

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA GABRIEL RENÉ MORENO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL



**“ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DEL FRIJOL BOLIVIANO EN EL MERCADO DE
ITALIA”**

NOMBRES: PAOLA PATRICIA LANDIVAR AYAVIRI 219027293

CARLOS NATAN MONTAÑO MOYE 222022612

DEYVIS DAVID RAMOS QUISPE 219043663

MATERIA: INV 450 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA III

DOCENTE: Ph.D JOSÉ LUIS LAGUNA QUIROGA

INDICE

1.1. Antecedentes	1
1.2. Planteamiento del problema	2
1.2.1. Pregunta central	3
1.2.2. Preguntas específicas	4
1.3. Delimitación	4
1.3.1. Delimitación geográfica	4
1.3.2. Delimitación temporal	4
1.3.3. Delimitación sustantiva	5
1.4. Objetivos	5
1.4.1. Objetivo general	5
1.4.2. Objetivos específicos	5
1.5. Justificación	5
1.5.1. Justificación teórica	5
1.5.2. Justificación social	6
1.5.3. Justificación práctica	6
1.5.4. Justificación personal	6
1.6. Hipótesis	8
1.7. Metodología	9
1.7.1. Tipos de investigación	9
1.7.1.1. Según su enfoque	9
1.7.1.2. Según su alcance	9
1.7.1.3. Según la estrategia de obtención de datos	9
1.7.1.4. Según la inferencia	9
1.7.1.5. Según su temporalidad	10
1.7.2. Población y muestra	10
1.7.2.1. Unidad de análisis	10
1.7.2.2. Población	10
1.7.3. Fuentes de información	11

1.7.3.1. Fuentes primarias	11
1.7.3.2. Fuentes secundarias	11
1.7.4. Técnica de recopilación de información	11
2.1. Fundamentación teórica	15
2.1.1. Teoría del Costo de producción	15
2.1.2. Modelo Heckscher-Ohlin (Dotación factorial)	15
2.1.3. Teoría de la Ventaja Competitiva de las Naciones	16
2.1.4. Nueva Teoría del Comercio Internacional	16
2.1.5. Teoría de las Cadenas Globales de Valor (CGV)	16
2.2. Marco conceptual	17
2.2.1. Exportación	17
2.2.2. Frijol	17
2.2.3. Competitividad internacional	18
2.2.4. Logística internacional	18
2.2.5. Certificaciones internacionales	18
2.2.6. Diferenciación de producto	19
2.2.7. Sostenibilidad agroexportadora	19
2.2.8. Barreras arancelarias y no arancelarias	20
2.2.9. Cadena de valor agroexportadora	20
2.2.10. Posicionamiento internacional	20
2.3. Marco jurídico normativo	21
2.3.1. Constitución Política Del Estado (CPE)	21
2.3.3. Ley General De Aduanas	23
2.3.4. Ley Forestal N° 1700 y la Ley de Conservación de Vida Silvestre	24
2.3.5. Senasag- Ley 2061	24
2.3.6. Organización Mundial del Comercio (OMC, 1994)	24
2.3.7 Sistema Generalizado de Preferencias Plus (SGP+) – Unión Europea	25
2.3.8 Codex Alimentarius	25
2.3.9 Certificaciones Internacionales de Inocuidad y Calidad Alimentaria	26

2.4. Estado del arte	26
3.1. Descripción del producto	31
3.1.1. Origen del frijol	31
3.1.2. Características físico-químicas y nutricionales del frijol	32
3.1.3. Variedades y tipos de frijol en Bolivia	33
3.1.4. Zonas de producción del frijol en Bolivia	34
3.1.5. Etapas del proceso de producción y postcosecha del frijol	35
3.1.6. Ventajas competitivas del frijol boliviano	37
3.1.7. Clasificación arancelaria del frijol	37
3.1.8. Matriz FODA del frijol boliviano	38
3.2. Demanda y oferta global del frijol	40
3.2.1. Exportaciones	40
3.2.2. Importaciones	41
3.2.3. Demanda y oferta regional	42
3.3. Análisis de la oferta boliviana	43
3.3.1. Producción nacional del frijol	43
3.3.2. Capacidad exportadora de Bolivia	45
3.3.3. Estructura de la cadena de valor del frijol boliviano	46
3.3.4. Infraestructura logística y costos internos	47
3.3.5. Limitaciones internas de la oferta boliviana	47
3.4. Descripción y análisis del mercado internacional	48
3.4.1. Italia	48
3.4.1.1. Población	49
3.4.1.2. Características geográficas	49
3.4.1.3. Economía	50
3.4.1.4. Análisis PESTEL	50
3.4.2. Preferencias del consumidor italiano	53
3.4.3. Importaciones de frijol en Italia	54
3.4.4. Principales proveedores de frijol en el mercado italiano	55

3.5. Barreras logísticas, arancelarias y normativas para el acceso al mercado italiano	55
3.5.1. Barreras logísticas internacionales	55
3.5.2. Barreras arancelarias	55
3.5.3. Barreras no arancelarias y normativas	56
3.5.4. Barreras de calidad y estandarización	56
3.6. Análisis de la competencia internacional	56
3.6.1. Principales países competidores	56
3.6.2. Matriz comparativa Bolivia vs competidores	57
3.6.3. Brechas competitivas del frijol boliviano	58
3.6.4. Comparación de precios Bolivia vs competidores	58
4.1. Introducción de la Propuesta	61
4.2. Estrategia general de la propuesta	61
4.2.1. Estrategia de diferenciación del producto	61
4.2.2. Estrategia de calidad y certificación	61
4.2.3. Estrategia logística para el acceso a Italia	62
4.2.4. Estrategia comercial y de posicionamiento	62
4.3. Impacto esperado	63
4.3.1. Impacto productivo	63
4.3.2. Impacto comercial	63
4.3.3. Impacto logístico	63
4.3.4. Impacto social	64
4.3.5. Impacto ambiental	64
5.1. Conclusiones	66
5.2. Recomendaciones	66

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes

El frijol (*Phaseolus vulgaris* L.) es uno de los cultivos alimenticios más antiguos y de mayor importancia en América Latina. Su domesticación se remonta a hace más de siete mil años en las regiones andinas y mesoamericanas, donde ha constituido una fuente esencial de proteínas, fibra y micronutrientes en la dieta de las comunidades rurales. Por su valor nutricional, el frijol tiene un rol relevante en la sostenibilidad agrícola debido a su capacidad de aportar nitrógeno en el suelo, lo que contribuye a la fertilidad y a la rotación de cultivos.

En Bolivia, según el Ministerio de Relaciones Exteriores (2024), el frijol se cultiva principalmente en los departamentos de Santa Cruz con un 90.8% de la producción, Chuquisaca con el 4.3% y Cochabamba con el 3.1%, donde las condiciones agroecológicas permiten obtener granos de alta calidad y diversidad varietal. Durante las últimas décadas, su producción ha pasado de estar orientada principalmente al consumo interno a adquirir una creciente importancia en el comercio exterior, especialmente con destinos en América del Sur, Europa y Asia.

La apertura comercial y el interés internacional por productos andinos y amazónicos han impulsado a los productores bolivianos a buscar nuevos mercados, entre ellos el italiano, caracterizado por una fuerte tradición gastronómica y una demanda creciente de legumbres saludables, sostenibles y de origen trazable. El mercado italiano se destaca además por su preferencia hacia productos con certificaciones de calidad, orgánicos y con atributos diferenciados, factores que abren oportunidades, pero también exigen altos estándares de competitividad.

Según un estudio de la FAO (2023), el frijol latinoamericano enfrenta el reto de incrementar su productividad y valor agregado mediante el uso de tecnologías poscosecha, certificaciones de calidad y estrategias de diferenciación basadas en el origen. En ese marco, el frijol boliviano tiene el potencial de posicionarse como un producto competitivo si logra optimizar su cadena productiva, fortalecer la asociatividad de productores y mejorar los procesos de comercialización internacional.

Para complementar, investigaciones recientes, como la de Quispe y Martínez (2022) de la Universidad Mayor de San Simón, destacan que la competitividad agroexportadora de Bolivia depende en gran medida de la incorporación de innovación tecnológica, la diversificación de mercados y la adaptación a normativas fitosanitarias internacionales.

Todo esto resulta fundamental para la presente investigación, ya que destaca la importancia de analizar los factores productivos y comerciales que inciden en la competitividad del frijol boliviano frente a sus principales competidores en el mercado italiano, con el propósito de identificar estrategias que fortalezcan su presencia en dicho destino.

1.2. Planteamiento del problema

El comercio internacional de frijoles (*Phaseolus vulgaris* L.) ha mostrado un crecimiento sostenido en la última década, impulsado por el creciente interés global en productos naturales, ricos en proteínas y de bajo impacto ambiental. Según Trade Map (2024), el valor total de las importaciones mundiales de frijoles alcanzó 2.758 millones de dólares, siendo México (493 millones de dólares) el principal importador, seguido por Italia (188 millones de dólares) e India (157 millones de dólares). Estos datos confirman la consolidación del mercado europeo, especialmente el italiano, como un destino de alto valor agregado y exigente en materia de calidad, inocuidad y sostenibilidad.

El mercado italiano combina tradición gastronómica con apertura comercial. Con una población de 60,9 millones de habitantes, un PIB de 2,37 billones de dólares y un grado de libertad económica de 60,9 puntos, Italia demanda productos agrícolas que cumplan estándares europeos de seguridad alimentaria, trazabilidad y presentación. No obstante, el país se abastece principalmente de proveedores como India, Turquía, México y Pakistán, cuyas industrias agroexportadoras se caracterizan por una producción mecanizada, certificaciones internacionales y una estructura logística consolidada. Esto ha limitado la inserción de países emergentes como Bolivia, pese a su potencial agroecológico y su capacidad para producir frijoles de excelente calidad.

En Bolivia, la producción de frijol se concentra en los departamentos de Santa Cruz, Cochabamba, Tarija y Chuquisaca, con condiciones climáticas y de suelo favorables. Sin embargo, las exportaciones nacionales continúan siendo reducidas, alcanzando en 2022 un valor aproximado de 8,4 millones de dólares según el Instituto Nacional de Estadística (INE). Aunque existe demanda internacional, las limitaciones logísticas, tecnológicas y comerciales impiden que el frijol boliviano alcance una posición competitiva frente a sus principales competidores.

Esta situación genera una serie de consecuencias económicas y estructurales, entre ellas:

- Pérdida de oportunidades de mercado ante competidores con mayor eficiencia y diversificación.
- Margen reducido de rentabilidad para los productores bolivianos por altos costos de transporte e intermediación.
- Escasa inversión privada y pública en innovación agrícola y certificaciones internacionales.
- Desaprovechamiento del valor diferenciador del frijol boliviano como producto natural y sostenible.
- Vulnerabilidad comercial, al depender de pocos mercados con baja demanda.

Las principales causas que explican el bajo nivel de competitividad del frijol boliviano en el mercado italiano son:

- Infraestructura logística insuficiente para la conservación, acopio y transporte del producto.
- Falta de tecnificación y asistencia técnica en los procesos de producción y poscosecha.
- Escasa inserción en cadenas de valor internacionales y limitado acceso a certificaciones de calidad (orgánica, HACCP, GlobalG.A.P., entre otras).
- Débil promoción comercial y posicionamiento de marca país en ferias y plataformas europeas.
- Altos costos de transporte y largos tiempos de envío hacia puertos europeos, que reducen la competitividad frente a países con acceso marítimo directo.

En consecuencia, se identifica que el problema central radica en la falta de una estrategia integral de competitividad, basada en la mejora de la infraestructura logística, el fortalecimiento de las capacidades técnicas y comerciales, y la consolidación de alianzas internacionales que permitan al frijol boliviano posicionarse de manera sostenible en el mercado italiano.

1.2.1. Pregunta central

¿De qué manera los factores productivos, logísticos y comerciales inciden en la competitividad del frijol boliviano frente a sus principales competidores en el mercado italiano, y qué estrategias podrían fortalecer su posicionamiento en dicho mercado?

1.2.2. Preguntas específicas

1. ¿Cuál es la situación actual de la producción y exportación del frijol boliviano, y cómo se compara con la de los principales países competidores en el mercado italiano?
2. ¿Qué factores internos (infraestructura, costos, calidad, certificaciones) limitan la competitividad del frijol boliviano en el comercio internacional?
3. ¿Qué barreras logísticas, arancelarias y no arancelarias enfrenta el frijol boliviano para acceder y consolidarse en el mercado italiano?
4. ¿Cómo influyen las estrategias de comercialización y promoción internacional en el posicionamiento del frijol boliviano frente a los productos de otros países?

1.3. Delimitación

1.3.1. Delimitación geográfica

La presente investigación se desarrollará en el país de Bolivia, con énfasis en las principales zonas productoras de frijol ubicadas en los departamentos de Santa Cruz (zona de los valles cruceños, este y Norte Integrado), Cochabamba, y Chuquisaca, donde se concentra la mayor parte de la producción destinada al consumo interno y a la exportación. A nivel internacional, el estudio se enfocará en el mercado italiano como destino de análisis, y en los países Argentina y Brasil como principales competidores regionales, debido a su fuerte presencia en el comercio mundial de frijoles y su posicionamiento consolidado en los mercados europeos.

1.3.2. Delimitación temporal

El estudio abarcará el período comprendido entre 2020 y 2025, considerando los años previos y actuales, lo que permite analizar los cambios estructurales en la producción, comercio y competitividad del frijol boliviano. Este rango temporal incluirá las variaciones más recientes en las importaciones italianas y las exportaciones sudamericanas, según los registros actualizados de Trade Map (2020–2024) y el Instituto Nacional de Estadística (INE).

1.3.3. Delimitación sustantiva

El presente trabajo de tesis se enmarcará en el enfoque de competitividad internacional, analizando las exportaciones de frijol boliviano hacia el mercado italiano desde una perspectiva económica, logística y comercial. Se considerarán las teorías de la ventaja comparativa y competitiva, así como los modelos de cadena de valor y comercio internacional, para explicar los factores que determinan la posición del frijol boliviano frente a competidores regionales como Argentina y Brasil.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Analizar los factores productivos, logísticos y comerciales que inciden en la competitividad del frijol boliviano frente a sus principales competidores en el mercado italiano.

1.4.2. Objetivos específicos

- Conocer la situación actual de la producción y exportación del frijol boliviano en comparación con Argentina y Brasil.
- Identificar los factores internos que limitan su competitividad, tales como infraestructura, costos y certificaciones.
- Evaluar las barreras logísticas, arancelarias y normativas que afectan el acceso al mercado italiano.
- Analizar las estrategias de comercialización utilizadas por los principales países competidores en Europa.

1.5. Justificación

1.5.1. Justificación teórica

La presente investigación se fundamenta en las teorías del comercio internacional, la ventaja competitiva y las cadenas globales de valor, las cuales permiten comprender los factores que determinan la posición del frijol boliviano en el mercado mundial. Mediante estos enfoques, se busca analizar cómo los factores productivos, logísticos y comerciales influyen en la competitividad del frijol frente a Argentina y Brasil en el mercado italiano.

1.5.2. Justificación social

Los resultados de este trabajo beneficiarán a productores, cooperativas y pequeñas empresas del sector agrícola, al brindarles herramientas para acceder a mercados de alto valor, como el italiano. De igual forma, aportará al desarrollo económico y social del país al incrementar los ingresos por exportaciones, generar empleo rural y dinamizar la economía regional. Este impacto positivo favorecerá no solo al sector frijolero, sino también a otras cadenas agroexportadoras emergentes en Bolivia.

1.5.3. Justificación práctica

El desarrollo de esta investigación permitirá identificar estrategias para fortalecer la posición del frijol boliviano en el mercado italiano, abordando desafíos relacionados con costos logísticos, certificaciones fitosanitarias y promoción comercial. También contribuirá a mejorar la eficiencia de la cadena exportadora, facilitando la inserción de los productores en mercados internacionales. Los resultados podrán ser utilizados por empresas, asociaciones agrícolas e instituciones públicas para diseñar políticas que impulsen la competitividad y diversificación de las exportaciones bolivianas.

1.5.4. Justificación personal

La realización de este estudio representa una oportunidad para aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera de Comercio Internacional, fortaleciendo las competencias profesionales en análisis de mercados, comercio exterior y estrategias de exportación. Además, nos permitirá especializarnos en el estudio de la competitividad agroexportadora boliviana, aportando al desarrollo sostenible del país y consolidando nuestro crecimiento académico y personal.

Cuadro 1.1.

