la respuesta social deseada del entrevistado y la posible falta de representatividad de la muestra entrevistada (Medina Romero et al., 2023).

El objetivo principal de la entrevista radica en recopilar información de modo oral y personalizado acerca de eventos, experiencias y opiniones de las personas involucradas. Siempre participan al menos dos individuos: uno asume el rol de entrevistador y el otro el de entrevistado, lo que genera una interacción centrada en un tema de estudio. De acuerdo con este

criterio, se distinguen entrevistas individuales y grupales, independientemente del momento de su realización, el número de participantes y el nivel de estructuración (Bertomeu, 2016, p. 2).

Al final, la entrevista deja historias vivas y puntos de vista auténticos que dan vida a la investigación. Esa conexión humana realmente hace que se entienda mejor lo que pasa detrás de los números y las teorías.

Cuadro 8: Enfoques de la entrevista

Diferencia en cuanto a…	Enfoque Cuantitativo	Enfoque Cualitativo
Punto de partida	Hay una realidad que conocer.	Hay una realidad que descubrir.
Premisa	La realidad del fenómeno social puede conocerse con la mente.	La realidad del fenómeno social es la mente. Los individuos construyen la realidad dándole significados.
Datos	Pretende acotar la información mediante medición y cuantificación.	Busca la expansión de la información. Los datos provienen del lenguaje natural.
Finalidad	Se busca reportar qué sucede, analizar hechos que den información específica de una realidad que se puede explicar y predecir.	Se busca entender el contexto y/o el punto de vista del actor social.
Paradigma científico	Positivismo: medición.	Humanista-hermenéutico: interpretación.

Fuente: Garcia et al.

2.1.2.1 Guía de entrevista

La guía de entrevista organiza las conversaciones para capturar información clave de forma clara y fluida durante el proceso investigativo.

La guía de entrevista se configura como un instrumento que organiza un conjunto de preguntas elaboradas por el investigador, con la finalidad de estructurar de manera ordenada y fluida las sesiones al dialogar con distintos participantes (Sebastian, 2023).

El guion de entrevista incluirá los puntos, temas y subtemas relevantes según los objetivos de la investigación, además de un análisis preliminar del problema en cuestión. De acuerdo con el

tipo de entrevista, este guion podrá integrar diferentes clases de preguntas y el secuencia en que se plantearán (Gutierrez, 2021).

La guía de la entrevista no es un protocolo estructurado de preguntas. Se trata más bien de una lista de tópicos temáticos y áreas generales que debe cubrirse con cada informante, objeto necesario de interacción verbal que el entrevistador sistematiza con dos cometidos principales:

A) Reflexionar sobre el modo de flexión del habla que manifestará el entrevistado

B) Organizar los temas sobre los cuáles se harán las preguntas de entrevista.

La guía solo debe de apoyar al entrevistador en el recordatorio de los principales asuntos que deben ser cuestionados frente al interlocutor (Sierra, 1998).

La guía será útil para recordar que preguntas se deben hacer y los temas que se va a desarrollar durante la entrevista ya que el entrevistador podría olvidarlos o mezclarlos por lo que la guía estará como respaldo para seguir ese orden.

Según Hernández et al. (2014), los guiones que se pueden utilizar deben contener:

A) **Lista de temas**: conjunto de temas para pedir información sin distinguir sub-preguntas.
B) **Esquemas:** temas genéricos, preguntas focalizadas y ejemplos con orden y estructura. No es tan completo como el protocolo.
C) **Protocolos:** todas las preguntas totalmente desarrolladas.

Se implementará la guía de entrevista como instrumento metodológico para mantener una estructura coherente durante las sesiones. Esta herramienta permitirá al investigador seguir un orden temático alineado con los objetivos de la investigación.

La guía servirá como apoyo cuando el entrevistado se desvíe hacia otros temas, ayudando a redirigir la conversación hacia los puntos importantes del estudio. Se usará de manera flexible, solo cuando sea necesario, para lograr un balance entre dejar que la persona hable con naturalidad y conseguir la información que realmente se necesita para la investigación.

2.1.2.2 Tipologías de entrevista según el grado de estructuración

La clasificación de entrevistas por su nivel de estructuración responde a la necesidad de balancear control y flexibilidad en la recolección de datos cualitativos.

A) Entrevista estructurada

"Es aquella entrevista para la cual el entrevistador decide de antemano que tipo de información requiere para establecer un guion de entrevista fijo que va a seguir según el orden marcado y las preguntas están pensadas para ser contestadas brevemente" (Bertomeu, 2016, p. 3).

B) Entrevista semiestructurada

En la entrevista semiestructurada también se decide de antemano qué tipo de información se requiere y en base a ello de se establece un guion de preguntas. En la entrevista semiestructurada es esencial que el entrevistador tenga una actitud abierta y flexible para poder ir saltando de pregunta según las respuestas que se vayan dando o, inclusive, incorporar alguna nueva cuestión a partir de las respuestas dadas por la persona entrevistada (Bertomeu, 2016, p. 3).

C) Entrevista no estructurada

Es un tipo de entrevista en la que el entrevistador hace preguntas abiertas y sigue los temas de conversación en lugar de seguir un cuestionario estructurado. En esta entrevista, el entrevistador tiene la flexibilidad de hacer preguntas adicionales y explorar temas de manera más detallada en lugar de seguir una lista de preguntas preestablecidas es importante considerar cuidadosamente sus fortalezas y debilidades al elegirla método para un estudio específico (Medina Romero et al., 2023).

Cada tipo de entrevista tiene su momento ideal según lo que se quiera lograr: la estructurada mantiene todo ordenado y comparable, la semiestructurada te da flexibilidad sin perder el rumbo, y la no estructurada deja que fluya la conversación para descubrir cosas inesperadas y profundas.

Cuadro 9: Características de las entrevistas según su tipología

Criterio	Tipología de entrevista	Característica
Grado de estructuración	Estructurada	Guion fijo establecido
	Semiestructurada	Guion flexible
	No estructurada	Sin guion
Número de participantes	Individual	Un entrevistado
	Grupal	Más de un entrevistado

Fuente: Elaboración propia en base a Medina et al.

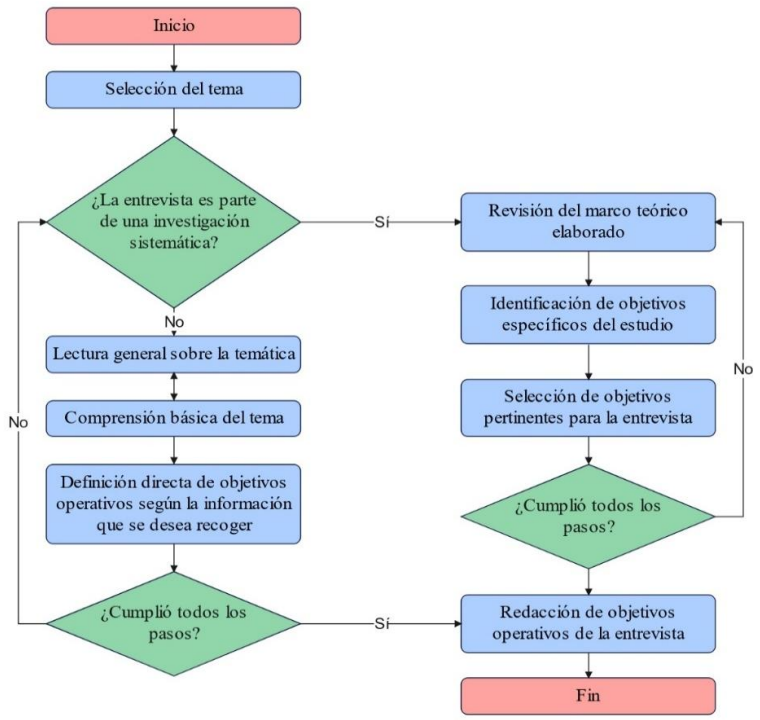
2.1.2.3 Fases de una entrevista

Según Bertomeu (2016) existen tres frases en una entrevista:

A) Fase de elaboración

El primer paso por seguir a la hora de elaborar una entrevista es decidir el tema sobre el que versará la misma y los informantes a quien irá dirigida.

Figura 9: Flujograma para establecer los objetivos



Fuente: Elaboración propia en base a Medina et al.

B) Identificar los objetivos y sus correspondientes dimensiones.

C) Redactar las preguntas

a. **Para la entrevista no estructurada:** no se redactará a priori todas las preguntas, se tendrá un gran conocimiento de las dimensiones a tratar y se irán elaborando las cuestiones en función de las respuestas de los entrevistados, incorporando dimensiones nuevas, etc.
b. **Para entrevista semiestructurada o estructurada:** se redactarán ejemplos de preguntas abiertas para cada una de las dimensiones de la entrevista. A la hora de redactar las preguntas es importante tener en cuenta algunas indicaciones de carácter general como; por ejemplo, que el redactado sea claro, qué las preguntas no sean muy largas, etc.

Cuadro 10: Tipologías de preguntas

Tipologías de preguntas	Ejemplo de preguntas
Comparativas	"¿Qué te impide/dificulta sentirte ciudadano/ciudadana de…? ¿Qué diferencia hay entre ser un buen ciudadano y un ciudadano/a educado?"
De evocación de hechos pasados	"Ponme un ejemplo de alguna noticia relacionada con otro país que hayas escuchado recientemente y te preocupe."
De evocación de comportamientos pasados	"¿Qué hiciste cuando salió el nuevo alumno/a?"
De reacciones afectivas	"¿Te molesta que no te dejen escoger?"
De Causa-Efecto	"¿Qué te llevó a reaccionar de esa forma?"
De información complementaria sobre aspectos, reacciones y sucesos	"La libertad de una persona no tiene límites" ¿Estás de acuerdo con esta afirmación?
Condicionales	"Imagínate que naufragas en una isla juntamente con un grupo de personas de diferentes países. Entre todos/as decidís establecer los derechos y los deberes fundamentales que regirán vuestra convivencia. ¿Quiénes serían? ¿Qué decidiríais?"

Fuente: Medina et al.

Se deberán estructurar siguiendo un orden lógico, dado que no siempre el orden vendrá establecido por cómo han quedado organizadas en las dimensiones y las preguntas deberán ir acompañadas de unos datos de identificación de la persona entrevistada.

Los datos de identificación se eligen en función de las características del trabajo que se está realizando. Sí en el trabajo precisa saber la edad de la persona entrevistada es importante, se incluirá en los datos de identificación. Si, por el contrario, este dato es irrelevante no se deberá preguntar.

D) Aplicación: Identificar a las personas concretas que participaran en la aplicación.

Se trata de acceder a un número de informantes que sea significativo para el trabajo que se está llevando a cabo. En trabajos se utiliza el muestreo no probabilístico, entre ellos destaca:

a) **Muestreo intencional u opinático**. Sujetos expertos en un tema o relevantes como fuentes de información.

Durante el desarrollo de la entrevista, es importante crear un buen clima de confianza y facilitar la comunicación. Para ello, se deberá empezar presentándose y dando toda la información relevante del estudio o trabajo puntual que se esté realizando. También, se deberá informar sobre el tiempo de duración de esta.

El lugar donde se realiza puede ser escogido, previamente, por la persona que realiza la entrevista. No obstante, se deberá ofrecer, siempre, la opción de realizarla en algún otro espacio elegido por la persona entrevistada. Durante el desarrollo de la misma es importante que la conversación quede registrada con una grabadora. Para ello, se le deberá preguntar a la persona entrevistada, informándole sobre los motivos de la grabación y el uso que se va a hacer de los datos registrados. En el caso que la persona entrevistada no quiera ser registrada, se deberá:

1) Si se sabe con antelación, se debe solicitar a otra persona que acompañe al entrevistador siempre y cuando la persona entrevistada lo autorice para que pueda tomar notas de campo.
2) Si no se sabe con antelación, este es el caso más común, el anterior pasa de manera excepcional, la persona entrevistadora tomará también las notas de campo. Se recomienda que, una vez finalizada la entrevista, no se dejen pasar más de 10 minutos para seguir anotando todo aquello que se recuerde de la conversación mantenida. En el caso de la entrevista semiestructurada, es esencial llevar el guion estudiado para evitar recurrir continuamente a los papeles. También, si la persona entrevistadora está bien familiarizada con el guion, podrá cambiar el orden de las preguntas cuando el ritmo y el contenido de la conversación lo requieran.

La entrevista se trata de una conversación, no de un interrogatorio y la persona entrevistadora debe mostrar una actitud positiva y receptiva a la vez que profesional.

a) **Análisis:** El objetivo principal del análisis de datos es dar sentido a la información recogida, sistematizándola para poder describir y analizar los resultados. Este análisis transcurre de manera simultánea a la obtención de la información. Se trata de un proceso reflexivo, cíclico, sistemático y creativo (Coffey y Atkinson, 2003).
b) **Sobre el anonimato y la confidencialidad:** Los datos son de carácter confidencial lo cual implica que la persona entrevistadora conocerá los datos de la persona entrevistada pero solo los utilizará para el objetivo del trabajo. Preguntar a las personas entrevistadas si quieren que sus nombres aparezcan anónimos en los informes o, si, por el contrario, quieren que aparezcan. En el caso que prefieran permanecer en el anonimato no se debe olvidar utilizar un seudónimo cuando se hace referencia en los informes a las personas cuya identidad no debe aparecer.

El procedimiento de análisis de la información que utilizamos para examinar la información recogida a través de las técnicas de recogida de información cualitativa; en este caso, a través de la entrevista es el análisis de contenido sistemático (Aranda et al., 2024).

La técnica de la entrevista permitirá recolectar información de expertos de acuerdo con los objetivos planteados anteriormente. Mediante esta metodología, se obtendrá datos e información valiosa y necesaria para el cumplimiento de los objetivos propuestos.

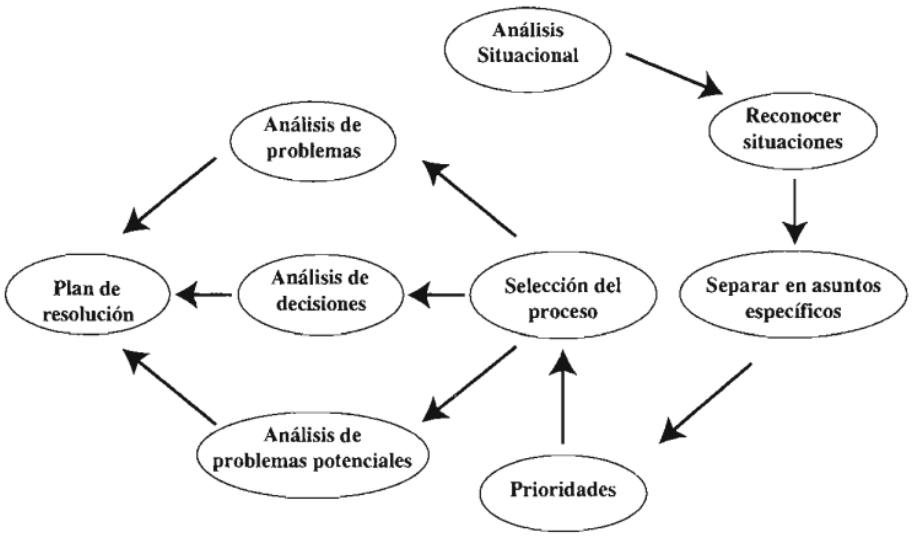
Según el objetivo específico que se busque alcanzar, se utilizará una entrevista semiestructurada, ya que esta permite profundizar en la información proporcionada por el experto sin limitarse únicamente a una guía fija. Además, cuando se necesite obtener datos concretos y puntuales, se recurrirá a entrevistas estructuradas, seleccionando cuidadosamente a expertos vinculados directamente con el área de interés.

2.1.3 Análisis situacional

El análisis situacional es un método que lleva a la aplicación del procedimiento más adecuado para analizar lo que está ocurriendo cuando una organización se enfrenta con diferentes dificultades como la oportunidad, amenaza, riesgo o cansancio. Este método ayuda a saber por dónde comenzar a desenredar los asuntos traslapados y confusos, a establecer prioridades y a

establecer la secuencia de actividades que darán respuestas a las preocupaciones de la organización (Valle, 2004, p. 14).

Figura 10: Secuencia del método de análisis situacional



Fuente: Hanel del Valle, 2005.

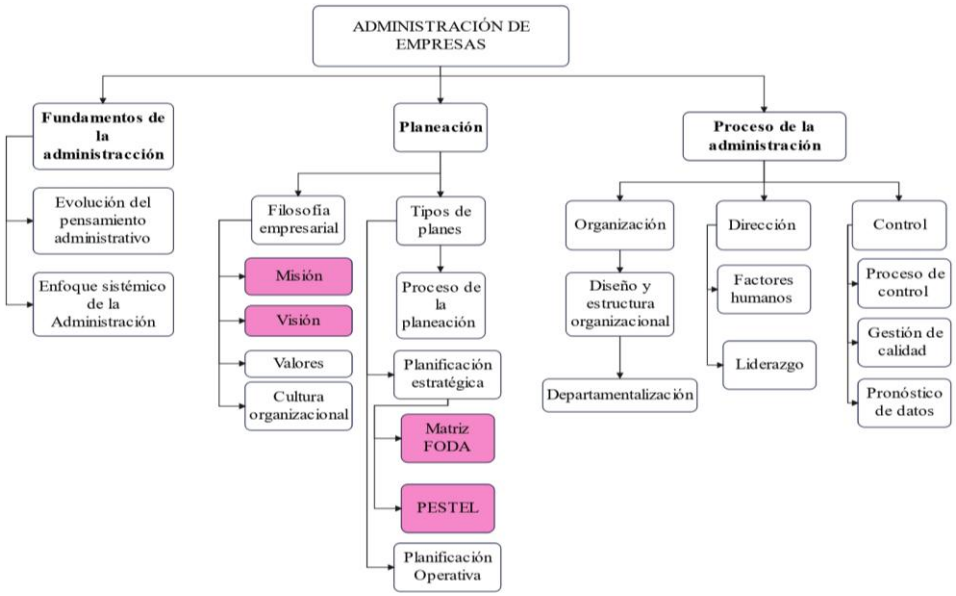
El análisis situacional es una herramienta clave dentro del proceso metodológico, ya que permite realizar un diagnóstico claro y ordenado del entorno en el que opera una organización. Una de las técnicas más utilizadas para este fin es el análisis FODA, el cual ayuda a identificar de forma sistemática las fortalezas y debilidades internas, así como las oportunidades y amenazas externas que pueden impactar en el desarrollo de la empresa.

2.2 ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Como define James A.F. Stoner (1996), "La administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar las metas establecidas para la organización" (p. 11). Este proceso sistemático garantiza que las empresas operen con coherencia estratégica y alcancen resultados sostenibles en entornos competitivos.

La administración de empresas coordina recursos humanos y materiales para lograr objetivos organizacionales de manera eficiente.

Figura 11: Mapa conceptual de Administración de Empresas



Fuente: Elaboración propia en base a contenido de la materia y la guía para presentación de trabajo de grado.

En la Figura 11 se puede observar el mapa de la materia de administración empresas el cual muestra parte del contenido de la materia y los elementos empleados para el cumplimiento de las acciones y de los objetivos específicos. Dentro del área de la administración de empresas se tiene el proceso de la administración donde está la planeación, organización, dirección y control los elementos que se van a utilizar se encuentran en recuadros de color rosado y están el área de la planeación específicamente la misión y visión. Así también la matriz FODA y diagrama PESTEL.

2.2.1 Filosofía empresarial

"Se entiende por filosofía de las empresas la cultura empresarial, la visión, la misión y los valores corporativos establecidos por la empresa" (Riera et al., 2020, p. 7).

2.2.1.1 Misión

En el ámbito de la administración organizacional, la misión representa el fundamento de la existencia empresarial, estableciendo su rol y contribución a la sociedad desde su creación.

Según Idalberto Chiavenato (2001) en el fondo, toda organización se crea para cumplir la finalidad de ofrecer un producto o un servicio a la sociedad. La misión representa esta finalidad

o propósito. En otras palabras, la misión es la razón esencial de ser y existir de la organización y de su papel en la sociedad. La misión organizacional no es definitiva ni estática, pues experimenta cambios a lo largo de la existencia de la organización.

Así, la misión organizacional actúa como brújula estratégica, evolucionando con las demandas del entorno y moldeando las competencias necesarias para su cumplimiento efectivo.

2.2.1.2 Visión

La visión organizacional refleja las aspiraciones a largo plazo de la empresa y su deseo de destacar en su entorno. Se trata de una imagen futura y deseada hacia la que la organización se dirige en un plazo extenso, sirviendo así como orientación para sus acciones (Marco & Loguzzo, 2016). De esta forma, la visión no solo inspira y orienta las acciones cotidianas de la organización, sino que también impulsa el logro de ese horizonte deseado y lejano.

La visión organizacional encapsula las metas ambiciosas y futuras de la empresa, proyectando su posición ideal en el largo plazo dentro de su contexto competitivo y social.

Así, la filosofía empresarial busca analizar el alineamiento actual que la empresa tiene con objetivo de exportar y en el caso que sea conveniente adaptarla ya que no es algo estático y puede cambiar conforme la empresa avanza porque se debe tener claro el horizonte a donde se debe llegar para generar estrategias correctas que busquen el crecimiento de la empresa.

2.2.2 Matriz FODA

El análisis FODA permite diagnosticar la posición de una organización al identificar sus factores internos fuertes y débiles, junto con los elementos externos como oportunidades y amenazas.

El análisis FODA implica evaluar los factores internos fuertes y débiles de una organización para diagnosticar su situación interna, junto con un examen externo de oportunidades y amenazas. Se trata de una herramienta simple que ofrece una visión general de la posición estratégica de una organización específica (Sarli et al., 2015).

En la Figura 12 se podrá visualizar los elementos de la matriz FODA, su cualidad y la relación que cada uno de los componentes tiene en función al objetivo que se tiene.

Figura 12: Elementos de la Matriz FODA



Fuente: Sarli, González y Ayres, 2015.

La matriz FODA será útil para el análisis actual de la empresa con la información y las conclusiones obtenidas se trabajará en minimizar las debilidades y amenazas y maximizar las oportunidades y fortalezas, también realizando el cruce de variables para generar estrategias.

2.2.3 Matriz PESTEL

El análisis PESTEL deriva su nombre del acrónimo formado por las iniciales de seis variables macroeconómicas: Política, Económica, Sociocultural, Tecnológica, Ecológica y Legal, incluidas en el modelo. Inicialmente, ayuda al gerente a detectar las variables macroeconómicas relevantes para el desarrollo de su empresa, distinguiendo oportunidades de riesgos potenciales cuyo nivel de ocurrencia resulta relativamente incierto (Guillaume, 2017).

El análisis PESTEL permite al listar los principales factores que tienen una influencia potencial en la evolución del futuro de la empresa.

2.2.3.1 Factores políticos

Los factores políticos abarcan las influencias políticas y gubernamentales que pueden afectar a una empresa. Esto incluye la estabilidad política, las políticas fiscales, las regulaciones comerciales y laborales, así como los cambios en el gobierno. Por ejemplo la estabilidad política, una empresa de telecomunicaciones que opera en un país con cambios frecuentes en el liderazgo político puede enfrentar incertidumbre en sus inversiones a largo plazo, o políticas fiscales un aumento en los impuestos sobre las bebidas azucaradas puede impactar negativamente a una empresa de refrescos. Regulaciones laborales como cambios en las leyes

laborales que exigen un aumento del salario mínimo pueden afectar a los costes de operación de una cadena de restaurantes.

2.2.3.2 Factores económicos

Los factores económicos se refieren al estado general de la economía y su influencia en las empresas. Son importantes aquí las tasas de interés, la inflación, el crecimiento económico y el tipo de cambio, entre otros. Por ejemplo las tasas de interés porque un aumento en las tasas de interés puede desalentar la inversión y el gasto de los consumidores. La inflación, un periodo de alta inflación puede erosionar el poder adquisitivo de los clientes, afectando las ventas de bienes de lujo y el tipo de cambio, una depreciación de la moneda local puede aumentar los costes de importación para una empresa de dispositivos electrónicos.

2.2.3.3 Factores sociales

Estos factores consideran las tendencias demográficas, culturales y sociales que impactan en las empresas. Incluyen cambios en la población, estilos de vida, valores culturales y preferencias de los consumidores. Por ejemplo tendencias demográficas dado que el envejecimiento de la población puede crear demanda para productos y servicios enfocados en la tercera edad. Los estilos de vida, el aumento en la conciencia sobre la salud puede llevar a una mayor demanda de alimentos saludables y los valores culturales porque en una sociedad cada vez más consciente del medioambiente, las empresas deben considerar prácticas sostenibles para atraer a los consumidores.

2.2.3.4 Factores tecnológicos

Estos factores abordan los avances tecnológicos y su impacto en las empresas. Incluyen innovaciones, tasas de obsolescencia, adopción de tecnología y cambios en la infraestructura. Por ejemplo la innovación tecnológica, el desarrollo de vehículos autónomos está transformándola industria del transporte y la logística. La obsolescencia, las actualizaciones constantes en dispositivos móviles pueden afectar la demanda de modelos anteriores y la adopción de tecnología por la rápida adopción de pagos digitales está cambiando la forma en que las empresas gestionan las transacciones financieras.

2.2.3.5 Factores medioambientales

Estos factores se refieren al entorno natural y las preocupaciones de sostenibilidad que influyen en las empresas. Incluyen regulaciones ambientales, cambio climático, sostenibilidad y responsabilidad ambiental. Por ejemplo en las regulaciones ambientales, una empresa de fabricación debe cumplir con normativa sobre emisiones para operar de manera legal. El cambio climático, el aumento de desastres naturales puede afectar la cadena de suministro y la producción de una empresa. La responsabilidad ambiental, los consumidores están más inclinados a apoyar empresas que tienen prácticas sostenibles y responsables con el medio ambiente.

2.2.3.6 Factores legales

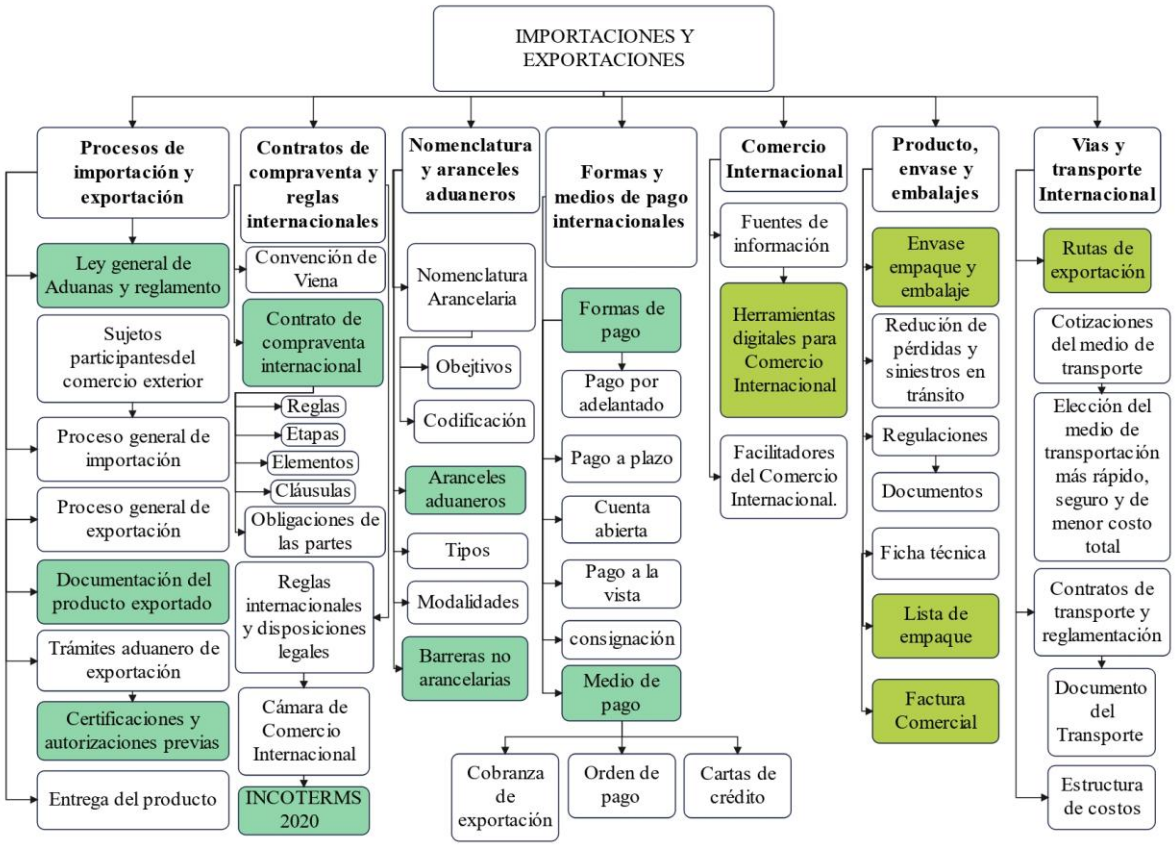
Estos factores consideran el marco legal y regulatorio en el que operan las empresas. Incluyen leyes laborales, de competencia, de propiedad intelectual, entre otras. Por ejemplo la leyes laborales, una empresa de tecnología de la información debe cumplir con las leyes de protección de datos y privacidad de los usuarios. La competencia, leyes antimonopolio pueden limitar las estrategias de expansión de una empresa y la propiedad intelectual, una empresa farmacéutica debe proteger sus patentes para mantener su ventaja competitiva (Guillaume, 2017).

2.3 IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES

La importación es el ingreso legal de cualquier mercancía procedente de territorio extranjero a territorio aduanero nacional. A los efectos de los regímenes aduaneros se considera iniciada la operación de importación con el embarque de la mercancía en el país de origen o de procedencia, acreditada mediante el correspondiente documento de transporte (Ley N° 1990, 28 de julio de 1999).

Exportación de bienes y servicios es todo acto por el cual un bien, producto o servicio es comercializado en el extranjero, sin retornar por ningún motivo a territorio nacional, también se considera como exportación la comercialización de servicios en general, tales como el transporte, el financiamiento, la asistencia técnica, el conocimiento técnico know how, los royalities, las patentes, el uso de marca, los diseños de ingeniería, los servicios de consultoría (Decreto Supremo N° 22753, 15 de marzo de 1991).

Figura 13: Mapa conceptual de Importaciones y Exportaciones



Fuente: Elaboración propia en base a contenido de la materia y la guía para presentación de trabajo de grado.

En la Figura 13 se puede evidenciar el mapa conceptual de la materia denominada Importaciones y Exportaciones la cual se divide en al área teórica y práctica. Esta materia tiene un principal énfasis por el contexto del trabajo y los recuadros pintados son los que utilizaran para el desarrollo de la investigación. Los recuadros de color verde menta corresponde a lo teórico y los de verde claro corresponde al área practica de la materia. El complemento de ambas permite el desarrollo del manual.

2.3.1 Ley general de aduanas y reglamento

La ley regula el ejercicio de la potestad aduanera y las relaciones jurídicas que se establecen entre la Aduana Nacional y las personas naturales o jurídicas que intervienen en el ingreso y salida de mercancías del territorio aduanero nacional. Asimismo, norma los regímenes aduaneros aplicables a las mercancías, las operaciones aduaneras, los delitos y contravenciones

aduaneros y tributarios y los procedimientos para su juzgamiento (Ley N.º 1990, 28 de julio de 1999).

El Reglamento es la expresión de la voluntad unilateral del Estado en función administrativa, manifestada predominantemente por el Poder Ejecutivo. La Constitución en su artículo 96, 1ª obliga al Poder Ejecutivo a dictar reglamentos bajo la prohibición de no definir privativamente derechos ni alterar los definidos por ley, ni contrariar sus disposiciones guardando las restricciones consignadas en la Constitución. Dicho de otro modo, exige que esta facultad legisferante, se enmarque en las restricciones consignadas por ley (Serrate José, 2007).

Es importante considerar la Ley 1990 y su reglamento por la incidencia en el desarrollo del presente manual dado que la ley constituye el marco legal base que regula todo el proceso aduanero en Bolivia y el reglamento de la ley permite una mayor comprensión de la misma.

2.3.2 Documentación de exportación

La documentación de exportación comprende el conjunto de documentos oficiales, legales y comerciales en formato papel o electrónico requeridos para el envío internacional de mercancías. Cumple funciones clave como demostrar el origen y valor de los productos, asegurar el cumplimiento de normativas regulatorias y de calidad, y suministrar datos esenciales a aduanas, bancos y transportistas. Sin ella adecuada, las mercancías arriesgan retenciones aduaneras, demoras o rechazos de entrada, generando pérdidas económicas y daños reputacionales (Foodcom, 2024).

Determinar toda la documentación de exportación necesaria para la salida legal de territorio nacional boliviano permitirá establecer todos los documentos que la empresa SolPru LTDA. va a requerir para realizar el correcto proceso de exportación facilitando un despacho ágil y evitando costosos retrasos que afecten la imagen y la confianza de la empresa.

2.3.3 Certificaciones y autorizaciones previas

En el ámbito del comercio exterior, se crearon normativas de calidad a nivel de diferentes mercancías. Estos estándares exigen que se cumpla con la entrega de documentos tales como la certificación de calidad de productos, análisis de laboratorios, ensayos, muestras y otros; que

son extendidos exclusivamente por la entidad de control autorizada por el gobierno (Velasco et al., 2020).

La emisión de Autorizaciones Previas de Importación es un trámite administrativo dentro del cual se aplican los criterios establecidos en las competencias privativas del nivel central del Estado en la política de Comercio Exterior. (Decreto Supremo N° 2752, 1 de mayo de 2016)

Las certificaciones y autorizaciones previas permitirán determinar este conjunto de documentos que la mercancía requiere para el correcto ingreso de la mercancía a Estados Unidos, de manera que la empresa SolPru LTDA. pueda entregar toda la información y documentación que se requiere como exportador. Estos requisitos documentales son fundamentales para evitar retrasos, sanciones o rechazos durante el proceso de importación, asegurando que los productos cumplan con todas las regulaciones y estándares exigidos por las autoridades en Estados Unidos.

2.3.4 Modelos de contrato de la Cámara de Comercio Internacional

Según la Cámara de Comercio Internacional (2024) establece que los Contratos y Cláusulas Modelo que presenta están diseñados para empresas que buscan un modelo internacional equilibrado durante las negociaciones. Con notas de orientación de expertos, los modelos proporcionan una base sólida incluso para quienes no cuentan con apoyo legal interno.

Los modelos también sirven como un punto de referencia internacional neutral que puede ayudar a guiar las negociaciones incluso entre los profesionales jurídicos más experimentados sus contratos y cláusulas modelo son fáciles de usar, son redactados por expertos legales de la red mundial de la CCI y brindan plantillas equilibradas y neutrales, ricas en orientación para su uso en diferentes jurisdicciones legales.

Los modelos se basan en su experiencia centenaria como la principal institución arbitral del mundo: la Corte Internacional de Arbitraje, y en el papel pionero que ha desempeñado en el apoyo al comercio global mediante la inversión en la prevención y resolución de disputas. Los Modelos de la CCI son parte integral de la causa.

Los Contratos y Cláusulas Modelo de la CCI se pueden modificar según sus necesidades y situaciones específicas o las de los clientes. Además, están diseñados para su uso en todas las

jurisdicciones y ofrecen soluciones equilibradas que representan los intereses de todas las partes.

A diferencia de otros modelos, los Modelos de la CCI no favorecen a ningún sector industrial, región geográfica ni categoría de partes como vendedores o compradores. En caso de controversia, los Modelos de la CCI ofrecen a los usuarios flexibilidad para elegir de forma innovadora entre una ley nacional específica o, cuando esta opción no sea la preferida, los principios generales del derecho mercantil internacional.

Los modelos que presenta la CCI serán de utilidad como guía o punto de referencia para identificar las cláusulas que intervienen en un contrato de compraventa internacional para que la empresa SolPru LTDA. pueda contemplar la importancia de las mismas.

2.3.5 Incoterms 2020

Fue en 1936 cuando la Cámara de Comercio Internacional recopiló y sistematizó un conjunto de reglas comúnmente observadas en las prácticas comerciales y que, básicamente, se orientaban a precisar los derechos y obligaciones asumidos por las partes en el contrato de compraventa en relación con la entrega de la mercancía, la distribución de riesgos y el reparto de gastos. Desde entonces, las reglas INCOTERMS han sido revisadas con cierta regularidad (Martín, 2020).

Es importante mencionar que los Incoterms no regulan lo siguiente:

- **A)** El precio de las mercancías
- **B)** La forma de pago
- **C)** La transmisión de propiedad de la mercancía
- **D)** Las consecuencias del incumplimiento del contrato de compraventa
- **E)** Los aspectos jurídicos relacionados con el transporte
- **F)** Las prohibiciones de importación o exportación
- **G)** Los derechos de propiedad intelectual

Cuadro 11: Responsabilidades según contratación de transporte y seguro

SIGLA	EXW	FCA	FAS	FOB	CPT	CIP
INCOTERMS® 2020	EN FÁBRICA	FRANCO PORTEADOR	FRANCO AL COSTADO DEL BUQUE	FRANCO A BORDO	TRANSPORTE PAGADO HASTA	TRANSPORTE Y SEGURO PAGADO HASTA
	(lugar de entrega designado)	(lugar de entrega designado)	(puerto de embarque designado)	(puerto de embarque designado)	(lugar de destino designado)	(lugar de destino designado)
TRANSPORTE	C	C	C	C	V	V
SEGURO	-	-	-	-	-	V
DOCUMENTO PRUEBA DE ENTREGA / TRANSPORTE	C	V	V	V	V	V
DESPACHO DE EXPORTACIÓN	C	V	V	V	V	V
DESPACHO DE IMPORTACIÓN	C	C	C	C	C	C
COMPROBACIÓN / EMBALAJE / MARCADO	V	V	V	V	V	V
MODO DE TRANSPORTE	CT	CT	M	M	CT	CT

SIGLA	CFR	CIF	DAP	DPU	DDP
INCOTERMS® 2020	COSTO Y FLETE	COSTO SEGURO Y FLETE	ENTREGADA EN LUGAR	ENTREGADA EN LUGAR DESCARGADA	ENTREGADA DERECHOS PAGADOS
	(puerto de embarque designado)	(lugar de destino designado)	(lugar de destino designado)	(lugar de destino designado)	(lugar de destino designado)
TRANSPORTE	V	V	V	V	V
SEGURO	-	V	-	-	-
DOCUMENTO PRUEBA DE ENTREGA / TRANSPORTE	V	V	V	V	V
DESPACHO DE EXPORTACIÓN	V	V	V	V	V
DESPACHO DE IMPORTACIÓN	C	C	C	C	V
COMPROBACIÓN / EMBALAJE / MARCADO	V	V	V	V	V
MODO DE TRANSPORTE	M	M	CT	CT	CT

Fuente: Cartilla de la Aduana Nacional de Bolivia, 2022.

Como se puede evidenciar en el Cuadro 11 se observan los 11 incoterms establecidos por la Cámara de Comercio Internacional, en base a la información se va a analizar y sugerir el uso de un determinado Incoterm, dada la mediterraneidad del país de Bolivia y se guiara en las responsabilidades y riesgos que correría en cada uno además de los vacíos que los incoterms no contemplan y que la empresa debe especificarlos al momento de realizar un contrato.

2.3.6 Arancel aduanero

El arancel es el impuesto o tarifa con el que los gobiernos gravan los productos que se envían a nivel internacional. Algunas de las razones por las cuales se impone un arancel es para obtener una fuente adicional de ingresos o más comúnmente para proteger la industria nacional.

Si se habla del segundo caso, entre más alto sea el arancel, más efectiva será la protección (De la Hoz Correa, 2014).

2.3.6.1 Tipos de aranceles

Según De la Hoz Correa (2014) existen tres tipos de aranceles:

A) Arancel Ad Valorem

El impuesto se aplica en términos de porcentaje sobre el valor de las mercancías importadas.

B) Arancel especifico

Son aranceles que se expresan en una cuantía monetaria por unidad de peso, volumen, longitud, número u otras unidades de medida.

C) Arancel mixto

Es el arancel que está formado por un arancel Ad Valorem y otro específico que se aplican simultáneamente.

2.3.7 Barreras no arancelarias

Según la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, 2019), "Las medidas no arancelarias se definen generalmente como medidas de política distintas de los aranceles aduaneros ordinarios, que pueden tener repercusiones económicas en el comercio internacional de mercancías, modificando el volumen de las transacciones, los precios o ambas cosas" (p. 7).

Según De la Hoz Correa (2014), las barreras no arancelarias pueden presentarse de la siguiente manera:

2.3.7.1 Subsidio

Ayudas directas que otorga el gobierno a las empresas para que sean capaces de competir en el mercado local o extranjero. Sobre todo, subsidios a la agricultura. El área donde más se presentan subsidios es en los productos agrícolas en los países desarrollados, y la razón es que

las reservas de los alimentos son importantes y cruciales en cualquier época. Este subsidio se da la mayoría de las veces para que las empresas sean capaces de superar las imperfecciones del mercado.

2.3.7.2 Asistencia y préstamos

Ayudas a países en vías de desarrollo con la condición de que compren equipos y provisiones en el país donador. También se pueden imponer una serie de restricciones políticas, como es el caso del llamado Plan Colombia, por medio del cual Estados Unidos ofrecía ayuda a Colombia con el compromiso del país de combatir el narcotráfico.

2.3.7.3 Cuotas

Limitan la cantidad de un producto que se puede importar o exportar en un período determinado, aumentan los precios de los productos al restringir la oferta y reducir la competencia en precios.

2.3.7.4 Restricciones voluntarias a las exportaciones

Cuando un país solicita a otro restringir voluntariamente sus exportaciones mediante cuotas de exportación, con el fin de evitar medidas más severas.

2.3.7.5 Embargos

Prohibición total del comercio, restringiendo todas las importaciones y exportaciones de un país.

2.3.7.6 Normas y etiquetas

Exigencia de normas adicionales relacionadas con la clasificación, información en etiquetas y requisitos de empaque.

2.3.7.7 Licencias de importación y exportación

Exigencia de permisos previos por parte de las autoridades antes de realizar una transacción comercial.

2.3.8 Formas y medios de pago

Las formas de pago son los diferentes acuerdos entre comprador y vendedor para determinar el momento del pago de la mercadería o servicio. Este momento de pago está en relación con el embarque y/o entrega del bien o servicio (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2016, p.1).

Desde el punto de vista del plazo temporal, las formas de pago internacionales pueden realizarse en tres momentos distintos, con consecuencias diversas (Bach, 2017, p. 9):

A) **Anticipadamente:** El pago se produce antes de la entrega de la mercancía. En este caso, el importador concede financiación al exportador, por lo que resulta razonable que use este factor como argumento en el proceso de negociación de las condiciones de venta, especialmente en cuanto a precios unitarios de las mercancías.
B) **Simultáneamente:** El pago se produce en el acto de entrega de la mercancía.
C) **Posteriormente:** El pago se produce después de la entrega de la mercancía. En estos casos, el exportador está concediendo financiación comercial al importador. Si opta por disponer de la tesorería inmediatamente, debe asumir el coste financiero que le supone obtener la financiación bancaria, además de superar las posibles dificultades en su obtención.

Los medios de pago internacionales se definen como "instrumentos bancarios que permiten cerrar con éxito una negociación de exportación o importación de bienes o servicios y que promueven nuevas oportunidades de comercio, además de permitir tener certeza en el pago derivado de la venta o compra de bienes" (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019, p. 1).

Según USIC University (2021) los medios de pago internacional son:

A) **Cheque:** Documento que extiende el comprador y entrega al vendedor, el cual lo entrega a su banco, quien lo hará efectivo.
B) **Pagaré**: Documento semejante al cheque, que debe hacerse efectivo en la fecha de vencimiento.
C) **Transferencia u orden de pago simple:** Orden de pago directa que efectúa el comprador a su banco, para que entregue un importe al vendedor.

D) **Orden de pago documentaria:** Orden de pago condicionada a la presentación de documentos.

E) **Remesa simple y documentaria:** Instrucción dada al banco para que gestione el cobro ante el importador.

F) **Crédito documentario:** Compromiso de pago del banco condicionado a la presentación de documentos.

G) **Obligación de Pago Bancaria:** Obligación irrevocable de pago condicionada a la conciliación digital de datos de importador y exportador.

H) **Factoring:** Incluye gestión de cobro y financiación.

I) **Forfaiting:** Supone la adquisición de la deuda por el banco.

J) **Confirming:** Combina la garantía del pago de las grandes empresas con la financiación de sus proveedores.

De acuerdo con las formas y medio de pago se sugerirá las más adecuada de acuerdo con las características del país del exportador y del importador adecuándose a las necesidades de la empresa SolPru LTDA., y como podría gestionar los cobros tanto la forma como el medio.

2.3.9 Herramientas digitales

Son todos aquellos software o programas intangibles que se encuentran en las computadoras o dispositivos, donde se da uso y se realiza todo tipo de actividades y una de las grandes ventajas que tiene el manejo de estas herramientas, es que pueden ayudar a interactuar más con la tecnología de hoy en día (Morales, 2015).

2.3.10 Envase empaque y embalaje

Según Mendoza et al. (2015), el envase es un envoltorio que tiene contacto directo con el contenido de un producto, con la finalidad de presentarlo de manera adecuada, facilitar su manejo, el transporte, la manipulación, el almacenaje y la distribución; es decir que el envase

es cualquier clase de recipiente: frasco, lata, caja, envoltura, que contiene algún producto o materia.

A) Envase primario

Es el que está en contacto con el producto, del envase depende que el producto conserve sus propiedades fisicoquímicas, por ejemplo, una botella de Coca-Cola, una bolsa de leche, una lata de duraznos.

B) Envase secundario o colectivo

Es el que contiene uno o varios envases primarios. Le da una mejor imagen al producto y tiene como finalidad su protección, servir como medio de presentación y facilitar la manipulación del mismo para su aprovisionamiento en los puntos de venta, por ejemplo, una caja con botellas de cerveza, una bolsa de chupetes.

C) Envase terciario

Puede agrupar varios empaques primarios o secundarios y tiene como finalidad facilitar la manipulación y el transporte de los productos. Sirve para distribuir, unificar y proteger el producto a lo largo de la cadena comercial, por ejemplo, la caja de cartón corrugado que contendrá varias latas de atún para su distribución en los puntos de venta.

En ocasiones un envase puede cumplir todas las funciones; en este caso el envase primario deberá ser lo suficientemente resistente para sostener el producto y soportar los rigores del embarque y la transportación. De la misma manera, toda la información necesaria para el consumidor debe estar contenida en este envase.

Se considera empaque aquel material que protege al envase y que adicionalmente tiene fines comerciales, generando un concepto muy interesante desde el punto de vista del marketing, puesto que coadyuva a la función de la venta, siendo su objetivo primordial el de proteger el producto, el envase o ambos y puede convertirse en promotor del artículo dentro del canal de distribución, puede estar constituido de innumerables tipos de materiales e incluso se dice que es el sueño de cualquier diseñador, puesto que puede adoptar la forma, textura, color que se

desee y normalmente se le menciona como empaque secundario (Usa Business Colombia S.A.S., 2019).

El embalaje es una forma de empaque que envuelve, contiene, protege y conserva los productos envasados; facilita las operaciones de transporte porque suministra al exterior información sobre las condiciones de manejo, requisitos, símbolos e identificación de su contenido. Además, protege el producto durante su transporte, manipulación y almacenamiento (Mendoza Roca et al., Manual práctico para gestión logística, 2015, p. 16).

2.3.11 Modelo de factura comercial y lista de empaque

2.3.11.1 Factura comercial

De acuerdo con la International Trade Administration, U.S. Department of Commerce (International Trade Administration, n.d.) la factura comercial o invoice es un documento esencial para el despacho de exportación e importación, y en algunos casos se emplea para trámites cambiarios. En el país importador, los aduaneros la utilizan para determinar derechos e impuestos de importación.

Antes de emitir una factura comercial para un nuevo mercado exportador, conviene verificar fuentes confiables sobre los requisitos particulares de cada país. Algunos exigen un formato específico, aunque generalmente basta la versión del exportador si contiene toda la información requerida. Además de los datos de la factura proforma, puede incorporar el código del Sistema Armonizado (SA), que agiliza el despacho en el país destino al ofrecer una descripción estandarizada de las mercancías para fines arancelarios e impositivos.

La variedad de formatos en facturas comerciales se debe a las características de cada exportadora y, sobre todo, a las exigencias del país receptor. En este sentido, se propone un modelo de factura comercial adaptado a los estándares y secciones requeridos por Estados Unidos, elaborado para la empresa SolPru LTDA.

2.3.11.2 Lista de empaque

Es un documento donde se detallan las mercancías que se desean vender en el exterior, por lo que identifica los productos que se quieren exportar al destino final. Asimismo, este documento facilita la inspección, control y reconocimiento de bultos o paquetes que figuran en la factura comercial (Europea, 2024)**.**

A) Objetivos:

a) Evitar cualquier tipo de bloqueo en aduanas. Un packing list bien hecho puede permitir una identificación rápida y fiable por parte de la gestión aduanera.

b) Detectar productos que estén prohibidos en el país de destino. Resulta más sencillo encontrar algún artículo que pueda estar prohibido tanto en importación como en exportación.

B) Tipos:

Según USIC University (2024) existen dos tipos de packing list:

a) Packing list en envíos nacionales: dentro del mismo territorio cumple la función de declaración jurada, garantizando que los productos listados en el documento son los que realmente se encuentran en el envío.

b) Packing list en envíos internacionales: es una lista de artículos para exportación y debe contener información detallada sobre todos los productos al objeto de garantizar una correcta trazabilidad.

c) Campos mínimos en el packing list:

Según la universidad europea (2024). no existe un modelo oficial de packing list, pero en la mayoría de los modelos se incluyen los siguientes elementos básicos:

1) Contacto del exportador, importador y empresa de transporte.

2) Cantidad total de bultos, cajas, paquetes etc.

3) Descripción detallada cantidad dentro de cada uno de cada bulto, caja, paquete o lote entre otros.

4) Embalaje utilizado.

5) Fecha de realización de pedido y envío del mismo.

6) Origen y destino de la mercancía.
7) Peso neto y bruto, dimensiones de cada bulto y del conjunto de lotes enviados.
8) Número de factura asociado a la mercancía.
9) Condiciones de entrega en base al incoterm que corresponda.
10) Valor unitario y total de cada artículo.
11) Código arancelario de la mercancía.

Se diseñará el modelo de lista de empaque de acuerdo con la función que cumple los aparatados mínimos de una lista de empaque y se adecuará a las características del producto y al país de destino para facilitar su proceso de exportación de manera que sea un modelo estándar de la empresa y solo deba cambiar el contenido de los espacios.

2.3.12 Ruta de exportación

"Son caminos a través de los cuales los bienes o materiales podrían pasar de los productores a los usuarios" (Vásquez, 2009).

"Permiten satisfacer una necesidad del cliente mediante la disponibilidad de un producto o servicio, acortando las distancias y disminuyendo los tiempos de respuesta" (Acosta, 2017).

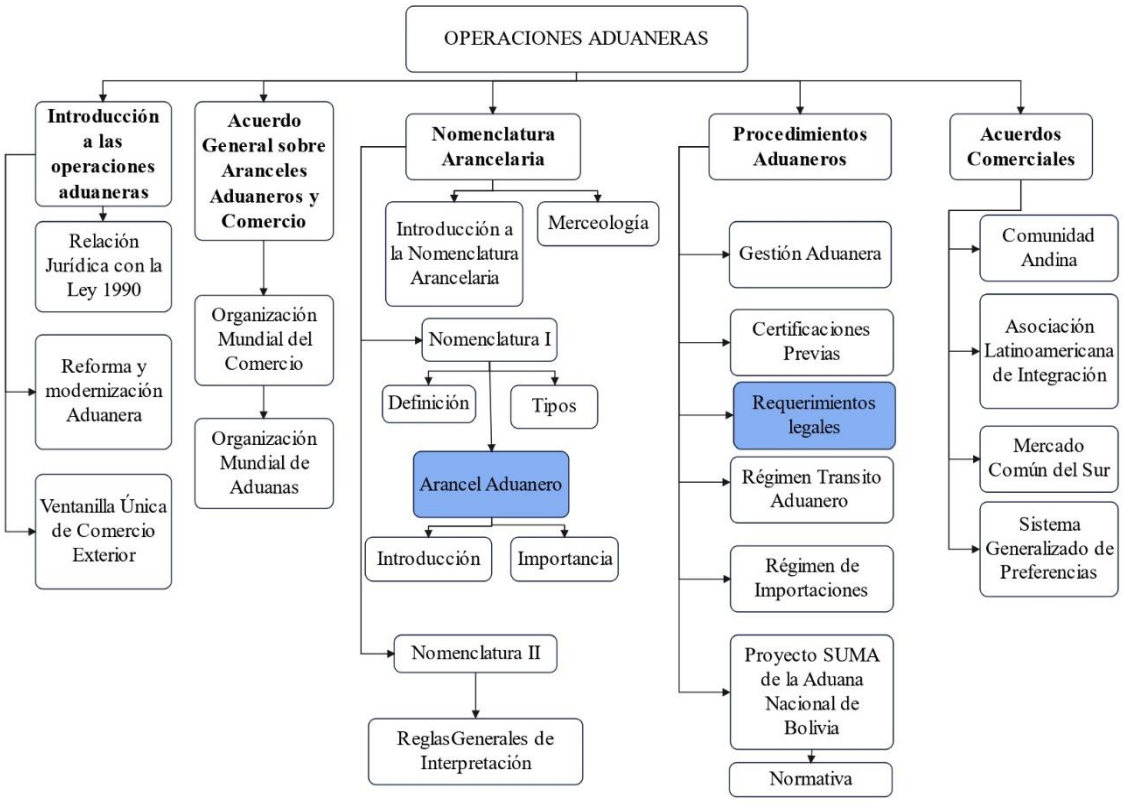
En el presente trabajo se trazará una ruta desde Bolivia hasta Estados Unidos para la exportación de café en grano verde y tostado tomando como punto de partida la ubicación de la planta de producción de la empresa SolPru LTDA. y como punto de destino el almacén del comprador.

2.4 OPERACIONES ADUANERAS

Las operaciones aduaneras designan todos los trámites asociados al ingreso o egreso de mercancías por las fronteras nacionales, las cuales son supervisadas por las autoridades aduaneras para regular y promover el comercio internacional de bienes. El despacho aduanero resulta clave en estas actividades, ya que involucra la entrega de documentos, el pago de impuestos y aranceles, y el acatamiento de regulaciones particulares. Asimismo, se destacan otras como el tránsito aduanero, que habilita el paso de mercancías por un país intermedio hacia su destino final, sin destinación al consumo local. Estas operaciones resultan vitales para

asegurar la legalidad y agilidad del comercio global, al promover la fluidez de mercancías y fomentar la colaboración económica internacional (Exportadores, 2023).

Figura 14: Mapa conceptual de Operaciones Aduaneras



Fuente: Elaboración propia en base a contenido de la materia y la guía para presentación de trabajo de grado.

Como se puede ver en la Figura 14 se observa el contenido de la materia de operaciones aduaneras de las cuales se va profundizar más en la nomenclatura específicamente en el arancel aduanero que se tienen en Bolivia así también como el de Estados Unidos, también se hará énfasis en los requerimientos e Estados Unidos para el ingreso del café a su destino si bien el ingreso del producto corresponde a la parte importadora es vital que la empresa exportadora lo conozca ya que el importador va requerir que el exportador le brinde información y documentación necesaria.

2.4.1 Harmonized Tariff Schedule

Según el departamento de comercio en Estados Unidos (2023), El HS es administrado por la Organización Mundial de Aduanas (OMA) y se actualiza cada cinco años. Sirve de base para

los sistemas de clasificación de importaciones y exportaciones utilizados en Estados Unidos y por muchos socios comerciales.

El Sistema Armonizado es un método numérico estandarizado para clasificar los productos comercializados. Lo utilizan países de todo el mundo para identificar y describir productos de manera uniforme, con fines como la evaluación de aranceles y la recopilación de estadísticas. Los códigos del Sistema Armonizado (SA) se utilizan comúnmente en todo el proceso de importación y exportación para la clasificación de mercancías y el SA asigna códigos específicos de seis dígitos para diversas clasificaciones y productos. Los países pueden añadir códigos más largos a los primeros seis dígitos para una clasificación más precisa.

Se podrá realizar la clasificación arancelaria del café de acuerdo con la partida que le corresponda a nivel nacional con la referencia del arancel aduanero a 2025 o con el Harmonized Tariff Schedule que permitiría ver el arancel que se le explicará al café por el ingreso a territorio extranjero con la calificación de 6 dígitos se puede localizar el producto a nivel mundial.

2.4.2 Requerimientos legales

El requerimiento legal constituye una intimación dirigida a una persona para que realice, se abstenga de realizar algo, o manifieste su voluntad respecto a un asunto determinado (Guillermo, 2008, p. 280).

Se identificará los requerimientos legales establecidos por Estados Unidos para el correcto ingreso de la mercancía, contemplando todos los requisitos que una empresa exportadora debe cumplir para evitar sanciones, multas o retención de mercancía.

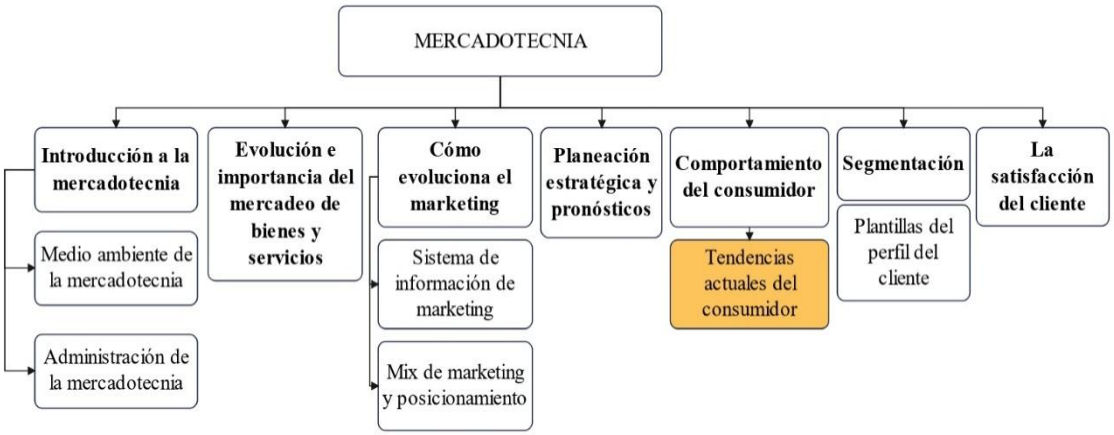
2.5 MERCADOTECNIA

La mercadotecnia es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes (Kotler, 2001).

Mediante un plan de mercadotecnia se detectan acciones que satisfacen las demandas de la empresa, del mercado y de la comunidad; así, la mercadotecnia actúa como vínculo entre la

organización y la sociedad, interpretando las necesidades y deseos del mercado meta (Molina et al., 2019, p. 10).

Figura 15: Mapa conceptual de Mercadotecnia



Fuente: Elaboración propia en base a contenido de la materia y la guía para presentación de trabajo de grado.

Como se puede apreciar en la Figura 15 se evidencia el contenido de la materia mercadotecnia en el cual se destaca todo lo avanzado, pero se destaca el comportamiento del consumidor específicamente las tendencias actuales de los consumidores para el desarrollo de esta investigación.

2.5.1 Tendencias actuales del consumidor

Las tendencias de consumo se entenderán como transformaciones que se presentan en las prácticas culturales y/o sociales de los seres humanos, y procesos de consumo que marcan un diferencial social entre individuos, al manifestarse como fenómenos cíclicos que tienen la capacidad de reinventarse y de adaptarse. Las tendencias de consumo son marcadores sociales de un grupo o colectivo de individuos con necesidades de distinción; se reconocen desde la lectura que devienen de estos grupos en sus universos de sentido, propios de sus estéticas, formas de contarse, perspectivas, lógicas de producción y/o rituales de consumo. Dicha configuración se desarrolla en la subjetividad y se manifiesta en grupos de referencia. Las tendencias de consumo son capaces de demostrar la novedad del consumo; así, entonces, es importante reconocerlas y comprenderlas por su capacidad de movilización y de afectación en consumidores y mercados. El consumo socialmente responsable se establece como tendencia,

al proponer prácticas de consumo asociadas con la industria verde; con efectos del consumo ético, social y medioambiental, por medio de prácticas y actitudes que adopta el consumidor y la empresa del futuro. (Ariztía, 2017). En este marco, el consumo socialmente responsable se establece como tendencia al promover prácticas asociadas con la sostenibilidad, la industria verde y el consumo ético.

Las tendencias de consumo han llamado la atención de los mercados gracias a su capacidad de transformación social e individual, lo que ha animado a las industrias y a los consumidores a encontrar sus diferenciales dando valor y una serie de significados que dotan de sentido a sus actos cotidianos (Carvajal, 2019).

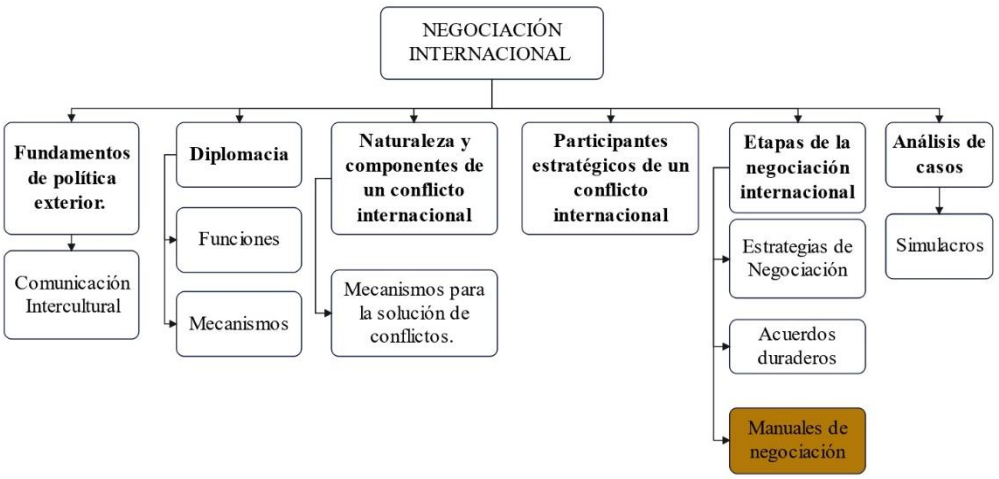
Con las tendencias actuales y cambiantes que hay de los clientes se podrá enfocar el producto a las tendencias actuales de manera que vaya de la mano con el consumidor y mejore el posicionamiento de la marca en la mente de los consumidores.

2.6 NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

Altschul (1999) conceptualiza la negociación como un proceso interactivo donde las partes ceden progresivamente hasta lograr un acuerdo formal o informal. El éxito depende del equilibrio estratégico entre obligaciones, necesidades y riesgos, evolucionando desde aspiraciones iniciales hacia compromisos concretos (p. 21).

El proceso de negociación internacional se define como un conjunto de operaciones y actividades que a través de etapas tales como la preparación, diálogo y cierre de la negociación, permiten que se efectúen operaciones de compraventa internacional como ser la importación y exportación. Dicho proceso inicia con la identificación de necesidades en una empresa para la compra o venta de bienes o servicios en el exterior, y finaliza al generar un acuerdo o contrato que formaliza la relación comercial internacional entre las partes involucradas (Cano y Rojas, 2017, como se citó en Cano y Baena, 2015).

Figura 16: Mapa conceptual Negociación Internacional



Fuente: Elaboración propia en base a contenido de la materia y la guía para presentación de trabajo de grado.

Como se observa en la Figura 16 se puede ver el contenido de la materia de negociación internacional del cual se dará importancia al manual de negociación en el que se desarrollan las etapas que conforman una negociación entre las partes involucradas.

2.6.1 Manual de negociación

Un manual constituye una publicación que recopila los elementos esenciales de un tema, funcionando como guía para comprender el operar de algo o para instruir al lector de manera sistemática y resumida (Vásquez, 2009).

