



**El café boliviano: una visión reflexiva acerca
de su importancia productiva, económica y
comercial**

***Bolivian Coffee: Productive, Economic and
Commercial Value Reflexive Vision***

FERNANDO ARIEL ZAPATA UREY*

Universidad Privada del Valle
Bolivia

MONICA NATALI**

Universidad Privada del Valle
Bolivia

THIAGO JOHN MARTINEZ ESPINOZA***

Universidad Privada del Valle
Bolivia

*fzapatau@univalle.edu

 <https://orcid.org/0000-0002-3792-4966>

**mnatali@univalle.edu

 <https://orcid.org/0000-0003-3326-7134>

***soythiagomartinez30@gmail.com

 <https://orcid.org/0009-0006-2422-4633>

Artículo de investigación

Recepción: 11 de marzo de 2026

Aceptación: 1 de abril de 2026

<https://doi.org/10.52948/sosquua.v8i1.1349>

Cómo citar este artículo:

Zapata, F., Natali, M. y Martínez, T. (2026). El café boliviano: una visión reflexiva acerca de su importancia productiva, económica y comercial. *Sosquua*, 8(1).

Reconocimiento-SinObraDerivada 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND)

Resumen:

El presente estudio caracteriza al café boliviano desde una perspectiva productiva, económica y comercial, con el propósito de analizar su potencial como producto de especialidad y factor de desarrollo rural sostenible. Para ello se empleó un diseño exploratorio de enfoque mixto, mediante el análisis de estadísticas oficiales y literatura especializada, complementado con encuestas semiestructuradas a ocho comercializadores y tres cadenas de supermercados de Cochabamba. Los resultados muestran que, en la campaña 2023-2024, la producción alcanzó 23.064 toneladas en 25.119 hectáreas, con un crecimiento superior al 75 % desde 1983 y una concentración del 96 % en el departamento de La Paz. La balanza comercial registró superávit durante 2015-2024; las exportaciones superaron los 12,9 millones de dólares Free On Board (FOB), en español, libre abordo, en 2022 y Estados Unidos fue el principal destino (41 %). El consumo per cápita alcanzó 2,25 kg anuales en 2021, mientras que la producción superó en un 57 % la demanda aparente estimada. Entre los comercializadores consultados, el 88 % ofertaba café tostado, en grano o molido; la calidad y el origen destacaron como atributos de diferenciación comercial. Persisten desafíos relacionados con la informalidad, la limitada tecnificación productiva, las dificultades logísticas y la incipiente cultura de consumo de especialidad. Se concluye que las ventajas agroecológicas y sensoriales del café boliviano favorecen su posicionamiento internacional, aunque su aprovechamiento requiere fortalecer la calidad, la trazabilidad, la modernización productiva y el consumo interno.

Palabras clave: café boliviano; producción; consumo; exportación agrícola; calidad y especialidad; desarrollo rural; cadena de valor.

Abstract:

This study characterizes Bolivian coffee from a production, economic, and commercial perspective, with the aim of assessing its potential as a specialty product and a driver of sustainable rural development. It employs an exploratory mixed-methods research design, combining the analysis of official statistics and specialized literature with semi-structured surveys conducted among eight coffee traders and three supermarket chains in Cochabamba. The findings indicate that, during the 2023-2024 agricultural season, national production reached 23,064 metric tons across 25,119 hectares, representing an increase of more than 75% since 1983, with 96 % of production concentrated in the department of La Paz. The coffee trade balance remained in surplus throughout 2015-2024, with exports exceeding USD 12,9 million in FOB value in 2022 and the United States accounting for the largest share (41 %). Per capita

consumption reached 2,25 kg annually in 2021, while national production exceeded estimated apparent demand by 57 %. Among the surveyed coffee traders, 88 % offered roasted coffee, either whole-bean or ground, with quality and origin emerging as key attributes of commercial differentiation. Persistent challenges include informality, limited technological development in production, logistical constraints, and an underdeveloped culture of specialty coffee consumption. The study concludes that Bolivian coffee's agroecological advantages and distinctive sensory attributes favor its positioning in international markets. However, fully realizing this potential requires strengthening quality standards, traceability, technological modernization of production, and domestic consumption.

Keywords: Bolivian coffee; production and consumption; agricultural exports; quality and specialty; rural development; value chain.

Introducción

El café constituye uno de los productos agrícolas de mayor relevancia en el comercio internacional, no solo por su volumen de intercambio, sino también por su capacidad para articular territorios rurales, cadenas de valor, identidades productivas y mercados diferenciados. En las últimas décadas, la dinámica mundial del café ha experimentado transformaciones significativas asociadas al crecimiento de los cafés especiales, la valorización del origen, la trazabilidad, la sostenibilidad y la diferenciación sensorial. Estos factores han modificado la forma en que los países productores participan en los mercados globales, pasando de una lógica centrada únicamente en el volumen de producción hacia estrategias basadas en calidad, atributos territoriales y agregación de valor (Daviron y Ponte, 2005).

El cultivo del café en Bolivia tiene antecedentes históricos que se remontan al siglo XIX; periodo en el que comenzó a ser promovido por el Estado debido al reconocimiento de las condiciones climáticas y geográficas favorables en determinadas regiones del país. A mediados de ese siglo, durante la etapa conocida como la “fiebre del oro verde”, colonos y agricultores establecieron plantaciones en distintas zonas, principalmente en los departamentos de La Paz, Cochabamba, Santa Cruz y Tarija. Ducho proceso impulsó un periodo de expansión productiva, acompañado por el incremento de las exportaciones y la conformación de cooperativas y asociaciones orientadas a regular el mercado y fortalecer la calidad del café boliviano; no obstante, durante el siglo XX, la caficultura nacional atravesó periodos de inestabilidad debido a la limitada inversión tecnológica, las dificultades de acceso a mercados internacionales y la creciente competencia de otros países productores, factores que incidieron

en la reducción de la producción y en la pérdida progresiva de competitividad del café boliviano en el mercado mundial (Soux, 2016).

Actualmente, Bolivia se ha posicionado como un productor de café de especialidad, reconocido por variedades de alta calidad y perfiles sensoriales distintivos. En el mercado internacional, el grano boliviano es valorado por atributos como su acidez suave, aroma frutal y cuerpo balanceado, si bien la caficultura nacional posee antecedentes históricos que se remontan al siglo XIX y ha atravesado diversos periodos de expansión y contracción, en los últimos años ha logrado destacar por la mejora de sus estándares de calidad, las políticas de fomento y modernización, así como por el esfuerzo sostenido de los productores.