Matriz de consistencia de objetivos

Objetivos	Preguntas de investigación	Hipótesis	Variables	Tipo de investigación y metodología
Objetivo general: Analizar los	Pregunta central:	Hipótesis general:	Variable independiente: Factores	Tipo: Aplicada. Enfoque: Mixto (cuantitativo y

factores productivos, logísticos y comerciales que inciden en la competitividad del frijol boliviano frente a sus principales competidores en el mercado italiano.	¿De qué manera los factores productivos, logísticos y comerciales inciden en la competitividad del frijol boliviano frente a sus principales competidores en el mercado italiano, y qué estrategias podrían fortalecer su posicionamiento en dicho mercado?	La mejora en los factores logísticos y comerciales incrementará la competitividad del frijol boliviano frente a Argentina y Brasil en el mercado italiano.	productivos, tecnológicos, logísticos y comerciales. Variable dependiente: Nivel de competitividad del frijol boliviano frente a Argentina y Brasil en el mercado italiano.	cualitativo). Alcance: Descriptivo y explicativo. Estrategia: Documental y de campo. Inferencia: Inductiva e hipotético-deductiva. Temporalidad: 2020–2025.
Objetivo específico 1: Conocer la situación actual de la producción y exportación del frijol boliviano en comparación con Argentina y Brasil.	¿Cuál es la situación actual de la producción y exportación del frijol boliviano, y cómo se compara con la de los principales países competidores en el mercado italiano?	La producción y exportación del frijol boliviano presentan menor eficiencia y volumen que las de Argentina y Brasil debido a la limitada tecnificación y escala productiva.	Variable independiente: Factores productivos y tecnológicos. Variable dependiente: Nivel de competitividad productiva y exportadora.	Enfoque: Mixto. Estrategia: Documental (Trade Map, INE, FAO) y entrevistas a productores.
Objetivo específico 2: Identificar los factores internos que limitan la competitividad del frijol	¿Qué factores internos (infraestructura, costos, calidad, certificaciones) limitan la competitividad	La falta de infraestructura, tecnología y certificaciones internacionales limita la competitividad del frijol	Variable independiente: Factores tecnológicos y de gestión. Variable dependiente: Desempeño	Enfoque: Cualitativo y cuantitativo. Estrategia: Documental y de campo. Técnicas:

boliviano, tales como infraestructura, tecnología, costos y certificaciones.	del frijol boliviano en el comercio internacional?	boliviano en el mercado italiano.	competitivo en exportaciones.	Entrevistas y encuestas.
Objetivo específico 3: Evaluar las barreras logísticas, arancelarias y normativas que afectan el acceso al mercado italiano.	¿Qué barreras logísticas, arancelarias y no arancelarias enfrenta el frijol boliviano para acceder y consolidarse en el mercado italiano?	Los costos de transporte, la distancia geográfica y los requisitos sanitarios europeos reducen la competitividad y aumentan los costos de exportación.	Variable independiente: Factores logísticos y normativos. Variable dependiente: Accesibilidad comercial del producto boliviano.	Enfoque: Mixto. Estrategia: Documental (registros de ALADI, UE) y entrevistas a exportadores.
Objetivo específico 4: Analizar las estrategias de comercialización utilizadas por los principales países competidores en Europa.	¿Cómo influyen las estrategias de comercialización y promoción internacional en el posicionamiento del frijol boliviano frente a los productos de otros países?	Las estrategias de marketing y promoción internacional empleadas por Argentina y Brasil fortalecen su posicionamiento frente al frijol boliviano.	Variable independiente: Estrategias comerciales y de marketing internacional. Variable dependiente: Posicionamiento competitivo.	Enfoque: Cualitativo. Estrategia: Documental (análisis comparativo) y entrevistas a empresas exportadoras.

1.6. Hipótesis

La mejora en los factores logísticos y comerciales incrementará la competitividad del frijol boliviano frente a Argentina y Brasil en el mercado italiano.

1.7. Metodología

1.7.1. Tipos de investigación

1.7.1.1. Según su enfoque

La presente investigación adopta un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos para lograr una mejor comprensión del objeto estudiado. Al combinar enfoques cualitativo y cuantitativo, se podrá comprender no solo qué ocurre (a través de los datos), sino también por qué ocurre (a través del análisis de causas y contextos), lo que contribuye a un diagnóstico más completo sobre la competitividad del frijol boliviano en el mercado italiano.

1.7.1.2. Según su alcance

Descriptiva: Busca describir la situación actual de la producción y exportación del frijol boliviano, así como su posición frente a sus principales competidores. Se mostrarán datos sobre volúmenes exportados, destinos, costos logísticos y exigencias del mercado italiano.

Explicativa: Permite identificar las causas que afectan la competitividad del frijol boliviano. Se analizará cómo influyen factores como la falta de tecnología, la infraestructura deficiente, los costos operativos elevados y la escasa promoción internacional. De esta manera, la investigación no solo mostrará la realidad, sino que buscará explicar los motivos y consecuencias de los bajos niveles de competitividad de este producto boliviano.

1.7.1.3. Según la estrategia de obtención de datos

Documental: Esta primera etapa consistirá en la recolección y análisis de información secundaria, proveniente de fuentes oficiales, técnicas y académicas. Se consultarán informes estadísticos, publicaciones especializadas, leyes y bases de datos de organismos nacionales e internacionales como el INE, IBCE, FAO, Trade Map, ALADI y CEPAL.

De campo: En la segunda etapa, se aplicará una investigación de campo, que implicará la obtención directa de información en el lugar de origen del producto y con actores involucrados en el proceso productivo y comercial.

1.7.1.4. Según la inferencia

Inductiva: Parte del análisis de casos específicos como el desempeño exportador de Bolivia, Argentina y Brasil para formular conclusiones generales sobre los factores que determinan la competitividad en el mercado italiano. A través de la observación de los resultados de cada país, se identifican patrones comunes y diferencias que permiten inferir qué variables son más determinantes.

Hipotético-deductiva: Se plantea una hipótesis central que orienta la investigación: “La incorporación de innovación tecnológica, el fortalecimiento logístico y la aplicación de estrategias comerciales adecuadas pueden mejorar la competitividad del frijol boliviano frente a Argentina y Brasil en el mercado italiano.” A partir de esta hipótesis, se recopilan y analizan datos para comprobar o refutarla, estableciendo relaciones entre los factores productivos, tecnológicos y comerciales.

1.7.1.5. Según su temporalidad

Retrospectiva: Se analizarán datos comprendidos entre los años 2020 y 2024, con el fin de examinar la evolución de la producción, exportación y competitividad del frijol boliviano frente a sus competidores regionales.

Prospectiva: Se proyectarán posibles escenarios de mejora y estrategias competitivas para el corto y mediano plazo (2025–2027), tomando en cuenta las tendencias del mercado europeo y las oportunidades de inserción del producto boliviano.

1.7.2. Población y muestra

1.7.2.1. Unidad de análisis

En el presente trabajo de investigación, la unidad de análisis estará conformada por los productores, empresas exportadoras y asociaciones agrícolas vinculadas al cultivo y comercialización del frijol boliviano, así como por los técnicos y representantes institucionales del sector agroexportador. Estas unidades son relevantes porque proporcionan información directa sobre los factores que inciden en la competitividad del frijol en el mercado internacional.

1.7.2.2. Población

La población de estudio estará conformada por los productores y exportadores de frijol ubicados principalmente en los departamentos de Santa Cruz, Cochabamba, Tarija y Chuquisaca, regiones que concentran la mayor parte de la producción nacional.

De igual manera, se considerarán instituciones públicas y privadas relacionadas con el comercio exterior y la promoción de exportaciones, tales como IBCE, SENASAG, Pro-Bolivia y CADEX.

Dado que la población es amplia, se aplicará una muestra no probabilística por conveniencia, seleccionando actores clave que aporten información pertinente para el análisis de los factores productivos, logísticos y comerciales.

1.7.3. Fuentes de información

1.7.3.1. Fuentes primarias

- Productores de frijol en Bolivia.
- Asociaciones y cooperativas agrícolas.
- Empresas procesadoras y exportadoras de frijol.
- Entidades públicas y privadas relacionadas con el comercio internacional (IBCE, Pro-Bolivia, CADEX).
- Expertos y técnicos en logística, certificaciones y promoción comercial.

1.7.3.2. Fuentes secundarias

- Estudios académicos y publicaciones científicas sobre competitividad agroexportadora.
- Libros y artículos sobre comercio internacional y desarrollo sostenible.
- Informes del Instituto Nacional de Estadística (INE) y del Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE).
- Documentos y estadísticas de Trade Map, FAO, ALADI y CEPAL.
- Bases de datos de comercio exterior de la Unión Europea y del mercado italiano.
- Publicaciones de cámaras de comercio, asociaciones exportadoras y organismos internacionales.
- Sitios web oficiales de instituciones nacionales e internacionales vinculadas al comercio agroindustrial.

1.7.4. Técnica de recopilación de información

- Entrevistas a productores, exportadores y expertos en comercio internacional, utilizando como instrumento una guía de entrevista semiestructurada.
- Encuestas aplicadas a productores y empresas del sector frijolero, mediante un cuestionario estructurado que recoja datos sobre producción, tecnología y comercialización.
- Revisión documental, empleando fichas de trabajo bibliográficas para sistematizar la información de fuentes secundarias.
- Observación directa durante visitas a zonas productoras y eventos relacionados con la exportación agroindustrial, utilizando una guía de observación.

Cuadro 1.2.

Matriz de operacionalización de variables

OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Objetivo general: Analizar los factores productivos, tecnológicos, logísticos y comerciales que inciden en la competitividad del frijol boliviano frente a sus principales competidores en el mercado italiano.	Variable independiente: Factores de competitividad. Variable dependiente: Nivel de competitividad del frijol boliviano.	Productiva: Nivel de producción y rendimiento por hectárea. Tecnológica: Uso de innovación y mecanización. Logística: Costos y tiempos de transporte, infraestructura. Comercial: Estrategias de promoción, certificaciones, posicionamiento.	- Rendimiento (kg/ha). - Nivel de mecanización. - Costos logísticos (USD/ton). - Tiempos de transporte (días). - Estrategias de promoción. - Certificaciones de calidad (orgánica, HACCP, GlobalG.A.P.).	- Encuestas y entrevistas a productores y exportadores. - Revisión documental (INE, IBCE, Trade Map, FAO, ALADI).
Objetivo específico 1: Conocer la situación	Variable independiente: Producción y exportación del	Productiva: Rendimiento, superficie cultivada.	- Volumen exportado (toneladas). - Valor FOB	- Análisis documental (INE, IBCE, Trade Map). - Entrevistas a

actual de la producción y exportación del frijol boliviano en comparación con Argentina y Brasil.	frijol boliviano. Variable dependiente: Nivel de competitividad productiva y comercial.	Comercial: Volumen y valor FOB de exportación.	(USD). - Productividad (kg/ha). - Crecimiento anual de exportaciones (%).	productores y exportadores.
Objetivo específico 2: Identificar los factores internos que limitan la competitividad del frijol boliviano.	Variable independiente: Factores internos de competitividad. Variable dependiente: Desempeño competitivo del frijol boliviano.	Tecnológica: Nivel de innovación y asistencia técnica. Estructural: Infraestructura de almacenamiento y transporte. Gestión: Acceso a certificaciones, financiamiento y mercados.	- Uso de maquinaria y tecnología. - Acceso a asistencia técnica. - Presencia de certificaciones internacionales. - Existencia de programas de apoyo productivo.	- Encuestas a productores y asociaciones. - Entrevistas a representantes institucionales (IBCE, SENASAG).
Objetivo específico 3: Evaluar las barreras logísticas, arancelarias y normativas que afectan el acceso al mercado italiano.	Variable independiente: Barreras logísticas, arancelarias y normativas. Variable dependiente: Accesibilidad comercial del frijol boliviano.	Logística: Costos y tiempos de transporte. Arancelaria: Impuestos a la importación. Normativa: Exigencias fitosanitarias y técnicas.	- Costos logísticos por tonelada exportada. - Días promedio de envío. - Cumplimiento de normas fitosanitarias europeas. - Número de restricciones arancelarias.	- Análisis documental (ALADI, UE, FAO). - Entrevistas a exportadores.
Objetivo específico 4: Analizar las estrategias de comercialización utilizadas por	Variable independiente: Estrategias de comercialización internacional. Variable	Promoción: Posicionamiento de marca y producto. Distribución: Canales y	- Estrategias de marketing y promoción internacional. - Canales de distribución	- Revisión documental (ALADI, IBCE, ferias europeas). - Entrevistas a

los principales países competidores en Europa.	dependiente: Posicionamiento o competitivo del frijol boliviano.	redes de exportación. Diferenciación: Valor agregado e imagen país.	utilizados. - Participación en ferias y eventos. Reconocimiento de marca país.	representantes del sector exportador.
--	--	--	--	---------------------------------------

CAPÍTULO II:

FUNDAMENTACIÓN

TEÓRICA

2.1. Fundamentación teórica

Para analizar la incidencia de los costos logísticos y la estructura de precios en la competitividad internacional de SCHWARTZ VRENA, es pertinente apoyarse en diversas teorías del comercio internacional, la economía de costos, y la geografía económica. Las principales teorías que sustentan este marco conceptual son:

2.1.1. Teoría del Costo de producción

David Ricardo (1817) formuló la teoría de la ventaja comparativa en su obra Principios de economía política y tributación, afirmando que “cada país se beneficia del comercio internacional cuando se especializa en producir los bienes que puede elaborar a un costo de oportunidad relativamente más bajo” (p. 24). De igual manera, Ricardo sostiene que “aun cuando una nación sea menos eficiente que otra en la producción de todos los bienes, el comercio puede ser ventajoso si se especializa en los bienes en los que su desventaja es menor” (p. 27).

En el caso del frijol boliviano, esta teoría explica cómo el país puede aprovechar sus condiciones agroecológicas favorables y la disponibilidad de recursos naturales para especializarse en la producción de frijoles de alta calidad, sostenibles y con bajo costo relativo. Bolivia puede orientarse hacia mercados como el italiano, donde el consumidor valora la trazabilidad y el origen natural, transformando su ventaja comparativa en una oportunidad comercial concreta.

2.1.2. Modelo Heckscher-Ohlin (Dotación factorial)

Heckscher y Ohlin (1933) plantean que “la estructura del comercio internacional depende de las dotaciones relativas de los factores de producción: los países exportan aquellos bienes que utilizan intensivamente los factores que poseen en abundancia” (p. 120). Según su modelo, las diferencias en tierra, trabajo y capital explican los patrones del comercio mundial, donde las naciones aprovechan sus recursos más abundantes para generar ventajas comparativas sostenibles.

En el contexto boliviano, este modelo se refleja en la abundancia de tierra cultivable y la disponibilidad de mano de obra agrícola, factores que favorecen la producción de frijol. No obstante, la falta de salida al mar incrementa los costos logísticos, lo que limita parcialmente esa ventaja factorial. Por ello, fortalecer la infraestructura logística, los corredores bioceánicos y

la eficiencia portuaria constituye una necesidad clave para que Bolivia transforme sus ventajas naturales en ventajas competitivas efectivas frente a países como Argentina y Brasil.

2.1.3. Teoría de la Ventaja Competitiva de las Naciones

Michael Porter (1990) argumenta que “la prosperidad de una nación depende de su capacidad para innovar y mejorar; las empresas ganan ventaja competitiva a través de actos de innovación” (p. 34). Además, el autor sostiene que “la competencia se crea y se sostiene mediante la presión, el desafío y la necesidad constante de superarse” (p. 37). En su modelo del Diamante de la Ventaja Competitiva, Porter identifica cuatro determinantes: condiciones de los factores, condiciones de la demanda, industrias relacionadas y estrategia empresarial.

En el caso del frijol boliviano, esta teoría explica que la competitividad no depende únicamente de los recursos naturales, sino de la capacidad del sector para innovar y mejorar sus procesos. La incorporación de certificaciones internacionales (como GlobalG.A.P., HACCP o ISO 22000), el fortalecimiento de la asociatividad entre productores y la promoción de una marca país sólida pueden mejorar la percepción del producto boliviano en el mercado italiano. De esta forma, la ventaja competitiva se construye mediante la innovación, la calidad y la sostenibilidad.

2.1.4. Nueva Teoría del Comercio Internacional

Paul Krugman (1980) señala que “las economías de escala y la diferenciación de productos son los factores fundamentales que explican la estructura del comercio entre países industrializados” (p. 21). El autor agrega que “la existencia de rendimientos crecientes y la variedad de productos crean incentivos para el comercio incluso entre países con dotaciones similares” (p. 25). Esta teoría rompe con los postulados clásicos al introducir la importancia del tamaño del mercado, la especialización intraindustrial y la innovación.