La negociación no debe reducirse a un choque caótico de intereses y voluntades, sino configurarse como una serie de fases desde la preparación hasta el cierre del acuerdo. Implica organizar el proceso para mantener siempre en foco los objetivos, las tareas pendientes y la conducta adecuada en cada etapa (Lomas, 2015).

El manual de negociación permitirá contemplar todas las etapas que conlleva este proceso, así como también los roles que juega cada una de las partes intervinientes de manera que se establezcan las etapas puntuales para que la empresa sepa cuál es la etapa inicial y lo que sigue debido a que puede ser de mayor o menor duración.

3 MARCO LEGAL

El presente trabajo contempla un análisis del marco legal aplicable en el ámbito nacional como en el país de destino, debido a que la normativa vigente en ambos territorios incide directamente en el desarrollo y viabilidad de las actividades propuestas, para Bolivia, país de origen se abordan las disposiciones legales relacionadas con la exportación, regulación aduanera y requisitos institucionales para operar en el comercio internacional, de forma complementaria, se examinan la normativa estadounidense que rige el ingreso de productos extranjeros, incluyendo aspectos regulatorios, técnicos y de cumplimiento comercial.

Como se puede apreciar en el Cuadro 12 se evidencia las leyes, decretos, códigos y resoluciones tanto del país exportador que es Bolivia y el país de destino Estados Unidos, esta normativa es de vital importancia para la exportación de café a Estados Unidos de forma que se llegue al cumplimiento de este proceso en material legal y no se presenten obstáculos para la empresa.

Cuadro 12: Normativa para la exportación de café a Estados Unidos

País	Leyes	Decretos	Resoluciones
BOLIVIA	Ley Nº 1990	Decreto Supremo N° 25870	Resolución de directorio 01-085-24
	Ley Nº 830	Decreto Supremo N° 29847	Resolución Administrativa 022/2022
	Ley Nº 2492		Resolución Administrativa 024/2022
			Resolución Administrativa 026/2022
ESTADOS UNIDOS	7 U.S.C. § 7712		
	15 U.S.C. § 1452		
	15 U.S.C. § 1453		
	19 U.S.C. § 1481		
	21 U.S.C. § 343		
	21 U.S.C. § 343-1		
	21 U.S.C. § 350 d		

Fuente: Elaboración propia, 2025.

En el Cuadro 13 se evidencia un análisis en material legal de la normativa que se vincula al proceso de exportación de café boliviano a Estados Unidos en el cual se analizan los elementos clave, alcances, lo que permite y lo que no de acuerdo con la ley, código, decreto, resolución para obtener un mejor panorama del área legal porque cada acción debe tener una base legal que lo sustente para realizar un correcto procedimiento.

Cuadro 13: Análisis de la normativa a ser considerada en el proyecto

Marco legal	Elementos clave	Alcance	Lo que permite	Lo que prohíbe
Ley Nº 1990	• Potestad aduanera • Sistema aduanero nacional • Regímenes aduaneros • Control de Comercio Exterior	Aplica a todas las actividades de importación y exportación en territorio boliviano y zonas francas.	• Exportar e importar legalmente mercancías. • Acogerse a diferentes regímenes aduaneros. • Realizar operaciones mediante representantes aduaneros.	• Contrabando de productos agrícolas. • Exportar sin declarar la mercancía ante la aduana. • Evasión de controles fitosanitarios. • Falsificación de documentos de origen. • Subvalorar o sobrevalorar mercancías. • Ejercer funciones aduaneras sin habilitación.
Ley Nº 830	• SENASAG como autoridad nacional competente • Sanidad Agropecuaria Inocuidad Alimentaria	Aplica a las entidades del nivel central del Estado, entidades territoriales autónomas, así como a toda persona natural o jurídica, pública o privada, con o sin fines de lucro, en el ámbito de la Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria en todo el territorio del Estado Plurinacional de Bolivia.	• Emitir certificados sanitarios y fitosanitarios para exportación. • Establecer medidas de prevención y control sanitario en la cadena agroalimentaria. • Autorizar o rechazar el ingreso o salida de productos agropecuarios por razones sanitarias. • Ejecutar decomisos, destrucción o cuarentena de productos que incumplan normas sanitarias. • Coordinar con entidades internacionales. • Fomentar buenas prácticas agrícolas y de manufactura.	• Comercializar, importar o exportar productos sin la certificación sanitaria/inocuidad del SENASAG. • Falsificar certificados o resultados de laboratorio. • Incumplir las medidas sanitarias oficiales. • Ingresar al país material vegetal o animal contaminado o no autorizado. • Manipular alimentos sin cumplir condiciones de inocuidad. • Ejercer actividades de control sanitario sin acreditación oficial.
Ley Nº 2492	• Principios del derecho tributario. • Determinación, fiscalización y recaudación de tributos. • Facultades de la Administración Tributaria.	Aplica a todos los tributos nacionales, departamentales y municipales que recauden entidades públicas, en todo el territorio boliviano.	• Establecer normas para el cumplimiento de obligaciones tributarias. • Imponer sanciones por infracciones • Aplicar medidas coactivas para el cobro. • Establecer facilidades de pago y condonaciones parciales. • Otorgar derechos de defensa al contribuyente.	• Incumplir obligaciones tributarias. • Evadir o eludir impuestos. • Presentar declaraciones falsas o incompletas. • Omitir el pago de tributos • Obstruir la labor de fiscalización. • Alterar documentación contable o tributaria. • Resistencia a la ejecución tributaria.

(continúa)

(continuación)

Marco legal	Elementos clave	Alcance	Lo que permite	Lo que prohíbe
Decreto Supremo N° 25870	• Desarrollo reglamentario de la Ley Nº 1990. • Definición de regímenes aduaneros. • Formalidades de importación y exportación. • Documentación aduanera obligatoria. • Procedimientos operativos y plazos. • Control y fiscalización aduanera. • Infracciones y sanciones.	Aplica a todas las actividades de ingreso y salida de mercancías del territorio aduanero nacional, incluyendo zonas francas, zonas primarias y almacenes aduaneros.	• Aplicar correctamente los regímenes aduaneros. • Establecer los requisitos documentales por tipo de operación. • Determinar plazos y procedimientos para cada régimen. • Autorizar depósitos temporales o zonas francas. • Verificar mercancías y aplicar aforos. • Ejecutar controles posteriores y fiscalización.	• Omisión de la declaración aduanera. • Uso indebido de regímenes especiales. • Alteración de documentos de transporte o valor. • Almacenamiento ilegal en recintos aduaneros. • Ingreso o salida no autorizada de mercancías. • Evadir el pago de tributos aduaneros. • Ejercer operaciones sin estar habilitado como operador aduanero.
Decreto Supremo N° 29847	• Creación del SENAVEX. • Administración y control del Registro Único de Exportadores. • Emisión de certificados de origen y verificación de exportación. • Asesoramiento técnico.	Aplica a todas las personas naturales o jurídicas que realizan exportaciones en Bolivia.	• Registrar exportadores y habilitarlos legalmente. • Emitir certificados de origen y de verificación previos a la exportación. • Brindar servicios técnicos y jurídicos en trámites de exportación. • Administrar recursos económicos derivados de sus servicios	• Exportar sin estar inscrito en el RUEX. • Exportar sin certificado de origen o verificación. • Usar documentos falsos o contrarios a las políticas estatales.
Resolución de directorio 01-085-24	• Padrón de Operadores de Comercio Exterior. • Habilitación y suspensión de operadores • Acreditación de personal. • Control mediante sistema SUMA. • Importación/ exportación	Aplica a todos los operadores de comercio exterior en Bolivia	• Inscribirse y operar legalmente como operador aduanero. • Acreditar representantes para trámites ante la Aduana. • Realizar operaciones bajo normas claras y controladas	• Operar sin estar inscrito en el padrón. • Usar personal no acreditado. • Incumplir requisitos o garantías. • Obstruir controles aduaneros. • Operar estando suspendido o dado de baja.

(continúa)

(continuación)

Marco legal	Elementos clave	Alcance	Lo que permite	Lo que prohíbe
Resolución Administrativa 022/2022	• Certificado de Origen de café (v.1) • Formato OIC Procedimiento TAYPI.	Aplica a exportadores de café inscritos en el RUEX que soliciten Certificado de Origen específicamente para café.	• Emitir Certificado de Origen para exportación de café. • Usar versión oficial OIC, formato digital o físico. • Realizar trámite en TAYPI.	• Emitir con versión distinta a la v.1. • Omitir el formato oficial OIC • Operar sin estar registrado en RUEX
Resolución Administrativa 024/2022	Procedimiento DDJJ de Origen.	Aplica a exportadores inscritos en el RUEX que presenten Declaración Jurada de Origen mediante la plataforma TAYPI.	• Presentar DDJJ digital conforme a versión vigente. • Adjuntar documentos de respaldo. • Subsanar observaciones en 5 días hábiles si las hay. • Obtener aprobación previa al certificado de origen.	• Usar formulario o versión distinta a la v.8. • Presentar sin documentos adjuntos. • No subsanar observaciones dentro del plazo. • Omitir firma digital o pago del trámite.
Resolución Administrativa 026/2022	• Procedimiento para emitir Certificado de Origen formato y documentación requerida. • Vincula la DDJJ aprobada con la emisión del certificado.	Aplica a exportadores inscritos en el RUEX que solicitan Certificados de Origen en la plataforma TAYPI/SENAVEX.	• Emitir el Certificado de Origen versión 8 de forma oficial. • Utilizar la plataforma TAYPI como canal exclusivo para la gestión del certificado. • Garantizar la trazabilidad del producto exportado.	• Emitir certificados sin DDJJ previa aprobada. • Usar versiones anteriores del procedimiento. • Omitir firmas, facturas o formatos exigidos.
7 U.S.C. § 7712	Regulación del movimiento de plantas, productos vegetales, organismos de control biológico.	Aplica a la importación, entrada, exportación o movimiento interestatal de plantas y productos vegetales hacia/desde EE.UU.	• Establecer requisitos de permisos y certificados fitosanitarios para importar café verde. • Aplicar medidas preventivas contra plagas. • Implementar cuarentenas post entrada si es necesario. • Evaluar riesgos y establecer sistemas de mitigación	• Importar o mover productos vegetales sin permiso o certificado fitosanitario. • Introducir o diseminar plagas vegetales o malezas nocivas. • Incumplir medidas de cuarentena o control establecidas por el USDA. • No cumplir con las regulaciones de mitigación de riesgos establecidas.

(continúa)

(continuación)

Marco legal	Elementos clave	Alcance	Lo que permite	Lo que prohíbe
15 U.S.C. § 1452	• Empaque no engañoso. • Etiquetado conforme a ley. • Cumplimiento regulatorio. • Productos de consumo en comercio interestatal.	Aplica a cualquier persona que empaque o etiquete un producto de consumo para distribución en comercio interestatal en EE.UU.	• Comercializar productos siempre que cumplan con las disposiciones de la ley y regulaciones asociadas. • Diseñar y etiquetar el producto conforme a las exigencias de información veraz y clara	• Distribuir café con empaque o etiqueta que no cumpla con los requisitos legales. • Usar envases o etiquetas que induzcan a error sobre cantidad, identidad o procedencia. • Distribuir sin cumplir las regulaciones sobre presentación de la información.
15 U.S.C. § 1453	Estándares de contenido, ubicación y formato de la información en la etiqueta.	Aplica a cualquier producto de consumo envasado, incluyendo café tostado o verde empacado para venta al por menor en EE. UU.	• Mostrar información de forma clara, legible y en el panel principal. • Presentar la información paralela a la base del envase.	• Omitir la información obligatoria. • Usar términos que puedan inducir a error sobre la cantidad real. • Alterar la ubicación o formato.
19 U.S.C. § 1481	• Factura obligatoria para importación. • Información detallada de mercancía. • Cantidad y medidas. • Precio y moneda. • Cargos y descuentos. • Datos de venta y envío. • Transmisión electrónica.	Aplica a toda mercancía importada a EE. UU., incluido café verde o tostado. La información debe presentarse en la factura comercial o su equivalente electrónico aceptado por Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza de Estados Unidos	• Presentar una factura completa con todos los datos exigidos. • Usar equivalentes electrónicos aceptados por el Secretario del Tesoro. • Declarar datos de forma directa o por medio del importador registrado.	• Presentar facturas incompletas o con datos falsos. • Omitir información clave para la clasificación y valoración aduanera. • Usar descripciones vagas que impidan la correcta identificación del producto. • Declarar precios o cantidades que no correspondan a la realidad
21 U.S.C. § 343	• Etiquetado falso o engañoso. • Nombre incorrecto del alimento. • Falta de información obligatoria.	Aplica a todos los alimentos destinados a consumo humano que ingresen a EE.UU.	• Etiquetar el café de forma veraz, con nombre correcto, aditivos y colorantes declarados, fecha de caducidad cuando se requiera.	• Etiquetar con información falsa o engañosa. • Usar nombres que no correspondan al producto real. • No declarar aditivos o ingredientes obligatorios.

(continúa)

(continuación)

Marco legal	Elementos clave	Alcance	Lo que permite	Lo que prohíbe
21 U.S.C. § 343	• Declaración incorrecta de aditivos colorantes. • Incumplimiento en fecha de caducidad.	Incluye café en cualquier forma si se presenta como producto de consumo.	• Usar envases y materiales seguros para el consumo humano. • Declarar propiedades saludables solo si están autorizadas y respaldadas científicamente.	• Usar envases engañosos o materiales nocivos. • Incluir alegaciones de salud sin autorización o evidencia. • Omitir información nutricional o de caducidad cuando es requerida.
21 U.S.C. § 343-1	• Principio de uniformidad nacional del etiquetado. • Preeminencia de la normativa federal sobre la estatal. • Aplicación a alimentos comercializados en el comercio interestatal.	Aplicable a los productos comercializados en el comercio interestatal.	La comercialización de alimentos en todo el territorio de los Estados Unidos con una única etiqueta nutricional conforme a la normativa federal.	• La imposición de requisitos de etiquetado nutricional distintos o adicionales a los previstos por la normativa federal. • La exigencia de modificar la etiqueta nutricional para su comercialización en distintos Estados.
21 U.S.C. § 350d	• Registro obligatorio ante FDA. • Aplica a instalaciones extranjeras y nacionales. • Renovación bienal. • Asignación de número de registro. • Definición amplia de “instalación” • Necesidad de agente en EE.UU.	Aplica a cualquier planta, almacén o establecimiento que fabrique, procese, empaque o almacene alimentos para consumo en EE.UU., como café verde o tostado.	• Registrar la instalación ante la FDA antes de exportar. • Renovar el registro cada dos años. • Designar un agente en EE.UU. para instalaciones extranjeras. • Continuar exportando mientras el registro esté vigente.	• Exportar café desde una instalación no registrada. • Operar con registro suspendido. • No notificar cambios en datos de registro. • Negarse a permitir inspecciones autorizadas. • Procesar o empacar alimentos que presenten riesgo grave para la salud.

Fuente: Elaboración propia en base a normativa vigente de Bolivia y Estados Unidos, 2025.

CAPÍTULO: 3

MARCO PRÁCTICO

CAPÍTULO 3: MARCO PRÁCTICO

1 DISEÑO METODOLÓGICO

1.1 NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.1 Investigación descriptiva

Hernández et al. (2014) explican que los estudios descriptivos identifican las características fundamentales, propiedades y perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier fenómeno de estudio. Estos se centran en registrar y cuantificar información sobre variables, ya sea de manera aislada o combinada, sin indagar en las relaciones que existen entre ellas. Su principal valor radica en precisar con exactitud las dimensiones y aspectos de cualquier situación, contexto o suceso analizado (p. 92).

El nivel de investigación del presente trabajo es descriptivo porque se orienta a identificar, organizar y explicar de manera detallada las etapas y requisitos que conforman el proceso de exportación del café boliviano a Estados Unidos, con el fin de estructurar un manual práctico que sea útil para que la empresa pueda realizar este proceso sin inconvenientes. En el desarrollo del mismo no se establecerá hipótesis, y tampoco se manipularán variables ni se establecerán relaciones de causalidad.

1.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

1.2.1 Investigación mixta

Los métodos mixtos conforman un grupo de procedimientos sistemáticos, empíricos y reflexivos de investigación que combinan la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, junto con su integración y debate conjunto, para generar inferencias a partir de toda la información obtenida y profundizar en la comprensión del fenómeno estudiado (Hernández et al., 2014, p. 534).

La investigación adopta un enfoque mixto, dado que combina el análisis cualitativo, orientado a la descripción e interpretación de los requisitos legales, institucionales y procedimentales para la exportación de café boliviano a Estados Unidos, con el análisis cuantitativo, que permite calcular

y los costos asociados a la habilitación de la empresa exportadora, los gastos logísticos de acuerdo al Incoterm seleccionado para la operación de exportación.

Este enfoque resulta pertinente porque brinda una visión integral que combina la comprensión normativa con la evaluación económica, lo cual es esencial para la elaboración de un manual de procedimientos aplicable en la práctica empresarial.

Hernández et al., (2014) afirma que el diseño exploratorio secuencial "implica una fase inicial de recolección y análisis de datos cualitativos seguida de otra donde se recaban y analizan datos cuantitativos" (p. 551)

En función a esa definición se adopta un diseño mixto de tipo secuencial exploratorio, dado que inicialmente se aborda el análisis cualitativo de los requisitos normativos y procedimentales, para posteriormente validar los hallazgos mediante el análisis cuantitativo de costos de habilitación y exportación.

Según la naturaleza del estudio, este se clasifica como documental y de campo. Es documental, porque se apoya en la revisión documental, análisis de normativas, leyes, resoluciones y bibliografía especializada sobre los procedimientos de exportación de café a Estados Unidos. A su vez, es de campo, considerando que se recurre a la obtención de información primaria mediante entrevistas y consultas a instituciones tanto públicas como privadas y Cámaras vinculadas con el sector exportador.

En cuanto a su tipo, se enmarca en una investigación no experimental dado que no se manipulan variables, por el contrario, se observan y analizan los fenómenos en su contexto real. Asimismo, se clasifica en transeccional, ya que la información se recolecta y analiza en un único momento temporal, sin recurrir a mediciones en distintos periodos de esta manera, se atienden las condiciones vigentes en el proceso de exportación de café boliviano al mercado de Estados Unidos.

1.3 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 Método deductivo

El método deductivo se concibe como "un razonamiento que parte de premisas generales para derivar conclusiones particulares, estableciendo una relación lógica entre lo universal y lo específico" (Hernández et al., 2014, p. 11).

El método deductivo indirecto se basa en silogismos lógicos, entendiendo por silogismo un razonamiento formado por tres proposiciones que confrontan dos términos extremos con un tercero para revelar su vínculo. La premisa mayor enuncia la afirmación general, la premisa menor la particular, y de su confrontación surge la conclusión (Rivero, 2008, p. 40).

A partir de las definiciones de ambos autores la investigación se enmarca en el método deductivo indirecto, dado que el análisis parte de premisas generales establecidas en la normativa boliviana y estadounidense como leyes, reglamentos y disposiciones de organismos competentes y, mediante un razonamiento lógico de tipo silogístico, estas se aplican al caso particular de la exportación, permitiendo establecer conclusiones sobre los requisitos y procedimientos que debe cumplir la empresa SolPru LTDA. para el correcto ingreso de la mercancía a territorio extranjero.

1.3.2 Método inductivo

Este método emplea el razonamiento para obtener conclusiones que, a partir de hechos particulares considerados válidos, generan aplicaciones generales. Comienza con el análisis individual de los hechos y culmina en conclusiones universales planteadas como leyes, principios o bases teóricas (Bernal, 2010, p. 59).

La presente investigación emplea un razonamiento mixto, de tipo deductivo e inductivo. El enfoque deductivo se aplica al partir de conceptos teóricos generales sobre comercio exterior, exportación, logística y normativa internacional, que luego se contextualizan al caso específico de la empresa SolPru LTDA., paralelamente, el enfoque inductivo se refleja en el análisis de la información obtenida a través de entrevistas a expertos y de la interpretación de los datos documentales, a partir de los cuales se establecen conclusiones y propuestas aplicadas. De esta

manera, ambos razonamientos se complementan para garantizar un análisis integral del proceso de exportación de café boliviano hacia el mercado de Estados Unidos.

1.4 OBJETO DE ESTUDIO

Esta investigación tiene como objeto de estudio el proceso de exportación de café boliviano en grano y tostado a Estados Unidos, aplicado a la empresa SolPru LTDA. con el propósito de sistematizar los pasos operativos que le permitan superar las barreras legales, logísticas y comerciales.

1.4.1 Población

"Es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación" (Arias, 2012, p. 81). Asimismo "Se deben especificar los sujetos o elementos que serán analizados y a los que se pretende hacer inferencias a partir de la muestra" (Arias, 2012, p. 82).

En el presente estudio, la población es de carácter finito, ya que está conformada por un conjunto limitado y claramente identificable de actores que intervienen en el proceso de exportación de café boliviano hacia el mercado de Estados Unidos, dentro de esta población, se encuentra la empresa SolPru LTDA. constituye la unidad principal de análisis, dado que sobre ella se aplica la propuesta del Manual de Procedimientos para la Exportación de Café Boliviano al Mercado de Estados Unidos. A su vez, forman parte de la población diversas instituciones públicas y privadas relacionadas con los procesos de habilitación, certificación, control y promoción del comercio exterior, entre ellas el Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones (SENAVEX), Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG), Aduana Nacional de Bolivia, Ministerio de Relaciones Exteriores de Bolivia, Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia (CANEB), Cámara Americana de Comercio de Bolivia (AMCHAM), Cámara Nacional de Industrias (CNI), Cámara Nacional de Comercio (CNC), y organizaciones de cooperación como Swisscontact, que apoyan el fortalecimiento del sector cafetalero boliviano.

1.4.2 Muestra

“Es un subconjunto de un conjunto mayor, universo o población de interés para recolectar datos a fin de responder a un planteamiento de un problema de investigación” (Hernández et al., 2014, p. 567).

1.4.2.1 Muestreo no probabilístico

Según (Arias, 2012, p. 85) “Es un procedimiento de selección en el que se desconoce la probabilidad que tienen los elementos de la población para integrar la muestra”.

En el muestreo intencional u opinático los elementos son escogidos con base en criterios o juicios preestablecidos por el investigador.

La muestra de esta investigación corresponde a una no probabilística dado que su selección no es al azar ni depende de fórmulas estadísticas, sino a criterios establecidos en función de los objetivos del estudio. Se emplea un muestreo intencional u opinático porque los actores fueron escogidos por la relevancia, pertinencia y relación directa con el proceso de exportación de café boliviano hacia Estados Unidos.

La muestra estuvo integrada por la empresa SolPru LTDA., como unidad principal de análisis, y por representantes de instituciones públicas y privadas con participación directa en el proceso exportador, entre ellas la Cámara Nacional de Comercio (CNC), Swisscontact, Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones (SENAVEX), Aduana Nacional de Bolivia, Cámara Americana de Comercio de Bolivia (AMCHAM), y la Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia (CANEB).

Los aportes de estos actores resultaron fundamentales para comprender los requisitos, procedimientos y limitaciones del proceso exportador, así como para sustentar la elaboración del Manual de Procedimientos de Exportación de Café Boliviano al Mercado de Estados Unidos.

1.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

1.5.1 Técnicas de recolección de datos

“Son un procedimiento específico utilizado para recopilar y analizar información dentro de un método de investigación. Las técnicas de investigación pueden incluir encuestas, entrevistas, observación, experimentos, entre otros“ (Medina Romero et al., 2023, p. 13).

En el desarrollo de la investigación se emplea la técnica de revisión documental, con el propósito de recopilar, organizar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes secundarias relacionadas con el comercio exterior y la exportación de café. Las fuentes abarcarán la normativa boliviana y estadounidense en materia de exportaciones, los acuerdos y tratados comerciales, disposiciones reglamentarias, documentos institucionales, informes oficiales, estadísticas de comercio exterior y literatura especializada de forma que el uso de esta documentación permitirá comprender el marco en el que se desarrolla la actividad exportadora y fundamentar la elaboración del manual de procedimientos.

De la misma forma se aplicará la técnica de entrevistas semiestructuradas dirigidas a la empresa SolPru LTDA. y a instituciones públicas y privadas vinculadas al proceso exportador, tales como SENAVEX, SENASAG, la Aduana Nacional de Bolivia, cámaras empresariales, y organismos de cooperación como Swisscontact. La aplicación de esta técnica resulta pertinente, porque permite obtener información de primera mano de los actores involucrados en el proceso de la exportación de café boliviano hacia Estados Unidos, además aporta datos actuales y prácticos que complementan la información documental, brindando una visión integral del proceso.

1.5.2 Instrumentos de recolección de datos

Según Arias (2012, p. 68) “un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato en papel o digital, que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información”. Los instrumentos seleccionados se establecen en función de las técnicas definidas para esta investigación, de manera que cada uno responde directamente a la estrategia de recolección de información planteada.

Para la técnica de análisis documental, se utilizará la ficha de análisis de documentos, la cual no está limitada a la recopilación de información, por el contrario, este permite examinar, valorar e interpretar los documentos consultados, de esta forma este instrumento posibilita generar apreciaciones relevantes sobre el tema en específico.

En la técnica de entrevistas semiestructuradas se elaborará una guía de entrevista como instrumento que permitirá la combinación de preguntas previamente definidas con la posibilidad de incorporar preguntas adicionales según las respuestas de los entrevistados, lo que otorga flexibilidad a la entrevista sin perder su estructura base. La guía será diseñada en función de los objetivos de la investigación, de los actores participantes como la empresa SolPru LTDA., SENAVEX, SENASAG, Aduana Nacional, cámaras empresariales, y organismos de cooperación como Swisscontact y de la información específica que se requiera obtener de cada uno de ellos y a su función y rol establecido.

2 DESARROLLO DEL MARCO PRÁCTICO

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

2.1.1 Identificación de la misión, visión y de la empresa SolPru LTDA.

La empresa SolPru LTDA. tiene establecida su misión y visión que pueden estar sujetas a modificaciones o transformaciones, dado que el mundo se encuentra en constante evolución. En base al análisis realizado, se planteó una propuesta que se puede ver reflejada en el Cuadro 14 que reformula ambos enunciados de manera que se pueda orientar hacia mercados internacionales. Esta propuesta de reducción y reformulación es importante porque dentro de una organización la misión y visión no deben entenderse únicamente como frases decorativas o formales porque tanto la misión como la visión proporcionan dirección, sentido y cohesión lo que permite a la empresa alinear sus estrategias, decisiones y recursos hacia objetivos comunes, además para los trabajadores es un marco de referencia que les permite entender el propósito de su labor, sentirse parte de un proyecto con significado y comprometerse con metas compartidas. Esto fortalece la motivación, el sentido de pertenencia y la productividad, ya que cada colaborador comprende cómo su trabajo contribuye al logro de un objetivo mayor.

Cuadro 14: Propuesta de reorientación de la misión y visión de la empresa SolPru LTDA.

ELEMENTO	VERSIÓN ACTUAL	PROPUESTA ORIENTADA A LA EXPORTACIÓN
Misión	Elaborar y distribuir alimentos de calidad que nutran y satisfagan a nuestros consumidores, integrando inocuidad, sostenibilidad y valor agregado a la producción nacional, desde la agricultura local a la mesa de cada boliviano y boliviana. En SOLPRU LTDA impulsamos el desarrollo de productos alimenticios bolivianos con compromiso social, ambiental, eficiencia y respeto por nuestras raíces.	Elaboramos y comercializamos alimentos de calidad con identidad boliviana en el mercado nacional e internacional. Nos encargamos de impulsar la producción responsable, apoyando el desarrollo rural, la sostenibilidad y el compromiso con el comercio justo y el medio ambiente.
Visión	Liderar el mercado nacional y posicionarnos en mercados internacionales como empresa exportadora de alimentos con identidad boliviana, promoviendo el comercio justo, la innovación y el crecimiento sostenible del sector agroalimentario.	Consolidarnos como referentes en la producción y exportación de alimentos bolivianos con valor agregado, destacando por nuestra eficiencia, compromiso social y aporte sostenible al desarrollo del país.

Fuente: Elaboración propia en base a información de SOLPRU LTDA, 2025.

2.1.2 Desarrollo de un análisis FODA

El análisis FODA que se observa en el Cuadro 15 se elaboró con el propósito de identificar las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que influyen en la exportación de café de la empresa SolPru LTDA., para su desarrollo, se tomó como base de información la revisión documental, entrevistas realizadas al gerente general de la empresa SolPru LTDA, así como a expertos del sector exportador, apoyándose en los datos proporcionados por la Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia (CANEB), a través de su gerente técnico y gerente general. De esta manera, se procuró dar un enfoque orientado al sector exportador y a los factores que intervienen en el proceso de exportación del café boliviano de altura.

Para la elaboración del análisis FODA, la información recolectada fue clasificada en cuatro categorías fundamentales como ser fortalezas y debilidades, correspondientes al entorno interno de la empresa, y oportunidades y amenazas, relacionadas con el entorno externo. Esta clasificación permitió organizar de manera clara los 4 factores importantes que permiten hacer el cruce correspondiente.

Cuadro 15: Análisis FODA

FACTORES INTERNOS / FACTORES EXTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1. Empresa legalmente constituida y con documentación formal completa. 2. Almacén propio para almacenamiento y conservación de café. 3. Relaciones directas con productores nacionales de café en Caranavi, garantizando trazabilidad y calidad. 4. Experiencia en la comercialización de café en el mercado nacional. 5. Presencia en cafeterías nacionales, supermercados, y duty free. 6. Presencia digital mediante sitio web propio. 7. Flexibilidad en presentaciones de café. 8. Producto de alta calidad con 85 puntos de catación, considerado café de especialidad. 9. Infraestructura productiva propia con áreas de molienda y envasado. 10. Abastecimiento desde Caranavi, reconocida zona cafetalera de Bolivia.	1. Escaso conocimiento de las normativas y procedimientos del comercio exterior en Bolivia. 2. No dispone de un catálogo de exportación. 3. No se evidencia una diversificación de mercados 4. Limitado conocimiento sobre los requisitos y regulaciones aplicables en mercados internacionales. 5. Ausencia de un plan de marketing internacional. 6. Aún no dispone de certificaciones internacionales reconocidas. 7. Limitada gestión de redes sociales y plataformas digitales 8. Ausencia de alianzas logísticas o comerciales consolidadas con operadores internacionales. 9. Inexperiencia en logística internacional. 10. Falta de participación en ferias y ruedas de negocios internacionales.
OPORTUNIDADES	**ESTRATEGIAS FO**	**ESTRATEGIAS DO**
1. Precios del café boliviano suben hasta un 400%. 2. Condiciones climáticas adversas afectaron la producción de café en Brasil 3. El café es una de las bebidas más consumidas en todo el mundo y uno de los productos básicos más comercializados 4. Incremento del interés por el café de altura. 5. Ferias internacionales de alimentos y bebidas. 6. Interés global por productos de origen sostenible. 7. Bolivia se encuentra dentro del cinturón del café.	1. Aprovechar la calidad del café y su origen de Caranavi para posicionarse en nichos de cafés de especialidad en Estados Unidos. (F8 , O2, O10) 2. Expandir ventas internacionales aprovechando la creciente demanda de cafés sostenibles y la reputación del café de altura boliviano. (F10, O2, O3, O4, O6) 3. Participar en ferias internacionales para promover la marca y ampliar contactos comerciales. (F6, O3, O5) 4. Fortalecer la presencia digital para ingresar al comercio electrónico internacional. (F6, O3)	1. Elaborar un catálogo de exportación orientado a mercados internacionales. (D2,O3) 2. Diversificar mercados internacionales aprovechando el creciente interés por el café de altura. (D3, O3, O4) 3. Fortalecer el conocimiento sobre normativas y certificaciones internacionales mediante capacitaciones en sostenibilidad. (D4, O6) 4. Potenciar las redes sociales y plataformas digitales para aprovechar el aumento del consumo especializado de café. (D7,O9)

(continúa)

(continuación)

AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
8. Limitado volumen de producción de café en Bolivia 9. Existencia de otras empresas y cooperativas bolivianas que han iniciado procesos de exportación	5. Reforzar la presencia digital para destacar frente a otras cooperativas bolivianas que exportan café. (F6, A9) 6. Utilizar la identidad cultural del café para mejorar la visibilidad internacional de la marca país. (F15, A3)	5. Capacitar al personal en gestión logística internacional para optimizar recursos y minimizar gastos de transporte. (D9, A5)

Fuente: Elaboración propia en base a revisión documental y entrevistas, 2025.

2.1.3 Desarrollo del análisis PESTEL

El análisis de factores PESTEL desarrollado en el Cuadro 16 se enfoca en el país de origen Bolivia y el país de destino Estados Unidos de forma que se puedan evaluar y determinar los factores implicados con el enfoque de la exportación de café, para el desarrollo del mismo se realizó una revisión documental, y entrevista al gerente general.

Cuadro 16: Análisis PESTEL

P POLÍTICO	E ECONÓMICO	S SOCIAL
1. Inestabilidad política Cambio de Gobierno en Bolivia que afecta a las políticas comerciales. **2. Políticas comerciales de Estados Unidos** Nuevos aranceles impuestos por Donald Trump. **3. Relaciones bilaterales Bolivia–EE. UU** Bolivia no tiene un acuerdo o tratado con Estados Unidos. **4. Política interna de apoyo al sector cafetalero** Bolivia no cuenta con una política pública sostenida que respalde al sector cafetalero.	**1. Balanza Comercial Bolivia-Estados Unidos.** Bolivia presenta un saldo comercial negativo en la gestión 2024 y 2025p **2. Precio internacional del café** El precio del café fluctúa constantemente. **3. Costos de certificación internacional** Alta inversión para la obtención de certificados internacionales. **4. Costos logísticos y de transporte** El incremento en los precios del combustible **5. Crecimiento Económico** La economía de Bolivia se contrae 2,4% en el primer semestre de 2025 La economía de Estados Unidos creció un 0,9% en el segundo trimestre de 2025.	**1. Preferencia por productos sostenibles em Estados Unidos** Los consumidores prefieren productos con certificaciones y prácticas de comercio justo. **2. Valor del origen y trazabilidad** El consumidor desea conocer la historia, zona y productores. **3. Reconocimiento de cafés latinoamericanos** Los cafés de la región andina son apreciados por su sabor y autenticidad. **4. Uso de redes sociales** Las plataformas digitales influyen en la promoción. **5. Cultura laboral en Estados Unidos** Cultura basada en productividad, y un estilo de vida acelerado

(continúa)

(continuación)

T TECNOLÓGICO	E ECOLÓGICO	L LEGAL
1. Avances en trazabilidad del producto Las nuevas tecnologías permiten registrar el origen, proceso y transporte con precisión. **2. Innovación en empaques sostenibles** El desarrollo de materiales biodegradables refuerza la imagen ecológica **3. Expansión del comercio electrónico** Las ventas por medios digitales facilitan el acceso directo a consumidores internacionales **4. Software de gestión empresarial** Apoya la administración eficiente de inventarios, ventas y exportaciones. **5. Uso de inteligencia artificial en marketing** La IA permite segmentar mercados y personalizar estrategias de promoción	**1. Cambio climático** Las variaciones de temperatura y lluvias afectan la productividad y calidad del café en zonas como Caranavi. **2. Prácticas sostenibles** El mercado internacional valora cafés producidos con métodos ecológicos y responsables. **3. Certificaciones ambientales** Sellos como Rainforest Alliance u Orgánico USDA mejoran la aceptación del producto en EE. UU. **4. Escasez de recursos hídricos** La disponibilidad limitada de agua amenaza la sostenibilidad del cultivo en zonas productoras. **5. Regulaciones ambientales más estrictas** Cumplir con regulaciones ecológicas se ha convertido en un requisito clave para mantener la competitividad internacional.	**1. Acuerdos o programas preferenciales vigentes** Bolivia no cuenta con el SGP ni con un tratado comercial con EE. UU. **2. Normas de etiquetado y rotulado.** Para el ingreso a Estados Unidos se debe cumplir con el etiquetado requerido **3. Certificaciones bolivianas obligatorias** Existe certificados establecidos en la norma que se deben adquirir para exportar. **4. Regulaciones para exportar alimentos a Estados Unidos** Los alimentos a ser exportados deben cumplir con todo lo que exige el país para el ingreso de la mercancía **5. Cambios en políticas aduaneras o arancelarias** Las modificaciones legales pueden afectar el acceso al mercado.

Fuente: Elaboración propia en base a revisión documental y entrevistas, 2025.

2.1.4 Determinación de la documentación actual de la empresa

La empresa SolPru LTDA. es una empresa legalmente constituida desde el año 2018 por lo cual a la fecha tiene los documentos correspondientes y actualizados que se detallan en el Cuadro 17 y se lo puede observar en el Anexo 2.

Cuadro 17: Documentos de la empresa SolPru LTDA

NOMBRE
Testimonio de Constitución de la Empresa
Matrícula de Comercio
Número de Identificación Tributaria
Licencia de Funcionamiento
Certificado de Registro Sanitario
Certificado de Registro Fitosanitario

Fuente: Elaboración propia en base a la información de la empresa SolPru LTDA. Anexo 2.

Es importante determinar cuáles son los documentos actuales que la empresa tiene dado que para habilitar a la empresa como exportadora se requieren varios documentos que emiten otras instituciones públicas por lo cual el proceso depende de varios documentos e instituciones y se debe completar aquellos que no se tenga para agilizar el proceso.

2.2 IDENTIFICACIÓN DE LOS REQUISITOS NECESARIOS PARA EXPORTAR A ESTADOS UNIDOS

2.2.1 Organización de los documentos y requisitos para constituir una empresa exportadora

La exportación permite que una empresa pueda ampliar su mercado y diversificar el riesgo y la dependencia, pero existen varios requisitos que la empresa SolPru LTDA debe cumplir para que pueda exportar. Se puede considerar como primera etapa o fase que la empresa boliviana cumpla con todo lo que establece la ley en Bolivia eso implica que la empresa debe gestionar distintas acciones para poder habilitarse como exportadora y tener todo como determina la ley, es decir que se debe cumplir todo desde origen antes de buscar el cumplimiento de los requisitos que determina los Estados Unidos. Existen varias instituciones públicas en Bolivia involucradas en el proceso de exportación ya sea directa o indirectamente es por eso que se debe considerar las responsabilidades y obligaciones que se tiene en cada una de ellas.

2.2.1.1 Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (SEPREC)

Para iniciar un proceso de exportación de café en grano verde y tostado, esta actividad debe estar debidamente contemplada en la Matricula de Comercio en la sección “Objeto o actividad declarada por la sociedad”.

Se realizó una revisión de la Matricula de Comercio de la empresa SolPru LTDA. para verificar que la actividad de exportación se encuentre en el objeto, dado que la empresa si contempló esta actividad tanto en su matrícula de comercio como en su constitución no es necesario realizar la ampliación de la misma.

2.2.1.2 Impuestos Nacionales

Actualmente, la empresa realiza sus ventas exclusivamente a nivel local, por lo que cumple con sus obligaciones tributarias del Impuesto al Valor Agregado conocido como IVA mediante la presentación mensual del Formulario 200. Sin embargo, en el momento en que la empresa decida iniciar con la exportación debe añadir la actividad de Exportación a las actividades registradas en el Padrón Nacional de Contribuyentes del Servicio de Impuestos Nacionales. Una vez cumplido este requisito, la empresa tiene la obligación de presentar Formulario 210, el cual es el instrumento de declaración jurada específico para exportadores y permite el control y la potencial devolución del crédito fiscal vinculado a las ventas al exterior.

La actividad de exportación de café en grano verde y tostado debe figurar dentro de las actividades económicas registradas de la empresa

Figura 17: Clasificador de Actividades Económicas según Impuestos Nacionales de Bolivia

CÓDIGO	ACTIVIDAD ECÓNOMICA
1073413	Comisionistas de Panificados y Confitería en Zona Franca
1074000	Elaboración de macarrones, fideos, alcuzcuz y productos farináceos similares
1074001	Importación para la Elaboración de macarrones, fideos, alcuzcuz y productos farináceos similares
1074002	Elaboración de macarrones, fideos, alcuzcuz y productos farináceos similares para Exportación
1074003	Elaboración de macarrones, fideos, alcuzcuz y productos farináceos similares en Zona Franca
1074005	Elaboración de macarrones, fideos, alcuzcuz y productos farináceos similares - Empresa Pública
1075000	Elaboración de comidas y platos preparados
1075003	Elaboración de comidas y platos preparados en Zona Franca
1079100	Procesamiento y elaboración de productos de café, té e infusiones de hierbas
1079101	Importación para el Procesamiento y elaboración de productos de café, té e infusiones de hierbas
1079102	Procesamiento y elaboración de productos de café, té e infusiones de hierbas para Exportación
1079103	Procesamiento y elaboración de productos de café, té e infusiones de hierbas en Zona Franca
1079105	Procesamiento y elaboración de productos de café, té e infusiones de hierbas - Empresa Pública

Fuente: Servicio de Impuestos Nacionales de Bolivia (SIN). Captura del 11/10/2025.

Para cumplir con la normativa del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) en Bolivia y poder iniciar la exportación de café, la empresa debe añadir a su registro la actividad con el código 1079102: Procesamiento y elaboración de productos de café, té e infusiones de hierbas para Exportación, como se observa en la Figura 17. Este código, que forma parte del Clasificador de Actividades Económicas (CAEB) del Servicio de Impuestos Nacionales.

Es un código que identifica de manera precisa la operación de producción destinada al mercado exterior. Al incluirlo, la empresa formaliza su condición de exportador, lo que le permite utilizar el Formulario 210 para la declaración consolidada de sus ventas y gestionar la recuperación del Crédito Fiscal asociado a sus compras de insumos para la exportación.

2.2.1.3 Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones (SENAVEX)

La primera institución para la habilitación de la empresa como exportadora es el Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones el cual es la autoridad competente para emitir el certificado de Registro Único de Exportadores (RUEX). En el Cuadro 18 se detalla los requisitos que la empresa necesita para registrarse como exportadora y poder adquirir el certificado de Registro Único de Exportadores conocido como RUEX.

Cuadro 18: Documentos requeridos por el Servicio de Verificación de Exportaciones (SENAVEX)

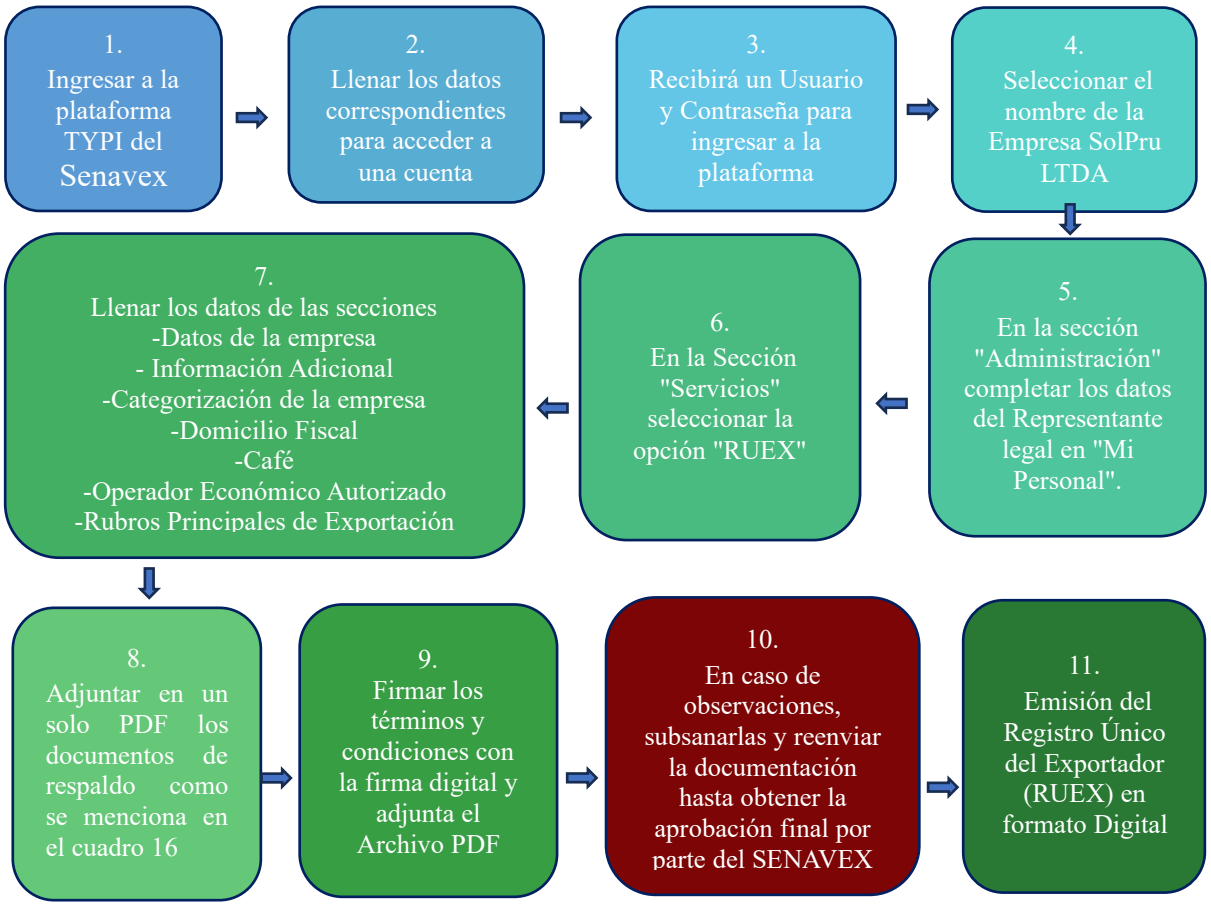
ENTIDAD EMISORA	REQUISITOS
Dirección del Notariado Plurinacional (DIRNOPLU)	Testimonio de Constitución de Sociedad de Responsabilidad Limitada
	Testimonio del Representante legal
Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (SEPREC)	Matricula de Comercio
Impuestos Nacionales	Registro Nacional de Contribuyentes
Servicio General de Identificación Personal (SEGIP)	Cédula de identidad del representante legal
Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia (ADSIB)	Firma Digital

Fuente: Elaboración propia en base al Procedimiento Registro Único de Exportadores versión N 8.

Para iniciar con el Registro Único de Exportadores, el representante legal de la empresa SolPru LTDA. debe tener los documentos originales que se detallan en el Cuadro 18.

El procedimiento para obtener el Registro Único del Exportador (RUEX) se detalla en la Figura 18, donde se describe de manera secuencial los pasos necesarios para gestionar dicho registro a través de la plataforma digital del SENAVEX conocida como Sistema TYPI. Este trámite requiere el llenado de la información empresarial, la categorización de la empresa, el registro del representante legal y la validación de los documentos de respaldo exigidos por la entidad.

Figura 18: Proceso de la obtención del Registro Único de Exportadores



Fuente: Elaboración propia en base al Procedimiento Registro Único de Exportadores versión N 8.

El Registro Único del Exportador (RUEX) es un trámite que se realiza íntegramente en línea a través del sistema digital del SENAVEX conocido como plataforma TYPI. Para su correcta gestión, la empresa debe contar previamente con toda la información legal y administrativa actualizada, verificando cuidadosamente los datos que se ingresan en cada sección del formulario electrónico. En caso de que, durante la revisión por parte de la entidad, se identifiquen inconsistencias u omisiones, el sistema emite observaciones específicas que permiten a la empresa identificar el campo o la información que requiere corrección. Todo el procedimiento se desarrolla de manera virtual, lo que facilita la subsanación de observaciones y el seguimiento del trámite hasta su aprobación final.

2.2.1.4 Aduana Nacional de Bolivia

Es importante destacar que el RUEX representa el punto de partida esencial en el proceso de formalización exportadora, pues acredita a la empresa ante el SENAVEX como actor autorizado para participar en operaciones de comercio exterior. Una vez obtenido este registro, el siguiente paso corresponde a la habilitación ante la Aduana Nacional como Operador de Comercio Exterior, requisito indispensable para iniciar las exportaciones conforme a la normativa vigente.

Cuadro 19: Requisitos para el registro de exportador habitual

INSTITUCIÓN EMISORA	DOCUMENTO
Impuestos Nacionales	Certificado de registro en el Padrón del SIN.
Servicio General de Identificación Personal (SEGIP)	Cédula de Identidad de titular o del representante legal.
Dirección del Notariado Plurinacional (DIRNOPLU)	Testimonio Poder del representante legal
Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (SEPREC)	Matrícula de Comercio
Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones (SENAVEX)	Registro Único de Exportadores (RUEX).

Fuente: Elaboración propia en base a visita a la Aduana Nacional 12/09/2025

2.2.2 Determinación de la documentación de exportación

La documentación que se presenta a continuación corresponde al conjunto de requisitos exigidos para la exportación de café boliviano, cuya naturaleza y tratamiento varían según el estado del producto, es fundamental distinguir entre la exportación de café en grano verde y la de café tostado, dado que cada uno requiere certificados distintos emitidos por el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG).

2.2.2.1 Documentación de exportación para café en grano verde

El café verde, al ser un producto vegetal no procesado, está sujeto a control fitosanitario, orientado a garantizar que el grano se encuentre libre de plagas, hongos o contaminantes que pudieran afectar los cultivos del país importador.

Debido a que se exporta sin tostar ni someter a procesos térmicos, los granos pueden conservar residuos biológicos, insectos o microorganismos por ello deben ser inspeccionados y certificados

por el SENASAG antes de su salida del país, asegurando así el cumplimiento de las normas internacionales establecidas por el USDA–APHIS y protegiendo la sanidad vegetal en el comercio exterior.

Cuadro 20: Documentación y entidades emisoras necesarias para exportar café verde

NOMBRE	EMISOR
Factura Comercial de Exportación	Empresa SolPru LTDA
Lista de empaque	
Registro Único de Exportadores (RUEX). Certificado de origen de Café ICO	Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones (SENAVEX)
Certificado Fitosanitario	Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG)
Declaración de Mercancías de Exportación (DEX)	Aduana Nacional de Bolivia
Manifiesto Internacional de Carga/ Declaración de Transito Aduanero MIC/DTA	Transportista Internacional
Certificado de Recepción de Tránsito (CRT)	Aduana Nacional de Bolivia
Conocimiento de embarque marítimo (Bill of Lading)	Naviera/ Agente Naviero

Fuente: Elaboración propia con base en Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural (MDPyEP, 2017).

2.2.2.2 Documentación de exportación para café tostado

El café tostado en grano, al haber sido sometido a un proceso térmico de transformación, se considera un producto alimenticio procesado, por lo que está bajo el control de la Unidad de Inocuidad Alimentaria del SENASAG. En este caso, la institución emite el Certificado de Inocuidad Alimentaria, que acredita que el producto cumple con las condiciones sanitarias necesarias para su consumo y exportación.

Cuadro 21: Documentación y entidades emisoras necesarias para exportar café tostado

NOMBRE	EMISOR
Factura Comercial de Exportación	Empresa SolPru LTDA
Lista de empaque	
Certificado de origen de Café ICO	Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones (SENAVEX)
Certificado de Inocuidad Alimentaria	Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG)
Declaración de Mercancías de Exportación (DEX)	Aduana Nacional de Bolivia
Manifiesto Internacional de Carga/ Declaración de Transito Aduanero MIC/DTA	Transportista Internacional
Certificado de Recepción de Tránsito (CRT)	Aduana Nacional de Bolivia
Conocimiento de embarque marítimo (Bill of Lading)	Naviera/ Agente Naviero

Fuente: Elaboración propia con base en Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural (MDPyEP, 2017).

2.2.3 Realización de la clasificación arancelaria

La clasificación arancelaria de las mercancías a nivel mundial se rige por el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías conocido como SA, el cual utiliza una estructura uniforme de seis dígitos para identificar los productos de manera estandarizada en el comercio internacional.

Cuadro 22: Código arancelario del café verde según el Sistema Armonizado (SA)

NIVEL	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
Capítulo	09	Café, Té, Yerba Mate y Especias
Partida	09.01	Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción.
Subpartida	09.01.11	Sin descafeinar

Fuente: Elaboración propia en base al arancel aduanero de importaciones de Bolivia y hts.usitc.gov, 2025.

Cuadro 23: Código arancelario del café tostado según el Sistema Armonizado (SA)

NIVEL	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
Capítulo	09	Café, Té, Yerba Mate y Especias
Partida	09.01	Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción.
Subpartida	09.01.21	Sin descafeinar

Fuente: Elaboración propia en base al arancel aduanero de importaciones de Bolivia y hts.usitc.gov, 2025.

Para la clasificación arancelaria del café verde como el de café tostado en Bolivia se puede hacer la revisión en el Arancel Aduanero de Importaciones y en Estados Unidos en Harmonized Tariff Schedule of the United States, en ambos la codificación del café mantiene la misma estructura a nivel de seis dígitos.

En este sentido, el café verde o sin tostar se clasifica bajo el código 09.01.11, mientras que el café tostado se identifica con el código 09.01.21. Si bien cada país puede ampliar la clasificación agregando más dígitos para un mayor nivel de detalle estadístico o fiscal, a nivel internacional la identificación a seis dígitos es común y suficiente para asegurar el reconocimiento y la equivalencia arancelaria del producto en cualquier mercado.

2.2.4 Identificación de los requerimientos legales del país de destino

2.2.4.1 Título 21 del Código de los Estados Unidos, § 350d - Registro de establecimientos de alimentos

En el Título 21 del Código de los Estados Unidos referente a Alimentos y Medicamentos, sección 350d, se establece que toda instalación que fabrique procese, empaque o almacene alimentos destinados al consumo en Estados Unidos debe registrarse ante la Food and Drug Administration (FDA). El inciso (a) establece la obligación de efectuar dicho registro por vía electrónica y renovarlo cada dos años, y que el inciso (c) define el término facility como cualquier planta o local donde se manipulen o almacenen alimentos.

En la exportación de café boliviano, esta disposición implica que la empresa SolPru LTDA. debe registrar ante la FDA la planta donde se empaca o almacena el producto, como condición previa para que el café pueda ingresar legalmente al mercado norteamericano. Este requisito garantiza la trazabilidad y el cumplimiento de las normas de inocuidad alimentaria exigidas. El respaldo normativo de esta disposición se encuentra en el Anexo 6 correspondiente al texto íntegro del 21 U.S.C. § 350d.

En cuanto al procedimiento de registro, este se realiza de manera electrónica a través del portal oficial de la Food and Drug Administration (FDA) www.access.fda.gov, mediante el sistema Online Account Administration. En primer lugar, se debe crear una cuenta de usuario institucional en el sistema OAA con el fin de acceder a los FDA Industry Systems, plataforma donde se gestionan los registros, listados y notificaciones oficiales ante la FDA. Posteriormente, dentro de esta plataforma, se selecciona el módulo “Food Facility Registration”, en el cual se registran los datos de la planta, las actividades que realiza y la información del representante o U.S. Agent en Estados Unidos. Una vez completado el formulario, la FDA asigna un número de registro conocido como Registration Number que acredita la inscripción de la instalación alimentaria y debe renovarse cada dos años, conforme a lo establecido en la Food Safety Modernization Act (FSMA).

Asimismo, conforme al Code of Federal Regulations, 21 CFR § 1.232, la FDA exige que cada instalación registrada proporcione un identificador único de establecimiento conocido como Unique Facility Identifier UFI como parte del proceso de registro. El identificador reconocido

oficialmente por la FDA es el número DUNS (Data Universal Numbering System), emitido por Dun & Bradstreet, una agencia internacional de información comercial y crediticia la cual permite verificar la existencia y localización de la planta exportadora, por lo cual la empresa SolPru LTDA. debe registra su planta de café tostado o molido, y también deberá gestionar este número como requisito complementario al registro FDA.

2.2.4.2 Título 21 del Código de los Estados Unidos, § 384a - Programa de verificación de proveedores extranjeros

En la sección 384a del Título 21 del Código de los Estados Unidos se establece el Programa de Verificación de Proveedores Extranjeros (FSVP), mediante el cual todo importador estadounidense de alimentos tiene la obligación de verificar que los productos adquiridos en el extranjero cumplan con las normas de inocuidad alimentaria exigidas por la Food and Drug Administration (FDA). Esta disposición exige que los alimentos importados sean producidos bajo estándares equivalentes a los que se tiene en Estados Unidos si bien esta responsabilidad recae directamente sobre el importador, la empresa SolPru LTDA., como exportadora boliviana de café verde y tostado, se ve indirectamente involucrada, ya que su comprador estadounidense deberá demostrar ante la FDA que su proveedor extranjero cumple con prácticas seguras de manipulación, procesamiento y almacenamiento. Por tanto, SolPru LTDA. debe garantizar y documentar el cumplimiento de los requisitos sanitarios y fitosanitarios establecidos por el SENASAG y otras autoridades nacionales, a fin de facilitar que su cliente en Estados Unidos cumpla con el programa FSVP y asegurar la continuidad de sus operaciones comerciales en el mercado. El respaldo normativo de esta disposición se encuentra en el Anexo 7 correspondiente al texto íntegro del 21 U.S.C. § 384a.

El Programa de Verificación de Proveedores Extranjeros (FSVP) es un plan que debe ser elaborado por el importador estadounidense, ya que su formulación y cumplimiento son de su exclusiva responsabilidad. En este proceso, la empresa SolPru LTDA. colabora proporcionando la información, documentación y evidencias requeridas por el importador, sin embargo, es la parte compradora quien tiene la obligación legal de desarrollar y mantener dicho plan, no el exportador.

2.2.4.3 Título 15 del Código de los Estados Unidos § 1453 - Requisitos de etiquetado

La sección 1453 que forma parte del Código de los Estados Unidos conocido como U.S.C. que se puede ver en el Anexo 8 establece los requisitos técnicos obligatorios que el etiquetado de un producto envasado que se comercializa en Estados Unidos debe cumplir, determinando de manera precisa la forma, la ubicación y el contenido de la información que debe figurar en la etiqueta. Esta disposición exige que el producto sea claramente identificado, que se consigne el nombre y la ubicación del fabricante, envasador o distribuidor, y que se declare de manera visible, legible y exacta la cantidad neta del contenido en el panel principal del envase, siguiendo reglas específicas sobre unidades de medida, tipografía y presentación. Su importancia radica en que constituye la base normativa que garantiza una información comercial transparente y no engañosa para el consumidor, siendo además un requisito indispensable para evitar sanciones por prácticas de etiquetado injustas o engañosas conforme al Título 15 del Código de los Estados Unidos § 1452 que establece la prohibición de comercializar en Estados Unidos productos de consumo con envasado o etiquetado no esté conforme con lo que establece la normativa. Esta disposición considera ilegal la distribución de un producto no solo cuando su etiqueta es falsa o engañosa, sino también cuando incumple los requisitos técnicos y formales establecidos por las leyes por lo que cualquier omisión convierte al producto en no apto para su comercialización, constituyéndose el § 1452 en la base legal sancionatoria del régimen de etiquetado en los Estados Unidos.

El etiquetado es muy importante en Estados Unidos dado que todo lo establecido anteriormente se complementa con el Título 21 del Código de los Estados Unidos § 343, esta sección forma parte del Código de los Estados Unidos (U.S.C.) y establece los supuestos bajo los cuales un alimento se considera mal rotulado o “misbranded” ante la Food and Drug Administration (FDA). Su propósito es proteger al consumidor garantizando que la información presentada en la etiqueta de los productos alimenticios sea veraz, completa y visible, evitando cualquier tipo de engaño o confusión sobre el origen, composición, cantidad o naturaleza del producto, dentro de esta disposición se identifican diversos alimentos que se pueden importar a Estados Unidos por lo cual se tomaron únicamente aquellos que guardan relación con el café verde y tostado, por tratarse de productos agrícolas destinados al consumo humano. En este sentido, los incisos (a), (b), (c), (d), (e) y (f) resultan pertinentes, ya que regulan aspectos como la veracidad del etiquetado, la correcta

denominación del alimento, la presentación del envase y la obligatoriedad de incluir información clara, legible y en idioma inglés sobre el nombre del producto, país de origen, fabricante y peso neto. La base legal se encuentra en el Anexo 9 donde se visualiza las secciones mencionadas en el 21 U.S.C. §343.

Dada esta sección dentro del U.S.C. la exportación de café debe cumplir con el etiquetado que Estados Unidos requiere para el ingreso de productos alimenticios, las especificaciones se encuentran en el Código de Regulaciones Federales conocido como CFR 21 §101 que se puede ver en el Anexo 10 donde están las secciones relevantes del código de regulaciones federales para el café, que posteriormente será interpretado.

2.2.4.4 Título 19 del Código de los Estados Unidos § 1481- Factura Contenido

La sección 1481 del Código de los Estados Unidos (U.S.C.) constituye el fundamento legal que define el contenido que debe incluir toda factura comercial destinada a la importación, exigiendo datos esenciales como el puerto de entrada, las partes de la transacción, la descripción y cantidad del producto, su valor, la moneda y los cargos adicionales correspondientes. Esta disposición, cuyo respaldo se encuentra en el Anexo 12, es obligatoria para toda operación comercial con destino a los Estados Unidos y busca garantizar la exactitud y trazabilidad de la información aduanera. A su vez, el Título 19 del Code of Federal Regulations, 19 CFR § 141.86 que se puede ver en el Anexo 13 complementa y esta norma al precisar cómo deben presentarse dichos datos como ser el idioma requerido, la forma documental y el nivel de detalle en la descripción del producto, asegurando la uniformidad en el cumplimiento aduanero. Ambas regulaciones en conjunto fortalecen la transparencia y fiabilidad del proceso de exportación, permitiendo la correcta valoración y admisibilidad de productos como el café boliviano en el mercado de Estados Unidos.

Para que el proceso de exportación se lleve a cabo adecuadamente, es necesario cumplir con todos los requisitos establecidos por el país importador. En este sentido, no basta con considerar únicamente las disposiciones legales del país de origen, sino también las normativas del país de destino. La omisión de alguno de estos requisitos podría impedir o retrasar la exportación; por ello, resulta fundamental cumplir con todos los requerimientos mencionados anteriormente.

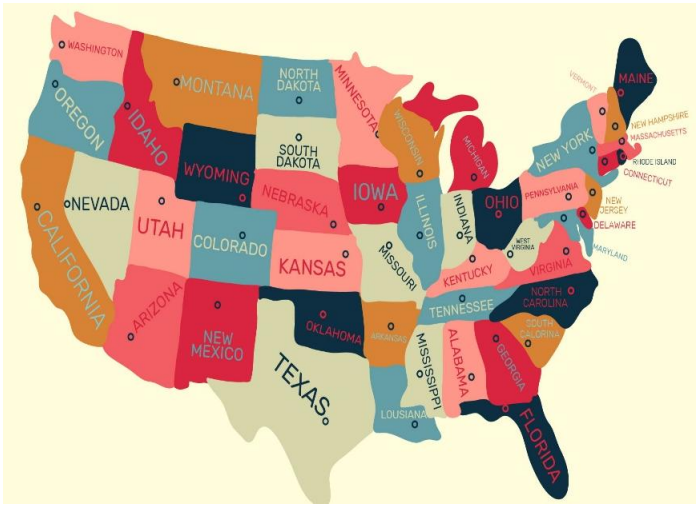
2.3 SELECCIÓN DE POSIBLES CLIENTES EN ESTADOS UNIDOS CON HERRAMIENTAS DIGITALES

2.3.1 Investigación de la situación actual del mercado de Estados Unidos

2.3.1.1 Descripción del país de destino

Para analizar el comportamiento de las importaciones de café, es importante comprender el entorno económico general de Estados Unidos, uno de los mayores consumidores de café a nivel mundial.

Figura 19: Descripción general de Estados Unidos

ESTADOS UNIDOS	
Nombre oficial: The United States of America, o USA en siglas Estados Unidos de América, de manera abreviada, Estados Unidos, EUA o EE. UU. Estados Unidos es un país soberano constituido en una república federal constitucional compuesta por cincuenta estados y un distrito federal. **Bandera:** Compuesta por 13 franjas de color rojo y blanco y 50 estrellas blancas sobre fondo azul. Las 13 franjas alternas rojas y blancas de la bandera representan las 13 colonias originales. Sus 50 estrellas blancas de 5 picos sobre un campo azul representan los 50 estados.	
Capital: Washington, D.C.	
Superficie: 9.525.067 km²	
Moneda: Dólar estadounidense (USD)	
Población total: 342.732.553 (2025)	
PIB 2024: (miles de millones de USD): 29.184,90	
PIB per cápita: USD 85.812	

Fuente: Elaboración propia en base a la enciclopedia británica, 2025.