Cultivo y producción

El café pertenece a la gran familia de las rubiáceas, compuesta por 500 géneros y más de 6000 especies, la mayoría de origen tropical y con amplia distribución geográfica (Herrera y Cortina, 2013). En este contexto solo tres especies se mencionan como cultivadas comercialmente, destacándose las tres primeras según el orden siguiente: *Coffea arabica* L., *C. Canephora* Pierre ex Froehner y *C. liberica* Bull ex Hiern (Alvarado y Rojas, 2007).

El cafeto o planta de café es un arbusto perenne cuyo ciclo de vida en condiciones comerciales alcanza hasta 20-25 años dependiendo de las condiciones o sistema de cultivo. A libre crecimiento, la planta comienza a producir frutos en ramas de un año de edad, continúa su producción durante varios años y alcanza su máxima productividad entre los seis y ocho años de edad. La planta puede seguir su actividad por muchos años, pero con niveles de productividad bajos (Arcila et al., 2007).

En Bolivia la producción cafetalera está dominada principalmente por *Coffea arabica*, especie que requiere condiciones específicas de altitud, temperatura, humedad y disponibilidad hídrica para expresar adecuadamente su potencial productivo y sensorial. Estas condiciones se encuentran de manera favorable en la región de los Yungas del departamento de La Paz, donde se concentra más del 96 % de la producción nacional. Esta zona, ubicada aproximadamente entre los 700 y 1600 metros sobre el nivel del mar (msnm), presenta características agroecológicas asociadas al bosque húmedo subtropical premontano, con niveles de precipitación, humedad relativa y temperatura adecuados para el desarrollo del cultivo (Torricon-Albino et al., 2019).

Asimismo, variedades como Typica y Caturra han contribuido al reconocimiento del grano boliviano por sus perfiles sensoriales diferenciados, vinculados con atributos de calidad, origen y potencial de especialidad. No obstante, el sector aún enfrenta desafíos productivos

relevantes, según el Censo Nacional del Café 2011-2012, se registraron 17.491 unidades productivas, de las cuales más del 91 % se ubicaban en el departamento de La Paz. El mismo censo evidenció limitaciones en el manejo técnico del cultivo, así como una alta incidencia de plagas y enfermedades, entre ellas la broca, la roya y el ojo de gallo, factores que afectan la productividad, la calidad del grano y la competitividad del sector.

Potencial comercial

La producción de café más conocida, y de las cuales se tiene una mayor cantidad de información, se concentra en la región norte del departamento de La Paz; en particular en tres provincias de la mancomunidad de los Yungas, Caranavi, Chulumani e Irupana. Esta producción se destina al mercado nacional y la variedad mejorada se exporta hacia los Estados Unidos y Europa.

Según datos preliminares del Instituto Nacional de Estadística (INE), Bolivia produjo en la gestión 2023-2024 un total de 23.064 toneladas métricas de café en grano, proveniente de una superficie cultivada total en el periodo de 25.119 hectáreas (ha), con un rendimiento agrícola promedio de 918 kg/ha. El estudio de los sistemas de producción de Caranavi, Chulumani e Irupana, pone en evidencia que el norte de La Paz dispone de enormes ventajas comparativas para la producción de café orgánico. El clima tropical húmedo y la práctica del riego limitan el desarrollo de las enfermedades; a la vez que favorecen la cosecha de granos de calidad excepcionales. (da Silva et al., 2018).

La exportación de café de la región mencionada ha experimentado distintos grados de éxito dependiendo de la gestión de las empresas o asociaciones de productores y el soporte de instituciones de apoyo a los exportadores. No obstante, para el sector cafetalero, el objetivo es aumentar las exportaciones a los países desarrollados debido a la falta de aprovechamiento de oportunidades que aún se presentan en la actualidad.

El impacto de las características territoriales se refleja, sin duda, en sus aspectos sensoriales, donde se evalúan los perfiles de sabor y aroma mediante análisis sensoriales realizados por catadores expertos. Se identifican notas características como chocolate, frutas tropicales, flores y caramelo en los cafés bolivianos. A su vez, se destaca la acidez brillante y el cuerpo sedoso que aportan a la taza (Campos et al., 2021). Además de la caracterización del café boliviano, se exploran las oportunidades y desafíos para su promoción y comercialización tanto en el mercado nacional como en el internacional, resaltando la importancia de la calidad, la sostenibilidad y la trazabilidad como factores clave para posicionar al café boliviano en el mercado global.

En este contexto el presente estudio pretende evidenciar el valor y potencial del café boliviano como producto de alta calidad, resaltando la importancia de su producción sostenible y el reconocimiento de su origen. Estos hallazgos pueden servir como base para futuras investigaciones y acciones que promuevan y fortalezcan la industria cafetera en Bolivia.

Metodología

La base metodológica de trabajo fue el estudio exploratorio, debido a que no se cuenta con mucha información relacionada con la caracterización productiva y comercial de café en Bolivia, por lo que se tuvo que desarrollar procesos de recolección de información primaria y secundaria específicos. Una vez se obtuvieron los datos necesarios se procedió a realizar un análisis de tipo descriptivo.

El enfoque de la investigación fue mixto, siguiendo la propuesta de Hernández et al. (2014), quienes recomiendan encaminar este tipo de trabajos con datos cualitativos y cuantitativos. Ambos tipos de datos fueron sistematizados y analizados con el objetivo de obtener información relevante para el estudio, lo que permitió una comprensión integral de la importancia productiva, económica y comercial del café en Bolivia. La metodología se estructuró en varias etapas operativas clave, las cuales se describen en la figura siguiente:

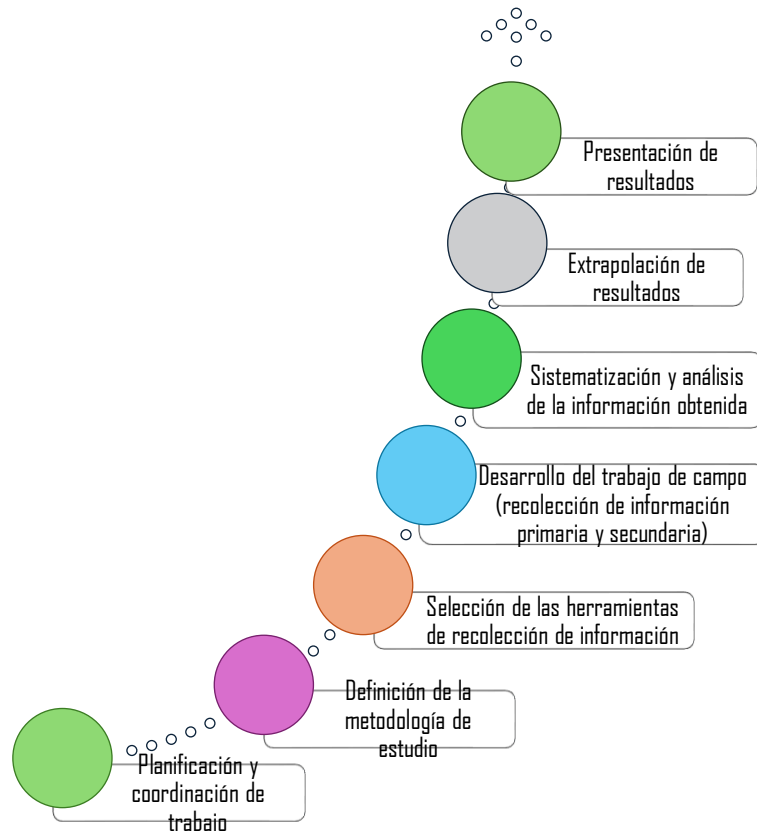


Figura 1. Metodología de trabajo

En ese sentido, teniendo en cuenta la programación presentada, se realizó el levantamiento de información primaria y secundaria, cuyo detalle se describe a continuación.

Recolección de información

La recolección de información se llevó a cabo utilizando una combinación de fuentes secundarias y primarias: se realizó una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre el café en Bolivia y su contexto global. Se consultaron informes y estadísticas de organismos estatales como el INE, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la Organización Mundial de la Salud (OMS) y el Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras de Bolivia. Además, se revisaron libros especializados, para comparar y contextualizar las técnicas de cultivo y manejo del café en Bolivia.

Sobre las fuentes primarias, se realizaron encuestas a actores clave del eslabón comercial de la cadena productiva del café en Bolivia, incluyendo beneficiadores, comercializadores y cadenas de supermercados que operan en el departamento de Cochabamba. El objetivo de las encuestas fue identificar los desafíos y oportunidades del sector, así como comprender el impacto comercial del café. Para la selección de los participantes se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia.

Descripción de la operación estadística

Ahora bien, considerando el diseño de las encuestas dirigidas a dos segmentos clave dentro de la cadena de valor del café en Bolivia, se estableció el siguiente alcance temático:

- **Características de la comercialización:** se analiza qué tipo de café se vende con mayor frecuencia, la procedencia del mismo (nacional o importado), y los volúmenes de venta.
- **Factores de demanda y precio:** se identifican los factores que influyen en la selección de marcas y en la determinación de precios.
- **Certificaciones y calidad:** se estudia la percepción de calidad y la presencia de certificaciones como “orgánico” o “comercio justo”.
- **Desafíos y oportunidades:** se evalúan los problemas que enfrentan los comercializadores y supermercados en la venta de café y las mejoras sugeridas para el sector.

Cobertura geográfica y temporal

La cobertura geográfica de la encuesta fue a nivel local y se realizó vía web considerando el área de actividad económica de los entrevistados dentro el municipio de Cochabamba. Asimismo, los procesos de recolección de información se realizaron durante un periodo aproximado de 20 días en el mes de agosto 2024.

Análisis económico-productivo

El análisis económico-productivo tuvo como objetivo caracterizar integralmente la producción nacional de café en Bolivia, considerando aspectos clave como los ciclos de producción, los volúmenes anuales obtenidos, la superficie cultivada y sus variaciones a lo largo del tiempo. Para ello se recurrió a fuentes oficiales, principalmente datos del INE, complementados con informes económicos sectoriales.

Asimismo, se analizaron los volúmenes de importación de café, la evolución de los precios en el mercado interno y externo, los ingresos generados por concepto de exportaciones. El análisis también incluyó la estimación de la Demanda Total Aparente (DTA), calculada en función de la producción nacional, las importaciones y exportaciones, permitiendo identificar la demanda insatisfecha existente en el mercado interno, lo cual aporta insumos clave para el diseño de políticas de fomento a la producción y la sustitución de importaciones.

Para el cálculo de demanda total aparente se empleará la siguiente ecuación (1).

$$D_t = C_{pc} * N_o \quad (1)$$

Donde:

- D_t = Demanda total aparente.
- C_{pc} = Consumo per cápita.
- N_o = Población objetivo.

Por otro lado, la determinación de demanda insatisfecha se calculará empleando otra ecuación (2).

$$D_i = D_t - O_t \quad (2)$$

Donde:

- D_t = Demanda insatisfecha aparente.
- D_t = Demanda total aparente.
- O_t = Oferta total aparente del producto “X” en el mercado “Y”.

La oferta aparente del producto puede ser encontrada empleando (3).

$$\textit{Oferta aparente} = P_n + I + E \pm \Delta S \quad (3)$$

Donde:

- P_n = Producción nacional.
- I = Importaciones del producto.
- E = Exportaciones realizadas.
- ΔS = Variación de stock.

Finalmente, para los cálculos de proyección de demanda se recurrirá al método de regresión lineal (4).

$$y = ax + b \quad (4)$$

Donde:

- y = Población proyectada el año “n”.
- a = Pendiente de la curva (tasa de crecimiento constante por año).
- x = Número de año a proyectar (1 - n).
- b = Coordenada de intersección en “y”.

Es necesario mencionar que para el cálculo de proyección de la población se buscará un coeficiente de correlación múltiple superior al 0,90.

Resultados

Tomando en cuenta todo el proceso de investigación realizado y el levantamiento de información primaria y secundaria en el presente artículo, se pudo obtener diferentes resultados relacionados con el análisis de producción nacional de café, resaltando datos relacionados con la superficie cultivada, los volúmenes de producción y las regiones productoras; además de establecer el potencial comercial en los últimos años.

Dinámica productiva e inserción comercial del café boliviano

Los resultados obtenidos a partir de fuentes secundarias oficiales permiten evidenciar que la caficultura boliviana mantiene una base productiva relevante y sostenida en el tiempo; según datos del INE, en la gestión agrícola 2023-2024 la producción nacional alcanzó un total de 23.064 toneladas métricas de café en grano (Gráfico 1), cultivadas en una superficie aproximada de 25.119 hectáreas, esta evolución representa un crecimiento superior al 75 % desde 1983, lo que confirma la permanencia del cultivo dentro de la estructura agrícola nacional y su importancia para determinados territorios rurales del país.