Aplicada al frijol boliviano, la Nueva Teoría del Comercio sugiere que el país puede incrementar su competitividad a través de la diferenciación del producto y la cooperación entre productores. Destacar el origen andino-amazónico del frijol, promover prácticas sostenibles y fortalecer la identidad de marca país pueden permitir acceder a nichos premium en Italia. Con ello, la consolidación de asociaciones exportadoras facilitaría el aprovechamiento de economías de escala, reduciendo costos unitarios y mejorando la eficiencia del proceso exportador.

2.1.5. Teoría de las Cadenas Globales de Valor (CGV)

Gereffi, Humphrey y Sturgeon (2005) sostienen que “la competitividad de los países depende de su capacidad para insertarse de manera efectiva en las cadenas globales de valor y avanzar hacia segmentos de mayor valor agregado” (p. 82). Los autores explican que “las relaciones de gobernanza dentro de las cadenas determinan qué actores capturan mayor valor y cómo los países en desarrollo pueden escalar dentro de ellas” (p. 88).

Esta teoría resalta la importancia de fortalecer los vínculos con importadores italianos y europeos mediante el cumplimiento de estándares internacionales de calidad, trazabilidad e inocuidad. La integración en cadenas globales permitiría no solo acceder de forma estable al mercado, sino también mejorar la reputación y sostenibilidad del producto. El trabajo conjunto entre productores, instituciones públicas y organismos internacionales es clave para incrementar el valor agregado y consolidar una posición competitiva dentro del sistema agroalimentario global.

2.2. Marco conceptual

2.2.1. Exportación

Como señalan Czinkota, Ronkainen y Moffett (2021), “la exportación consiste en la venta y envío de bienes y servicios producidos en un país hacia otro para su comercialización en el extranjero; esta actividad constituye un componente esencial del comercio internacional y motor del crecimiento económico” (p. 5).

En la misma línea, Daniels, Radebaugh y Sullivan (2019) afirman que exportar “implica la venta de productos de origen nacional en mercados extranjeros, y constituye el primer paso hacia la internacionalización empresarial” (p. 43).

En el contexto boliviano, la exportación del frijol representa una oportunidad estratégica para diversificar la oferta agrícola nacional y consolidar la presencia del país en mercados europeos, especialmente el italiano, donde existe demanda por legumbres saludables y sostenibles.

2.2.2. Frijol

Según la Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO, 2023), “el frijol (*Phaseolus vulgaris* L.) es una leguminosa comestible de alto valor nutricional, rica en

proteínas, fibra, minerales y antioxidantes, considerada un cultivo clave para la seguridad alimentaria mundial” (p. 12).

De acuerdo con el Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE, 2023), el frijol boliviano se cultiva principalmente en Santa Cruz, Chuquisaca y Cochabamba, siendo un producto agrícola de alta calidad con potencial exportador.

Por sus propiedades nutricionales y su demanda en el mercado internacional, el frijol boliviano constituye un producto competitivo con oportunidades de posicionamiento en nichos gourmet y orgánicos dentro del mercado italiano.

2.2.3. Competitividad internacional

Porter (1990) define la competitividad como “la capacidad de una nación o industria para innovar y mejorar continuamente, generando ventajas sostenibles que le permitan competir en los mercados internacionales” (p. 34).

En términos similares, Krugman y Obstfeld (2006) expresan que “la competitividad internacional depende de la productividad relativa de un país y su habilidad para producir bienes y servicios con calidad y costos comparativos favorables” (p. 112).

Aplicado al frijol boliviano, la competitividad radica en su capacidad para ofrecer un producto diferenciado (de origen natural, trazable y sostenible) que cumpla los estándares europeos de calidad y certificación.

2.2.4. Logística internacional

Ferrel, Hirt, Ramos, Adianensen y Flores (2004) indican que “la logística internacional comprende todas las actividades necesarias para la obtención, administración, empaque, almacenamiento y distribución de productos terminados hacia clientes extranjeros” (p. 282).

Por su parte, Lamb, Hair y McDaniel (2002) la definen como “el proceso de administrar estratégicamente el flujo y almacenamiento eficiente de las materias primas y los bienes terminados desde el punto de origen hasta el consumidor final” (p. 383).

En el caso boliviano, la logística internacional del frijol constituye un desafío debido a los altos costos de transporte terrestre y marítimo, por lo que optimizar rutas bioceánicas y centros de acopio es fundamental para mejorar la eficiencia exportadora.

2.2.5. Certificaciones internacionales

Para la FAO (2023), “las certificaciones internacionales son mecanismos que garantizan que un producto cumple con normas reconocidas de calidad, inocuidad, sostenibilidad y trazabilidad” (p. 52).

Asimismo, la Organización Internacional de Normalización (ISO, 2022) sostiene que “las certificaciones como ISO 22000 o HACCP aseguran la gestión efectiva de la inocuidad alimentaria y fortalecen la confianza del consumidor” (p. 17).

En el caso del frijol boliviano, la obtención de certificaciones como GlobalG.A.P., HACCP y orgánica europea constituye un requisito esencial para ingresar de forma competitiva al mercado italiano y europeo.

2.2.6. Diferenciación de producto

Kotler y Keller (2019) afirman que “la diferenciación consiste en diseñar un conjunto de atributos significativos que distingan un producto de los de la competencia, aportando valor percibido al consumidor” (p. 189).

De acuerdo con Porter (1990), “una empresa logra ventaja competitiva cuando su producto es percibido como único en el mercado, ya sea por calidad, diseño, servicio o innovación” (p. 40).

El frijol boliviano puede diferenciarse a través de su origen andino, métodos sostenibles de cultivo, calidad orgánica y características nutricionales, lo que lo convierte en un producto atractivo para consumidores europeos interesados en alimentos saludables y de comercio justo.

2.2.7. Sostenibilidad agroexportadora

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2022) define la sostenibilidad como “la gestión responsable de los recursos naturales y económicos, garantizando la productividad sin comprometer el bienestar de las generaciones futuras” (p. 10).

Por su parte, la FAO (2023) indica que “la sostenibilidad agroexportadora integra la eficiencia económica con la responsabilidad ambiental y social dentro de la cadena de valor” (p. 23).

Para el frijol boliviano, la sostenibilidad implica implementar prácticas agrícolas ecológicas, reducir el uso de agroquímicos y promover la trazabilidad ambiental, aspectos valorados por el consumidor europeo.

2.2.8. Barreras arancelarias y no arancelarias

Krugman y Obstfeld (2006) explican que “las barreras arancelarias son impuestos aplicados a las importaciones, mientras que las no arancelarias comprenden normas técnicas, sanitarias o de calidad que restringen el comercio” (p. 214).

La Organización Mundial del Comercio (OMC, 1994) establece que “las medidas sanitarias y fitosanitarias buscan proteger la salud humana, animal y vegetal frente a riesgos derivados del comercio internacional” (p. 6).

El frijol boliviano debe cumplir con regulaciones sanitarias y fitosanitarias de la Unión Europea, asegurando inocuidad y certificación para garantizar su acceso sostenible al mercado italiano.

2.2.9. Cadena de valor agroexportadora

Según Gereffi, Humphrey y Sturgeon (2005), “una cadena global de valor se compone de todas las actividades requeridas para llevar un producto desde su concepción hasta el consumidor final, incluyendo diseño, producción, comercialización y soporte” (p. 80).

Kaplinsky y Morris (2016) añaden que “la gestión eficiente de las cadenas de valor permite a los países en desarrollo capturar mayor valor agregado mediante innovación, cooperación y cumplimiento de estándares internacionales” (p. 45).

La cadena de valor del frijol boliviano abarca la producción, acopio, procesamiento, transporte y exportación. Su fortalecimiento mediante innovación tecnológica y coordinación entre actores mejora la eficiencia y la competitividad internacional del producto.

2.2.10. Posicionamiento internacional

Kotler y Keller (2019) definen el posicionamiento como “el lugar que ocupa una marca o producto en la mente del consumidor en relación con la competencia” (p. 212).

De acuerdo con Porter (1990), “el posicionamiento internacional se logra cuando un producto o sector logra mantener una presencia diferenciada y sostenible en el mercado externo” (p. 59).

El frijol boliviano puede fortalecer su posicionamiento internacional destacando su calidad orgánica, certificaciones y origen andino, lo que le permite competir en mercados europeos de alto valor agregado como Italia.

2.3. Marco jurídico normativo

A continuación, se desarrollará el conjunto de disposiciones legales, reglamentarias y normativas que constituirán el basamento jurídico que deberá contemplarse para el análisis de la competitividad del frijol boliviano frente a sus competidores en el mercado de Italia.

2.3.1. Constitución Política Del Estado (CPE)

Artículo 46

I. Toda persona tiene derecho:

1. Al trabajo digno, con seguridad industrial, higiene y salud ocupacional, sin discriminación, y con remuneración o salario justo, equitativo y satisfactorio, que le asegure para sí y su familia una existencia digna.

2. A una fuente laboral estable, en condiciones equitativas y satisfactorias.

II. El Estado protegerá el ejercicio del trabajo en todas sus formas.

III. Se prohíbe toda forma de trabajo forzoso u otro modo análogo de explotación que obligue a una persona a realizar labores sin su consentimiento y justa retribución.

Artículo 47

I. Toda persona tiene derecho a dedicarse al comercio, la industria o a cualquier actividad económica lícita, en condiciones que no perjudiquen al bien colectivo.

II. Las trabajadoras y los trabajadores de pequeñas unidades productivas urbanas o rurales, por cuenta propia, y gremialistas en general, gozarán por parte del Estado de un régimen de protección especial, mediante una política de intercambio comercial equitativo y de precios justos para sus productos, así como la asignación preferente de recursos económicos financieros para incentivar su producción.

III. El Estado protegerá, fomentará y fortalecerá las formas comunitarias de producción.

Artículo 48

I. Las disposiciones sociales y laborales son de cumplimiento obligatorio.

II. Las normas laborales se interpretarán y aplicarán bajo los principios de protección de las trabajadoras y de los trabajadores como principal fuerza productiva de la sociedad; de primacía de la relación laboral; de continuidad y estabilidad laboral; de no discriminación y de inversión de la prueba a favor de la trabajadora y del trabajador.

III. Los derechos y beneficios reconocidos en favor de las trabajadoras y los trabajadores no pueden renunciarse, y son nulas las convenciones contrarias o que tiendan a burlar sus efectos.

IV. Los salarios o sueldos devengados, derechos laborales, beneficios sociales y aportes a la seguridad social no pagados tienen privilegio y preferencia sobre cualquier otra acreencia, y son inembargables e imprescriptibles.

V. El Estado promoverá la incorporación de las mujeres al trabajo y garantizará la misma remuneración que a los hombres por un trabajo de igual valor, tanto en el ámbito público como en el privado.

VI. Las mujeres no podrán ser discriminadas o despedidas por su estado civil, situación de embarazo, edad, rasgos físicos o número de hijas o hijos. Se garantiza la inamovilidad laboral de las mujeres en estado de embarazo, y de los progenitores, hasta que la hija o el hijo cumpla un año de edad.

VII. El Estado garantizará la incorporación de las jóvenes y los jóvenes en el sistema productivo, de acuerdo con su capacitación y formación. (CPE, 2016)

2.3.2. Código De Comercio

Artículo 6°. (Actos de Comercio)

"Son actos de comercio: 1. La compra o venta de mercaderías, con ánimo de lucro, sea al contado o a plazo." (CC)

Artículo 43. (Sociedad Extranjera)

"Las sociedades comerciales con domicilio principal en el exterior y establecidas con sujeción a sus leyes, quedan sometidas a las disposiciones de este Código y demás leyes relativas para operar válidamente en Bolivia." (CC)

Artículo 433. (Régimen Jurídico de las Exportaciones)

"Las exportaciones se regirán por las disposiciones del presente Código, de otras leyes especiales y de los reglamentos que se dicten en su cumplimiento." (CC)

Artículo 434. (Requisitos para Exportar)

"Para exportar mercaderías, se requiere: 1. Ser comerciante inscrito en el Registro de Comercio; 2. Obtener la licencia de exportación correspondiente; 3. Cumplir con los demás requisitos establecidos en las leyes y reglamentos." (CC)

Artículo 435. (Licencia de Exportación)

"La licencia de exportación es el documento que autoriza la salida del país de determinadas mercaderías. Será otorgada por la autoridad competente, previo cumplimiento de los requisitos establecidos en las leyes y reglamentos." (CC)

Artículo 436. (Prohibición de Exportar)

"Se prohíbe la exportación de mercaderías declaradas como bienes de interés nacional, así como de aquellas cuya salida del país esté sujeta a restricciones o prohibiciones específicas." (CC)

Artículo 437. (Control de Exportaciones)

"La autoridad competente ejercerá el control de las exportaciones, a fin de asegurar el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias." (CC)

Artículo 438. (Sanciones)

"El incumplimiento de las disposiciones sobre exportaciones será sancionado de conformidad con las leyes y reglamentos."(CC)

2.3.3. Ley General De Aduanas

Artículo 1.

La presente 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. De igual forma, norman los regímenes aduaneros aplicables a las mercancías, las operaciones aduaneras, los delitos y contravenciones aduaneras y tributarias y los procedimientos para su juzgamiento. La potestad aduanera es el conjunto de atribuciones que la ley otorga a la Aduana Nacional, para el cumplimiento de sus funciones y objetivos, y debe ejercerse en estricto cumplimiento de la presente Ley y del ordenamiento jurídico de la República.

Artículo 2.- Todas las actividades vinculadas directa o indirectamente con el comercio exterior, ya sean realizadas por entidades estatales o privadas, se rigen por los principios de la buena fe y transparencia. La presente Ley no restringe las facilidades de libre tránsito o las de tránsito fronterizo de mercancías concedidas en favor de Bolivia o las que en el futuro se concedieran por tratados bilaterales o multilaterales.

2.3.4. Ley Forestal N° 1700 y la Ley de Conservación de Vida Silvestre

La presente Ley tiene por objeto normar el uso y aprovechamiento sostenible de los bosques y tierras forestales, así como la protección y conservación del medio ambiente, asegurando el desarrollo del sector forestal en beneficio económico, social y ecológico del país.

2.3.5. Senasag- Ley 2061

Establece la creación del Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG) como la estructura operativa del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural. Esta institución es responsable de administrar el régimen de sanidad agropecuaria e inocuidad alimentaria en Bolivia. El SENASAG tiene varias competencias, incluyendo la protección sanitaria del patrimonio agropecuario y forestal, la certificación de la sanidad agropecuaria y la inocuidad alimentaria de productos destinados al consumo nacional, exportación e importación, la acreditación de personas y entidades para la prestación de

servicios en estos campos, y el control y erradicación de plagas y enfermedades en animales y vegetales. También se encarga del control de la inocuidad de los alimentos durante su producción y procesamiento, la regulación de insumos utilizados en la producción agropecuaria y agroindustrial, y la declaración de emergencias públicas en asuntos de sanidad agropecuaria e inocuidad alimentaria. Además, el SENASAG tiene la capacidad de establecer mecanismos de financiamiento y convenios con entidades públicas y privadas, tanto nacionales como internacionales.

2.3.6. Organización Mundial del Comercio (OMC, 1994)

El Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF) de la Organización Mundial del Comercio establece que los países deben asegurar que sus medidas sanitarias se basen en principios científicos y no se apliquen de manera que constituyan obstáculos injustificados al comercio internacional. Este acuerdo dispone que las normas sanitarias y fitosanitarias tienen el objetivo de proteger la vida y la salud de las personas, los animales y las plantas, promoviendo un comercio seguro y transparente (OMC, 1994).

En el contexto boliviano, el cumplimiento de este acuerdo es esencial para garantizar que las exportaciones de frijol cumplan con las exigencias de inocuidad y calidad establecidas por los países miembros de la OMC, facilitando el acceso a mercados internacionales.

2.3.7 Sistema Generalizado de Preferencias Plus (SGP+) – Unión Europea

Sistema Generalizado de Preferencias Plus (SGP+) de la Unión Europea es un régimen arancelario preferencial que concede beneficios a los países en desarrollo, incluyendo a Bolivia. Según la Comisión Europea (2023), el SGP+ “otorga reducciones arancelarias a las exportaciones de países que han ratificado e implementado convenios internacionales relacionados con los derechos humanos, el medio ambiente y las normas laborales fundamentales”.

Bolivia, como beneficiaria del SGP+, puede acceder al mercado europeo con menores costos arancelarios para productos agrícolas, entre ellos el frijol, siempre que demuestre conformidad con los principios de sostenibilidad, trazabilidad y responsabilidad social exigidos por la Unión Europea.