Como se observa en la Figura 19, Estados Unidos representa un mercado económicamente sólido, con una población superior a los 342 millones de habitantes y un producto interno bruto (PIB) que supera los 29 billones de dólares en 2024, lo que lo posiciona como la mayor economía del mundo. Su elevado PIB per cápita, estimado en 85.812 dólares, refleja un alto poder adquisitivo, lo que

crea oportunidades para productos con atributos diferenciados como el café de altura y de origen orgánico. Además, su tamaño territorial, su estructura federal y su capacidad logística consolidan a Estados Unidos como un destino clave para la comercialización de productos agrícolas de calidad.

2.3.1.2 Análisis del mercado de café en Estados Unidos

Se hará uso TradeMap, una plataforma desarrollada por el Centro de Comercio Internacional (ITC), que permite observar la situación actual del mercado de Estados Unidos, identificando cuánto está importando y de qué países, así como las tendencias de crecimiento o variación en los últimos años. Además, la plataforma permite realizar comparaciones con otros países y productos. En este caso, se empleará TradeMap para analizar específicamente las importaciones de café hacia Estados Unidos, sin embargo, la herramienta no se limita a este país, ya que también permite examinar el comercio exterior de diversas naciones y sectores productivos a nivel mundial.

Tabla 4: Evolución de las importaciones de café verde de Estados Unidos, 2020–2024

Año	Cantidad (Toneladas)	Variación de la Cantidad (%)	Valor en miles USD	Variación de Valor (%)	Precio promedio por tonelada (USD/t)
2020	1.332.605,00	-	4.210,14	-	3.159,33
2021	1.376.908,00	3%	4.944,88	17%	3.591,29
2022	1.421.759,00	3%	7.371,39	49%	5.184,70
2023	1.198.870,00	-16%	5.673,08	-23%	4.732,02
2024	1.270.027,00	6%	6.319,86	11%	4.976,16

Fuente: Elaboración propia con base en datos de International Trade Centre (ITC) – Trade Map. Recuperado de https://www.trademap.org/, consulta: octubre de 2025.

Como se ve en la Tabla 4 entre 2020 y 2024, el precio promedio del café verde importado por Estados Unidos experimentó una tendencia claramente ascendente, marcada por una fuerte desconexión entre las variaciones de volumen y las variaciones de valor, el precio se incrementó con fuerza incluso cuando la cantidad importada permaneció estable o incluso descendió, lo que refleja una revalorización del producto en el mercado internacional.

En 2020, el mercado se mantuvo en niveles normales, con un precio promedio de 3.159 USD por tonelada y 1.332.605 toneladas importadas. Un año después, en 2021, la cantidad aumentó apenas

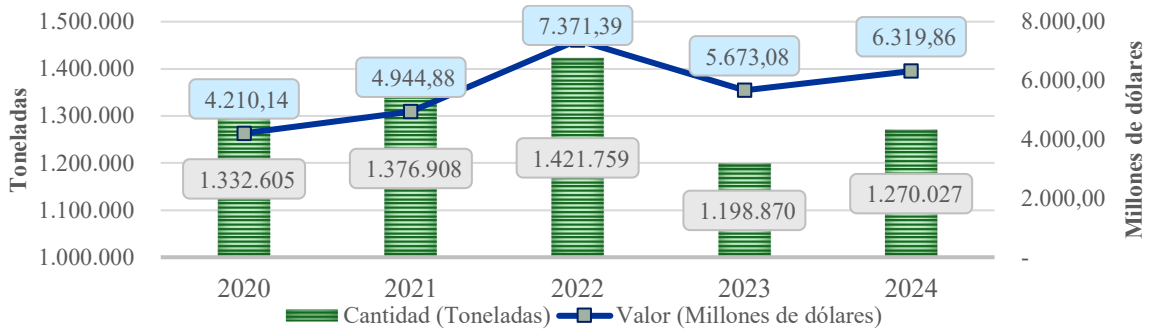
un 3%, pero el valor total creció un 17%, lo que ya anticipaba el inicio de un ciclo alcista impulsado por los mayores costos logísticos y la recuperación del consumo postpandemia, este incremento en los precios se debe a la reducción de la oferta si bien Estados Unidos pudo abastecerse de café el precio fue mayor dado que Brasil, que suele aportar alrededor de un tercio de la producción mundial, sufrió condiciones climáticas extremas, una combinación de sequía prolongada, incendios forestales y una helada histórica en julio dañaron seriamente las plantaciones y se reportaron grandes pérdidas por otro lado otros países latinoamericanos como Colombia, Honduras y Nicaragua que son exportadores de café enfrentaron lluvias torrenciales y huracanes que arrasaron cosechas.

A las bajas cosechas se sumó una crisis logística derivada de la pandemia. Las restricciones sanitarias desequilibraron el flujo de contenedores y provocaron congestión en los puertos, hubo una escasez de contenedores por lo cual transportar un contenedor de 40 pies llegó a costar casi tres veces más que a principios de 2021, estos problemas logísticos encarecieron el café incluso antes de llegar a los tostadores. Los costos de producción también afectaron por la guerra en Ucrania que disparó los precios de fertilizantes y pesticidas, importantes insumos para la caficultura, y para 2023, las importaciones en cantidad cayeron un 16%, sin embargo, el precio promedio se mantuvo elevado en 4.732 USD por tonelada, es decir, muy por encima de los niveles de 2020 y 2021.

En 2023 las importaciones de café verde en Estados Unidos se redujeron principalmente porque la demanda interna fue más débil, debido al encarecimiento del café en los años anteriores, la inflación y las altas tasas de interés, por otro lado, la producción mundial se recuperó tras las sequías y heladas de 2021-2022, especialmente en Brasil y Vietnam, generando una sobreoferta global que redujo los precios internacionales. Además, la normalización de los costos logísticos y del transporte marítimo disminuyó los precios de importación.

Estados Unidos importó menos café en 2024 que en 2020, pero a precios mucho más altos, porque el mercado mundial pasó de una caída de demanda por la pandemia en 2020 a una escasez de oferta causada por las sequías y heladas en Brasil y Vietnam, que encarecieron el grano.

Gráfico 6: Evolución de las importaciones de café verde en Estados Unidos, 2020–2024



Fuente: Elaboración propia con base en datos de International Trade Centre (ITC), Trade Map – Estadísticas de comercio internacional https://www.trademap.org. consulta: octubre de 2025.

El Gráfico 6 muestra la evolución de las importaciones estadounidenses de café verde durante el periodo 2020-2024, representando mediante barras las toneladas importadas y mediante una línea el valor en millones de dólares. Al analizar ambas variables, se observa una tendencia volátil marcada por cambios significativos tanto en peso como en valor, con fluctuaciones particularmente notorias en las cantidades importadas a lo largo del periodo.

Durante el año 2020, las importaciones de café verde en Estados Unidos alcanzaron aproximadamente 1,33 millones de toneladas, con un valor total de 4.210 millones de dólares.

En 2021 se observa un ligero crecimiento en las importaciones, la cantidad importada aumentó un 17%, alcanzando 1,37 millones de toneladas, mientras que el valor creció un 3%, llegando a 4.944 millones de dólares se observa un leve crecimiento en valor frente al incremento en la cantidad.

El año 2022 representa el pico máximo del periodo analizado. Las importaciones de café verde alcanzaron 1,42 millones de toneladas por un valor de 7.371 millones de dólares, lo que significó un incremento del 49% en la cantidad respecto al año anterior.

El año 2023 significó una fuerte contracción de la cantidad que cayó drásticamente a 1.198.870 toneladas, el punto más bajo del período analizado 2020-2024, paralelamente, el valor bajó en con el máximo histórico de 2022, finalizando en 5.673,08 millones de dólares.

Al comparar la gestión 2024 con 2020, se observa que, aunque en 2020 la cantidad exportada fue mayor, el valor generado fue menor. En cambio, en 2024, con una menor cantidad exportada, se

obtuvo un valor significativamente más alto, esto se debe al incremento de los precios internacionales del café, lo que permitió generar mayores ingresos pese a exportar una menor cantidad.

Tabla 5: Evolución de las importaciones de café tostado de Estados Unidos, 2020–2024

Año	Cantidad (Toneladas)	Variación de la Cantidad (%)	Valor en miles USD	Variación de Valor (%)	Precio promedio por tonelada (USD/t)
2020	91.152,000		1.053,779		11.560,679
2021	103.319,000	13%	1.484,533	41%	14.368,441
2022	105.138,000	2%	1.781,259	20%	16.942,105
2023	106.572,000	1%	1.978,549	11%	18.565,374
2024	121.042,000	14%	2.084,239	5%	17.219,139

Fuente: Elaboración propia con base en datos de International Trade Centre (ITC) – Trade Map. Recuperado de https://www.trademap.org/, consulta: octubre de 2025.

En la Tabla 5 se puede ver que entre 2020 y 2024, el precio promedio por tonelada de café tostado importado por Estados Unidos muestra una tendencia general alcista, con un crecimiento notable en los años 2021, 2022, 2023.

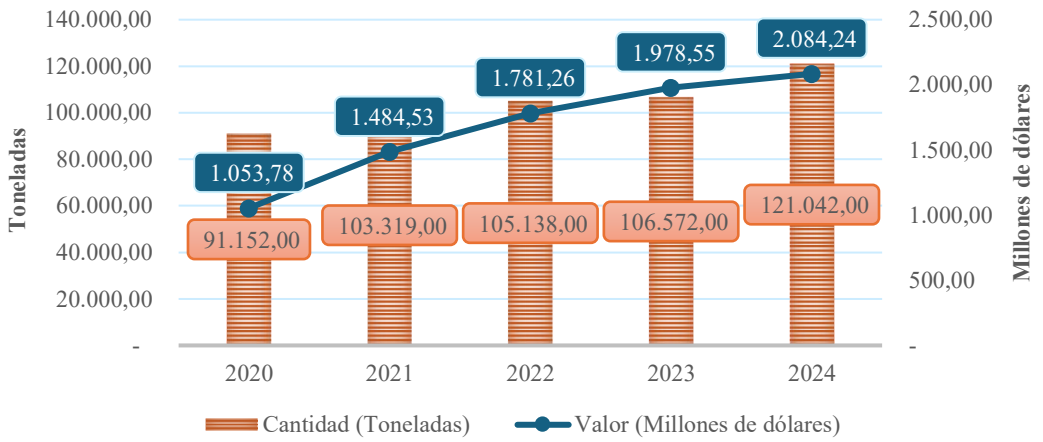
En el año 2021 se observa un incremento del 41% en el valor respecto al 2020 por la pandemia del COVID-19 que tuvo un fuerte impacto en las cadenas de suministro además que se tuvieron que paralizar ciertas actividades para evitar la propagación del virus lo cual causo que el precio subirá porque era más difícil importar café tostado.

Para el 2022 el incremento en el valor fue superior a la cantidad debido a que los principales países de los cuales importa café incrementaron los precios además que Brasil se vio afectada por las heladas de julio de 2021 las cuales dañaron gran parte de la cosecha de 2022 y redujeron la oferta de café a nivel mundial lo que causo el incremento de precios.

En 2023, Estados Unidos experimentó un importante aumento en el valor de sus importaciones de café, impulsado en gran medida por la creciente importación de café tostado proveniente de Suiza con altos precios y aunque Suiza no cultiva ni un solo grano de café, se ha convertido en uno de los principales exportadores mundiales de este producto gracias a su industria de procesamiento.

Para el 2024 el incremento del precio promedio por tonelada en función a la cantidad no presentó un incremento notable como se vio en gestiones pasadas.

Gráfico 7: Evolución de las importaciones de café tostado en Estados Unidos, 2020–2024



Fuente: Elaboración propia con base en datos de International Trade Centre (ITC), Trade Map – Estadísticas de comercio internacional https://www.trademap.org consulta: octubre de 2025.

El Gráfico 7 muestra la evolución de las importaciones de café tostado realizadas por Estados Unidos entre 2020 y 2024, tanto en términos de cantidad como de valor. A lo largo del período, se observa una tendencia clara en el crecimiento sostenido en ambas dimensiones, aunque con una aceleración más marcada en el valor que en la cantidad.

En 2020, el impacto de la pandemia limitó el comercio global y redujo el consumo fuera del hogar, lo que se reflejó en niveles contenidos de importación. A partir de 2021, se inició una recuperación, con un incremento notable tanto en la cantidad de 13% como en valor con un 41%. En 2022, aunque la cantidad creció muy poco, el valor aumentó un 20%, lo cual sugiere una preferencia cada vez mayor por café tostado de alta calidad o con valor agregado.

El año 2023 a pesar de que la cantidad aumentó apenas un 1,4 % respecto al año anterior, el valor importado subió un 11%, esta diferencia se explica en gran medida por el aumento de las importaciones desde Suiza, el principal proveedor de café tostado para EE. UU., a pesar de no ser un país productor. Suiza importa café verde, lo tuesta, procesa y exporta con alto valor, en 2023, las importaciones de café tostado suizo crecieron cerca de un 30% en valor respecto a 2022, lo que

impulsó significativamente el valor total de las importaciones estadounidenses sin que fuera necesario un gran aumento de la cantidad.

Para 2024, se consolida la tendencia ascendente de las importaciones de café tostado en Estados Unidos, con un fuerte aumento en la cantidad de 13,6 % y un alza más moderada en valor de 5,3%. En base a la información de registros de importación individuales de Estados Unidos disponibles en TradeMap se puede concluir que este crecimiento en la cantidad no responde únicamente a una mayor demanda general, sino sobre todo a un incremento significativo en las importaciones provenientes de varios países clave en particular, destacan Alemania, Canadá, Suiza, Italia, Alemania y República Dominicana, este último caso es especialmente notable dado que en 2020 Estados Unidos importó apenas 480 toneladas de café tostado desde República Dominicana pero en 2024 la cifra se multiplicó por más de once, alcanzando 5.459 toneladas. El aumento en la cantidad importada desde múltiples orígenes refleja una diversificación de fuentes de café tostado.

2.3.2 Revisión de acuerdos comerciales con Bolivia

2.3.2.1 Ley de Promoción del Comercio Andino y Erradicación de Drogas (ATPDEA)

Cuadro 24: Ficha de análisis documental de la ley de promoción del comercio andino y erradicación de drogas

Ficha de Análisis Documental
Datos generales del documento
Título del documento: Bolivia perdió el ATPDEA: "Consideraciones importantes sobre el mercado de EE.UU." Institución emisora: Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE) Año de publicación: 2009 Tipo de documento: Nota de prensa Fuente / URL: https://ibce.org.bo/noticias-detalle.php?idNot=184 Fecha de consulta: 25/10/2025
Objetivo o propósito del documento
Informar y analizar las implicaciones económicas de la pérdida del beneficio comercial del Andean Trade Preference Act más conocido como ATPDEA para Bolivia, explicando el potencial del mercado estadounidense y señalando los efectos que trae la suspensión del acuerdo sobre sectores productivos bolivianos. La Ley de Promoción del Comercio Andino y Erradicación de Drogas fue una ampliación del anterior Andean Trade Preference Act (ATPA), promulgado el 4 de diciembre de 1991 por el presidente George H. W. Bush. El ATPA surgió como parte de la Guerra contra las Drogas y buscaba ofrecer alternativas económicas legales a los países andinos mediante la eliminación de aranceles a miles de productos exportados hacia Estados Unidos. Su objetivo principal era reducir la dependencia de cultivos ilícitos y fomentar la diversificación productiva. Tras su vencimiento en 2001, el programa fue renovado y ampliado por el presidente George W. Bush mediante el ATPDEA, incorporando nuevos sectores productivos con mayor valor agregado y generación de empleo, como ser las confecciones textiles, marroquinería, joyería, madera, flores y quinua; estos rubros beneficiaron especialmente a las micro, pequeñas y medianas empresas bolivianas, concentradas en La Paz y El Alto, que generaban miles de empleos directos e indirectos.

(continúa)

(continuación)

Durante la vigencia del ATPDEA, Bolivia exportó más de 440 productos no tradicionales a Estados Unidos, alcanzando en 2008 un valor aproximado de 479 millones de dólares y generando alrededor de 40.000 empleos. Sin embargo, el 15 de diciembre de 2008, el gobierno de Estados Unidos suspendió a Bolivia del beneficio, alegando que había una falta de cooperación en la lucha antidrogas la cual era una de las condiciones establecidas en la ley. Esta decisión fue ratificada el 30 de junio de 2009 por el presidente Barack Obama, dejando sin efecto las preferencias arancelarias que Bolivia tenía. A partir de entonces, los productos bolivianos comenzaron a pagar aranceles, reduciendo su competitividad frente a otros países andinos. Las exportaciones a Estados Unidos cayeron en 23 millones de dólares durante los primeros meses de 2009, afectando principalmente a los sectores textil y de marroquinería, que no estaban cubiertos por el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP). Esto provocó el cierre de talleres, la migración de microempresarios hacia el Perú y la pérdida de miles de fuentes laborales, especialmente en el sector manufacturero urbano.
Relación con la investigación
Este documento es relevante porque permite analizar las relaciones comerciales que Bolivia mantenía con Estados Unidos y entender cómo estas influían en el acceso a su mercado. Además, muestra que cuando existe una buena relación, se genera un flujo comercial mucho más dinámico, lo que facilita oportunidades de exportación y fortalece la inserción de los productos bolivianos en uno de los mercados más importantes del mundo.
Observaciones adicionales
El ATPDEA estaba mayormente orientado a industrias manufactureras de valor agregado. Se perdió debido a que Estados Unidos consideró que Bolivia no estaba cumpliendo con las condiciones de elegibilidad. Actualmente con el cambio de gobierno, Bolivia ha comenzado a reestablecer y fortalecer sus relaciones comerciales y diplomáticas con Estados Unidos, pero este beneficio no está vigente desde la suspensión del 15 de diciembre de 2008, por decisión del gobierno de Estados Unidos.

2.3.2.2 Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)

Cuadro 25: Ficha de análisis documental del Sistema Generalizado de Preferencias

Ficha de Análisis Documental
Datos generales del documento
Título del documento: Oportunidades para Bolivia en relación con el SGP – Estados Unidos Institución emisora: Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones (SENAVEX) Año de publicación: 2020 Tipo de documento: Boletín informativo institucional Fuente / URL: https://senavex.gob.bo/wp-content/uploads/2020/10/OPORTUNIDADES-PARA-BOLIVIA-EN-RELACI%C3%93N-AL-SGP-ESTADOS-UNIDOS.pdf Fecha de consulta: 28/10/2025
Objetivo o propósito del documento
El objetivo central del documento fue promover el desarrollo económico y la diversificación de Bolivia al identificar y detallar las oportunidades de exportación bajo el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) de Estados Unidos
Síntesis del documento
El Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), es un programa unilateral del Gobierno de Estados Unidos que permite el ingreso libre de aranceles a miles de productos provenientes de países en desarrollo, como Bolivia que fue beneficiario del SGP debido a la cantidad y diversidad de productos que podía exportar bajo este régimen, especialmente manufacturas, joyería, madera trabajada, químicos, minerales y algunos productos agrícolas. Se detalla que el SGP estadounidense, creado en 1974, fue renovado de manera periódica hasta que el presidente Donald Trump extendió su vigencia hasta el 31 de diciembre de 2020, fecha en la que expiró sin ser renovado por el Congreso. A pesar de ello, el documento indica que, mientras el SGP estuvo activo, permitía que alrededor

(continúa)

(continuación)

de 3.500 productos bolivianos ingresaran con preferencias arancelarias, haciendo más competitivas las exportaciones bolivianas hacia Estados Unidos.
Relación con la investigación
El documento es pertinente en la presente investigación dado que explica y brinda información acerca del Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias, su importancia para Bolivia además del conjunto de productos que fueron beneficiados, además de evidenciar la relación comercial entre Bolivia y Estados Unidos, al ser un programa unilateral es Estados Unidos quien brinda ayuda a Bolivia con la reducción de los aranceles aplicados generalmente.
Observaciones adicionales El Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias era beneficioso por tener un carácter unilateral y existen varios productos de diferentes rubros como ser el alimenticio que era beneficiado. Los países desarrollados conceden el SGP a países en desarrollo para que sus productos sean más competitivos en el país de destino. La renovación del SGP por parte del Congreso de Estados Unidos fue irregular lo que genera incertidumbre y volatilidad en las preferencias arancelarias otorgadas a Bolivia y desde el 2021 ya no está en vigencia. La pérdida del SGP que se le concedía a Bolivia no afectó al café, clasificado en la partida 0901 del HTSUS, porque tiene un arancel general del 0%, por lo que su ingreso a Estados Unidos no depende del SGP, debido a que el café no representa un sector productivo significativo dentro de la economía estadounidense y a su vez es un producto de alto consumo.

En base a las entrevistas realizadas al Gerente General de la Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia (CANEB) y al Gerente General de la Cámara Americana de Comercio en Bolivia (AMCHAM), además del responsable Regional de Certificación de El Alto del Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones (SENAVEX), que se encuentran en el Anexo 16, 18, y 19, y la revisión documental del informe "Oportunidades Para Bolivia en Relación al SGP".

Se puede concluir que el Sistema General de Preferencias arancelarias que Estados Unidos le otorgaba a Bolivia era de manera unilateral por lo cual esto permitía que un conjunto de aproximadamente 4.600 productos bolivianos sean exentos de manera total o parcial del pago de aranceles de importación, lo que les permitía ingresar al mercado de Estados Unidos con un precio menor, lo cual los haría más competitivos frente a otros en el mercado.

De acuerdo con la revisión documental y la entrevista realizada al Gerente de AMCHAM que se puede ver en Anexo 18 pregunta 7, el 23 de marzo de 2018, el presidente Donald Trump extendió el SGP hasta el 31 de diciembre de 2020 por lo cual el Programa estaba autorizado hasta diciembre del 2020, es por eso que el SGP expiró el 31 de diciembre de 2020, y hasta la fecha no ha sido renovado por el Congreso de los Estados Unidos.

El Responsable Regional de Certificación de El Alto de SENAVEX, como se evidencia en el Anexo 16 preguntas 3 y 4, confirma que el SGP no fue renovado, por lo cual no existe ninguna preferencia

arancelaria actualmente para Bolivia. No obstante, el SENAVEX es una institución importante porque se encarga de emitir los certificados de origen. La emisión de dicho certificado actualmente depende de si el cliente en Estados Unidos lo solicita, dado que existe una promesa establecida por Estados Unidos, a través de un comunicado oficial de devolver los aranceles pagados en caso de que el mecanismo sea renovado con carácter retroactivo. Esta declaratoria por parte de Estados Unidos es también confirmada por la CANEB en el Anexo 19 pregunta 6.

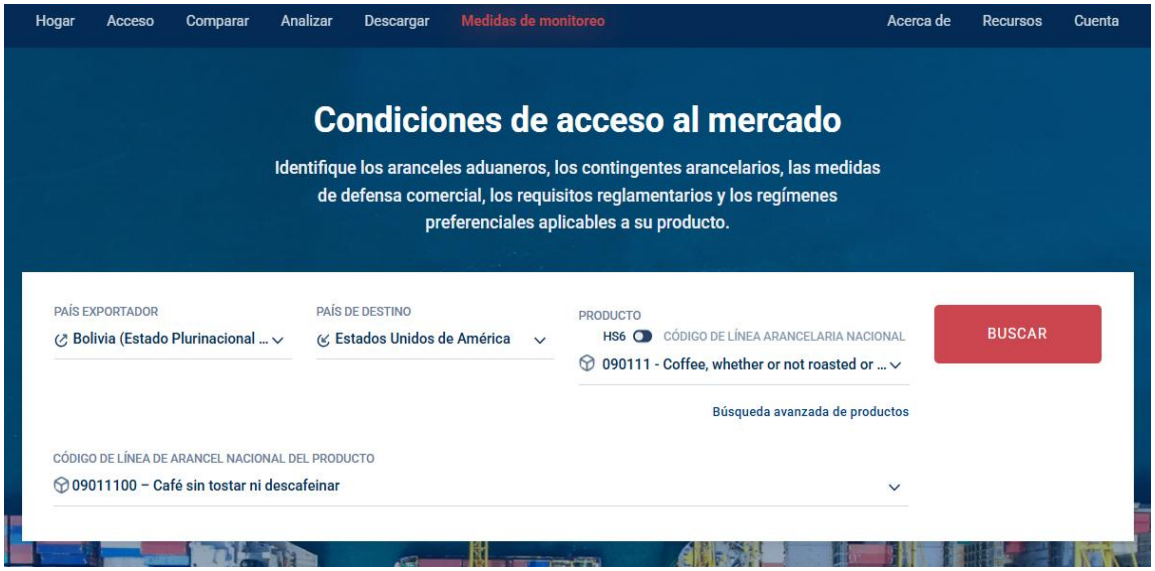
EL ATPDEA y el SGP fueron instrumentos clave en la relación comercial entre Bolivia y Estados Unidos, al otorgar acceso preferencial al mercado norteamericano para miles de productos nacionales y fortalecer sectores como el textil, la marroquinería, la joyería, la madera, las flores y la quinua, que impulsaron el empleo y la participación de las PyMEs. Sin embargo, la suspensión del ATPDEA en 2008 y la falta de renovación del SGP en 2020, confirmada por entrevistas a representantes de CANEB, AMCHAM y SENAVEX, reflejan la necesidad de políticas más estables para promover la competitividad exportadora.

A pesar de ello, se espera que las relaciones entre ambos países se fortalezcan, dado que Estados Unidos ha sido históricamente uno de los mercados más atractivos y dinámicos para Bolivia, con gran potencial para productos diferenciados como el café verde y tostado de altura, que pueden consolidarse por su calidad, sostenibilidad y origen andino en un escenario de cooperación renovada.

2.3.3 Identificación de barreras no arancelarias

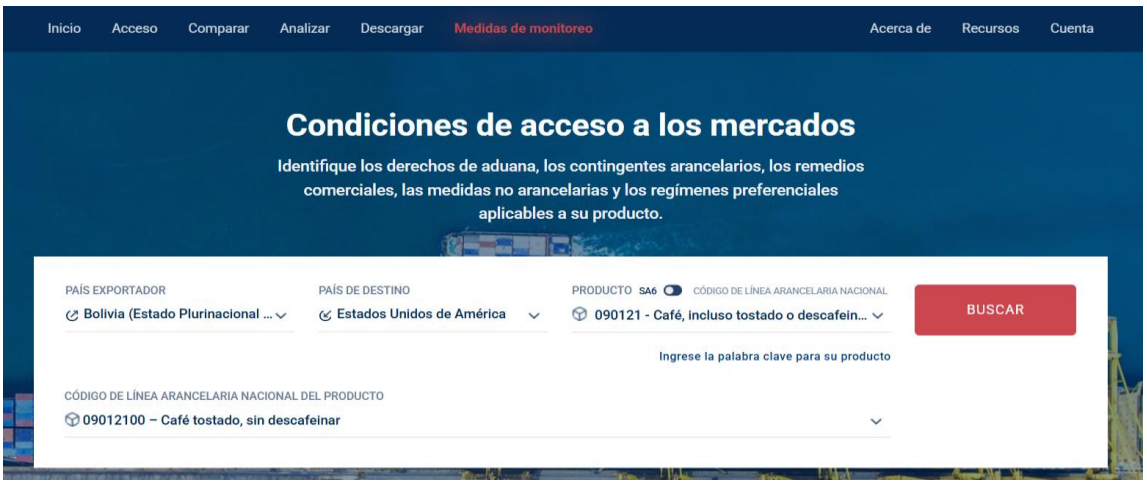
Mediante el uso de herramientas digitales especializadas como Market Access Map, es posible identificar y analizar de manera sistemática las barreras no arancelarias que aplican a un producto específico en un mercado destino. Esta plataforma permite acceder a una base de datos detallada que clasifica requisitos sanitarios y fitosanitarios, obstáculos técnicos al comercio, y otras medidas regulatorias, facilitando a exportadores e importadores la planificación y el cumplimiento normativo de forma precisa y eficiente. Es importante contar con los datos necesarios como ser el país de origen el país de destino y el HS code del producto como se puede ver en la Figura 20.

Figura 20: Interfaz de Market Access Map para consulta de café verde



Fuente: Captura de pantalla de International Trade Centre (ITC), Market Access Map, 2025. Disponible en: https://www.macmap.org/es

Figura 21: Interfaz de Market Access Map para consulta de café tostado



Fuente: Captura de pantalla de International Trade Centre (ITC), Market Access Map, 2025. Disponible en: https://www.macmap.org/es

La Figura 20 se puede observar la búsqueda realizada para el café en grano verde y en la Figura 21 a la búsqueda del café tostado, en ambos escenarios, se mantienen los mismos parámetros de consulta tanto para el país de origen, Bolivia, como para el país de destino, Estados Unidos. Sin embargo, la diferencia radica en el código arancelario, el cual determina la información específica sobre los requisitos y medidas aplicables. Por esta razón, es fundamental identificar correctamente

la partida arancelaria antes de realizar la búsqueda en la plataforma Market Access Map, ya que de ella depende la precisión de los resultados obtenidos para cada tipo de café.

Cuadro 26: Principales barreras no arancelarias para la exportación de café boliviano al mercado de Estados Unidos

PRINCIPALES BARREAS NO ARANCELARIAS		
CAFÉ SIN TOSTAR, SIN DESCAFEINAR 09 01 11	**AMBOS PRODUCTOS**	**CAFÉ TOSTADO, SIN DESCAFEINAR** 09 01 21
1. Enfoque de sistemas 2. Autorización fitosanitaria específica. 3. Tratamiento térmico (frío/calor) Fumigación.	1. Autorización sanitaria o fitosanitaria para exportar. 2. Condiciones de almacenamiento y transporte. 3. Requisitos de trazabilidad 4. Origen de materiales y piezas 5. Historial de procesamiento 6. Requisitos de prueba o análisis de laboratorio. 7. Requisitos de inspección 8. Requisitos de etiquetado 9. Requisitos de embalaje	1. Evaluación de conformidad técnica (TBT). 2. Límites de residuos o contaminantes en producto procesado.

Fuente: Elaboración propia en base Market Access Map, 2025

La información presentada en el Cuadro 26 proviene de la búsqueda realizada en la plataforma Market Access Map, la cual muestra las medidas no arancelarias aplicables tanto al café verde como al café tostado, como se observa, en la parte izquierda de la tabla se observan las barreras no arancelarias aplicables al café sin tostar, sin descafeinar las cuales se centran principalmente en exigencias fitosanitarias y de control previo al procesamiento, como la autorización fitosanitaria, el tratamiento térmico o la fumigación.

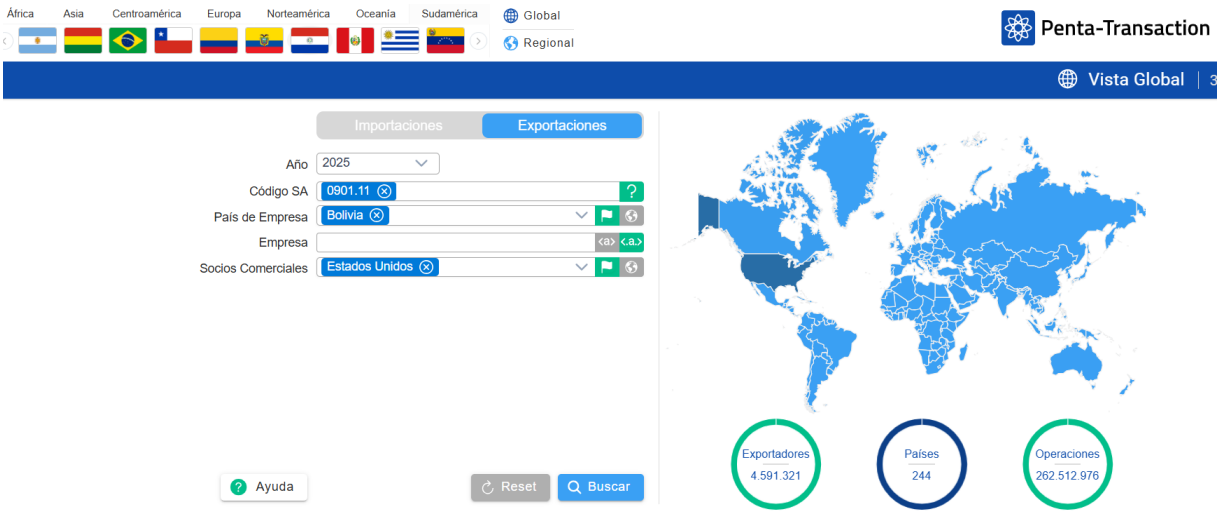
En la parte derecha, se presentan las barreras específicas para el café tostado, sin descafeinar relacionadas con los requisitos técnicos al comercio, que incluyen la evaluación de conformidad técnica y los límites de residuos o contaminantes en productos procesados.

En el centro de la tabla se identifican las barreras comunes a ambos productos, que abarcan aspectos de trazabilidad, almacenamiento, transporte, inspección, etiquetado y embalaje, reflejando los estándares generales exigidos por el mercado estadounidense tanto para productos agrícolas en estado natural como para aquellos procesados.

2.3.4 Investigación de las principales empresas bolivianas exportadores de café a Estados Unidos

Se puede identificar a las empresas bolivianas exportadoras de café verde o tostado mediante la herramienta digital Penta Transaction por gestión para lo cual se requiere de la partida arancelaria a 6 dígitos, el nombre del país de origen y de destino, esta herramienta es muy útil para la toma decisiones a igual que las otras que se ven, aunque su acceso total está sujeto a un costo de suscripción.

Figura 22: Interfaz de búsqueda de empresas bolivianas exportadoras de café verde



Fuente: Captura de pantalla de Penta-Transaction, 2025, plataforma digital con suscripción.

En la Figura 22 se puede apreciar la búsqueda en Penta Transaction y las opciones que presenta para buscar información tanto de importaciones como exportaciones y de acuerdo con el producto de interés. Esta herramienta permitió la realización de la Tabla 6 que se desarrolló en función de la base de datos que se obtuvo de Penta Transaction de acuerdo con la búsqueda que se realizó que se puede ver en la Figura 22.

La Tabla 6 como resultado de la búsqueda contempla a 5 de las empresas bolivianas que exportan café verde a Estados Unidos desde el 2023 hasta el 2025, el orden en que se ordenaron las empresas fue en base a la continuidad de sus exportaciones. La lista completa se la puede ver en el Anexo 21 y como se puede ver hay 10 empresas bolivianas que exportaron consecuentemente durante las

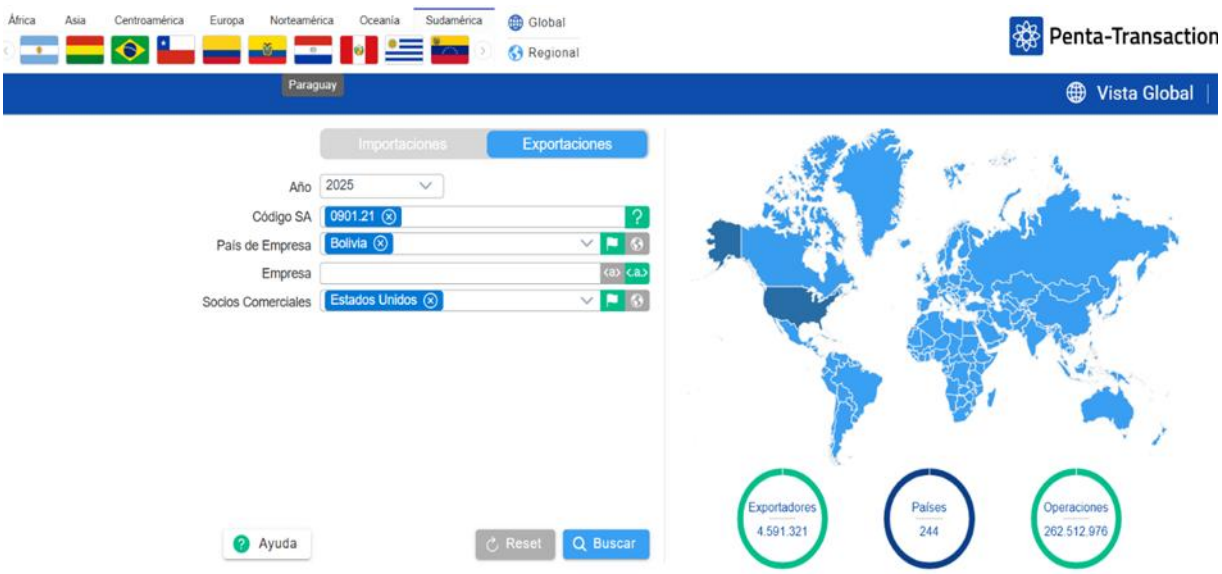
3 gestiones señaladas posteriormente están las que exportaron solo una gestión o dos gestiones, pero no 3. En la Tabla 6 también se puede ver el número de operaciones que todas las empresas realizaron de acuerdo con la gestión correspondiente, además del valor expresado en dólares, la cantidad y el precio promedio unitario en función de del valor y la cantidad.

Tabla 6: Empresas bolivianas exportadoras de café en grano verde a Estados Unidos

N	Año	2023				2024				2025			
	Empresa	Ops. (n°)	Valor (USD)	Kilogramos	P.U	Ops. (n°)	Valor (USD)	Kilogramos	P.U	Ops. (n°)	Valor (USD)	Kilogramos	P.U
1	COOP AGRICOLA CAFETALERA SAN JUAN	8	410.779,73	64.546,00	6,36	3	186.064,59	30.780,00	6,04	2	104.619,60	16.704,00	6,26
2	AGRICAFE S.A.	4	154.450,71	14.140,00	10,92	8	358.470,80	31.928,50	11,23	3	298.583,80	27.528,00	10,85
3	CENAPROC	4	539.873,76	75.947,00	7,11	2	190.832,10	28.471,00	6,70	2	261.356,78	35.395,00	7,38
4	A.I.P.E.P	3	335.565,14	55.060,00	6,09	3	231.873,58	38.007,00	6,10	2	249.497,00	40.356,00	6,18
5	LATABOL COFFEE LAB. S.R.L.	3	133.863,31	18.391,00	7,28	4	271.438,23	38.279,00	7,09	2	110.133,00	12.180,00	9,04

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Penta-Transaction, 2025, plataforma de suscripción.

Figura 23: Interfaz de búsqueda de empresas bolivianas exportadoras de café tostado



Fuente: Captura de pantalla de Penta-Transaction, 2025, plataforma con suscripción.

En la Figura 23 se muestra la interfaz de búsqueda dentro de la plataforma Penta Transaction, utilizada para identificar a las empresas bolivianas exportadoras de café tostado hacia Estados

Unidos. El procedimiento de búsqueda es el mismo aplicado para el café verde, se mantiene el país de origen Bolivia y el país de destino Estados Unidos, variando únicamente el código arancelario correspondiente al tipo de café y se selecciona la gestión que se desea consultar.

Tabla 7: Empresas bolivianas exportadoras de café tostado a Estados Unidos

N	Año	2024				2025			
	Empresa	Ops. (n°)	Valor (USD)	Kilogramos	P.U.	Ops. (n°)	Valor (USD)	Kilogramos	P.U,
1	GREENFOX LTDA	1	3.569,40	540,00	6,61				
2	ROGER QUIROGA BECERRA DE LA ROCA					8	66.695,00	8.046,80	8,29
3	BORIS DANIEL ALARCON ARAMAYO					1	3.078,70	194,00	15,87
4	SCHARFF BOLIVIA S.R.L.					1	207,00	7,00	29,57
TOTAL		**1**	**3.569**	**540**	**6,61**	**10**	**69.981**	**8.248**	**8,48**

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Penta-Transaction, 2025, plataforma de suscripción.

En la Tabla 7 se pueden observar las empresas bolivianas exportadoras de café tostado al mercado de Estados Unidos durante las gestiones 2024 y 2025, en este caso, no se consideró la gestión 2023, a diferencia del análisis realizado para el café en grano verde, debido a que la información proveniente de la base de datos Penta-Transaction no disponía de registros correspondientes a ese año.

Se puede observar que únicamente cuatro empresas realizaron exportaciones de café tostado durante estas dos gestiones. En la gestión 2024 solo una empresa efectuó envíos, mientras que en 2025 la participación se amplió, registrándose un mayor número de exportadoras y un incremento en las cantidades enviadas, se debe destacar que no todas las empresas bolivianas optan por exportar café tostado, probablemente por a las características propias de este producto, por esta razón, el número de exportadoras de café en grano verde es considerablemente mayor, como se puede apreciar en el Anexo 21.

2.3.5 Identificación de importadores de café en Estados Unidos

2.3.5.1 Empresa importadora en proceso de negociación

La empresa SolPru LTDA. cuenta con un posible cliente internacional con el cual el gerente general, Rafael Guilarte, mantuvo contacto directo. Por esta razón se realizó una entrevista al gerente general, cuya transcripción se presenta en el Anexo 20, con el propósito de obtener información más detallada sobre las gestiones realizadas y las perspectivas de exportación.

La empresa interesada, New Horizon Prime Developments LLC se encuentra ubicada en San Petersburgo, Florida, Estados Unidos, y se dedica a la importación y distribución de cafés de especialidad provenientes de distintos países de Latinoamérica, destacando aquellos de origen poco común por sus sabores, aromas y perfiles sensoriales diferenciados. Esta empresa distribuye principalmente a coffee shops, tiendas y cafeterías de especialidad en el mercado estadounidense.

Durante las conversaciones sostenidas, el representante manifestó su interés tanto en el café en grano verde como en el café tostado. En el caso del café verde, su atractivo radica en que permite aplicar diferentes grados de tostado según las preferencias de los consumidores, lo cual constituye una práctica habitual en el mercado norteamericano. Por otra parte, el café tostado también generó gran interés, debido a que SolPru LTDA. produce un tostado tipo americano, perfil que presenta alta demanda entre los consumidores estadounidenses. Asimismo, se conversó acerca de la capacidad de abastecimiento de la empresa, estimada en aproximadamente 30 toneladas anuales, volumen que podría aumentar en caso de una mayor producción nacional o condiciones climáticas favorables, o reducirse ligeramente si las condiciones de cosecha se ven afectadas. Este rango representa la capacidad promedio que la empresa puede garantizar de manera sostenible para atender futuras operaciones de exportación.

Todo este proceso surge a partir del interés de la empresa SolPru LTDA. en ingresar a nuevos mercados internacionales, con el propósito de diversificar el riesgo derivado de su actual dependencia del mercado boliviano y aprovechar los beneficios de los precios internacionales del café.

En ese sentido, si las negociaciones o los diálogos actualmente sostenidos con la empresa estadounidense mencionada anteriormente no llegaran a concretarse, se plantea una lista de empresas importadoras de café en Estados Unidos que podrían convertirse en potenciales clientes para SolPru LTDA., considerando que importan volúmenes de café que la empresa está en condiciones de abastecer.

Asimismo, se mantiene el mercado estadounidense como el principal destino de interés, no solo por ser el mayor consumidor de café a nivel mundial, sino también por constituir el principal importador y socio comercial del café boliviano, lo que lo convierte en un mercado estratégico para la internacionalización de la empresa.

Para la identificación de las empresas importadoras de café verde y tostado se dará continuidad al uso de la herramienta Penta-Transaction, la cual permite identificar potenciales importadores de café que podrían convertirse en clientes de la empresa SolPru LTDA.

Las tablas comprendidas entre la Tabla 8 y la Tabla 11 presentan un conjunto de empresas de Estados Unidos dedicadas a la importación de café. Estas compañías registran una demanda aproximada que se encuentra dentro de la capacidad de abastecimiento que posee SolPru LTDA., lo que las convierte en potenciales socios comerciales para el ingreso del café en el mercado estadounidense.

2.3.5.2 Importadores de café en grano verde de Estados Unidos

En la Tabla 8 se pueden observar la lista que se desarrolló en función a la base de datos que se extrajo de la búsqueda de empresas de Estados Unidos que importan café en grano verde de Bolivia, esta lista se ordenó de forma ascendente comenzando desde la primera empresa de Estados Unidos Typica Inc que importa 1.782 Kilogramos de café en grano verde hasta llegar a la empresa Olam Americas LLC con 350.240 kilogramos, la lista completa se la puede ver en el Anexo 22, con esta información la empresa SolPru LTDA. puede analizar a estas empresas que ya cuentan con experiencia en la importación de café boliviano y mantienen relaciones comerciales con exportadores de Bolivia. Por ello, representan potenciales clientes para la empresa, ya que conocen el producto, los procedimientos de importación y las condiciones del mercado estadounidense, lo que facilita el establecimiento de nuevas oportunidades comerciales.

Tabla 8: Empresas de Estados Unidos importadoras de café en grano verde boliviano 2025

N	Empresa	Operaciones	Kilos
1	TYPICA INC.	1	1.782,00
2	ALTO TOSTADO, LLC	1	2.127,00
3	OLAM AMERICAS LLC	1	2.237,00
4	GLOBAL GOODS COLLECTIVE INTERNATION	3	5.664,00
5	DELIZIA FOODS LLC	1	9.948,60

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Penta-Transaction, 2025, plataforma con suscripción.

El mercado de Estados Unidos es el principal consumidor de café a nivel mundial es por eso que importa café de varios países para poder abastecerse, teniendo en consideración que países vecinos también son productores de café y Estados Unidos importa café de estos países se consideró para la Tabla 9 aquellas empresas de Estados Unidos que son importadores.

En la Tabla 9 se consideraron 5 empresas de toda la lista completa que se puede ver en el Anexo 23 de aquellas empresas de Estados Unidos que durante la gestión 2025, importaron café proveniente de países vecinos de Bolivia. La selección de estas compañías se realizó en función de las capacidades actuales de producción y exportación de SolPru LTDA., considerando también la posibilidad de ampliar su capacidad productiva en el futuro. Estas empresas resultan particularmente interesantes porque, al mantener relaciones comerciales con países geográficamente cercanos a Bolivia, comparten características logísticas y de origen del producto que facilitan su potencial vinculación comercial. Por ello, representan compradores con alto potencial para convertirse en futuros clientes de SolPru LTDA.

Tabla 9: Empresas de Estados Unidos importadoras de café verde de Latinoamérica 2025

N	Empresa	Operaciones	Kilos	Socios Comerciales
1	COMMERCIAL INTEGRATED THEORY LLC	1	3,00	Colombia
2	NATALY PRODUCE LLC.	2	20,00	Ecuador
3	STARBUCKS COFFE	1	48,00	Colombia
4	ASL LOGISTICS LLC	1	50,00	Colombia
5	MONOLITH COFFEE	1	72,00	Colombia

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Penta-Transaction, 2025, plataforma con suscripción.

La elaboración de la Tabla 10 se centró en las empresas importadoras de café tostado boliviano, al igual que en la Tabla 8 enfocada en el grano verde, se utilizó la información proveniente de la base de datos Penta-Transaction. La recopilación inicial estaba dirigida a la gestión 2025 sin embargo,

debido a que la cantidad de empresas registradas era muy limitada, se tomó la decisión de incluir la gestión 2024 a fin de tener más empresas que importen el producto en el estudio y la gestión 2023 no fue considerada en el análisis, dado que los datos correspondientes a ese año no se encontraban disponibles.

Considerando estas dos gestiones 2024 y 2025, el número total de empresas importadoras de café tostado boliviano identificadas asciende a solo cinco. Si bien esta cifra es notablemente menor en comparación con el volumen de empresas que exportan café verde de Bolivia, la información es crucial. El hecho de que estas cinco empresas le compren a otras exportadoras bolivianas de café tostado comprueba la existencia del mercado, y la empresa SolPru LTDA puede revisar esta lista, aunque limitada, para identificar cuáles de estos compradores se alinean con sus objetivos y utilizar esta información para aumentar su mercado de café en grano tostado.

Tabla 10: Empresas de Estados Unidos importadoras de café tostado boliviano 2024-2025

Año	Empresa	Operaciones	Kilos
2025	DELIZIA FOODS LLC	8	8.046,80
2025	CULTIVAR COFFEE TEA, LL	1	194,00
2025	FEDERAL EXPRESS	1	7,00
2024	ENRIQUE MILLAN	2	85,44
2024	VALVERDE INDUSTRIES LLC	1	540,00
TOTAL		**13**	**8.873,24**

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Penta-Transaction, 2025, plataforma con suscripción.

La Tabla 11 se elaboró siguiendo la misma metodología que la Tabla 9 sin embargo, mientras la Tabla 9 corresponde al café en grano verde, la Tabla 11 presenta información referente al café en grano tostado. Esta tabla se construyó en función a dos criterios principales en primer lugar, se consideraron empresas de Estados Unidos que importan café tostado proveniente de países vecinos de Bolivia, reconocidos productores del grano, como Perú, Brasil, Colombia y Ecuador y, en segundo lugar, se seleccionaron aquellas empresas cuyo volumen de importación se encuentra dentro de la capacidad de abastecimiento de SolPru LTDA., lo que garantiza la factibilidad de establecer vínculos comerciales reales.

La lista completa que se puede ver en el Anexo 23 muestra un conjunto de posibles clientes que la empresa SolPru LTDA. podría evaluar para su proceso de internacionalización dado que se

presentan datos relevantes como el volumen importado y el número de operaciones realizadas por cada importador en la gestión 2025, información que permite analizar su comportamiento comercial y capacidad de compra, estas empresas ya mantienen relaciones comerciales con exportadores de la región, lo cual constituye una ventaja geográfica y estratégica para Bolivia, al facilitar una posible inserción del producto en el mismo entorno de abastecimiento.

La base de datos obtenida mediante la herramienta Penta-Transaction es mucho más amplia, pero en la Tabla 11 se muestran 5 empresas de toda la lista de aquellas empresas que cumplen con los criterios mencionados, para garantizar un análisis enfocado en el perfil de cliente ideal para SolPru LTDA. La lista completa se la puede encontrar en el Anexo 24.

Tabla 11: Empresas de Estados Unidos importadoras de café tostado de Latinoamérica 2025

N	Empresa	Operaciones	Kilos	Socios Comerciales
1	TITOS COLOMBIAN FOOD	1	10,20	Colombia
2	ANDEAN ECOCRAFTS LLC	2	12,00	Ecuador
3	THE MANRIQUE CORNER	2	14,44	Colombia
4	GONI DISTRIBUTION NETWORK INC	1	21,94	Perú
5	M CULTIVO	1	24,00	Colombia

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Penta-Transaction, 2025, plataforma con suscripción.

2.3.6 Análisis de los aranceles aplicados por Estados Unidos

La empresa SolPru LTDA. puede hacer uso de la herramienta gratuita Market Access Map, la cual permite consultar los aranceles aplicados por distintos países de destino a una amplia gama de productos. Su funcionamiento es similar al utilizado en la Figura 20 para el café en grano verde y en la Figura 21 para el café tostado. Tal como se ha establecido, es necesario introducir el país de origen, el país de destino y el código arancelario de seis dígitos para obtener la información correspondiente, de esta manera, la empresa puede comparar los aranceles aplicados a diferentes productos y en distintos mercados, lo que facilita la toma de decisiones estratégicas en materia de exportación. Además, esta herramienta fue recomendada por el Gerente General de la Cámara Americana de Comercio en Bolivia, quien la señaló como una fuente confiable para verificar los aranceles aplicados a los productos bolivianos en el comercio internacional. La entrevista completa en la que se realiza esta recomendación se encuentra disponible en el Anexo 18.

Se realizó una entrevista a la Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia (CANEB), específicamente al Gerente General y al Gerente Técnico, cuya transcripción se encuentra disponible en el Anexo 19. De acuerdo con lo expresado en las preguntas 4 y 5 de dicha entrevista, se puede concluir que las políticas comerciales adoptadas por Estados Unidos durante la presente gestión no afectaron únicamente a Bolivia, sino que se tradujeron en la aplicación de aranceles de alcance global que impactaron a todos los países. Al ser Estados Unidos la primera economía mundial y uno de los principales importadores, sus decisiones en materia arancelaria generan repercusiones significativas en el comercio internacional.

El Gerente General de la CANEB señaló que el arancel aplicado a los productos bolivianos asciende al 15%, aunque aclaró que existe un anexo en el cual se detalla un conjunto de productos que están exentos de dicho pago. Si bien el arancel impuesto encarece los productos bolivianos, no necesariamente implican una pérdida directa de competitividad, ya que las medidas arancelarias fueron aplicadas a nivel mundial y afectan también a otros países exportadores por lo que, tanto el café boliviano como el de otras naciones, como Brasil, se encarecen en destino, lo que finalmente repercute en el precio que paga el consumidor final.

Se revisó el sitio oficial de la Casa Blanca correspondiente a la administración del presidente y la última actualización consultada en esta fuente corresponde al 31 de julio de 2025. A partir de la revisión, se pudo confirmar que el arancel aplicado a Bolivia es del 15%, tal como lo señaló el Gerente General de la Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia (CANEB) durante la entrevista presentada en el Anexo 19. En cumplimiento de lo mencionado por la CANEB, se realizó la búsqueda del anexo II mencionado, con el propósito de verificar si el café se encontraba entre los productos exentos del pago de aranceles. Sin embargo, tras la revisión, se constató que el café no figura entre los productos exentos, pero se identificó un anexo III que contiene una lista de productos junto con sus respectivas partidas arancelarias, los cuales se consideran potencialmente elegibles para ser exentos de los aranceles impuestos, dentro de dicha lista se encuentran tanto el café en grano verde como el café tostado, lo que indica que este producto podría beneficiarse de una futura exención pago arancelario.

Este documento actualizado señala que la lista se encuentra en proceso de revisión y que existen equipos especializados en Estados Unidos encargados de analizar las políticas comerciales

aplicadas, esta versión revisada incorpora las observaciones realizadas tras la imposición de los aranceles en abril de 2025, y resalta la relevancia del café como producto de consumo masivo incluido entre los potencialmente beneficiados.

2.4 DETERMINACIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS PARA LA OPERACIÓN DE EXPORTACIÓN

2.4.1 Explicación de las etapas de negociación

La negociación es un proceso de intención de cada una de las partes intervinientes y es importante porque determina el rumbo de toda relación comercial, desde las primeras conversaciones hasta la firma del contrato, cada palabra, gesto o decisión del vendedor puede influir en la percepción y confianza del comprador. Este proceso no solo define los términos del acuerdo, sino que también establece las condiciones para futuras relaciones comerciales, vinculándolo al comercio exterior, la negociación es un requisito indispensable dado que, sin un diálogo previo, sin acuerdos claros y sin un contrato formal, ninguna exportación puede materializarse de manera segura ni efectiva.

Es importante que la empresa SolPru LTDA. pueda conocer las etapas de negociación es por eso que se realizó una revisión documental y una entrevista al Gerente General de la Cámara Nacional de Comercio, Alex Zegarra Rodriguez con el objetivo de poder validar la información, la importancia que tienen y si en la práctica este sería un camino apropiado a seguir para la empresa SolPru LTDA.

Las distintas fases por las que atraviesa cualquier negociación son, la toma de contacto, preparación, encuentro, propuesta, discusión y cierre. A diferencia de lo que ocurre en las negociaciones de carácter nacional, hay que tener en cuenta que, por lo general, las dos primeras fases tienen lugar en el propio país, mientras que las restantes se pueden realizar en el exterior, con los esfuerzos añadidos que ello requiere.

Con la entrevista realizada que se puede ver en el Anexo 14 dando énfasis a la pregunta 1, 2 y 3 se puede concluir que, la toma de contacto, preparación, encuentro, propuesta, discusión y cierre si son etapas que debería seguir la Empresa SolPru LTDA dado que solo tiene experiencia en el ámbito nacional.

Se debe destacar la etapa inicial, correspondiente a la toma de contacto, la cual como se menciona en la entrevista suele extenderse por un período más prolongado y requiere una inversión considerable de tiempo y esfuerzo. Esta fase es fundamental ya que permite establecer el primer vínculo entre las partes y sentar las bases de la confianza necesaria para avanzar en la negociación. Sin embargo, también constituye una de las etapas en las que las empresas que recién inician en el proceso exportador enfrentan mayores dificultades, principalmente por la falta de experiencia en la identificación de clientes potenciales, la comunicación intercultural y la presentación efectiva de su oferta exportable, de acuerdo con la entrevista realizada, dentro de las etapas del proceso de negociación que puede considerar la empresa SolPru LTDA., la etapa inicial de toma de contacto debe reconocerse como vital para el éxito de la exportación. Sin esta fase, no existiría la posibilidad de identificar compradores potenciales, establecer vínculos comerciales ni concretar contratos de compraventa, por lo que tampoco podría materializarse la exportación.

Al ser una empresa que se encuentra en proceso de iniciar operaciones internacionales, resulta fundamental que SolPru LTDA lleve un registro ordenado y detallado de todas sus actividades de prospección, incluyendo a qué empresas ha ofertado su producto o, con cuáles ha establecido algún tipo de diálogo o acercamiento, y cuáles representan oportunidades reales de negocio. Este seguimiento permitiría que la empresa diferencie entre los contactos con mayor potencial y aquellos con los que podría desarrollar relaciones comerciales a largo plazo, facilitando la planificación de futuras negociaciones, además, esta etapa implica que la empresa está abriendo sus relaciones comerciales hacia el ámbito internacional, pasando de un entorno nacional a uno global, mantener la información y los registros de manera ordenada proyecta una imagen profesional y confiable ante los compradores extranjeros, mientras que la falta de organización podría transmitir desorden o poca seriedad, afectando negativamente la percepción de la empresa y limitando su credibilidad en el exterior por ello, es fundamental que la empresa SolPru LTDA. inicie correctamente esta etapa, estableciendo procesos claros de registro, seguimiento y comunicación que fortalezcan su imagen.

2.4.2 Explicación de las cláusulas de un contrato de compraventa internacional

Es importante considerar la importancia de un contrato de compraventa internacional es por eso que se realizó una entrevista al Gerente General de la Cámara Nacional de Comercio en Bolivia

que se puede ver en el Anexo 14 profundizando las preguntas 5 y 6 se puede concluir que un contrato de compraventa internacional debe contar con las siguientes clausulas

La cláusula de descripción de la mercancía, que debe detallar de manera objetiva las características técnicas del producto, incluyendo calidad, cantidad, especificaciones y codificaciones correspondientes. Una descripción ambigua o subjetiva puede generar discrepancias respecto a lo entregado y lo pactado, dando lugar a controversias contractuales.

La cláusula de precio del contrato y condiciones de pago debe establecer claramente el monto acordado, posibles descuentos, bonificaciones o variaciones, así como la forma y el medio de pago. Su correcta redacción permite reducir riesgos financieros y evitar incumplimientos derivados de interpretaciones distintas sobre el pago.

La cláusula de condiciones de entrega determina la distribución de costos y riesgos entre comprador y vendedor, generalmente en función del Incoterm seleccionado. Esta cláusula es fundamental porque define hasta qué punto cada parte asume las responsabilidades logísticas.

La cláusula de plazo de entrega debe precisar el tiempo acordado para la entrega de la mercancía, indicando expresamente si se trata de días hábiles o días calendario, con el fin de evitar ambigüedades que puedan generar retrasos o pérdidas económicas.

La cláusula de lugar de entrega establece el punto específico donde se realizará la entrega física de la mercancía y, en muchos casos, la transferencia del riesgo, lo cual resulta determinante en operaciones internacionales.

La cláusula de documentos regula la obligación del vendedor de proporcionar la documentación necesaria para la exportación e importación, tales como factura comercial, lista de empaque, certificado de origen o documentos de transporte, garantizando así la legalidad de la operación.

La cláusula de inspección de los productos por el comprador debe especificar el procedimiento de revisión, los porcentajes de muestreo y los criterios de aceptación o rechazo del lote, evitando devoluciones injustificadas o conflictos posteriores.

La cláusula de reserva de propiedad protege al vendedor al establecer que la transferencia de la propiedad de la mercancía se produce únicamente una vez efectuado el pago total, reduciendo el riesgo de impago.

La cláusula de fuerza mayor delimita la responsabilidad de las partes frente a acontecimientos imprevisibles o fuera de su control, permitiendo mantener la validez del contrato ante situaciones extraordinarias.

Finalmente, la cláusula de resolución de conflictos establece los mecanismos para solucionar controversias, tales como arbitraje o conciliación, con el objetivo de evitar procesos judiciales prolongados y costosos.

La empresa SolPru LTDA. debe considerar que los contratos que celebra a nivel nacional difieren significativamente de los que se manejan en el ámbito internacional es por eso que es importante que la empresa reciba asesoramiento legal especializado, de manera que pueda elaborar contratos adecuados que garanticen su protección jurídica y el cumplimiento de las normativas aplicables.

La correcta redacción y cumplimiento de las cláusulas contractuales permitirá a SolPru LTDA. prevenir riesgos, asegurar el cumplimiento de sus obligaciones y facilitar la resolución eficiente de posibles controversias en sus operaciones internacionales.

2.4.3 Determinación de las formas y medios de pago

La empresa SolPru LTDA. posee experiencia en las formas y medios de pago nacionales debido a su trayectoria en la comercialización de sus productos en Bolivia, pero para las operaciones internacionales es importante analizar y seleccionar adecuadamente las formas y medios de pago internacionales porque existe un nivel de riesgo financiero superior.

Para la forma y medio de pago se entrevistó al Gerente General de la Cámara Nacional de Comercio, Alex Zegarra como se puede ver en el Anexo 14 y al Gerente General de la Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia como ve en el Anexo 19, Ambos coincidieron en que la transferencia bancaria internacional vía SWIFT constituye el medio de pago más utilizado y recomendable para empresas que inician procesos de exportación, debido a su practicidad, rapidez,

estandarización global y amplia aceptación en el comercio exterior, pero también el Gerente General de la Cámara Nacional de Comercio destacó la evolución del entorno financiero internacional, señalando que en contextos con restricciones cambiarias han surgido alternativas digitales como las stablecoins, las cuales permiten mayor agilidad en transferencias internacionales y acceso a liquidez externa pero el uso de la misma requiere de un análisis regulatorio y financiero previo por parte de la empresa.

En la forma de pago, se puede concluir que la empresa podría optar por un pago anticipado parcial estructurado en etapas, estableciendo un primer desembolso anticipado que otorgue seguridad financiera al exportador y un segundo pago posterior al embarque que brinde mayor confianza al importador. Esta distribución permite equilibrar el riesgo entre ambas partes y fortalecer la relación comercial. Ambos desembolsos pueden ejecutarse mediante transferencia bancaria internacional, articulando así coherentemente el medio y la forma de pago.

Se debe destacar que la forma y el medio de pago deben ser previamente dialogados y consensuados entre exportador e importador, considerando el nivel de confianza y la estabilidad de la relación comercial.

2.4.4 Diseño de formatos de factura comercial y lista de empaque

2.4.4.1 Factura comercial

La factura comercial es un documento muy importante que la empresa SolPru LTDA. debe emitir y conforma un requerimiento documental para la exportación, pero este documento debe ser aceptado por el país de destino, Estados Unidos es por eso que se debe considerar el conjunto de datos exigidos por la normativa aduanera de dicho país que están establecidos en el Título 19 del Código de los Estados Unidos, 19 U.S.C. §1481 y desarrollados reglamentariamente en el Título 19 del Código de Reglamentos Federales 19 CFR §141.86.

Estas disposiciones determinan la información mínima que debe contener toda factura comercial que acompañe una importación hacia el territorio estadounidense, incluyendo datos del exportador e importador. Su cumplimiento es indispensable para evitar observaciones o retenciones por parte de la U.S. Customs and Border Protection (CBP) durante el despacho aduanero, ya que, en caso

de presentarse una factura incompleta, la autoridad puede detener el ingreso de la mercancía hasta que se presente una factura corregida o una proforma invoice con la información requerida, lo que genera demoras y costos adicionales.