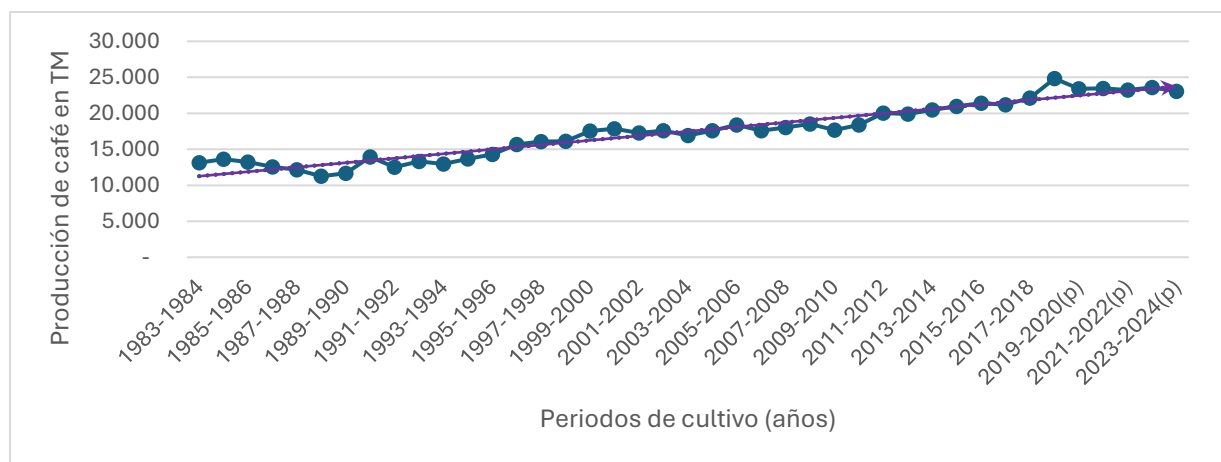


Gráfico 1. Producción Nacional de café (1983-2024) en TM. Nota. Elaboración propia a partir de INE (s.f.-a).

Sin embargo, el aspecto más significativo no se limita al crecimiento productivo, sino a la alta concentración territorial del cultivo: el departamento de La Paz representa aproximadamente el 96 % de la producción nacional (Gráfico 2). Lo anterior confirma la importancia estratégica de los Yungas paceños, donde el municipio de Caranavi sin duda alguna es el referente nacional. Esta concentración permite comprender la relación entre territorio, origen y calidad, elementos fundamentales para el posicionamiento del café boliviano en mercados diferenciados.

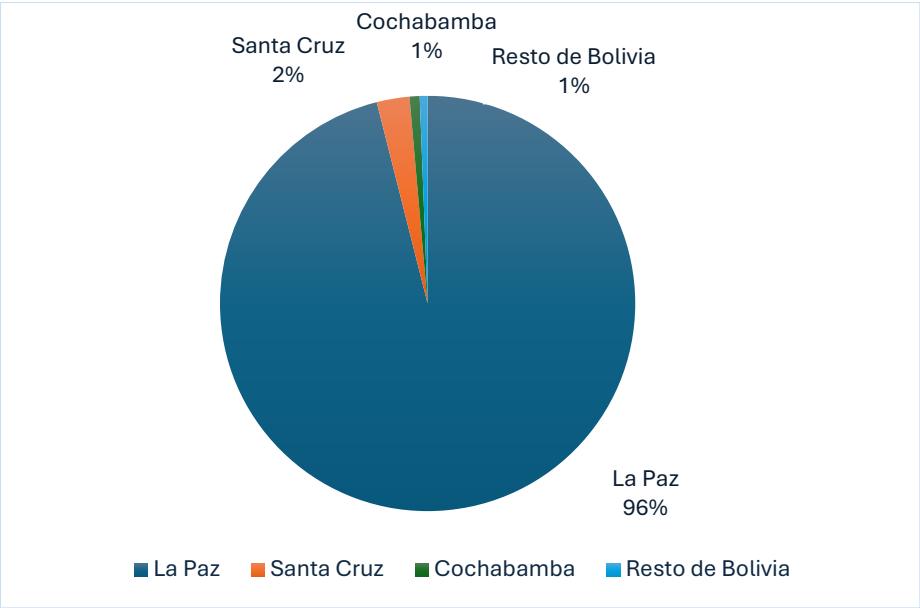


Gráfico 1. Distribución de la producción de café por Departamento, gestión 2023-2024.
Nota. Elaboración propia a partir de INE (s.f.-a).

La relevancia del sector se confirma al comparar el café con otros cultivos clasificados por el INE dentro del grupo de “Estimulantes”, como el cacao y el té. Por ejemplo, en el periodo 2014-2024, el café representó el 76,05 % de la producción acumulada de este grupo (Tabla 1) y registró un crecimiento anual promedio positivo de 1,16 %, a diferencia del cacao, que presentó una variación negativa, y del té, cuyo crecimiento fue marginal. Esta comparación permite afirmar que el café constituye el cultivo de mayor peso productivo dentro de su categoría, no solo por volumen, sino también por su capacidad de sostener una dinámica de crecimiento en el tiempo.

Tabla 1
Participación del café dentro del grupo de cultivos estimulantes en Bolivia

Cultivo	Producción acumulada 2014 - 2024 (TM)	Participación en el grupo de cultivo (%)	Crecimiento anual promedio (2014-2024)	Participación de las exportaciones (%)
Cacao	64.724,66	19,87%	-0,25%	17,77%
Café	247.754,81	76,05%	1,16%	81,71%
Té	13.288,53	4,08%	0,04%	0,52%

Nota. Elaboración propia a partir de INE (s.f.-a).

Desde la perspectiva comercial, la importancia del café se acentúa aún más, debido a que concentra el 81,71 % de las exportaciones acumuladas del grupo de estimulantes durante el periodo 2015-2024. Este resultado evidencia que su relevancia no se limita al ámbito agrícola, sino que también se proyecta hacia el comercio exterior, donde el producto ha logrado mantener una participación destacada frente a otros cultivos de características similares.

Asimismo, la dinámica comercial externa refuerza esta lectura. Durante el periodo 2015-2024, Bolivia mantuvo una balanza comercial positiva (Gráfico 3), en el rubro cafetalero, lo que evidencia que el país exporta sistemáticamente más café del que importa. En 2022 se registró el mayor valor de exportación, con 12,93 millones de dólares americanos FOB, siendo Estados Unidos el principal destino, con aproximadamente el 41 % de las exportaciones acumuladas del periodo analizado. Este comportamiento confirma que el café boliviano cuenta con capacidad de inserción internacional, especialmente en mercados que valoran atributos de origen, calidad y diferenciación.