2.3.8 Codex Alimentarius

El Codex Alimentarius, desarrollado conjuntamente por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y la Organización Mundial de la Salud (OMS), constituye un conjunto de normas, directrices y códigos de práctica internacionales que garantizan la inocuidad, calidad y etiquetado adecuado de los alimentos destinados al comercio internacional.

Estas normas son reconocidas por la OMC como referencia técnica en materia de seguridad alimentaria y se aplican directamente al control de los productos agrícolas exportados, incluyendo el frijol boliviano. Cumplir con los estándares del Codex asegura que el producto cumpla las exigencias regulatorias de los mercados más competitivos, como el europeo y el norteamericano (FAO & OMS, 2022).

2.3.9 Certificaciones Internacionales de Inocuidad y Calidad Alimentaria

Las certificaciones internacionales constituyen mecanismos fundamentales para garantizar la calidad, seguridad y sostenibilidad de los productos agroalimentarios exportados. Entre las más relevantes se destacan:

GlobalG.A.P.: establece buenas prácticas agrícolas que aseguran la producción sostenible y la inocuidad del producto.

HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points): define un sistema preventivo para identificar, evaluar y controlar los riesgos alimentarios durante todas las etapas de la producción y procesamiento.

ISO 22000: norma internacional que especifica los requisitos para implementar un sistema de gestión de la inocuidad alimentaria aplicable a toda la cadena de suministro (FAO & OMS, 2022).

La adopción de estas certificaciones por parte de los productores y exportadores bolivianos fortalece la competitividad del frijol en los mercados internacionales, especialmente en la Unión Europea, donde la calidad y la inocuidad son condiciones indispensables para el ingreso de alimentos.

2.4. Estado del arte

Autor(es)	Fecha	Título	Objetivo	Método	Resultado
IBCE	2023	Bolivia: Producción y exportación de frijol	Analizar la evolución de la producción y las exportaciones de frijol en Bolivia.	Análisis estadístico de comercio exterior.	Entre 2012 y 2022 Bolivia exportó 255 mil toneladas por un valor de US\$252 millones. Los principales destinos son Colombia y Perú, mostrando potencial de diversificación hacia Europa.
IBCE	2025	Cifras del comercio exterior boliviano 2024	Presentar datos actualizados sobre la estructura exportadora del país.	Revisión documental y análisis estadístico.	Confirma la concentración de destinos regionales y la necesidad de estrategias de acceso a la Unión Europea.
OECD-FAO	2024	Agricultural Outlook 2024–2033	Proyectar las tendencias del comercio agrícola mundial.	Modelos prospectivos de oferta y demanda.	Los precios de legumbres se mantienen estables; la competitividad dependerá del aumento de productividad y la aplicación de estándares de sostenibilidad.
FAO	2023	World Pulses Day: Las legumbres en el comercio sostenible	Promover el consumo y producción sostenible de legumbres.	Revisión técnica y datos FAOSTAT.	Las legumbres aportan a la sostenibilidad alimentaria y a la mitigación del cambio climático, aumentando su demanda en mercados europeos.

Frontiers in Nutrition	2024	Legumes and common beans in sustainable diets	Revisar el rol del frijol en dietas saludables y sostenibles.	Revisión sistemática de literatura científica.	Las legumbres son una fuente clave de proteína vegetal y tienen alto potencial de consumo en la UE; favorecen la salud y la sostenibilidad.
MDPI – Sustainability (Verza et al.)	2024	Legumes on the rise: The impact of sustainability attributes on prices in Italy	Analizar el impacto de los atributos sostenibles en el precio de las legumbres italianas.	Análisis econométrico de precios hedónicos.	Los productos con atributos sostenibles (orgánicos, locales, trazables) reciben un sobreprecio en Italia, validando el valor de diferenciación.
CBI – UE	2024	Buyer requirements: Grains, pulses and oilseeds	Identificar los requisitos de acceso al mercado europeo para legumbres.	Análisis regulatorio comparativo.	Los compradores europeos exigen cumplimiento de normas HACCP, GlobalG.A.P. e ISO 22000; el control de residuos es determinante para el ingreso al mercado.
GlobalG.A.P.	2022	General Regulations – Rules for Plants (v6)	Definir los requisitos técnicos para la certificación agrícola.	Documento técnico normativo.	Establece los criterios de auditoría, trazabilidad y seguridad alimentaria exigidos por la UE; es una base para productores bolivianos que buscan certificarse.
Trendeconomy / UN Comtrade	2024	Italy: Imports of kidney beans (HS 071333)	Medir las importaciones de frijol en Italia.	Minería de datos de comercio internacional.	Italia importó más de US\$180 millones en frijol seco en 2023,

					consolidándose como uno de los principales importadores europeos.
World Bank	2024	Productivity and export competitiveness: Bolivia must focus on higher sectoral productivity	Evaluar los factores que limitan la competitividad exportadora de Bolivia.	Investigación aplicada por sectores.	Bolivia debe incrementar productividad y valor agregado en su sector agrícola para diversificar exportaciones y acceder a nuevos mercados.
Alliance Bioversity-CIAT	2024	Beans crop research and innovation	Resumir avances en investigación sobre frijoles comunes.	Revisión institucional y tecnológica.	Se destacan innovaciones en genética, control de plagas y poscosecha; claves para aumentar rendimiento y calidad de exportación.
CEPAL	2022	Sostenibilidad y comercio en América Latina	Analizar políticas de sostenibilidad y competitividad agroexportadora.	Estudio regional comparativo.	Los productos sostenibles tienen mayor aceptación en la UE; la trazabilidad y las certificaciones son factores críticos de acceso.

CAPÍTULO III: DIAGNÓSTICO

3.1. Descripción del producto

3.1.1. Origen del frijol

El frijol (*Phaseolus vulgaris* L.) es una de las leguminosas más antiguas y domesticadas del continente americano. Su origen se remonta a dos centros independientes de domesticación: Mesoamérica y la región andina, donde poblaciones precolombinas seleccionaron y adaptaron diversas variedades en función de clima, altitud y prácticas culturales. La FAO sostiene que “los frijoles comunes constituyen uno de los cultivos domesticados más antiguos de América, con evidencia arqueológica que confirma su presencia hace más de 7.000 años” (FAO, 2022, p. 14). De igual manera, investigaciones del CIAT indican que “el frijol común fue domesticado de manera independiente en Mesoamérica y en los Andes, lo cual explica la amplia diversidad genética existente en la actualidad” (Alliance Bioversity & CIAT, 2024, p. 6).

El frijol en Bolivia es un cultivo importante para la economía de agricultores y toda la cadena productiva. Los frijoles son ricos en minerales y fibra, contienen antioxidantes que ayudan a prevenir el daño celular y a combatir enfermedades y el envejecimiento, la fibra y otros nutrientes benefician el aparato digestivo.

Figura 3.1.

Variedades de frijol



Fuente: Gaceta UNAM

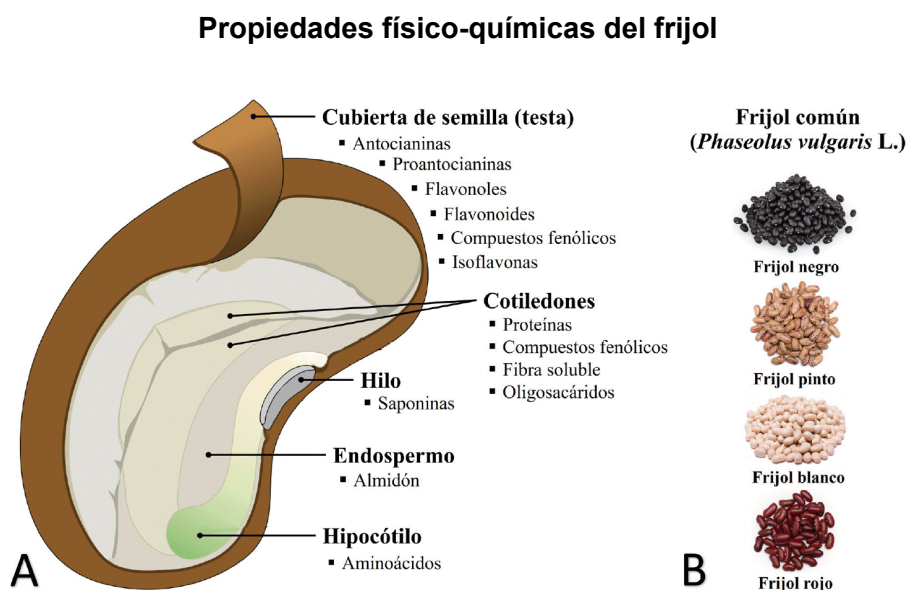
3.1.2. Características físico-químicas y nutricionales del frijol

El frijol destaca dentro del grupo de las leguminosas por su alto valor nutricional y sus propiedades físico-químicas favorables para su procesamiento y conservación. Según la FAO, “los frijoles presentan entre 20 % y 30 % de proteína, siendo una de las fuentes vegetales de proteína más importantes a nivel mundial” (FAO, 2023, p. 9). Además, contienen carbohidratos complejos, fibra soluble e insoluble, vitaminas B1, B6 y ácido fólico, así como minerales como hierro, zinc, potasio y magnesio.

Desde el punto de vista físico-químico, el frijol presenta características que facilitan su almacenamiento prolongado, como baja humedad (menor al 14 % después del secado), resistencia microbiológica y estabilidad estructural durante el transporte. Las variedades oscuras poseen un alto contenido de antioxidantes naturales, principalmente antocianinas y polifenoles. Un estudio publicado en *Frontiers in Nutrition* señala que “las variedades de frijol negro contienen mayores concentraciones de compuestos bioactivos, los cuales contribuyen a beneficios cardiovasculares y metabólicos” (Lisciani et al., 2024, p. 3).

Estas propiedades nutricionales convierten al frijol en un alimento altamente valorado en mercados internacionales, especialmente en Europa, donde los consumidores buscan productos sostenibles, ricos en nutrientes y con beneficios para la salud.

Figura 3.2.



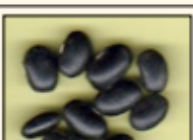
3.1.3. Variedades y tipos de frijol en Bolivia

Bolivia se caracteriza por producir una amplia gama de variedades de frijol que responden tanto a necesidades culinarias locales como a la demanda internacional. Las principales variedades exportables son el frijol negro, rojo, pinto y mantequilla, cada una con características particulares. El frijol negro presenta mayor proporción de compuestos antioxidantes, una textura firme al cocer y una excelente absorbencia, lo que lo hace atractivo en mercados exigentes. El frijol rojo y el pinto son muy demandados en América Latina y Europa por su sabor, apariencia y resistencia térmica. El frijol mantequilla, de grano grande y color crema, es apreciado en platos europeos como sopas y guisos.

De acuerdo con el IBCE, “la diversidad varietal del frijol boliviano constituye una ventaja competitiva, permitiendo segmentar la oferta según los requerimientos específicos de los mercados” (IBCE, 2023, p. 5). La FAO (2022) destaca que esta diversidad genética es el resultado de siglos de adaptación en diferentes regiones ecológicas del país, lo que permite contar con frijoles resistentes a diferentes tipos de estrés climático y plagas.

Figura 3.3.

Variedades de frijol

Nombre de la variedad		Peso de 100 granos (g)
Carioca Inoxidante		29.8 (mediano)
Negro Chané		23.6 (pequeño)
Blanco Othebo		24.3 (pequeño)
Fortaleza		38.9 (grande)
Negro Sen		20.3 (pequeño)

Rojo Oriental		36.9 (grande)
Manteca		34.1 (mediano)
Quarentón		36.1 (grande)
MIB 397		22.2 (pequeño)
Charolito		26.1 (mediano)

Fuente: Promoviendo el cultivo y consumo de frijol como opción de agricultura periurbana (UMSS)

3.1.4. Zonas de producción del frijol en Bolivia

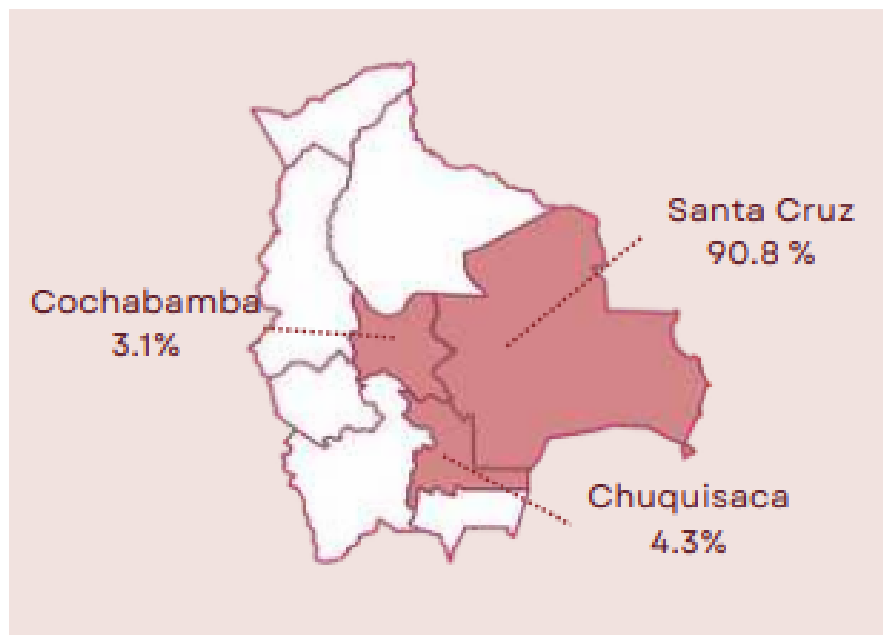
La producción de frijol en Bolivia está concentrada principalmente en los departamentos de Santa Cruz, Chuquisaca y Cochabamba, los cuales presentan condiciones agroecológicas adecuadas para su cultivo. En Santa Cruz, las zonas productoras como San Pedro, Okinawa, Yapacaní y Cuatro Cañadas se caracterizan por suelos francos y climas tropicales húmedos, que favorecen ciclos productivos rápidos. En Chuquisaca, municipios como Monteagudo, Villa Vaca Guzmán y Huacareta sobresalen por combinar sistemas tradicionales y semiempresariales. En Cochabamba, tanto el trópico como los valles interandinos aportan diversidad productiva, posibilitando la siembra de distintas variedades.

Según el IBCE, “las principales regiones productoras han experimentado un incremento en superficie cultivada y volumen de exportación en la última década, consolidando al frijol como un cultivo relevante para la oferta no tradicional boliviana” (IBCE, 2023, p. 4).

Además, el CIAT sostiene que “las zonas interandinas y tropicales bolivianas brindan condiciones favorables para cultivos de frijoles tolerantes a sequía y a variaciones climáticas” (Alliance Bioversity & CIAT, 2024, p. 8), lo que representa una ventaja en escenarios de cambio climático global.

Figura 3.4.

Mapa de zonas de producción de frijol en Bolivia por departamento



Fuente: Catálogo de la Oferta Exportable de Bolivia 2024-2025

3.1.5. Etapas del proceso de producción y postcosecha del frijol

Producción:

- Preparación del suelo: Se debe seleccionar un terreno adecuado y prepararlo, generalmente con un barbecho de unos 30 cm de profundidad seguido de rastreos, según el Instituto de Investigación y Capacitación Agrícola de México (ICAMEX).

- Selección de la variedad: Elegir la variedad de frijol apropiada para las condiciones locales.
- Siembra: Realizar la siembra en la época más adecuada y con la densidad de siembra correcta, considerando si será monocultivo o en relevo.
- Fertilización: Aplicar fertilizantes según las necesidades del cultivo y los resultados de un análisis de suelo.
- Control de malezas y plagas: Implementar un manejo integrado para controlar las malezas y plagas que puedan afectar el cultivo, ya sea de forma manual o química.

Postcosecha:

- Cosecha: Se realiza cuando la planta alcanza la madurez fisiológica, las vainas cambian de color y las plantas comienzan a secarse.
- Presecado: Después de arrancar las plantas, se dejan secar en el campo (por cuatro a cinco días) o se cuelgan en tendales o galeras para un presecado más rápido, especialmente si hay riesgo de lluvia.
- Secado: Reducir la humedad del grano hasta aproximadamente el 14%.
- Trilla (desgrane): Separar las semillas de las vainas, ya sea por métodos tradicionales como el "aporroo" o mediante maquinaria.
- Limpieza y clasificación: Separar el grano de la paja, restos de vaina, piedras y otros materiales extraños.
- Almacenamiento: Almacenar el frijol en condiciones adecuadas para evitar el calentamiento, la germinación y el moho, y mantener su calidad.
- Empaque y distribución: Empacar el producto para su transporte y comercialización.