El modelo de factura comercial no incluye numeración de página o factura, ya que se presenta como un documento individual de una sola página. Sin embargo, es importante señalar que, de acuerdo con las regulaciones aduaneras de Estados Unidos si esta factura formara parte de una entrada que incluye múltiples facturas o más de dos páginas en total, el importador deberá numerar manualmente cada página en formato.

En función a los campos requerido se desarrolló el modelo de la Factura Comercial exigido por la aduana de los Estados Unidos para el respectivo control del ingreso de la exportación de café en grano verde y tostado al mercado de Estados Unidos.

COMMERCIAL INVOICE

Invoice Number: Date of Export: Port of Loading: Port of Entry (U.S.): Country of Manufacture	Country of Export: Country of Destination: Currency: Incoterm:
EXPORTER INFORMATION: Company Name: Address: Telephone: E-mail: Tax ID o NIT: Contact person: Responsible Employee:	**IMPORTER INFORMATION** Company Name: Address: Telephone: E-mail: Tax ID o NIT: Contact person:

DETAILS OF GOODS											
Item	**Marks/ N.**	**N of Packages**	**Packaging Type**	**Description of goods**	**Quantity**	**Unit of measure**	**Net weight (kg)**	**Gross weight (kg)**	**Unit value (USD)**	**Total value (USD)**	**HTSUS Code**

CHARGES AND DISCOUNTS
Freight
Insurance
Other Charges (Packing, Handling, etc.)
Discounts or Rebates
Total Invoice Value (Specify FOB / CIF)

DECLARATION
I declare that the information contained in this invoice is true and correct.

Signature of Exporter
Name and Title

2.4.4.2 Lista de empaque

A diferencia de la factura comercial, la lista de empaque no cuenta con un marco legal específico que regule su estructura ni su contenido obligatorio. En la práctica, su uso responde a los requerimientos operativos del comercio internacional. En el caso de Estados Unidos, aunque no existe una disposición que determine un formato oficial, el 19 CFR § 141.86(e) establece que cada factura debe declarar con suficiente detalle qué mercancía se encuentra en cada paquete individual. Este mandato se interpreta como la base jurídica que justifica la presentación de una lista de empaque, ya que permite detallar la composición física de cada bulto, su peso, cantidad y tipo de embalaje, asegurando la trazabilidad entre la factura comercial y la mercancía efectivamente exportada.

Asimismo, Customs and Border Protection (CBP) y la International Trade Administration (ITA) reconocen la lista de empaque como un documento auxiliar indispensable para los procesos de revisión y verificación aduanera, de acuerdo con la ITA este documento desglosa el contenido de cada paquete, incluyendo sus medidas y pesos, por lo que constituye una herramienta esencial para el control logístico y la determinación de derechos o aranceles.

La información que debe incluirse en una lista de empaque se deriva de las buenas prácticas de documentación comercial y de los lineamientos operativos aduaneros, más que de una disposición legal formal, pero sigue siendo obligatoria en la práctica para facilitar el despacho aduanero y la inspección física de las mercancías.

PACKING LIST	
Commercial Invoice No.:	Port of Loading:
Authorization No.:	Port of Entry (U.S.):
Packing List No.:	Country of Export:
Purchase Order No.:	Country of Destination:
Date of Export:	Currency:
	Incoterm:
EXPORTER INFORMATION: Company Name: Address: Telephone: E-mail: Tax ID o NIT: Contact person: Responsible Employee:	**IMPORTER INFORMATION** Company Name: Address: Telephone: E-mail: Tax ID o NIT: Contact person:

Item	Description of Goods	Physical Units	Quantity	Net Weight Kg	Gross Weight Kg
TOTAL					

Remarks:
Document Reference:
Nature:
Origin:

Name
Warehouse manager

2.4.5 Diseño de una ruta de exportación

Para la presente ruta de exportación se empleará un sistema de transporte multimodal, combinando los modos terrestre y marítimo, dado que Bolivia es un país mediterráneo y requiere acceder a un puerto extranjero para realizar el envío de la mercancía hacia el mercado de destino.

Figura 24: Ruta de exportación de Bolivia a Estados Unidos

Punto de Partida	Recinto Aduanero de Bolivia	Recinto Bolivia	Recinto Chile	Puerto de Salida	Puerto de Llegada	Aduana	Punto de Destino
Planta- SolPru LTDA.	Aduana interior El Alto	Punto Fronterizo Tambo Quemado	Complejo Fronterizo Chungará	Puerto de Arica	Puerto Everglades	Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza de los Estados Unidos.	NEW HORIZON PRIME DEVELOPMENTS LLC
Calle S/N Nro. 11, Urbanización Tenis Club La Paz - Huajchilla La Paz Bolivia	La Paz, Bolivia	Oruro, Bolivia	Arica, Chile	Arica, Chile	Fort Lauderdale, Florida, Estados Unidos	Fort Lauderdale, Estado de Florida, Estados Unidos	7901 Calle 4 Norte, Oficina 16467, San Petersburgo, Florida, Estados Unidos.



Fuente: Elaboración propia con base en la ruta logística definida, 2025.

La Figura 24 muestra la ruta logística seleccionada para la exportación del café boliviano de SolPru LTDA. hacia el mercado de Estados Unidos. El proceso inicia en la planta ubicada en la ciudad de La Paz, donde la carga se traslada hacia la Aduana Interior de El Alto para su despacho. Posteriormente, continúa hacia el Punto Fronterizo de Tambo Quemado en Oruro, cruzando al Complejo Fronterizo Chungará en territorio chileno, desde allí, la mercancía se dirige al Puerto de Arica que es el punto de salida internacional, donde se realiza la carga marítima con destino al puerto Everglades en el Estado de Florida, Estados Unidos para que el producto ingrese bajo control de la Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza (CBP), se realice el despacho de importación correspondiente para que sea entregada al importador estadounidense quien llevará la mercancía a su almacén en la ciudad de San Petersburgo en el Estado de Florida, Estados Unidos.

2.4.6 Explicación del Incoterm seleccionado

En base a la Figura 24 se identificarán los costos riegos y responsabilidades de cada incoterm de manera que se tenga la información conjunto para un correcto análisis y toma de decisiones.

Cuadro 27: Análisis de Incoterms

Sigla	Incoterm	Responsabilidades del exportador (SolPru LTDA.)	Responsabilidades del importador	Transmisión del riesgo	Distribución de costos
EXW	**Ex Works** En Fábrica	Entrega la mercancía en su planta en La Paz sin realizar trámites aduaneros.	Asume transporte interno, despacho de exportación, flete, seguro y nacionalización.	En la planta del exportador, o punto acordado.	100% importador.
FCA	**Free Carrier** Libre Transportista	Entrega la carga despachada para exportación en un punto convenido.	Asume transporte internacional, flete marítimo y despacho en destino.	En la entrega al transportista designado.	Exportador: transporte interno y despacho; comprador: resto.
FAS	**Free Alongside Ship** Franco al Costado del Buque	Lleva la carga al costado del buque en el Puerto de Arica y realiza el despacho de exportación.	Carga al buque, flete, seguro y despacho en destino.	Cuando la mercancía se coloca junto al buque.	Exportador: transporte terrestre + despacho; Comprador: flete, seguro y destino.
FOB	**Free On Board** Libre a Bordo	Transporta la carga hasta Arica y la coloca a bordo del buque.	Asume flete, seguro y despacho en destino.	Cuando la carga pasa la borda del buque.	Exportador: transporte terrestre + despacho; comprador: flete y seguro.
CFR	**Cost and Freight** Costo y Flete	Asume transporte terrestre, despacho y flete marítimo hasta el puerto de Los Ángeles.	Cubre seguro, descarga y nacionalización.	En el puerto de embarque.	Exportador: transporte interno + flete; comprador: seguro + destino.
CIF	**Cost, Insurance and Freight** Costo, Seguro y Flete	Igual que CFR, pero incluye seguro marítimo mínimo.	Asume descarga, nacionalización y transporte final.	En el puerto de embarque.	Exportador: transporte + flete + seguro; comprador: descarga y destino.
CPT	**Carriage Paid To** Transporte Pagado Hasta	Asume transporte interno y flete principal hasta un punto acordado.	Asume seguro y trámites de importación.	Cuando la carga es entregada al primer transportista.	Exportador paga transporte; comprador paga seguro y destino.

(continúa)

(continuación)

Sigla	Incoterm	Responsabilidades del Exportador (SolPru LTDA.)	Responsabilidades del Importador	Transmisión del Riesgo	Distribución de Costos
CIP	**Carriage and Insurance Paid To** Transporte y Seguro Pagado Hasta	Igual que CPT, pero el exportador incluye seguro con cobertura amplia.	Asume descarga y nacionalización.	En la entrega al primer transportista.	Exportador paga transporte y seguro; comprador destino.
DAP	**Delivered at Place** Entregado en Lugar	Asume transporte interno, flete internacional y entrega en destino convenido (almacén o puerto estadounidense).	Cubre descarga y nacionalización.	En el punto de entrega en destino.	Exportador asume casi todo salvo la importación.
DPU	**Delivered at Place Unloaded /** Entregado en Lugar Descargado	Igual que DAP, pero incluye la descarga de la mercancía.	Asume nacionalización y transporte interno final.	En el punto descargado.	Exportador asume transporte y descarga.
DDP	**Delivered Duty Paid** Entregado con Derechos Pagados	Asume todas las gestiones y costos hasta la entrega final, incluyendo nacionalización y pago de impuestos en EE. UU.	Solo recibe la carga.	En el punto final de destino.	100% exportador.

Fuente: Elaboración propia en base a Incoterms 2020.

Para la presente exportación se ha decidido seleccionar el Incoterm Free Carrier conocido como FCA. Esta elección responde a que la empresa es nueva en el ámbito exportador y se prepara para realizar su primer envío internacional, por lo que resulta prudente adoptar un Incoterm que no implique responsabilidades logísticas demasiado amplias.

Como se pude ver en el Cuadro 28 se detallan con V las responsabilidades costos y riesgos de la parte vendedora y con C de la Parte compradora bajo el Incoterm Free Carrier tomando en cuenta que el punto de entrega es en la Ruma del Puerto de Arica en Chile por lo que el comprador corre con todos los riesgos del transporte desde el momento en que la mercancía se haya puesto a su disposición en el lugar y plazo convenido, bajo este Incoterm ninguna de las partes está obligada a contratar un seguro de transporte sin embargo, debido a que el riesgo se transfiere al comprador en el momento en que la mercancía es entregada al transportista internacional designado por él, es el comprador quien normalmente contrata un seguro para proteger la mercancía durante el trayecto principal. El vendedor puede elegir contratar un seguro solo si desea cubrir la mercancía hasta el

punto de entrega, pero esta acción es completamente opcional y no forma parte de sus obligaciones porque su responsabilidad se limita al empaque, despacho de exportación y entrega al transportista, sin incluir seguro alguno.

Cuadro 28: Marco operativo de la exportación bajo el Incoterm Free Carrier FCA

Concepto	Responsabilidad	Costo	Riesgo
Embalaje y acondicionamiento en planta	V	V	V
Carguío al medio de transporte	V	V	V
Transporte desde la planta al Puerto de Arica-Chile	V	V	V
Despacho de exportación	V	V	V
Arribo y gestión portuaria en Puerto de Arica-Chile	V	V	V
Seguro	C	C	C
Estiba al buque	C	C	C
Flete marítimo Arica – Puerto Everglades	C	C	C
Desestiba del buque	C	C	C
Despacho de importación	C	C	C
Transporte al almacén del importador	C	C	C

Fuente: Elaboración propia en base a Incoterms 2020.

El Incoterm FCA permite que la empresa asuma únicamente las obligaciones que está en capacidad de gestionar de manera segura, evitando riesgos operativos derivados de la inexperiencia. Asimismo, esta modalidad facilita la coordinación con el comprador, quien posee experiencia en la importación de café lo que minimiza posibles inconvenientes en el proceso. De esta manera, la empresa se concentra en entregar la mercancía en el punto acordado sin necesidad de administrar un transporte multimodal más complejo o asumir etapas adicionales del proceso logístico internacional.

Se plantea este enfoque inicial considerando que la empresa debe adquirir experiencia en el proceso de exportación de manera progresiva. Asumir responsabilidades superiores a su capacidad operativa podría generar dificultades en el cumplimiento de los compromisos establecidos con el cliente, lo que afectaría la imagen y credibilidad de la empresa en el mercado internacional. Por ello, resulta conveniente que el proceso se desarrolle de forma gradual, permitiendo a la empresa fortalecer sus capacidades y reducir posibles riesgos en sus operaciones comerciales.

2.5 DETERMINACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO DE EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN GRANO Y TOSTADO

2.5.1 Revisión del cumplimiento de las características del producto para el mercado de Estados Unidos

En base a la entrevista realizada al Gerente General de la Cámara de Comercio Americana en Bolivia, Alejandra Aguirre que se puede ver en el Anexo 18 preguntas 1 y 2, se puede concluir que existen instituciones en Bolivia como ser Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG), y Agencias gubernamentales en Estados Unidos como ser la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA), el Servicio de Inspección Sanitaria de Animales y Plantas (USDA-APHIS).

2.5.2 Regulación y criterios de aceptación para el café en grano verde.

El café en grano verde es un producto más sensible a controles dado que es un producto de origen vegetal este puede transportar plagas como ser la broca del café y la cochinilla harinosa, y enfermedades como ser roya del café, ojo de gallo, mancha de hierro, marchitez bacteriana, y antracnosis del café que pueden afectar los cultivos del país de destino Estados Unidos.

Los países suelen implementar controles fitosanitarios estrictos para proteger su patrimonio agrícola y biodiversidad nacional frente al ingreso de plagas, enfermedades y organismos nocivos que puedan afectar sus cultivos, ecosistemas y economía agrícola es por eso que se tiene agencias o instituciones encargadas de este tema en cada país.

En base a revisión documental y a la entrevista realizada al Gerente de AMCHAM que se encuentra el en Anexo 18 dando énfasis a la pregunta 2, se concluye que se quiere un certificado fitosanitario de exportación para la exportación de café en grano verde a Estados Unidos, este certificado es emitido por el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG), institución pública que se encarga de prevenir y controlar enfermedades en animales y plantas, certificar la sanidad de los alimentos para consumo en el territorio boliviano como también para la exportación.

En Estados Unidos la agencia que interviene en el control del ingreso de productos de origen vegetal como el café es el Servicio de Inspección Sanitaria de Animales y Plantas (USDA-APHIS), que es la agencia del Departamento de Agricultura (USDA) que tiene como función principal la prevención de introducción de plagas, enfermedades y organismos nocivos que puedan afectar la agricultura de Estados Unidos.

Para el correcto ingreso del café en grano verde que es considerado como un producto de origen vegetal se considera el título 7 del Código de los Estados Unidos conocido como 7 U.S.C. § 7712 el cual constituye la base legal del control fitosanitario aplicable a la importación de café en grano verde a los Estados Unidos, facultando a la autoridad competente a exigir permisos, certificaciones e inspecciones con el fin de evitar la introducción de plagas o enfermedades vegetales, el cumplimiento de esta normativa condiciona la admisión del producto en el territorio estadounidense.

2.5.3 Regulación y criterios de aceptación para el café tostado

El café tostado recibe un tratamiento distinto al café verde, ya que pasa por un proceso adicional que es el tostado el cual implica la exposición del grano a altas temperaturas, lo cual elimina de manera efectiva cualquier plaga, insecto o microorganismo que pudiera haber estado presente en el grano crudo, reduciendo completamente el riesgo de propagación de plagas.

El control del café tostado en Bolivia está relacionado con la Unidad de Inocuidad Alimentaria de SENASAG, dado que se considera un producto alimenticio procesado pero el café verde se encuentra bajo la competencia de la Unidad de Sanidad Vegetal, porque se trata de un producto agrícola primario que aún no ha pasado por un proceso térmico de transformación.

El café, al ser sometido al proceso de tostado, es considerado un producto alimenticio procesado por lo cual depende de la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA), agencia del gobierno de los Estados Unidos que depende del Departamento de Salud y Servicios Humanos (HHS) que se encarga de proteger la salud pública asegurando que los alimentos, bebidas, cosméticos, medicamentos y suplementos que ingresan al país sean seguros, limpios y correctamente etiquetados.

El café tostado, en su condición de alimento procesado para consumo humano, se encuentra sujeto al control de inocuidad establecido en el 21 U.S.C. § 381 de la Federal Food, Drug, and Cosmetic Act. Dicho marco faculta a la autoridad sanitaria estadounidense a inspeccionar, muestrear, retener y analizar el producto en los puertos de entrada, así como a verificar el cumplimiento de las obligaciones preventivas del importador previstas en el Foreign Supplier Verification Program, con el fin de asegurar que el alimento no represente un riesgo para la salud humana.

2.5.4 Propuesta de un concepto diferenciador

Con el objetivo de conocer más acerca del concepto Conscious Foods From Bolivia, el uso que se le puede dar y el impacto que tiene el uso del mismo se asistió a taller denominado “Taller de transferencia de Herramientas y Metodologías para promover las Exportaciones de Productos Bolivianos” que se llevó a cabo en el Ministerio de Relaciones Exteriores”, consecuentemente se entrevistó a Ariel Miranda jefe de Proyectos Inclusivos, como se ve en el Anexo 15, se busca complementar la información del taller con aspectos más especificos y algunos relacionados al café dado que el taller era general para todos los alimentos.

Swisscontact es una organización independiente sin fines de lucro que, desde 1959, ayuda a personas y empresas privadas en países en desarrollo y emergentes para alcanzar la independencia económica a largo plazo (Swisscontact, 2019).

Esta organización es quien desarrolló un concepto importante el cual fue posible con el financiamiento de la Embajada de Suecia y Open Trade Gate Sweden como se menciona en el Anexo 15 pregunta 3. En base al taller y la entrevista que se encuentra en el Anexo 15 se puede concluir que además del valor intrínseco que puede tener un producto, este se puede potenciar desarrollando el valor extrínseco de manera que ambos en su conjunto tengan mayor potencia y se pueda llegar mejor a un mercado. Este valor extrínseco del café se puede potenciar con el concepto Conscious Foods From Bolivia, este concepto es una marca sectorial que, si bien ya existe la marca país, esta marca sectorial es especifica y está asociada con los alimentos de Bolivia.

Dicho concepto puede ser adoptado por la empresa SolPru LTDA. dado que el café está entre uno de los alimentos emblema de Bolivia que Swisscontact seleccionó, este concepto ayudaría al café a tener un Storytelling en el cual se considere a las comunidades que cultivan el café, su

biodiversidad, y origen de altura. Se ha visto en los últimos años que el mercado estadounidense ha mostrado un crecimiento sostenido en la demanda de productos sostenibles, orgánicos y con impacto social positivo. Los consumidores priorizan marcas que demuestran responsabilidad ambiental, comercio justo y apoyo a comunidades productoras. Este fenómeno responde a un cambio cultural global, donde el valor del producto ya no se mide únicamente por su calidad intrínseca, sino también por su contribución ética y ambiental.

2.5.5 Determinación del envase y embalaje

2.5.5.1 Determinación del envase y embalaje para el café en grano verde

Para la exportación de café en grano verde, pueden considerarse como envase primario las bolsas herméticas de alta barrera, diseñadas específicamente para proteger productos agrícolas secos, estas bolsas evitan el paso del vapor de agua y del oxígeno, lo cual impide que el grano absorba humedad y reduce significativamente la probabilidad de fermentación, hongos, moho o micotoxinas. El uso de este tipo de envases está plenamente aceptado por las autoridades regulatorias de Estados Unidos USDA-APHIS, ya que no están fabricados con materiales orgánicos vegetales y no representan riesgo fitosanitario alguno.

Para el embalaje, se utilizan comúnmente sacos de yute o burlap para proteger externamente el envase y facilitar su manipulación logística. Sin embargo, el uso de yute está sujeto a condiciones más estrictas de acuerdo con el 7 CFR § 319.75-2, el cual regula los llamados “artículos regulados” con potencial de albergar al escarabajo Khapra, una plaga cuarentenaria altamente peligrosa para granos y productos almacenados. Esta regulación prohíbe o restringe el ingreso de sacos de yute usados especialmente si provienen de países infestados o en riesgo por su capacidad de transportar huevos o larvas del insecto. Por esta razón, la empresa SolPru LTDA deberá asegurarse de utilizar únicamente sacos de yute nuevos, limpios y sin uso previo, o alternativamente tratados conforme a las medidas aceptadas, para evitar rechazos o retenciones en la inspección fitosanitaria al ingresar el producto a Estados Unidos, también se debe considerar la 19 CFR §134.33, conocido como la J-List, una disposición del Código de Regulaciones Federales de Estados Unidos que establece una lista de artículos exentos de la obligación de llevar el marcado del país de origen exigido por el 19 U.S.C. §1304, dentro de esa lista se incluyen los sacos y materiales de empaque hechos de yute o

arpillera en ingles burlap que se utiliza para empacar el café boliviano no necesitan llevar impreso el país de origen es decir Made in Bolivia ya que están expresamente exentos por la J-List. Sin embargo, el café contenido dentro de esos sacos sí debe ser declarado producto originario de Bolivia en los documentos aduaneros. El código de regulaciones se lo puede encontrar en el Anexo 11.

Figura 25: Características de envío de café en grano verde

Producto	Envase	Embalaje
		
Fuente: SolPru LTDA, 2025.	*Fuente: Seagro, 2025.*	*Fuente: Pixabay, 2025.*

Como se ve en la Figura 25 el café en grano verde será envasado en bolsas plásticas herméticas, que actuarán como el envase primario, garantizando la adecuada conservación del producto al protegerlo del oxígeno, la humedad y las impurezas externas. Estas bolsas se colocarán dentro de sacos de yute, que constituirán el embalaje, brindando resistencia, facilidad de manipulación y una presentación tradicional para el café verde. Finalmente, los sacos serán organizados sobre pallets para unificarlos.

Tabla 12: Especificaciones de las medidas para el paletizado del café en grano verde

Descripción	Largo (cm)	Ancho (cm)	Alto (cm)	Peso (Kg)
Saco de café	90	60	30	50,46
Pallet Americano	120	100	15	20.2

Fuente: Elaboración propia, 2025

Para el paletizado se consideraron las dimensiones del saco y del pallet americano detallados en la Tabla 12. El saco de 60 cm de ancho permite colocar dos unidades sobre el lado de 120 cm del pallet, mientras que su longitud de 90 cm solo permite una unidad sobre el lado de 100 cm. Para el apilado vertical, se tomó en cuenta la altura del saco de 50 Kg lleno 30 cm y la del pallet 15 cm, dado que la altura útil en la puerta del contenedor de 20 pies es de 228 cm, se restan los 15 cm del

pallet, quedando 213 cm disponibles al dividirlos entre los 30 cm por saco, se obtiene una capacidad de seis niveles. Se deja además un pequeño margen para facilitar la extracción, por lo que la estiba final se organizará en dos columnas de seis sacos cada una como se ve en la Figura 26.

Figura 26: Paletizado de sacos de café en grano verde



Fuente: Imagen generada con Nano Banana (IA), 2025.

El pallet es un elemento indispensable tanto para la exportación de café en grano verde como en el tostado es por eso que la empresa SolPru LTDA tiene que considerar que en Estados Unidos, la autoridad fitosanitaria nacional es el USDA-APHIS, que implementa la norma internacional ISPM 15 bajo el reglamento federal.

En el Título 7, parte 319.40 del Código de Regulaciones Federales 7 CFR 319.40 establece que todo material de embalaje de madera importado debe cumplir con los requisitos de la ISPM 15 es decir que debe estar tratado mediante tratamiento térmico o fumigación con bromuro de metilo y marcado oficialmente con el símbolo de la norma. En frontera, la agencia aduanera CBP (Customs and Border Protection) se encarga de inspeccionar los pallets que ingresan al país para verificar el cumplimiento de esta normativa. Si un pallet de madera carece de la marca ISPM 15 o presenta signos de plagas, puede ser retenido, tratado, destruido o incluso reexportado por instrucción de APHIS. Por ello, la empresa SolPru LTDA debe asegurarse de utilizar únicamente palets de madera maciza que cumplan con la ISPM 15 y que estén debidamente certificados, para evitar retrasos, observaciones o pérdidas durante el proceso de ingreso del producto a Estados Unidos. Se debe

considerar que existen excepciones a esta regulación por los materiales de embalaje no sólidos, como los pallets de plástico, contrachapado, que no están sujetos a la ISPM 15 y pueden usarse sin someterse a los tratamientos fitosanitarios exigidos, además este material no tiene el riesgo de portar alguna plaga.

2.5.5.2 Determinación del envase y embalaje para el café en grano tostado

La empresa SolPru LTDA. cuenta con dos líneas de productos: Cafivia y Katuay, ambas conformadas por granos de café de excelente calidad. La línea Katuay como se ve en la Figura 27 fue desarrollada con un enfoque orientado a la exportación a nivel interno, la empresa ya cumple con todos los requisitos de etiquetado y normativas vigentes relacionadas con la comercialización del producto, dado el pedido de 250 gramos se debe adaptar el producto a lo solicitado.

Figura 27: Envase de café Katuay



Fuente: Empresa SolPru LTDA.

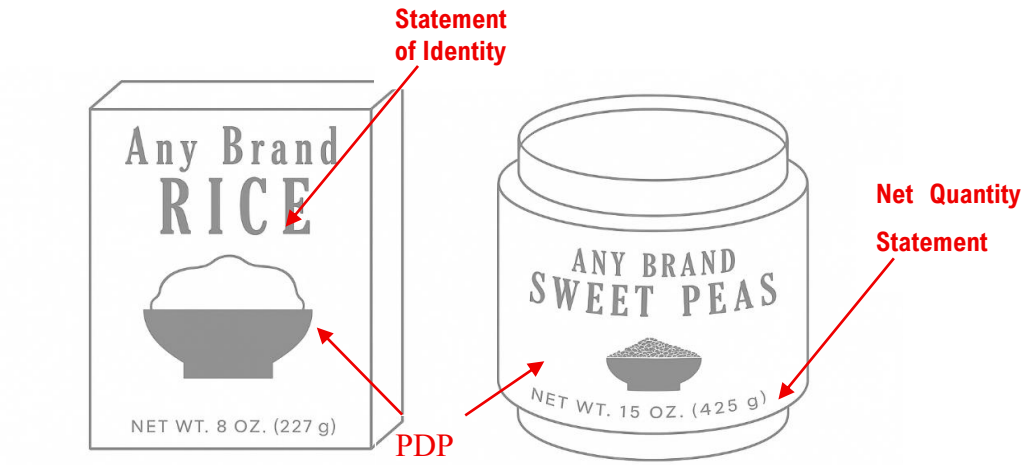
Actualmente, la empresa cumple con las normativas de etiquetado exigidas a nivel nacional, como se muestra en la Figura 27, lo que garantiza la correcta presentación y trazabilidad del producto dentro del mercado boliviano. Sin embargo, para acceder a mercados internacionales como el de Estados Unidos es necesario que el café cumpla con los requisitos de etiquetado establecidos por las autoridades competentes de dicho país, los cuales contemplan información obligatoria en

idioma inglés, datos nutricionales, país de origen, advertencias sanitarias y cumplimiento de las regulaciones de la FDA.

A) Panel principal y declaración del producto:

El panel principal, Principal Display Panel (PDP) es la parte del envase que se muestra al frente cuando el producto está expuesto en la estantería o en el punto de venta, siendo la primera área visible para el consumidor. En los casos donde el envase presenta más de una cara visible con igual exposición como en bolsas o cajas con dos frentes, ambas pueden considerarse como paneles principales alternativos, y deben incluir la información obligatoria exigida por la normativa.

Figura 28: Panel principal de productos



Fuente: U.S. Food and Drug Administration (FDA), Food Labeling Guide, 2022.

Como se observa en la Figura 28, el panel principal es la cara frontal del envase que está expuesta directamente al consumidor en el punto de venta. Este panel debe contener, de forma obligatoria, los siguientes elementos:

a) **El nombre común o usual del producto (Statement of Identity):** este debe ser claro, fácilmente legible y ubicado en una posición destacada. En el caso del presente producto, corresponde a la designación “Café Tostado” o su equivalente en inglés “Roasted Coffee”.
b) **La cantidad neta del contenido (Net Quantity Statement):** debe expresarse obligatoriamente en unidades del sistema estadounidense, utilizando la abreviación “oz” para onzas. Por ejemplo: Net Wt. 5.6 oz (160 g). La declaración en gramos en sistema métrico puede agregarse como

complemento, pero no puede sustituir el sistema tradicional, tal como lo exige el 21 CFR § 101.105(b)(2).

Este contenido debe colocarse en la parte inferior del panel principal, alineado horizontalmente y respetando los requisitos de visibilidad y prominencia regulados en 21 CFR § 101.3(a) y § 101.105(a).

1) Tamaño mínimo de letra para la cantidad neta

Según lo establecido en el 21 CFR § 101.105(h) y detallado en la página 10 de la guía de etiquetado de la FDA, el tamaño mínimo de la letra usada en la declaración de contenido neto depende del área del panel principal. La altura se mide en función de la letra "o" en minúscula, o su equivalente tipográfico. Las medidas a considerar se pueden ver en la Tabla 13.

Tabla 13: Tamaño mínimo de letra según el área del PDP

Área del panel principal (PDP)	Altura mínima de letra
≤ 5 pulgadas cuadradas	1/16 inch (≈ 1.6 mm)
> 5 hasta 25 in²	1/8 inch (≈ 3.2 mm)
> 25 hasta 100 in²	3/16 inch (≈ 4.8 mm)
> 100 hasta 400 in²	1/4 inch (≈ 6.4 mm)
> 400 in²	1/2 inch (≈ 12.7 mm)

Fuente: Elaboración propia en base a 21 CFR § 101.105(h)

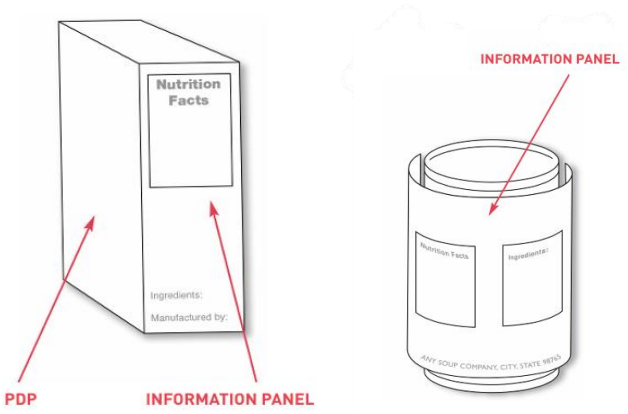
De acuerdo al envase del café tostado la empresa SolPru LTDA debe considerar el tamaño mínimo de letra según el área del panel principal que se detalla en la Tabla 13, pero además de los elementos obligatorios como el nombre del producto que es la declaración de identidad y la cantidad neta, también está permitido incluir la marca comercial del café. Si bien la normativa de la FDA 21 CFR § 101.3 no exige que la marca esté presente, su uso es común y aceptado.

Los elementos gráficos también pueden incluirse, pero no deben dificultar la comprensión ni distraer la atención del contenido obligatorio. Además, no deben inducir a error sobre el tipo de producto, su naturaleza o su contenido real. Todo diseño debe mantenerse dentro de los márgenes que aseguren una presentación clara, veraz y conforme a lo establecido en el 21 CFR § 101.15(a)(6).

B) Etiquetado en el Panel de Información

No solo la parte frontal del envase, conocida como Panel Principal de Exhibición está regulada por la normativa de la FDA, sino también la superficie contigua ubicada a la derecha del panel principal cuando el envase está orientado para su exhibición como se puede ver en la Figura 29. Esta área se denomina panel de información en inglés Information Panel también está sujeta a requisitos específicos de etiquetado. En ella deben colocarse elementos obligatorios.

Figura 29: Ubicación del panel de información de los productos



Fuente: U.S. Food and Drug Administration (FDA), Food Labeling Guide, 2022.

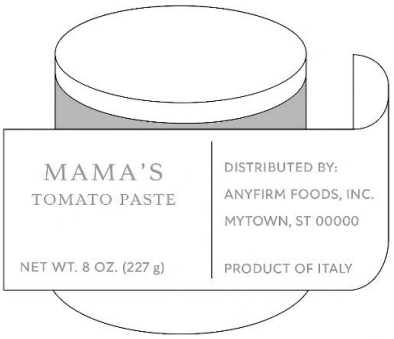
En este panel se deben observar todos los elementos de etiquetado que no figuran en el panel principal. Para el café tostado, deben considerarse los siguientes requisitos:

a) Contenido obligatorio del panel de información:

1) Lista de ingredientes, en este caso: “Café 100% tostado”.
2) Nombre y dirección del importador en Estados Unidos, precedido por la frase “Imported by” o “Distributed by” si no es el fabricante directo.
3) Ciudad, estado y código postal.
4) País de origen, por ejemplo: “Product of Bolivia”.
5) Información nutricional, para el café existe una exención válida que se establece el 21 CFR § 101.9(j)).

La aplicación se muestra en la Figura 30, donde se ilustran algunos de los elementos requeridos en esta sección de la etiqueta.

Figura 30: Elementos del panel de información



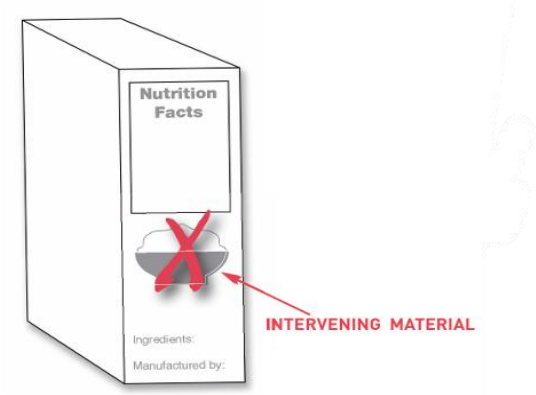
Fuente: U.S. Food and Drug Administration (FDA), Food Labeling Guide, 2022.

b) Requisitos de presentación

1 Tamaño mínimo de letra:

La altura mínima debe ser de 1/16 de pulgada (≈1.59 mm) basada en la letra minúscula "o", y las letras no deben ser más de tres veces más altas que anchas. Este requisito aplica a todo el contenido obligatorio del panel de información, como nombres, direcciones e ingredientes. (21 CFR § 101.2(c)). La normativa no exige una fuente específica, pero debe ser de impresión estándar, fácil de leer, con buen contraste respecto al fondo.

Figura 31: Material intermedio en el etiquetado de un producto



Fuente: U.S. Food and Drug Administration (FDA), Food Labeling Guide, 2022

Todos estos elementos mencionados previamente se deben observar sin ningún material intermedio entre ellos, como códigos de barras o diseños decorativos como se ve en la Figura 31 según 21 CFR § 101.2(e). Además no se deben incluir diseños decorativos, figuras ni elementos gráficos en esta sección de la etiqueta. Esta área tiene un contenido específico y obligatorio, que la empresa SolPru LTDA. debe colocar conforme a la normativa de etiquetado aplicable. La incorporación de materiales o elementos intermedios no está permitida, ya que podría generar observaciones o rechazo.

Estos son los requisitos que se aplican específicamente al café en grano tostado. Si bien existen otros elementos adicionales de etiquetado exigidos por la normativa estadounidense, muchos de ellos dependen directamente de la naturaleza del producto. En este caso, al tratarse de café tostado sin colorantes, aditivos, ni ingredientes añadidos, no se requieren advertencias especiales ni declaraciones adicionales por esta razón, se ha considerado únicamente la información que realmente aplica y es exigida por las autoridades regulatorias para este tipo de alimento como ser la FDA, de manera que el producto pueda ingresar sin restricciones al mercado de Estados Unidos. El incumplimiento de estos requerimientos podría derivar en observaciones, retenciones o incluso en la denegación del ingreso del producto en frontera.

Figura 32: Características de envío de café en grano tostado

Producto	Envase	Embalaje
		
Fuente:Keneally, 2019.	*Fuente: Bameli, 2025.*	*Fuente: Key Pack Solutions, 2025.*

La Figura 32 muestra el producto, junto con el envase y el embalaje destinados al café tostado en grano. En este caso, se trata de un tostado tipo americano, envasado en presentaciones de 250 gramos por bolsa que ingresaran 24 unidades por caja.

Tabla 14: Especificaciones de las medidas para el paletizado del café en grano tostado

Descripción	Largo (cm)	Ancho (cm)	Alto (cm)	Peso (Kg)
Envase	20	13	5	0.012
Caja	45	27	25	0.9
Pallet Americano	120	100	15	20.2

Fuente: Elaboración propia, 2025

La figura 33 muestra el paletizado de las cajas de cartón para lo cual se tomó en cuenta la altura de la puerta del contenedor, que es de 228 cm. Cada caja posee una altura de 25 cm, por lo que al apilar ocho unidades se obtiene un total de 200 cm y sumando los 15 cm de altura del pallet, la estiba alcanza 215 cm, lo que deja un margen de 13 cm para permitir la adecuada maniobra y la extracción segura de la mercancía sin obstaculizar la puerta del contenedor.

Figura 33: Paletizado de cajas café en grano tostado



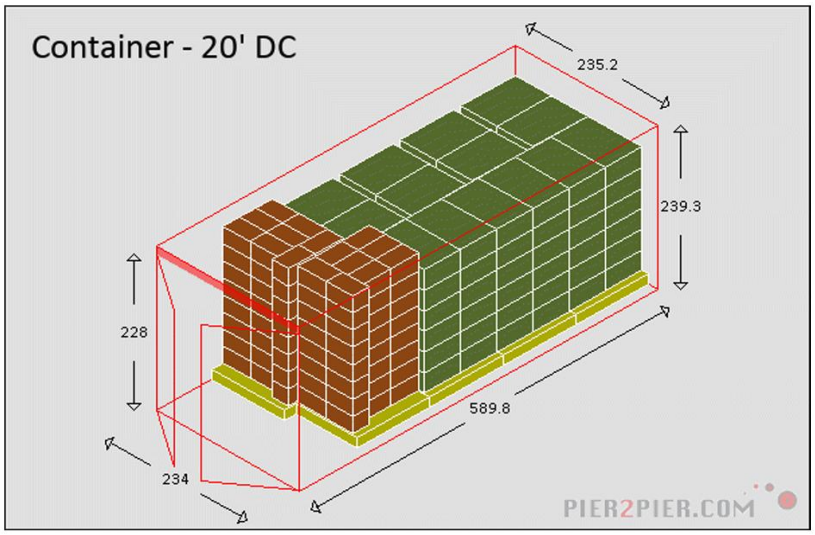
Fuente: Imagen generada con Nano Banana (IA), 2025.

Para determinar la contenerización se utilizó la herramienta Pier2Pier.com, como se puede ver en la Figura 34. La figura muestra un contenedor de 20’ DC, donde los pallets se distribuyen a lo largo de toda la longitud útil del contenedor. Se observan las alturas operativas: 228 cm en la zona de la puerta y 239,3 cm en el interior, además de un ancho aproximado de 235 cm.

La carga se acomoda de manera compacta y alineada, aprovechando el espacio disponible sin exceder los límites de ingreso y permitiendo una correcta manipulación y extracción de los pallets.

Figura 34: Contenerización de 20 pies para café en grano verde y tostado

Nombre de la carga	Largo	Ancho	Alto	Peso total	Cantidad	Color
Bolsa	90 cm	60 cm	30 cm	4200 kg	84 / 84	
caja	45 cm	27 cm	25 cm	768 kg	128 / 128	
Total : 21.54 metro cúbico / 500 cm longitud del piso utilizada				5149.8 kg	212	



Fuente: Pier2Pier.com.

2.6 IDENTIFICACIÓN DE LOS COSTOS IMPLICADOS EN EL PROCESO DE EXPORTACIÓN A ESTADOS UNIDOS.

2.6.1 Identificación de costos en la ruta de exportación en función al Incoterm seleccionado

La exportación de café en grano verde y tostado a Estados Unidos implica varios costos en función a las responsabilidades por parte del exportador según el Incoterm Free Carrier. Los costos que asumiría la empresa SolPru LTDA se detallan en el cuadro 29.

Cuadro 29: Costos de exportación

Costos asumidos por la parte exportadora
Embalaje y acondicionamiento en planta
Carguío al medio de transporte
Transporte desde la planta al Puerto de Arica-Chile
Despacho de exportación
Arribo y gestión portuaria en Puerto de Arica- Chile

Fuente: Elaboración propia en base a Incoterms 2020.

Los costos identificados en el Cuadro 29 delimitan las obligaciones económicas que corresponden al exportador en la operación de exportación de café en grano y tostado hacia el mercado de Estados Unidos, en relación con las responsabilidades establecidas por el Incoterm FCA 2020, constituyendo un punto de partida para la evaluación de la viabilidad económica del proyecto.

2.6.2 Cotización de los costos estimados por documentación y certificación

La empresa requiere un conjunto de documentos obligatorios para realizar la exportación de café hacia Estados Unidos, sin embargo, además de cumplir con estos requisitos, también puede optar por obtener diversas certificaciones internacionales específicas para el café. Estas certificaciones relacionadas con calidad, sostenibilidad y trazabilidad permiten aumentar la credibilidad del producto y favorecer una mayor aceptación dentro del mercado estadounidense, que es altamente exigente en estándares y valor agregado.

2.6.2.1 Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia (ADSIB)

En la Tabla 15 se pueden ver los costos y las especificaciones para la adquisición del Token y el certificado de la firma digital en la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia que permite firmar la documentación necesaria en las instituciones en Bolivia relacionadas con el Comercio Exterior.

Tabla 15: Costos y especificaciones para la firma digital

Nombre	Tiempo de obtención	Vigencia	Costo expresado en bolivianos (Bs.)
Certificado	Menos de 1 día	1 año	70
Token	Menos de un día	No aplica	175

Fuente: Elaboración propia en base a la visita a la ADSIB, 16/09/2025

2.6.2.2 Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones (SENAVEX)

En la Tabla 16 y 17 se detallan los costos y especificaciones documentales que se obtuvo mediante una visita a la oficina del Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones y con el apoyo de la entrevista que se puede ver en el Anexo 16.

En la Tabla 16 se pueden observar los costos que no dependen del valor de la factura de exportación.

Tabla 16: Costos fijos y especificaciones documentales

Nombre	Tiempo de obtención	Vigencia	Costo
Registro Único de Exportadores (RUEX).	2 días sin observación	3 años y 5 años para operadores Económicos Autorizados	Bs. 182
Declaración Jurada de Origen (DDJJ)	2 días sin observación	2 años	Bs. 82
Certificado de Origen de Café (OIC)	1 día sin observación	Validez para la factura de exportación	0.20 centavos de dólar mayor a 60 kilogramos de peso neto de café

Fuente: Elaboración propia en base a entrevista, Anexo 16.

En la Tabla 17 se observa el costo variable de la Certificación de Origen que depende del valor FOB de la factura de exportación. Se debe tomar en consideración que son dos costos separados uno por la certificación y otro por la emisión del mismo.

Tabla 17: Costos variables y especificaciones documentales

Nombre	Tiempo De Obtención	Vigencia	Base del Valor FOB En Dólares de la Factura de Exportación	Costo Expresado En bolivianos (Bs.)
Certificación de Origen	1 día sin observación	180 días	-	Bs. 72
Emisión del certificado de Origen			Menor a $750	Bs. 52
			$751 a $10.000	Bs. 160
			$10.001 a $50.000	Bs. 268
			$50.001 a $100.000	Bs. 376
			Mayor a $100.001	Bs. 508

Fuente: Elaboración propia en base a entrevista, Anexo 16.

2.6.3 Estimación de costos por envío del producto

Para la estimación de los costos de envío internacional, se realizó una búsqueda y consulta a empresas de transporte internacional que brindan el servicio de envío de contenedores de 20 pies, con el objetivo de obtener cotizaciones referenciales para la operación de exportación. Como resultado de este proceso, en la Tabla 18 se detallan las empresas de transporte consultadas, las cuales ofrecen este servicio y sirvieron como base para la determinación de los costos de envío considerados en el presente estudio.

Tabla 18: Costos de transporte internacional terrestre

Empresa	Costo por viaje (USD)	Tiempo de tránsito	¿Retiro en planta?	Años de experiencia
Transportes Ocaña LTDA	1.800	5	Si	25
Carriver Servis	1.500	5	No	27
Fortaleza Internacional SRL	1.600	6	Si	15
Trans Global SRL	1.500	6	No	30
Loads Logistics	2.200	4	Si	12

Fuente: Elaboración propia en base cotizaciones Anexo 33 y cotizaciones estimadas en visita a sus oficinas.

La Tabla 18 se elaboró con base en cotizaciones obtenidas a través de los números de contacto de las empresas de transporte internacional, y de manera complementaria las cotizaciones se obtuvieron a través de visitas presenciales a las oficinas de las empresas de transporte.

3 VIABILIDAD DEL PROYECTO

3.1 VIABILIDAD TÉCNICA

La empresa SolPru LTDA. actualmente se encuentra en operación y, al dedicarse a la distribución y comercialización de café a nivel nacional, dispone de diversos recursos que se pueden ver en el Cuadro 30. Se consideran los recursos actuales con los que cuenta la empresa para esta evaluación con el fin de determinar los elementos adicionales necesarios para completar de manera adecuada el proceso de exportación.

Cuadro 30: Recursos de la empresa SolPru LTDA

Recursos Materiales	Recursos Humanos	Recursos Técnicos	Recursos Tecnológicos
Planta de producción	Gerente General	Testimonio de Constitución Legal	Computadoras de escritorio
Café pergamino	Jefe de Planta	Matricula de Comercio	Impresora
Bolsas herméticas	Asistente Administrativo Comercial	Número de Identificación Tributaria (NIT)	Sistema de facturación electrónica
Latas	Encargado Financiero	Licencia de Funcionamiento	Red Wi-Fi interna
Doypack con zipper y válvula	Encargado Comercial	Certificado de Registro Sanitario – SENASAG	
Cajas de cartón corrugado	Operadores de Planta	Certificado de Inocuidad Alimentaria	
Dosificadora para café tostado		Certificado Fitosanitario de Exportación (CFE)	

(continúa)

(continuación)

Recursos Materiales	Recursos Humanos	Recursos Técnicos	Recursos Tecnológicos
Zarandas			
Báscula industrial			
Tostadora			
Empacadora dosificadora			
Etiquetadora			
Trilladora			

Fuente: Elaboración propia en base a información de la empresa SolPru LTDA

La empresa requiere de recursos que anteriormente no poseía, ya que su operación estaba orientada exclusivamente al mercado nacional, sin embargo, el proceso de exportación demanda una ampliación significativa de estos elementos, en el Cuadro 31 se contemplan los recursos materiales, humanos, técnicos y tecnológicos que deberán incorporarse para posibilitar el desarrollo adecuado de la actividad exportadora.

Cuadro 31: Recursos propuestos para la exportación de café en grano verde y tostado a Estados Unidos

Propuesta	Recursos Materiales	Recursos Humanos	Recursos Técnicos	Recursos Tecnológicos
Certificado de firma digital			X	
Token				X
Registro Único de Exportador			X	
Habilitación de Operador de Comercio Exterior			X	
Certificado de Origen de Café (OIC)			X	
Certificación de Origen			X	
Emisión del Certificado de Origen			X	
Diseño de Factura Comercial			X	
Diseño de lista de empaque			X	
Modelo de Contrato de Compraventa Internacional			X	
Uso del concepto Conscious Foods From Bolivia			X	
Bolsas herméticas	X			
Sacos de yute	X			
Cajas de cartón	X			
Cintas de embalaje	X			
Plástico	X			
Pallets	X			
Transporte Internacional	X			
Declaración de exportación			X	
Declaración Jurada de Valor de Exportación			X	

(continúa)

(continuación)

Propuesta	Recursos Materiales	Recursos Humanos	Recursos Técnicos	Recursos Tecnológicos
Servicio de asistencia al control de Tránsitos			X	
Manejo de contenedor en Arica			X	

Fuente: Elaboración propia en base a la guía para la presentación de trabajo de grado, 2025.

3.1.1 Recursos materiales

En el Cuadro 32 los recursos materiales necesarios para el desarrollo del proyecto, especificando los insumos, equipos, herramientas e infraestructura requerida. Este análisis permitirá identificar de manera precisa los elementos físicos indispensables para la ejecución de las actividades, garantizando que su disponibilidad y características técnicas sean adecuadas para alcanzar los objetivos planteados.

Cuadro 32: Recursos materiales para la exportación de café

Recurso	Cantidad	Medida	Especificaciones
Café en grano verde	4,2	Toneladas	El café en grano verde, conocido como oro verde, debe ser originario de La Paz-Bolivia, cultivado entre 1.300 y 1.700 msnm, libre de pesticidas. La humedad debe mantenerse entre 10% y 12%.
Café en grano tostado	0.768	Toneladas	El café tostado debe ser originario de La Paz Bolivia, provenir de cultivos sin pesticidas y presentar un tostado tipo americano obligatoriamente.
Bolsas Grain pro	84	Unidades	Bolsas de alta barrera, diseñadas específicamente para almacenar hasta 50 kg de café en grano verde que protejan el producto contra humedad, plagas y contaminación externa.
Sacos de yute	84	Unidades	Capacidad para 50 kg de café verde y estar fabricados con fibra natural resistente, permitiendo adecuada ventilación del producto.
Empaques	3.072	Unidades	Bolsas multilaminadas con capacidad para 250 gramos, provistas de válvula desgasificadora y sellado hermético para preservar la calidad del producto. Cada empaque debe incorporar un diseño de etiqueta conforme a los requisitos de rotulado aceptados en Estados Unidos
Cajas	128	Unidades	Cajas de cartón con medidas de 45 cm de largo, 27 cm de ancho y 25 cm de alto, elaboradas en cartón corrugado resistente.
Cinta de embalaje	3	Unidades	Debe ser transparente y contar con una longitud mínima de 100 yardas por rollo

(continúa)

(continuación)

Recurso	Cantidad	Medida	Especificaciones
Pallet	9	Unidades	Pallet americano con medidas de 120 cm por 100 cm, fabricado en madera tratada y certificada con el sello IPPC–ISPM 15, o en su defecto pallet americano de plástico.
Contenedor	1	Unidad	Contenedor Dry Van de 20 pies, con estructura metálica cerrada y en buen estado operativo
Transporte	1	Unidad	Unidad de transporte que cuente con el servicio de La Paz-Bolivia, hasta el puerto de Arica en Chile.

Fuente: Elaboración propia en base al Cuadro 31.

3.1.2 Recursos humanos

Para el proceso de exportación se requiere la participación de diversos recursos humanos que intervienen en las etapas de producción, logística y gestión documental, estos recursos se detallan en el Cuadro 33, donde se especifican los cargos y funciones necesarios para llevar a cabo la exportación de café de manera adecuada.

Cuadro 33: Recursos humanos para la exportación de café

Recurso	Cantidad	Especificaciones
Operadores de Planta	3	Realizan selección, envasado, sellado, armado de cajas y paletizado del café
Jefe de Planta	1	Supervisa producción, envasado, paletizado y control de calidad del café
Gerente General	1	Supervisa el proceso de exportación y aprueba decisiones comerciales y logísticas.

Fuente: Elaboración propia en base al Cuadro 31.

3.1.3 Recursos técnicos

Para el proceso de exportación de café se requiere la obtención y elaboración de diversos documentos técnicos y administrativos que permiten cumplir con las exigencias legales, aduaneras y comerciales del mercado internacional. Estos documentos varían en función del tipo de producto a exportar y de los requisitos específicos del país de destino. En el Cuadro 34 se detallan los documentos necesarios para llevar a cabo la exportación de café de manera adecuada.

Cuadro 34: Recursos técnicos para la exportación de café

Recurso	Cantidad	Finalidad
Certificado de firma digital	1	Permite firmar electrónicamente trámites y documentos de exportación en plataformas del Estado.
Token		Dispositivo de seguridad que valida la identidad del exportador para realizar firmas digitales
Registro Único de Exportador		Habilita oficialmente a la empresa para realizar exportaciones desde Bolivia
Habilitación de Operador de Comercio Exterior		Autoriza a la empresa a operar dentro del sistema aduanero para actividades de exportación.
Certificado de Origen de Café (OIC)		Documento requerido para demostrar que el café es de origen boliviano según regulación internacional.
Certificación de Origen		Acredita el país de origen del producto para acceder a beneficios arancelarios o cumplir requisitos del importador.
Diseño de Factura Comercial		Elaboración del formato oficial de factura para operaciones de comercio exterior.
Diseño de lista de empaque		Preparación del documento que detalla cantidad, peso, volumen y distribución de la carga exportada
Modelo de Contrato de Compraventa Internacional		Documento base que define obligaciones
Uso del concepto Conscious Foods From Bolivia		Identidad para promover productos bolivianos en mercados internacionales.
Declaración de exportación		Documento aduanero que registra y formaliza la salida del café del país ante la Aduana Nacional.
Declaración Jurada de Valor de Exportación		Documento que detalla el valor del producto y sustenta la valorización comercial requerida por Aduana.
Servicio de asistencia al control de Tránsitos		Apoyo técnico durante inspecciones, verificaciones o controles aduaneros relacionados con el transporte de la carga.
Almacén en Arica		Servicio externo para la recepción, resguardo y manejo operativo de la carga antes de su embarque internacional.

Fuente: Elaboración propia en base al Cuadro 31.

3.2 VIABILIDAD ECONÓMICA

La presente viabilidad económica se elabora en función de la propuesta de exportación de un contenedor de 20 pies que incluye café en grano verde y café en grano tostado. La operación contempla el envío de 84 sacos de café en grano verde, distribuidos en 7 pallets, además de 128 cajas de café en grano tostado, organizadas en 2 pallets, completando así la carga total del contenedor. Todos los costos e ingresos proyectados se estructuran tomando como referencia este volumen específico de exportación, lo que permitirá determinar la rentabilidad y sostenibilidad económica del proyecto para la empresa en su incursión en el mercado internacional.

En la Tabla 19 se presentan los costos correspondientes a la obtención de los documentos requeridos para el proceso de exportación, dado que se trata de un solo envío, consignado en una sola factura comercial y transportado en un único contenedor, solo será necesario tramitar un

ejemplar de cada documento. Asimismo, el costo del Certificado OIC fue calculado en función de los datos contenidos en la Tabla 16 y 17, considerando el volumen total exportado de 4.968 kg, que incluye tanto café en grano verde como café tostado, todos los valores fueron expresados en dólares estadounidenses, aplicando el tipo de cambio oficial de Bs 6,96, el cual se encuentra vigente y corresponde al tipo de cambio que SENAVEX utiliza para sus cálculos.

Tabla 19: Costos documentales para la exportación de café en grano verde y tostado

Nombre del documento	Costo en Bs
Declaración Jurada de Origen	82,00
Certificado de Origen	376,00
Certificado Café – OIC	115,26
Certificado de Salida	120,00
Costo Total	**693,26**

Fuente: Elaboración propia en base a la Tabla 16 y 17.

En la Tabla 20 se pueden ver los costos por el uso del contenedor de 20 pies de acuerdo con la cotización de la naviera Mediterranean Shipping Company que se puede ver en el Anexo 32 los costos se presentan en moneda extranjera como nacional detallando el uso del contenedor.

Tabla 20: Costos asociados al uso de contenedor para transporte internacional

Detalle	Costo en USD	Costo en Bs
Contenedor	100,00	696,00
Gate out	155,00	1.078,80
Container Lining	50,00	348,00
Costo Total	**305,00**	**2.122,80**

Fuente: Elaboración propia en base al Anexo 34.

La Tabla 21 muestra los costos que se la empresa exportadora asume en el puerto de Arica en Chile para cumplir con lo establecido en el Incoterm Free Carrier 2020. Los costos son en base al tarifario oficial de la Terminal Puerto Arica de acuerdo a la faena detallada.

Tabla 21: Costos asociados a la Terminal Puerto Arica

Detalle	Costo en USD	Costo en Bs
Recepción de contenedores full	305,16	2.123,91
Documentos de recepción de carga	45,34	315,57
Costo Total	**350,50**	**2.439,48**

Fuente: Elaboración propia en base al Anexo 35.

La Tabla 22 detalla los costos que debe cubrir la empresa SolPru LTDA., para la exportación de un contenedor de 20 pies de acuerdo con el Incoterm Free Carrier Puerto Arica.

Tabla 22: Contabilización de costos y determinación de precio FCA

Detalle	Costo Unitario	Cantidades Unitarias	Costo Total en Bs
Costo de producción de café en grano verde de 50 kg	2.250	84	189.000,00
Bolsas Grain Pro de 50 kg	35	84	2.940,00
Sacos de yute de 50 kg	38	84	3.192,00
Costo del café verde acondicionado para exportación	2.323		195.132,00
Costo de producción de café en grano tostado de 250 g	45	3.072	138.240,00
Empaque para las bolsas de 250 g	2,30	3.072	7.065,60
Cajas de cartón (24 unidades por caja)	12	128	1.536,00
Cinta de embalaje para 128 cajas	18	3	54,00
Costo del café tostado acondicionado para exportación	77		146.895,60
Valor en fábrica o Ex Works			342.027,60
Pallets	980	9	8.820,00
Gastos de contenedor			2.122,80
Documentos de exportación			693,26
Carga y transporte hacia el puerto de Arica, Chile			12.600,00
Servicios operativos portuarios por entrega en puerto de Arica			2.439,48
Valor FCA patio de contenedores puerto de Arica			368.703,14
Margen de utilidad 30%			158.015,63
Precio de venta FCA			**526.718,77**

Fuente: Elaboración propia en base a información proporcionada por SolPru LTDA, Bolsa Grain pro (Ver Anexo 27,). Saco de yute 21 Gramos Company (Ver Anexo 28), Grupo Empresarial Sagitario (Ver Anexo 29), Cartonbol (Ver Anexo 30), Librería IRBE (Ver Anexo 31), Transportadora (Ver Anexo 32), cotización con transporte Ocaña (Ver Anexo 33), Mediterranean Shipping Company (Ver Anexo 34,) Terminal Puerto Arica (Ver Anexo 35).

La Tabla 22 se elaboró para determinar el precio de venta bajo el Incoterm FCA, seleccionado previamente debido a que la empresa es nueva en actividades de exportación y se encuentra planificando su primer envío internacional. En este contexto, se decidió calcular el precio únicamente hasta el punto FCA, a fin de evitar que la empresa asuma responsabilidades logísticas más avanzadas que podrían exceder su capacidad operativa y generar riesgos de incumplimiento frente al posible comprador, quien además cuenta con experiencia en logística internacional, por lo que este Incoterm no representa ninguna dificultad para la contraparte, para la determinación del precio, se recopilaron cotizaciones de diversas empresas y proveedores de distintos rubros, con el fin de obtener valores actualizados tanto de servicios logísticos como de insumos necesarios

para la exportación, dado que Bolivia es un país mediterráneo, el proceso necesariamente requiere transporte internacional terrestre hasta el Puerto de Arica, en Chile, punto de salida definido para la exportación. En el cálculo se consideró la llegada del transporte contratado hasta dicho puerto, así como los costos de manipulación y movimiento del contenedor dentro del Terminal Portuario de Arica, incluyendo las operaciones necesarias hasta que el contenedor sea ubicado en la ruma correspondiente.

Se hizo uso del indicador costo-beneficio, el cual permite evaluar la relación entre los beneficios obtenidos y los costos incurridos en un proyecto. Este indicador fue calculado en base a la información consolidada en la Tabla 22, que reúne los costos necesarios para la determinación del precio de venta bajo el Incoterm FCA. El empleo de este indicador permitió estimar la viabilidad económica de la exportación considerando los recursos invertidos y los retornos esperados.

Tabla 23: Costo Beneficio de la propuesta

Detalle	Valor en Bs
Ingresos	526.718,77
Costos	368.703,14
Costo Beneficio	1,4286

Fuente: Elaboración propia en base a Tabla 22.

La Tabla 23 muestra los resultados del indicador costo-beneficio correspondiente a la propuesta de exportación. Los ingresos alcanzarían los Bs. 526.718,77 mientras que los costos asociados al proceso ascienden a Bs. 368.703,14. A partir de estos valores se obtuvo un ratio costo-beneficio de 1,4286, lo cual indica que el proyecto recupera la totalidad de la inversión y genera un beneficio adicional de Bs 0,4286 por cada boliviano invertido, como el valor del indicador es superior a 1, se concluye que la propuesta es económicamente viable, porque los beneficios superan a los costos, demostrando la factibilidad de ejecutar la exportación bajo las condiciones establecidas.

CAPÍTULO: 4

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1 CONCLUSIONES

La presente investigación tuvo como finalidad principal transformar un proceso complejo y nuevo para la empresa SolPru LTDA, la exportación de café en un manual claro, ordenado y aplicable que le permita incursionar con éxito en un mercado internacional. Para cumplir este objetivo, se abordaron de manera integral los aspectos legales, logísticos y comerciales que intervienen en la exportación tanto de café en grano verde como de café tostado, identificando las normativas que regulan su salida del territorio boliviano y su ingreso a los Estados Unidos.

Se identificaron y analizaron las instituciones y agencias más relevantes dentro del proceso exportador, entre ellas SENAVEX, SENASAG, FDA y USDA–APHIS, determinando sus funciones, requisitos y la documentación que cada una exige para garantizar el cumplimiento normativo en ambos países. Asimismo, se obtuvieron los códigos arancelarios y las disposiciones regulatorias vinculantes a la exportación de café, asegurando que el producto cumpla con los estándares legales y sanitarios requeridos en el mercado de destino.

En el ámbito logístico, se estableció la ruta que debe seguir la mercancía desde Bolivia hasta el almacén del comprador en Estados Unidos, considerando puertos, modalidades de transporte, procesos de consolidación, requisitos de empaque y adaptación del producto para su envío internacional. Finalmente, en el componente comercial se incorporaron elementos esenciales como el concepto Conscious Foods from Bolivia, las etapas de una negociación internacional y los medios y formas de pago utilizados en el comercio exterior.

Todos estos elementos fueron integrados en función de dotar a la empresa SolPru LTDA. de una herramienta práctica que le permita pasar de operar exclusivamente en el mercado nacional a ingresar a un mercado extranjero sin perderse entre la multiplicidad de instituciones, regulaciones, documentos, medios de transporte y particularidades de las negociaciones internacionales. De este modo, el objetivo general de elaborar un manual de procedimientos para la exportación de café al mercado estadounidense se cumplió plenamente, proporcionando a la empresa una guía estructurada que facilita su transición hacia el comercio internacional.

- En función al análisis de la situación actual de la empresa SolPru LTDA., se determinó que la misma se encuentra legalmente constituida y cuenta con algunos requisitos necesarios para participar en procesos de exportación, como el certificado fitosanitario emitido por el SENASAG para la exportación de café en grano verde, sin embargo, aún debe cumplir con otros procedimientos para habilitarse plenamente como empresa exportadora. Asimismo, se evidenció que sus operaciones dependen principalmente del mercado nacional, lo que representa un riesgo comercial, no obstante, el análisis interno y externo realizado permitió identificar oportunidades para su participación en el mercado internacional del café.
- Se identificaron los requisitos necesarios para exportar al mercado de Estados Unidos, iniciando con la habilitación de la empresa como exportadora, los documentos requeridos para su establecimiento como tal. Asimismo, se identificaron las instituciones bolivianas involucradas en este proceso y la documentación necesaria para llevar a cabo la exportación. De igual manera los requerimientos legales establecidos por Estados Unidos, contenidos en el United States Code (USC) y el Code of Federal Regulations (CFR), donde se establecen las disposiciones que se deben cumplir para la exportación del producto. Todo fue analizado en función de las características del café en grano verde y tostado, evidenciando que los requisitos identificados corresponden específicamente a este producto y pueden variar para otros bienes de exportación.
- La empresa SolPru LTDA. cuenta actualmente con un posible cliente en Estados Unidos, sin embargo, con el propósito de ampliar sus oportunidades comerciales y no depender de una sola opción, se procedió a identificar y seleccionar otros potenciales compradores dentro del mismo mercado. Esta selección se realizó mediante el uso de herramientas digitales especializadas que permiten analizar la demanda, los volúmenes de compra y la capacidad de importación de diversas empresas estadounidenses, de esta manera, se identificaron compradores cuyas necesidades pueden ser cubiertas por la capacidad productiva y logística de SolPru LTDA, tanto para café en grano verde como para café en grano tostado. Los resultados de este proceso, incluyendo las listas de importadores seleccionados, se presentan en las Tablas 8 a la 11, las cuales constituyen una referencia clave para la estrategia comercial de la empresa en el mercado estadounidense.

- Se determinaron los procedimientos necesarios para la operación de exportación, incorporando las etapas que conforman una negociación internacional, destacando la toma de contacto como una de las fases iniciales más relevantes, así como las principales cláusulas que estructuran un contrato de compraventa internacional, haciendo énfasis en la cláusula de fuerza mayor, con el fin de orientar a la empresa en la correcta formalización de acuerdos comerciales fuera del país. Asimismo, se determinó la ruta de distribución para la exportación del producto hacia Estados Unidos, tomando como punto de partida la fábrica de la empresa SolPru LTDA. hasta el almacén del comprador ubicado en el Estado de Florida. De igual manera, se seleccionó el Incoterm Free Carrier (FCA) versión 2020, al considerarse el término más adecuado de acuerdo con las responsabilidades que la empresa exportadora puede asumir.
- Se determinaron las características del producto de exportación en función a los requisitos que deben cumplirse para su aceptación en el mercado estadounidense, requerimientos que pueden verificarse mediante las certificaciones exigidas para productos destinados al consumo, así también las agencias encargadas de su regulación en Estados Unidos, como el Servicio de Inspección Sanitaria de Animales y Plantas (APHIS) y la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA). Asimismo, se incorporaron aspectos adicionales que permiten otorgar al producto un valor intrínseco que lo diferencie en el mercado internacional, como la posible incorporación de la marca sectorial “Conscious Food from Bolivia”, iniciativa que se impulsa en el país y que puede fortalecer la imagen del producto en el exterior. De igual manera, se identificó la forma en que ambos productos deben presentarse físicamente para su exportación, incluyendo las condiciones de preparación, empaque y embalaje, destacándose especialmente el uso adecuado de pallets.
- El análisis económico realizado demuestra que la propuesta de exportación presenta una viabilidad financiera sólida, sustentada en un indicador costo-beneficio de 1,4286. Este resultado confirma que la operación no solo permite recuperar la inversión realizada, sino que también genera un beneficio adicional por cada unidad monetaria invertida. La estructura de costos, definida con base en el Incoterm FCA y apoyada en cotizaciones reales de servicios y suministros necesarios para la exportación, permitió obtener un escenario económico realista y ajustado a las capacidades operativas de la empresa. La evidencia

cuantitativa respalda que la empresa, aun siendo nueva en actividades de comercio exterior, cuenta con condiciones favorables para iniciar su primera exportación de café bajo un esquema logístico adecuado a su nivel de experiencia. La rentabilidad obtenida refleja que el proyecto no solo es factible en términos económicos, sino que además constituye una oportunidad estratégica para la consolidación y futura expansión de la empresa en mercados internacionales.

2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda que la empresa mantenga un control permanente sobre toda la documentación requerida para la exportación. Existen documentos que se emiten específicamente para cada operación exportadora y otros que tienen un carácter general y se utilizan de manera continua. Por ello, es fundamental que SolPru LTDA verifique de forma periódica que ninguno de estos documentos haya expirado, ya que la vigencia vencida de un registro, certificado o permiso puede frenar o impedir completamente el proceso de exportación. Mantener un seguimiento constante y actualizado de la documentación reducirá riesgos operativos y garantizará la continuidad de las operaciones internacionales.
- Resulta conveniente una investigación de mercado para identificar oportunidades en otros destinos internacionales, especialmente en regiones con alta demanda de café como el mercado europeo. Para avanzar hacia una diversificación de mercados, la empresa debe llevar a cabo un análisis detallado de los requerimientos legales, normativos y sanitarios que la Unión Europea exige para el ingreso de alimentos. Este destino es particularmente estricto en temas de inocuidad, trazabilidad, niveles permitidos de contaminantes, certificaciones y etiquetado, por lo que cualquier intención de exportar a Europa debe estar respaldada por un estudio técnico que determine su viabilidad. Esta evaluación permitirá conocer los ajustes necesarios, los costos de adecuación y el potencial beneficio de expandir las operaciones hacia esta región.
- La empresa SolPru LTDA debería considerar la obtención de certificaciones internacionales como Bird Friendly, SPP, USDA Organic, entre otras que contribuyen a fortalecer el posicionamiento del café en mercados exigentes. Estas certificaciones otorgan

un valor agregado al producto, ya que acreditan prácticas responsables, calidad diferenciada y atributos relacionados con sostenibilidad, trazabilidad y origen, aspectos que actualmente son altamente valorados y cada vez más requeridos a nivel mundial. Si bien la obtención de estas certificaciones implica costos y procesos rigurosos, SolPru LTDA posee un potencial significativo debido a las características de su café de altura, por lo que contar con dichas etiquetas podría ampliar sus oportunidades comerciales y mejorar su competitividad en mercados internacionales.

- Se podría realizar un análisis financiero exhaustivo en el futuro, con el propósito de evaluar la ampliación de su capacidad operativa y productiva. Este estudio permitiría determinar la viabilidad de incrementar volúmenes de exportación conforme la empresa vaya creciendo exportación tras exportación, identificando inversiones necesarias, costos asociados, retorno esperado y posibles fuentes de financiamiento. Contar con esta proyección financiera facilitará la toma de decisiones estratégicas orientadas a sostener un crecimiento gradual y fortalecer la presencia de SolPru LTDA en mercados internacionales.
- A medida que SolPru LTDA aumente su volumen de exportación y gane experiencia en el comercio internacional, podrá considerar el uso de Incoterms que impliquen asumir una mayor responsabilidad en la operación logística. Esto podría permitirle obtener un margen adicional de ganancia al encargarse de etapas adicionales del transporte o del seguro. Sin embargo, este paso debe darse únicamente cuando la empresa cuente con la capacidad técnica, operativa y financiera para gestionar dichas obligaciones sin generar riesgos innecesarios. El crecimiento progresivo y la experiencia acumulada serán factores clave para determinar el momento adecuado para ampliar su participación en el proceso logístico internacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acosta, A. L. (2017). *publicaciones: core.ac.uk.* core.ac.uk: https://files01.core.ac.uk/download/pdf/326423549.pdf

Altschul, C. (1999). *Dinámica de la negociación estratégica.* Buenos Aires: Ediciones Granica.

Aranda, M. M., Cuevas, M. d., & Vera, A. D. (2024). Análisis documental un proceso de apropiación. *Digital Universitaria*, 11.

Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación* . Caracas: Episteme.

Arias-Odón, F. (2023). Investigación documental, investigación bibliométrica y revisiones.

Asamblea Legislativa Plurinacional de Bolivia. (1999). *Ley General de Aduanas* . La Paz: Gaceta Oficial de Bolivia.

Asociación Nacional del Café. (2016). *Guía de variedades de café.* Guatemala: Asociación Nacional del Café.

Bach, A. R. (2017). *Medios de Pago Internacional.* Parinfo.

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales.* Metodologíade la investigaciónadministración, economía, humanidadesy ciencias sociales: Pearson.

Bertomeu, P. F. (2016). La entrevista. 11.

Cano, J. A., & Rojas, J. J. (Mrazo de 2017). *Scielo.* https://scielo.pt/scielo.php?pid=S1646-59542017000100008&script=sci_arttext

Carvajal, P. A. (2019). *Buen vivir, cuidado de la casa común y reconciliación.* Pontificia Universidad Javeriana.

Castillo, L. (2002). *Uv.este macas.* uv,est: https://www.uv.es/macas/SR2.pdf

Chiavenato, I. (2001). *Administración.* McGraw-Hill.

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. (2019). *Clasificación internacional de las medidas no arancelarias.* Ginebra: Naciones Unidas.

Cortes, I. y. (2004). *Generalidades sobre Metodología.* Universidad Autónoma del Carmen.

De la Hoz Correa, P. A. (2014). *Generalidades de Comercio Internacional.* Medellín: Centro Editorial Esumer.

Echeverri, D. B. (2005). Café para cardiólogos. *Revista Colombiana de Cardiología*.

Enciclopedia Británica. (2024). *Estados Unidos*. Enciclopedia Británica: https://www.britannica.com/place/United-States

Esteban Navarro, M. A. (1995). Fundamentos epistemológicos de la clasificación documental. *1*, 81-101.

Europea, U. (18 de Octubre de 2024). *blog:Universidaddeeuropa*. Universidaddeeuropa: https://universidadeuropea.com/blog/packing-list-que-es/

Exportadores, A. d. (13 de Diciembre de 2023). *ADEX*. https://adex.edu.pe/nota/tipos-operaciones-aduaneras/

Foodcom. (2024). *Foodcom.pl es.* Foodcom.pl: https://foodcom.pl/es/term/documentacion-de-exportacion/

Galic, D. (13 de Junio de 2021). *Analítica y datos:zendesk.* Zendesk: https://www.zendesk.es/blog/create-data-rich-customer-profile/

Gonzalez, S. R. (2015). https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/84474714/sarlirfo-912015-libre.pdf?1650380685=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAnalisis_FODA_Swot_analysis.pdf&Expires=1746460708&Signature=aFTdw980J-pPN21dq~yHjN1dc~SXLUA4Vl8lMvHvJ7L8d0dtrSBb9TASiVG

Grisales, C. S. (2013). *repositoty: unilasallista.* unilasallista: https://repository.unilasallista.edu.co/server/api/core/bitstreams/6c2687b3-bdd0-4139-bd39-7e6938c8d820/content

Guillaume, S. (2017). *El análisis PESTEL asegure la continuidad de su negocio.* Bruselas: 50Minutos.es.

Guillermo, C. d. (2008). *Diccionario jurídico elemental.* Buenos Aires: Heliasta.

Gutierrez, R. L. (2021). *Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario.* Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación* . México D.F.: McGraw Hill Education.

Hernández, M. D., Garrido, C. A., Martín, N. M., & Gómez, L. S. (11 de Febrero de 2014). *2uca.edu.sav media.* 2uca.edu.sav: http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf

International Trade Administration. (s.f.). *Commercial innvoice: trade.gov*. trade.gov: https://www.trade.gov/commercial-invoice

James A.F. Stoner, R. E. (1996). *Administración.* Pearson.

Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia.* Pearson.

Kume, H. (2002). *Herramientas estadísticas básicas para el mejoramiento de la calidad.* Noma.

Legislativo, P. (1990). *Ley General de Aduanas.*

Lewicki, R., & Hiam, A. (2006). *Mastering business negotiation : a working guide to making deals and resolving conflic.* Jossey-Bass.

Lomas, O. L. (2015). *media: aglutinaeditores.* aglutinaeditores: https://www.aglutinaeditores.com/media/resources/public/6f/6fb4/6fb463e1747841c390d3bd97a628be3c.pdf

Macchione Saes, M. S., & Nakazone, D. (2003). Estudio de competitividad de las cadenas integradas en el Brasil: Impacto de las zonas de libre comercio en la cadena de café. 58.

Maradiaga, J. R. (2015). *Academia edu.* https://www.academia.edu/93482465/T%C3%A9cnicas_de_investigaci%C3%B3n_documental

Marco, F., & Loguzzo, H. A. (2016). *biblioteca: unaj.edu.ar.* unaj.edu.ar: https://biblioteca.unaj.edu.ar/wp-content/uploads/sites/8/2017/02/Introduccion-gestion-y-administracion-organizaciones.pdf

Martín, M. d. (2020). *dialnet.unirioja.es*. dialnet: https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7482242.pdf

Medina Romero, M., Rojas León, R., Bustamante Hoces, W., Loaiza Carrasco, R., Martel Carranza, C., & Castillo Acobo, R. (2023). *Metodología de la investigación.* Puno: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C.

Mendoza Roca, C., Alfaro Díaz, J., & Paternina Arboleda, C. (2015). *Manual práctico para gestión logística.* Barranquilla: Editorial Universidad del Norte.

Mendoza, F. (29 de Octubre de 2022). https://es.scribd.com/document/856499045/Word-1-11-Plantillas

Metrológico, T. d. (1 de Septiembre de 2023). *productos: pharmatech.es*. pharmatech.es: https://www.pharmatech.es/productos/20230901/herramientas-estadisticas-en-el-laboratorio

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). *Formas y medios de pago internacionales.* Dirección Nacional de Desarrollo de Comercio Exterior.

Miranda, J. A. (1 de Octubre de 2024). *Hoy en mercadotecnia: Merca 2.0*. Merca 2.0: https://www.merca20.com/dia-internacional-del-cafe-2024-ranking-de-los-principales-productores-de-cafe-a-nivel-mundial/

Molina, B. E., Sánchez, Z. M., Domínguez, D. d., Leal, K. M., Toledo, M. M., & Gutiérrez, M. A. (2019). *Fundamentos de Mercadotecnia.* Lucia G. León Brandi.

Mora Delgado, J., Gómez Martínez, M. J., & Rodríguez Rodríguez, P. (2019). *Retrospectiva del café en mesoamerica y Colombia:.* Ibagué: Sello Universidad del Tolima.

Morales Leija, L. P. (2015). *La importancia de las herramientas digitales para la educación.*

Mordor Intelligence. (2024). *United States Coffee Market - Size, Share & Industry Analysis*. Mordor Intelligence: https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/united-states-coffee-market

National Geographic. (29 de Septiembre de 2023). *Medio ambiente: National Geographic*. National Geographic: https://www.nationalgeographicla.com/medio-ambiente/2023/09/quienes-son-los-principales-productores-y-consumidores-de-cafe-en-el-mundo

Organización Internacional del Café. (2019). *Crecer para prosperar: viabilidad económica como catalizador de un sector cafetero.* Londres: Organización Internacional del Café.

Organización Internacional del Café. (2021). El Valor del Café. *Panorama general del Informe de la OIC*, 22.

Pérez, B. L., & Ortiz, S. L. (2016). *repositorio: uaeh.edu.mx.* uaeh.edu.mx: https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/huejutla/article/download/318/4703

Perfect Daily Grind. (16 de Abril de 2022). Perfect Daily Grind: https://perfectdailygrind.com/es/2022/04/16/guia-produccion-de-cafe-en-tanzania/

Perfect Daily Grind. (17 de Mayo de 2022). *Perfect Daily Grind*. https://perfectdailygrind.com/es/2022/05/17/produccion-cafe-en-bolivia/

Perfect Daily Grind. (14 de Junio de 2024). Perfect Daily Grind: https://perfectdailygrind.com/es/2024/06/15/consumo-cafe-estados-unidos-alcanza-nivel-mas-alto/

Reuters. (29 de Enero de 2025). *Mercados: Reuters*. Reuters: https://www.reuters.com/markets/commodities/coffee-prices-surge-record-highs-above-360-per-lb-2025-01-29/

Riera, P. A., Moràn, J. V., Rendòn, E. H., & Borja, G. F. (2020). La filosofia empresarial y su responsabilidad social. *Science and Research*, 7.

Rivero, D. S. (2008). *Metodología de la investigación* . Shalom.

Rojas, J. L. (s.f.). http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/1214/1/Procedimiento%20para%20la%20elaboraci%C3%B3n%20de%20un%20an%C3%A1lisis%20FODA%20como%20una%20herramienta%20de%20planeaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica%20en%20las%20empresas.pdf

Sebastian, U. d. (28 de Noviembre de 2023). *Novo.uss.cl.Innovakit*. novo.uss.cl: https://novo.uss.cl/innovakit/guia-de-entrevistas/

Serrate Paz, J. M. (2007). *Algunas apreciaciones sobre la ley y el reglamento en la legislación boliviana.* Santa Cruz.

Small, E. (2009). *Top 100 food plants.* Ottawa: National Research Council of Canada.

Swisscontact. (9 de Junio de 2019). Swisscontact: https://www.swisscontact.org/en

Swissinfo. (12 de Diciembre de 2024). *Economía: Swissinfo*. Swissinfo: https://www.swissinfo.ch/spa/brasil-espera-que-los-precios-del-caf%C3%A9-sigan-elevados-en-2025/88584979

Thompson, I. (2009). *producto/empaque:marketing-free.com*. marketing-free: https://www.marketing-free.com/producto/empaques.html

Tugores Ques, J. (2019). *Comercio Internacional.* Barcelona: Oberta UOC Publishing.

University, E. (Octubre de 2021). *esic.edu rethink*. esic.edu: https://www.esic.edu/rethink/comercial-y-ventas/medios-de-pago-internacionales

University, E. (Diciembre de 2024). *rethink: esic.edu*. esic.edu: https://www.esic.edu/rethink/comercial-y-ventas/packing-list-que-es

Usa Business Colombia S.A.S. (2019). *Guía práctica: Sistema de empaque, envase, embalaje y etiquetas.* Bogotá.

Valle, J. J. (2004). *Análisis Situacional.* Universidad Autónoma metropolitana.

Vásquez, G. J. (2 de Julio de 2009). *base: ucema.edu.ar.* ucema.edu.ar: https://ucema.edu.ar/cimei-base/download/research/71_Vasquez.pdf

Velasco, A. P., Alvarado, E. S., & León, J. E. (2 de Diciembre de 2020). *Cartículos: scielo.* scielo.sld.cu: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000600282&script=sci_arttext&tlng=en

World Coffee Research. (25 de Octubre de 2024). *World Coffee Research*. https://varieties.worldcoffeeresearch.org/es/robusta-2/historia-de-robusta

Xotlanihua Flores, D., & Crespo Stupková, L. (2024). Exportaciones del café mexicano a los mercados estadounidense y alemán. *Rivar*, 20.

ANEXOS

Anexo 1: Carta de autorización de la empresa SolPru LTDA. para el desarrollo del proyecto de grado

La Paz, 27 de marzo de 2025
SOLPRU 012/2025

A quien corresponda
Presente.-

REF.- AUTORIZACIÓN PARA EL DESARROLLO DE ESTUDIO DE CASO EMPRESARIAL

De mi mayor consideración:

Por medio de la presente, la empresa SolPru LTDA., dedicada a la producción y comercialización de alimentos, manifiesta su conformidad con el desarrollo del proyecto de grado titulado **"MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA LA EXPORTACIÓN DEL CAFÉ BOLIVIANO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS CASO: EMPRESA SOLPRU LTDA."**, elaborado por la Srta. Alexia Fernanda Mariño Cruz con CI: 8445370, estudiante de la Universidad La Salle Bolivia.

Asimismo, la empresa autoriza la utilización de su nombre como objeto de estudio dentro del trabajo de investigación y confirma que se brindó la información general solicitada para fines académicos, así como la realización de entrevistas necesarias para el desarrollo de la investigación.

De igual manera, se deja constancia de que la empresa se encuentra evaluando oportunidades de exportación de café hacia mercados internacionales y cuenta con un posible cliente interesado en el producto, situación que motivó el desarrollo del presente proyecto académico.

La información proporcionada ha sido destinada exclusivamente para fines académicos y de investigación.

Sin otro particular, se extiende la presente para los fines que se consideren pertinentes.

Atentamente,

Rafael Guilarte Aguilera
GERENTE GENERAL

cc: Archivo.

Anexo 2: Documentación de la empresa SolPru LTDA.

SEPREC Servicio Plurinacional de Registro de Comercio — ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO Y ECONOMÍA PLURAL

Código de Certificado **927424/2025**
Código de Seguridad **QUQZU7M0GX**

Este documento fue firmado digitalmente por el SEPREC, para comprobar su autenticidad, escanea el código QR

MATRÍCULA DE COMERCIO

EL SERVICIO PLURINACIONAL DE REGISTRO DE COMERCIO - SEPREC, DE CONFORMIDAD A LO ESTABLECIDO EN EL DECRETO SUPREMO 4596, OTORGA:

MATRÍCULA DE COMERCIO: 359666023 (Matrícula anterior: 392913)
DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL: EMPRESA DISTRIBUIDORA Y PRODUCTORA SOLPRU LTDA.
TIPO UNIDAD ECONÓMICA: SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
CAPITAL SUSCRITO: 100,000.00
DOMICILIO: LA PAZ, MURILLO, LA PAZ
DIRECCIÓN: HUAJCHILLA, Avenida: CARRETERA LA PAZ-VALENCIA, INGRESO CLUB DE TENIS LA PAZ, Nro. L 11-12.

REPRESENTANTE LEGAL: MARIN SALINAS PABLO ANDRES	**DOCUMENTO DE IDENTIDAD:** CEDULA DE IDENTIDAD 3397982
REPRESENTANTE LEGAL: GUILARTE AGUILERA LUIS RAFAEL	**DOCUMENTO DE IDENTIDAD:** CEDULA DE IDENTIDAD 10267466
REPRESENTANTE LEGAL: PRUDENCIO MOYA NELLY JOSSETH	**DOCUMENTO DE IDENTIDAD:** CEDULA DE IDENTIDAD 4536816
NOTARÍA: NOTARIA NO 27	**DISTRITO:** LA PAZ
No. DE TESTIMONIO: 0166/18	**FECHA:** 10/05/2018

LIBRO DE REGISTRO: 09-CONSTITUCION DE SOCIEDADES Y MODIFICACIONES AL ACTO CONSTITUTIVO

No.DE REGISTRO: 162936	**FECHA DE REGISTRO:** 14/05/2018

Código de Certificado **927424/2025**
Código de Seguridad **QUQZU7M0GX**

Este documento fue firmado digitalmente por el SEPREC, para comprobar su autenticidad, escanea el código QR

EL OBJETO O ACTIVIDAD DECLARADA POR LA SOCIEDAD O EMPRESA UNIPERSONAL:
La sociedad tendrá por objeto dedicarse a actividades de producción, elaboración, importación, exportación, fabricación, almacenaje, distribución y comercialización de productos comestibles y alimenticios en general. Compra, venta, elaboración, almacenaje y/o distribución de insumos, ingredientes, elementos, componentes y/o elaboraciones alimenticias. Elaboración y Producción de alimentos en polvo y/o deshidratados; así como la elaboración, producción, comercialización, distribución, exportación y/o importación de productos alimenticios de consumo masivo; exportación y/o importación de productos comestibles y alimentos en general, exportación de café, café molido en grano verde y tostado, gelatina, flan, achocolatados y derivados del mismo. Con tal objeto la sociedad podrá realizar todos los actos, gestiones, procedimientos y otros autorizados por la legislación boliviana y en especial, sin que esta enumeración limite sus facultades y actividades, suscribir toda clase de contratos, sean civiles, comerciales, u otros; acordar asociaciones, negocios conjuntos, contratos de riesgo compartido, sociedades y otras formas de participación con terceros, sean personas o sociedades particulares, nacionales o extranjeras, o empresas; realizar inversiones; participar en invitaciones y licitaciones; comprar, arrendar o recibir y explotar, a cualquier otro título legítimo toda clase de valores, bienes, equipos, instalaciones u otros; recibir o prestar todos los servicios inherentes a su objeto; celebrar toda clase de contratos y convenios en el orden laboral y de seguridad social; cumplir con todas las normas legales aplicables en el orden tributario y fiscal; realizar todo tipo de operaciones bancarias y financieras y en suma realizar todos los actos jurídicos, suscribir, otorgar y cumplir todos los contratos, que fueren necesarios para el debido cumplimiento del objeto para el cual se constituye la sociedad, sin restricción de clase alguna, salvo las restricciones establecidas por ley. Las actividades detalladas en la presente cláusula son simplemente enunciativas y las mismas pueden ser interpretadas de manera irrestricta para el cumplimiento del objeto de la Sociedad.

ESTADO DE LA MATRÍCULA:
VIGENTE HASTA 31/08/2026

LA PAZ, MURILLO, LA PAZ, 23/09/2025 Código de Trámite 222046/2025

EL PRESENTE CERTIFICADO DEBE SER EXHIBIDO EN LUGAR VISIBLE DE SU RECINTO COMERCIAL Y EN FORMA PERMANENTE (Arts. 25, 27, 28, 30, 31 y 34 del Código de Comercio y R.A./AEMP/N°055/2022 de 25 de agosto de 2022)

DOCUMENTO DE EXHIBICIÓN

R-0570-01

REGIMEN GENERAL

NIT

NUMERO DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA

359666023

EMITE FACTURA

RAZÓN SOCIAL: EMPRESA DISTRIBUIDORA Y PRODUCTORA SOLPRU LTDA.

Código de Certificación: fb83d94a-9890-11f0-bb92-eb1b539f0656

Aviso: Para comprobar la autenticidad de esta certificación, escanee el código QR

Fecha y Hora de Generación: 23/09/2025 11:21:31

GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE MECAPACA
SECRETARÍA MUNICIPAL ADMINISTRATIVA FINANCIERA
DIRECCIÓN DESARROLLO HUMANO
INTENDENCIA MUNICIPAL

Nº 000426

LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO ACTIVIDAD ECONÓMICA

Habiendo cumplido con los requisitos exigidos para obtener la Licencia de Funcionamiento, en marco a la Ley Municipal N° 77 del Gobierno Autónomo Municipal de Mecapaca, se concede la presente Licencia de Funcionamiento.

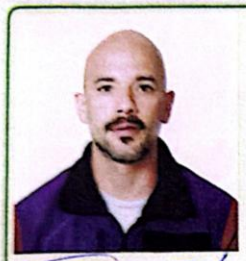


Foto y Firma del Propietario / Repr. Legal

EMPRESA DISTRIBUIDORA Y PRODUCTORA SOLPRU LTDA

Nombre/Razón Social: "EMPRESA DISTRIBUIDORA Y PRODUCTORA SOLPRU LTDA"

Denominación de la Actividad Económica:

N° Matrícula Comercio: 00000

NIT/C.I.: 359666023 Casa Matriz/Sucursal: Casa Matriz

N° Correlativo de Licencia: 00 – 000425/2025

Categoría: A-1 N° de Registro A1–000425-2025

Actividad Desarrollada: COMPRA Y VENTA, ELABORACION, ALMACENAJE, Y/O DISTRIBUCION DE INSUMOS, INGREDIENTES, ELEMENTOS Y COMPONENTES

Hrio. de atención de la actividad económica: L-S 08:00 am – 17:00 pm Superficie (m2): 405 m^2

Dirección: HUAJCHILLA AV. CARRETERA LA PAZ-VALENCIA INGRESO CLUB DE TENIS LA PAZ Nº11 Zona: HUAJCHILLA

Identificación del Representante Legal de la Actividad Económica: *LUIS RAFAEL GUILARTE AGUILERA* Nº Doc. de Identidad: 10267466 LP.

Dirección del Representante Legal de la Actividad Económica: C/I Nº86 EDIF. XATIVA DTO. 13 LOS PINOS

Las licencias registradas con Categorías "A" son Actividades Económicas con mayores ingresos. Las licencias registradas con categorías "B y Rural" son actividades Económicas con menores ingresos. Para modificaciones y/o actualizaciones de Registro de Datos de la Actividad Económica, deberán comunicar en forma escrita al Gobierno Autónomo Municipal de Mecapaca.

Fecha de Emisión: 05 DE MAYO DE 2025 Fecha de Renovación: 30 DE ABRIL DE 2026 Fecha de Caducidad: 05 DE MAYO DE 2026

GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE MECAPACA 2da. Sección Provincia Murillo M.A.E.E.D.M. La Paz - Bolivia
SECRETARÍA MUNICIPAL ADMINISTRATIVA FINANCIERA

Willy Vicente Castillo Chipana
DIRECTOR DESARROLLO HUMANO
GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE MECAPACA
2da. Sección Provincia Murillo
DIRECTOR DESARROLLO HUMANO

Erwin Castillo Torrez
INTENDENTE MUNICIPAL
2da. Sección Prov. Murillo
INTENDENCIA MUNICIPAL

EL PRESENTE DOCUMENTO DEBE SER EXHIBIDO EN UN LUGAR VISIBLE

GAMM Nº 000426

MECAPACA

CHANCA

COLLANA

INTENDENCIA MUNICIPAL

ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGROPECUARIA E INOCUIDAD ALIMENTARIA

SENASAG

LEY NACIONAL 2061

CERTIFICADO DE REGISTRO SANITARIO

No. 0993/2023

SE CERTIFICA

Que la Empresa : **DISTRIBUIDORA Y PRODUCTORA SOLPRU LTDA.**

Cumple con los Requisitos Sanitarios según Informe Técnico **UNIA-REG-INFTEC-04-221-2023**

Quedando registrada con el R.S. No.

04	02	03	01	0047

1.- Nivel de Mercado : **Nacional**

2.- Tipo de Empresa : **SEMI-INDUSTRIAL**

3.- Grupo de Productos : **De agua y bebidas analcohólicas**

4.- Certificado Válido Hasta : **3 de diciembre de 2028**

Este certificado debe exhibirse en forma permanente en la empresa.
Es cuanto certifica :

Que la Empresa : ***DISTRIBUIDORA Y PRODUCTORA SOLPRU LTDA.***

Cumple con los Requisitos Sanitarios exigidos por el SENASAG

Lic. Vania Maldonado Marquez
RESPONSABLE DEPARTAMENTAL DE INOCUIDAD ALIMENTARIA SENASAG LA PAZ - MDRyT

Ing. Silvia Quiti Mamani
PROFESIONAL DE INOCUIDAD ALIMENTARIA MDRyT - SENASAG - LA PAZ

SELLOS

La Paz, 4 de diciembre de 2023

IRAM IRAM-IQNet IQNet
Certificado de Sistema de Gestión de la Calidad
N° 15185/151

NOTA: Cualquier enmienda o corrección en el presente documento invalida su vigencia.

0128362

ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA
SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGROPECUARIA E INOCUIDAD ALIMENTARIA
SENASAG
LEY NACIONAL 2061

N° 303

CERTIFICADO DE REGISTRO FITOSANITARIO

REG. N° 02-9350
J. D.: La Paz

El Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria SENASAG en uso de sus legítimas atribuciones conferidas por el D.S. 25729

CERTIFICA

Que la Empresa, Persona Natural / Jurídica :

EMPRESA DISTRIBUIDORA Y PRODUCTORA SOLPRU LTDA.

Con domicilio en ZONA HUAJCHILLA, CALLE SIN NOMBRE N° 11, Ciudad LA PAZ, Provincia Murillo, Departamento La Paz.

Habiendo cumplido con los requisitos técnicos y legales, provistos por ley se encuentra debidamente inscrita en el Padrón dependiente de la Jefatura Distrital de Sanidad Vegetal bajo la categoría de:

EXPORTADOR DE PRODUCTOS DE ORIGEN VEGETAL

Libro: 7, Folio: 2024 (48)
Tiempo de vigencia: del 11/07/2024 al 10/07/2029

POR TANTO:

Está autorizado para la exportación de productos y subproductos de origen vegetal y forestal que están suetas a control.

La Paz, 11 de Julio de 2024

Es cuanto certifican :

Ing. Agr. Fabiola Quispe Vasquez
ENCARGADO DEPARTAMENTAL DE REGISTRO Y CERTIFICACION FITOSANITARIA a.i.
SANIDAD VEGETAL - SENASAG LA PAZ

SENASAG BOLIVIA

Dr. Javier Lanza Quispe
JEFE DEPARTAMENTAL
SENASAG LA PAZ-MURILLO

NOTA: Cualquier enmienda o corrección en el presente documento invalida su vigencia.

Anexo 3: Productos de la empresa SolPru LTDA.

Línea de Producto	Producto	Presentación	Cantidad	Imagen
CHOCOBÓN	Bebida achocolatada en polvo	Envase	2 Kg	
			800 g	
			400 g	
			200 g	
		Bolsa	1 Kg	
			400 g	
			50 g	

Línea de Producto	Producto	Presentación	Cantidad	Imagen
BONAIRE	Cocoa repostera	Bolsa	500 g	
			160 g	
	Gelatinas de sabor cereza, frutilla, naranja, y frambuesa		920 g	
			230 g	
	Mezcla en polvo para postres tipo flan vainilla	Caja	50 g	
	Mezcla en polvo para postres tipo flan de chocolate			

Línea De Producto	Producto	Presentación	Cantidad	Imagen
CAFIVIA	Café en grano Sajama, Illimani, e Illampu	Bolsa	250 g	
	Café molido Sajama	Bolsa	1 kg	
	Café molido Illimani	Bolsa	1 kg	
	Café molido Illampu	Bolsa	1 kg	
KATUAY	Café de exportación (tostado en grano)	Lata	160 g	
SolPru	Café de especialidad (grano tostado y verde)	Bolsa grain pro	50 kg	

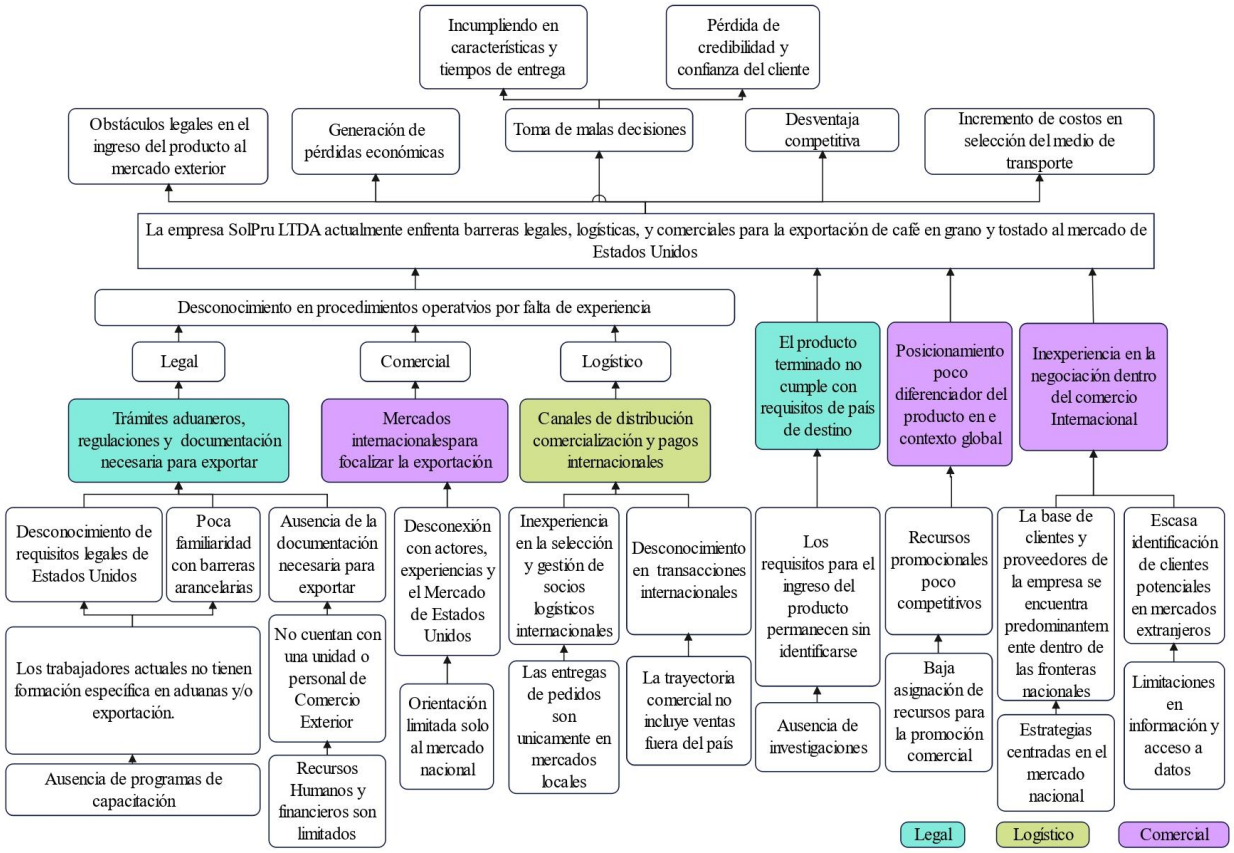
Anexo 4: Entrevista a la empresa SolPru LTDA.

SOLPRU LTDA.		**Empresa:** SolPru LTDA **Cargo:** Gerente General **Nombre:** Rafael Guilarte Aguilera

Pregunta	**Respuesta**
1. ¿Podría contarme brevemente cómo se fundó la empresa y a que se dedica la empresa?	La empresa SolPru LTDA. inició sus operaciones en la ciudad de La Paz, Bolivia, en el año 2018, con el objetivo de impulsar el desarrollo del sector alimenticio nacional mediante la producción, transformación y distribución de alimentos.
2. ¿Cuál es la misión y visión de la empresa?	Nuestra misión es producir y distribuir nacional e internacionalmente alimentos de Calidad hechos en Bolivia, impulsando la innovación a través del desarrollo de nuevos productos y tecnología en planta. Comprometidos con la satisfacción de nuestros clientes, fomentamos prácticas sostenibles y eficientes que contribuyen al crecimiento del sector alimentario y productivo en Bolivia. y la visión es convertirse en una empresa líder y ejemplo en la industria alimentaria boliviana, reconocida a nivel nacional e internacional por la calidad de nuestros productos y la sostenibilidad aplicada a cada proceso, especialmente el café de origen boliviano. Aspiramos a expandir nuestra presencia global, impulsando la innovación en procesos productivos y el desarrollo de maquinaria, contribuyendo al crecimiento sostenible del sector alimentario y generando un impacto positivo en nuestras comunidades.
3. ¿Cuáles son los objetivos de la empresa?	Los objetivos planteados de la empresa son Incrementar las ventas en un 21 % durante la gestión 2025. Expandir la presencia comercial en los mercados de Oruro y Santa Cruz. Aumentar de manera considerable la producción promedio mensual en comparación con la gestión 2024. Desarrollar y comercializar nuevos productos, destacando el café instantáneo en el mercado nacional. Exportar café de forma periódica a los Estados Unidos. Fortalecer el área de marketing y publicidad de la empresa. Consolidar el posicionamiento y reconocimiento de la marca en el mercado paceño a través de diversos canales de distribución.
4. ¿Qué productos comercializa actualmente la empresa?	La empresa SolPru Ltda. cuenta con diversas líneas de productos. La línea Chocobon ofrece bebidas achocolatadas en polvo en envases de 2000 g, 800 g, 400 g y 200 g, además de bolsas de 1000 g, 400 g y 200 g. La línea Bonaire incluye cocoa repostera en bolsas de 500 g y 160 g, gelatinas de sabor en bolsas de 920 g y 230 g con sabores cereza, frutilla, naranja y frambuesa, y mezcla en polvo para preparar flan en cajas de 50 g con sabores de vainilla y chocolate. La línea Cafivia presenta café molido y en grano en variedades Sajama, Illimani e Illampu, en presentaciones de 250 g y 1 kg. La línea Katuay ofrece café tostado en grano para exportación en latas de 160 g, y finalmente, la empresa produce café de especialidad en grano tostado y verde destinado a exportación directa en bolsas GrainPro de 50 kg.
5. ¿Dónde está ubicada su planta de producción?	En la Calle sin nombre, nro: 11 zona Huajchilla, calle paralela a la carretera La Paz - Valencia ingresando por la calle del club de tenis, domo blanco puerta amarilla.

6. ¿Dónde comercializa sus productos?	Actualmente, la empresa SolPru Ltda. concentra sus operaciones principalmente en el mercado paceño, con presencia en los tres mercados mayoristas más influyentes Asodimin, Garcilazo y Palenque, además de una amplia distribución horizontal en tiendas, cafeterías de especialidad, mercados menores y supermercados como Hipermaxi y Andy's. De manera paralela, esta estructura de comercialización se replica en otros departamentos como Cochabamba, Santa Cruz, Oruro, Sucre y Tarija, lo que ha permitido ampliar significativamente el alcance de sus productos a nivel nacional. En el ámbito internacional, la empresa ha realizado gestiones para iniciar la exportación de café hacia los Estados Unidos; sin embargo, el proceso se ha visto limitado por la falta de conocimiento profundo sobre los procedimientos, normativas y requisitos que demanda la exportación de productos alimenticios. A nivel interno, SolPru Ltda. distribuye su café en cafeterías de especialidad, tiendas y supermercados, tanto en la ciudad de La Paz como en Cochabamba, Santa Cruz, Oruro, Sucre y Tarija, consolidando así su presencia dentro del mercado nacional y posicionándose como una empresa comprometida con la calidad y la expansión de sus productos.
7. ¿Cuál es su capacidad productiva? (mensual/anual)	Aproximadamente 30 toneladas anuales
8. ¿Podría proporcionarme los costos de producción del café en grano verde y tostado?	En relación con los costos de producción, es importante señalar que estos pueden variar dependiendo de factores como la calidad del grano, los volúmenes y las condiciones del mercado, pero para el café en grano verde, es decir, el grano de oro ya completamente trillado y libre de pergamino, el costo de producción se sitúa alrededor de 45 bolivianos por kilogramo. Este costo comprende principalmente las actividades de secado, selección, clasificación y control de calidad del grano. En el caso del café en grano tostado con perfil de tostado tipo americano, el costo de producción asciende aproximadamente a 180 bolivianos por kilogramo. Este valor incluye el grano verde como insumo base, así como los procesos de tostado, enfriado, conservación y control de calidad del producto final.
9. ¿Tiene experiencia previa exportando sus productos?	Tenemos muy poca experiencia en materia de exportación, en 2024 sacamos el certificado fitosanitario como exportadores ante Senasag como parte de las primeras gestiones para iniciar el proceso de exportación de café hacia los Estados Unidos, pero este proceso presentó diversas dificultades, ya que se identificó la intervención de otras instituciones relacionadas con el comercio exterior, además de la necesidad de tramitar documentos complementarios cuyo orden y procedimiento no eran completamente conocidos por la empresa.
10. ¿Por qué quieren exportar a Estados Unidos?	La empresa siempre tuvo la intención y el propósito de querer exportar sus productos y de entrar a un mercado más allá del boliviano, y poder beneficiarse de precios competitivos que podría tener, y la empresa encontró un posible cliente que es de Estados Unidos, que está interesado nuestro café verde y tostado.
11. ¿Qué problemas o situaciones lo desmotivan a querer exportar café?	Nos preocupa principalmente la complejidad del sistema de gestión administrativa para cada exportación que realicemos, que pueda tornarse complicado y engorroso, también nos inquieta el desconocimiento de ciertos aspectos técnicos y legales del proceso exportador. Por falta de experiencia en esta área, podríamos pasar por alto requisitos importantes o cometer errores que terminen frustrando la exportación. Existe el temor de que, por desconocimiento, no contemplemos aspectos críticos que se nos escapen y que finalmente impidan concretar la operación y además la falta de materia prima en la producción nacional.
12. ¿Cuál es su experiencia en logística internacional?	Ninguna

Anexo 5: Árbol de problemas



Anexo 6: Título 21 del Código de los Estados Unidos, § 350d - Registro de establecimientos de alimentos.

§ 350d. Registration of food facilities

(a) Registration

(1) In general The Secretary shall by regulation require that any facility engaged in manufacturing,processing, packing, or holding food for consumption in the United States be registeredwith the Secretary. To be registered—

(B) for a foreign facility, the owner, operator, or agent in charge of the facility shall submit a registration to the Secretary and shall include with the registration the name of the United States agent for the facility.

(c) Facility For purposes of this section:

(3)

(A) The term ‘‘foreign facility’’ means a facility that manufacturers, processes, packs, or holds food, but only if food from such facility is exported to the United States without further processing or packaging outside the United States.

(B) A Food may not be considered to have undergone further processing or packaging for purposes of subparagraph (A) solely on the basis that labeling was added or that any similar activity of a de minimis nature was carried out with respect to the food.

Anexo 7: Título 21 del Código de los Estados Unidos, § 384a - Programa de verificación de proveedores extranjeros.

§ 384a. Foreign supplier verification program

(a) In general

(1) Verification requirement Except as provided under subsections (e) and (f), each importer shall perform risk-based foreign supplier verification activities for the purpose of verifying that the food imported by the importer or agent of an importer is

(A) produced in compliance with the requirements of section 350g of this title or section 350h of this title, as appropriate; and

(B) is not adulterated under section 342 of this title or misbranded under section 343(w)

of this title.

(2) Importer defined For purposes of this section, the term ‘‘importer’’ means, with respect to an article of food—

(A) the United States owner or consignee of the article of food at the time of entry of such article into the United States; or

(B) in the case when there is no United States owner or consignee as described in subparagraph (A), the United States agent or representative of a foreign owner or consignee of the article of food at the time of entry of such article into the United States. (21 U.S.C. § 384a, 2024)

Anexo 8: Título 15 del Código de los Estados Unidos § 1453 - Requisitos de etiquetado

15 U.S. Code § 1453 - Requirements of labeling

(a)Contents of label

No person subject to the prohibition contained in section 1452 of this title shall distribute or cause to be distributed in commerce any packaged consumer commodity unless in conformity with regulations which shall be established by the promulgating authority pursuant to section 1455 of this title which shall provide that—

(1)The commodity shall bear a label specifying the identity of the commodity and the name and place of business of the manufacturer, packer, or distributor;

(2)The net quantity of contents (in terms of weight or mass, measure, or numerical count) shall be separately and accurately stated in a uniform location upon the principal display panel of that label, using the most appropriate units of both the customary inch/pound system of measure, as provided in paragraph (3) of this subsection, and, except as provided in paragraph (3)(A)(ii) or paragraph (6) of this subsection, the SI metric system;

(3)The separate label statement of net quantity of contents appearing upon or affixed to any package—

(A)

(i)if on a package labeled in terms of weight, shall be expressed in pounds, with any remainder in terms of ounces or common or decimal fractions of the pound; or in the case of liquid measure, in the largest whole unit (quarts, quarts and pints, or pints, as appropriate) with any remainder in terms of fluid ounces or common or decimal fractions of the pint or quart;

(ii)if on a random package, may be expressed in terms of pounds and decimal fractions of the pound carried out to not more than three decimal places and is not required to, but may, include a statement in terms of the SI metric system carried out to not more than three decimal places;

(iii)if on a package labeled in terms of linear measure, shall be expressed in terms of the largest whole unit (yards, yards and feet, or feet, as appropriate) with any remainder in terms of inches or common or decimal fractions of the foot or yard;

(iv)if on a package labeled in terms of measure of area, shall be expressed in terms of the largest whole square unit (square yards, square yards and square feet, or square feet, as appropriate) with any remainder in terms of square inches or common or decimal fractions of the square foot or square yard;

(B)shall appear in conspicuous and easily legible type in distinct contrast (by topography, layout, color, embossing, or molding) with other matter on the package;

(C)shall contain letters or numerals in a type size which shall be (i) established in relationship to the area of the principal display panel of the package, and (ii) uniform for all packages of substantially the same size; and

(D)shall be so placed that the lines of printed matter included in that statement are generally parallel to the base on which the package rests as it is designed to be displayed; and

(4)The label of any package of a consumer commodity which bears a representation as to the number of servings of such commodity contained in such package shall bear a statement of the net quantity (in terms of weight or mass, measure, or numerical count) of each such serving.

(5)For purposes of paragraph (3)(A)(ii) of this subsection the term “random package” means a package which is one of a lot, shipment, or delivery of packages of the same consumer commodity with varying weights or masses, that is, packages with no fixed weight or mass pattern.

(6)The requirement of paragraph (2) that the statement of net quantity of contents include a statement in terms of the SI metric system shall not apply to foods that are packaged at the retail store level.

(b)Supplemental statements

No person subject to the prohibition contained in section 1452 of this title shall distribute or cause to be distributed in commerce any packaged consumer commodity if any qualifying words or phrases appear in conjunction with the separate statement of the net quantity of contents required by subsection (a), but nothing in this subsection or in paragraph (2) of subsection (a) shall prohibit supplemental statements, at other places on the package, describing in nondeceptive terms the net quantity of contents: Provided, That such supplemental statements of net quantity of contents shall not include any term qualifying a unit of weight or mass, measure, or count that tends to exaggerate the amount of the commodity contained in the package.

Anexo 9: Título 21 del Código de los Estados Unidos § 343 - Alimentos mal etiquetados.

21 U.S. Code § 343 - Misbranded food

A food shall be deemed to be misbranded—

(a)False or misleading label

If (1) its labeling is false or misleading in any particular, or (2) in the case of a food to which section 350 of this title applies, its advertising is false or misleading in a material respect or its labeling is in violation of section 350(b)(2) of this title.

(b)Offer for sale under another name

If it is offered for sale under the name of another food.

(c)Imitation of another food

If it is an imitation of another food, unless its label bears, in type of uniform size and prominence, the word “imitation” and, immediately thereafter, the name of the food imitated.

(d)Misleading container

If its container is so made, formed, or filled as to be misleading.

(e)Package form

If in package form unless it bears a label containing (1) the name and place of business of the manufacturer, packer, or distributor; and (2) an accurate statement of the quantity of the contents in terms of weight, measure, or numerical count, except that under clause (2) of this paragraph reasonable variations shall be permitted, and exemptions as to small packages shall be established, by regulations prescribed by the Secretary.

(f)Prominence of information on label

If any word, statement, or other information required by or under authority of this chapter to appear on the label or labeling is not prominently placed thereon with such conspicuousness (as compared with other words, statements, designs, or devices, in the labeling) and in such terms as to render it likely to be read and understood by the ordinary individual under customary conditions of purchase and use.

Anexo 10: Título 21 del Código de Regulaciones Federales § 101- Etiquetado de Alimentos

§ 101.1 Principal display panel of package form food.

The term principal display panel as it applies to food in package form and as used in this part, means the part of a label that is most likely to be displayed, presented, shown, or examined under customary conditions of display for retail sale. The principal display panel shall be large enough to accommodate all the mandatory label information required to be placed thereon by this part with clarity and conspicuousness and without obscuring design, vignettes, or crowding. Where packages bear alternate principal display panels, information required to be placed on the principal display panel shall be duplicated on each principal display panel. For the purpose of obtaining uniform type size in declaring the quantity of contents for all packages of substantially the same size, the term area of the principal display panel means the area of the side or surface that bears the principal display panel, which area shall be:

(a) In the case of a rectangular package where one entire side properly can be considered to be the principal display panel side, the product of the height times the width of that side;

(b) In the case of a cylindrical or nearly cylindrical container, 40 percent of the product of the height of the container times the circumference;

(c) In the case of any otherwise shaped container, 40 percent of the total surface of the container: Provided, however, That where such container presents an obvious "principal display panel" such as the top of a triangular or circular package of cheese, the area shall consist of the entire top surface. In determining the area of the principal display panel, exclude tops, bottoms, flanges at tops and bottoms of cans, and shoulders and necks of bottles or jars. In the case of cylindrical or nearly cylindrical containers, information required by this part to appear on the principal display panel shall appear within that 40 percent of the circumference which is most likely to be displayed, presented, shown, or examined under customary conditions of display for retail sale.

§ 101.2 Information panel of package form food.

(a) The term information panel as it applies to packaged food means that part of the label immediately contiguous and to the right of the principal display panel as observed by an individual facing the principal display panel with the following exceptions:

(1) If the part of the label immediately contiguous and to the right of the principal display panel is too small to accommodate the necessary information or is otherwise unusable label space, e.g., folded flaps or can ends, the panel immediately contiguous and to the right of this part of the label may be used.

(2) If the package has one or more alternate principal display panels, the information panel is immediately contiguous and to the right of any principal display panel.

(3) If the top of the container is the principal display panel and the package has no alternate principal display panel, the information panel is any panel adjacent to the principal display panel

(b) All information required to appear on the label of any package of food under §§ 101.4, 101.5, 101.8, 101.9, 101.13, 101.17, 101.36, subpart D of part 101, and part 105 of this chapter shall appear either on the principal display panel or on the information panel, unless otherwise specified by regulations in this chapter.

(c)

All information appearing on the principal display panel or the information panel pursuant to this section shall appear prominently and conspicuously, but in no case may the letters and/or numbers be less than one-sixteenth inch in height unless an exemption pursuant to paragraph (f) of this section is established. The requirements for conspicuousness and legibility shall include the specifications of §§ 101.7(h)(1) and (2) and 101.15.

(d)

(1) Except as provided by §§ 101.9(j)(13) and (j)(17) and 101.36(i)(2) and (i)(5), all information required to appear on the principal display panel or on the information panel under this section shall appear on the same panel unless there is insufficient space. In determining the sufficiency of the available space, except as provided by §§ 101.9(j)(17) and 101.36(i)(5), any vignettes, designs, and other nonmandatory label information shall not be considered. If there is insufficient space for all of this information to appear on a single panel, it may be divided between these two panels, except that the information required under any given section or part shall all appear on the same panel. A food whose label is required to bear the ingredient statement on the principal display panel may bear all other information specified in paragraph (b) of this section on the information panel.

(e) All information appearing on the information panel pursuant to this section shall appear in one place without other intervening material.

(f) If the label of any package of food is too small to accommodate all of the information required by §§ 101.4, 101.5, 101.8, 101.9, 101.13, 101.17, 101.36, subpart D of part 101, and part 105 of this chapter, the Commissioner may establish by regulation an acceptable alternative method of disseminating such information to the public, e.g., a type size smaller than one-sixteenth inch in height, or labeling attached to or inserted in the package or available at the point of purchase. A petition requesting such a regulation, as an amendment to this paragraph, shall be submitted under part 10 of this chapter.

§ 101.3 Identity labeling of food in packaged form.

(a) The principal display panel of a food in package form shall bear as one of its principal features a statement of the identity of the commodity.

(b) Such statment of identity shall be in terms of:

(1) The name now or hereafter specified in or required by any applicable Federal law or regulation; or, in the absence thereof,

(2) The common or usual name of the food; or, in the absence thereof,

(3) An appropriately descriptive term, or when the nature of the food is obvious, a fanciful name commonly used by the public for such food.

(c) Where a food is marketed in various optional forms (whole, slices, diced, etc.), the particular form shall be considered to be a necessary part of the statement of identity and shall be declared in letters of a type size bearing a reasonable relation to the size of the letters forming the other components of the statement of identity; except that if the optional form is visible through the container or is depicted by an appropriate vignette, the particular form need

not be included in the statement. This specification does not affect the required declarations of identity under definitions and standards for foods promulgated pursuant to section 401 of the act.

(d) This statement of identity shall be presented in bold type on the principal display panel, shall be in a size reasonably related to the most prominent printed matter on such panel, and shall be in lines generally parallel to the base on which the package rests as it is designed to be displayed.

§ 101.5 Food; name and place of business of manufacturer, packer, or distributor.

(a) The label of a food in packaged form shall specify conspicuously the name and place of business of the manufacturer, packer, or distributor.

(b) The requirement for declaration of the name of the manufacturer, packer, or distributor shall be deemed to be satisfied, in the case of a corporation, only by the actual corporate name, which may be preceded or followed by the name of the particular division of the corporation. In the case of an individual, partnership, or association, the name under which the business is conducted shall be used.

(c) Where the food is not manufactured by the person whose name appears on the label, the name shall be qualified by a phrase that reveals the connection such person has with such food; such as "Manufactured for _____", "Distributed by _____", or any other wording that expresses the facts.

(d) The statement of the place of business shall include the street address, city, State, and ZIP code; however, the street address may be omitted if it is shown in a current city directory or telephone directory. The requirement for inclusion of the ZIP code shall apply only to consumer commodity labels developed or revised after the effective date of this section. In the case of nonconsumer packages, the ZIP code shall appear either on the label or the labeling (including invoice).

(e) If a person manufactures, packs, or distributes a food at a place other than his principal place of business, the label may state the principal place of business in lieu of the actual place where such food was manufactured or packed or is to be distributed, unless such statement would be misleading.

§ 101.7 Declaration of net quantity of contents.

(a) The principal display panel of a food in package form shall bear a declaration of the net quantity of contents. This shall be expressed in the terms of weight, measure, numerical count, or a combination of numerical count and weight or measure. The statement shall be in terms of fluid measure if the food is liquid, or in terms of weight if the food is solid, semisolid, or viscous, or a mixture of solid and liquid; except that such statement may be in terms of dry measure if the food is a fresh fruit, fresh vegetable, or other dry commodity that is customarily sold by dry measure. If there is a firmly established general consumer usage and trade custom of declaring the contents of a liquid by weight, or a solid, semisolid, or viscous product by fluid measure, it may be used. Whenever the Commissioner determines that an existing practice of declaring net quantity of contents by weight, measure, numerical count, or a combination in the case of a specific packaged food does not facilitate value comparisons by consumers and offers opportunity for consumer confusion, he will by regulation designate the appropriate term or terms to be used for such commodity.

(b)

(1) Statements of weight shall be in terms of avoirdupois pound and ounce.

(c) When the declaration of quantity of contents by numerical count does not give adequate information as to the quantity of food in the package, it shall be combined with such statement of weight, measure, or size of the individual units of the foods as will provide such information.

(d) The declaration may contain common or decimal fractions. A common fraction shall be in terms of halves, quarters, eighths, sixteenths, or thirty-seconds; except that if there exists a firmly established general consumer usage and trade custom of employing different common fractions in the net quantity declaration of a particular commodity, they may be employed. A common fraction shall be reduced to its lowest terms; a decimal fraction shall not be carried out to more than two places. A statement that includes small fractions of an ounce shall be deemed to permit smaller variations than one which does not include such fractions.

(e) The declaration shall be located on the principal display panel of the label, and with respect to packages bearing alternate principal panels it shall be duplicated on each principal display panel.

(f) The declaration shall appear as a distinct item on the principal display panel, shall be separated (by at least a space equal to the height of the lettering used in the declaration) from other printed label information appearing above or below the declaration and (by at least a space equal to twice the width of the letter "N" of the style of type used in the quantity of contents statement) from other printed label information appearing to the left or right of the declaration. It shall not include any term qualifying a unit of weight, measure, or count (such as "jumbo quart" and "full gallon") that tends to exaggerate the amount of the food in the container. It shall be placed on the principal display panel within the bottom 30 percent of the area of the label panel in lines generally parallel to the base on which the package rests as it is designed to be displayed: Provided, That on packages having a principal display panel of 5 square inches or less, the requirement for placement within the bottom 30 percent of the area of the label panel shall not apply when the declaration of net quantity of contents meets the other requirements of this part.

(g) The declaration shall accurately reveal the quantity of food in the package exclusive of wrappers and other material packed therewith: Provided, That in the case of foods packed in containers designed to deliver the food under pressure, the declaration shall state the net quantity of the contents that will be expelled when the instructions for use as shown on the container are followed. The propellant is included in the net quantity declaration.

(h) The declaration shall appear in conspicuous and easily legible boldface print or type in distinct contrast (by typography, layout, color, embossing, or molding) to other matter on the package; except that a declaration of net quantity blown, embossed, or molded on a glass or plastic surface is permissible when all label information is so formed on the surface. Requirements of conspicuousness and legibility shall include the specifications that:

(1) The ratio of height to width (of the letter) shall not exceed a differential of 3 units to 1 unit (no more than 3 times as high as it is wide).

(2) Letter heights pertain to upper case or capital letters. When upper and lower case or all lower case letters are used, it is the lower case letter "o" or its equivalent that shall meet the minimum standards.

(3) When fractions are used, each component numeral shall meet one-half the minimum height standards.

(i) The declaration shall be in letters and numerals in a type size established in relationship to the area of the principal display panel of the package and shall be uniform for all packages of substantially the same size by complying with the following type specifications:

(1) Not less than one-sixteenth inch in height on packages the principal display panel of which has an area of five square inches or less.

(2) Not less than one-eighth inch in height on packages the principal display panel of which has an area of more than five but not more than twenty-five square inches.

(3) Not less than three-sixteenths inch in height on packages the principal display panel of which has an area of more than twenty-five but not more than 100 square inches.

(4) Not less than one-fourth inch in height on packages the principal display panel of which has an area of more than 100 square inches, except not less than 1⁄2 inch in height if the area is more than 400 square inches.

Where the declaration is blown, embossed, or molded on a glass or plastic surface rather than by printing, typing, or coloring, the lettering sizes specified in paragraphs (h)(1) through (4) of this section shall be increased by one-sixteenth of an inch.

(j) On packages containing less than 4 pounds or 1 gallon and labeled in terms of weight or fluid measure:

(1) The declaration shall be expressed both in ounces, with identification by weight or by liquid measure and, if applicable (1 pound or 1 pint or more) followed in parentheses by a declaration in pounds for weight units, with any remainder in terms of ounces or common or decimal fractions of the pound (see examples set forth in paragraphs (m) (1) and (2) of this section), or in the case of liquid measure, in the largest whole units (quarts, quarts and pints, or pints, as appropriate) with any remainder in terms of fluid ounces or common or decimal fractions of the pint or quart (see examples in paragraphs (m) (3) and (4) of this section).

(2) If the net quantity of contents declaration appears on a random package, that is a package which is one of a lot, shipment, or delivery of packages of the same consumer commodity with varying weights and with no fixed weight pattern, it may, when the net weight exceeds 1 pound, be expressed in terms of pounds and decimal fractions of the pound carried out to not more than two decimal places. When the net weight does not exceed 1 pound, the declaration on the random package may be in decimal fractions of the pound in lieu of ounces (see example in paragraph (m)(5) of this section).

(3) The declaration may appear in more than one line. The term “net weight” shall be used when stating the net quantity of contents in terms of weight. Use of the terms “net” or “net contents” in terms of fluid measure or numerical count is optional. It is sufficient to distinguish avoirdupois ounce from fluid ounce through association of terms; for example, “Net wt. 6 oz” or “6 oz Net wt.” and “6 fl oz” or “Net contents 6 fl oz”.

(m) Examples:

(1) A declaration of 1⁄2 pounds weight shall be expressed as “Net Wt. 24 oz (1 lb. 8 oz),” “Net Wt. 24 oz (1⁄2 lb.),” or “Net Wt. 24 oz (1.5 lb.)”.

(2) A declaration of three-fourths pound avoirdupois weight shall be expressed as “Net Wt. 12 oz”.

(3) A declaration of 1 quart liquid measure shall be expressed as “Net 32 fl oz (1 qt)”.

(4) A declaration of 1¾ quarts liquid measure shall be expressed as “Net contents 56 fluid ounces (1 quart 1½ pints)” or as “Net 56 fluid oz (1 qt 1 pt 8 oz)”, but not in terms of quart and ounce such as “Net 56 fluid oz (1 quart 24 ounces)”.

(5) On a random package, declaration of three-fourths pound avoirdupois may be expressed as “Net Wt. .75 lb.”.

(6) A declaration of 2½ gallons liquid measure shall be expressed as “Net contents 2½ gallons,” “Net contents 2.5 gallons,” or “Net contents 2 gallons 2 quarts” and not as “2 gallons 4 pints”.

(n) For quantities, the following abbreviations and none other may be employed (periods and plural forms are optional):

weight wt.
ounce oz
pound lb.
gallon gal
pint pt
quart qt
fluid fl

(p) A separate statement of the net quantity of contents in terms of the metric system is not regarded as a supplemental statement and an accurate statement of the net quantity of contents in terms of the metric system of weight or measure may also appear on the principal display panel or on other panels.

(q) The declaration of net quantity of contents shall express an accurate statement of the quantity of contents of the package. Reasonable variations caused by loss or gain of moisture during the course of good distribution practice or by unavoidable deviations in good manufacturing practice will be recognized. Variations from stated quantity of contents shall not be unreasonably large.

(s) On a multiunit retail package, a statement of the quantity of contents shall appear on the outside of the package and shall include the number of individual units, the quantity of each individual unit, and, in parentheses, the total quantity of contents of the multiunit package in terms of avoirdupois or fluid ounces, except that such declaration of total quantity need not be followed by an additional parenthetical declaration in terms of the largest whole units and subdivisions thereof, as required by paragraph (j)(1) of this section. A multiunit retail package may thus be properly labeled: “6-16 oz bottles—(96 fl oz)” or “3-16 oz cans—(net wt. 48 oz)”. For the purposes of this section, “multiunit retail package” means a package containing two or more individually packaged units of the identical commodity and in the same quantity, intended to be sold as part of the multiunit retail package but capable of being individually sold in full compliance with all requirements of the regulations in this part. Open multiunit retail packages that do not obscure the number of units or prevent examination of the labeling on each of the individual units are not subject to this paragraph if the labeling of each individual unit complies with the requirements.

§ 101.9 Nutrition labeling of food.