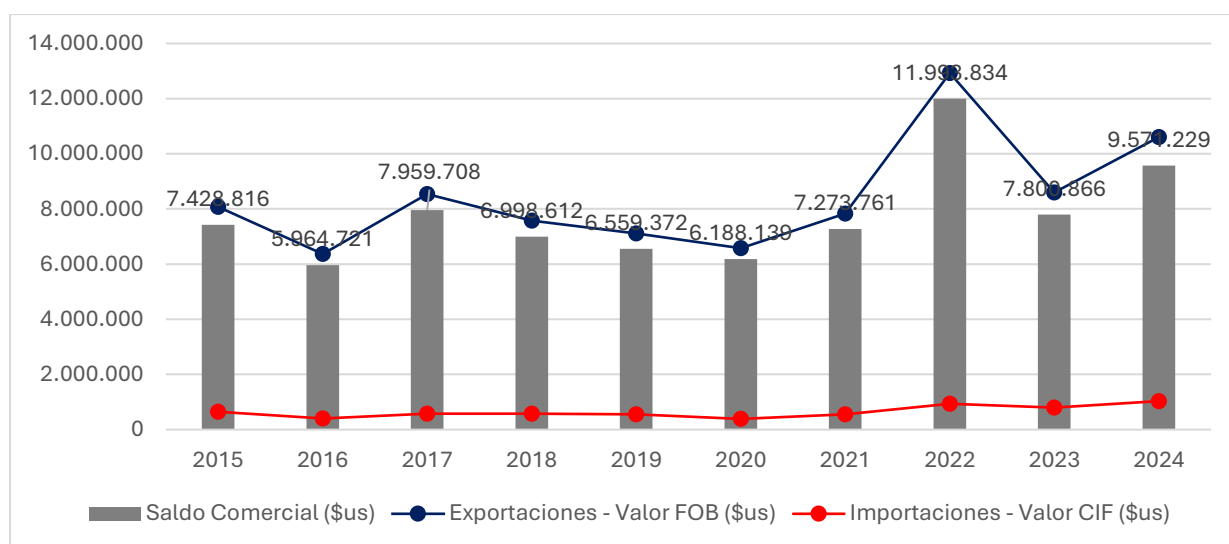


Gráfico 2. Balanza comercial de exportaciones e importaciones de café (2015-2024).

Nota. Elaboración propia a partir de INE (s.f.-b).

En este contexto, el análisis conjunto de producción, importaciones y exportaciones muestra una situación estratégica favorable para el sector cafetalero boliviano. Por un lado, la producción nacional permite sostener excedentes exportables y una balanza comercial positiva; por otro, la presencia de importaciones revela oportunidades para fortalecer la oferta local en segmentos de mayor valor agregado, especialmente mediante procesos de tostado, molido, empaque, certificación, trazabilidad y construcción de marca. Por tanto, el desafío no consiste

únicamente en aumentar la producción o las exportaciones, sino en mejorar la posición del país dentro de la cadena de valor, incrementando la participación de productos diferenciados y reduciendo la dependencia de la venta de materia prima.

Consumo interno y oportunidades para el mercado nacional

El análisis del consumo interno permite identificar una de las principales paradojas del sector cafetalero boliviano: el país cuenta con una base productiva suficiente para generar excedentes exportables, pero el mercado nacional todavía presenta niveles moderados de consumo y una cultura de especialidad en proceso de consolidación, de acuerdo con datos de Helgi Library y la Base de Datos Estadística Corporativa de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAOSTAT), el consumo per cápita de café en Bolivia alcanzó aproximadamente 2,25 kg por año en 2021, con un crecimiento leve respecto a años anteriores tal como se aprecia en el Gráfico 4. Si bien esta tendencia muestra una evolución positiva, el consumo nacional aún se mantiene por debajo de países con mayor tradición cafetera y con mercados internos más desarrollados.

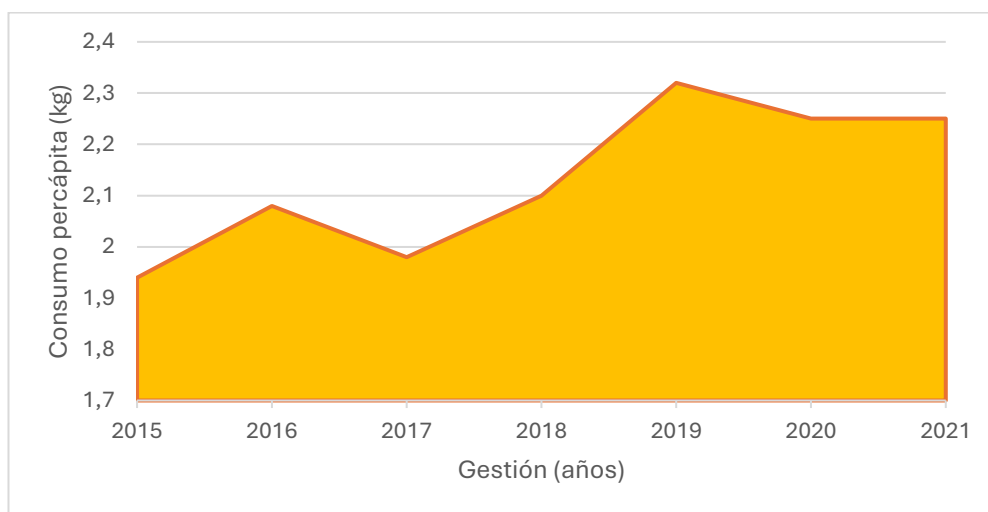


Gráfico 4. Consumo per cápita de café en Bolivia (2015-2021). Nota. Elaboración propia a partir de Helgi Library (2023).