La FAO enfatiza que “las pérdidas postcosecha en legumbres pueden superar el 20 % si no se aplican prácticas adecuadas de secado y almacenamiento” (FAO, 2023, p. 18). De igual forma, el CIAT recomienda mejorar la etapa de postcosecha para lograr mayor uniformidad y competitividad en exportaciones (Alliance Bioversity & CIAT, 2024).

Figura 3.5.

Etapas del proceso de producción del frijol



Fuente: Vecteezy.com

3.1.6. Ventajas competitivas del frijol boliviano

El frijol boliviano presenta varias ventajas competitivas naturales y productivas. Entre ellas destacan su baja huella hídrica, su cultivo en zonas con mínima aplicación de agroquímicos y su origen andino-amazónico, lo que permite posicionarlo como un producto sostenible y de alta calidad. La CEPAL señala que “los productos agrícolas que demuestran trazabilidad y prácticas sostenibles obtienen mayor aceptación en mercados desarrollados, especialmente en la Unión Europea” (CEPAL, 2022, p. 19).

Además, la producción boliviana se basa en sistemas familiares y comunitarios, lo que facilita su inserción en mercados de “comercio justo” y nichos diferenciados basados en sostenibilidad. La diversidad genética del frijol boliviano también constituye una ventaja, ya que permite ofrecer variedades adaptadas a preferencias específicas del consumidor internacional (Alliance Bioversity & CIAT, 2024).

3.1.7. Clasificación arancelaria del frijol

El frijol seco se clasifica en el Sistema Armonizado (HS) bajo el código 0713.33, correspondiente a “frijoles del género *Phaseolus vulgaris*, secos, incluso partidos”. La

Organización Mundial de Aduanas afirma que “el Sistema Armonizado constituye la base actual para la clasificación uniforme de mercancías en el comercio internacional, facilitando el control, el análisis estadístico y las negociaciones comerciales” (OMA, 2021, p. 3).

Esta clasificación es fundamental para determinar requisitos de ingreso, controles sanitarios, impuestos, aranceles y acceso a preferencias comerciales en mercados como Italia y la Unión Europea.

3.1.8. Matriz FODA del frijol boliviano

Tabla 3.1.

Matriz FODA del frijol boliviano

FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
- Alta calidad potencial del frijol boliviano y bajo uso de agroquímicos en la producción. - Condiciones agroecológicas favorables en Santa Cruz, Cochabamba y Chuquisaca para la siembra de frijol. - Producción principalmente familiar y asociativa, alineada con criterios de comercio justo y sostenibilidad. - Experiencia previa en exportación de frijol y otros productos agrícolas a mercados vecinos.	- Baja productividad por hectárea en comparación con Argentina y Brasil. - Tecnología limitada en cultivo, cosecha, secado y procesamiento del frijol. - Escasa adopción de certificaciones internacionales (GlobalG.A.P., HACCP, ISO 22000). - Infraestructura insuficiente de acopio, limpieza y clasificación del grano, lo que afecta la estandarización. - Altos costos logísticos internos y dependencia de intermediarios.
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
- Creciente demanda de legumbres saludables en la Unión Europea, especialmente en Italia, ligada a dietas más vegetales. - Posicionamiento en nichos premium (orgánicos, sostenibles, comercio justo) donde se valora la trazabilidad y el origen del producto. - Acceso arancelario favorable (0 % de arancel para frijoles secos) en el mercado europeo.	- Competencia fuerte de Argentina y Brasil, que cuentan con mayor escala productiva, tecnología y mejores condiciones logísticas. - Barreras sanitarias, fitosanitarias y de trazabilidad estrictas en la Unión Europea. - Altos costos de flete internacional y volatilidad de tarifas marítimas que afectan más a países mediterráneos. - Riesgos climáticos (sequías, lluvias intensas) que pueden reducir rendimientos y afectar la regularidad de la oferta.

- Posibilidad de establecer alianzas con importadores italianos y distribuidores europeos especializados en legumbres. - Programas y políticas europeas que promueven alimentos sostenibles.	- Vulnerabilidad ante fluctuaciones de precios internacionales de legumbres.
---	--

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3.2.

Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

Nº	FORTALEZAS	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
1	Alta calidad potencial del producto y bajo uso de agroquímicos.	0,15	4	0,60
2	Condiciones agroecológicas favorables en las principales zonas productoras.	0,15	4	0,60
3	Producción mayoritariamente familiar con potencial para comercio justo y diferenciación sostenible.	0,10	3	0,30
4	Experiencia previa en exportación de frijol y otros granos a mercados vecinos.	0,10	3	0,30
	Subtotal fortalezas	0,50		1,80
Nº	DEBILIDADES	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
1	Baja productividad por hectárea en comparación con Argentina y Brasil.	0,15	2	0,30
2	Escasa adopción de certificaciones internacionales (GlobalG.A.P., HACCP, ISO 22000).	0,15	1	0,15
3	Infraestructura limitada de acopio, limpieza, secado y clasificación del grano.	0,10	2	0,20
4	Altos costos logísticos internos y dependencia de intermediarios para acceder a puertos de salida.	0,10	2	0,20
	Subtotal debilidades	0,50		0,85

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3.3.

Matriz de evaluación de factores interno (MEFI)

Nº	OPORTUNIDADES	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
1	Creciente demanda de legumbres saludables y proteínas vegetales en la Unión Europea e Italia.	0,15	4	0,60
2	Acceso arancelario favorable (0 % de arancel para frijoles secos) en el mercado europeo.	0,10	3	0,30
3	Tendencia de consumidores y supermercados hacia productos sostenibles, trazables y de comercio justo.	0,15	4	0,60
4	Posibilidad de construir alianzas con importadores italianos y distribuidores especializados en legumbres.	0,10	3	0,30
	Subtotal oportunidades	0,50		1,80
Nº	AMENAZAS	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
1	Competencia fuerte de Argentina, Brasil y otros proveedores consolidados en el mercado italiano.	0,15	2	0,30
2	Normativa estricta de la Unión Europea en inocuidad, límites máximos de residuos y trazabilidad.	0,15	2	0,30
3	Altos costos de transporte internacional y volatilidad de los fletes marítimos.	0,10	2	0,20
4	Riesgos climáticos regionales que pueden reducir rendimientos y afectar la regularidad del suministro.	0,10	2	0,20
	Subtotal amenazas	0,50		1,00

Fuente: Elaboración propia

3.2. Demanda y oferta global del frijol

3.2.1. Exportaciones

Según datos recientes, el comercio internacional de frijol supera los 1,8 millones de toneladas por año, generando un volumen de negocio estimado en más de 2 millones de dólares anuales. Los principales exportadores son Estados Unidos, Egipto, Argentina y Brasil, mientras que los mayores importadores incluyen a México, India, Italia y diversos países europeos.

Tabla 3.4.

Principales exportadores de Frijol

EXPORTADORES	2020	2021	2022	2023	2024
	CANTIDAD EXPORTADA, TONELADAS	CANTIDAD EXPORTADA, TONELADAS	CANTIDAD EXPORTADA, TONELADAS	CANTIDAD EXPORTADA, TONELADAS	CANTIDAD EXPORTADA, TONELADAS
MUNDO	1.807.324	1.668.428	1.558.383	1.662.920	1.896.944
ESTADOS UNIDOS	235.612	216.442	189.849	271.626	329.814
EGIPTO	88.396	115.026	125.608	103.880	212.773
ARGENTINA	377.050	385.101	310.841	324.603	174.160
BRASIL	39.454	55.966	40.336	53.214	160.441
CANADÁ	147.314	150.342	120.254	125.105	138.504
ETIOPIA	116.801	84.169	125.349	150.903	102.685
NICARAGUA	96.943	80.742	90.460	95.303	90.496
TURKÍA	86.912	110.405	86.095	83.544	85.841
CHINA	148.030	62.122	41.515	64.746	84.787
BENÍN	36	106	81	22.465	53.961

Fuente: Trademap

Entre 2020 y 2024, las exportaciones mundiales de frijol crecieron apenas un 5% (de 1,8 a 1,89 millones de toneladas), aunque con variaciones significativas entre países: Estados Unidos se consolidó como principal exportador con 329.814 toneladas (+40%), seguido de Egipto que más que duplicó sus envíos (+141%) y Brasil que triplicó sus exportaciones (+307%), mientras que Argentina sufrió una fuerte caída (-54%) y China retrocedió un -43%. Otros países mostraron estabilidad relativa, como Canadá (-6%), Nicaragua (-7%) y Turquía (+4%). En 2024, los principales exportadores fueron Estados Unidos, Egipto, Argentina, Brasil y Canadá, que en conjunto concentraron más del 50% del comercio mundial, reflejando un mercado en expansión moderada, pero con alta dinámica competitiva y reacomodo de posiciones entre exportadores tradicionales y emergentes.

3.2.2. Importaciones

Tabla 3.5.

Principales importadores de Frijol

IMPORTADORES	2020	2021	2022	2023	2024
--------------	------	------	------	------	------

	CANTIDAD IMPORTADA, TONELADAS	CANTIDAD IMPORTADA, TONELADAS	CANTIDAD IMPORTADA, TONELADAS	CANTIDAD IMPORTADA, TONELADAS	CANTIDAD IMPORTADA, TONELADAS
MUNDO		1.898.017	1.802.644		2.133.221
MÉXICO	112.232	166.206	76.327	278.635	388.604
INDIA	104.145	126.420	101.922	116.032	139.250
ITALIA	141.375	129.283	120.657	134.536	132.983
PAKISTAN	107.512	89.171	91.729	77.112	97.732
TURQUÍA	103.478	55.856	100.185	95.323	90.154
REINO UNIDO	100.523	96.555	96.089	77.425	68.401
IRAK	40.190	96.874	63.290	77.669	64.235
VENEZUELA	18.623	22.918	21.193	37.153	62.183
ESPAÑA		51.508	47.583		51.726
COSTA RICA	50.107	44.531	41.219	49.647	47.731

Fuente: Trademap

Entre 2020 y 2024, las importaciones mundiales de frijol alcanzaron 2,13 millones de toneladas, mostrando un crecimiento respecto a 2022 (1,8 millones t). A nivel de países, México se consolidó como el mayor importador al multiplicar por más de tres sus compras (+246%), seguido por India (+34%) e Italia, que se mantuvo estable (-6%). Otros países redujeron su participación como Pakistán (-9%), Turquía (-34%) y Reino Unido (-20%), mientras que Iraq (+60%) y Venezuela (+234%) incrementaron fuertemente su demanda. En 2024, los principales compradores fueron México, India, Italia, Pakistán y Turquía, concentrando más del 80% del total registrado, lo que evidencia una creciente dependencia de ciertos países hacia el frijol como producto estratégico para el consumo interno.

3.2.3. Demanda y oferta regional

Según datos de la FAO y otros organismos internacionales, la producción de frijol en América Latina muestra una distribución desigual: México lidera con aproximadamente el 31 % del total regional (323,000 t), seguido por Brasil con el 24 % (250,000 t) y Argentina con el 5 % (52,000 t). México, cuya demanda interna supera la producción nacional, registró un aumento de importaciones del 156 % en 2024, alcanzando unos 300 millones USD, mientras que sus exportaciones se dirigen principalmente a Estados Unidos y Centroamérica. Brasil es autosuficiente, con exportaciones dirigidas a países de la región, mientras que El Salvador

produce cerca de 1.3 millones de quintales, cubriendo solo la mitad de su demanda y dependiendo de importaciones, principalmente de Nicaragua. Costa Rica generó aproximadamente 10,035 t en 2023–2024, con importaciones necesarias para cubrir la demanda interna y exportaciones limitadas a países vecinos. Venezuela produjo cerca de 80,000 t, con importaciones históricas para satisfacer la demanda y escasas exportaciones. En general, la región enfrenta una creciente demanda de frijol, impulsada por su importancia nutricional y cultural, mientras fenómenos como sequías y limitaciones de infraestructura presionan los sistemas de producción, comercio e importación/exportación.

3.3. Análisis de la oferta boliviana

3.3.1. Producción nacional del frijol

La producción nacional de frijol en Bolivia se ha consolidado como una actividad agrícola relevante dentro de los cultivos de grano, aunque aún ocupa un espacio menor frente a productos como la soya o el maíz. De acuerdo con datos proporcionados por el INE (Instituto Nacional de Estadísticas), Bolivia alcanzó alrededor de 102.293 mil toneladas de frijoles (beans en general) en 2019, lo que la sitúa entre los productores medianos a nivel mundial. Estudios técnicos sobre el cultivo del frijol en el país destacan que, si bien el potencial fisiológico del cultivo puede superar las 5 toneladas por hectárea, los rendimientos reales se sitúan por debajo de las 1,25 toneladas por hectárea, reflejando una brecha importante entre el potencial productivo y el rendimiento obtenido por los productores (CIF–UMSS, s. f.).

La producción se distribuye principalmente en los departamentos de Santa Cruz, Chuquisaca y Cochabamba, en zonas de llanos, valles interandinos y trópico, donde las condiciones agroclimáticas permiten más de una campaña por año. Documentos técnicos sobre legumbres en Bolivia muestran que la superficie, producción y rendimiento de frijol varían significativamente por departamento, pero en conjunto confirman que se trata de un cultivo con potencial de expansión, especialmente en áreas con aptitud agrícola y acceso a infraestructura vial básica.

Tabla 3.6.

Producción nacional de frijol en toneladas

DESCRIPCIÓN	2018-2019	2019-2020	2020-2021 ^(p)	2021-2022 ^(p)	2022-2023 ^(p)	2023-2024 ^(p)

HORTALIZAS	505.680	535.414	572.237	592.332	597.128	586.359
Ají	3.372	3.182	2.871	3.186	3.202	3.180
Ajo	2.230	2.476	2.519	2.558	2.355	2.498
Arveja	21.832	22.302	22.196	22.501	20.802	18.708
Betarraga	5.894	5.394	5.297	5.371	5.360	5.363
Cebolla	89.975	119.734	139.661	140.082	144.904	156.280
Coliflor	931	809	787	811	814	807
Frijol/poroto ⁽¹⁾	107.550	103.256	102.215	105.322	104.221	102.493
Garbanzo	525	514	514	576	536	460
Haba	40.417	40.301	41.042	40.076	36.106	39.479
Lechuga	18.404	18.536	18.434	18.342	18.392	18.331
Locoto	9.182	8.670	8.585	8.677	8.645	8.664
Maíz choclo	26.047	26.100	26.452	26.153	26.372	26.465
Pepino	4.764	4.738	4.753	4.821	4.905	4.731
Rábano	662	641	647	650	648	650
Repollo	4.693	4.814	4.946	4.731	4.823	4.733
Tomate	70.319	73.515	77.116	86.837	87.863	80.420
Vainitas	5.879	5.796	5.717	5.843	5.812	5.810
Zanahoria	69.262	70.063	83.802	91.312	96.768	82.786
Zapallo	23.740	24.574	24.683	24.484	24.600	24.502

Fuente: INE (Instituto Nacional de Estadísticas)

Tabla 3.7.

Producción de frijol nacional y por departamento

Producción total (t)	Rendimiento Promedio (kg/ha)
-----------------------------	-------------------------------------

Bolivia	102.215	88.0
Santa Cruz	5.260	6.4
Cochabamba	2.494	3.0

Fuente: Promoviendo el cultivo y consumo de frijol como opción de agricultura periurbana (UMSS)

3.3.2. Capacidad exportadora de Bolivia

En las últimas dos décadas, Bolivia ha desarrollado una capacidad exportadora importante en frijol seco, orientada principalmente a mercados regionales y, en menor medida, a destinos extrarregionales. El Instituto Boliviano de Comercio Exterior reporta que, entre 2012 y noviembre de 2022, las exportaciones de frijol acumularon más de 252 millones de dólares por la venta de 255 mil toneladas, alcanzando niveles récord en 2013, con 41 millones de dólares y 38 mil toneladas exportadas. A noviembre de 2022, los principales compradores del frijol boliviano eran Colombia (36 %) y Perú (23 %), evidenciando una fuerte orientación hacia el mercado regional.

Tabla 3.8.