(j) The following foods are exempt from this section or are subject to special labeling requirements:

(4) Except as provided in § 101.11, foods that contain insignificant amounts of all of the nutrients and food components required to be included in the declaration of nutrition information under paragraph (c) of this section, Provided, That the food bears no nutrition claims or other nutrition information in any context on the label or in labeling or advertising. Claims or other nutrition information, except as provided in § 101.8(c), subject the food to the provisions of this section. An insignificant amount of a nutrient or food component shall be that amount that allows a declaration of zero in nutrition labeling, except that for total carbohydrate, dietary fiber, and protein, it shall be an amount that allows a declaration of "less than 1 gram." Examples of foods that are exempt under this paragraph include coffee beans (whole or ground), tea leaves, plain unsweetened instant coffee and tea, condiment-type dehydrated vegetables, flavor extracts, and food colors.

Anexo 11: Título 19 del Código de Regulaciones Federales §134 - Excepciones a los requisitos de marcado

§ 134.33 J-List exceptions.

Articles of a class or kind listed below are excepted from the requirements of country of origin marking in accordance with the provisions of section 304(a)(3)(J), Tariff Act of 1930, as amended (19 U.S.C. 1304(a)(3)(J)). However, in the case of any article described in this list which is imported in a container, the outermost container in which the article ordinarily reaches the ultimate purchaser is required to be marked to indicate the origin of its contents in accordance with the requirements of subpart C of this part. All articles are listed in Treasury Decisions 49690, 49835, and 49896. A reference different from the foregoing indicates an amendment.

Articles	References
Art, works of.	
Articles classified under subheadings 9810.00.15, 9810.00.25, 9810.00.40 and 9810.00.45, Harmonized Tariff Schedule of the United States	T.D. 66-153.
Articles entered in good faith as antiques and rejected as unauthentic.	
Bagging, waste.	
Bags, jute.	
Bands, steel.	
Beads, unstrung.	
Bearings, ball, ⅝-inch or less in diameter.	
Blanks, metal, to be plated.	
Bodies, harvest hat.	
Bolts, nuts, and washers.	
Briarwood in blocks.	
Briquettes, coal or coke.	
Buckles, 1 inch or less in greatest dimension.	
Burlap.	
Buttons.	

Anexo 12: Título 19 del Código de los Estados Unidos, § 1481 – Contenido de la Factura

(a)In general

All invoices of merchandise to be imported into the United States and any electronic equivalent thereof considered acceptable by the Secretary in regulations prescribed under this section shall set forth, in written, electronic, or such other form as the Secretary shall prescribe, the following:

(1) The port of entry to which the merchandise is destined;

(2) The time when, the place where, and the person by whom and the person to whom the merchandise is sold or agreed to be sold, or if to be imported otherwise than in pursuance of a purchase, the place from which shipped, the time when and the person to whom and the person by whom it is shipped;

(3) A detailed description of the merchandise, including the commercial name by which each item is known, the grade or quality, and the marks, numbers, or symbols under which sold by the seller or manufacturer in the country of exportation, together with the marks and numbers of the packages in which the merchandise is packed;

(4) The quantities in the weights and measures of the country or place from which the merchandise is shipped, or in the weights and measures of the United States;

(5) The purchase price of each item in the currency of the purchase, if the merchandise is shipped in pursuance of a purchase or an agreement to purchase;

(6) If the merchandise is shipped otherwise than in pursuance of a purchase or an agreement to purchase, the value for each item, in the currency in which the transactions are usually made, or, in the absence of such value, the price in such currency that the manufacturer, seller, shipper, or owner would have received, or was willing to receive, for such merchandise if sold in the ordinary course of trade and in the usual wholesale quantities in the country of exportation;

(7) The kind of currency, whether gold, silver, or paper;

(8) All charges upon the merchandise, itemized by name and amount when known to the seller or shipper; or all charges by name (including commissions, insurance, freight, cases, containers, coverings, and cost of packing) included in the invoice prices when the amounts for such charges are unknown to the seller or shipper;

(9) All rebates, drawbacks, and bounties, separately itemized, allowed upon the exportation of the merchandise; and

(10) Can any other fact that the Secretary may by regulation require as being necessary to a proper appraisement, examination and classification of the merchandise.

Anexo 13: Título 19 del Código de Regulaciones Federales § 141 – Entrada de mercancías.

§ 141.86 Contents of invoices and general requirements.

b. General information required on the invoice.

Each invoice of imported merchandise, must set forth the following information:

(1) The port of entry to which the merchandise is destined;

(2) The time when, the place where, and the person by whom and the person to whom the merchandise is sold or agreed to be sold, or if to be imported otherwise than in pursuance of a purchase, the place from which shipped, the time when and the person to whom and the person by whom it is shipped;

(3) A detailed description of the merchandise, including the name by which each item is known, the grade or quality, and the marks, numbers, and symbols under which sold by the seller or manufacturer to the trade in the country of exportation, together with the marks and numbers of the packages in which the merchandise is packed;

(4) The quantities in the weights and measures of the country or place from which the merchandise is shipped, or in the weights and measures of the United States;

(5) The purchase price of each item in the currency of the purchase, if the merchandise is shipped in pursuance of a purchase or an agreement to purchase;

(6) If the merchandise is shipped otherwise than in pursuance of a purchase or an agreement to purchase, the value for each item, in the currency in which the transactions are usually made, or, in the absence of such value, the price in such currency that the manufacturer, seller, shipper, or owner would have received, or was willing to receive, for such merchandise if sold in the ordinary course of trade and in the usual wholesale quantities in the country of exportation;

(7) The kind of currency, whether gold, silver, or paper;

(8) All charges upon the merchandise itemized by name and amount, including freight, insurance, commission, cases, containers, coverings, and cost of packing; and if not included above, all charges, costs, and expenses incurred in bringing the merchandise from alongside the carrier at the port of exportation in the country of exportation and placing it alongside the carrier at the first United States port of entry. The cost of packing, cases, containers, and inland freight to the port of exportation need not be itemized by amount if included in the invoice price, and so identified. Where the required information does not appear on the invoice as originally prepared, it must be shown on an attachment to the invoice;

(9) All rebates, drawbacks, and bounties, separately itemized, allowed upon the exportation of the merchandise;

(10) The country of origin of the merchandise; and,

(d) Invoice to be in English. The invoice and all attachments must be in the English language, or must have attached thereto an accurate English translation containing adequate information for examination of the merchandise and determination of duties

(e) Packing list. Each invoice must state in adequate detail what merchandise is contained in each individual package.

(f) Weights and measures. If the invoice or entry does not disclose the weight, gage, or measure of the merchandise which is necessary to ascertain duties, the consignee must pay the expense of weighing, gaging, or measuring prior to the release of the merchandise from CBP custody.

(g) Discounts. Each invoice must set forth in detail, for each class or kind of merchandise, every discount from list or other base price which has been or may be allowed in fixing each purchase price or value.

(h) Numbering of invoices and pages —

(1) Invoices. Except when electronic invoice data are transmitted to CBP under the provisions of part 143 of this chapter, when more than one invoice is included in the same entry, each invoice with its attachments must be numbered consecutively by the importer on the bottom of the face of each page, beginning with No. 1.

(2) Pages. Except when electronic invoice data are transmitted to CBP under the provisions of part 143 of this chapter, if the invoice or invoices filed with one entry consist of more than two pages, each page must be numbered consecutively by the importer on the bottom of the face of each page, with the page numbering beginning with No. 1 for the first page of the first invoice and continuing in a single series of numbers through all the invoices and attachments included in one entry.

(3) Both invoices and pages. Except when electronic invoice data are transmitted to CBP under the provisions of part 143 of this chapter, both the invoice number and the page number must be shown at the bottom of each page when applicable. For example, an entry covering one invoice of one page and a second invoice of two pages must be paginated as follows:

Inv. 1, p. 1.
Inv. 2, p. 2.
Inv. 2, p. 3

(i) Information may be on invoice or attached thereto. Any information required on an invoice by any provision of this subpart may be set forth either on the invoice or on an attachment thereto.

(j) Name of responsible individual. Each invoice of imported merchandise must identify by name a responsible employee of the exporter, who has knowledge, or who can readily obtain knowledge, of the transaction.

Anexo 14: Entrevista a la Cámara Nacional de Comercio

EXPERTO ENTREVISTADO N 1		
CNC		**Institución:** Cámara Nacional de Comercio **Cargo:** Gerente General **Nombre:** Alex Zegarra Rodriguez

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
1. En el proceso de negociación internacional se reconocen etapas como la toma de contacto, la preparación, el encuentro, la propuesta, la discusión y el cierre. ¿Considera usted que una empresa que recién inicia en el comercio internacional debería tomar en cuenta y estas etapas? ¿Por qué?	Considero que una empresa que recién empieza en el comercio internacional si pudiera aplicar estas etapas, porque le dan orden y claridad al proceso. Aunque no todas las empresas lo hacen ya que depende mucho de la experiencia de cada negociador para una que inicia le permiten actuar con mayor seguridad y profesionalismo.
2. ¿Cuál considera usted que es la más crucial para alcanzar un acuerdo exitoso?	Probablemente, donde más tiempo y esfuerzo se debe invertir es en el primer contacto, buscando y llegando a las empresas que pueden ser posibles compradores. Este proceso es el que más tiempo tarda, por ejemplo, conseguir la primera exportación puede llevar casi 4 años buscando compradores, asistiendo a ferias y ruedas de negocio. La negociación en sí (encuentro, propuesta, negociación y cierre) es un espacio de tiempo muy corto, a veces ni media hora. La parte previa, la de llegar hasta ese momento y estar sentado en la mesa, es la más importante, ya que requiere mucha paciencia, esfuerzo y orden. Cuando se quiere abrir mercado, hay que registrar todo lo que se hace y con quién se ha contactado, como si se escribiera un diario. Esto es vital para no cometer el error de contactar a una empresa que previamente ya haya rechazado la oferta o precios inalcanzables. La toma de contacto es la parte más estructurada, trabajada, paciente y lenta lograr que te escuchen es lo más importante.
3. ¿En cuál de estas etapas ha observado con mayor frecuencia una falta de preparación por parte de pequeñas empresas o exportadores?	Precisamente en la toma de contacto (la búsqueda). Las personas creen que es tan sencillo como entrar a Google, poner "¿quién me compra café?" y obtener la lista y el contacto del jefe, pero no es así. Acceder a esa información es muy difícil y complejo, y por eso la gente se desanima y deja de intentar.
4. ¿Está familiarizado con las cláusulas y aspectos de un contrato de compraventa internacional?	Si

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
5. De las siguientes cláusulas que suelen considerarse en un contrato de compraventa internacional, ¿Cuál considera usted que tiene mayor importancia y requiere un mayor nivel de detalle? ¿Por qué? Descripción de la mercancía, precio del contrato, condiciones de pago, condiciones de entrega, plazos de entrega, lugar de entrega, documentos, inspección de los productos por el comprador, reserva de propiedad y fuerza mayor.	Yo creo que en cualquier contrato todas las cláusulas son igual de importantes, porque por algo están siendo parte íntegra de un contrato. No se puede decir cuál es más importante de trabajar o a cuál ponerle más atención. • Descripción de la mercancía: Si la descripción no es adecuada o detallada, puede generar un problema más adelante. Por ejemplo, en el sector textil, lo que para una persona puede ser negro, para otra puede ser un plomo muy oscuro; o un tono de azul puede ser un tono de violeta. Dejar las descripciones muy abiertas puede generar problemas, por lo que se deben utilizar codificaciones. Codificar el producto y usar datos objetivos (no subjetivos) siempre ayuda a tener un mejor contrato. • Precio del contrato y condiciones de pago: El precio es tal vez la cláusula más sencilla de redactar, pero debe estar muy bien estipulado. Esto incluye no solo el precio, sino también si existen descuentos, bonificaciones, o algún tipo de variaciones (como por pronto pago o por una cantidad mayor). Se puede establecer una tabla de precios para ubicar cuál corresponde. • Plazo de entrega y lugar de entrega: Esto va muy ligado a los Incoterms que se están utilizando. El plazo tiene que estar muy bien establecido. Un error frecuente es usar solamente el término "días" sin especificar si son días hábiles o días continuos (calendario). Esto genera problemas, ya que 20 días abre la subjetividad y no es lo mismo que 20 días hábiles (4 semanas) o 20 días calendario (menos de 3 semanas). Esta diferencia puede generar grandes problemas y pérdidas monetarias. Actualmente, hay un problema entre navieras y transportistas debido a que un decreto supremo no indica si son días hábiles o corridos, lo cual impide que lleguen a un acuerdo. • Inspección de los productos por el comprador: Es clave que el proceso de inspección se señale o se indique en el contrato. Puesto que en las exportaciones es imposible revisar el 100% de la mercadería, deben estar muy bien establecidos los porcentajes de revisión. Se deben especificar los tipos de fallas o no aprobaciones que tiene el producto, generalmente clasificadas por fallas pasables, graves y muy graves. El proceso suele hacerse por muestreo (una fórmula matemática, a menudo 1% de la producción). Por ejemplo, de 10,000 prendas, se inspeccionan 100 sacadas de diferentes cajas de manera aleatoria, revisándolas contra las especificaciones técnicas. Debe estar muy bien especificado cuántas fallas graves o muy graves puede haber para que se acepte o no el lote entero de exportación. Si no está claro, puede generar muchos problemas, especialmente si se trabaja con productores nuevos que no tienen una estandarización de calidad homogénea. Es muy importante que ambos estén de acuerdo en el proceso de inspección para evitar devoluciones de exportaciones, las cuales pueden ser una pérdida muy grande para el productor si le devuelven la producción entera bajo su costo. • Fuerza Mayor: Antes de la pandemia, esta cláusula no se acostumbraba a incluir. La pandemia obligó a tomarla en cuenta como una previsión ante cualquier situación. Esta cláusula deslinda la responsabilidad de ambas partes por algo ajeno que no controlan, pero se respetan los demás términos del contrato. La fuerza mayor comenzó a tener validez después de la pandemia. En resumen, todas las cláusulas son igual de importantes y necesarias.
6. ¿Cree que sería necesario incorporar alguna otra cláusula adicional que brinde mayor seguridad a ambas partes?	1. Resolución de conflictos siempre debe haber una buena cláusula que especifique la manera de llegar a un acuerdo en caso de desacuerdo. Esto podría incluir el arbitraje o la conciliación para evitar procesos legales más costosos y largos. 2. Propiedad intelectual, también es una cláusula muy importante, especialmente en la exportación. muchas empresas que hacen maquila o producción para terceros reciben hojas de especificaciones o recetas que son

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
	propiedad intelectual de una de las partes debe estar firmado el respeto a esa confidencialidad de la propiedad intelectual para evitar el mal uso.
7. ¿Cuál es la forma de pago que recomienda para empresas bolivianas que inician con una operación de exportación?	La opción que menos riesgo lleva para un exportador, sobre todo en la primera operación internacional, es el pago anticipado, total o parcial. Con esta forma se disminuye en gran medida el riesgo de incumplimiento del comprador por el hecho de que el pago se realiza antes del envío. Sin embargo, comprendemos que en mercados muy competitivos normalmente no se puede exigir la totalidad del 100% anticipado; por eso, un método justo será dejar pactado un porcentaje por adelantado y el resto antes del embarque o contra presentación de documentos. Cuando la relación comercial esté bien establecida y exista la confianza entre ambas partes, se podrán aceptar modalidades como pago contra documentos o incluso a crédito, pero siempre con una evaluación pormenorizada del peligro que se asume.
8. Desde su experiencia, ¿Qué errores cometen con mayor frecuencia las empresas bolivianas al redactar contratos internacionales y cómo se podrían evitar?	El primer error es pensar que son contratos nacionales. Las empresas bolivianas incluso utilizan formatos nacionales para algo que es claramente diferente. Para evitar esto, es mejor acudir a abogados internacionales, que son costosos, o conseguir formatos de contratos internacionales revisados y avalados. Es recomendable hacerlos revisar por un abogado local, al menos, para que dé su opinión y cuide los intereses de la empresa. Lastimosamente, en Bolivia no existe mucha cultura del contrato; se trabaja bajo la palabra, lo cual ocasiona problemas. En el ámbito internacional, esto no existe; todo debe estar bien documentado y respaldado. Estos contratos deben tener un costo. La gente piensa que hacer un contrato es gratis y se sienta a redactar en su computadora. Sin embargo, el contrato es la herramienta que va a cuidar la inversión, el interés, el tiempo, la empresa, la marca y los productos; es el marco de cuidado. Por lo tanto, no se debe esperar que sea gratis o fácil. La ventaja es que una vez que se hace un buen contrato, a menos que el giro del negocio cambie radicalmente (como pasar de exportar café a exportar litio), todos los demás contratos son idénticos y solo varía el producto. Se debe hacer una buena inversión una sola vez, asesorarse bien, y usar ese mismo formato en todas las exportaciones.
9. En un proceso de negociación internacional se reconocen las etapas: Toma de contacto, preparación, encuentro, propuesta, discusión, cierre. ¿Cuál considera usted que es la más crucial para alcanzar un acuerdo exitoso?	Probablemente, donde más tiempo y esfuerzo se debe invertir es en el primer contacto, buscando y llegando a las empresas que pueden ser posibles compradores. Este proceso es el que más tiempo tarda; por ejemplo, conseguir la primera exportación puede llevar casi 4 años buscando compradores, asistiendo a ferias y ruedas de negocio. La negociación en sí (encuentro, propuesta, negociación y cierre) es un espacio de tiempo muy corto, a veces ni media hora. La parte previa, la de llegar hasta ese momento y estar sentado en la mesa, es la más importante, ya que requiere mucha paciencia, esfuerzo y orden. Cuando se quiere abrir mercado, hay que registrar todo lo que se hace y con quién se ha contactado, como si se escribiera un diario. Esto es vital para no cometer el error de contactar a una empresa que previamente ya haya rechazado la oferta o propuestos precios inalcanzables. La toma de contacto es la parte más estructurada, trabajada, paciente y lenta; lograr que te escuchen es lo más importante.
10. ¿En cuál de estas etapas ha observado	Precisamente en la toma de contacto (la búsqueda). Las personas creen que es tan sencillo como entrar a Google, poner "¿quién me compra café?" y obtener

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
con mayor frecuencia una falta de preparación por parte de pequeñas empresas o exportadores?	la lista y el contacto del jefe, pero no es así. Acceder a esa información es muy difícil y complejo, y por eso la gente se desanima y deja de intentar.
11. ¿Qué estrategias de negociación recomienda a las empresas bolivianas para equilibrar intereses y lograr condiciones justas frente a compradores de Estados Unidos?	Se recomienda el uso del storytelling. Esto no significa vender bajo el argumento de "que nos compren porque somos pobres," sino demostrar los beneficios del negocio para un target específico. Al mercado americano le gusta ver cómo la compra de café, por ejemplo, permitirá hacer escuelas, afectar positivamente a una comunidad, o semi-industrializar la producción. Esto debe ser parte de la negociación para que no se centre únicamente en lo numérico, sino que incluya un aspecto subjetivo, emocional o sentimental. Si la negociación es solo sobre números, el negociador solo buscará bajar el precio. Introducir este contenido emotivo puede ayudar a mitigar el deseo de solo reducir el precio.
12. ¿Qué comportamientos o prácticas ha observado que fortalecen la posición de las empresas bolivianas en el ámbito internacional?	Suena feo, pero ninguno, porque hay muy pocas empresas bolivianas en el ámbito internacional con marca propia. Muchas empresas bolivianas hacen maquila (producen para otras marcas), y las empresas con marca propia en el mercado internacional son demasiado escasas. Lo que están haciendo bien las pocas que sí lo hacen es tomar el riesgo y tener la valentía de afrontar otros mercados. Entrar a otro mercado no es fácil, barato ni rápido. • No es fácil: Se compite con otras empresas que ya tienen un posicionamiento amplio. • No es barato: Implica invertir no solo en muestras, sino en posicionamiento de marca, operaciones, contratación de servicios y distribución logística. Es más fácil hacer maquila y enviarlo por avión que asumir el costo de publicidad, entrega, venta y almacenaje de una marca propia. • No es rápido: Toma mucho tiempo, y el tiempo está determinado por las barreras de entrada impuestas por el país de destino (en el ámbito normativo, regulatorio y comercial). Muchas empresas bolivianas no están dispuestas a hacer cambios o mejoras para adaptarse a la normativa extranjera si esto implica un costo muy alto o un proceso de 2 años. La mayor parte de las empresas producen maquila, donde se deslindan de toda responsabilidad. Actualmente, es super difícil explorar o estudiar qué marcas bolivianas se mantienen afuera.
13. ¿Cómo puede una empresa boliviana construir confianza y credibilidad con un comprador extranjero?	Siendo cumplido. Es la única manera. Se debe cumplir con la palabra, entregar la calidad prometida y cumplir los plazos de entrega prometidos, lo cual poco a poco genera confianza con cualquier comprador

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
14. ¿Qué mecanismo de pago considera usted más aconsejable para una empresa exportadora boliviana que recién inicia operaciones con un cliente en Estados Unidos? ¿Por qué?	Una transferencia bancaria, para mi gusto, siempre va a ser la más sencilla de manejar, especialmente para alguien que está comenzando. El contexto del tipo de cambio paralelo a pulido varias herramientas de pago internacional que antes no existían (antes era básicamente una transferencia bancaria SWIFT). Ahora han surgido nuevas aplicaciones y tipos de pagos. Dos bancos en el sistema financiero boliviano ya permiten comprar USDTs desde la aplicación para hacer transferencias automáticas. Aunque el valor de los USDTs sea diferente al tipo de cambio oficial, esto posibilita los pagos. Utilizar estas nuevas herramientas es la mejor manera de trabajar con el exterior
15. ¿Cuál de estos mecanismos considera usted menos aconsejable en la actualidad para una empresa exportadora boliviana? ¿Por qué?	Hay algunos mecanismos que ya no se usan. El cheque internacional, por ejemplo, no se debería utilizar nunca. Además de ser costosísimo, se debe mandar el cheque físico, que tiene otro costo, lo cual lo hace muy complejo. Aunque estas figuras fueron estándares y muy utilizadas antes, hoy en día no son tan útiles. En el mundo actual, si algo no es digital, no se usa. Los grandes bancos del mundo no usan efectivo; todo es 100% electrónico, sin cajas ni cajeros. Definitivamente, todo tiende a ser tecnológico, automatizado y sistematizado, por lo que no hay necesidad de pensar en cheques, cartas o efectivo.
16. Desde su experiencia como coach empresarial, ¿qué aspectos debería trabajar una empresa boliviana a nivel organizacional para pasar del mercado nacional a iniciar exportaciones?	La empresa debe tener todo muy bien documentado y reglamentado. Para lograr calidad en el trabajo, primero se debe tener calidad en la gestión, lo cual va de la mano con los manuales. La empresa debería estar 100% manualizada y reglamentada antes de buscar mercados externos. Si varias personas se van, quienes vengan a ocupar sus puestos deben poder hacer exactamente el mismo trabajo. Esto solo es posible si hay manuales bien hechos para que quien se siente en el puesto solo deba leer el manual y saber qué hacer para aportar al trabajo conjunto y tener una producción correcta. Si la empresa no está bien estructurada, cada exportación será diferente y dependerá de la percepción del empleado o gerente. Con la organización y manuales, quien sea que llegue solo tiene que leer y ejecutar lo que dice el papel. Esta es la única manera de crecer y de poder exportar sin riesgos, logrando prácticamente cero riesgos de pérdida.
17. ¿Qué factores considera fundamentales para que una empresa boliviana que inicia un proceso de exportación logre mantenerse en el mercado internacional?	Los dos factores fundamentales son cumplimiento y ser competitivo. 1. Cumplimiento: Hay que ser muy cumplido y no fallar. Un solo error en una exportación puede hacer que el comprador deje de confiar y prefiera buscar otro proveedor, incluso si la empresa ha exportado bien durante años. El cumplimiento implica entregar exactamente lo que se prometió. 2. Competitividad: La empresa debe estar constantemente mirando a los competidores para no dejar de ser competitiva. Muchas empresas entran en una "zona de confort" cuando tienen exportaciones periódicas y dejan de hacer el trabajo de ser competitivos, lo que resulta en que otros actores los saquen del negocio. Ser competitivo implica no esperar a que el cliente venga a señalar que le están ofreciendo algo mejor, sino ir proactivamente y ofrecer mejoras, ya que los beneficios hacia un cliente no son solo el precio. Por ejemplo, se puede ofrecer entregar en cuatro semanas en lugar de seis por el mismo precio, o entregar más tarde (ocho semanas) a cambio de un precio más bajo. Es vital no quedarse congelado en el tiempo.

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
18. Sabemos que Bolivia tiene la capacidad productiva limitada en varios sectores y el café es uno de ellos. ¿Usted cree que con el storytelling o un concepto que se le pueda dar al café se pueda contrarrestar el factor del volumen?	Sí, porque hay mercado para todos. El café boliviano no debe competir en cadenas de cafeterías masivas como McDonald's que solo buscan precio. El mercado para el café boliviano está en mercados de nicho que son interesantes y que buscan más la calidad que la cantidad. El storytelling es una estrategia interesante que se alinea con la tendencia mundial de reconocimiento y valoración del café. Mostrar de dónde viene el café y darle una imagen o concepto debe aportar un valor no numérico, sino un valor aspiracional para ayudar al posicionamiento del producto. Un ejemplo es Guatemala, que vende el concepto del "café de cenizas" debido a que sus plantíos están en las faldas de los volcanes. Ellos marquetean esto como algo positivo, resaltando que su café está hecho en sus volcanes, lo cual genera curiosidad en el comprador. Bolivia tiene mucho que vender, pero la idea no es hacerlo en grandes cantidades. Deben ser exportaciones muy dirigidas de nicho (similar a cómo opera el mercado del vino), que tienen éxito en mercados mucho más pequeños. No se debe ir a competir por volumen, ya que en ese ámbito siempre se perderá.

Anexo 15: Entrevista a Swisscontact

ENTREVISTADO N 2		
SWISSCONTACT		**Institución**: Swisscontact **Cargo:** Coordinador de Proyectos Inclusivos **Nombre:** Ariel Miranda

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
1.¿Qué es Conscious Foods from Bolivia y desde cuándo inicio?	*Conscious Foods from Bolivia*, o *Alimentos Conscientes de Bolivia*, es un concepto que busca identificar y posicionar en el mercado internacional a los productos bolivianos que provienen de la agricultura familiar, la producción orgánica y la recolección de frutos silvestres de los bosques amazónicos. Surgió como una iniciativa para dar mayor visibilidad al trabajo de los pequeños productores y comunidades indígenas, resaltando su aporte a la seguridad alimentaria global y al cuidado del medio ambiente. A través de este sello, queremos mostrar que Bolivia produce alimentos con historia, sostenibilidad y conciencia social, promoviendo un consumo responsable y el respeto por la biodiversidad del país. Hemos comenzado este tema de los conceptos del concepto hace unos 5 años atrás y hemos hecho el ejercicio con varias empresas que han introducido sus alimentos a Europa. No hemos trabajado con el mercado americano por si acaso. Este todo este trabajo ha sido desarrollado para Europa. Sin embargo, eh las tendencias en estos países desarrollados aplican. Este trabajo lo hemos realizado con las cámaras de exportación y hemos trabajado con algunos productos, entre ellos está el café.
2. ¿Qué metodologías o criterios usaron para determinar que Conscious Foods from Bolivia es un diferenciador válido para Bolivia?	La metodología se desarrolló en varias fases. En la primera etapa, realizamos actividades con empresas, cámaras de exportación y clientes europeos con el propósito de construir una marca sectorial para el sector de alimentos bolivianos. En esta fase identificamos los productos que podrían funcionar como embajadores del país, seleccionando aquellos más emblemáticos, como el café, el cacao, la quinua y las almendras amazónicas. En la segunda etapa, analizamos los tipos de clientes del mercado final, diferenciando entre el segmento empresarial (B2B) y el consumidor final (B2C). Esto permitió adaptar la estrategia de comunicación a las necesidades y expectativas de cada público. En la tercera etapa, elaboramos un análisis FODA para reconocer las principales fortalezas del sector, como la diversidad cultural, los ingredientes silvestres, las denominaciones de origen y la historia ancestral de los productos. También se identificaron amenazas, como la falta de trazabilidad y la necesidad de encontrar un concepto propio distinto a los "superalimentos", ya posicionados por otros países como Perú. En la cuarta etapa, diseñamos la estrategia de comunicación. Para el mercado B2B, nos enfocamos en transmitir que los productos bolivianos cumplen con los requisitos y estándares internacionales, además de responder a las tendencias del consumo responsable. Para el mercado B2C, quisimos resaltar la historia, el origen y el compromiso ambiental y social de los productores bolivianos, quienes son verdaderos guardianes de la biodiversidad. En la quinta etapa, aplicamos herramientas metodológicas como la pirámide de Maslow y la pirámide de May, que nos permitieron identificar los valores más importantes tanto para los consumidores como para las empresas. Con esto definimos los elementos emocionales y funcionales que debía reflejar la marca.

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
	En la sexta etapa, construimos los arquetipos de marca, que representan la personalidad del producto. El más representativo fue el arquetipo del "hombre mágico", que simboliza un producto que inspira buenos deseos y protege la naturaleza. Sin embargo, durante las validaciones observamos que para los consumidores europeos este concepto no resultaba tan relevante, ya que lo asociaban a algo intangible o culturalmente distante, como la "Pachamama". Por ese motivo, en la séptima etapa desarrollamos una propuesta de valor más tangible, tanto para las empresas como para los consumidores. Definimos que los alimentos bolivianos debían posicionarse como productos de alta calidad, diversos, sostenibles, naturales y socialmente responsables, que crecen en condiciones climáticas únicas y representan la autenticidad del país. A partir de esta propuesta se generaron más de cien opciones de nombre, incluyendo versiones en inglés, español y lenguas originarias, como Bolivian Conscious Foods, Conscious Nutrition from Bolivia, Bolivian MyFoods, Happy Foods from Bolivia o Pina Foods from Bolivia. Luego de un proceso de evaluación, se seleccionaron tres finalistas: World Foods from Bolivia, Conscious Foods from Bolivia y Born by Bolivia. Finalmente, el nombre elegido fue Conscious Foods from Bolivia, porque resume el concepto central de un alimento en armonía con el planeta. En la última etapa, procedimos a activar el concepto mediante la organización de actividades promocionales y ferias internacionales. Un ejemplo destacado fue la participación en la feria Biofach, en Alemania, donde se presentó un stand diseñado con la identidad visual de Conscious Foods from Bolivia, mostrando los productos bolivianos provenientes tanto de los valles como de las tierras bajas, bajo una misma narrativa de sostenibilidad y conciencia ambiental.
3. ¿Existieron entidades, organismos o programas de cooperación participaron en la financiación de este concepto?	Este proyecto fue financiado por la Embajada de Suecia y Open Trade Gate Sweden, para promover la exportación de alimentos
4. ¿Tuvieron colaboración de otras organizaciones o instituciones?	Si lo tuvimos puedo destacar a SIPPO que es un Programa Suizo de Promoción de Importaciones, International Trade Centre (ITC) que realiza comercio internacional y después esta OTGS Open Trade Gate Sweden que importa alimentos a Suecia
5. Desde su experiencia, ¿Qué lo hace distinto a otros conceptos como Orgánico Sostenible y de especialidad?	Lo que diferencia a Conscious Foods from Bolivia es que no se trata solo de una certificación o una característica técnica del producto, sino de un concepto integral que une la sostenibilidad con la identidad cultural y el origen. Mientras que términos como orgánico o sostenible se centran en los métodos de producción o en el impacto ambiental, Conscious Foods from Bolivia busca transmitir una visión más amplia, donde el producto refleja también la conciencia social, ambiental y cultural de quienes lo producen. Este concepto pone en valor la relación entre los productores y la naturaleza, destacando prácticas ancestrales, saberes locales y un fuerte compromiso con la biodiversidad. No se limita a cumplir requisitos técnicos, sino que propone un relato auténtico sobre cómo y por qué se producen los alimentos en Bolivia, integrando la sostenibilidad, la inclusión y la

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
	diversidad en un solo mensaje. Por eso decimos que Conscious Foods from Bolivia no es simplemente una etiqueta, sino una narrativa país, que diferencia a los productos bolivianos en el mercado internacional mostrando su origen, su historia y su conexión con el planeta.
6. ¿Qué características de la producción de café en Bolivia permiten asociarlo naturalmente con el concepto de Conscious Foods from Bolivia?	El café boliviano refleja de forma muy natural los principios de Conscious Foods from Bolivia porque se produce bajo condiciones que priorizan la armonía con la naturaleza, el respeto social y la autenticidad cultural. A diferencia de la producción industrial que caracteriza a otros países, el café boliviano se cultiva de manera artesanal y extensiva, utilizando sistemas de agroforestería y sombra natural, que ayudan a conservar el equilibrio ecológico. Este método conocido como shade-grown o bird-friendly coffee es muy valorado en mercados europeos como Alemania y Escandinavia, donde se busca un producto que no solo sea de calidad, sino también ambientalmente consciente Otro aspecto clave es el componente social. Más de 15.000 familias bolivianas dependen de la producción cafetalera, y muchas de ellas aplican prácticas tradicionales transmitidas por generaciones esto contribuye a la preservación de los conocimientos locales y al fortalecimiento de las economías rurales, alineándose con los valores de inclusión y equidad que promueve el concepto Conscious Foods from Bolivia. El café boliviano logra una conexión especial entre el productor y el consumidor: cada taza representa una historia auténtica de respeto por la tierra, producción responsable y compromiso con el desarrollo sostenible. Por todo ello, el café es considerado el producto insignia dentro del movimiento de alimentos conscientes del país.
7. ¿Qué papel juegan las comunidades productoras dentro de esta narrativa de café consciente?	Las comunidades productoras son el núcleo esencial de la narrativa de Conscious Foods from Bolivia y, particularmente, del café consciente. Ellas no solo cultivan el producto, sino que dan sentido y autenticidad al concepto, ya que representan la conexión viva entre el alimento, la tierra y la cultura del país. Su papel va más allá de la producción agrícola: los productores encarnan valores de respeto, responsabilidad y equilibrio ambiental. Son quienes preservan saberes ancestrales, conservan variedades locales de café y promueven métodos de cultivo sostenibles, como el shade-grown o el agroforestry coffee, donde el café coexiste con el bosque y las especies silvestres Se los ve como guardianes del bosque y no solo es con el café sino también con la Castaña
8. ¿Cómo se comunica este concepto en mercados internacionales de forma efectiva, sin que quede como una idea abstracta?	Lo más importante es convertir la idea de conciencia en una historia concreta y emocionalmente creíble. No basta con hablar de sostenibilidad o responsabilidad hay que mostrar cómo estas se reflejan en las personas, los territorios y los productos. La comunicación debe centrarse en tres niveles complementarios. Primero, en el producto, destacando su origen, su trazabilidad y los valores que lo diferencian: producción en armonía con la naturaleza, respeto por las comunidades y autenticidad en su sabor y calidad. Segundo, en el productor, visibilizando a las familias y comunidades que están detrás del cultivo, su forma de vida y su relación con el entorno. Tercero, en el consumidor, conectando estos valores con sus motivaciones actuales como el consumo ético, la sostenibilidad o la búsqueda de productos con propósito Para lograrlo, es fundamental utilizar recursos visuales, sensoriales y narrativos. En las ferias internacionales, por ejemplo, se han utilizado stands con elementos naturales, imágenes de los productores y degustaciones que permiten “vivir” el concepto, también se trabaja con materiales audiovisuales, etiquetas con códigos QR que enlazan a la historia del producto, y descripciones breves que comunican de forma clara por qué ese alimento es consciente. Otro aspecto esencial es adaptar el mensaje según el público. En mercados como el escandinavo o el alemán, donde el consumidor ya valora la sostenibilidad, se debe enfatizar la trazabilidad y la calidad ambiental. En cambio, en mercados emergentes, el enfoque puede ser el bienestar, la salud y la conexión cultural.

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
9. ¿Cuál es la relación o la diferencia con la marca país de Bolivia?	La marca país representa la identidad nacional en su conjunto. Su propósito es proyectar una imagen integral de Bolivia ante el mundo, abarcando no solo productos, sino también turismo, inversión, cultura y talento. Es una herramienta de posicionamiento global que busca mostrar al país como un destino atractivo, diverso y con potencial en diferentes áreas. En cambio, Conscious Foods from Bolivia fue creada como una marca sectorial es decir que es una identidad específica dentro del sector de alimentos que trata de visibilizar y promover los productos bolivianos que provienen de la agricultura familiar y la recolección sostenible, destacando aquellos que cumplen con principios de conciencia ambiental, valor cultural y responsabilidad social.
10. ¿Existen empresas bolivianas exportadoras de café con las que SwissContact haya colaborado para implementar el concepto *Conscious Foods from Bolivia*?	Cuando hablamos del tema del café, lo que hemos visto es que, por lo menos para posicionar o introducir el producto de café de exportación, hemos realizado una articulación con un cliente danés que nos va a comprar un volumen importante de café. Se trata de un contenedor por año adicional, y ya hemos comenzado el año pasado con el primer envío. Este año se comprarán dos contenedores, el siguiente tres, luego cuatro y así sucesivamente durante los próximos seis años. Es café arábica lo que nos están comprando, y el precio que pagan es bastante bueno. Lo interesante de este cliente es que ha tenido que construir un concepto propio en su país para poder vender el café boliviano en el mercado danés. Este caso se ha denominado "Exportación de café a Dinamarca: un ejemplo de éxito en comercio sostenible". El mercado escandinavo, debido a su distancia geográfica, requiere un aliado comercial que facilite la inserción de las empresas bolivianas. Para abordar este desafío, y a través de las acciones de promoción de exportaciones, se ha brindado un servicio estratégico de apoyo a las pymes bolivianas en el mercado escandinavo, permitiéndoles contar con un asesor local para realizar pruebas de mercado, ajustes de producto, optimización de empaques y seguimiento directo con los clientes. La primera misión comercial fue realizada por Petershot, junto al comprador danés Café Lars, representado por gerente general. durante esta visita se conocieron las fincas de producción de café, y se concretó la primera exportación de 16 toneladas de café boliviano. Posteriormente, se organizó una segunda visita, donde empresas danesas recorrieron comunidades alrededor de la Reserva de la Biósfera Pilón Lajas y la Reserva Amazónica de Piri-Piri. Participaron dos representantes de la empresa Café Lars, uno encargado de ventas y otro del tueste de café. Esta actividad se realizó en agosto de este año, en coordinación con WCS, organización dedicada a la conservación, y FAUTAPO, que trabaja en Pando. Lo interesante es que el café adquirido proviene de áreas de producción ubicadas en zonas de amortiguamiento, alrededor de las reservas protegidas. Son comunidades que viven cerca o dentro de las áreas naturales y cultivan café de manera sostenible, protegiendo la biodiversidad. Estos compradores daneses desarrollaron conceptos innovadores que valoran las cualidades excepcionales de los productos bolivianos. En el caso de Café Lars, el concepto se llama "GAM", una marca que representa los pilares de calidad y narrativa del producto. Este concepto garantiza un café de alta calidad, producido de manera ética, responsable y con una historia transparente desde la planta hasta la taza. Además, priorizan el café que preserva los ecosistemas, respaldado con certificaciones como "Bird Friendly" o "Amigo de las Aves". En paralelo, otra empresa danesa, Food by Nature, se interesó en el cacao silvestre boliviano, buscando un producto minimalista, sin aditivos, que conserve los bosques y promueva el desarrollo de las comunidades mediante el comercio sostenible.

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
	Durante las visitas, los compradores participaron en la cosecha del café, compartieron con las comunidades y conocieron la cultura local. En Cobija también se exploraron otras variedades, como el café robusta, que despertó gran interés, sumándose así al café arábica en las futuras compras. Fue una experiencia muy enriquecedora: los visitantes conocieron las plantaciones, participaron en actividades tradicionales como el tueste del café en ollas de barro, visitaron escuelas locales y compartieron historias con los niños, incluso sobre su cultura vikinga. Llevaron balones de fútbol como obsequio y motivaron a los estudiantes a aprender otros idiomas, explicando cómo en Dinamarca la mayoría de las personas hablan cinco o seis lenguas y finalmente, los visitantes destacaron que este tipo de experiencias fortalecen los lazos comerciales y culturales, y consolidan el café boliviano como un producto consciente, sostenible y con historia.
11. De todas las comunidades que tenemos en Bolivia que son productoras de café, ¿cuál es el porcentaje de participación que estaría trabajando con este concepto?	En este momento, muy poco. Yo diría que en el caso del café deben estar aplicando este concepto los que exportan a Europa, y nuestra exportación a Europa es cerca del 40, entre el 35 y el 40%. El otro restante va a otros mercados, y de los exportadores, lamentablemente no todos exportan directamente al consumidor final, sino que exportan a reexportadores, que son empresas que hacen reexportación y que acopian café de otros países, como de Perú o de Honduras, y mezclan el café. Entonces, al mezclar el café, pierde todas las propiedades que tenía Bolivia para venderlo como café boliviano. Eso es lo que pasa con algunos de nuestros productores. Tienen clientes que mezclan su café, y los que hacen venta directamente, los que van hasta el origen, los que van a visitar directamente y compran el café y lo venden en el mercado final como boliviano, son muy pocos. Yo diría que deben estar alrededor del 10% o 20% máximo los que hacen una venta con origen Bolivia. No es lo mismo para el cacao, en el caso del café funciona así. En el caso del cacao es muy diferente, porque nosotros tenemos cacao silvestre, cacao nativo. En ese caso se vende como boliviano o con origen Beni, origen Baures, origen Amazonas, origen silvestre. Pero en el caso del café hay mucha mezcla del producto, y lo hacen para mejorar calidades. Tú sabes, los tostadores hacen la mezcla de diferentes variedades para bajar la acidez, mejorar el cuerpo o diferentes aspectos para mejorar el producto y la tasa.
12. ¿Se requiere algún tipo de autorización oficial, certificación o protocolo para que una empresa pueda adoptar este concepto?	No, no necesita. Lo que sí pienso que sería de ayuda para la misma empresa es que puede utilizar el concepto, pero sí nos gustaría que nos reporte si tiene algún resultado relevante, porque nosotros como tenemos redes sociales y compartimos con las embajadas, porque nosotros trabajamos con la europea. Entonces, si nos dicen, mira, hemos aplicado, hemos adaptado el concepto y lo vamos a testear en Estados Unidos, nosotros vamos a amplificar lo que ustedes van a publicar en redes sociales, lo vamos a amplificar en otros con otros actores eh que pueden ser importantes, que al final tal vez incluso los pueden ayudar como embajadas, eh ONGs, porque están vinculados con nosotros los actores de cooperación internacional. tenemos Facebook, Twitter, LinkedIn, entonces a través de nuestras redes vamos a repostear lo que ustedes generen, si generan un post, vamos a copiar el post y lo hacemos, pero no necesita ninguna autorización lo que sí es bueno que mencionen, han adaptado el concepto diseñado o desarrollado por SwissContact.

Anexo 16: Entrevista al Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones

ENTREVISTADO N 3		
SENAVEX		**Institución**: Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones **Cargo:** Responsable de Regional de Certificación de El Alto **Nombre:** Indalicio Mamani Ríos

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
1. ¿Existe alguna diferencia para registrar a una empresa que desea exportar café en grano verde y tostado con otro tipo de empresas?	Si, debe iniciar con el registro del Ruex de forma digital y al momento de llenar lo que solicita el formulario hay un espacio café OIC en el cual te pregunta si eres productor de café entonces debes seleccionar ese espacio con un SI, una vez hecho eso, se le asigna un número ICO, que es el número de la organización internacional de café, el número de ICO es una identificación como el Ruex pero esto solo para el sector de Café.
2. ¿Podría confirmarme si los documentos que emite el SENAVEX para la exportación de café boliviano, tanto en grano tostado como en grano verde, al mercado de Estados Unidos son el RUEX, el Certificado de Origen, el Certificado de Origen Café (OIC) y la Declaración Jurada de Origen (DDJJ), ¿o si existe algún otro documento adicional que se esté omitiendo?	Si, pero la declaración jurada siempre es antes de la emisión del certificado de origen además si usted desea realizar la exportación, debe tener en cuenta que hay importadores que solicitan distintos tipos de certificados. Por ejemplo, algunos piden el Certificado de Origen, mientras que otros requieren el Certificado de Origen del Café (ICO), emitido por la Organización Internacional del Café. Este último documento se tramita de manera independiente y sirve para el control y trazabilidad del producto a nivel internacional. No todos los compradores lo exigen, pero varios importadores prefieren contar con ambos certificados: el ICO y el Certificado de Origen.
3. En el caso de la exportación de café boliviano hacia el mercado de Estados Unidos, ¿qué tipo de certificado de origen están solicitando más los exportadores, el Certificado de Origen Preferencial para acceder a beneficios arancelarios o el Certificado de Origen No Preferencial emitido a solicitud comercial?	En cuanto al SGP (Sistema Generalizado de Preferencias), si Bolivia aún contara con este beneficio, el certificado correspondiente también se adjuntaría para acreditar el origen preferencial del producto, pero actualmente el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) no se encuentra vigente para Estados Unidos hasta 2020 estuvo en aplicación, pero desde entonces ya no. Sin embargo, nosotros continuamos registrando los beneficios de manera referencial. En un comunicado se indicó que, una vez se restablezca el acuerdo, podrían devolverse los beneficios arancelarios, aunque personalmente lo dudo bastante. Cuando un producto no se beneficia del SGP se emite el certificado de origen de terceros países porque no sirve de nada que lleve el del SGP si el producto no se beneficia, pero cuando un producto aparece como beneficiado, lo seguimos registrando como tal y emitiendo con el certificado para el SGP La emisión del Certificado de Origen tipo Formulario A es plenamente responsabilidad del exportador. Sin embargo, si el comprador lo solicita expresamente, se puede emitir bajo declaración jurada del exportador, aunque el producto no esté beneficiado. En algunos casos, aún hay productos que mantienen beneficios con Estados Unidos, pero de todas formas deben pagar el arancel correspondiente.

4. ¿Cómo incide la aplicación de un arancel del 15% a las exportaciones bolivianas en el marco del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), SENAVEX ha recibido información o instrucciones oficiales de las autoridades competentes de Estados Unidos respecto a este tema?	Bolivia se beneficiaba anteriormente del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), un programa otorgado por el Gobierno de los Estados Unidos a los países menos desarrollados, con el propósito de facilitar el acceso preferencial de sus productos mediante reducciones o exenciones arancelarias, como te mencione este beneficio dejó de estar vigente, y hasta la fecha no se ha restablecido el acuerdo. La única instrucción que hemos recibido fue un comunicado en el que se mencionaba que, una vez que el SGP vuelva a entrar en vigor, podrían restituirse los beneficios arancelarios correspondientes. No obstante, ese tema no ha sido tratado nuevamente, por lo que actualmente los productos bolivianos continúan sujetos al arancel del 15 % aplicado por Estados Unidos.
5. ¿Cuál es el costo del certificado de Origen y del Certificado OIC?	Mira, para la compra de cada Certificado de Origen hay un costo base de 72 bolivianos, pero eso es solo por el formulario. Ahora, la emisión del certificado como tal no tiene una tarifa fija, porque depende del valor FOB que figura en tu factura de exportación. Por ejemplo, si el valor FOB es menor a 750 dólares, el costo es de 52 bolivianos. Si está entre 751 y 10.000 dólares, el costo sube a 160 bolivianos. Luego, cuando el valor FOB se encuentra entre 10.001 y 50.000 dólares, el monto es de 268 bolivianos. Si la exportación es mayor a 50.000 y hasta 100.000 dólares, el costo asciende a 376 bolivianos, y cuando el valor FOB supera los 100.000 dólares, el costo aplicado es de 508 bolivianos. La tarifa del OIC es de 0.20 dólares por cada 60 kg de peso neto de café y al tipo de cambio oficial.
6. ¿Qué errores comunes suelen cometer las empresas al preparar su documentación de exportación y cómo pueden evitarlos?	Presentan documentación incompleta o desactualizada, como certificados de registro sanitario o RUEX vencidos, también pasa que muchas empresas nuevas no verifican correctamente la clasificación arancelaria del producto, y eso puede afectar el cálculo de los beneficios o los controles aduaneros. Otro error es que la empresa declara que su café es orgánico, pero no adjunta ningún documento de respaldo o la certificación correspondiente. En esos casos, no se puede registrar como tal, porque para que un producto sea reconocido oficialmente como “orgánico” en el certificado de origen, debe presentarse la certificación emitida por una entidad acreditada. Si no se sube ese documento al sistema, el producto simplemente no puede ir con esa denominación, ya que no hay un sustento técnico que lo avale. Uno de los errores más comunes es la firma cruzada ocurre cuando una persona solicita la declaración jurada y otra distinta la firma con su token digital. En esos casos, el sistema lo rechaza porque debe haber coincidencia entre el solicitante y el firmante.
7. ¿El año del café y su producción es relevante para el registro de las exportaciones?	El año cafetalero en Bolivia se inicia el 1 de octubre y finaliza el 30 de septiembre del año siguiente. Esto es importante porque cada año cafetalero se reinicia la numeración de los lotes de exportación. Por ejemplo, el lote 001 corresponde al primer envío del nuevo año cafetalero. Este sistema permite mantener la trazabilidad de cada exportación, saber de qué cosecha proviene el café y facilitar el control estadístico ante la OIC y el SENAVEX.
8. ¿Existe alguna diferencia en los requisitos o procedimientos que aplica el SENAVEX para otorgar	Hay empresas que son habituales, que son recurrentes. Hay bastante empresa aquí, pero hay también empresas que vienen solamente al año dos veces o una sola vez, pero los que más controlan eso son los de la aduana.

el Certificado de Origen a exportadores habituales frente a exportadores no habituales?	
9. ¿Qué tan digitalizado está actualmente el proceso y qué beneficios tiene el uso de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE)?	Bueno el proceso actualmente ya está bastante digitalizado, aunque todavía no es cien por ciento digital. La mayoría de los trámites ya se realizan a través de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE), que es una plataforma administrada por la Aduana Nacional, y que permite a las empresas exportadoras ingresar toda su información desde un solo sistema y el sector cafetalero ya está esta ventanilla funciona como una plataforma que concentra los trámites de distintas instituciones relacionadas con el comercio exterior. Antes, las empresas registraban directamente su información en el sistema del SENAVEX, pero ahora el ingreso se hace por la VUCE, y desde ahí los datos llegan automáticamente a nuestro sistema. Es decir, el exportador entra con su usuario al sistema de la Aduana, selecciona el trámite correspondiente en este caso, “exportación de café” y ahí inicia la solicitud. Facilita mucho el proceso para el exportador, porque ahora puede hacer casi todo en línea.

Anexo 17: Entrevista a la Aduana Nacional de Bolivia

ENTREVISTADO N 4		
ANB		**Institución**: Aduana Nacional de Bolivia **Cargo:** Profesional en procedimientos y técnica aduanera **Nombre:** Lilian Lizeth Claros Teran

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
1. ¿Qué criterios utiliza la aduana para asignar los canales verde, amarillo o rojo durante la revisión de exportaciones?	En primera instancia, es un proceso aleatorio. Posterior a ello, es un sistema de selectividad que administra nuestra Gerencia Nacional de Riesgos y Fiscalización. Este sistema funciona en función al movimiento y a los errores que pudiéramos encontrar en las declaraciones de exportación. Si por casualidad se encuentra un canal amarillo y se descubre que la declaración de exportación no estaba correctamente llenada, es muy probable que en una siguiente instancia su canal ya sea rojo. Si en una primera revisión no encontramos ninguna observación, es muy posible que la siguiente vez que se asigne canal a esta declaración sea un canal verde. Entonces, es un sistema aleatorio y en función al comportamiento del operador
2. ¿Cómo se realiza el control físico y documental de las cargas de exportación en el caso de productos como el café?	La declaración de exportación (DEX) es una declaración jurada. El exportador o el declarante que puede ser una agencia despachante indica qué, cuánto, y en qué tipo de bultos está exportando, y a qué precio. La DEX debe estar acompañada por los documentos soporte, que básicamente son la factura comercial de exportación y los certificados o autorizaciones que requiere el producto. Para el café, se requiere el certificado de origen del café y el certificado sanitario de SENASAG, documentos como el certificado de calidad son opcionales. Si la carga está en canal amarillo, la aduana revisa el contenido documental. el análisis documental implica que toda la información en los documentos soporte debe reflejarse en la exportación por ejemplo si la factura dice $5.000, ese monto debe reflejarse. La aduana no interviene en transacciones de calidad del producto ya que esa es la transacción con el comprador. Revisión Física: Canal Rojo. Cuando el medio de transporte llega en camión o aéreo y es asignado a canal rojo, se revisa la carga. Se revisa que lo que se esté declarando esté realmente en la DEX. Por ejemplo, no se puede declarar un producto por ejemplo habas y que se encuentre otro. Si la aduana encuentra que el producto no corresponde al declarado, y, además, el producto que se intenta exportar ilegalmente es un producto regulado que necesita autorización o certificación de otra entidad, se ha cometido un delito.
3. ¿Qué medidas aplica la aduana nacional cuando detecte irregularidades en la documentación o en el contenido que se está enviando?	Las medidas dependen mucho del error encontrado. 1. Errores de transcripción estos no impiden la exportación. Si hay errores de transcripción por ejemplo se voltea un número en el saco: 546 en lugar de 564, y la documentación respalda que es un error al transcribir, se hace la modificación y estos errores no impiden la exportación. 2. Errores sancionables. Hay campos que son contravencionales. La aduana tiene reglamentos para que el público conozca qué campos son sancionados. La ausencia de documentos y la subpartida arancelaria son datos muy importantes sancionables, si hay un error en la subpartida arancelaria (ej. se usa una subpartida genérica cuando existía una específica), se notifica la contravención, se cobra la multa, y el operador tiene 5 días para pagar o presentar descargos. La modificación del dato (si no impide la exportación) permite que se continúe con el proceso.

	3. Delito/Contrabando, si la modificación de la subpartida arancelaria implica que la mercancía no puede salir del país, está prohibida, o está regulada y no se adjunta el documento que autoriza su exportación, la conducta se puede tipificar como un error cualquiera o, en su caso, como contrabando de exportación agravada. Esto se revisa en el Código Tributario y el caso se entrega al ente judicial correspondiente.
4. ¿Existe algún seguimiento posterior o control aleatorio a las exportaciones, una vez se ha emitido el certificado de salida?	Sí, hay un área de fiscalización en la aduana que revisa si hay riesgos en los diferentes trámites. Aunque la fiscalización en exportación es muy reducida porque como estado se busca incentivar las exportaciones, sí existe la posibilidad de que el área de fiscalización pueda analizar las exportaciones de cierto producto o de algún operador
5. ¿Para realizar esa fiscalización, necesitarían alguna autorización?	No, es potestad de la aduana, siempre y cuando el ámbito de su investigación sea aduanero y esté dentro de su normativa. No se investigan asuntos fiscales, nada que no esté en la normativa aduanera.
6. ¿Cuáles son los documentos que deben digitalizarse y adjuntarse para validar la DEX y qué errores suelen cometer los exportadores al momento de realizar este procedimiento?	Entre los principales documentos que deben digitalizarse y adjuntarse para validar la DEX (Declaración de Exportación) están: El certificado de origen del café, emitido por el SENAVEX, el certificado fitosanitario, emitido por el SENASAG. la factura comercial de exportación, que es el documento principal donde se especifica a quién se le está vendiendo el producto y en qué condiciones. En algunos casos también se puede adjuntar un certificado de calidad, aunque no sea obligatorio para la Aduana, porque algunos países importadores sí lo solicitan como parte de sus requisitos internos. Ahora, respecto a los errores más comunes, uno de los principales es que los exportadores confunden el formulario de solicitud con el documento soporte definitivo. Por ejemplo, en lugar de adjuntar el certificado sanitario final emitido por el SENASAG, suben al sistema el formulario de solicitud del certificado, y eso no es válido para la aduana. también pasa algo similar con los documentos que autorizan cantidades o cupos como los emitidos por el Viceministerio de Comercio y Logística Interna muchas veces adjuntan versiones preliminares, cuando en realidad lo que se necesita es el documento definitivo, con número, firma y sello de autorización, por eso siempre recomendamos revisar bien los archivos antes de subirlos, asegurarse de que sean los documentos finales y que estén firmados o validados por las entidades competentes. En cuanto a plazos uno de los errores más frecuentes que cometen los exportadores tiene que ver con el vencimiento de la DEX. Una vez que la Declaración de Exportación (DEX) es aceptada, el exportador tiene un plazo máximo de 60 días para efectuar la salida del país, es decir, para concretar la exportación. Lo que suele pasar es que algunas empresas especialmente las que manejan varios medios de transporte, como en el caso de la soya o los minerales dejan vencer ese plazo sin haber completado toda la operación. Cuando eso ocurre, ya no pueden exportar bajo esa misma declaración y deben modificar la DEX para reflejar únicamente la parte efectivamente exportada. En el caso del café no es tan común, porque normalmente se transporta en un solo envío por carretera, pero igual es importante que los exportadores estén atentos a ese plazo de 60 días para no tener observaciones posteriores.
7. ¿Existe alguna sanción si no efectúa la	Sanción no existe. Sin embargo, la norma obliga y exige al operador que tiene que modificar la declaración por lo efectivamente exportado, ya que una declaración

exportación dentro de los 60 días?	pendiente está pendiente en el sistema. Se les presiona para que modifiquen la declaración a lo que realmente salió del país.
8. ¿Cuáles son los pagos que tiene que realizar el exportador y cómo los debe efectuar dada la coyuntura que tenemos en el país?	Todas nuestras exportaciones están libres de tributo aduanero por lo menos ante la aduana, no se paga nada.
9. ¿Existe algún costo por el uso de la plataforma y la emisión de documentos?	La declaración de exportación no tiene costo. Sí tiene un costo el certificado de salida, que es el último documento emitido por el funcionario de depósito que es de bs 120. En el caso aéreo, no interviene el funcionario de depósito, por lo que no se paga nada. En el caso carretero o ferretero, los depósitos tienen una tarifa para la emisión del certificado de salida que es algo que la aduana no cobra, lo cobra el concesionario del recinto.
10. ¿Existe algún protocolo o coordinación con la aduana de Chile o el puerto de Arica para mercancías bolivianas en el caso de la exportación?	Nosotros como aduana tenemos la agencia en el exterior Arica, con funcionarios que reciben la carga, incluso cuando el destino final no es Chile ejemplo China. Estos funcionarios están presentes para ver cualquier necesidad que tuviera el operador, nuestras exportaciones se consideran concluidas cuando salieron de nuestra zona de control. Los funcionarios bolivianos en Arica participan de algún modo en la llegada del medio de transporte, pero no hacen ninguna operación es decir que no impiden la salida ni dan prioridad.
11. ¿Cuáles serían las principales ventajas que tendría una empresa al ser un operador económico autorizado (OEA)?	En el caso de exportaciones, no puede haber diferencia; se debe aplicar el procedimiento para todos, incluyendo a un OEA. Se puede dar prioridad a mercancías perecederas fruta, carne o químicos. Sin embargo, los procesos de exportación son bastante rápidos, tramitándose en minutos durante el día, salvo problemas de seguridad o clima como nevadas en frontera en invierno
12. Para las exportaciones de alimentos y en el caso del café, ¿Se ha visto que se realizan más por exportadores o por agencias despachantes?	Normalmente, es el mismo exportador. Dado que las agencias cobran, la mayor parte de las exportaciones las realiza el propio exportador.

Anexo 18: Entrevista a la Cámara Americana de Comercio de Bolivia

ENTREVISTADO N 5		
AMCHAM Bolivia		**Institución**: Cámara Americana de Comercio de Bolivia **Cargo:** Gerente General **Nombre:** Alejandra Aguirre

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
1. ¿Cuáles son los principales organismos en Estados Unidos que regulan la importación de productos alimenticios como el café?	a. La Administración de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos (FDA por sus siglas en inglés), que es la encargada de regular la seguridad alimentaria, etiquetado y el cumplimiento de las normas sanitarias. Todo alimento importado debe cumplir con el Food Safety Modernization Act (FSMA). El café tostado y molido está bajo la regulación de la FDA, aunque el café verde (sin tostar) está parcialmente exento de ciertos requisitos si no está destinado al consumo directo. b. El departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA por sus siglas en inglés), que a través de su Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal (APHIS), controla aspectos fitosanitarios, especialmente cuando se trata de café verde en grano para prevenir la introducción de plagas o enfermedades. También regula etiquetado cuando se involucran sellos como "USDA Organic". Dentro del cual se encuentra el Sevicio de Mercadeo Agrícola (AMS) que certifica que los productos alimenticios sean comercializados bajo estándares de calidad o certificaciones c. La Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza (CBP), que es responsable del control fronterizo, administrando las declaraciones de importación y verificando el cumplimiento aduanero y de documentación, incluyendo origen, valor, peso y aranceles.
2. ¿Qué requisitos legales y sanitarios debe cumplir el café boliviano para ingresar a Estados Unidos?	En general, toda empresa que produce procese, empaque o almacene alimentos para exportación debe estar registrada ante la FDA. Este registro debe renovarse cada dos años. Se debe tomar en cuenta que la aprobación de este registro toma entre una y seis semanas, y se puede realizar de manera virtual entrando a la página de la FDA. Generalmente, la información que se solicita para obtener el registro es, la identificación del agente de comercio, definiendo el tipo de empresa, algunos otros datos personales. Es importante tener en cuenta que toda instalación extranjera debe tener un agente en Estados Unidos que esté registrado de igual manera ante la FDA y que actúe como el encargado de la comunicación de la instalación a nivel nacional Por otro lado, para que el café boliviano pueda ingresar a Estados Unidos debe cumplir con Ley de Modernización de la Inocuidad de los Alimentos (FSMA) que exige a los importadores y a los proveedores extranjeros de alimentos garantizar que sus productos cumplan con los estándares de seguridad alimentaria de Estados Unidos, centrando la ley en la prevención de problemas de inocuidad en lugar de la reacción posterior. Para ello, los importadores deben cumplir con normas específicas como el Programa de Importadores Calificados Voluntarios (VQIP), el Programa de Proveedores Extranjeros (PVP) y el Programa de Verificación de Proveedores Extranjeros (VPVP). Especialmente si el café es tostado, debe seguir las normas de Buenas Prácticas de Manufactura (GMP), control preventivo y trazabilidad.

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
	Finalmente, el certificado de café es muy importante para que el producto logre salir del país. En el artículo 33 del acuerdo realizando por la Organización Mundial del Café, (principal organización intergubernamental de asuntos cafeteros), se indica que toda exportación de café debe estar amparada por una certificado válido en el caso boliviano, este certificado puede ser obtenido a través de la página web de SENAVEX, y en favor de acelerar el proceso de exportación, para obtner este Certificado de Café, no es necesario contar con el certificado fitosanitario emitido por el SENASAG.
3. ¿Conoce acerca de las certificaciones USDA Organic, Fair Trade u otras similares?	Sí, estas certificaciones son altamente valoradas en el mercado estadounidense y muchas veces condicionan el acceso a nichos o mercados especializados. En el caso de la USDA Organic, esta certifica que el café fue producido sin el uso de pesticidas, herbicidas ni fertilizantes sintéticos. Para exportar con este sello, el productor debe cumplir con el National Organic Program (NOP) y contar con un organismo certificador acreditado por el USDA. Por otro lado, el Fair Trade (Comercio Justo), asegura más que nada que los productores recibieron un precio justo, condiciones laborales adecuadas y que se cumplen estándares sociales y ambientales. Es especialmente importante en cadenas éticas o conscientes. También se pueden mencionar la Rainforest Alliance, que fomenta prácticas sostenibles en lo ambiental, económico y social. Aunque es menos estricta que "Organic", es ampliamente aceptada por grandes cadenas.
4. ¿Qué certificaciones es recomendable que tenga el café boliviano y cuál es su importancia en el mercado estadounidense?	Para competir efectivamente en el mercado estadounidense, es recomendable contar con certificaciones que permitan que el producto se vuelva más competitivo en el mercado estadounidense, como la certificación de USDA Organic que es ideal para que el producto pueda posicionarse en supermercados naturales, tiendas gourmet, y clientes que buscan productos saludables y sostenibles. Las certificaciones como Fair Trade o Rainforest Alliance, aumentan el valor agregado y abren puertas a cadenas de cafeterías, supermercados éticos y grandes tostadores con políticas de RSE. Estas certificaciones no solo abren mercados, sino que permiten mejores precios, relaciones comerciales más estables y fortalecen la imagen del productor/exportador frente al consumidor estadounidense.
5. ¿Qué tipo de apoyo puede brindar AMCHAM Bolivia a las empresas que desean exportar café a Estados Unidos?	AMCHAM Bolivia brinda un acompañamiento integral a las empresas que buscan ingresar o consolidarse en el mercado estadounidense. Este apoyo incluye desde orientación sobre requisitos regulatorios, normativas de exportación hasta información comercial actualizada. Asimismo, la Cámara facilita contactos estratégicos con importadores, distribuidores y organismos de promoción comercial en Estados Unidos, contribuyendo a generar oportunidades de negocios sostenibles. Además, a través de alianzas con instituciones públicas y privadas, también apoya la participación en ferias internacionales y misiones comerciales que promueven el café boliviano como producto de calidad y origen diferenciado. Finalmente, AMCHAM ofrece capacitaciones, y espacios de networking especializados en comercio exterior, donde los exportadores pueden fortalecer sus capacidades en materia de competitividad, marketing internacional y cumplimiento normativo.
6. ¿Conoce acerca del Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias 7. (SGP)?	El Sistema Generalizado de Preferencias, es un programa establecido por el Gobierno de los Estados Unidos que busca promover el desarrollo económico de países en vías de desarrollo mediante la reducción o eliminación de aranceles sobre determinados productos de exportación. Este mecanismo ha permitido que bienes originarios de países beneficiarios, como Bolivia, ingresen al mercado estadounidense con ventajas arancelarias significativas.