Ahora bien, teniendo en cuenta que la Academia Americana de Pediatría recomienda que los niños menores de 12 años no consuman cafeína, mientras que, para los adolescentes de 12 a 18 años se recomienda limitar el consumo a 100 mg/día, para el cálculo de la demanda aparente de café se tomará en cuenta a personas mayores de 18 años. La Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) sugiere que los adultos deben limitar su consumo a 400 mg/día valor

mucho mayor al consumo per cápita (CPC) en Bolivia y aunque no se ha establecido una edad límite para el consumo de café, expertos sostienen que a partir de los 60 años se debería reducir y controlar mejor su ingesta. Teniendo en cuenta los parámetros mencionados se determinó un valor de demanda total aparente de café en Bolivia para el año 2022 de 14.827.304 kg, tal como se puede apreciar en la tabla siguiente:

Tabla 2

Proyección de demanda total aparente para el consumo de café en Bolivia

	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020	2.021	2.022
Población¹ (18-60 años)	5.709.578	5.833.573	5.958.709	6.084.608	6.210.849	6.337.048	6.463.423	6.589.913
Consumo Per cápita (kg/año)	1,94	2,08	1,98	2,1	2,32	2,25	2,25	2,25
Demanda aparente (kg)	11.076.58	12.133.83	11.798.24	12.777.67	14.409.17	14.258.35	14.542.70	14.827.30
	1	2	4	7	0	8	2	4

Nota. Elaboración propia a partir de INE (s.f.-a).

Al relacionar el consumo per cápita estimado con la población adulta considerada para el análisis, se observa que la demanda aparente interna resulta inferior a la producción nacional disponible. Esta diferencia permite explicar la orientación exportadora del sector; no obstante, también muestra que el mercado interno aún tiene margen para crecer, especialmente si se impulsan estrategias de diferenciación, promoción del consumo local y fortalecimiento de marcas nacionales.

Caracterización del consumidor habitual de café en Bolivia

Si bien el consumo de café en Bolivia es habitual para gran parte de la población, no se tienen estudios detallados del perfil de consumidor habitual de café. Por tanto, se tuvo que recurrir a diferentes fuentes como sitios web, que realizaron análisis particulares sobre algunas características básicas del perfil del consumidor potencial, resumidas en el cuadro siguiente:

Tabla 3

Caracterización del consumidor habitual de café

Aspecto	Descripción
---------	-------------

¹ Para el cálculo de demanda aparente se optó por las proyecciones de población generadas por el INE en el periodo 2015-2022.

Rango de edad	Predominantemente adultos jóvenes entre 30 a 44 años, aunque también se observa interés en mayores de 45 años
Género	Consumo equilibrado entre hombres y mujeres, con un leve predominio masculino en ciertas zonas
Ocupación	Profesionales y trabajadores de oficina, así como emprendedores y estudiantes universitarios
Lugar de residencia	Mayor consumo en áreas urbanas, principalmente en ciudades como La Paz, Santa Cruz y Cochabamba
Nivel económico	Clase media a alta; consumidores interesados en opciones de café de mayor calidad y diversidad
Hábitos de consumo	Principalmente en el hogar (77 %), durante la mañana como parte de un ritual de inicio del día. También crece el consumo fuera del hogar en cafeterías
Preferencias	Variedad de opciones según el tipo de café (soluble, filtrado, expreso), con una valoración creciente por atributos como aroma, origen y calidad
Frecuencia	Promedio de 30 tazas por trimestre, con un aumento sostenido del consumo en los últimos años

Nota. Elaboración propia a partir de Toledo (2009) y Molina (2022).

Hallazgos del eslabón comercial del café en Cochabamba

La información primaria obtenida mediante encuestas semiestructuradas a comercializadores y supermercados de la ciudad de Cochabamba permitió identificar tendencias relevantes sobre la forma en que el café boliviano se distribuye, valoriza y posiciona en el mercado interno. Por otra parte, debido al carácter exploratorio del estudio y al uso de un muestreo no probabilístico por conveniencia, los resultados no buscan representar estadísticamente a todo el sector, sino aportar evidencia inicial sobre las dinámicas comerciales asociadas a la calidad, el origen, la agregación de valor y los canales de distribución.

Los actores consultados señalan una predominancia del café tostado, tanto en grano como molido, dentro de la oferta comercial, este resultado sugiere que una parte importante del producto que llega al consumidor incorpora procesos de transformación posteriores a la producción primaria, especialmente tostado, molido, envasado y presentación comercial. Desde la perspectiva de la cadena de valor, este aspecto es relevante porque evidencia oportunidades para incrementar el valor agregado del producto nacional y fortalecer marcas locales vinculadas al origen y a la calidad.

En relación con la procedencia, los comercializadores encuestados indicaron que adquieren principalmente producto nacional, con una participación destacada de proveedores de La Paz y Cochabamba. Este hallazgo es coherente con la estructura productiva del país,

donde los Yungas paceños concentran la mayor parte de la producción cafetalera; asimismo, refuerza la importancia del origen territorial como atributo comercial, especialmente en mercados donde la trazabilidad, la identidad regional y los perfiles sensoriales diferenciados adquieren mayor relevancia.

Respecto a los clientes principales, las cafeterías (33 %) y los minoristas (29 %) aparecen como los canales más representativos dentro de las respuestas obtenidas. Esto sugiere que el mercado interno se articula en gran medida mediante relaciones comerciales de tipo *Business to Business* (B2B), donde las cafeterías cumplen un rol estratégico no solo como puntos de venta, sino también como espacios de educación del consumidor y promoción de nuevas formas de consumo.

Los resultados obtenidos muestran una orientación clara hacia la calidad como ventaja competitiva pues casi la mitad de los comercializadores (46,7 %) buscan café de calidad superior, con trazabilidad, atributos sensoriales sobresalientes y posiblemente puntuaciones Specialty Coffee Association (SCA) superiores a 80 puntos, que corresponden a café de especialidad. A su vez, es necesario mencionar que este perfil de demanda está en concordancia con tendencias internacionales, donde el consumidor exige mayor calidad y experiencia sensorial, tal como se aprecia en el gráfico siguiente:

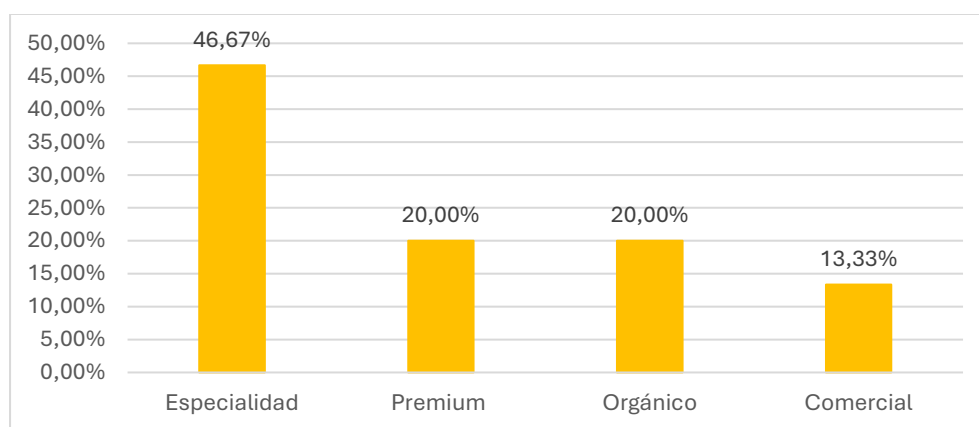


Gráfico 5. Calidad de café requerida para la comercialización. Nota. Elaboración propia a partir de datos de la encuesta a comercializadores de café (2024).

En cuanto a los canales de distribución, la venta directa continúa siendo una modalidad predominante entre los actores consultados, representando el 50 % del total de encuestas realizadas. Si bien este canal favorece una relación más cercana con clientes y consumidores; también puede limitar el alcance comercial cuando no se complementa con estrategias de distribución formal, presencia en supermercados, comercio digital o alianzas con cafeterías

especializadas. Por su parte, la baja presencia de canales digitales (7,14 %) representa una oportunidad para ampliar mercados, mejorar la visibilidad de marcas locales y conectar a productores, tostadores y consumidores finales. El siguiente cuadro, sintetiza los principales hallazgos del eslabón comercial analizado:

Tabla 4

Síntesis de hallazgos del eslabón comercial del café en Cochabamba

Variable analizada	Hallazgo principal	Interpretación para la cadena de valor
Tipo de producto comercializado	Predomina el café tostado, en grano o molido	Existe agregación de valor posterior a la producción primaria
Procedencia del producto	Predomina el café nacional, principalmente de La Paz y Cochabamba	El origen territorial constituye un atributo comercial relevante
Clientes principales	Cafeterías y minoristas	El mercado interno se articula principalmente mediante canales B2B
Calidad requerida	Se valora la calidad superior, el origen y la trazabilidad	Existe potencial para fortalecer el segmento de especialidad
Canales de distribución	Predomina la venta directa	Hay oportunidades para mejorar logística, distribución formal y comercio digital
Factores que determinan el precio	Calidad y procedencia	El precio se asocia a atributos diferenciales, no solo al volumen ofertado

Nota. Elaboración propia a partir de encuesta a comercializadores de café (2024).

Desafíos que enfrenta la comercialización de café en Bolivia

Teniendo como base de análisis las respuestas emitidas por los supermercados y comercializadores de café consultados a la pregunta: ¿Cuáles son los mayores desafíos que enfrenta en la comercialización de café en Bolivia?, se puede establecer que los comercializadores de café en Bolivia enfrentan desafíos estructurales y coyunturales que abarcan diferentes aspectos como: la dependencia del transporte terrestre para la distribución del producto, hace que los bloqueos y conflictos sociales eleven los costos de distribución, retrasen entregas y generen incertidumbre en la cadena de suministro. Además, la falta de políticas económicas claras y la informalidad en el sector dificultan el acceso a mercados estructurados, afectando tanto a productores como a comercializadores.

El manejo técnico del cultivo influye en la calidad y estabilidad del abastecimiento del café. La falta de capacitación y tecnificación en los sistemas de producción puede generar variaciones en la calidad del grano, afectando la competitividad del producto en el mercado.

Asimismo, la competencia informal se presenta como un desafío que afecta a comercializadores formales, ya que actores fuera del marco regulatorio pueden ofrecer precios más bajos sin cumplir con normativas de calidad y tributación. Esto genera una distorsión en el mercado y reduce la capacidad de los comercializadores formales para competir en igualdad de condiciones, esto sumado a la escasa cultura del café de especialidad reducen el potencial de expansión del mercado.

Cambios y/o mejoras sugeridas para el sector cafetalero en Bolivia

A partir de las respuestas emitidas por los encuestados a la pregunta: ¿Qué mejoras o cambios sugeriría para mejorar el sector cafetalero en Bolivia?, se pudo sistematizar la información y presentar los siguientes resultados.

Existe preocupación por parte de los comercializadores en la base productiva del sector, quienes reconocen que la calidad del producto comienza en la finca y, sin inversiones en formación técnica ni modernización del equipamiento, no se puede garantizar un café competitivo. Existe consenso en que el consumo interno es bajo y el consumidor boliviano no valora el producto local, por lo que es urgente trabajar en marketing, educación y cultura del café, mediante eventos, degustaciones y marketing con enfoque estratégico. Finalmente, se propone desarrollar alianzas culturales y educativas desde el ámbito privado y no esperar que el Estado resuelva los problemas del sector.

Discusión

Los resultados obtenidos permiten establecer que el café boliviano, particularmente el producido en la región de los Yungas del departamento de La Paz, posee un alto potencial productivo y comercial, respaldado tanto por sus condiciones agroecológicas únicas como por una tradición cafetalera consolidada. Este hallazgo se alinea con estudios previos (Torrico-Albino et al., 2019; da Silva et al., 2018) que destacan la ventaja competitiva de Bolivia en la producción de cafés especiales, gracias a sus altitudes elevadas, sombra natural y prácticas tradicionales.

Uno de los principales aportes de esta investigación ha sido evidenciar, con base en datos oficiales y encuestas a actores de la cadena de valor, que la producción nacional de café no solo satisface la demanda interna, sino que genera excedentes significativos destinados a la exportación. Este hecho, confirmado por el superávit comercial sostenido (INE, s.f.-b), contrasta con la percepción extendida de que Bolivia es un país importador neto de alimentos

y bebidas procesadas, y refuerza el argumento de que el café puede constituirse en un motor de desarrollo rural sostenible.

El estudio también muestra un crecimiento sostenido tanto en la superficie cultivada como en los volúmenes de producción, lo cual sugiere una recuperación progresiva del sector tras décadas de estancamiento. No obstante, persisten desafíos estructurales importantes, como la informalidad comercial, la limitada tecnificación del cultivo, la falta de políticas públicas integrales y la débil cultura del consumo interno de café de calidad. En este sentido, coincidiendo con Campos et al. (2021), se reafirma que la sostenibilidad del sector cafetalero boliviano dependerá de su capacidad para integrar criterios de calidad, trazabilidad y diferenciación sensorial.

La caracterización del consumidor boliviano permite comprender que si bien existe una preferencia creciente por cafés de especialidad y transformados (tostados y molidos), la demanda aún es incipiente en términos de volumen y frecuencia, ubicando a Bolivia en una posición intermedia en los rankings de consumo per cápita. Este hallazgo ofrece una oportunidad estratégica para trabajar en campañas de promoción, educación del consumidor y fortalecimiento de marcas locales, como parte de un enfoque de desarrollo de mercado interno.

Desde una perspectiva metodológica, la combinación de fuentes secundarias y encuestas dirigidas a actores clave del comercio del café permitió construir un panorama integral del estado actual del sector. Sin embargo, debe reconocerse como limitación que la muestra utilizada fue de carácter no probabilístico, lo que podría afectar la representatividad estadística de algunos hallazgos. A futuro se recomienda complementar este enfoque con estudios cualitativos en profundidad y encuestas ampliadas a consumidores finales y productores primarios.

Finalmente, este trabajo sienta las bases para futuras investigaciones orientadas a cuantificar el valor agregado en los eslabones de tostado y comercialización, analizar la rentabilidad comparativa con otros cultivos tradicionales (como el té o el cacao), y diseñar estrategias de política pública que posicionen al café boliviano como un producto emblemático del país en los mercados internacionales.

Conclusiones

El presente estudio demuestra que el café boliviano constituye un recurso estratégico con un valor productivo, económico y social de alta relevancia, sustentado en condiciones agroecológicas singulares y en una tradición cafetalera consolidada en los Yungas de La Paz, región que concentra el 96 % de la producción nacional. La evidencia empírica muestra un

crecimiento sostenido de la producción y superficie cultivada durante las últimas tres décadas, alcanzando en la gestión 2023-2024 un total de 23.064 toneladas y 25.119 ha, respectivamente. A ello se suma un superávit comercial estructural con exportaciones que superaron los 12,9 millones de dólares FOB en 2022, consolidando al café como el cultivo de mayor importancia dentro del grupo de “estimulantes” en Bolivia.

Pese a estos logros, el consumo interno continúa siendo bajo en comparación internacional (2,25 kg/ha/año), lo que revela un desafío y, al mismo tiempo, una oportunidad estratégica para desarrollar el mercado local. La encuesta aplicada a actores comerciales confirma que la calidad y el origen del producto son los principales determinantes del precio, lo que resalta la necesidad de fortalecer la trazabilidad, la diferenciación sensorial y la certificación de origen como mecanismos de competitividad en mercados globales.

Entre los principales retos se identifican la informalidad, la limitada tecnificación en la base productiva, los problemas logísticos vinculados a la conflictividad social y la débil cultura de consumo de cafés de especialidad. Superar estas limitaciones exige la implementación de políticas públicas integrales, alianzas público-privadas y programas de formación técnica orientados a mejorar la productividad y la sostenibilidad.

En términos académicos, este estudio aporta una caracterización actualizada del sector cafetalero boliviano desde un enfoque mixto, integrando datos estadísticos oficiales y evidencia primaria. Sus hallazgos constituyen un insumo para la investigación comparativa con otros cultivos estratégicos; así como para el diseño de políticas de fomento al consumo interno, la agregación de valor y la inserción competitiva en mercados internacionales. De esta manera, el café boliviano se perfila no solo como un producto de exportación, sino como un eje estratégico para el desarrollo económico y social sostenible del país.

En conclusión, el café boliviano posee un potencial considerable no solo como producto de exportación, sino también como motor de desarrollo local, siempre y cuando se implementen políticas públicas y privadas orientadas a la mejora de la calidad, la tecnificación productiva, la formalización del comercio y la valorización del consumo interno. Este trabajo sienta las bases para futuras investigaciones que aborden comparativamente la rentabilidad del café frente a otros cultivos estratégicos (como té y cacao), así como para estudios que profundicen en el impacto socioeconómico del sector cafetalero en las comunidades rurales bolivianas.

Referencias

- Alvarado, M. y Rojas, G. (2007). *El cultivo y beneficiado del café*. EUNED.
- Arcila, P., Farfán, V., Moreno, B., Salazar, G. & Hincapie, G. (2007). *Sistemas de producción de café en Colombia*. Cenicafé.
- Campos, J.-A., Murga, N., Rituay, P. y García, L. (2021). Sostenibilidad del café: revisión sistemática de la literatura. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(95), 943-961.
<https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.95.30>
- Daviron, B. & Ponte, S. (2005). *The Coffee Paradox: Global Markets, Commodity Trade and the Elusive Promise of Development*. Zed Books.
- Helgi Library. (2023, 29 de octubre). *Coffee Consumption per Capita in Bolivia*.
<https://www.helgilibrary.com/indicators/coffee-consumption-per-capita/south-america>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2018). Capítulo 1. Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. En *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1ª ed.). McGraw Hill.
- Herrera, J. y Cortina, H. (2013). Taxonomía y clasificación del café. En Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, *Manual del cafetero colombiano: Investigación y tecnología para la sostenibilidad de la caficultura* (Vol. 1, pp. 117-121). Cenicafé.
- INE. (s.f.-a). *Cuadros estadísticos*. <https://www.ine.gob.bo/index.php/estadisticas-economicas/agropecuaria/agricultura-cuadros-estadisticos/>
- INE. (s.f.-b). *Comercio Exterior*. <http://web3.ine.gob.bo:8082/comex/Main>
- MDRyT. (2012). *Resultados del Censo nacional del Café del 2011/2012*. MDRyT.
- Molina, C. (2022, enero 18). *¿Quiénes son los tomadores de café?* Ágora. Laboratorio de Ciudadanía. <https://www.carloshugomolina.com.bo/quienes-son-los-tomadores-de-cafe/>
- Silva, F., Morinigo, K., Guimarães, N., Gallo, A., de Souza, M., Stolf, R. y Fontanetti, A. (2018). Shade Trees Spatial Distribution and Its Effect on Grains and Beverage Quality of Shaded Coffee Trees. *Journal of Food Quality*.
<https://doi.org/10.1155/2018/7909467>
- Soux, M. (2016). Apuntes para una historia del café en los yungas paceños. *Historia*, 37, 43-74.
- Toledo, Y. (2019, octubre 1). *Día del café: En Bolivia se registra un crecimiento en su consumo*. Negocios Press. <https://negociospress.com.bo/dia-del-cafe-en-bolivia-se-registra-un-crecimiento-en-su-consumo/>

Torrico-Albino, J., Jürgen, H. y Quispe, J. (2019). Estado del arte y demanda formativa para la revitalización de cafetales en los yungas de Bolivia. *Journal de Ciencia y Tecnología Agraria*, 9(1), 28-41.
http://revistasbolivianas.umsa.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2072-14042019000100004&lng=es&nrm=iso