Producción nacional de frijol por hectárea

DESCRIPCIÓN	2018-2019	2019-2020	2020-2021^(p)	2021-2022^(p)	2022-2023^(p)	2023-2024^(p)
HORTALIZAS	172.373	168.114	169.954	172.606	182.501	169.361
Ají	2.497	2.493	2.492	2.490	2.503	2.488
Ajo	515	553	542	551	533	538
Arveja	16.961	16.953	16.906	16.996	16.323	14.900
Betarraga	732	685	675	683	681	682
Cebolla	7.102	8.482	8.973	9.531	9.648	10.052
Coliflor	134	129	127	130	123	129
Frijol/poroto ⁽¹⁾	86.700	80.999	81.991	82.800	91.849	81.754
Garbanzo	293	291	289	291	294	291
Haba	27.002	26.910	26.830	26.880	26.314	26.801

Lechuga	2.814	2.851	2.825	2.818	2.807	2.817
Locoto	1.604	1.588	1.585	1.589	1.587	1.588
Maíz choclo	9.635	9.419	9.420	9.453	10.630	9.469
Pepino	562	556	554	547	591	553
Rábano	153	153	153	152	152	152
Repollo	627	620	617	617	594	617
Tomate	4.696	4.732	4.761	5.326	5.766	5.101
Vainitas	2.105	2.088	2.062	2.071	1.951	2.074
Zanahoria	5.155	5.412	5.936	6.485	6.967	6.153
Zapallo	3.088	3.199	3.216	3.196	3.187	3.201

Fuente: INE (Instituto Nacional de Estadísticas)

Tabla 3.9.

Producción de frijol por departamento expresado en porcentajes

Departamento	Superficie cultivada	
	En hectáreas	En %
Santa Cruz	72.136	88.0
Chuquisaca	5.260	6.4
Cochabamba	2.494	3.0

Fuente: Promoviendo el cultivo y consumo de frijol como opción de agricultura periurbana (UMSS)

3.3.3. Estructura de la cadena de valor del frijol boliviano

La cadena de valor del frijol boliviano se organiza, de manera general, en los siguientes eslabones: productores primarios, acopiadores/intermediarios, centros de limpieza y clasificación, empresas procesadoras y exportadores. En su mayoría, los productores son pequeños y medianos agricultores que combinan el frijol con otros cultivos (maíz, soya, sorgo), mientras que los acopiadores cumplen un rol clave en la consolidación de volúmenes exportables. Un informe del Banco Mundial sobre los sistemas agroalimentarios bolivianos

destaca que los cultivos de frijol han incrementado su valor de producción en años recientes y se orientan crecientemente a mercados regionales, aunque la cadena aún presenta baja integración y poco valor agregado local.

En este contexto, la participación de centros de acopio, empresas de limpieza y clasificación es determinante para cumplir con los estándares de calidad exigidos en los mercados internacionales (homogeneidad de grano, tamaño, color, pureza). La articulación con servicios de transporte, almacenamiento y agencias de aduana completa la cadena, que se ve influenciada por instituciones públicas (como el SENASAG en sanidad e inocuidad) y entidades de apoyo técnico y financiero. Esta estructura ofrece una base funcional para la exportación, pero también evidencia espacios de mejora en términos de coordinación, trazabilidad y captura de valor en origen.

3.3.4. Infraestructura logística y costos internos

La condición mediterránea de Bolivia implica que toda exportación de frijol debe pasar por corredores terrestres hacia puertos de terceros países, lo cual incrementa la relevancia de la infraestructura y los costos logísticos. El IBCE señala que, a noviembre de 2022, la principal vía de salida para la exportación de frijol fue el corredor Arica – Charaña – Tambo Quemado, ruta que conecta la producción del oriente boliviano con el puerto chileno de Arica. Esta ruta, junto con otras alternativas hacia puertos peruanos y brasileños, estructura el mapa logístico del frijol boliviano.

Los costos internos incluyen transporte desde las zonas productoras hasta los centros de acopio y luego hasta la frontera o puerto, así como gastos de almacenamiento, manipuleo, servicios aduaneros y financieros. A nivel internacional, los precios de referencia de frijol seco han fluctuado entre aproximadamente 0,80 y 3,70 dólares por kilo en los últimos años, según datos agregados de comercio mundial. En este contexto, los costos logísticos representan un componente crítico de la competitividad, especialmente cuando Bolivia compite con exportadores que tienen acceso directo al mar y logística más consolidada.

3.3.5. Limitaciones internas de la oferta boliviana

A pesar del potencial productivo y exportador, la oferta boliviana de frijol enfrenta diversas limitaciones internas. En primer lugar, existe una marcada brecha entre el potencial de rendimiento del cultivo (hasta 5.000 kg/ha) y los rendimientos efectivamente alcanzados, que

en Bolivia no superan, en promedio, los 1.500 kg/ha, debido a problemas de manejo agronómico, suelos con limitaciones y acceso insuficiente a tecnología e insumos de calidad.

En segundo lugar, la estructura de pequeños productores con escasa mecanización y limitada capacidad de inversión dificulta la estandarización de la calidad, especialmente en términos de tamaño, color y homogeneidad del grano. A esto se suma la falta generalizada de certificaciones internacionales (como GlobalG.A.P. o sistemas de inocuidad basados en HACCP – Hazard Analysis and Critical Control Points / Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control), lo que restringe el acceso directo a compradores europeos exigentes. Informes sobre agricultura y alimentos en Bolivia subrayan que el frijol tiene un valor creciente, pero representa todavía una fracción pequeña del valor total de la producción agrícola, lo que limita la atención de políticas específicas y grandes inversiones en infraestructura y organización de la cadena.

3.4. Descripción y análisis del mercado internacional

3.4.1. Italia

Italia se consolida como uno de los actores económicos más importantes de la Unión Europea, con una economía altamente diversificada, una fuerte vocación exportadora y un sector agroalimentario de alto valor agregado. Es considerada un punto de conexión clave entre el Mediterráneo y el resto de Europa, gracias a su posición geográfica estratégica, su red portuaria (Génova, Trieste, Gioia Tauro, entre otros) y su integración en los mercados europeos e internacionales (Economy of Italy, s. f.; Italy, 2025).

Como Estado miembro de la Unión Europea, Italia aplica de manera obligatoria la normativa comunitaria en materia de seguridad alimentaria, higiene, etiquetado, residuos químicos, sostenibilidad y trazabilidad. Las importaciones de productos agroindustriales, como el frijol y otras legumbres, deben cumplir con el Reglamento (CE) n.º 853/2004 sobre higiene de los productos alimenticios y el Reglamento (UE) n.º 1169/2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor, que establecen requisitos estrictos sobre sistemas de autocontrol, trazabilidad y contenido mínimo del etiquetado (Parlamento Europeo & Consejo de la Unión Europea, 2004, 2011)

Figura 3.10.

Mapa geográfico de Italia



3.4.1.1. Población

Para el año 2025, la población de Italia se estima en alrededor de 58,9–59,1 millones de habitantes, con una densidad aproximada de 195–201 habitantes por km², lo que la sitúa entre los países más densamente poblados de Europa occidental (Italy, 2025; Worldometer, 2025). La población se concentra especialmente en el Valle del Po, en el norte, y en las áreas metropolitanas de Roma, Nápoles y Milán, mientras que las zonas alpinas, parte de los Apeninos y algunas áreas insulares presentan densidades mucho menores (Italy, 2025).

3.4.1.2. Características geográficas

Desde el punto de vista físico, Italia presenta una geografía predominantemente montañosa y colinosa, con llanuras que representan aproximadamente un tercio de su superficie. Dos grandes sistemas montañosos estructuran el territorio: los Alpes, en el norte, que forman una barrera natural con el resto de Europa central, y los Apeninos, que recorren longitudinalmente la península desde el norte hasta el sur (Geography of Italy, s. f.; Italy – Land, s. f.).

Entre los Alpes y los Apeninos se encuentra el Valle del Po, una extensa llanura atravesada por el río Po, el más largo del país, que constituye una de las áreas agrícolas y agroindustriales

más importantes de Italia (Italy – Land, s. f.; Study.com, s. f.). Además, la extensa línea de costa mediterránea favorece el desarrollo de actividades portuarias, turísticas y pesqueras.

El clima es principalmente mediterráneo, con inviernos suaves y veranos calurosos en gran parte del territorio, aunque en el norte las condiciones se asemejan más a un clima continental, con inviernos fríos y frecuentes nevadas en zonas alpinas, mientras que el sur y las islas tienden a ser más cálidos y secos (WorkingAbroad, s. f.). Esta diversidad climática y geográfica permite una amplia gama de producciones agrícolas, desde cultivos de cereales y legumbres hasta viñedos, olivos y horticultura intensiva.

3.4.1.3. Economía

La economía italiana es una economía social de mercado altamente desarrollada, considerada la tercera mayor economía de la Unión Europea y una de las principales economías del mundo. En 2024, el Producto Interno Bruto (PIB) de Italia se situó en torno a los 2,37 billones de dólares en términos nominales, lo que la ubica entre las primeras diez economías a nivel global (Trading Economics, 2024; Economy of Italy, s. f.).

El país cuenta con un tejido productivo diversificado, donde el sector servicios concentra la mayor parte del PIB, pero la industria manufacturera mantiene un peso significativo, situando a Italia como la segunda potencia manufacturera de Europa, solo detrás de Alemania (Economy of Italy, s. f.). Entre los sectores más relevantes destacan la maquinaria, los bienes de consumo duradero, la moda, el diseño, los productos químicos y, de manera muy destacada, el sector agroalimentario.

Según datos de la Comisión Europea, el sistema agroalimentario italiano (agricultura más industria alimentaria, comercio y servicios conexos) representa alrededor del 15 % del PIB, mientras que la agricultura por sí sola aporta cerca del 2 % (European Commission, 2023). En 2024, las exportaciones agroalimentarias superaron los 68-70 mil millones de euros, equivalentes a aproximadamente un 11 % del total de las exportaciones italianas, consolidando a Italia como un actor clave en el comercio mundial de alimentos de alta calidad (CREA, 2025; Rome Business School, 2025).

Esta combinación de industria, servicios y agroalimentación de alto valor agregado sitúa a Italia como un mercado dinámico y exigente, con fuerte orientación hacia la calidad, la certificación y la innovación en la cadena de suministro.

3.4.1.4. Análisis PESTEL

Tabla 3.11.

Análisis PESTEL

Dimensión	Variables Analizadas	Descripción / Justificación	Calificación (1–5)
Política	Estabilidad política de Italia	Gobierno relativamente estable, alineado con políticas europeas; baja probabilidad de interrupciones comerciales.	4
	Política comercial UE–Bolivia	No existe TLC; ingreso como país tercero; aranceles bajos, pero sin preferencias especiales.	3
	Regulaciones agrícolas europeas (PAC)	Estandarización estricta, pero clara y predecible; beneficia la planificación.	4
	Relación UE–LatAm	Relación estable; sin tensiones comerciales.	4
Económica	Crecimiento económico de Italia	Crecimiento bajo (0.4–0.5%); demanda estable pero no expansiva.	3
	Inflación y poder adquisitivo	Inflación baja (1–1.7%), mantiene consumo alimentario estable.	4
	Mercado importador de frijol	Importaciones moderadas; competencia fuerte (Myanmar, Argentina, China).	2
	Precios de importación (0.8–1.5 USD/kg)	Segmento altamente sensible al precio; presiona a proveedores pequeños.	2
	Tipo de cambio EUR–BOB	Apreciación del EUR favorece ingresos en Bolivia.	4

Social	Preferencias de consumo	Alta aceptación de legumbres en dietas mediterráneas; crecimiento de consumo saludable.	4
	Envejecimiento poblacional	Población mayor consume más legumbres por salud: Demanda sostenida.	4
	Cultura alimentaria italiana	Preferencia por productos locales, pero legumbres importadas son aceptadas.	3
	Tendencia al consumo saludable	Incremento del consumo de proteínas vegetales y productos sostenibles.	5
Tecnológica	Digitalización del comercio agroalimentario	Italia y la UE cuentan con plataformas avanzadas para trazabilidad y logística.	4
	Tecnologías de cadena de suministro	UE exige trazabilidad avanzada; facilita entrada si se cumplen estándares.	4
	Tecnología agrícola en Italia	Competencia de productores italianos con técnicas avanzadas.	3
	Herramientas de certificación digital	Certificados electrónicos, blockchain y sistemas de origen fortalecen al exportador que los adopta.	4
Ecológica	Normas ambientales estrictas UE	Exigencias altas en residuos, pesticidas, huella ambiental; reto para productores sin certificación.	2
	Tendencia UE hacia productos sostenibles	Oportunidad si el frijol boliviano demuestra ser “limpio” o ecológico.	4
	Regulaciones sobre fertilizantes y pesticidas	Fuerte control y monitoreo → obliga a inversiones en prácticas sostenibles.	2

	Responsabilidad ambiental y trazabilidad	Importadores valoran productos con bajo impacto ecológico.	4
Legal	LMRs de pesticidas (Reg. UE 396/2005)	Exigencia muy estricta; incumplimiento implica rechazo inmediato.	2
	Normativas fitosanitarias y de inocuidad	Controles rigurosos, pero claros; previsibilidad legal.	3
	Reglamento orgánico UE 2018/848	Oportunidad si se obtiene certificación orgánica.	4
	Regulación anti-deforestación (UE 2023/1115)	Riesgo moderado: frijol no es de alto riesgo, pero requiere trazabilidad.	3

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3.12.

Resultados de la calificación por dimensión

Dimensión	Calificación Promedio
Política	3.75
Económica	3.00
Social	4.00
Tecnológica	3.75
Ecológica	3.00
Legal	3.00

Fuente: Elaboración propia

3.4.2. Preferencias del consumidor italiano

El consumidor italiano de legumbres muestra una preferencia por productos que combinen calidad orgánica, seguridad alimentaria y atributos de sostenibilidad. Un estudio publicado en Sustainability analiza cómo atributos vinculados a la sostenibilidad (certificación orgánica, indicación de origen, biodiversidad, tipo de envase) influyen en los precios de mercado de las

legumbres, demostrando que los consumidores están dispuestos a pagar más por productos con certificaciones y origen claramente identificados.

En este contexto, para el frijol seco se valoran especialmente características como: homogeneidad de color y tamaño, ausencia de impurezas, buena capacidad de cocción, envases prácticos y etiquetado claro. La preferencia por productos con certificación orgánica (organic) y por legumbres con bajo impacto ambiental genera una ventana de oportunidad para países que puedan demostrar trazabilidad y prácticas agrícolas sostenibles.

3.4.3. Importaciones de frijol en Italia

Tabla 3.13.

Principales importaciones de frijol en Italia

Exportadores	Valor importado en 2020	Valor importado en 2021	Valor importado en 2022	Valor importado en 2023	Valor importado en 2024
Mundo	170.323	162.064	163.476	186.020	188.973
Estados Unidos de América	31.232	32.346	46.489	58.704	49.428
Argentina	40.051	43.671	51.232	40.695	33.066
Canadá	35.596	38.292	14.535	33.448	31.216
Egipto	1.338	840	1.870	3.192	22.760
China	25.392	16.315	13.244	17.504	15.261
Polonia	8.412	10.101	9.238	12.693	11.429
Etiopía	2.547	4.762	7.893	6.596	6.555
Hungría	4.925	3.590	3.054	3.795	4.582
Portugal	1.480	1.349	789	717	2.378
Brasil	176	215	696	174	2.076
Francia	1.443	721	1.397	1.806	2.010
Países Bajos	2.424	3.091	3.089	2.356	1.992
Ucrania	5.538	2.389	6.343	2.073	1.948
Tanzanía, República Unida de	839	2.043	1.062	563	1.505
Türkiye	755	304	193	62	381
Bolivia, Estado Plurinacional de	35				357

España	1.960	485	684	204	282
--------	-------	-----	-----	-----	-----

Fuente: Trade Map

3.4.4. Principales proveedores de frijol en el mercado italiano

Según trade maps los principales proveedores de frijol seco al mercado italiano son Estados Unidos, Argentina y Canadá, seguidos por Egipto, China y algunos países europeos como Polonia y Francia. Estos países comparten ciertas características competitivas: altos volúmenes de producción, infraestructura logística consolidada, capacidad de ofrecer contratos de suministro estables y cumplimiento sistemático de normas de calidad y seguridad alimentaria.

Para países emergentes como Bolivia, este escenario implica competir con actores que ya tienen una presencia consolidada, pero también sugiere la posibilidad de ingresar en nichos específicos, especialmente aquellos vinculados a productos diferenciados por origen y sostenibilidad, donde la escala no es el único factor determinante.

3.5. Barreras logísticas, arancelarias y normativas para el acceso al mercado italiano

3.5.1. Barreras logísticas internacionales

Desde el punto de vista logístico, Bolivia enfrenta la barrera estructural de la mediterraneidad, que obliga a canalizar sus exportaciones a través de puertos de terceros países, principalmente Chile y Perú. En el caso del frijol, uno de los principales corredores utilizados es Santa Cruz-Tambo Quemado-Arica, que conecta las áreas productivas del oriente con el puerto de Arica. Esta dependencia incrementa la complejidad logística, al implicar mayores tiempos de tránsito, costos de transporte terrestre y coordinación con servicios portuarios extranjeros.