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
8. ¿Qué beneficios y ventajas arancelarias ofrece el SGP para el ingreso de productos como el café al mercado estadounidense?	El SGP otorgaba importantes beneficios a los productos bolivianos, entre ellos la exención total o parcial de aranceles de importación, lo que permitía que productos como el café ingresaran al mercado estadounidense con mayor competitividad en precio frente a otros orígenes. Además, este mecanismo promovía la diversificación de exportaciones y contribuía al fortalecimiento de sectores productivos de valor agregado. Sin embargo, es relevante precisar que el SGP expiró el 31 de diciembre de 2020, y hasta la fecha no ha sido renovado por el Congreso de los Estados Unidos. Por tanto, los productos bolivianos actualmente no gozan de los beneficios arancelarios que otorgaba dicho sistema.
9. ¿Conoce acerca de las barreras no arancelarias estadounidenses?	Las barreras no arancelarias son medidas de política comercial que, sin implicar directamente la imposición de aranceles, pueden restringir o dificultar el ingreso de productos extranjeros al mercado estadounidense.
10. ¿Qué tipos de barreras no arancelarias impone Estados Unidos a la Importación de café procedente de países latinoamericanos, como Bolivia, y de qué manera podrían mitigarse o superarse?	Muchas de esas barraras no arancelarias pueden verse a través de un software llamado Market Access Map, sin embargo, de las más importantes están las regulaciones sanitarias y fitosanitarias donde se garantice que todo alimento, en tu caso el café, este libre de plagas, enfermedades, incluso hongos. También existen normas de empaque y etiquetado donde se pueda especificar el contenido nutritivo de los alimentos. Existen muchas más y es un poco complicado mitigarlas debido a que son normas universales que deben contener productos de alimentos. Esto se hace con el fin de garantizar un producto de calidad para sus ciudadanos.
11. ¿Cuáles son las barreras administrativas o documentales que suelen causar retrasos, rechazos o costos adicionales en la exportación de café a EE. UU.?	Es posible que, desde Bolivia, los certificados sanitarios o fitosanitarios estén incompletos, vencidos o incluso sin el formato correcto reconocido por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos. Estos temas pueden causar el rechazo inmediato de la exportación del café boliviano.
12. ¿Qué estándares internacionales o normas técnicas aplica Estados Unidos al café de importación?	Existen varias normas, entre ellas está la USDA-APHIS que en inglés se entiende como el Animal and Plant Health Inspection Service donde se regula el ingreso de productos vegetales para evitar plagas, es importante entender los códigos arancelarios ya que son la base para poder identificar con códigos al producto que quieres exportar, normalmente en Estados Unidos se conoce la norma HTSUS, el cual es básicamente su sistema armonizado arancelario donde cada producto que ingrese al país tenga su identificador
13. ¿Qué análisis, certificaciones y requisitos mínimos de calidad debe cumplir el café boliviano para ser aceptado en el mercado estadounidense?	Como mencione antes, el más importante es el certificado fitosanitario que es emitido por el SENASAG que garantice que el producto está libre de plagas y enfermedades. También debe respetar los límites de residuos de plaguicidas establecidos por la EPA, lo que implica realizar análisis de laboratorio previos a la exportación. Si el café está tostado o procesado también debe cumplir con las normas de la FDA en cuanto a inocuidad alimentaria y etiquetado. Obviamente debe cumplir con los estándares mínimos de calidad como baja húmedas y que no tenga defectos.
14. ¿Cómo pueden los productores y exportadores bolivianos posicionar su café como un producto premium	Antes que nada, cumplir los requisitos, el tema de posicionamiento depende de la empresa.

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
frente a otros competidores?	
15. ¿Qué tan importante es la trazabilidad del café para los compradores estadounidenses al momento de evaluar su aceptación en el mercado?	Te digo que es absolutamente fundamental. Es básicamente la base de todo, ya que, si hablamos de un comprador estadounidense serio, especialmente si se trata de un catador, la trazabilidad es un requisito indispensable. Aquí se debe conocer la región, la finca específica donde se cosecharon los granos de café, el nombre del productor, la altitud donde se cosechó y muchas otras cosas más. Entonces si es bastante importante. Si no se conocen esos datos, el café se enfrentaría a mucha competencia y básicamente se convertiría en un Commodity más.
16. ¿Cuáles son las instituciones y la normativa que regulan los requisitos del empaque, envase, embalaje y etiquetas en Estados Unidos, y cuál es su importancia?	En su mayoría gira en torno a la FDA, la cual es la Administración de Alimentos y Medicamentos. Ellos son la autoridad máxima que regula qué entra en un alimento y que dice su empaque.

Anexo 19: Entrevista a la Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia

ENTREVISTADO N 6		
CANEB		**Institución**: Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia **Cargo:** Gerente General **Nombre:** Marcelo Olguin Ribera

ENTREVISTADO N 7		
CANEB		**Institución**: Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia **Cargo:** Gerente Técnico **Nombre:** Gheraldine Vanessa Michel Linares

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
1. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta Bolivia para consolidar la exportación de café?	E6: Bueno, en Bolivia, es un productor sobresaliente en términos de calidad en el café. El café boliviano es muy valorado, sobre todo por las características de aroma y de sabor que tiene, y esto está adecuado a las condiciones productivas en las que se da. Bolivia eh principalmente tiene café arábico, que en el mundo hay dos tipos de café que se comercian, el arábica y el robusta, ¿no? Entonces, Bolivia, yo me decir entre el 90 a 95% de su producción es arábica. Hay algunas regiones en el norte del país, en Pando principalmente y en el Beni donde hay producción de robusta, pero es muy pequeña, ¿no? Entonces, en la región Brasil es un gran productor de robusta e y los países africanos. Los grandes volúmenes de que se comercializan de café en el mundo son de esta variedad y eh evidentemente si quieres diferenciarte un café de buenas características es el Arábica, ¿no? Entonces es eh uno de los grandes retos que tiene el país tiene que ver con eh los volúmenes de producción. Bolivia no ha tenido un centro importante en términos de la superficie cultivada de café. Eh, en el año 2020 eh si mal no recuerdo 18 en realidad eh se inició el programa nacional del café. Este programa tenía la intención de hacer un refrescamiento de la variedad de las plantas porque ya eran plantas muy longevas que Obviamente cada planta tiene un ciclo de productividad y al ser ya unas plantas bastante longevas, ese ciclo ya estaba como que bastante reducido. Entonces, la idea era repoblar con nuevas plantas y tener un impacto productivo a ese nivel. Evidentemente es una alternativa, se logra hacer eso. De todas maneras, un tema importante es eh que también tienes que impactar sobre la superficie cultivada, ¿no? Y eso no se lo ha estado haciendo, lamentablemente, en los últimos años, la superficie cultivada y el rendimiento están relativamente estancados en los últimos años, Entonces, una limitante para tener también un crecimiento eh grande en términos de superficie cultivada eh tiene que ver con eh el hecho de que Bolivia produce bajo sistemas agroforestales. no tiene una producción, si se quiere de monocultivo extensiva como se tiene en Brasil, como se tiene en Colombia, ¿no? Tú ves un campo donde tienes solo plantas de café, ¿no? Y tienes una producción dedicada exclusivamente al café. En Bolivia el café eh se combina con otro tipo de cultivos. Eh muchos de ellos les dan sombras, un cultivo forestal, pero también está el copo azul y varios otros

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
	productos. que se dan en una misma parcela, ¿no? Entonces, esa simbiosis eh de trabajar en un sistema productivo no es tan fácil de escalarlo en términos de superficie, ¿no? Entonces es un reto importante. Bolivia eh tiene en el último dato, que probablemente haya que actualizarlo, alrededor de 23,300 hectáreas en producción y el rendimiento es de 25,954 toneladas, la producción total, perdón. El rendimiento obviamente es el cociente de ambos y el departamento donde si tiene la mayor producción es el departamento de La Paz. Más de un 96% de la producción de café está en el departamento de La Paz. Evidentemente hay una situación de estancamiento del rendimiento y como te decía de la superficie cultivada de café por estas razones particulares en Caranavi , que es el municipio de mayor donde se concentra la mayor producción de café en Bolivia y obviamente en el departamento de La Paz, tampoco hay mucho donde expandirse. Hablando con los productores nos decían el tema de caminos, tenemos caminos que nos llevan a las a las comunidades donde están asentadas las cooperativas, pero el tema de caminos es una limitante, ¿no? Y el otra limitante importante es el tema del sistema de producción, ¿no? Entonces, los retos eh que podríamos tener para desarrollar de mejor manera el desempeño comercial de café van por este por este lado, por estos elementos que te acabo de comentar. E8: Los principales desafíos para la producción boliviana son diferentes. A nivel interno, la característica principal es que la producción no es de grandes volúmenes. Muchas veces no se logra cubrir la demanda de grandes cantidades requeridas por mercados internacionales, como en el caso de Grecia. Por otro lado, al buscar nichos más pequeños, los desafíos incluyen el tema de las certificaciones sanitarias, de calidad, de certificación de la producción o de trazabilidad que exigen los países de destino. No todos los productores pueden cumplir con estas certificaciones. La producción boliviana es "bien natural"; por ejemplo, el secado del café se hace al sol, no con máquinas como las que utilizan Perú o Colombia. Las exigencias de certificar aspectos como el ambiente (que no haya toxinas, por ejemplo) a veces obstaculizan el acceso a ciertos mercados. Los obstáculos son, por lo tanto, la cantidad o volumen de producción y el cumplimiento de algún tipo de certificaciones.
2. ¿Qué factores logísticos limitan la competitividad del café boliviano?	La logística tiene algunas particularidades, eh, principalmente ente en términos de la cosecha. Para tener un café de calidad con una buena puntuación en taza, tienes que eh cosechar y tienes que procesar. Hay algunas plantas que tienen ese esa posibilidad casi inmediata de recoger la guinda, si se quiere, del café y llevarla para su procesamiento al alto, donde tienes mejores condiciones, si se quiere, climatológicas y sobre todo de humedad. para hacer un procesamiento mucho más controlado Entonces, en otras en otros casos, que es la mayor parte de los casos, no se tiene esa posibilidad de hacer una cosecha rápida y trasladar el producto para su procesamiento, que eso requiere algunos elementos de carácter logístico. El grueso del de los productores hacen la cosecha y hacen el procesamiento en las mismas zonas de producción, ¿no? Entonces, Generalmente se utilizan distintos métodos de procesamiento, está el método de procesamiento lavado, está el natural, eh y está el honey, Entonces, el grueso de la producción de café que se exporta es utiliza el método lavado, Entonces y eso tiene que ver con las condiciones logísticas también que se tienen, teniendo probablemente eh unidades de transporte propias o del de la cooperativa para trasladar la producción a un centro de procesamiento que cuente con condiciones climatológicas más convenientes. Entonces, tienen que hacerlo localmente, de todas maneras, no es una limitante muy grande porque han aprendido a eh hacerlo con mucha dedicación y cuidando bien todos los pasos y se tiene un café de buena calidad. Evidentemente hay otros tipos de procesos que requieren mucha más dedicación y es por eso que se obtienen cafés de mayor puntuación en tasa que están por encima de los

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
	90 puntos, eh, pero se no se tienen en gran cantidad justamente por el tiempo que consume, ejecutar un proceso que va a terminar dando un café de alta puntuación en tasa, ¿no? Entonces, se estos cafés con este tipo de puntuaciones generalmente llegan al mercado en calidad de micro lotes, ¿no? No se habla a nivel de toneladas de café como se suele hacer en otros en otros casos, ¿no? Entonces son micro lotes de 25 kg, 60 kg, etcétera, que tienen estas condiciones de procesamiento mucho más dedicadas, pero también la calidad se garantiza de una mejor manera. Ahora, en términos eh un poco más eh amplios, hay algunas limitaciones en términos de tramitológicos principalmente, ¿no? Algunos requisitos que impone el SENASAG que podrían de alguna manera flexibilizarse o adecuarse a la realidad que vive el sector para poder eh incentivar una mayor exportación de este producto.
3. ¿Existen políticas públicas o programas específicos que promuevan el desarrollo del café?	E7: Como me menciono existe existió este programa nacional del café. Es un programa que en lo que yo conozco avanzó en una primera etapa a un buen ritmo. Aparentemente hubo algunos malos manejos en los recursos económicos del programa. Se paralizó el programa durante un tiempo relativamente largo y ya hacia el cierre se terminó cerrando, pero no en las mejores condiciones de impacto y resultados eh que se hubieran tenido con un programa que no hubiera tenido interrupciones, ¿no? Entonces, eh es un es el programa más grande que yo conozco, el programa Café, que se ejecutó casi en simultáneo con el programa Cacao en la región norte del del departamento de La Paz. Hay otros programas de apoyo de la cooperación internacional, mucho más pequeños y tal vez localizados, Entonces, tienes a al programa ONUDC de la Organización de Naciones Unidas para las Drogas y el crimen eh que tiene una intervención eh a través del proyecto Jatun Sacha, que significa árbol grande en la región de Launta. Ellos apoyan a los productores de esta región. También trajeron compradores internacionales, el caso de Malongo de Francia para poder comprar este café E8: El gobierno ha realizado algunos intentos de apoyar la parte del café a través del Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras, pero ninguna ha tenido un impacto significativo.
4. ¿De qué manera las políticas arancelarias implementadas por Estados Unidos han afectado las exportaciones de café boliviano y cuáles considera que han sido las principales repercusiones para este sector?	E7: Sí. Bueno Estados Unidos ha tenido una política comercial un tanto errática durante esta gestión. El anuncio de nuevos aranceles, incluso del 100%, es una medida que no está direccionada exclusivamente a Bolivia, sino que le toca prácticamente a un conjunto grande de países y con un similar impacto. En los casos como el de Bolivia tenemos un 15% de arancel, mientras que otros países tienen un nivel mucho más grande, como Brasil particularmente. Pensamos que, si bien vamos a tener un impacto en el caso particular del café, hay una demanda global creciente y con muchas preocupaciones de poder lograr el abastecimiento durante esta y la siguiente campaña por problemas climatológicos y sanitarios, principalmente en países productores. Esto, sumado a problemas como el que ha tenido Brasil con el frío, ha generado un incremento en el precio del café y en la demanda. Por lo tanto, pensamos que no va a tener mucha afectación por las condiciones particulares del mercado mundial del café. Es recomendable que comencemos a buscar mercados alternativos en la Unión Europea, que es un segundo destino importante. Francia, Alemania, Bélgica y Países Bajos son fuertes en el consumo de café. Pero nuestra mirada está un poco más allá en el Asia. Pensamos que países como Corea y principalmente Japón pagan un precio por libra mucho más alto porque aprecian también de mejor manera las características del del café. Esto es beneficioso para nuestros productores que venden con certificaciones como la de Fair Trade, que les da un premio en el precio pagado. Recordemos que la mayor parte de la producción de café ahora está manejada principalmente por cooperativas y asociaciones de productores.

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
	E8: Las políticas arancelarias de Estados Unidos han provocado que el precio del café se encarezca al llegar a ese mercado. Esto se suma al alto costo logístico y de producción ya existentes. Dado que el país no maneja grandes volúmenes, la necesidad de llegar en mejores condiciones arancelarias es vital, un aspecto complicado, ya que el país lleva 20 años de retraso en políticas de apertura de mercados. Aunque antes existía la ventaja de un arancel relativamente bajo con EE. UU. sin un acuerdo comercial específico, la subida arancelaria actual hace que el café se encarezca. Esto genera una dificultad frente a la competencia, ya que otros países tienen acuerdos avanzados o programas de apoyo con EE. UU. que podrían dejar al café boliviano fuera del mercado por tener un precio más alto. Sin embargo, dado que el café es un bien muy preciado, si se sabe llegar bien al mercado, el comprador puede estar dispuesto a pagar el precio. La otra opción es buscar mercados alternativos donde se pueda obtener el mismo precio o uno mayor, evitando la elevación de los aranceles.
5. Las medidas arancelarias impuestas por Estados Unidos a los productos bolivianos aplican a todos de manera general o hay sectores que están con excepciones.?	Hay excepciones. La orden ejecutiva del presidente Trump tiene un anexo, el anexo dos, en el cual están listados los productos que están exceptuados de la aplicación de este arancel. Adicionalmente, Estados Unidos tiene una política de abastecimiento de algunos productos estratégicos, entre ellos muchos minerales e incluidos el tema de tierras raras, que no están cubiertos por este tipo de aranceles. Fuera de este listado, el resto de los productos están cubiertos por este arancel adicional
6. ¿Cuál es su apreciación actual sobre el sistema general de preferencias arancelarias que se tenía entre Bolivia y Estados Unidos?	Bueno, yo particularmente soy un poco crítico de los SGPs. Es un mecanismo que en origen tenía una finalidad noble: que los países desarrollados definieran ventajas para los países en desarrollo para alentar sus exportaciones. Sin embargo, los SGPs están enfocados principalmente en materias primas con muy poco valor agregado. Es una forma barata de acceder a una provisión estable de recursos naturales y materias primas, haciendo competir a los países en desarrollo. Esa finalidad de alentar un mayor desarrollo no se ha logrado, y esto ha ido más en beneficio de los países que dan unilateralmente este tipo de ventajas. Obviamente, a nivel de los negocios (nivel micro), es una ventaja poder ingresar a un país pagando algo menos de arancel de lo que pagan otros competidores. En el caso particular de los Estados Unidos, hay un periodo bastante prolongado en el cual no se ha renovado la ley que permite que el SGP esté en vigencia. Muchas empresas continúan exportando, declarando que se están acogiendo a este esquema, con la promesa de que, si el SGP es renovado, se les puedan devolver los pagos de aranceles que han hecho los importadores durante el tiempo que no estuvo vigente el mecanismo
7. Desde su perspectiva, eh las empresas, ¿cuáles serían las empresas bolivianas exportadoras de café, ya sea grano verde o tostado, que se destacan, ya sea por su trayectoria, volumen o calidad?	No hay muchas empresas como tal que estén detrás de las exportaciones de café, sino que son mayoritariamente cooperativas y asociaciones de productores. La mayor parte están en el municipio de Caranavi, en el departamento de La Paz. Entre las más reconocidas en el último tiempo se encuentran la cooperativa Agricafé, la cooperativa agropecuaria Bioarábica, y la Cooperativa Agrícola de Productores Ecológicos. Cerca de un 70% de los principales 20 operadores de exportación son cooperativas y asociaciones de productores
8. Los siguientes documentos son todos los requeridos para la exportación de café, factura	Son prácticamente todos, con excepción de uno, y yo haría la puntualización de que el certificado de origen no es obligatorio. Si uno quiere acceder con preferencias arancelarias a un determinado mercado, debe acompañar su producto con el certificado de origen. El propio SENAVEX otorga el certificado de la Organización Internacional de Café de la OIC, que generalmente acompaña y declara el origen del café

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
comercial, lista de empaque, declaración de mercancías de exportación, certificado de origen, de café, certificado fitosanitario en el caso del café verde y de inocuidad alimentaria para el café tostado, manifiesto internacional de carga, el MIC-DTA y el conocimiento de embarque marítimo.	
9. ¿Qué forma y medio de pago recomienda a una empresa que está iniciando en las exportaciones?	E7: Se puede utilizar la transferencia bancaria internacional como medio de pago, ya que es un mecanismo práctico, rápido y ampliamente utilizado en el comercio exterior. Este medio puede asociarse de manera parcial conforme a la forma de pago pactada; por ejemplo, puede realizarse en un solo pago directo o distribuirse en varias etapas, según lo acordado entre las partes. Además la fecha de embarque se constituye como un referente importante dentro de la operación comercial, ya que suele tomarse como punto de referencia al momento de estructurar los pagos, pero importante aclarar que todos estos aspectos deben ser previamente dialogados con la parte compradora, y ambas partes deben estar de acuerdo tanto con la forma como con el medio de pago.
10. ¿Cómo cree que se puede superar la limitación en cuanto a volúmenes pequeños y regulares que se tiene?	E8: Se puede superar impulsando varias acciones: • Programas de Cooperación: Aprovechar los programas de organismos internacionales y de cooperación que buscan coadyuvar con los productores. • Cultivo de Nuevas Especies: Cultivar nuevas especies de café de especialidad, como los Geishas o Pacamaras, ayuda bastante. • Producción Limpia y Estándares: Impulsar que los productores tengan una producción más limpia, que les permita tener mayores niveles y cumplir ciertos estándares de calidad internacional, lo cual generaría mayores ingresos. • Incentivo Gubernamental: Optar por políticas que impulsen nuevamente la producción agrícola en regiones como Los Yungas, que ha sido suplantada por la producción de coca. Es necesario impulsar que los productores que optaron por la coca vuelvan al café, que es rentable hoy en día (la producción de este año está casi toda vendida, incluso lo que se cosechará en octubre). • Programas Efectivos: Se necesitan programas de apoyo que sean directos con los productores y que coadyuven a su producción, ya que históricamente, aunque se han abierto programas para café, quinua o miel, no han tenido el efecto deseado porque desconocen el sector o no trabajan en coordinación con los productores.
11. ¿Qué estrategias considera necesarias para posicionar el café boliviano como un producto competitivo a nivel internacional?	E8: Aprovechar Espacios de Promoción: Copar la mayor parte de los espacios de promoción comercial a nivel internacional es crucial para llegar a más mercados. Un ejemplo de su efectividad es lo ocurrido en FoodEx 2024, donde la presentación específica y bien lograda del café boliviano logró que más gente visitara su stand que el de Colombia. • Elemento Diferencial: Se debe hacer saber a los consumidores, especialmente a los europeos, asiáticos y americanos, que el café boliviano es diferencial. Es necesario

PREGUNTA	OPINIÓN DEL ENTREVISTADO
	demostrar que tiene una puntuación alta, diferencia en sabor, cómo está producido y a quiénes beneficia (mujeres de las comunidades, jóvenes que heredaron tierras). • Contexto e Historia: Es importante dar un contexto, historia, y transfondo al producto. Esto permite llegar en mejores condiciones y que el consumidor esté dispuesto a comprarlo, incluso a un precio más alto que la competencia. • Certificaciones: Se necesitan certificaciones para demostrar la calidad y las propiedades del café. Contar con la mayor cantidad de certificaciones le permitirá al café llegar a los mercados internacionales en una mejor condición. Actualmente, la mayoría de lo que exporta el país es café verde en grano, aunque hay esfuerzos para exportar café tostado o molido.
12. ¿Qué recomendaciones brindaría a una empresa boliviana que está iniciando un proceso de exportación hacia el mercado de Estados Unidos?	E7: El exportador debe comenzar por conocer a fondo los requisitos y normativas del país de destino, porque cumplir con esos estándares es lo que permite que el producto realmente pueda ingresar y mantenerse en el mercado. Pero no basta con eso: también es fundamental buscar un elemento diferenciador. En el caso del café, la calidad, las certificaciones y el respaldo técnico son esenciales, así como mostrar el valor cultural y social que existe detrás del producto. Hoy los consumidores en el exterior valoran no solo el sabor, sino también la historia, el origen y el impacto positivo que genera su compra en las comunidades productoras bolivianas. E8: La recomendación principal es buscar un elemento diferenciador. No se debe intentar llegar al mercado únicamente cumpliendo los requisitos sanitarios básicos, sino ir más allá. Es crucial invertir en calidad, conseguir laboratorios, certificaciones y la mayor cantidad posible de certificados de respaldo. En caso de tratarse de un café de especialidad, es fundamental enfocarse en este aspecto, ya que son los más valorados. Si no se trata de un café de especialidad, se recomienda acercarse al comprador y ofrecerle información detallada, por ejemplo, mediante un catálogo que muestre las características organolépticas y químicas que lo hacen diferente. También es vital trabajar con la mirada del factor social y cultural, mostrando que la compra beneficia a una comunidad específica de productores, quizá indígenas o mujeres productoras. Asimismo, se debe trabajar en certificaciones éticas como el Fair Trade para demostrar una producción más limpia y la ausencia de trabajo infantil. En resumen, el café debe exportarse con historia, con un trasfondo que refleje la parte cultural de Bolivia, mostrando cómo su producción contribuye al bienestar social y a la preservación de prácticas ancestrales. De esa forma, puede posicionarse dentro de los llamados alimentos conscientes de Bolivia, gracias precisamente a ese valor social y cultural que lo distingue.

Anexo 20: Entrevista a la empresa SolPru LTDA.

SOLPRU LTDA.		**Empresa:** SolPru LTDA **Cargo:** Gerente General **Nombre:** Rafael Guilarte Aguilera

Pregunta	Respuesta
1. ¿Cuál es el nombre de su posible cliente y en qué ciudad está?	El nombre de la empresa es New Horizon Prime Developments LLC y se encuentra en Florida, Estados Unidos.
2. ¿Cuentan con algún contrato firmado?	Hasta ahora solo se han generado acuerdos, pero no existe un documento o contrato firmado.
3. ¿Cómo encontraron a su posible cliente?	Bueno, fue algo que se dio de manera bastante natural. Este comprador, que tiene una empresa dedicada a importar café de diferentes países de Latinoamérica, estuvo en Bolivia y visitó una de las cafeterías de especialidad donde distribuimos nuestro café. Ahí fue donde probó nuestro producto y le gustó mucho, le pareció muy interesante el sabor que tenía, algo diferente a los cafés que normalmente manejan en su país después nos comentó que compró una bolsa de nuestro café en grano tostado y de la forma nos contactó y se comunicó con nosotros, interesado en conocer más sobre el producto y en ver la posibilidad de trabajar juntos. Así fue que se dio el primer contacto, y desde ahí empezamos a conversar con él, con el señor X que no puedo mencionar su nombre aún y sobre el café, los tipos de tostado que tenemos, la capacidad de producción, y la posibilidad de exportar café verde y tostado hacia los Estados Unidos. Desde entonces, hemos mantenido comunicación constante, le gustó la calidad del café y está interesado en incorporarlo dentro del portafolio que distribuye a sus clientes, que son principalmente tiendas y cafeterías de especialidad.
4. Durante las gestiones realizadas con el posible cliente en Estados Unidos, ¿Qué tipo de café manifestó interés en adquirir, y en que cantidades?	En las conversaciones sostenidas con el posible comprador en Estados Unidos, se manifestó una demanda particular por el café verde, estimada en aproximadamente 4.000 kilogramos, debido a que este permite realizar distintos grados de tostado según las preferencias del consumidor final, lo cual es una práctica muy valorada en el mercado estadounidense, ya que cada nivel de tostado modifica el sabor, aroma y cuerpo del café. Asimismo, el comprador manifestó interés por el café tostado, el cual podría incorporarse inicialmente mediante una demanda de prueba de menor volumen, estimada entre 600 kilogramos, especialmente porque SolPru LTDA. produce un tostado tipo americano que coincide con el perfil de sabor y aroma demandado por las tiendas y cafeterías de especialidad en ese país, donde se distribuyen los productos que la empresa importadora comercializa.
5. ¿Durante las conversaciones con el comprador en Estados Unidos se llegó a hablar sobre la cantidad o la capacidad de producción que la empresa puede abastecer anualmente?	Sí, se trató el tema de la capacidad de producción y abastecimiento, y se explicó que SolPru LTDA. cuenta con una producción aproximada de 30 toneladas de café anuales. Se aclaró que este volumen puede variar ligeramente de acuerdo con las condiciones climáticas y la disponibilidad de materia prima, factores que influyen directamente en la cosecha y el rendimiento del producto. A pesar de ello, la empresa estadounidense manifestó su interés en el café boliviano producido por SolPru LTDA., considerando su calidad, sabor y perfil de tostado, que se ajustan a las preferencias de su mercado y de sus clientes en tiendas y cafeterías de especialidad.

Anexo 21: Empresas bolivianas exportadoras de café en grano verde a Estados Unidos

N	Año	2023				2024				2025			
	Empresa	Ops. (n°)	Valor (USD)	Kilogramos	P.U	Ops. (n°)	Valor (USD)	Kilogramos	P.U	Ops. (n°)	Valor (USD)	Kilogramos	P.U
1	COOP AGRICOLA CAFETALERA SAN JUAN	8	410.779,73	64.546,00	6,36	3	186.064,59	30.780,00	6,04	2	104.619,60	16.704,00	6,26
2	AGRICAFE S.A.	4	154.450,71	14.140,00	10,92	8	358.470,80	31.928,50	11,23	3	298.583,80	27.528,00	10,85
3	CENAPROC	4	539.873,76	75.947,00	7,11	2	190.832,10	28.471,00	6,70	2	261.356,78	35.395,00	7,38
4	A.I.P.E.P	3	335.565,14	55.060,00	6,09	3	231.873,58	38.007,00	6,10	2	249.497,00	40.356,00	6,18
5	LATABOL COFFEE LAB. S.R.L.	3	133.863,31	18.391,00	7,28	4	271.438,23	38.279,00	7,09	2	110.133,00	12.180,00	9,04
6	VALFARM SRL	3	167.376,72	31.544,80	5,31	1	144.999,66	14.929,60	9,71	2	193.715,39	17.030,40	11,37
7	CHOMATEO S.R.L.	2	144.653,14	21.180,00	6,83	2	148.736,49	22.874,00	6,50	2	137.239,14	18.783,00	7,31
8	APROCAFE	1	108.218,30	19.470,00	5,56	5	555.250,55	99.100,00	5,60	2	324.076,20	39.640,00	8,18
9	GREENFOX LTDA	1	102.183,21	18.849,00	5,42	8	369.109,80	98.980,00	3,73	3	190.872,00	44.103,00	4,33
10	SAES LTDA	1	295.821,72	59.640,00	4,96	3	103.717,98	79.200,00	1,31	3	197.384,38	79.200,00	2,49
11	BEAVERHARD WOODS LTDA.	2	12.287,96	6.346,00	1,94	-	-	-	-	-	-	-	-
12	COOP. SOCIL PRODUCTIVA RL	2	235.845,13	39.119,10	6,03	-	-	-	-	-	-	-	-
13	ALTOTOSTADO S.R.L.	1	126.343,80	17.998,20	7,02	-	-	-	-	-	-	-	-
14	ANPROCA	1	96.451,25	17.668,00	5,46	-	-	-	-	-	-	-	-
15	4LLAMAS S.R.L.	1	27.066,00	2.127,00	12,72	-	-	-	-	-	-	-	-

N	Año	2023				2024				2025			
	Empresa	Ops. (n°)	Valor (USD)	Kilogramos	P.U	Ops. (n°)	Valor (USD)	Kilogramos	P.U	Ops. (n°)	Valor (USD)	Kilogramos	P.U
16	COOP AGROPECUARIA BIO ARABICA RL	3	347.774,87	58.316,00	5,96	4	404.009,37	63.676,00	6,34	-	-	-	-
17	C. INTEGR AGROPEC. ANTOFAGASTA LTDA	3	316.090,40	51.500,00	6,14	3	366.228,89	52.200,00	7,02	-	-	-	-
18	COOP AGROP Y COM ALTO SAJAMA LTDA.	2	227.044,54	38.287,00	5,93	3	346.709,05	55.649,00	6,23	-	-	-	-
19	ASOCIACION MONTANA VERDE	1	120.818,19	19.112,00	6,32	3	425.250,20	58.272,00	7,30	-	-	-	-
20	JUAN BOYAN GUARACHI	1	14.655,00	987,20	14,85	1	17.173,58	1.782,10	9,64	-	-	-	-
21	ORG UNION PROD AGRO UNION PRO-AGRO	1	116.630,40	19.415,00	6,01	1	118.327,94	19.415,00	6,09	-	-	-	-
22	AGROTAKESI SA	-	-	-	-	3	73.219,89	1.484,00	49,34	-	-	-	-
23	ASEPCANM	-	-	-	-	1	3.009,60	345,00	8,72	-	-	-	-
24	BOLIVIAN AGROTRADER S.R.L.	-	-	-	-	1	8.294,49	900,10	9,22	-	-	-	-
25	COOP. AGROPECUARIA MEJILLONES RL	-	-	-	-	5	588.457,31	95.560,00	6,16	-	-	-	-

N	Año	2023				2024				2025			
	Empresa	Ops. (n°)	Valor (USD)	Kilogramos	P.U	Ops. (n°)	Valor (USD)	Kilogramos	P.U	Ops. (n°)	Valor (USD)	Kilogramos	P.U
26	SANCHEZ USTARIS HECTOR	-	-	-	-	1	600,00	45,35	13,23	-	-	-	-
27	BIO-ARCOIRIS RL	-	-	-	-	-	-	-	-	7	203.722,33	24.899,20	8,18
28	COOP INT AGROP ANTOFAGASTA R.L.	-	-	-	-	-	-	-	-	1	163.529,00	17.400,00	9,40
29	ROGER QUIROGA BECERRA DE LA ROCA	-	-	-	-	-	-	-	-	1	63.525,00	9.948,60	6,39
TOTAL		**48**	**4.033.793,28**	**649.643,30**	**6,21**	**65**	**4.911.774,10**	**831.877,65**	**5,90**	**31**	**2.434.728,62**	**373.218,60**	**6,52**

Anexo 22: Empresas de Estados Unidos importadoras de café en grano verde boliviano 2025

N	Empresa	Operación	Kilos
1	TYPICA INC.	1	1.782,00
2	ALTO TOSTADO, LLC	1	2.127,00
3	OLAM AMERICAS LLC.	1	2.237,00
4	GLOBAL GOODS COLLECTIVE INTERNATION	3	5.664,00
5	DELIZIA FOODS LLC	1	9.948,60
6	PARAGON COFFEE TRADING COMAILTO:TRA	1	12.674,00
7	V ALEXANDER 22 CENTURY BOULEVARD	1	16.920,00
8	BRIDGING PARTNERS HOLDINGS,LLC.	2	17.030,40
9	EQUAL EXCHANGE	1	17.400,00
10	CAFE IMPORTS FULFILLMENT, LLC	1	18.975,00
11	ROYAL COFFEE INC FLO ID	2	18.975,00
12	KEFFA COFFEE ATTN	4	19.235,20
13	ORGANIC PRODUCTS TRADING CO. INC	1	19.415,00
14	CAFE KREYOL	3	28.527,00
15	INVALSA COFFEE	2	32.380,00
16	ROYAL COFFEE INC	3	33.551,00
17	LOUIS DREYFUS COMPANY COFFEE NA LLC	2	35.395,00
18	INTERCONTINENTA COFFEE TRADING	2	39.600,00
19	ROYAL COFEE NEW YORK INC.	2	39.640,00
20	COOPERATIVE COFFEES INC.	1	40.356,00
21	OLAM AMAERICAS LLC	2	40.852,00
22	VOLCAFE USA LLC	3	66.867,00
23	EQUAL EXCHANGE CO-OP	5	92.466,00
24	OLAM AMERICAS ONE WORLD TRADE CENTER	12	350.240,00

Anexo 23: Empresas de Estados Unidos importadoras de café verde de Latinoamérica 2025

N	Empresa	Operación	Kilos	Socio Comercial
1	COMMERCIAL INTEGRATED THEORY LLC	1	3,00	Colombia
2	NATALY PRODUCE LLC.	2	20,00	Ecuador
3	STARBUCKS COFFE	1	48,00	Colombia
4	ASL LOGISTICS LLC	1	50,00	Colombia
5	MONOLITH COFFEE	1	72,00	Colombia
6	POORBOY COFFEE	1	72,00	Colombia
7	THOUGHTFULCOFFEE LLC	1	72,00	Colombia
8	GREENWAY COFFEE COMPANY	1	74,50	Colombia
9	ROOTS BY EARH	1	94,00	Perú
10	CUTBOW COFFEE	1	96,00	Colombia
11	COFFEE LOVERS JOURNEY LLC	1	100,00	Colombia
12	GINA CORDOBA VENTOLA COFFEE LLC	1	100,00	Colombia
13	BOLD BEAN COFFEE ROASTERS INC	2	100,00	Ecuador
14	LUMINOUS COFFEE	1	120,00	Colombia
15	ELIXR COFFEE	1	120,00	Ecuador
16	STEREOSCOPE COFFEE	1	120,00	Ecuador
17	TRAVAS CLIFTON - MODCUP	1	120,00	Ecuador
18	CAFFE VITA	1	122,00	Ecuador
19	BLACK FOX COFFEE COMPANY	1	122,20	Ecuador
20	EQUATOR COFFEE	1	122,40	Ecuador
21	ILSE COFFEE	1	126,90	Ecuador
22	LA CABRA	1	132,00	Colombia
23	SEE COFFEE	1	133,00	Ecuador
24	MOONWAKE	1	137,00	Ecuador
25	LUMI HQ	1	138,00	Ecuador
26	TUG HILL ARTISAN ROASTERS	1	140,00	Colombia
27	THANKFULLY COFFEE	1	140,00	Ecuador
28	SEPTEMBER COFFEE KYLE ROSWELL	1	155,00	Ecuador
29	BRADFORD COFFEE	1	157,00	Perú
30	IAN MOORE	1	175,00	Colombia
31	NHAT MINH BUI	1	190,00	Ecuador
32	KYLE RAMPAGE -BLACK AND WHITE	1	197,00	Ecuador
33	JUNTO COFFEE	1	200,00	Colombia
34	LITTLE WOLF COFFEE	1	200,00	Ecuador
35	CARAVELA LIMITED	2	201,00	Perú
36	ARCHETYPE COFFEE	5	210,00	Colombia
37	LAB COFFEE AND ROASTERS	1	210,00	Colombia
38	METHODICAL COFFFE VENTOLA COFFEE LLC	1	220,00	Colombia
39	COMMON ROOM ROASTERS	1	240,00	Colombia
40	NHAT MINH BUI	1	240,00	Colombia
41	EL CONDOR	1	240,00	Ecuador
42	DAYGLOW ROASTING LLC	1	244,00	Ecuador
43	COZYSTYLE CO.LTD.	1	250,00	Perú
44	EQUATOR COFFEES LLC	1	264,50	Ecuador
45	TAMARIN FRUITS CO	1	271,49	Colombia
46	RURUKUNA	1	278,00	Ecuador
47	AYLA LUGINBYLL WHOLESALE MANAGER	1	280,00	Colombia
48	COFFEE BY THE BAG COM INC	1	288,00	Colombia

N	Empresa	Operación	Kilos	Socio Comercial
49	ONYX COFFEE LAB ATT KONOKA HATTORI	2	290,00	Ecuador
50	ELIXR COFFEE	1	300,00	Colombia
51	ANONYMOUS COFFEE ROASTERS LLC	1	308,00	Ecuador
52	BIRD ROCK COFFEE ROASTERS	1	312,00	Colombia
53	WILLOUGHBY S COFFEE AND TEA	2	312,60	Colombia
54	CAFE DOAN-LEE KUNMIN	1	314,00	Perú
55	EAST ALSTEAD ROASTING CO	1	315,00	Colombia
56	EL BALCON COFFEE SHOP LLC	1	315,00	Colombia
57	IRIS CO GOODS	1	315,00	Colombia
58	REV COFFEE ROASTERS	1	315,00	Colombia
59	SILVERMINE	1	315,00	Colombia
60	THREE OAKS ROASTING CO	1	315,00	Colombia
61	PROJECT PIJAO LLC	3	343,00	Colombia
62	SWEET BLOOM COFFEE	2	350,00	Colombia
63	FAITHFUL SAINT COFFEE ROASTERS LLC	1	350,00	Colombia
64	UNITY COFFEE LLC	1	350,00	Colombia
65	SEAPOINTEC LLC	1	350,00	Ecuador
66	CLOUD CATCHER SDN BHD	7	352,00	Perú
67	AUSTIN BOWERS METHODICAL VENTOLA COFFEE LLC	1	360,00	Colombia
68	INTERSTELLAR COFFEE LLC	1	360,00	Colombia
69	S&W CRAFT ROASTING	1	360,00	Colombia
70	SEBASTIAN HOYOS	1	385,00	Colombia
71	BREWED MONDAY COFFEE LLC	1	414,00	Colombia
72	COFFEE PROJECT GROUP INC	1	425,00	Colombia
73	FAIRFIELD TRADING LLC	2	432,00	Colombia
74	LONDOÑO COFFEE CRAFTS	1	432,00	Colombia
75	ARAMAICA STORE LLC	1	450,00	Colombia
76	BOTERO COFFEE CLUB LLC	3	490,00	Colombia
77	FARO USA LLC	1	490,00	Colombia
78	SEY COFFEE LLC	3	493,00	Ecuador
79	INGENIOUS IMPORTS INC	1	504,00	Colombia
80	CIMA CAFE LLC	9	545,00	Ecuador
81	TREATT USA, INC	2	570,00	Brasil
82	CORVUS COFFEE ROASTING	2	576,00	Colombia
83	TFD FAMILY LLC	1	595,00	Colombia
84	BRIDGE AND TUNNEL COFFEE COMPANY. G	1	600,00	Perú
85	HYDRANGEA COFFEE	4	623,00	Ecuador
86	S&W CRAFT ROASTING	3	630,00	Ecuador
87	MOONWAKE COFFEE ROASTERS	8	636,00	Colombia
88	THUMP COFFEE	1	690,00	Colombia
89	TYPICA INC	2	691,00	Colombia
90	ANDY HASSLER BLUE MIND COFFEE ROASTING VENTOLA COFFEE LLC	1	700,00	Colombia
91	MOCHA JOES CAFE	1	700,00	Colombia
92	MOCHA JOE S ROASTING COMPANY	1	707,00	Colombia
93	COFFEE BROS	2	780,20	Colombia
94	VELOS SERVICES LLC.	1	789,00	Brasil
95	GOST COFFEE ROASTER VENTOLA COFFEE LLC	3	820,00	Colombia
96	BLUE MIND COFFEE VENTOLA COFFEE LLC	2	870,00	Colombia
97	GOLDCHILD COFFEE ROASTERS LLC	2	875,00	Colombia

N	Empresa	Operación	Kilos	Socio Comercial
98	CULTURA COFFEE	3	910,00	Colombia
99	JEFFREY ANTHONY OERDING	4	911,54	Ecuador
100	STONE CREEK COFFEE VENTOLA COFFEE LLC	2	916,00	Colombia
101	AMANDA ESCOBAR	3	945,00	Colombia
102	BLACK Y WHITE COFFEE ROASTERS LLC	1	960,00	Colombia
103	CARAVELA LIMITED	1	966,00	Ecuador
104	COMORANT SERVICES LLC	2	980,00	Colombia
105	STEADY STATE ROASTING	2	984,00	Colombia
106	CALLED COFFEE LLC.	1	995,00	Perú
107	PRODIGAL COFFEE LLC	2	1.007,10	Ecuador
108	JAVIER PEREIRA COFFEE LLC	1	1.019,00	Colombia
109	INTI COFFEE LLC	4	1.053,17	Ecuador
110	MI PERU TRADING INC	7	1.085,23	Perú
111	GOOD BROTHERS COFFEE LLC	5	1.104,00	Colombia
112	IMMIGRANT CULTURE LLC	1	1.120,00	Colombia
113	THE COFFEE INC.	2	1.160,39	Ecuador
114	HARVEC, JUAN PENAHERRERA	1	1.200,00	Ecuador
115	THE 89 COFFEE INC	1	1.214,00	Ecuador
116	ONYX COFFEE LAB	3	1.248,00	Colombia
117	CONTINENTAL WAREHOUSES	1	1.248,00	Colombia
118	DINGZHIRUI INTERNATIONAL TRADE CO LTD	2	1.295,00	Ecuador
119	CLUB MATERO	2	1.300,00	Brasil
120	MI TIERRA IMPORT & EXPORT LLC	1	1.309,36	Perú
121	MAGDALENA COFFEE AND HOUSEPLANTS	4	1.346,00	Colombia
122	ANDREW SINCLAIR MADLAB VENTOLA COFFEE LLC	2	1.400,00	Colombia
123	CAFE REAL LLC	2	1.400,00	Colombia
124	ICONIK COFFEE ROASTERS LLC	1	1.410,50	Colombia
125	SIERRA COFFEE GROUP LLC	1	1.437,00	Perú
126	TINKER COFFEE ROASTER VENTILA COFFEE LLC	2	1.450,00	Colombia
127	LA CABRA APS	2	1.470,00	Colombia
128	ANONYMOUS COFFEE	1	1.470,00	Ecuador
129	CAFETEROS ROASTERS LLC	1	1.497,00	Colombia
130	HALES MC LLC HACEA COFFEE SOURCE	2	1.538,00	Ecuador
131	BIRD AND BEAR COFFEE LLC SAN FRANCISCO CA	2	1.540,00	Colombia
132	TIERRA FERTIL LATIN AMERICAN FOODS LLC	8	1.626,50	Colombia
133	JBC COFFEE ROASTERS	1	1.632,00	Colombia
134	JORGE ANDRES RAMIREZ	1	1.650,00	Colombia
135	PARAGON COFFEE TRADING CO	1	1.704,00	Colombia
136	MAD LAB COFFEE	2	1.950,00	Colombia
137	THE COFFEE BEAN NETWORK LLC	1	1.954,00	Colombia
138	EVANSVILLE COFFEE COMPANY	4	1.960,00	Colombia
139	NESTLE R&D CENTER INC	1	1.960,00	Colombia
140	SIERRA CO USA LLC	2	1.971,00	Colombia
141	COFFEE BEAN NETWORK LLC	1	1.979,00	Colombia
142	MODCUP COFFEE CO	6	2.004,00	Colombia
143	TOSTADORES MDQ SA	1	2.080,00	Perú
144	ALTOS DEL TIO CONEJO LLC	2	2.100,00	Colombia
145	HYDRANGEA COFFEE ROASTERS	10	2.141,00	Colombia
146	MISSIONARY TRADING COMPANY	1	2.255,00	Colombia
147	TEIKU BIO ENERGY CORPORATION	3	2.347,00	Colombia

N	Empresa	Operación	Kilos	Socio Comercial
148	PROSPECT COFFEE FARMS LLC.	3	2.387,99	Perú
149	PERC COFFEE	3	2.424,00	Colombia
150	TDI PARTNERS LLC	1	2.499,00	Ecuador
151	ROYAL COFFEE INC	3	2.520,00	Ecuador
152	ROYAL COFFEE, INC	1	2.520,00	Ecuador
153	JADE AND ELISE OBSIDIAN COFFEE CO	4	2.800,00	Colombia
154	SEY COFFEE LLC	10	3.171,99	Perú
155	CAFEXPORTO USA LLC	11	3.596,00	Ecuador
156	HEART COFFEE ROASTERS	2	3.912,00	Colombia
157	OANONYMOUS COFFEE ROASTERS LLC	3	3.984,00	Colombia
158	TRADER S BASKET LLC	1	4.200,00	Perú
159	LITTLE WAVES COFFEE ROASTERS	1	4.425,68	Colombia
160	SUSTAINABLE HARVEST & P.W.	1	5.028,00	Colombia
161	NANOS COFFEE TRADING LLC	1	5.200,00	Perú
162	CAFE IMPORTS FULFILLMENT LLC	1	5.250,00	Ecuador
163	PRODIGAL COFFEE	14	5.520,00	Colombia
164	EDEN FLOWERS LLC	24	6.392,00	Colombia
165	VENTOLA COFFEE LLC	6	6.436,00	Colombia
166	Y.S. HEALTH CORP.	1	6.509,00	Brasil
167	QIMA COFFEE	1	7.011,00	Colombia
168	PROGENCY COFFEE	3	7.063,00	Colombia
169	HACIENDA SALIDA DEL SOL LLC	3	7.452,00	Ecuador
170	GROUNDS FOR THOUGHT LLC	1	7.779,00	Colombia
171	USA COFFEE CONNECTIONS CO	1	8.254,00	Colombia
172	CACAO ADVENTURES LLC	6	8.559,97	Perú
173	WHOLE LATTE LOVE 2200 BRIGHTON	1	9.100,00	Brasil
174	BARBERI INTERNACIONAL INC	1	9.171,00	Colombia
175	LINK COMMERCIAL LLC	1	9.289,00	Colombia
176	PACHAMAMA COFFEE COOPERATIVE	1	9.730,00	Perú
177	BOARDING PASS COFFEE LLCBOARDING PA	2	10.202,00	Brasil
178	MEC COFFEE DISTRIBUTORS	1	10.478,00	Colombia
179	ALGRANO CORP DBA ALGRANO COFFEE	1	10.548,00	Colombia
180	FOODIE DUDES LLC - DBA CAFE MONTE ALTO	3	10.669,99	Perú
181	REVEILLE COFFEE ROASTERS	1	11.011,00	Colombia
182	CARAVELA LTDA	3	11.473,00	Colombia
183	CARAVELA CAFE LLC	1	11.477,00	Ecuador
184	PARAISOCAFE LLC	1	12.567,00	Colombia
185	VENTOLA COFFEE LLC	1	12.797,00	Colombia
186	PRIMAVERA COFFEE LLC	1	12.850,00	Perú
187	CONTINENTAL TERMINAL ANNEX	1	12.858,00	Colombia
188	ANTHEM COFFEE IMPORTS	3	13.447,00	Colombia
189	A COFFEE FAMILY LLC	11	14.140,00	Colombia
190	ALLY BRAZILIAN COFFEE MECHANTS	1	14.660,00	Perú
191	ALLY COFFEE TRADING S A	3	14.776,00	Colombia
192	PANAMERICAN FOODS CORP	1	14.795,00	Colombia
193	DINAS DISRIBUTION CORP	2	14.961,00	Colombia
194	LITTLE RIVER ROASTING CO. LLC	1	15.300,00	Perú
195	LITTLE RIVER ROASTING CO. LLC	1	15.300,00	Perú
196	GOLD STAR INTERNATIONAL	1	15.432,00	Colombia
197	MERCANTA NORTH AMERICA LLC	5	15.969,99	Perú

N	Empresa	Operación	Kilos	Socio Comercial
198	MAISON P JOBIN AND CIE SAS	1	16.093,00	Colombia
199	CHELA LLC	2	16.294,00	Colombia
200	BOLD BEAN COFFEE ROASTERS	2	16.406,00	Colombia
201	SUNRISE TRADING LLC	1	16.960,00	Perú
202	FALCON COFFEES LTD C/O DUPUY	14	17.499,94	Perú
203	THETA BRIDGE COFFEE LLC	1	17.534,00	Brasil
204	DURME-NATIE CVBA	1	17.910,00	Perú
205	MOKAFINA NV	1	17.980,00	Perú
206	NEUMANN GRUPPE USA. INCD/B/A	1	18.110,00	Perú
207	PAISA LLC	1	18.178,00	Colombia
208	CORDIALSA USA INC 2201 TIMBERLOCH	1	18.278,00	Colombia
209	MCS USA, INC/ OAKLAND	1	18.361,00	Brasil
210	PAISA LLC	1	18.406,00	Colombia
211	THETA RIDGE COFFEE LLC	1	18.900,00	Perú
212	ATLAS-B	1	18.980,00	Colombia
213	MERCANTA NORTH AMERICA LLC	1	19.008,00	Brasil
214	VOLCAFE SPECIALTY COFFEE. CORP	1	19.040,00	Perú
215	MCS USA, INC / SOUTH BEND	1	19.086,00	Brasil
216	THE ORDER OF INTERNATIONAL COFFEE CORPORATION	1	19.110,00	Perú
217	WALKER COFFEE TRADING.LP	1	19.120,00	Perú
218	ARCO LOGISTICS LLC	1	19.131,00	Colombia
219	FALCON COFFEE LTD C/O DUPUY STORAGE	2	19.140,00	Colombia
220	FALCON COFFEES C/O CONTINENTAL	1	19.140,00	Perú
221	LA MINITA CORP.	1	19.140,00	Perú
222	INTERAMERICAN COFFEE. INC. USA	1	19.140,00	Perú
223	INTERNATIONAL COFFEE CORPORATION 73	1	19.140,00	Perú
224	HAROLD L KING AND COMPANY INC	1	19.150,00	Perú
225	PACORINI ANTWERP NV	1	19.150,00	Perú
226	ROYAL COFFEE NEW YORK.INC.	1	19.160,00	Perú
227	ALLY BRAZILIAN COFFEE MERCHANTS JOINTLY AND SEVERALLY WITH A	1	19.170,00	Perú
228	INTERNATIONAL COFFEE	1	19.170,00	Perú
229	LA MINITA CORPWILLISTON	1	19.170,00	Perú
230	INTEGRA COFFEE LLC	1	19.177,00	Colombia
231	NEUMANN GRUPPE USA INC COFFEE IMPORTERS	1	19.179,00	Colombia
232	COFFEES LTD CO DUPUY STORAGEHOUSTON LLC	1	19.180,00	Perú
233	MITSUI CO. COFFEE TRADING USA	1	19.180,00	Perú
234	VOLCAFE USA T	1	19.180,00	Perú
235	THE COFFEE SORCE LLC	1	19.190,00	Perú
236	TO THE ORDER OF BALZAC BROS AND CO INC	1	19.198,00	Colombia
237	EL DORADO COFFEE LTD	1	19.200,00	Colombia
238	CONTINENTAL TERMINALS ANNEX. INC.	1	19.200,00	Perú
239	TO THE ORDER OF INTERNATIONAL COFFE	1	19.200,00	Perú
240	TO THE ORDER OF CAFEMIX USA CORP	1	19.202,00	Colombia
241	ALLY BRAZILIAN COFFEE MERCHANTS AS AGENT OF ALLY COFFEE TRAD	1	19.210,00	Perú
242	DUPUY SILO FACILITY	1	19.210,00	Perú
243	AMMAN FOR IMPORT AND EXPORT	2	19.211,00	Colombia
244	CONTINENTAL TERMINAL ANNEX INC.	1	19.218,00	Colombia

N	Empresa	Operación	Kilos	Socio Comercial
245	BERNHARD ROTHFOS INTERCAFE AG	1	19.219,00	Colombia
246	EAST BAY LOGISTICS. WA	1	19.220,00	Perú
247	ONYX COFFEE LLC	1	19.220,00	Perú
248	OLAM AMERICAS LLC 1055 WASHINGTON	1	19.230,00	Perú
249	FALCON CCOFFEE	1	19.234,00	Colombia
250	EL DORADO COFFEE ROASTERS LTD	1	19.236,00	Colombia
251	COMMODITY SUPPLIES AG ROOSTRASSE	1	19.247,00	Colombia
252	RPM WAREHOUSE INC	1	19.248,00	Colombia
253	AN DERINGER INC	1	19.255,00	Colombia
254	WALKER COFFEE TRADING	1	19.259,00	Colombia
255	CAFE IMPORTS FULFILLMENT, LLC	1	19.260,00	Perú
256	J TH DOUQUE S KOFFIE B V	1	19.268,00	Colombia
257	ORGANIC PRODS TRADING CO	1	19.295,00	Colombia
258	MCS USA, INC / COSTA ORO SEATTLE	1	19.328,00	Brasil
259	ATLAS-B	1	19.337,00	Brasil
260	THE COFFEE CRITIC INC DBA BLACK OAK	1	19.338,00	Brasil
261	BODHI LEAF TRADING COMPANY	1	19.360,00	Brasil
262	BRADFORD COFFEE	1	19.360,00	Brasil
263	MR LOUIS BLOM	1	19.360,00	Brasil
264	TO THE ORDER OF WALKER COFFEE TRADI	1	19.360,00	Brasil
265	ATLANTIC SPECIALTY COFFEE, INC	1	19.386,00	Brasil
266	VOLCANICA COFFEE	1	19.386,00	Brasil
267	NEUMANN GRUPPE USA, INC. DBA	1	19.392,00	Brasil
268	PARAGON COFFEE TRADING	1	19.405,00	Colombia
269	COMMUNITY PRODUCTS, LLC	1	19.408,00	Brasil
270	RPM WAREHOUSE SC, LLC	1	19.414,00	Colombia
271	BALZAC BROS COMAPNY INC	1	19.424,00	Brasil
272	SCARBROUGH INTERNATIONAL ID11855	1	19.426,00	Colombia
273	VOLCAFE USA THE GALLERIA 2 BRIDGE	1	19.426,00	Colombia
274	NEUMANN GRUPPE USA.	1	19.430,00	Perú
275	RPM SC WAREHOUSE	1	19.441,00	Colombia
276	NEUMANN GRUPPE USA,	1	19.470,00	Colombia
277	PRIMAVERA COFFEE LLC	1	19.471,00	Colombia
278	CEREZA COFFEE	2	19.550,00	Perú
279	TRABOCCA B V	1	19.574,00	Colombia
280	CEREZA COFFEE LLC	2	19.590,00	Perú
281	CONTINENTAL TERMINALS ANNEX.	1	19.727,00	Brasil
282	CARAVELA CAFE LLC	1	19.750,00	Perú
283	COOPERATIVE COFFEES CANADA	1	19.870,00	Perú
284	SAN CRISTOBAL MULTIMERCADOS INC	9	19.919,97	Perú
285	ETG COMMODITIES INC	1	19.939,00	Colombia
286	JAVATAZA COFFEE LLC	1	19.948,00	Colombia
287	VASILEIOS G ANASTASOPOULOS COFFEE IMPORT & TRADING SA	1	19.959,00	Colombia
288	EXPOCACER USA LIMITED LIABILITY	1	19.965,00	Brasil
289	LIST BEISLER CORP MIAMI	1	19.967,00	Colombia
290	PANAMERICAN COFFEE TRADING	1	19.970,00	Perú
291	EXPOCACER USA	1	19.971,00	Brasil
292	EFICO NVV	1	19.975,00	Colombia

N	Empresa	Operación	Kilos	Socio Comercial
293	FALCON COFFEES JOINTLY AND SEVERALLY WITH RPM WAREHOUSE TX	1	19.990,00	Perú
294	RPM TX WAREHOUSE LLC	1	19.990,00	Perú
295	FALCON COFFEES LTD CO RPM WAREHOUSETX LLC	1	20.000,00	Perú
296	STARBUCKS CORP	1	20.014,00	Colombia
297	FOODIE DUDES LLC. DBA MONTE ALTO	7	20.029,97	Perú
298	STARKBUCKS COFFEE TRADING CO JOINTLY AND SEVERALLY WITH	1	20.038,00	Colombia
299	RPM TX WAREHOUSE LLC	1	20.050,00	Brasil
300	GIB INC	1	20.150,00	Perú
301	EQUATION COFFEE LLC EIN	1	20.198,00	Colombia
302	FALCON COFFEES LTD C/O CONTINENTAL	1	20.394,00	Colombia
303	BERNHARD ROTHFOS GMBH	1	20.590,00	Perú
304	OLAM AMERICAS	1	20.707,00	Brasil
305	D.R. WAKEFIELD & COMPANY LIMITED	1	20.740,00	Perú
306	LINDVALLS KAFFE AG	1	21.000,00	Perú
307	GOODSAM FOODS	1	21.087,00	Colombia
308	GOODSAM P.B.C C/O RPM WAREHOUSING	1	21.098,00	Colombia
309	HAROLD L. KING CO., INC.	1	21.300,00	Perú
310	KAPEH UTZ LLC	1	21.341,00	Brasil
311	HOLPECA SOUTH FLORIDA	1	21.365,00	Colombia
312	OPAL COFFEE INC.	1	21.520,00	Brasil
313	FALCON COFFEES LTDC/O RPM	1	22.170,00	Perú
314	ROTHFOS CORPORATION 111 RIVER	1	22.190,00	Brasil
315	TUSA SPECIALTY COFFEE, LLC	6	22.915,49	Ecuador
316	ALLY BRAZILIAN COFFEE MECHANTS	2	23.602,00	Colombia
317	BLACK ACRES ROASTERY LLC	1	24.518,00	Colombia
318	NEUMANN GRUPPE USA, INC. DBA ATLAS	1	26.218,00	Brasil
319	EQUATION COFFEE LLC EIN	1	27.495,00	Colombia
320	CASA BRASIL COFFEES	2	27.657,00	Brasil
321	OSITO LLC	4	29.864,00	Colombia
322	INTERNATIONAL TRADE BROKERS AND FOR	1	29.885,00	Colombia
323	COFFEE RESOURCES INC.	1	30.408,00	Brasil
324	INTERAMERICAN COFFE, INC (USA)	2	30.460,00	Perú
325	NORTE LLC	2	31.092,00	Colombia
326	EQUAL EXCHANGE	3	35.565,00	Colombia

Anexo 24: Empresas de Estados Unidos importadoras de café tostado de Latinoamérica 2025

N	Empresa	Operaciones	Kilos	Socios Comerciales
1	TITOS COLOMBIAN FOOD	1	10,20	Colombia
2	ANDEAN ECOCRAFTS LLC	2	12,00	Ecuador
3	THE MANRIQUE CORNER	2	14,44	Colombia
4	GONI DISTRIBUTION NETWORK INC	1	21,94	Perú
5	M CULTIVO	1	24,00	Colombia
6	BEAUTY SALYBEL SAS	1	41,08	Colombia
7	MCA INTERNATIONAL INC	3	53,42	Perú
8	GERARDO ENRIQUE LABORA ZAMBRANO	1	70,00	Colombia
9	CAFECITO LLC	1	100,00	Colombia
10	HYDRANGEA COFFEE ROASTERS	1	102,00	Colombia
11	BENJAMIN KAYODE FATOLA	2	112,50	Colombia
12	SCHULLO ALL NATURAL FOODS LLC.	10	114,24	Ecuador
13	SALUD Y BELLA INC	2	124,41	Colombia
14	MOVEMENT COFFEE ROASTERS	1	144,00	Colombia
15	CAFE SATIVA CA	1	182,00	Colombia
16	DTR DISTRIBUTION LLC	2	218,00	Colombia
17	INTEGRATED FOODS LLC	2	219,90	Colombia
18	HYBRID ATHLETIC SCIENCES INC	1	224,40	Colombia
19	JEFFREY ANTHONY OERDING	1	230,00	Ecuador
20	COL EXPORT USA LLC	6	254,90	Colombia
21	MEGABUSINESS LLC	2	256,59	Perú
22	MONT SPECIALTY FOODS LLC	4	258,00	Ecuador
23	SG MASTER GROUP LLC	1	259,00	Colombia
24	C Y D PURVEYORS INC	1	285,00	Colombia
25	23 DE MAYO LLC	1	308,38	Colombia
26	AMAZONAS LATIN FOOD IMPS INC	1	325,00	Colombia
27	GRANDSUN LLC	1	351,90	Colombia
28	FUTURA COFFEE ROASTER	2	395,00	Colombia
29	LA VEREDA COFFEE	2	450,00	Colombia
30	H&A COMMODITIES LLC	4	523,49	Colombia
31	MOROCHOS INTERNATIONAL GROUP LLC	1	526,20	Ecuador
32	SOCA COFFEE ROASTERS LLC	3	526,70	Colombia
33	DUFRY CRUISE SERVICES LLC	2	545,20	Colombia
34	ELYSEUM HOLDINGS INC.	1	550,00	Ecuador
35	DIANA AGUILAR	5	573,46	Ecuador
36	ASL LOGISTICS LLC	2	574,00	Colombia
37	GARENNE LLC	1	601,42	Colombia
38	GREEN COFFEE COMPANY TRADING LLC	2	741,00	Colombia
39	FARO USA LLC	2	763,80	Colombia

N	Empresa	Operaciones	Kilos	Socios Comerciales
40	OHMYGISHCOFFEE LTDA	3	855,20	Colombia
41	TEIKU BIO ENERGY CORPORATION	5	961,12	Colombia
42	INEXPORT LOGISTICS LLC	3	964,36	Colombia
43	LOGISOLUTIONES RM LLC	4	1.027,40	Colombia
44	CASCARA 27 TH STREET LLC	10	1.217,70	Colombia
45	COLOMBIAN ROOTS COMPANY SAS	22	1.448,12	Colombia
46	DUFRY AMERICAS DBA INTERNATIONAL	2	1.451,00	Colombia
47	YOUNGER BROTHERS TRADING COMPANY INC	2	1.465,00	Colombia
48	MI COLOMBIA MIA	2	1.500,00	Colombia
49	GASTRO 55 INC	3	1.531,50	Colombia
50	ZEDONA GLOBAL LLC	1	1.779,98	Perú
51	AMARELLA IMPORTS LLC	1	1.816,00	Colombia
52	HISPANOAMERICANA WHOLE SALE	2	1.875,00	Colombia
53	COLOMBIA COFFEE COMPANY LLC	4	1.957,58	Colombia
54	EAST COAST FOOD DISTRIB INC	16	2.029,10	Colombia
56	MORNING DUCK LLC	2	2.312,00	Colombia
57	FAMILY FOOD DISTRIBS INC	3	2.475,00	Colombia
58	MORNING DUCK LLC DBA MORNING DUCK	1	2.530,00	Colombia
59	FEDENICO INC	1	2.880,00	Colombia
60	SOEXCOL IMP Y DISTS	14	2.964,00	Colombia
61	PERUVIAN IMPORT CO INC	9	3.504,81	Perú
62	SAINTLU INC.	1	5.054,00	Perú
63	CH ROBINSON INTERNATIONAL INC	1	5.226,00	Colombia
64	THE VIVENTO GROUP LLC	1	6.728,28	Colombia
65	CAFE DEVOTION U SA LLC	4	11.460,00	Colombia
66	THREE BROTHERS JYC DISTRIBUTION CORP	1	12.482,50	Colombia
67	CORDIALSA USA INC 2201 TIMBERLOCH	1	12.825,00	Colombia
68	SAVINO DEL BENE CLEVELAND	1	17.424,00	Colombia
69	HEB GROCERY COMPANT LP	21	18.121,10	Colombia
70	WALMART INC.	1	18.145,00	Colombia
71	AIR CARGO EXPRESS SERVICES LLC	1	20.774,00	Brasil
72	INTERNATIONAL PRODUCT MARKETING LLC	1	22.434,00	Brasil
73	NFCGC INVESTMENTS INC	1	27.075,16	Colombia
74	ALLIANCE GLOBAL LOGISTICSCONSULTING	1	27.100,00	Brasil
75	APOLLO EXPORT WAREHOUSE BAR BONDED	1	28.809,00	Colombia
76	HOME PICK INC.	1	29.988,00	Brasil
77	APOLLO EXPORT WAREHOUSE INC	4	30.418,00	Colombia
78	BEAUTY HEALTH CORPORATION	1	31.747,00	Colombia
79	BARRANQUERO LLC	9	35.597,71	Colombia

Anexo 25: Factura Comercial

COMMERCIAL INVOICE

Invoice Number: 0001 **Date of Export:** **Port of Loading:** Port of Arica, Chile. **Port of Entry (U.S.):** Port Everglades, Florida **Country of Manufacture:** Bolivia	**Country of Export:** Bolivia **Country of Destination:** United States of America **Currency:** USD **Incoterm:** FCA, Arica Port Incoterms,2020
EXPORTER INFORMATION: **Company Name:** SolPru LTDA. **Address:** Lot No. 11, Tennis Club Residential Area, Urbanización Tenis Club, Huajchilla, La Paz, Bolivia **Telephone:** +591 75811730 **E-mail:** info@solpru.com **Tax ID o NIT:** 359666023 **Contact person:** Rafael Guilarte Aguilera **Responsible Employee:** General Manager	**IMPORTER INFORMATION** **Company Name:** New Horizon Prime Developments LLC **Address:** 7901 4th St N, Suite 16467, St. Petersburg, FL 33702, United States **Telephone:** +1 727 555 8921 **E-mail:** purchasing@nhpdevelopments.com **Tax ID o NIT:** 12-3456789 **Contact person:** Export Manager

DETAILS OF GOODS

HTSUS Code	Item	Marks / N.	N of Packages	Packaging Type	Description of goods	Quantity	Unit of measure	Net weight (kg)	Gross weight (kg)	Unit value (USD)	Total value (USD)
09.01.11	CGV-1	N/M	84	Jute bags	Green coffee beans, Arabica	4.200	Kg	4.200	4.341	10,28000	43.176,00
09.01.21	CGT-2	N/M	128	Carton box	Roasted coffee, ground, American roast	768	Kg	768	898	42,32029	32.501,98

CHARGES AND DISCOUNTS	
Freight	0
Other Charges	0
Discounts or Rebates	0
Total Invoice Value	**75.677,98**

DECLARATION

I declare that the information contained in this invoice is true and correct.

Signature of Exporter
Name and Title

Anexo 26: Lista de empaque

PACKING LIST

Commercial Invoice No.: 0001	**Port of Loading:** Port of Arica, Chile.
Authorization No.: 1	**Port of Entry (U.S.):** Port Everglades, Florida
Packing List No.: 01	**Country of Export:** Bolivia
Purchase Order No.: 001-2025	**Country of Destination:** United States of America
Date of Export:	**Currency:** USD
	Incoterm: FCA, Arica Port Incoterms,2020

EXPORTER INFORMATION: **Company Name:** SolPru LTDA. **Address:** Lot No. 11, Tennis Club Residential Area, Urbanización Tenis Club, Huajchilla, La Paz, Bolivia **Telephone:** +591 75811730 **E-mail:** info@solpru.com **Tax ID o NIT:** 359666023 **Contact person:** Rafael Guilarte Aguilera **Responsible Employee:** General Manager	**IMPORTER INFORMATION** **Company Name:** New Horizon Prime Developments LLC **Address:** 7901 4th St N, Suite 16467, St. Petersburg, FL 33702, United States **Telephone:** +1 727 555 8921 **E-mail:** purchasing@nhpdevelopments.com **Tax ID o NIT:** 12-3456789 **Contact person:** Export Manager

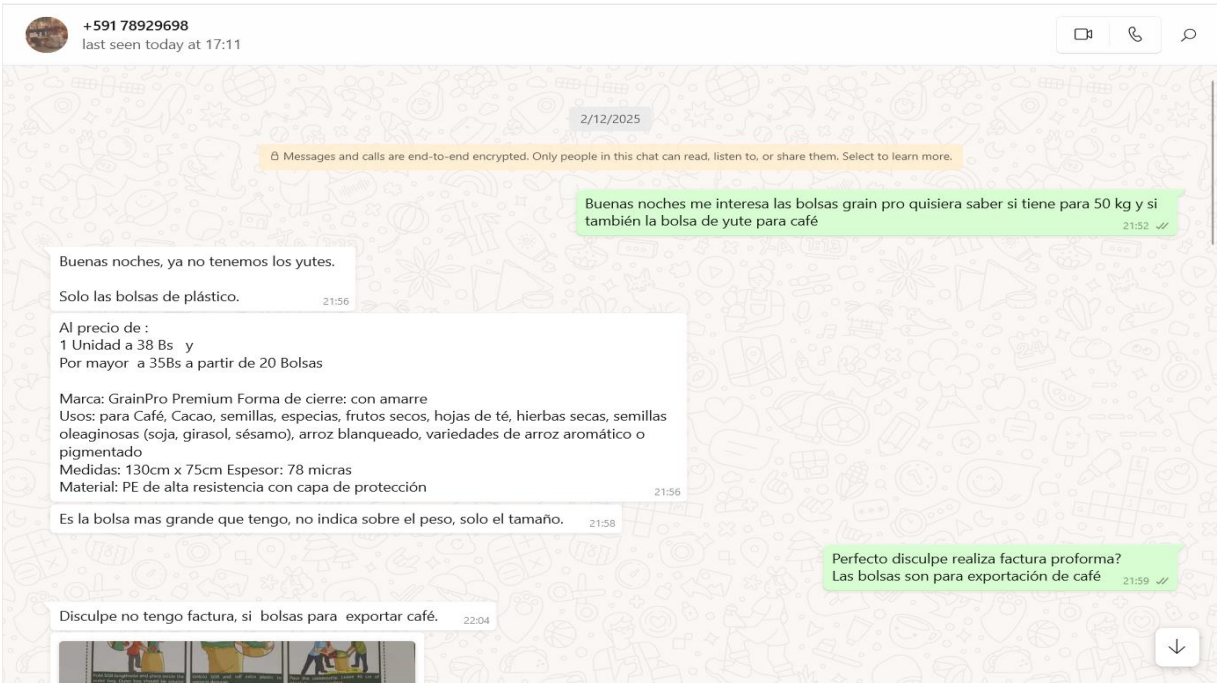
Item	Description of Goods	Physical Units	Quantity	Net Weight Kg	Gross Weight Kg
CGV-1	Green coffee beans, Arabica, packed in 50 kg jute bags	bags	84	4.200	4.341,4
CGT-2	Roasted coffee, American roast, packed in 250 g bags	boxes	128	768	898
TOTAL				**4.968**	**5.239,4**

Remarks: Two products included: green coffee beans in 50 kg jute bags and roasted coffee in 250 g bags packed in carton boxes. Total: 84 bags and 128 boxes on 9 pallets.
Document Reference: Commercial Invoice No. 0001
Nature: Solid
Origin: Bolivia

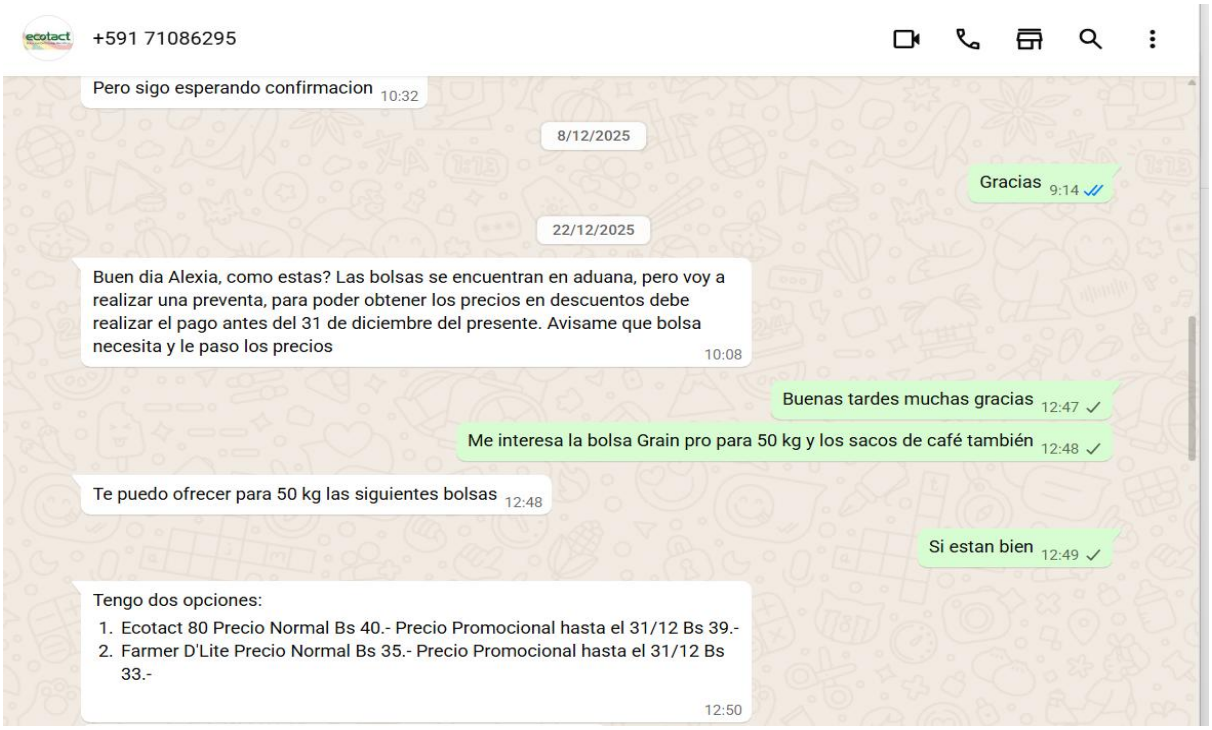
Name
Warehouse manager

Anexo 27: Cotización de bolsas herméticas

a. Proveedor comercial

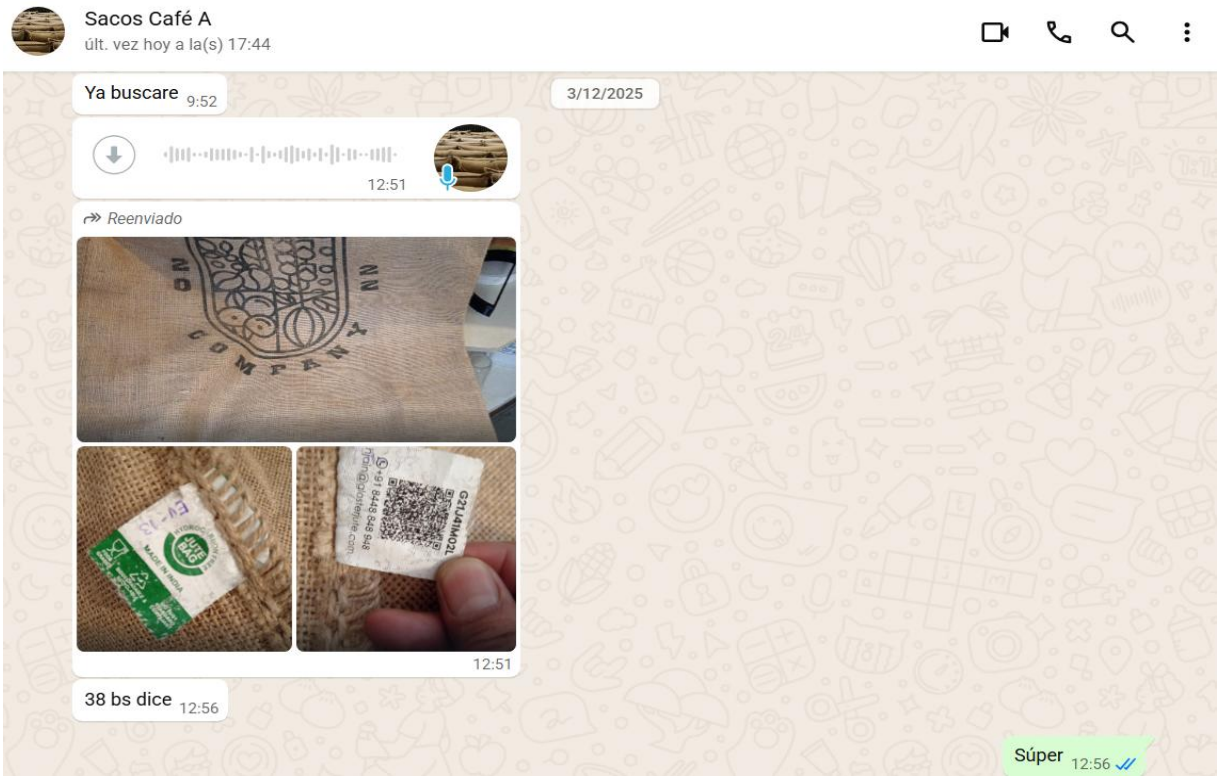


b. Ecotact Bolivia

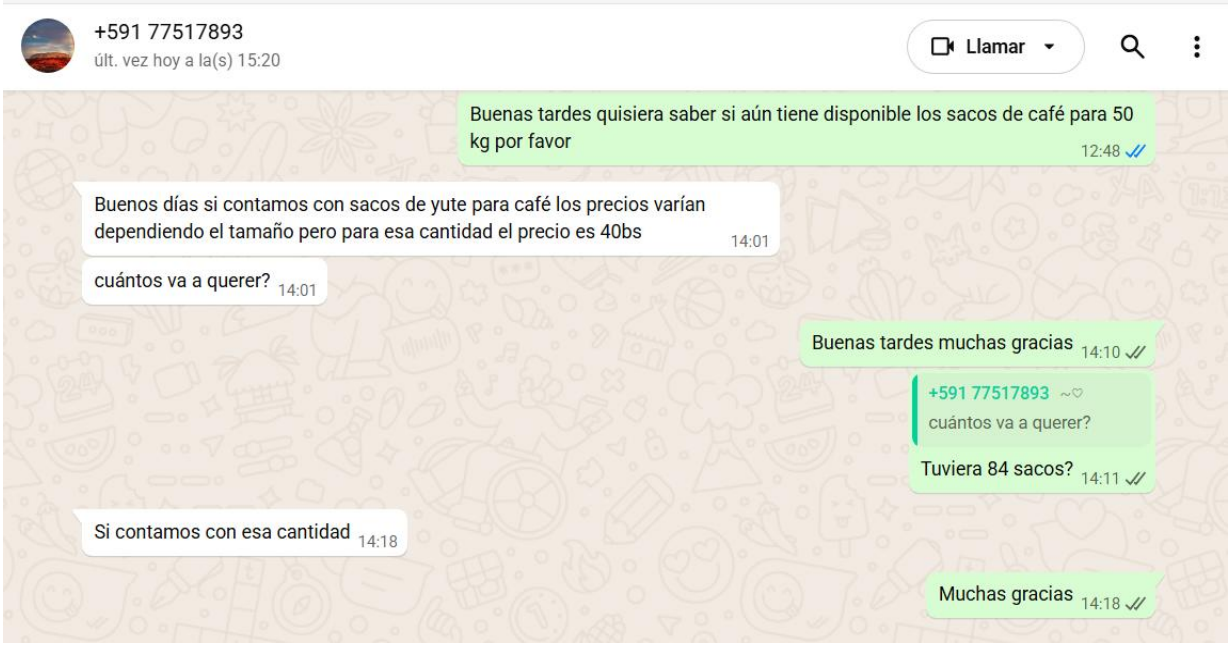


Anexo 28: Cotización de sacos de yute

a. Proveedor Sacos Café



b. Proveedor Sacos Café



Anexo 29: Cotización empaques de café

a. Empresa NovaFlexo

NovaFlexo	DATOS DE COTIZACIÓN	Fecha:	1 de diciembre
		Año:	2025
		Lugar:	La Paz, Bolivia

Datos de la empresa

Nombre: NOVAFLEXO Impresiones en film
Dirección: Av. 6 de Agosto #2045, La Paz, Bolivia.
NIT: 1020304050
Contacto: +591 715-26091
Email: nflexo.plast@gmail.com

Datos del cliente

Nombre: Alexia Fernanda Mariño Cruz
Contacto: +591 730-53947

Item	Cantidad	Descripción del producto	Precio Unitario (Bs)	Subtotal (Bs)
1	3072	Bolsa Stand-Up Pouch (Doypack) Capacidad de 250 gr Hecho de Trilaminado (PET/AL/PE) Color Blanco Mate / Kraft	1,70	5.222,40

TOTALES	Subtotal:	5.222,40
	Descuento:	0
	TOTAL A PAGAR:	**5.222,40**

b. Grupo Empresarial Sagitario

FLEXO PRINT S.R.L.
NIT: 150808029
Av. Jaime Zudañes 1431 Tembladerani
Edificio Grupo Empresarial Sagitario
La Paz – Bolivia
Telf.: (591 2) 2110077
info@flexoprint.com.bo
www.flexoprint.com.bo

Validez de la cotización de 10 días calendario

N° Cotización: 80798

viernes, 5 de diciembre de 2025

Señor(es):
ALEXIA MONTAÑO 73053947
ALEXIA MARIÑO
-
LA PAZ, -
BOLIVIA

En respuesta a su solicitud, le presentamos la siguiente cotización:

Descripción: *BOLSAS PARA CAFE DE 250 GR*

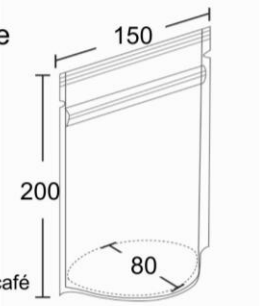
1 MODELO

Colores: FULL COLOR + BASE BLANCA

Sustratos: *BOPP TRANSPARENTE MATE TERMAL 27 MICRAS*
BOPET METALIZADO DE 12 MICRONES
PEBD TRANSPARENTE DE 80 MICRAS

Tipo de Sellado:
Stand up Pouche

Zipper:	Si
Abre Fácil:	Si
Perforación:	No
Esquinas:	Rectas
Otros:	Válvula para café



Tiempo de entrega: *20 dias habiles una vez aprobada la plantilla de color.*

Cantidad	500	1.000	1.500	2.000	3.000
Precio Unitario	Bs. 4,230	Bs. 3,050	Bs. 2,660	Bs. 2,490	Bs. 2,300
Total	**Bs. 2.115,00**	**Bs. 3.050,00**	**Bs. 3.990,00**	**Bs. 4.980,00**	**Bs. 6.900,00**

IMPORTANTE
- Todos los precios incluyen impuestos de ley.
- Tiempo de entrega: Se tomará en cuenta una vez aprobada la prueba de color.
- Esta cotización esta basada en la información suministrada por el cliente. Cualquier reajuste en los precios está basada en las diferencias que se encuetren en la recepción de los archivos de los clientes.
- Forma de pago con 50% a la firma del contrato y 50% a contra entrega
- Todos los pagos deben ser realizados en caja de nuestras oficinas y/o depósitos en cuentas bancarias a nombre de FLEXO PRINT S.R.L. (MN=moneda nacional; ME=moneda extranjera):
BANCO DE CREDITO: (MN) 201-5024086-3-75; (ME) 201-5021702-2-84
BANCO NACIONAL DE BOLIVIA: (MN) 100-0247584; (ME) 140-0610556
Toda producción podra ser atendida con una tolerancia de +/- 3% de la cantidad cotizada.

En caso de aprobación completar la siguiente información ***Nº:*** *4532*

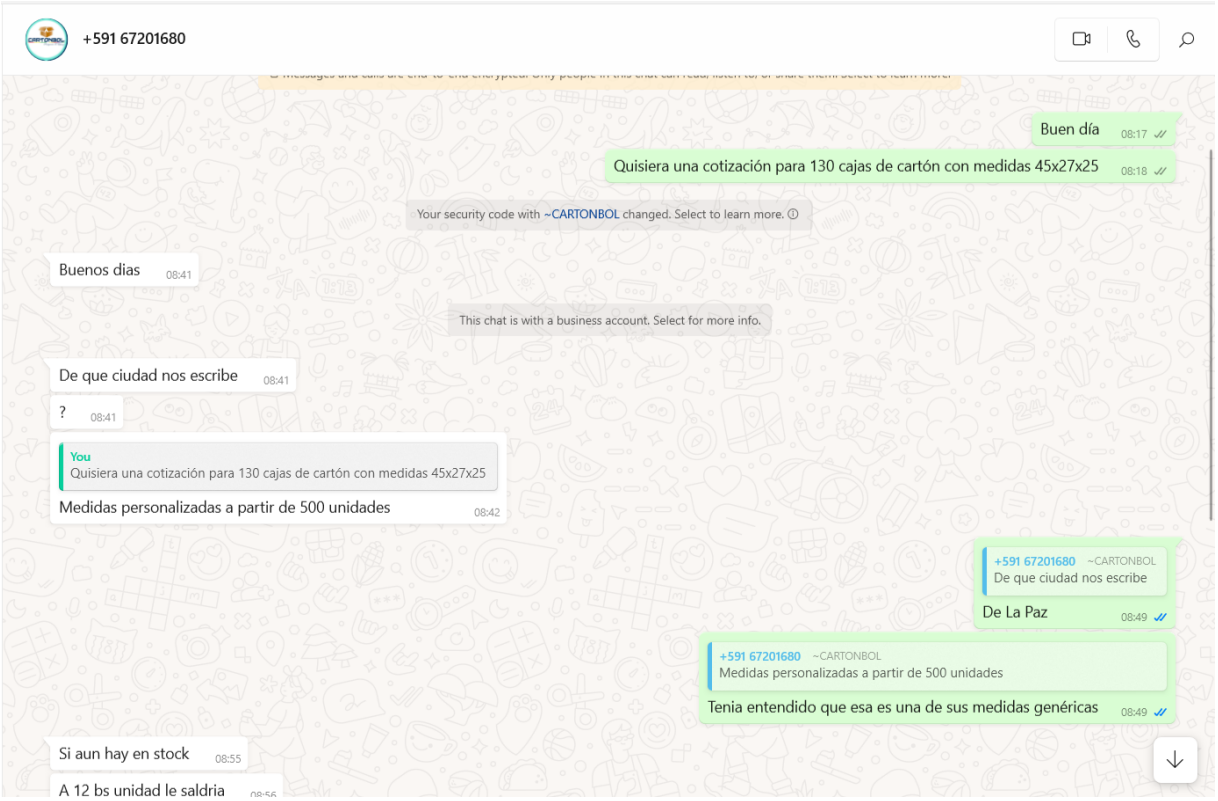
Gracias,

Departamento de Cotizaciones

Nombre: ***Fecha:***
Firma:
Nombre y Nit de la factura:

Anexo 30: Cotizaciones de cajas de cartón

a. Empresa Cartonbol



b. Empresa Empacar

PEDIDOS
09-12-2025
09:17:40

EMPACAR S.A.
P R O F O R M A
Valida hasta el 12/12/2025

Proforma: 3694
Fecha : 09/12/2025
Pagina : 1
No. Doc.:

Cliente: 9432 ALEXIA MARINO
Direc. :
Email :
Local : 101 EMPACAR EXPRESS (LA GANGA)

Articulo	Descripcion	U/M	Cantidad	Precio	Subtotal	%	Descuento	Total Bs.
31155	CAJA PEQUENA ALTA 45x27x25	CJA	130	12.0000	1,560.00	0.00	0.00	1,560.00
Vendedor: 1 EMPACAR S.A.			130		1,560.00		0.00	1,560.00

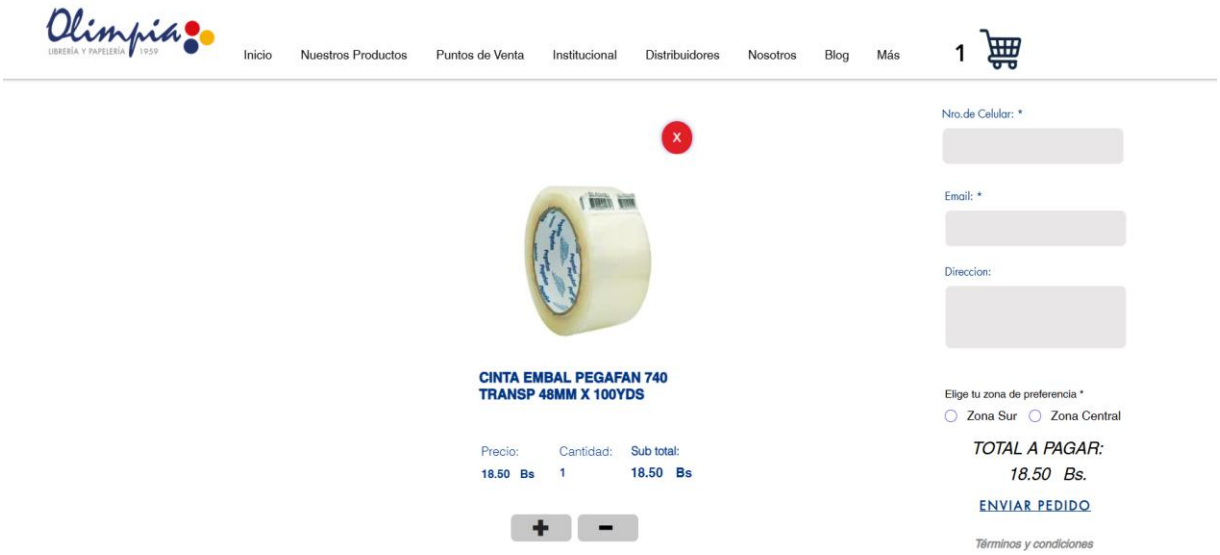
FXL | Vo.Bo. | Interesado

Anexo 31: Cotizaciones cinta de embalaje

a. Librería IRBE



b. Librería Olimpia



Anexo 32: Cotizaciones pallets de plástico

a. Empresa Servirack

SERVIRACK
MAXIMIZANDO ESPACIOS, CREANDO SOLUCIONES

CARACTERISTICAS DEL PALLET PLASTICO:

Dimensiones Exteriores: 1200mm x 1000mm x 150 mm
Capacidad Dinámica: 1200 Kg.
Capacidad Estática: 6000 Kg.
Capacidad en Sistemas de Rack: *1000 Kg.*
Refuerzo: 8 barras de acero .
Peso: 20.2 Kg
Materia Prima: Material 100 % Virgen HDPE - Polietileno de Alta Densidad.

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
PALLET CDR2	9	1,050.00	9,450.00
		Subtotal	00.00
		Descuento	1,000.00
		Cotización en Bolivianos	8,450.00

OBS. - EL PRECIO COTIZADO ES FACTURADO POR SERVIRACK SRL.

CONDICIONES DE VENTA:

FORMA DE PAGO: 100 % contra entrega.
PLAZO DE ENTREGA: Inmediata
LUGAR DE ENTREGA: Almacenes SERVIRACK - SANTA CRUZ
GARANTIA: 6 MESES
VALIDES DE LA OFERTA: 10 DIAS

TERMINOS DE PAGO:
BANCO GANADERO S.A.
Caja de Ahorro en Bolivianos
Número de Cuenta:1051962635
A Nombre de: SERVIRACK SRL

ATENTAMENTE:

Nataly Arroyo C.
Show Room: Av. Mutualista antes 8tvo. Anillo
Tel. (591-3) 3426272
Movil.- (591) 75025919
www.servirackssrl.com
Santa Cruz – Bolivia

b. Proveedor de palets

DIA 23	MES Noviembre	AÑO 2025

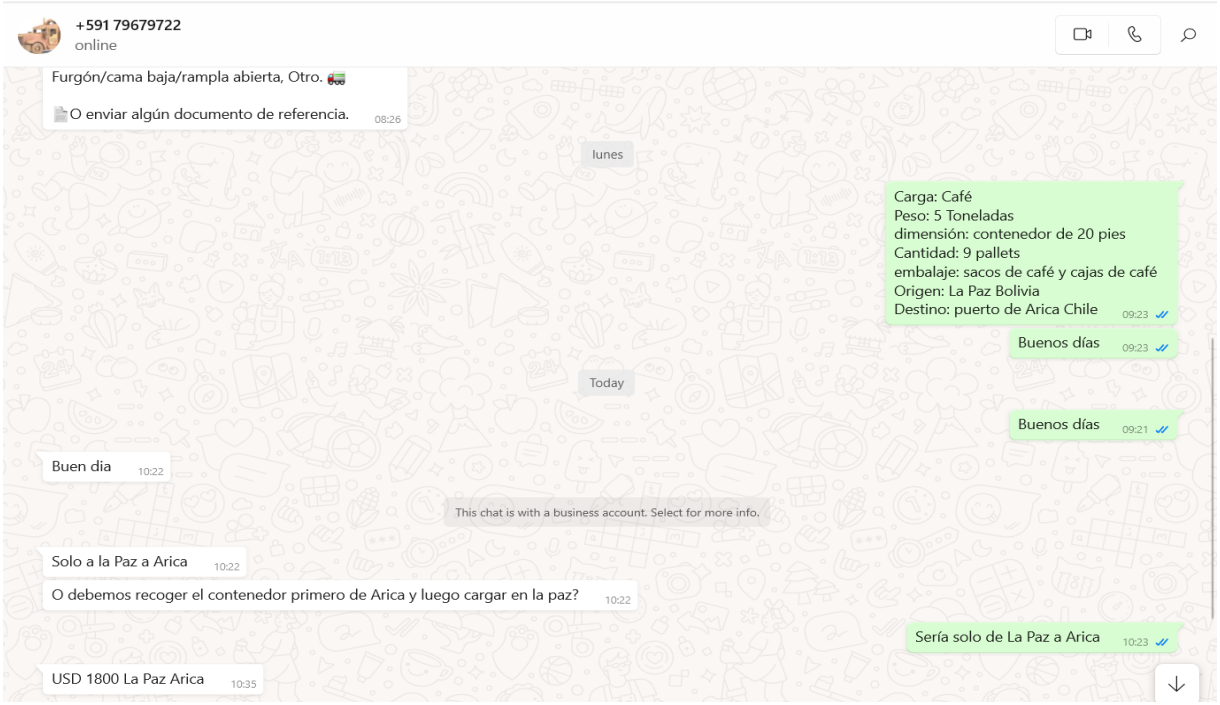


PROFOTMA N.- 001041
Seguridad Empresarial 76077968
Señor (es.) Solpru LTDA
Por lo siguiente:

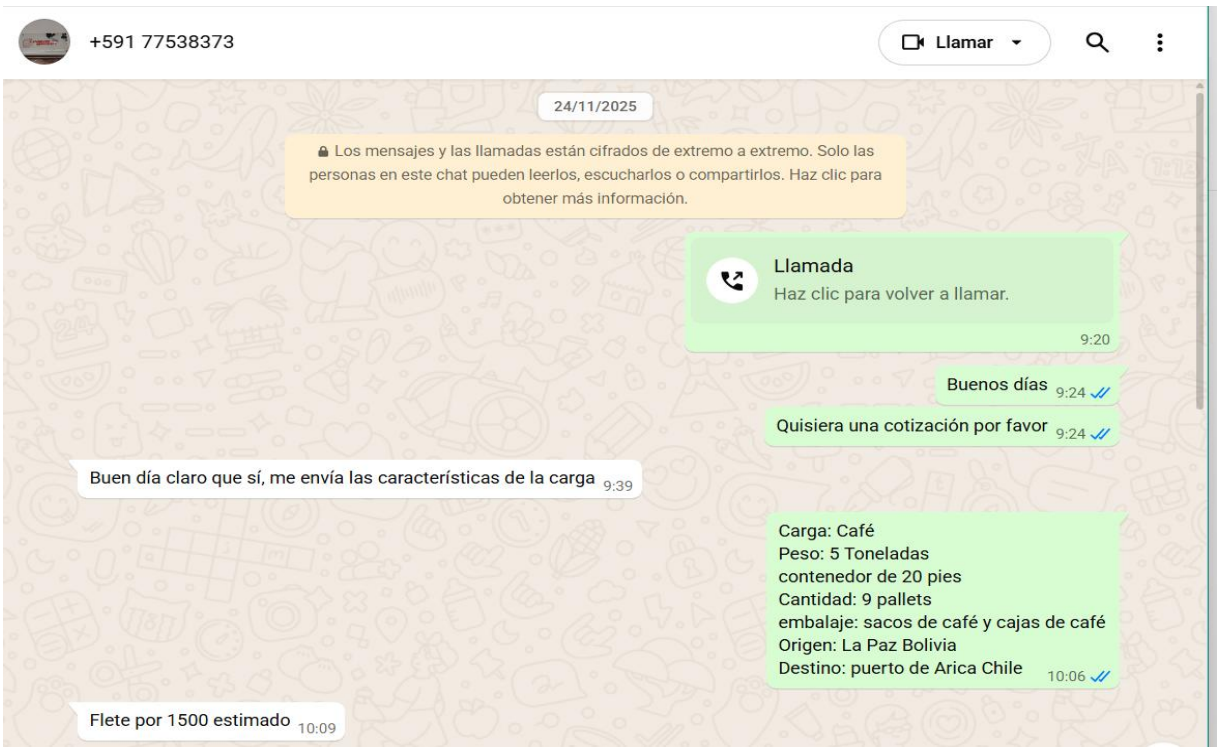
CANT.	DESCRIPCION	P/UNIT.	TOTAL
9*	Palet plastico medidas 1.20 x 1 M , capacidad 5000kg.(5ton)	980.00	8,820.00
	Gracias por su preferencia !!!	TOTAL BS.	8,820.00

Anexo 33: Cotizaciones de transporte internacional terrestre

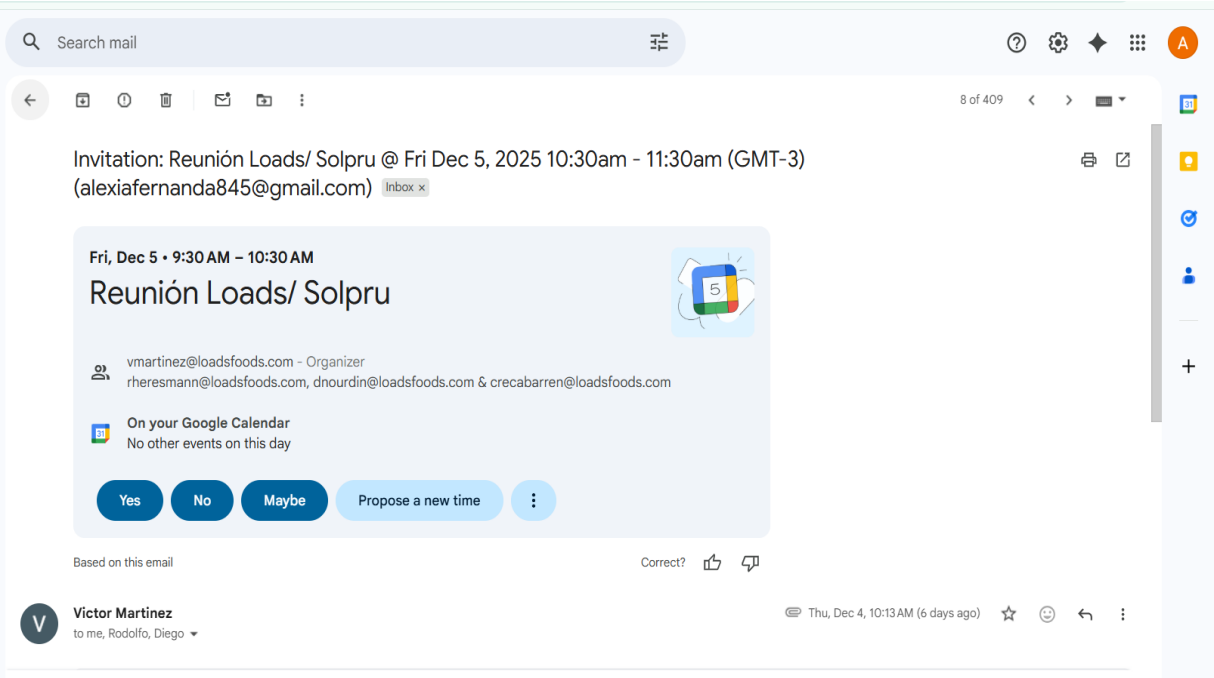
a. Empresa Ocaña



b. Empresa Carriver Servis



c. Empresa Loads



Anexo 34: Cotización por contenedor

msc

COTIZACIÓN DE TRANSPORTE

Cliente: La Paz, 10 de Diciembre de 2025

SolPru Ltda.

Cotización No. EXPQ30972

Mediante la presente, detallamos la tarifa solicitada:

Puerto de Salida (POL): ARICA, CHILE

Puerto de Descarga (POD): PORT EVERGLADES, UNITED STATES

Origen: -

Destino Final: -

Condición de Embarque: FCL/FCL

Commodity: Alimentos

Tiempo de Transito: 47 días

Fletes y Recargos	Moneda	20DV	40DV	40HC	Tipo de Recargo
Seafreight (FRT)	USD	1550.00	1500.00	1500.00	FLETE
Bunker Recovery Cost (BRC)	USD	219.00	438.00	438.00	FLETE
Terminal Handling Charge (THC)	USD	150.00	150.00	150.00	ORIGEN
Wharfage (WHA)	USD	90.00	90.00	90.00	DESTINO

1 **COSTOS LOCALES**

Costo documental en Bolivia	USD 65 por B/L
Contenedor para alimentos (Todos los depositos)	USD 100 por Contenedor
Seal Fee	USD 18 por Contenedor
Gate Out Bolivia (Solo para retiro en Bolivia)	20' USD 155 / 40' USD 155 / 40'HR USD 160 por Contenedor
Booking Fee	USD 55 por Contenedor
Container Lining (La Paz, Santa Cruz)	USD 50 (20'), USD 90 (40') por Contenedor

Tarifa válida hasta: 31 de Diciembre de 2025

Gracias por contactarnos, esperamos poder trabajar esta ruta con usted.

Mediterranean Shipping Company (Bolivia) LTDA. **MOVING THE WORLD, TOGETHER**

Anexo 35: Gastos portuarios en Terminal Puerto Arica

TPA
Terminal Puerto Arica

	Descripción de Faena	Unidad de Cobro	Tarifas 2025
TSV-305	Servicio de Apoyo de Bunkering / unidad de cobro: Usd/Faena/Turno		
	De 0 a 5 M3 el cobro será de	Usd/faena/turno	300,00
	De 5,1 a 10 M3 el cobro será de	Usd/faena/turno	500,00
	De 10,1 o más el cobro será de	Usd/faena/turno	700,00
TSA-300	**Tarifa servicios de almacenamiento**		
TSA-301	Carga fraccionada depositada en áreas cubiertas	Usd/ton/dia	Según Tabla
TSA-302	Carga fraccionada depositada en áreas descubiertas	Usd/ton/dia	Según Tabla
TSA-303	Carga granel depositada en áreas descubiertas	Usd/ton/dia	Según Tabla
TSA-304	Carga granel depositada en áreas cubiertas	Usd/ton/dia	Según Tabla
TSA-305	Carga clasificada como de depósito condicionado o peligroso. En área cubierta.	Usd/ton/dia	Según Tabla
TSA-306	Carga clasificada como depósito condicionado o peligroso. En área descubierta	Usd/ton/dia	Según Tabla
TSA-307	Automotores depositados en sitios descubiertos	Usd/ton/dia	Según Tabla
TSA-308	Contenedores FCL depositados en sitios descubiertos	Usd/ton/dia	Según Tabla
TSA-320	Acopio de carga fraccionada y granel cubierta	Usd/M2/Día	1,18
TSA-321	Acopio de carga fraccionada y granel descubierta	Usd/M2/Día	1,05
TSA-322	Acopio de contenedores (Min. 300 M2)	Usd/M2/Día	0,91
TSA-371	Carga Peligrosa Boliviana Importación, Retiro o Desembarque inmediato Cubierta	Usd/ton/dia	Según Tabla
TSA-372	Carga Peligrosa Boliviana Importación, Retiro o Desembarque. inmediato Descubierta	Usd/ton/dia	Según Tabla
TSA-373	Carga Peligrosa Boliviana Exportación, Retiro o Embarque inmediato Cubierta	Usd/ton/dia	Según Tabla
TSA-374	Carga Peligrosa Boliviana Exportación, Retiro o Embarque inmediato Descubierta	Usd/ton/dia	Según Tabla
TSRD-400	**Tarifa de servicios derivados del almacenaje**		
TSRD-401	Descarguio de carga general fraccionada	Usd/Ton	15,38
TSRD-402	Carguío de carga general fraccionada	Usd/Ton	12,76
TSRD-403	Descarguio de contenedores llenos/vacios	Usd/Cont.	179,98
TSRD-404	Carguío de contenedores llenos/vacíos	Usd/Cont.	80,42
TSRD-405	Copia de Documentos de recepción de carga	Usd/Unidad	53,54
TSRD-406	Inventario de automotores	Usd/Unidad	40,10
TSRD-408	Pesaje Unitario de Bultos	Usd/Ton	21,64
TSRD-409	Emisión de Documentos de Recepción de Carga	Usd/Unidad	45,34
TSRD-410	Recargo por no presentación de documentos de Carga Peligrosa	Usd/Unidad	1.321,35

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ BOLIVIANO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ BOLIVIANO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

Institución:	**Elaborado por**
Universidad La Salle Bolivia	Alexia Fernanda Mariño Cruz

1. Introducción
2. Objetivo
3. Alcance
4. Marco normativo
5. Definiciones y siglas
6. Procedimiento de exportación

1. INTRODUCCIÓN

El presente manual de procedimientos tiene como finalidad establecer de manera ordenada los procesos necesarios para la exportación de café boliviano al mercado de Estados Unidos, siendo aplicable a la empresa SolPru LTDA., con el propósito de ofrecer una visión integral de las etapas que conforman una operación de exportación desarrollada por una empresa legalmente constituida en Bolivia.

2. OBJETIVO

Orientar la ejecución del proceso de exportación de café en grano y café tostado al mercado de Estados Unidos mediante la descripción secuencial de los procedimientos aplicables a la empresa SolPru LTDA.

3. ALCANCE

El presente manual es aplicable al proceso de exportación de café en grano y café tostado de la empresa SolPru LTDA al mercado de Estados Unidos, comprendiendo las actividades desde la habilitación como una empresa exportadora hasta la entrega de la mercancía al transportista en el Puerto de Arica, de acuerdo con el Incoterm FCA 2020.

4. MARCO NORMATIVO

- Ley Nº 1990
- Ley Nº 830
- Ley Nº 2492
- Decreto Supremo N° 25870
- Decreto Supremo N° 29847
- Resolución de directorio 01-085-24
- Resolución Administrativa 022/2022
- Resolución Administrativa 024/2022
- Resolución Administrativa 026/2022
- 7 U.S.C. § 7712
- 15 U.S.C. § 1452
- 15 U.S.C. § 1453
- 19 U.S.C. § 1481
- 21 U.S.C. § 343
- 21 U.S.C. § 343-1
- 21 U.S.C. § 350d

5. DEFINICIONES

Para efectos de un mejor entendimiento del presente manual a continuación se presenta algunas definiciones de términos en el proceso de exportación:

Acuerdo comercial: Son pactos o tratados firmados entre dos o más países con el objetivo de facilitar el intercambio de bienes y servicios entre ellos.

Arancel: Es un impuesto que recae sobre los artículos importados. Su efecto principal es encarecer los productos importados.

Barreras no arancelarias: Estas barreras están basadas en el cumplimiento de normas que van a dificultar el acceso al país de mercancías por diferentes motivos como son sanidad pública, defensa de los consumidores, defensa y protección de la naturaleza, del cuidado del medio ambiente.

Certificación Del Café: Es un certificado de origen válido y obligatorio para la exportación de café, y debido a que Bolivia es miembro de la Organización Internacional del Café, toda exportación de café hacia cualquier destino debe estar acompañada de este certificado.

Certificado de Origen: Es un documento que demuestra que la mercancía que se va a exportar es de origen boliviano y cumple con las reglas exigidas por un acuerdo comercial. Gracias a este documento, el producto puede recibir beneficios como la reducción o eliminación de aranceles.

Código de los Estados Unidos: Conocido como U.S.C., es la compilación oficial de todas las leyes federales permanentes de Estados Unidos que están organizadas en 53 títulos temáticos.

Customs and Border Protection (CBP): Es la agencia federal encargada del control aduanero y fronterizo de los Estados Unidos, responsable de supervisar el ingreso y salida de mercancías, recaudar derechos e impuestos, y ejecutar en frontera las decisiones de otras agencias reguladoras.

Declaración Jurada De Origen: Es un documento en el que el exportador presenta la información solicitada por el SENAVEX para demostrar que la mercancía es de origen boliviano y cumple con las normas de origen exigidas por los acuerdos comerciales

Food and Drug Administration (FDA): Es la Administración de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos es una agencia federal que es responsable de proteger la salud pública asegurando la seguridad, eficacia y protección de los medicamentos, los productos biológicos y los dispositivos médicos humanos y veterinarios; y asegurando la seguridad del suministro de alimentos, y cosméticos.

Operador de Comercio Exterior: Es la persona natural o jurídica que interviene directa o indirectamente en las operaciones de importación, exportación o tránsito internacional de mercancías, asumiendo responsabilidades legales, administrativas y operativas ante las autoridades aduaneras y demás entidades vinculadas al comercio internacional.

Organización Internacional del Café: Conocida mayormente como OIC es la principal organización intergubernamental que se ocupa de asuntos cafeteros. La OIC reúne a gobiernos de países exportadores e importadores para abordar, mediante la cooperación internacional, los desafíos con que ha de enfrentarse el sector cafetero mundial.

Partida Arancelaria: Es un código numérico utilizado para identificar de manera estandarizada un producto o tipo de subproducto en el Comercio internacional.

Programa de verificación de proveedores extranjeros: Es un mecanismo regulatorio que obliga a los importadores de alimentos en Estados Unidos a verificar que sus proveedores extranjeros cumplen con las normas de inocuidad alimentaria establecidas por la FDA.

Registro Único de Exportadores: Conocido como RUEX es el registro que una persona natural o jurídica, realiza en SENAVEX para estar habilitada como un exportador.

Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria: Conocida como SENASAG, es una entidad boliviana encargada de proteger la salud del patrimonio agropecuario animal y vegetal, cuyo objetivo es garantizar la inocuidad de los alimentos en todo el país, regulando desde la producción hasta el consumo, importación y exportación, para asegurar la inocuidad de alimentos.

Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones: Conocido como SENAVEX, es una es una Institución Pública en Bolivia que cumple diferentes funciones en relación con el Comercio Exterior, se encarga del Registro Único de Exportadores, emisión de diferentes certificados como ser Certificado de Origen, Certificación Del Café, Declaración Jurada De Origen**,** Certificación Sucre.

Términos de Comercio Internacional: Conocidos como Incoterms están compuestos por 11 términos comerciales internacionales, cada uno identificado por tres letras, los cuales establecen de manera estandarizada las responsabilidades, costos y riesgos entre el vendedor y el comprador en las operaciones de comercio internacional, y son emitidos por la Cámara de Comercio Internacional.

Trazabilidad: Es la capacidad de hacer seguimiento a un producto a través de toda la cadena de abastecimiento desde su estado inicial como materia prima, hasta su destino final como producto terminado consumido.

6. PROCEDIMIENTO DE EXPORTACIÓN

6.1. HABILITACIÓN DE LA EMPRESA COMO EXPORTADORA

Paso	Actividad	Requisito	Encargado
1	Verificar que la empresa cuente con Matrícula de Comercio vigente y que el objeto social incluya la exportación de café.	• Matrícula de Comercio	Gerente General
2	Acceder al portal del Servicio de Impuestos Nacionales www.impuestos.gob.bo , modificar el Padrón de Contribuyentes para incluir la actividad de exportación código CAEB 1079102, y habilitar el Formulario 210 para operaciones de Comercio Exterior.	• NIT activo • Usuario y contraseña del portal tributario.	Asistente Administrativo Comercial
3	Ingresar a https://taypi.senavex.gob.bo/login para registrarse en la plataforma digital TYPI del SENAVEX y obtener el RUEX. Primero se debe seleccionar “Registrar ahora” y se debe completar el formulario digital con datos personales e información y crear una contraseña, después de recibir el correo de confirmación, accede nuevamente a la plataforma para iniciar sesión y solicitar el registro RUEX, seleccionando su empresa y rol como Representante Legal. Se deben adjuntar documentos requeridos y cargar la firma digital. Además, se debe realizar un depósito bancario de bs 182 y adjuntar el comprobante. Una vez enviada la solicitud, SENAVEX revisa los datos y documentos. Si hay observaciones, se notifica al usuario para corregirlos y una vez superada la revisión, se habilita la descarga del Certificado RUEX que autoriza legalmente la exportación.	• Testimonio de Constitución • Testimonio del Representante legal • Matrícula de Comercio • Registro Nacional de contribuyentes • Cédula de identidad del representante legal • Firma Digital-Token	
4	Realizar el registro como Operador de Comercio Exterior ante la Aduana Nacional ingresando al portal www.aduana.gob.bo, acceder al sistema SUMA y seleccionar la opción “Registro Nuevos Operadores” https://suma.aduana.gob.bo/sso/indexLogin.html#/registroUsuario, para crear una cuenta de usuario, activarla desde su correo electrónico y completar el formulario en línea seleccionando el tipo de persona y la opción Exportador. El formulario debe llenarse con los datos requeridos y adjuntar copias escaneadas de la documentación solicitada. Posteriormente, se envía electrónicamente el formulario como declaración jurada, eligiendo la oficina aduanera donde se presentará, la Aduana revisará la información enviada y, si es conforme, programará una verificación de domicilio. Finalmente, el titular o representante legal deberá presentarse en la oficina aduanera seleccionada con los documentos originales para completar el registro. Al finalizar, recibirá por correo electrónico el Certificado de Operador de Comercio Exterior y el acceso al Portal de Gestión Aduanera.	• Certificado de registro en el Padrón del SIN. • Cédula de Identidad de titular o del representante legal. • Testimonio Poder del representante legal • Matrícula de Comercio • Registro Único de Exportadores (RUEX)	

6.2. DOCUMENTACIÓN DE EXPORTACIÓN PARA CAFÉ EN GRANO VERDE Y TOSTADO

Paso	Actividad	Emisor	Encargado
1	Emitir una factura comercial de exportación, conocida como Invoice, por cada operación de exportación de manera individual. Esta factura puede incluir tanto café en grano verde como café en grano tostado, siempre que ambos productos estén destinados a un mismo cliente en una misma exportación. Asimismo, debe elaborarse una lista de empaque conocida también como Packing List por cada exportación, donde se detallen los productos incluidos para que se pueda identificar la identificación de la carga.	SolPru LTDA.	Asistente Administrativo Comercial
2	Contar con el RUEX habilitado para ingresar al sistema TAYPI https://taypi.senavex.gob.bo/login, se debe iniciar sesión para acceder al módulo de Declaraciones Juradas. Seleccionar la opción “Gestión de DDJJ” e iniciar una nueva solicitud llenando el formulario digital. Se deben registrar correctamente los datos del exportador, productor, mercancía y materiales utilizados, incluyendo insumos nacionales o importados con sus respaldos. Una vez completado, el formulario se envía electrónicamente para su revisión por parte del personal técnico del SENAVEX. En caso de observaciones, el sistema notificará al usuario para su corrección y con la validación satisfactoria, se genera la Declaración Jurada de Origen.	Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones (SENAVEX)	
3	Contar con el RUEX habilitado, una Declaración Jurada de Origen (DDJJ) vigente y aprobada, y la Factura Comercial de Exportación, y posteriormente ingresar al sistema TAYPI https://taypi.senavex.gob.bo/login, iniciar sesión e ingresar al módulo “Certificados de Origen”, y seleccionar la opción para registrar una nueva solicitud, completar el formulario digital correspondiente, adjuntando los documentos mencionados y firmarlo digitalmente. Una vez enviada la solicitud, el personal técnico del SENAVEX realizará la verificación de consistencia. Si la documentación es correcta, se emite el Certificado de Origen, que puede ser descargado en formato digital.		
4	Contar previamente con el RUEX para solicitar el Certificado de Origen del Café, para lo cual se debe ingresar al sistema TAYPI https://taypi.senavex.gob.bo/login iniciar sesión y realizar la solicitud del certificado correspondiente, el cual debe tramitarse de forma individual por cada exportación, ya sea de café en grano verde o tostado. Este documento es obligatorio, conforme a las disposiciones de la Organización Internacional del Café.		

Paso	Actividad	Emisor	Encargado
5	Contar previamente con RUEX, Declaración Jurada de Origen (DDJJ) aprobada y la Factura Comercial de Exportación correspondiente. Luego, ingresar al sistema TAYPI https://taypi.senavex.gob.bo/login iniciar sesión e ingresar al, módulo "OIC – Café", y completar el Formulario OIC, registrando los datos del exportador, características del café verde o tostado, proceso de elaboración, información del transporte y valor FOB. Se deben adjuntar en formato PDF la factura comercial y el documento de transporte. Una vez enviada la solicitud, el personal del SENAVEX validará la información y, si está conforme, emitirá el Certificado del Café, documento obligatorio exigido por la Organización Internacional del Café para toda exportación de café desde Bolivia.	Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones (SENAVEX)	Asistente Administrativo Comercial
6	La empresa ya cuenta con el Certificado Fitosanitario de Exportación para café en grano verde, pero para el café tostado se debe tramitar la Certificación de Exportación de Inocuidad Alimentaria para lo cual se debe ingresar al Sistema Informático Gran Paititi https://paititi.senasag.gob.bo/paititi/, iniciando sesión e ingresar al Módulo de Exportaciones y completar todos los campos requeridos y todos los documentos deben ser cargados en formato digital. Luego de validar y registrar la solicitud, se imprime el certificado en el número de copias requeridas. Posteriormente debe apersonarse a la Jefatura Distrital del SENASAG para entregar la documentación y el certificado impreso. El personal verifica la información, firma el certificado y lo entrega oficialmente al exportador, quien debe firmar el registro de trámite. Si hay observaciones o incumplimientos, la solicitud es rechazada y archivada.	Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG)	
7	Antes de elaborar la Declaración Única de Exportación, se debe contar con la factura comercial, lista de empaque, certificados sanitarios, fitosanitarios, certificado de origen y la declaración jurada del exportador, posteriormente se debe ingresar al portal de la Aduana Nacional https://www.aduana.gob.bo/ y acceder al sistema SUMA con su usuario y contraseña. En el módulo de Exportaciones, debe seleccionar la opción para generar una nueva DEX. Una vez dentro, el sistema solicita completar diversos campos: datos del exportador y del consignatario, información detallada del producto (descripción, cantidad, peso, valor FOB y clasificación arancelaria), datos del medio de transporte, aduana de salida y el régimen aduanero. Además, se deben adjuntar los documentos de respaldo, después de llenar todos los campos requeridos, se debe validar la información para verificar errores o inconsistencias. Si no existen observaciones, se procede a la firma digital utilizando el token del exportador. Al transmitirse exitosamente, el sistema asigna un número de control a la DEX, y finalmente, se imprime la declaración y se presenta junto con la mercancía ante la Aduana correspondiente, dando inicio al proceso de despacho de exportación.	Aduana Nacional de Bolivia	

Paso	Actividad	Emisor	Encargado
7	Es importante considerar que la DEX cuenta con un plazo máximo de 60 días para que se efectúe la salida efectiva de la mercancía, contados a partir de su aceptación. En ese sentido, es fundamental que la empresa tome en consideración este plazo, a fin de evitar la necesidad de realizar un nuevo llenado de la DEX en caso de vencimiento, que podría generar demoras adicionales en el proceso. Si bien no existe una sanción directa por exceder dicho plazo, el trámite debe reiniciarse, lo que implica mayor tiempo administrativo y podría afectar el cumplimiento de los plazos previamente establecidos en la operación de exportación.	Aduana Nacional de Bolivia	Asistente Administrativo Comercial
8	Antes de elaborar la Carta de Porte Internacional por Carretera CRT, el exportador debe contar con el RUEX aprobado. Luego, el transportista carretero internacional accede al sistema SUMA para generar la CRT utilizando la información proporcionada por el exportador. El documento se completa en el Portal de Gestión Aduanera, se firma digitalmente mediante Token y, una vez aceptado por el sistema, queda habilitado para continuar con el proceso de exportación.		Transportista carretero internacional
9	El exportador debe entregar la DEX junto con la mercancía al transportista, quien lo presentará ante la Aduana para su revisión física y documental. Una vez aceptada la DEX, se requiere la elaboración del MIC/DTA Manifiesto Internacional de Carga / Declaración de Tránsito Aduanero, documento que es elaborado por el transportista internacional habilitado y su emisión es obligatoria para operaciones de exportación terrestre. Debe presentarse ante la Aduana Nacional al momento del despacho.		
10	La Emisión del Bill of Lading para el transporte marítimo por parte del importador de acuerdo con el Incoterm FCA 2020.	Naviera	Importador

6.3. IDENTIFICACIÓN DE LOS REQUERIMIENTOS LEGALES DEL PAÍS DE DESTINO

Paso	Actividad	Encargado
1	La empresa exportadora debe realizar el registro de su planta procesadora o almacenadora ante la FDA, para ello, primero se debe crear una cuenta institucional en el sistema Online Account Administration ingresando a https://www.access.fda.gov/	Asistente Administrativo Comercial
2	Posterior a la creación de la cuenta institucional se debe acceder a los FDA Industry Systems, mediante el mismo portal https://www.access.fda.gov/, donde se gestiona el registro de instalaciones alimentarias. Dentro de esta plataforma, el exportador debe ingresar al módulo “Food Facility Registration” y completar el formulario con los datos de las actividades que realiza y la información del representante en Estados Unidos, una vez enviado el formulario, la FDA asigna un número de registro que habilita a la empresa como instalación alimentaria autorizada para exportar a Estados Unidos el cual debe renovarse cada dos años.	
3	Se debe hacer la adecuación de la etiqueta del café tostado conforme a los requisitos exigidos por la FDA de Estados Unidos. La etiqueta debe presentarse en inglés e incluir información como el nombre del producto, peso neto, país de origen y los datos del productor o exportador. En cambio, para el café en grano verde, no se exige el cumplimiento del etiquetado comercial, ya que el producto se exporta en sacos de yute y este tipo de embalaje se encuentra exento de etiquetado bajo la normativa estadounidense.	Asistente Administrativo Comercial Jefe de Planta
4	Antes de cada exportación de café hacia Estados Unidos, se debe presentar una Notificación Previa (Prior Notice) FDA. Esta gestión puede ser realizada por el exportador, o el importador, siempre que tengan conocimiento del envío. La notificación se realiza electrónicamente mediante el sistema Prior Notice System Interface accediendo con su cuenta a https://www.access.fda.gov/. Para exportaciones realizadas por vía marítima, la notificación debe enviarse al menos 8 horas antes del arribo estimado del producto al puerto de ingreso en Estados Unidos, y puede realizarse con un máximo de 15 días de anticipación.	Asistente Administrativo Comercial

6.4. ACTIVIDADES OPERATIVAS PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ

Paso	Actividad	Encargado
1	Obtener los granos de café previamente seleccionados después de su suministro según parámetros de calidad establecidos para exportación, preservando la forma, consistencia y calidad física del café verde, y que el café tostado presente el perfil de tueste, requeridos por el cliente, también se requiere 84 bolsas grain pro y sacos de yute para 50 kg de café en grano, 3.072 bolsas con válvula para café de 250 gramos con el etiquetado correspondiente para Estados Unidos, 128 Cajas de cartón con medidas de 45x27x25, también 3 cintas de embalaje y 9 pallets americanos de plástico o de madera tratados y certificados con el sello fitosanitario oficial conforme a la Norma Internacional para Medidas Fitosanitarias N.º 15.	Operador de planta
2	Se debe realizar el contrato el Servicio de transporte internacional terrestre hasta el puerto de Arica, Chile así también el contrato con la naviera para el alquiler del contenedor de 20 pies el cual será retirado por el transportista internacional.	Asistente Administrativo Comercial
3	El café en grano verde debe empacarse en bolsas grain pro y colocarse en sacos de yute de 50 kg. El café tostado en grano se envasa en bolsas de 250 g con válvula desgasificadora, colocadas en cajas de cartón de 24 unidades cada una.	Operador de planta
4	Se debe realizar el paletizado correspondiente de 7 pallets de sacos de café cada pallet contiene 12 sacos y para el café tostado son 2 pallets con 64 cajas.	Operador de Planta
5	Con la documentación de exportación completa y el contrato de transporte internacional terrestre formalizado, se procede al despacho de exportación ante la Aduana Nacional, cumpliendo con los requisitos establecidos en el apartado 6.2 del presente manual. Una vez autorizado el despacho, la mercancía es cargada en el camión con destino al puerto de Arica, Chile para posteriormente llegar al puerto de Fort Lauderdale, Florida en Estados Unidos. Se debe considerar la presentación del Prior Notice mencionado en el paso 4 del aparatado 6.3 del presente manual.	Jefe de Planta Asistente Administrativo Comercial