3.5.2. Barreras arancelarias

En el ámbito arancelario, la Unión Europea aplica un arancel NMF (Nación Más Favorecida) de 0 % para los frijoles secos clasificados en la subpartida 07133310 y 07133390 (kidney beans, incluidos frijoles blancos *Phaseolus vulgaris*, secos, incluso partidos). Esto significa que, desde el punto de vista estrictamente arancelario, el acceso del frijol boliviano al mercado italiano no se ve obstaculizado por impuestos a la importación, en igualdad de condiciones con otros proveedores extracomunitarios.

Sin embargo, el hecho de que no existan preferencias arancelarias específicas para este producto implica que Bolivia compite en las mismas condiciones que grandes exportadores

como Estados Unidos o Argentina, por lo que la ventaja competitiva debe construirse a través de la calidad, la diferenciación y el cumplimiento normativo, más que por ventajas arancelarias.

3.5.3. Barreras no arancelarias y normativas

Las barreras no arancelarias constituyen el principal desafío para ingresar al mercado italiano y, en general, al mercado europeo. La Unión Europea aplica la Legislación General de Alimentos (General Food Law), que establece principios estrictos de seguridad alimentaria y trazabilidad para todos los productos alimenticios. En el caso de granos y legumbres, los exportadores deben:

- Implementar sistemas basados en HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points / Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control).
- Cumplir con los límites máximos de residuos (LMR / Maximum Residue Limits) de plaguicidas establecidos por la UE.
- Garantizar la trazabilidad a lo largo de la cadena (desde el campo hasta el importador).

Estudios de mercado para granos, legumbres y oleaginosas señalan que, además de los requisitos legales, los compradores europeos suelen exigir certificaciones adicionales (por ejemplo, ISO 22000 para sistemas de gestión de inocuidad de los alimentos), así como evidencias de cumplimiento de estándares de sostenibilidad. Estas exigencias se convierten en barreras no arancelarias que requieren inversiones en infraestructura, capacitación y sistemas de gestión.

3.5.4. Barreras de calidad y estandarización

La calidad física del frijol y su estandarización constituyen otro componente clave de las barreras de acceso. El mercado europeo demanda frijoles con: Humedad controlada (para evitar desarrollo de hongos y micotoxinas), baja presencia de impurezas (piedras, restos vegetales, granos dañados) y homogeneidad en tamaño, color y forma.

Guías técnicas para la entrada al mercado europeo de frijoles secos indican que los compradores suelen especificar parámetros como humedad máxima, porcentaje de cuerpos extraños, porcentaje de granos partidos o dañados, así como estándares de empaque y etiquetado. Para Bolivia, esto implica fortalecer las etapas de postcosecha, clasificación y control de calidad, de modo que el producto cumpla consistentemente con los requisitos exigidos y evite rechazos o mayores controles en frontera.

3.6. Análisis de la competencia internacional

3.6.1. Principales países competidores

Argentina

Argentina es uno de los mayores exportadores de porotos (frijoles) de América Latina. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), el país produce anualmente entre 250.000 y 350.000 toneladas de poroto, dependiendo del clima y del ciclo agrícola (INDEC, 2023). Las principales zonas productoras se ubican en el Noroeste Argentino (NOA), especialmente Salta, Tucumán y Jujuy.

A nivel internacional, Argentina exporta variedades apreciadas en Europa como poroto alubia, poroto colorado, negro, canela y mung, manteniendo una participación estable en mercados como Italia, España, Turquía y Arabia Saudita. La FAO destaca que “Argentina dispone de una de las cadenas de legumbres más desarrolladas y orientadas a la exportación en Sudamérica, con altos niveles de mecanización y estandarización” (FAO, 2023, p. 22).

Brasil

Brasil es uno de los mayores productores de frijol del mundo, con una producción que supera los 3 millones de toneladas anuales, diversificada en más de 15 variedades comerciales (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE], 2023; EMBRAPA, 2022). Aunque el país consume la mayor parte de su producción internamente, exporta volúmenes significativos de frijoles negros y carioca hacia América Latina, Europa, Oriente Medio y África.

La Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) señala que “Brasil lidera la innovación genética y tecnológica en frijoles, con cultivares de alto rendimiento, resistencia a enfermedades y mejor adaptación climática” (EMBRAPA, 2022, p. 11). Esta capacidad tecnológica le otorga ventajas en calidad, estabilidad de oferta y volumen disponible para exportación.

3.6.2. Matriz comparativa Bolivia vs competidores

Tabla 3.14.

Matriz comparativa de Bolivia vs competidores

Factor	Argentina	Brasil	Bolivia
--------	-----------	--------	---------

a) Productividad y tecnología	Rendimientos entre 1.5 y 2.5 t/ha, dependiendo de la variedad (INDEC, 2023).	Rendimientos superiores a 2 t/ha en variedades mejoradas y sistemas tecnificados (EMBRAPA, 2022).	Rendimientos inferiores a 1.5 t/ha, con variaciones por zona (IBCE, 2023). Uso limitado de mecanización y tecnologías.
b) Infraestructura logística	Acceso directo al mar a través de los puertos de Rosario, Buenos Aires y Bahía Blanca.	Puertos altamente competitivos como Santos, Paranaguá y Río Grande, con conexión ferroviaria y fluvial.	Sin acceso al mar. Elevados costos logísticos y mayor tiempo de tránsito, dependiente de corredores y puertos de terceros países.
c) Certificaciones y estándares de calidad	Alta adopción de HACCP, ISO 22000, GlobalG.A.P. y sistemas de trazabilidad orientados a la UE.	Amplia implementación de certificaciones internacionales y regulación estricta en empresas agroexportadoras.	Baja penetración de certificaciones, especialmente en pequeños productores. Menor trazabilidad.
d) Escala exportadora y regularidad del suministro	Exporta entre 150.000 y 250.000 t/año de porotos. Regularidad estable en oferta.	Exporta entre 70.000 y 100.000 t/año según ciclo agrícola. Amplia capacidad productiva.	Exporta 15.000–20.000 t/año. Oferta limitada y menos regular. Dificultad para abastecer volúmenes grandes.

Fuente: Elaboración propia

3.6.3. Brechas competitivas del frijol boliviano

Del análisis comparativo se identifican cuatro brechas principales:

- Brecha productiva: Menores rendimientos y variabilidad entre zonas productoras: Argentina y Brasil tienen mayor productividad por hectárea y mejor tecnología agrícola.
- Brecha logística: Bolivia enfrenta tiempos más largos y mayores costos de transporte: Competidores poseen puertos propios y redes logísticas consolidadas.
- Brecha en certificaciones: Poca presencia de GlobalG.A.P., HACCP, ISO 22000 y trazabilidad formal: Competidores cumplen sistemáticamente con normas europeas.
- Brecha comercial: Baja visibilidad del frijol boliviano en Europa y menor regularidad de oferta: Competidores garantizan volúmenes altos, estables y continuos.

3.6.4. Comparación de precios Bolivia vs competidores

Tabla 3.15.

Comparación de precios exportables con los principales competidores

País	Valor exportado (USD)	Volumen exportado (kg)	Precio promedio (USD/kg)	Precio promedio (USD/tonelada)
Argentina	149.328.000	174.160.000	≈ 0,85	≈ 850USD/t
Brasil	180.688.000	160.441.000	≈ 1,12	≈ 1.120 USD/t
Bolivia	22.582.020	19.438.000	≈ 1,16	≈ 1.160 USD/t

Fuente: Trade map

CAPÍTULO IV:

PROPUESTA

4.1. Introducción de la Propuesta

El presente capítulo desarrolla la propuesta estratégica derivada del diagnóstico realizado en el capítulo anterior, donde se identificaron las principales brechas competitivas que limitan el posicionamiento del frijol boliviano en el mercado italiano. El análisis comparativo con los competidores directos Argentina y Brasil evidenció diferencias significativas en productividad, certificaciones, logística, estandarización y escala exportadora.

A partir de estos hallazgos, se diseña una propuesta orientada a mejorar la comercialización del frijol boliviano mediante acciones que fortalezcan su calidad, competitividad y acceso al mercado europeo. La propuesta responde directamente al objetivo específico de analizar y mejorar las estrategias de comercialización, con el propósito de que Bolivia pueda competir en igualdad de condiciones en Italia.

4.2. Estrategia general de la propuesta

4.2.1. Estrategia de diferenciación del producto

Referente a una estrategia de diferenciación se propone presentar el frijol boliviano como un producto natural y orgánico de origen andino-amazónico, producido mayoritariamente por agricultores familiares, que utilizan pocos insumos químicos lo cual tiene potencial para alinearse a criterios de sostenibilidad y cuidado del medio ambiente. Este posicionamiento puede reforzarse mediante una estandarización física rigurosa (tamaño, color, ausencia de impurezas y control de humedad) y el desarrollo de una identidad de marca sectorial orientada al mercado italiano. Estudios sobre preferencias de consumidores europeos señalan que el origen, la historia detrás del producto y los atributos éticos (comercio justo, respeto al medio ambiente) influyen significativamente en las decisiones de compra de alimentos especializados (European Commission, 2020; FAO, 2019). De este modo, la diferenciación del frijol boliviano no se plantea solamente como una mejora estética, sino como una construcción integral de valor que combine identidad territorial, calidad objetiva y relato de sostenibilidad.

4.2.2. Estrategia de calidad y certificación

El cumplimiento de estándares internacionales es un requisito fundamental para acceder al mercado italiano. La Unión Europea exige que los alimentos importados cumplan con normas estrictas de higiene, inocuidad y trazabilidad establecidas en su marco regulatorio (Parlamento Europeo & Consejo de la Unión Europea, 2011). Por ello, esta estrategia propone fortalecer el sistema de control de calidad y avanzar progresivamente hacia certificaciones como GlobalG.A.P., HACCP o ISO 22000, priorizando a asociaciones de productores y centros de acopio.

La implementación de estas certificaciones permitirá garantizar seguridad alimentaria, mejorar la percepción del producto frente al importador italiano y otorgar confianza en la regularidad del suministro. Además, facilita la construcción de relaciones comerciales estables, ya que las empresas europeas suelen preferir proveedores que mantengan procesos estandarizados y trazables.

4.2.3. Estrategia logística para el acceso a Italia

La logística es uno de los mayores desafíos estructurales para el sector frijolero boliviano y, por tanto, un componente esencial de esta propuesta. El objetivo es reducir tiempos de tránsito y costos, y mejorar la confiabilidad de la cadena logística. Para ello, se plantea la evaluación comparativa de corredores bioceánicos, priorizando aquellos con mejor desempeño hacia puertos italianos, como los de Génova o Trieste, mediante conexiones desde puertos chilenos o brasileños.

También, se propone consolidar carga entre asociaciones de productores y exportadores para obtener mejores tarifas navieras y reducir costos por volumen. La coordinación con operadores logísticos europeos permitirá también asegurar el flujo documental, el seguimiento de la carga y la entrega eficiente en destino. La suma de estas acciones busca cerrar brechas con Argentina y Brasil, países que cuentan con puertos propios y menores costos logísticos.

4.2.4. Estrategia comercial y de posicionamiento

El posicionamiento comercial se orienta a construir una identidad sólida del frijol boliviano en el mercado italiano. Se propone desarrollar una marca sectorial, enfocada en atributos como origen natural, sostenibilidad y calidad nutricional, elementos que responden a las tendencias de consumo europeo. Además, se plantea segmentar el mercado italiano en tres canales:

industria alimentaria, retail y food service, adaptando la presentación del producto según las necesidades de cada segmento.

La participación en ferias internacionales como TuttoFood o Macfrut, así como el uso de plataformas B2B, permitirá fortalecer la relación con importadores italianos y mejorar la visibilidad del frijol boliviano. El objetivo final es que el producto no solo ingrese al mercado, sino que logre una presencia sostenible basada en calidad y confianza comercial.

4.3. Impacto esperado

4.3.1. Impacto productivo

Se espera una mejora significativa en la calidad y estandarización del frijol boliviano gracias a la adopción de buenas prácticas agrícolas y de postcosecha, así como al fortalecimiento de los centros de acopio. La capacitación técnica permitirá reducir impurezas, mejorar la uniformidad del grano y disminuir pérdidas poscosecha, factores esenciales para competir en mercados exigentes como el italiano.

La incorporación progresiva de certificaciones también incentivará a los productores a mantener procesos más eficientes y controlados, elevando la productividad de los sistemas familiares y asociativos. En el mediano plazo, estos avances contribuirán a consolidar una oferta exportable más estable, homogénea y capaz de responder a la demanda internacional.

4.3.2. Impacto comercial

Desde el punto de vista comercial, la propuesta favorecerá el posicionamiento del frijol boliviano como un producto diferenciado, sostenible y de alta calidad. Esto permitirá acceder a segmentos de mayor valor dentro del mercado italiano, como el retail especializado y la industria alimentaria orientada hacia productos saludables.

El fortalecimiento de la imagen sectorial y la participación en ferias europeas incrementarán la visibilidad del producto y fomentarán relaciones comerciales de largo plazo con importadores, lo que a su vez contribuirá a ampliar el volumen exportado y mejorar la estabilidad de la demanda. En términos generales, estos efectos permitirán que Bolivia avance hacia una inserción más competitiva y constante en cadenas globales de valor.

4.3.3. Impacto logístico

La mejora en la logística tendrá efectos directos en la reducción de costos, tiempos de tránsito y riesgos operativos. La selección adecuada de corredores bioceánicos, la consolidación de

carga y la coordinación con operadores en origen y destino permitirán elevar la eficiencia del proceso exportador.

Un sistema logístico más previsible y coordinado aumentará la confiabilidad del frijol boliviano ante compradores italianos, quienes valoran especialmente la puntualidad y el cumplimiento de los plazos de entrega. Aunque Bolivia enfrenta desventajas estructurales por su condición mediterránea, la ejecución de esta propuesta permitirá cerrar brechas en relación con competidores que cuentan con puertos propios, como Argentina y Brasil.

4.3.4. Impacto social

El impacto social se refleja principalmente en la mejora de las condiciones económicas de los productores familiares y de las comunidades rurales dedicadas al cultivo de frijol. Al fortalecer la asociatividad, promover la capacitación técnica y facilitar el acceso a mercados internacionales, la propuesta genera oportunidades para aumentar los ingresos y fomentar la estabilidad económica en las zonas productoras.

Asimismo, la participación en procesos de certificación y la integración en cadenas de valor internacionales contribuyen al desarrollo de capacidades locales, reduciendo la dependencia de intermediarios y promoviendo una distribución más equitativa de los beneficios económicos. A largo plazo, esto favorece la cohesión social y la permanencia de la población en áreas rurales.

4.3.5. Impacto ambiental

La propuesta promueve prácticas agrícolas de bajo impacto, alineadas con tendencias globales de sostenibilidad y requerimientos del mercado europeo. Al incentivar el uso racional de insumos, el manejo adecuado del suelo y la baja dependencia de agroquímicos se contribuye a la conservación del entorno natural y a la preservación de los recursos locales.

El enfoque en trazabilidad ambiental y certificaciones sostenibles también impulsa una producción más responsable, que reduce riesgos ambientales y mejora la percepción del producto frente a consumidores cada vez más conscientes. Esto posiciona al frijol boliviano no solo como un alimento de calidad, sino también como un producto ambientalmente respetuoso, en coherencia con las exigencias internacionales actuales.

CAPÍTULO V:

CONCLUSIONES Y

RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- El estudio evidenció que Bolivia mantiene una capacidad productiva y exportadora menor frente a Argentina y Brasil. Mientras Bolivia registra rendimientos inferiores a 1.5 t/ha, Argentina alcanza 1.5–2.5 t/ha y Brasil supera las 2 t/ha, lo que se traduce en mayores volúmenes exportables: 14.244 t en Bolivia frente a 377.279 t de Argentina y 53.219 t de Brasil (2023). Esta diferencia limita la presencia boliviana en mercados de alta demanda como Italia, donde la escala, la regularidad y la estandarización del producto son determinantes.
- El frijol boliviano enfrenta limitaciones internas que afectan su competitividad internacional: baja estandarización física del grano, insuficiente infraestructura de acopio y postcosecha, escasa adopción de certificaciones (GlobalG.A.P., HACCP, ISO 22000) y altos costos logísticos internos. Estas debilidades reducen la posibilidad de competir frente a proveedores más tecnificados y dificultan el cumplimiento de los requisitos europeos de inocuidad, trazabilidad y calidad.
- El acceso al mercado italiano está limitado principalmente por barreras logísticas y normativas más que arancelarias. La mediterraneidad de Bolivia incrementa los costos y tiempos de transporte en comparación con Argentina y Brasil, que operan con puertos propios. Además, la Unión Europea exige estrictos estándares de higienización, residuos y trazabilidad, lo que demanda mejoras en certificación y control de calidad. Estos factores explican la baja presencia del frijol boliviano en el mercado italiano.
- Argentina y Brasil consolidan su competitividad mediante certificaciones, volumen estable, logística eficiente y posicionamiento internacional. A partir de este análisis, se propone para Bolivia una estrategia basada en diferenciación por origen y sostenibilidad, fortalecimiento de certificaciones, optimización logística y posicionamiento comercial en Italia. Esta estrategia permite aprovechar atributos propios del frijol boliviano y responder a las exigencias de un mercado competitivo.

5.2. Recomendaciones

- Se recomienda implementar un programa integral de mejora de la productividad del frijol boliviano, priorizando a las principales zonas productoras. Este programa debe incluir el uso de semillas certificadas, asistencia técnica en manejo agronómico y postcosecha, y el fomento de la asociatividad para consolidar volúmenes exportables. Con ello se busca reducir la brecha frente a Argentina y Brasil y generar una oferta suficiente y estable para atender de forma continua al mercado italiano.

- Para superar las limitaciones internas de competitividad, se sugiere fortalecer la infraestructura de acopio y clasificación mediante la creación o mejora de centros donde se realicen procesos de limpieza, selección, control de humedad y empaque estandarizado. Paralelamente, se recomienda impulsar programas de apoyo a la certificación (GlobalG.A.P., HACCP, ISO 22000) dirigidos a asociaciones de productores y empresas exportadoras, de modo que el frijol boliviano pueda cumplir de manera sistemática con los estándares de calidad e inocuidad exigidos en Europa.
- Se recomienda evaluar técnica y económicamente los principales corredores bioceánicos disponibles para identificar las rutas más competitivas hacia puertos que conecten con Italia, promoviendo a la vez esquemas de consolidación de carga entre productores y exportadores. Asimismo, es necesario fortalecer los sistemas de trazabilidad e inocuidad, incorporando controles periódicos de calidad y límites máximos de residuos, de manera que el sector pueda responder adecuadamente a las normativas de la Unión Europea y reducir el riesgo de rechazos en destino.
- Finalmente, se sugiere ejecutar de manera gradual la estrategia de comercialización propuesta, basada en la diferenciación del frijol boliviano por origen y sostenibilidad, la construcción de una marca sectorial, la participación en ferias y plataformas comerciales europeas y el establecimiento de relaciones directas con importadores italianos. Estas acciones deben ser coordinadas entre productores, exportadores e instituciones de apoyo, con el fin de posicionar al frijol boliviano como un producto confiable y de valor agregado en el mercado italiano.

Bibliografía

Alliance Bioversity & CIAT. (2024). Beans crop research and innovation. Alliance Bioversity International & CIAT.

Banco Mundial. (2024). Productivity and export competitiveness: Bolivia must focus on higher sectoral productivity. World Bank.

CBI. (2022). Buyer requirements: Grains, pulses and oilseeds. Centre for the Promotion of Imports from developing countries.

CBI. (2024). Buyer requirements: Grains, pulses and oilseeds – update 2024. Centre for the Promotion of Imports from developing countries.

CEPAL. (2022). Sostenibilidad y comercio en América Latina. Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

CIF–UMSS. (s. f.). El cultivo de frejol en Bolivia. Centro de Investigación, Formación y Extensión en Mecanización Agrícola, Universidad Mayor de San Simón.

Comisión Europea. (2023). Sistema Generalizado de Preferencias Plus (SGP+). European Commission.

Czinkota, M. R., Ronkainen, I. A., & Moffett, M. H. (2021). International business. Cengage Learning.

Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. (2019). International business: Environments and operations. Pearson.

European Commission. (2020). From farm to fork strategy: For a fair, healthy and environmentally-friendly food system. Publications Office of the European Union.

European Commission. (2023). EU agricultural outlook 2023–2033. Publications Office of the European Union.

FAO. (2019). The state of the world's biodiversity for food and agriculture. Food and Agriculture Organization of the United Nations.

FAO. (2022). Pulses and sustainable food systems. Food and Agriculture Organization of the United Nations.

FAO. (2023). World Pulses Day: Las legumbres en el comercio sostenible. Food and Agriculture Organization of the United Nations.

FAO & OMS. (2022). Codex Alimentarius: International food standards. FAO/WHO.

Ferrel, O. C., Hirt, G., Ramos, J. A., Adianensen, L., & Flores, J. (2004). Introducción a los negocios en un mundo cambiante. McGraw-Hill.

Gaceta UNAM. (s. f.). Variedades de frijol. Universidad Nacional Autónoma de México.

Gereffi, G., Humphrey, J., & Sturgeon, T. (2005). The governance of global value chains. *Review of International Political Economy*, 12(1), 78–104.

GlobalG.A.P. (2022). General regulations: Rules for plants (Version 6). FoodPLUS GmbH.

IBCE. (2023). Bolivia: Producción y exportación de frijol 2012–2022. Instituto Boliviano de Comercio Exterior.

IBCE. (2025). Cifras del comercio exterior boliviano 2024. Instituto Boliviano de Comercio Exterior.

ICAMEX. (s. f.). Producción y manejo del frijol. Instituto de Investigación y Capacitación Agropecuaria, Acuícola y Forestal del Estado de México.

INDEC. (2023). Estadísticas de producción y exportación de porotos en Argentina. Instituto Nacional de Estadística y Censos.

INE. (s. f.). Serie agrícola 2017–2018 y 2018–2019. Instituto Nacional de Estadística de Bolivia.

ISO. (2022). ISO 22000:2018 Food safety management systems Requirements for any organization in the food chain. International Organization for Standardization.

Kaplinsky, R., & Morris, M. (2016). A handbook for value chain research. IDS.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). Dirección de marketing (16.^a ed.). Pearson.

Krugman, P. (1980). Scale economies, product differentiation, and the pattern of trade. *American Economic Review*, 70(5), 950–959.

Krugman, P., & Obstfeld, M. (2006). Economía internacional: Teoría y política. Pearson.

Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2002). Marketing. South-Western.

Lisciani, S., et al. (2024). Legumes and common beans in sustainable diets. *Frontiers in Nutrition*.

Ministerie van Buitenlandse Zaken. (2022). The Netherlands and global agricultural trade. Government of the Netherlands.

Ministerie van Economische Zaken en Klimaat. (2023). The Dutch economy in figures. Government of the Netherlands.

Organisation Mondiale des Douanes. (2021). Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías. OMA.

Organización Mundial del Comercio. (1994). Acuerdo sobre la aplicación de medidas sanitarias y fitosanitarias. OMC.

Parlamento Europeo & Consejo de la Unión Europea. (2004). Reglamento (CE) n.º 853/2004, de 29 de abril de 2004, relativo a la higiene de los productos alimenticios. Diario Oficial de la Unión Europea.

Parlamento Europeo & Consejo de la Unión Europea. (2011). Reglamento (UE) n.º 1169/2011, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor. Diario Oficial de la Unión Europea.

Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Free Press.

Quispe, J., & Martínez, L. (2022). Competitividad agroexportadora en Bolivia: Desafíos y oportunidades. Universidad Mayor de San Simón.

Ricardo, D. (1817). *Principles of political economy and taxation*. John Murray.

Rome Business School. (2025). Italian agri-food sector report 2025. Rome Business School.

Trendeconomy. (2024). Italy: Imports of kidney beans (HS 071333). UN Comtrade/Trendeconomy.

Verza, S., et al. (2024). Legumes on the rise: The impact of sustainability attributes on prices in Italy. *Sustainability*, 16(x), 1–18.

Worldometer. (2025). Netherlands population 2025. Worldometer.

Worldometer. (2025). Italy population 2025. Worldometer.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de selección de mercado

PAÍSES	MÉXICO	ITALIA	INDIA	TURQUÍA	IRAQ	REINO U.	PAKISTÁN	ESPAÑA	COSTA RICA	REP. DOM.
RATIOS										
1. Población	130.739.927	60.964.931	1.409.128.296	84.114.511	42.083.436	68.459.055	252.363.571	47.280.433	5.265.575	10.515.857
2. Distancia geográfica	1.964.375	301.340	3.287.263	783.562	438.317	243.610	796.095	505.370	51.100	48.670
3. PIB	1.853 T	2373 T	3.913 T	1.323 T	279.641 B	3.644 T	373.072 B	1.723 T	95.350 B	124282 B
4. PIB per cápita	22.000	53.100	9800	35.300	12.700	52.500	5.500	48.400	27.000	24.200
5. Tamaño del mercado	1.143 MM	1.287 MM	1120 MM	598 MM	177.1 MM	1.384 MM	95.4 MM	869 MM	43.4 MM	44.4 MM
6. Grado de libertad económica	61.3	60.9	53.0	56.1	N/A	69.3	49.1	66.3	68.6	64.3
7. Facilidad para hacer negocios	60	58	63	33	172	8	108	30	74	115
8. Riesgo país	3		3	5	7		7		3	4
9. Grado de competencia	48.84	62.50	64.19	40.41	S/N	71.95	61.36	65.80	62	58.31
10. Barreras arancelarias	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	30%	25%
11. Barreras no arancelarias	15	35	59	20	20	0	0	35	22	23
12. Aspectos culturales										

1. Población	3	2	5	3	1	2	4	2	1	1
2. Distancia geográfica	4	2	5	3	2	2	3	3	1	1
3. PIB	3	4	5	3	2	4	2	3	1	1
4. PIB per cápita	2	5	1	3	1	4	1	3	2	2
5. Tamaño del mercado	3	4	3	2	1	5	1	3	0	0
6. Grado de libertad económica	4	3	3	3	1	5	2	4	4	4
7. Facilidad para hacer negocios	3	3	3	4	1	5	1	4	2	1
8. Riesgo país	3	5	3	2	1	4	1	4	3	2
9. Grado de competencia	2	4	4	1	0	5	3	4	4	5
10. Barreras arancelarias	4	5	4	4	4	4	3	4	1	2
11. Barreras no arancelarias	3	1	0	2	2	5	4	1	2	2
12. Aspectos culturales	4	5	1	3	2	4	1	4	4	4
PUNTUACIÓN	38	43	37	33	18	49	26	39	25	25

Anexo 2: Entrevista a profundidad a experto en la producción de genética del frijol

Entrevista a profundidad

Nombre y especialidad: Víctor Choque Colque-Magister en Ciencias en Producción Agrícolas

Institución a la que pertenece: Institución Agrícola El Vallecito (UAGRM)

Años de experiencia en investigación genética del frijol: 2000-2025 (25 Años)

1. ¿Cuál es la variedad genética que produce Bolivia para la exportación frente a países competidores como Brasil o Argentina?

En Bolivia, se produce alrededor de unos 30 mil a 40 mil hectáreas de frijol a nivel nacional, de esto, un 80% a 85% se produce en el departamento de Santa Cruz. El resto se produce en Cochabamba, Chuquisaca y Tarija. El frijol que producimos en Santa Cruz, prácticamente, todo es para la exportación. El consumo Per Cápita en Bolivia es bajísimo, de 200/300 gramos, por persona y eso no es nada. Hay zonas donde el consumo per cápita es mucho menor y en algunas zonas donde se produce, el consumo per cápita es mayor.

Entonces, Bolivia produce una variedad de frijol como ser: el frijol negro, frijol rojo oriental, frijol blanco, frijol carioca y frijol rojo. Últimamente estos frijoles compiten con los que se produce en Brasil, Argentina, Colombia y en Sud América para llegar a los mercados de exportación.

2. ¿Qué características genéticas propias del frijol boliviano representan una ventaja competitiva?

Nuestra ventaja es la siguiente, si bien nosotros producimos poca cantidad, no utilizamos tantos agroquímicos como otros países utilizan. Los otros países tienen una tradición de producción de frijol, donde se tienen que utilizar una mayor cantidad de agroquímicos para malezas, insectos, patógenos. Nosotros tenemos cierta ventaja al respecto porque todavía nuestros suelos y nuestro ambiente no están tan contaminados, podríamos decir, comparado con otros países.

Por ejemplo, otra ventaja comparativa en el caso del (frijol) rojo oriental boliviano comparado con el colombiano, el cual produce sus frijoles de la misma variedad pero de forma mecanizada, es que el mercado mismo prefiere el frijol boliviano porque el grano es un poco más grande, porque la coloración que tiene es mejor (tiene mayor visibilidad) y es mucho más limpio ya que, al ser trabajado de manera semi-mecanizada, lo que consiste en que arrancamos las vainas manualmente y solamente se utiliza la trilla, lo vuelve de más limpio.

La cosecha mecanizada en otros países causa un daño que afecta al frijol, genera que le entre agua, hongos y de alguna manera eso no le favorecen. Es por ello que el colombiano mismo, por ejemplo, prefiere frijol boliviano siendo que ellos producen las mismas variedades.

Y, una de las desventajas es que utilizamos productos prohibidos que ya están prohibidos en otros países. También como desventaja es que competimos en la producción. En el caso de Brasil, el cual su consumo per cápita es bastante mayor, requiere de comprar frijol boliviano para cubrir su demanda, pero esto solo cuando a Brasil le va mal en su zafra, de lo contrario, no compra. Entonces eso vuelve a Bolivia dependiente de lo que sea la demanda en Brasil.

3. ¿Existen variedades nativas bolivianas con potencial exportador superior al promedio mundial?

No existen variedades nativas. Si bien somos un centro genético del frijol, las variedades nativas no existen, todas se han hecho o modificado con germoplasma del CIAT de Colombia, los cuales se dedican a la producción de la misma.

4. ¿Qué avances recientes en genética o mejoramiento han beneficiado al frijol producido en Bolivia?

Muchas. Por ejemplo nosotros (El Vallecito) hemos liberado una variedad que se llama negro chané para un productor grande que maneje la cosecha mecanizada. También estamos buscando una variedad de frijol carioca que sea para cosecha mecanizada, que no oxide, porque el frijol carioca cuando madura se postra, es decir, se aplasta. Y cuando se aplasta, las vainas topan al suelo y empiezan a podrirse entonces estamos buscando un frijol erecto que no se aplaste.

5. Desde la genética, ¿qué diferencia al frijol boliviano del frijol proveniente de Brasil, Argentina, México o China?

En términos genéticos, no hay muchas diferencias. Los países productores de frijol, como Brasil y Argentina, utilizan germoplasma de Colombia, al igual que Bolivia, que es una especie de centro de origen del frijol. Las diferencias genéticas son mínimas. Lo que realmente nos diferencia es el manejo y la calidad del producto. El mercado valora la calidad y limpieza del frijol boliviano.

6. ¿Qué atributos genéticos podrían convertirse en “sello distintivo” del frijol boliviano en Europa?

El hecho que Bolivia cuente con un suelo y un ambiente menos contaminado que sus competidores, la cosecha semi-mecanizada y en otros casos, el desarrollo genético de granos de frijol que no se afecten en el caso de utilizar la cosecha mecanizada, también el poco uso de agro químicos en la producción.

7. ¿Qué limitaciones genéticas afectan el volumen de producción del frijol boliviano?

Una de las limitaciones es que la producción depende mucho de los factores abióticos, como el clima. Las lluvias no son tan predecibles como antes. Además, la semilla que se utiliza en Bolivia no es certificada en su mayoría. Esto afecta la calidad de la cosecha y, por lo tanto, el volumen de producción.

8. ¿Qué tecnologías o métodos de mejoramiento considera prioritarios para aumentar la competitividad?

Primero, debemos aumentar el consumo per cápita de frijol en Bolivia. Para eso, es necesario hacer alianzas estratégicas con gobiernos locales y con el sistema educativo, por ejemplo, en el desayuno escolar. También es importante buscar nichos de mercado para la exportación. Además, es urgente mejorar la genética de los frijoles, enfocándose en la tolerancia a patógenos e insectos, y en el uso de semilla certificada.

9. ¿Cuáles deberían ser las líneas de investigación genética más urgentes para que Bolivia mejore su posición?

Las líneas de investigación deberían enfocarse en el mejoramiento de la tolerancia a los principales patógenos y plagas, así como en la mejora genética de las variedades para que no oxide después de la cosecha. También es esencial promover el uso de semilla certificada, ya que actualmente solo un pequeño porcentaje de los agricultores utiliza semilla de calidad.

Anexo 3:

