UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
UNIDAD ACADEMICA PROFESIONAL TEJUPILCO

LA COMPETITIVIDAD DEL CAFÉ (Coffea arábica L.) EN MÉXICO

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTA:

KENNIA HERNÁNDEZ CASILLAS

NÚMERO DE CUENTA: 1844033

DIRECTOR DE TESIS:

DR. FELIPE DE JESÚS GONZÁLEZ RAZO

COASESORA:

DRA. MARÍA DEL CARMEN DOMÍNGUEZ RAMÍREZ

TEJUPILCO, MÉXICO, ABRIL DEL 2026

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS 6
I. INTRODUCCIÓN 7
1.1 Planteamiento del problema 10
1.2 Objetivos 13
1.2.1 Objetivo general 13
1.2.2 Específicos 13
1.3 Hipótesis 13
II. MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL 14
a. Historia del café en México 14
2.2. Tipos de café en México 16
2.3. Estados productores de café 17
2.4. Comercialización del café en México 18
2.5. Proceso y costos de producción del café 20
Etapas del proceso de producción del café 20
a) Preparación del terreno, siembra, proceso y comercialización 20
b) Mantenimiento y cuidado de las plantas 22
c) Producción sostenible y métodos ecológicos 24
2.6. Concepto de costo y gasto 25
2.7.-Clasificación de costos 26
a) Costos de producción 26
b) Costos de distribución 26
c) Costos de administración 26
2.8. Costos fijos y variables 27
2.8. Definición de competitividad 28
2.9. La diferenciación 30
III. MATERIALES Y MÉTODOS 33
3.1. Tipo de investigación 33
3.1.1 Por su propósito 33
3.1.2 Por su nivel 34
3.1.3 Por su enfoque 34

3.2. Diseño de la investigación 35
3.3 Variables de estudio..... 36
3.4 Fuentes de información..... 37
3.5 Recursos utilizados 38
3.6 Herramienta para el levantamiento de la información 39
3.7 Instrumentos de medición de la competitividad 40
a) La Participación en el Mercado Mundial (PMM)..... 40
b) El Coeficiente de Ventaja Comparativa Revelada (CVCR) 40
IV PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS..... 42
4.1. Exportaciones mundiales de café 42
4.2. Exportaciones mundiales de café en volumen..... 42
4.3. Exportaciones mundiales en valor 45
4.4. Importaciones mundiales en valor 49
4.5. Importaciones mundiales de café en volumen..... 52
4.6 Participación en el mercado mundial..... 55
4.7. Participación del mercado en las importaciones de Estados Unidos.. 56
4.8. Coeficiente de ventaja comparativa revelada (CVCR) 56
V. CONCLUSIONES..... 58
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla	Contenido	Página
Tabla 1	Exportaciones de café totales de principales países en volumen (toneladas), 2010-2023.	**43**
Tabla 2	Participación en el mercado mundial y tasa de crecimiento media anual de los principales países exportadores de café en volumen (toneladas), 2010-2023.	**44**
Tabla 3	Exportaciones de café totales de principales países en valor (Miles de USD), 2010-2023.	**46**
Tabla 4	Participación en el mercado mundial y tasa de crecimiento media anual de los principales países exportadores de café en valor (Miles de USD), 2010-2023.	**48**
Tabla 5	Importaciones de café totales de principales países en valor (Miles de USD), 2010-2023	**49**
Tabla 6	Participación en el mercado mundial y tasa de crecimiento media anual de los principales países importadores de café en valor (Miles de USD), 2010-2023	**51**
Tabla 7	Importación de café totales de principales países en cantidad (Toneladas), 2010-2023	**52**
Tabla 8	Participación en el mercado mundial y tasa de crecimiento media anual de los principales países importadores de café en cantidad (Toneladas), 2010-2023	**54**
Tabla 9	Participación en el mercado mundial como porcentaje del valor de las exportaciones de café (%)	**55**
Tabla 10	Participación en el mercado mundial como porcentaje del volumen de las exportaciones de café (%)	**55**
Tabla 11	Valor de las exportaciones de Estados Unidos a Brasil, Colombia y México (%)	**56**
Tabla 12	Coeficiente de la ventaja comparativa revelada en las exportaciones de café de México, Brasil, Colombia y Vietnam. (Millones de USD)	**57**

I. INTRODUCCIÓN

El café es una bebida que se ha popularizado a lo largo del tiempo debido a su característico sabor y aroma, los cuales se han arraigado profundamente en la cultura de diversas sociedades desde tiempos remotos. En Mexico, esta bebida forma parte del día a día de muchas personas, quienes acostumbran a comenzar su día o jornada con una taza de café antes de dirigirse al trabajo, o antes de salir de casa para realizar alguna actividad, como ir a la escuela o trabajos de hogar (Herrera, 2017).

El café se ha posicionado como una de las bebidas más consumidas en el mundo en los últimos años; en este sentido, para la temporada 2024-2025 se estimó un consumo aproximado de 170.6 millones de sacos, destacando como principales regiones y países consumidores de la Unión Europea, Brasil, Japón y Filipinas, los cuales son países que forman una parte con mucha importancia en la demanda global del café (Anacafe, 2024).

En los últimos años, el consumo global de café ha mostrado una tendencia que va en creciente. Durante el periodo 2021-2022, el consumo mundial llego a superar los 168.5 millones de sacos de café, siendo los mercados consolidados como Europa, Japón y América del Norte responsables de más de la mitad de este consumo. Este incremento en la demanda ha impulsado una expansión constante en la producción y las exportaciones dentro del sector cafetalero, fortaleciendo su relevancia económica a nivel internacional (Coffee Barometer, 2023).

El comercio desempeña un papel fundamental en el impulso del desarrollo económico tanto a nivel mundial como dentro de cada nación, generando beneficios para todos los actores involucrados. Por un lado, los consumidores tienen acceso a una mayor variedad de productos; por otro lado, la competencia entre bienes nacionales e importados favorece la reducción de precios y el mejoramiento de la calidad. Asimismo, la disminución o eliminación de barreras comerciales permite

que los productores más eficientes compitan en condiciones similares con aquellos de otros países.

De acuerdo con la Organización Internacional del Café (ICO, 2018), durante la cosecha correspondiente al periodo 2016-2017, el 73.5% de la producción mundial de café se concentró en 5 países: Brasil (35.74%), Vietnam (16.57%), Colombia (9.42%), Indonesia (7.47%) y Etiopia (4.29%). En este mismo contexto, nuestro país México ocupo la décimo primera posición a nivel mundial, con una participación de 2.01% en la `producción global, equivalente a aproximadamente 3.1 millones de sacos, lo que representó un incremento del 11.29% en comparación con la cosecha del periodo anterior.

De acuerdo con Hernández (2024), México es un país que se caracteriza por su amplia diversidad geográfica y climática, condiciones que han favorecido su posicionamiento como uno de los principales productores de café a nivel mundial. Estados como Chiapas, Veracruz y Oaxaca destacan por la alta calidad de sus granos de café y por su importante contribución a la producción nacional. No obstante, otras regiones del país, como el Estado de México, también han comenzado a integrarse a la actividad cafetalera, participando tanto en el mercado nacional como en el internacional.

En este sentido, el Estado de México, durante el año 2014, se posicionó como el duodécimo productor de café del país, con una producción de más de 427 toneladas, lo que represento aproximadamente el 0.04% del total nacional. Este volumen fue 0.8% mayor al registrado en el año anterior, aunque solo alcanzo el 18.57% del máximo histórico obtenido en 2003, cuando la producción supero las 2300 toneladas. En este sentido, durante el periodo comprendido de 2000 y 2014, la producción cafetalera en la entidad presento una tasa promedio anual de crecimiento (TCMA) negativa de 1.63%, inferior a la registrada a nivel nacional. Esta situación evidencia la relevancia de la actividad en el estado, ya que, a pesar de su

lento crecimiento, muestra señales de recuperación en comparación con el contexto nacional (González, 2019).

México ha sido considerado tradicionalmente como un productor de café de menor calidad en comparación con otros países; sin embargo, el país cuenta con condiciones favorables e incluso con una vocación natural para la producción de café de especialidad, esto se debe a diversos factores: tenemos en primer lugar, una gran parte de la producción nacional se desarrolla bajo sistemas de sombra y en condiciones orgánicas, gracias a la protección que brindan las selvas y ecosistemas donde se cultiva la mayor parte del café en el país; en segundo lugar, alrededor del 92% de los caficultores mexicanos poseen parcelas menores a cinco hectáreas, lo que caracteriza a la producción como predominantemente de pequeña escala (González et al., 2019).

Asimismo, como señalan Escamilla y Díaz (2016), la limitada disponibilidad de capital para invertir reduce el uso de variedades hibridas y agroquímicos, lo que favorece prácticas de manejo más naturales y acordes con la creciente demanda mundial de alimentos saludables (González et al., 2019).

1.1 Planteamiento del problema

El café es considerado una de las materias primas más relevantes dentro de la economía mundial; en este sentido, para numerosos países en desarrollo, las exportaciones de este producto constituyen una fuente esencial de ingresos en divisas, llegando a representar en algunos casos más del 80% de sus ingresos provenientes del comercio exterior (Asociación Bancaria de Guatemala, 2012).

La producción cafetalera posee una gran importancia tanto económica como social, además de desempeñar un papel significativo en el ámbito ambiental. Esto se debe a que el cultivo del café generalmente se realiza bajo sistemas que conservan una cobertura vegetal constante sobre el suelo, lo que contribuye a disminuir los problemas de erosión. La suma de los beneficios económicos, sociales y ambientales que generan este cultivo hace necesario que los actores involucrados en el sector impulsen estrategias e incentivos que favorezcan su competitividad y crecimiento económico. En este sentido, la implementación de tecnologías más eficientes en fertilización y manejo de las condiciones climáticas será fundamental para incrementar la productividad del café en los países en desarrollo y contribuir al equilibrio de la economía mundial.

La producción de café en México constituye una actividad de gran importancia tanto en el ámbito económico como en el ámbito social ya que involucra más de 515 mil productores que se encuentran ubicados en 480 municipios pertenecientes a 15 entidades federativas Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria (CEDERSSA) (2019). No obstante, a pesar de su relevancia una gran parte de los productores no cuentan con la suficiente información y los detalles sobre costos de producción en sus distintas etapas (cereza, pergamino y tostado) lo cual funge como un obstáculo o limitante para la toma de decisiones financieras (García, 2023).

El mercado internacional del café se caracteriza por su alto nivel de competitividad, lo que obliga a los productores mexicanos a enfrentar diversas condiciones adversas. Entre estas se destaca el incremento en el costo de los fertilizantes, el

cual ha pasado de representar el 10% al 20% del costo total de producción en los últimos años (Sadeghian, 2008). Asimismo, en muchas zonas cafetaleras, la fertilización se lleva a cabo de manera inadecuada o irregular debido a la carencia de programas de asistencia técnica, situación que repercute negativamente en la producción de café Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentacion (FAO) (2024).

Otro reto significativo es la limitada modernización de los sistemas de producción; en la mayoría de los estados productores, las técnicas empleadas continúan siendo tradicionales, con bajos niveles de mecanización y escasa inversión en la renovación de cafetales (Leguizamo et al., 2023); además, la falta de programas enfocados en la mejora genética, junto con la dependencia de métodos convencionales, reduce la capacidad de los productores para competir en mercados que demandan productos con mayor valor agregado (López, 2007).

En este sentido, las instituciones gubernamentales responsables de generar información sobre la producción y comercialización del aromático, como el Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP), los Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA) y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), no disponen de datos que ayuden a determinar el nivel de competitividad del café, tales como costos de producción confiables y estrategias que ayuden a agregarle mayor valor al producto, en las diferentes entidades productoras del país (SIAP, 2024).

El café es un producto agrícola ampliamente apreciado a nivel mundial, cuya producción implica diversos aspectos que los cafeticultores deben identificar y controlar adecuadamente, aunado a la diferenciación del producto, lo cual les permita añadirle mayor valor agregado al mismo; de esta manera, se busca hacer

un uso eficiente de los recursos y fortalecer la capacidad de los productores para enfrentar la competencia en el mercado internacional.

Bajo este contexto, el presente trabajo se plantea analizar la competitividad que presenta el cultivo del café mexicano en el mercado internacional, para lo cual se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿El café mexicano posee ventajas competitivas y comparativas en el mercado internacional?

1.2 Objetivos

El presente estudio se plantea los siguientes objetivos:

1.2.1 Objetivo general

1. Analizar el nivel de competitividad del café en México en el mercado internacional

1.2.2 Específicos

1) Identificar las ventajas competitivas y comparativas que presenta el café de México a nivel internacional.
2) Analizar el nivel competitivo del café mexicano en el mercado internacional.

1.3 Hipótesis

1. El café mexicano ha perdido participación y competitividad en el mercado internacional, en los últimos años.
2. El café en México no cuenta con una ventaja competitiva y comparativa en el comercio internacional.

II. MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL

De acuerdo con Sampieri (2018), el marco teórico se define como el conjunto de conceptos, enfoques y teorías que permiten explicar y analizar un fenómeno o problema en particular, además de orientar el proceso de recolección y análisis de la información.

Así mismo, el autor resalta la relevancia la relevancia que tiene un marco teórico dentro de una investigación, ya que facilita al investigador establecer relaciones lógicas entre los conceptos y las variables de estudio, además de proporcionar los fundamentos necesarios para la adecuada interpretación de los resultados. (Ibidem)

a. Historia del café en México

De acuerdo con la Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café (AMECAFE, 2020), la introducción del café en México se remonta a inicios del siglo XIX, en un contexto donde el cultivo comenzaba a expandirse en distintas regiones del continente americano. Se reconoce que su llegada ocurrió en el estado de Michoacán, donde fue introducido por Don Mariano Michelena, mientras que en 1822 se estableció en Yautepec, Morelos gracias a Jaime Salvat. Sin embargo, existen otras versiones que sugieren que el café pudo haber sido traído previamente desde Cuba en el año de 1784 por el español Antonio Salabert, lo que refleja la diversidad de relatos históricos en torno a su llegada al país y la importancia de las rutas comerciales de la época en la difusión del cultivo.

El desarrollo del cultivo de café con fines para la comercialización en México comenzó en 1812, cuando Juan Antonio Gómez de Guevara inicio su producción en la región de Córdova, Veracruz, zona que posteriormente se consolidaría como una de las más representativas en la caficultura nacional. Años más tarde, en 1875, Don Matías Romero realizo un estudio amplio sobre el cultivo de café, el cual analizo diversos aspectos productivos, aunque dedico poca atención a su evolución histórica dentro del país. Por otro lado, en el ámbito internacional, se reconoce que

en 1720 el café fue introducido en la isla de Martinica mediante un envio especial del rey Luis XIV, acontecimiento que marco la historia del café y su expansión en América. Este hecho es considerado como el punto de origen de las plantaciones en Sudamérica y Centroamérica, probablemente también influyo en el establecimiento del cultivo en México, evidenciado la conexión histórica del país con el desarrollo cafetalero a nivel global. (Ibidem).

El café se posiciona como uno de los productos agrícolas de mayor relevancia dentro del comercio internacional, destacado por su amplia demanda a nivel global. Entre los principales países productores de granos de café tanto de variedad Arábica como Robusta, se encuentra Brasil, Vietnam, Indonesia, Colombia y Etiopia, los cuales lideran la producción mundial. En este contexto, México ocupa el undécimo lugar como país productor, situándose después de Brasil. A pesar de ello, el país es ampliamente reconocido por la calidad y diversidad de los granos, los cuales se cultivan principalmente en regiones montañosas del sur. Los estados con mayor producción son Chiapas, Veracruz, Oaxaca y Puebla, donde las condiciones climáticas y geográficas resultan óptimas para el cultivo del café arábica, que constituye la variedad predominante en el territorio nacional. (Centro de Estudios de las Finanzas Públicas de la H Cámara de Diputados, 2001).

El café también ocupa un lugar destacado como generados de divisa y empleo en el sector agrícola, especialmente en el medio rural. Esto se debe a que su producción involucra diversas, como la limpieza de los cultivos, la cosecha y el beneficiado del grano, las cuales pueden llevarse a cabo por cualquier miembro de la familia, tanto hombres, mujeres y jóvenes, Esta característica convierte el café en una fuente importante de ingresos para muchas comunidades. En la actualidad, los proyectos vinculados a la economía social han fortalecido la presencia del café mexicano en los mercados internacionales, contribuyendo a su reconocimiento por su calidad y sabor distintivo a nivel mundial (Instituto Nacional de la Economía Social, 2019).

2.2. Tipos de café en México

En México, las variedades de café que predominan en su cultivo corresponden principalmente al tipo arábica, aunque también existe una menor producción de café robusta. Dentro de la especie arábica, se han desarrollado diversas subvariedades que se cultivan en distintas regiones del país, aprovechando las condiciones específicas de clima, altitud y suelo que favorecen su crecimiento. Esta diversidad varietal permite que el café mexicano destaque por sus características particulares en aroma, sabor y calidad, adaptándose a las condiciones geográficas de cada zona productora.

De acuerdo con (Razafinarivo et al. 2021), a nivel mundial se ha identificado alrededor de 124 especies silvestres de café, de las cuales 112 son originarias de África y de las islas del Océano Indico. Sin embargo, en términos comerciales, únicamente se cultivan dos especies Coffea arabica L., considerada la de mayor relevancia en el mercado internacional y que representa aproximadamente el 60% de la producción global, y Coffea canephora, conocida comúnmente como robusta que participa con el 40% restante. En México, ambas especies están presentes, no obstante, el café arabica ocupa cerca del 95%de la superficie cultivada, mientras que el porcentaje restante corresponde a la especie canephora, cuya producción ha ido en aumento y se destina principalmente a la elaboración de café soluble (Zamarripa y Escamilla, 2002).

Por su parte, Escamilla, Libert y Bolaños (2021) señalan que la primera variedad de café cultivada en México fue Typica, conocida en diversas regiones cafetaleras como criollo, nacional o árabe. Esta variedad logro adaptarse de manera eficiente a las condiciones ambientales del país, destacándose por la calidad tanto física del grano como sensorial bebida. Posteriormente, se introdujo la variedad Bourbon, la cual también alcanzo un alto prestigio debido a su excelente calidad y tuvo gran aceptación, especialmente en el estado de Chiapas. Ambas variedades constituyeron durante aproximadamente 150 años la base fundamental de la producción cafetalera en México, sentando las bases del desarrollo del sector del país.

Conforme a Escamilla, Libert y Bolaños (2021), entre las variedades más destacables se encontrar:

Arábica. Este es el café predominante en México, se caracteriza por su sabor suave, aromas complejos y mayor acidez. Es el preferido en la producción de cafés de especialidad por su alta calidad.

Algunas de las subvariedades más conocidas en México incluyen:

1.- Typica. Variedad tradicional, muy apreciada por su sabor balanceado y suave. Bourbon. Con mayor cuerpo y sabor dulce, es otra variedad común en las zonas altas de México.

2.- Caturra. Una variedad más resistente, con notas afrutadas y achocolatadas.

3.- Robusta. Se cultiva en menor cantidad, principalmente en zonas de baja altitud y climas más cálidos. El café robusto tiene un sabor más fuerte, mayor amargor y más contenido de cafeína. Se utiliza principalmente en mezclas comerciales y en la producción de café soluble.

2.3. Estados productores de café

Según la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER) (2024), el café es uno de los productos primarios más valiosos, pues su cultivo, procesamiento, comercio, transporte y comercialización proporciona empleo a millones de personas en todo el mundo. El café tiene una importancia crucial para la economía y la política de muchos países en desarrollo.

En México, el café es un cultivo estratégico; su producción emplea a más de 500 mil productores de 15 entidades federativas y 480 municipios. La producción mexicana de café cereza fue en promedio de 899 mil toneladas en el periodo 2017-2021; Chiapas es el principal estado productor, aporta el 41% del volumen nacional, seguido por Veracruz (24%) y Puebla (15.3%) (Ibidem).

De acuerdo con la SADER (2024), los principales estados productores de café en México, son 12, destacando Veracruz, Puebla, Colima, Hidalgo, Nayarit, Oaxaca, Jalisco, Guerrero, San Luis Potosí, Querétaro, Tabasco y Chiapas, ocupando este último el primer lugar, ya que aporta a la cafeticultura mexicana el 40.0% de la producción total de café, seguido de Oaxaca con el 10.0%, Puebla el 21.0%, Veracruz el 20.0%, y el resto de los estados el 9.0%.

2.4. Comercialización del café en México

Respecto a Pérez y Godínez (2015), después del petróleo, el aluminio, el trigo y el carbón, el café es uno de los bienes básicos transados en los mercados financieros internacionales más importantes de la economía mundial y del comercio internacional. Este producto genera ingresos por exportaciones de más de 15 billones de dólares anuales y se produce en zonas tropicales, por parte de 17 a 20 millones de familias de pequeños campesinos, lo que lo ubica como un producto crucial para el crecimiento económico y la estabilidad política de alrededor de 50 países en desarrollo.

El estado de Chiapas es el principal productor de café en nuestro país, el café es el, principal producto agrícola de exportación y en cuanto al valor de la producción es el que ocupa el primer lugar. A pesar de la caída del precio internacional y a las plagas existentes como la roya del cafeto y los desastres naturales, hoy en día este producto representa una de las fuentes básicas en generación de divisas para el país en el sector agropecuario. Estas circunstancias hacen destacar la importancia económica de que la entidad chiapaneca contribuya de manera significativa en la producción de este cultivo (Ibidem).

La producción y comercialización del café en Chiapas, en México y en el Mercado internacional es de gran importancia para la economía de millones de seres humanos en el planeta. La cadena productiva del café constituye uno de los rubros más importantes dentro del sector agroindustrial de nuestro país por el impacto

social y ambiental que genera aunado al económico que ello conlleva en casi todo el mundo (Diario Contra Poder en Chiapas, 2015).

La venta de café en México es un sector importante tanto para el mercado interno para las exportaciones. México es uno de los mayores productores de café a nivel mundial, y gran parte de su producción se vende tanto en el país como en el extranjero.

Durante muchos años, la comercialización del café se ha caracterizado por ser uno de los procesos en los que los intermediarios han jugado un papel protagónico y por ende la distribución de valor a lo largo de la cadena se distingue por ser inequitativo; además de que la mayoría de los países productores tienen escaso consumo interno y con ello tener que el mayor valor agregado se da en los países importadores (ANACAFE, 2012).

El mercado interno. En México, el consumo de café ha crecido en las últimas décadas, especialmente en las ciudades, donde las cafeterías y el consumo de café de especialidad se han popularizado. Se vende en diversas formas, desde granos enteros hasta café molido, soluble y en cápsulas. El café mexicano es muy valorado por su calidad y sabor, lo que impulsa las ventas locales.

Exportación. México exporta una gran parte de su producción, especialmente a países como Estados Unidos, Japón y Europa. Los cafés de especialidad y orgánicos tienen una alta demanda en el mercado internacional debido a sus características únicas. Chiapas, Veracruz y Oaxaca son los principales estados exportadores.

Comercio justo y orgánico: El café mexicano se destaca por su producción bajo certificaciones de comercio justo y orgánico, lo que incrementa su valor y aceptación en mercados extranjeros que buscan productos éticos y sostenibles.

2.5. Proceso y costos de producción del café

Etapas del proceso de producción del café

El proceso de producción de café se entiende como una serie de etapas que, al cumplirse de manera adecuada, permiten obtener una de las bebidas mas consumidas en México en la actualidad. Este proceso implica un alto nivel de complejidad, ya que cada fase requiere cuidados específicos, conocimientos técnicos y una adecuada coordinación para garantizar un resultado optimo. Desde el cultivo hasta la transformación final del grano, cada paso influye directamente en las características del producto. (Café arabo, 2019).

Así mismo, la producción de café demanda una gran dedicación y experiencia por parte de los productores, quienes deben aplicar practicas adecuadas para asegurar la calidad del grano. Factores como el manejo del cultivo, la cosecha, el beneficio y el tostado son determinantes para lograr un café de excelente calidad, tanto en sus propiedades físicas como sensoriales. Por ello, el dominio de este proceso resulta fundamental para obtener un producto competitivo en el mercado (Ibidem)

a) Preparación del terreno, siembra, proceso y comercialización

De acuerdo con la página Café Arabo (2019), el proceso productivo del café cuenta con las siguientes etapas:

Plantación

Es la primera etapa y más importante para producir café, ya que marca el inicio del ciclo que va de la siembra de la semilla hasta el crecimiento de la planta. Se puede realizar la plantación al sol o a la sombra, en función de las necesidades. Una vez plantado el cafeto, deberemos esperar entre 3 y 4 años para producir la primera cosecha. Posteriormente, cada planta vivirá aproximadamente 20 años.

Cosecha

La cosecha del se produce de forma anual cuando las cerezas del café alcanzan la maduración. Existen dos formas métodos para realizarla:

Picking. Es el proceso que se efectúa de forma manual y en plena fase de madurez, dejando aquellas plantas que aún se encuentran verdes.

Stripping. Es el proceso que se efectúa de forma industrial, es decir, mecánica. En este caso, las bayas que se recogen presentan diferentes grados de maduración, por lo que se deberá efectuar una revisión posterior de aquellas que no han alcanzado la madurez.

Despulpado o procesamiento:

Una vez terminada la cosecha, se secan los granos mediante una técnica húmeda o seca, en función del gusto que queramos obtener. Posteriormente, se eliminan todos los residuos y se procede a quitar las capas que en vuelven los granos de café, para obtener el café limpio o verde. Una vez finalizado el proceso, se clasifica el producto obtenido mediante diferentes criterios.

Tueste

En esta fase, el producto adquiere el sabor y aroma por la que reconocemos nuestra taza de café, mediante el procesamiento del grano en hornos. Gracias a ello, se consigue aumentar el tamaño del mismo, reducir su cafeína, perder la humedad y adquirir el color tostado típico que caracteriza el café.

Envase y comercialización

Llegamos a la última etapa de la producción del café. Si se trata de café en grano o molido, se puede comercializar directamente mediante una previa actuación del molinillo. Usualmente, esta etapa se realiza en el país de consumo del café, mediante un envase previo al vacío.

Preparación del café

Existen múltiples formas de poder preparar un buen café, en función del gusto del consumidor final. Encárgate de escoger la mejor cafetera para tu negocio o hogar y saborea las mejores recetas para disfrutar de esta particular y preciada infusión.

Cultivar café no es cosa de un solo paso, sino que es todo un proceso que incluye varias etapas importantes, y cada una de ellas influye en cómo quedará el café al final. Todo empieza con preparar bien la tierra y sembrar, pero no se queda ahí: hay que cuidar las plantas, protegerlas de plagas y enfermedades, esperar el momento justo para cosechar y luego procesar los granos con cuidado. Cada parte de este proceso necesita atención y dedicación, porque cualquier descuido puede afectar la calidad del café que llega a la taza.

Por eso, es clave que los caficultores conozcan bien cada etapa y sepan cómo manejarla de la mejor manera. Si se hace bien, no solo se consigue un café de mejor sabor y aroma, sino que también se puede vender a mejor precio, lo que beneficia al productor.

Además, no hay que olvidar que el café no solo es una bebida popular en todo el mundo, sino también una fuente de ingresos muy importante para muchas comunidades y países que viven de este cultivo.

b) Mantenimiento y cuidado de las plantas

El mantenimiento y cuidados adecuados de las plantas de café son esenciales para asegurar su salud, productividad y calidad del producto final. El cuidado de la plantación y su mantenimiento depende mucho de cada productor ya que todos diferentes medios para asegurar una plantación con éxito. El Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre (SEFOR) (2021), dividió el proceso de mantenimiento de las plantas en las siguientes secciones:

Sombra

El cultivo de café bajo sombra es una práctica tradicional que ofrece múltiples beneficios. La sombra protege las plantas del estrés térmico, reduce la evapotranspiración y mejora la calidad del suelo al fomentar la acumulación de materia orgánica. Se recomienda establecer árboles de sombra antes o simultáneamente con la siembra del café.

Fertilización

Una nutrición adecuada es crucial para el desarrollo y producción del cafeto. Se sugiere realizar análisis de suelo para determinar las necesidades específicas de nutrientes. La aplicación de abonos orgánicos, como compost o estiércol bien descompuesto, mejora la estructura del suelo y su capacidad de retención de agua. Además, se pueden utilizar fertilizantes minerales en dosis apropiadas para suplir deficiencias específicas de nutrientes como nitrógeno, fósforo y potasio.

Riego

El riego adecuado es fundamental, especialmente en regiones con estaciones secas pronunciadas. El cafeto requiere suelos húmedos, pero bien drenados; el exceso de agua puede provocar enfermedades radiculares. Durante la temporada seca, se recomienda aumentar la frecuencia de riego, asegurando que el suelo permanezca húmedo sin encharcarse.

Poda y mantenimiento

La poda regular ayuda a mantener la forma del arbusto, facilita la cosecha y mejora la aireación dentro del follaje, reduciendo la incidencia de enfermedades. Se deben eliminar ramas muertas, enfermas o que crezcan hacia el interior de la planta. Además, es importante controlar las malezas alrededor del cafeto para reducir la competencia por nutrientes y agua.

Uno de los principales beneficios de un manejo adecuado es el aumento de la productividad. Las prácticas como la fertilización, control de plagas y enfermedades, la poda oportuna y el manejo de la sombra permiten que las plantas se desarrollen

vigorosamente y produzcan frutos de mayor tamaño y mejor calidad, lo cual da mayores rendimientos y mejores precios en el mercado (Cenicafe 2009).

Además, cuidar las plantas contribuye a la salud del ecosistema agrícola. Un cafetal bien manejado mejora la conservación del suelo, favorece a la biodiversidad mediante sistemas agroforestales y mantiene la fertilidad natural del terreno. Esto es clave para evitar la erosión, conservar fuentes de agua y permitir que la finca siga siendo productiva en el largo plazo. ICAFE (2019).

Por otra parte, la adecuada gestión de las plantas asegura la continuidad del cultivo frente a fenómenos adversos como sequias, heladas o brotes de enfermedades. Las plantas bien nutridas y manejadas son más resistentes a estos factores, lo que protege la inversión del productor y mantiene la estabilidad económica de las comunidades cafetaleras MAG Costa Rica (2020).

En síntesis, cuidar las plantas de café no solo mejora los resultados productivos y económicos del cafeticultor, sino que también garantiza una sostenibilidad ambiental y social de la cual dependen muchas familias de los países productores.

c) Producción sostenible y métodos ecológicos

La producción sostenible y los métodos ecológico son fundamentales para lograr garantizar un equilibrio entre el desarrollo económico, protección ambiental y el bienestar con la sociedad.

De acuerdo con Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) (2024), la producción sostenible se refiere a la creación de bienes y servicios mediante procesos que minimizan los impactos negativos en el medio ambiente, la sociedad y la economía. Este enfoque implica el uso eficiente de los recursos naturales, la reducción de residuos y emisiones contaminantes, y la promoción de prácticas que favorezcan la equidad social y el desarrollo económico sostenible.

Por otra parte, según Iberdrola (2024), la agricultura ecológica es un sistema de producción agrícola basado en la utilización de procesos y recursos naturales, no se emplean productos químicos (fertilizantes o plaguicidas, por ejemplo) ni organismos genéticamente modificados con el fin de obtener alimentos más saludables y nutritivos al tiempo que se protege la fertilidad del suelo, se evita la propagación de plagas y se respeta el medio ambiente. Es un sistema que, en lugar de servirse de insumos agrícolas, lleva a cabo prácticas específicas dependiendo de las características de cada ecosistema.

2.6. Concepto de costo y gasto

Si bien, desde una perspectiva económica, tanto el costo como el gasto representan salidas de dinero que buscan generar un beneficio, es importante distinguir entre ambos conceptos. El costo se refiere a una inversión realizada para adquirir bienes o servicios que, en el futuro, permitirán la obtención de ingresos, por lo que se encuentra directamente relacionado con el proceso productivo y generación de valor.

Por otro lado, el gasto corresponde a un desembolso destinado a cubrir necesidades operativas o administrativas de la empresa, cuyo beneficio se consume en el mismo periodo en que se realiza. A diferencia del costo, el gasto no se vincula directamente con la producción de un bien, sino con el funcionamiento general del negocio. Por ejemplo, la compra de materia prima para la elaboración de un mueble constituye un costo, ya que forma parte del producto final, mientras que otros pagos necesarios para la operación se consideran gastos, debido a que se liquidan en el momento que se generan (Patrick, 2019)

2.7.-Clasificación de costos

Los costos pueden clasificarse de distintas maneras dependiendo del enfoque desde el cual se analicen y del uso que se les pretenda dar dentro de la gestión financiera y productiva. Estas clasificaciones permiten una mejor compresión de su comportamiento, facilitando la toma de decisiones dentro de las organizaciones y el control adecuado de los recursos.

De acuerdo con la Universidad Veracruzana (2021), existen diversas formas de clasificar los costos, las cuales se utilizan con mayor frecuencia en el ámbito académico y empresarial, ya que proporcionan herramientas útiles para el análisis de la información financiera y la planeación de las actividades productivas.

Según el área donde se consume. De acuerdo con la función en que se incurren

a) **Costos de producción**. Son los costos que se generan en el proceso de transformar la materia prima en productos terminados: se clasifican en Material Directo, Mano de Obra Directa, CIF.
b) **Costos de distribución**. Son los que se generan por llevar el producto o servicio hasta el consumidor final
c) **Costos de administración**. Son los generados en las áreas administrativas de la empresa. Se denominan Gastos. Costos de financiamiento: son los que se generan por el uso de recursos de capital

Según su identificación, existen diferentes tipos de costos:

a) Directos. Son los costos que pueden identificarse fácilmente con el producto, servicio, proceso o departamento. Son costos directos el Material Directo y la Mano de Obra Directa.
b) Indirectos. Su monto global se conoce para toda la empresa o para un conjunto de productos. Es difícil asociarlos con un producto o servicio específico. Para su asignación se requieren base de distribución (metros cuadrados, número de personas, etc).

2.8. Costos fijos y variables

Los costos fijos se caracterizan por mantenerse constantes en su valor total dentro de un determinado nivel de actividad o rango relevante, independientemente de las variaciones del volumen de producción. Es decir, aunque la cantidad producida aumente o disminuya, el monto total de estos costos no presenta cambios significativos en el corto plazo.

Sin embargo, cuando se analiza de manera unitaria, los costos fijos pueden comportarse de forma variable, ya que, al incrementarse la producción, el costo fijo por unidad tiende a disminuir, y viceversa. Por esta razón, es fundamental que los directivos tengan la capacidad de identificar y prever que costos permanecerán constantes, ya que esto facilita la planeación financiera y la toma de decisiones dentro de la organización (Bañuelos et al., 2018).

Los costos variables, son aquellos que cambian o fluctúan en relación directa a un nivel de actividad, sobre el rango relevante. Estos costos se incrementan a aumentar el nivel de producción y disminuyen cuando a este decrece. El costo variable se considera fijo, mientras que en forma total se considera variable. Si los directores pueden predecir el cambio en el nivel apropiado de actividad durante un determinado periodo, deben ser capaces de realizar una predicción general de cuanto cambiara el costo variable durante ese mismo tiempo. Bañuelos et al. (2018).

2.8. Definición de competitividad

De acuerdo con Ferraz, Kufer y Haguenauer (1996), la competitividad puede entenderse como la capacidad que posee una empresa para diseñar e implementar estrategias que le permitan posicionarse en el mercado, así como mantener o incrementar de manera sostenida su participación en el. Esta capacidad implica no solo la permanencia en el mercado, sino también la adaptación constante a las condiciones cambiantes del entorno económico.

Dichas capacidades están influenciadas por una variedad de factores, tanto internos como externos a la empresa. Entre los factores internos destacan la formación y capacitación técnica del personal, si como la eficiencia de los procesos administrativos y de gestión. Por otro lado, los factores externos incluyen aspectos como las políticas públicas, la disponibilidad de infraestructura y las características propias de la oferta y la demanda en el mercado. En conjunto, estos elementos determinan el nivel de competitividad que puede alcanzar una empresa dentro de su sector (Ferraz, Kupfer y Haguenauer, 1996).

La competitividad se encuentra estrechamente vinculada con la generación y aplicación del conocimiento, así como con el desarrollo de capacidades tecnológicas que han logrado consolidar las empresas, los sectores productivos y las regiones. Estos elementos constituyen factores clave para mejorar el desempeño y la posición de los agentes económicos en los mercados (Dutrenit y Orive, 2013)

Asimismo, la competitividad también depende de las actividades de innovación implementadas por las empresas, ya que estas permiten optimizar procesos, mejorar la calidad de los productos y adaptarse a las exigencias del entorno. En este sentido, la combinación de conocimiento, tecnología e innovación resulta fundamental para fortalecer la capacidad competitiva y promover el crecimiento económico sostenible (Ibidem).

La competitividad es un concepto complejo cuyo desarrollo formal se remota a la década de 1980, a partir de los aportes de Michael Porter en torno a la “ventaja competitiva” y la “estrategia competitiva”. Desde esta perspectiva, la competitividad se entiende como la capacidad de una empresa o economía para producir bienes y servicios de manera más eficiente y participar con éxito tanto en los mercados internos como en los internacionales (Porter, M 1996).

Este concepto se encuentra estrechamente relacionado con otros términos fundamentales dentro de la teoría económica, como la competencia y la ventaja comparativa, los cuales han sido ampliamente estudiados a lo largo del tiempo. Estas nociones permiten comprender como los agentes económicos logran diferenciarse y posicionarse en los mercados, destacando la importancia de los recursos, la eficiencia productiva y las condiciones del entorno en la determinación del nivel de competitividad (Ibidem).

La competitividad es un tema de gran relevancia que debe ser considerado por todos los actores de la sociedad. En un entorno globalizado, si un país no logra desarrollar ventajas competitivas en determinados sectores, corre el riesgo de quedar rezagado frente a otras naciones que si han fortalecido sus capacidades productivas y estratégicas. Esta situación puede derivar en una mayor dependencia económica y una pérdida de posicionamiento dentro de los mercados internacionales (Enrique F, 2015).

El problema se intensifica al analizar las áreas en las que actualmente se es competitivo, ya que, en muchos casos, los países más desarrollados mantienen una clara ventaja que les permite ejercer dominio económico sobre otros. Para revertir esta situación, resulta fundamental impulsar estrategias orientadas a fortalecer la competitividad en diversos sectores productivos, promoviendo la innovación, la eficiencia y el desarrollo de capacidades que permitan mejorar la participación en los mercados y alcanzar un crecimiento económico más equilibrado (Ibidem).

La ventaja competitiva se origina principalmente en el valor que una empresa es capaz de generar para sus clientes. Este valor puede manifestarse a través de la oferta de precios más bajos en comparación con los competidores, manteniendo beneficios equivalentes, o bien mediante la provisión de atributos diferenciados que justifiquen un precio más elevado, al ofrecer mayores beneficios percibidos por el consumidor (Porter,M 2002).

En este sentido, una herramienta fundamental para analizar la creación de valor dentro de las organizaciones es la denominada cadena de valor, la cual permite identificar y evaluar cada una de las actividades que intervienen en el proceso productivo. A través de este análisis, es posible detectar áreas de mejora, optimizar recursos y fortalecer aquellos elementos que atribuyen a generar una ventaja competitiva sostenible en el mercado (Ibidem).

2.9. La diferenciación

La diferenciación constituye uno de los principales tipos de ventaja competitiva que una empresa puede desarrollar, ya que le permite distinguirse dentro de un sector determinado. Esta estrategia se enfoca en ofrecer características únicas en los productos o servicios que resulten valiosas para los consumidores, lo que facilita que estos perciban una diferencia clara frente a las opciones disponibles en el mercado (Porter,M 2002).

No obstante, la diferenciación suele implicar costos adicionales, debido a la inversión necesaria para desarrollar atributos especiales, ya sean en calidad, diseño, innovación o servicio. A pesar de ello una empresa logra un desempeño superior cuando los consumidores están dispuestos a pagar un precio mayor que compense dichos costos adicionales. En este sentido, la diferenciación no solo implica ser distinto, sino ofrecer un valor significativo que sea apreciado por el cliente más allá de un precio bajo (Ibidem)

La diferenciación consiste en la búsqueda e incorporación de elementos que permitan distinguir un producto o servicio frente a sus competidores más cercanos,

convirtiéndose en un componente clave para el posicionamiento en el mercado y la comunicación estratégica de la empresa. A través de este enfoque, las organizaciones buscan crear una identidad propia que sea reconocida y valorada por los consumidores. El proceso de diferenciación implica un conjunto de actividades orientadas a identificar, desarrollar, evaluar y seleccionar características distintivas que resulten relevantes dentro de la oferta que la empresa comercializa. El objetivo principal es sobresalir frente a la competencia mediante atributos que generen valor para el cliente, permitiendo así fortalecer la preferencia del consumidor y consolidar una `posición competitiva en el mercado (Innecco y Nuñez, 2009).

La diferenciación en el producto guarda una relación equivalente a la segmentación en el cliente, ya que mientras la primera se enfoca en resaltar las características distintivas de un bien o servicio, la segunda se orienta a identificar y clasifican a los consumidores según sus necesidades, preferencias y comportamientos. Ambos conceptos son fundamentales dentro de las estrategias de marketing y competitividad.

En este sentido, así como la diferencia busca generar valor agregado que permita distinguir un producto en el mercado, la segmentación permite dirigir de manera más efectiva la oferta hacia grupos específicos de clientes. La correcta aplicación de ambas estrategias contribuye a mejorar el posicionamiento de la empresa, optimizar recursos y aumentar la probabilidad de éxito en un entorno altamente competitivo. (Innecco y Nuñez, 2009)

Se puede deducir que la competitividad puede entenderse como la capacidad integral de una empresa para mantenerse en el mercado, crecer de manera sostenida y aumentar su participación frente a sus competidores. Este concepto abarca diversos factores relacionados con la eficiencia productiva, la innovación, la calidad y la capacidad de adaptación a las condiciones cambiantes del entorno.

Por su parte, la diferenciación constituye una estrategia especifica dentro del ámbito de la competitividad, la cual se centra en ofrecer productos o servicios con características únicas que sean percibidas por los clientes como superiores o

distintivas. A través de esta estrategia, lo que las empresas buscan es generar un valor agregado que les permita destacarse en el mercado, fortalecer la preferencia del consumidor y consolidar una ventaja competitiva sostenible.

III. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Tipo de investigación

De acuerdo con Hernández (2014), la investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos, que se aplican al estudio de un fenómeno o problema.

Estas pueden tener un enfoque cuantitativo, cualitativo o mixto, por ello la presente investigación esta categorizada en un enfoque cuantitativo pues pretende acotar intencionalmente la información, medir con precisión las variables de estudio, este ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista basado en conteos y magnitudes. También, brinda una gran posibilidad de repetición y se centra en puntos específicos de tales fenómenos, además de que facilita la comparación entre estudios similares (Ibídem).

3.1.1 Por su propósito

Por su propósito, las investigaciones se clasifican en básica y aplicada; la primera busca el progreso científico, enfocando los conocimientos teóricos, independientemente de una posible aplicación o consecuencia práctica, es más formal y desarrolla una teoría basada en principios y leyes.

Por otro lado, la investigación aplicada depende directamente de los descubrimientos de la investigación básica, diferenciándose por llevarlo a la aplicación, utilización y consecuencias de los conocimientos, en otras palabras, se realiza para hacer, actuar, construir o modificar. Grajales, (2000).

Por su propósito, la presente investigación se desarrolla dentro de las ciencias aplicadas debido a que estas utilizan conocimientos existentes; dentro de estas prevalecen los ámbitos de administración, economía, política, sociología, educación, entre otros.

3.1.2 Por su nivel

Por su nivel la presente investigación se considera de tipo descriptiva ya que según Hernández (2014), los estudios descriptivos proporcionan información para llevar a cabo estudios explicativos que generan un sentido de entendimiento y están muy estructurados. Con los estudios descriptivos se busca se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, objetos o cualquier otro sujeto que se someta a un análisis.

La presente investigación, se considera descriptiva ya que será sometida a un análisis y recogerá información con precisión sobre una situación o contexto, que en este caso se estudiaran y analizaran los costos de la producción del café por medio de variables de estudio, las cuales nos darán datos y de esos datos podremos llegar a una conclusión y poder obtener respuestas para el análisis al cual nos estamos enfocando.

3.1.3 Por su enfoque

Por su enfoque, los estudios se dividen en cuantitativos, cualitativos y mixtos, en este sentido el siguiente trabajo se realizará de manera mixta.

a) Cuantitativo

La metodología cuantitativa en palabras de Tamayo (2007), consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio.

b) Cualitativo

La metodología cualitativa de acuerdo con Tamayo (2008), consiste en la construcción o generación de una teoría a partir de una serie de proposiciones extraídas de un cuerpo teórico que servirá de punto de partida al investigador.

c) Mixto:

Chen (2006), define a los estudios mixtos como la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una fotografía más completa del fenómeno, y señala que éstos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales (forma pura de los métodos mixtos); o bien, que dichos métodos pueden ser adaptados, alterados o sintetizados para efectuar la investigación y lidiar con los costos del estudio (forma modificada de los métodos mixtos).

De esta manera, el siguiente trabajo será de enfoque cuantitativo, ya que se pretender recabar información y dar datos más precisos que sirvan de alguna manera para futuras investigaciones relacionadas con el tema.

3.2. Diseño de la investigación

Grajales (2000), menciona que las investigaciones se pueden clasificar como experimentales y no experimentales, siendo la primera cuando además de identificar las características estudiadas, estas se alteran o manipulan con el objetivo de observar y comparar los resultados. Mientras se limitan a observar los acontecimientos y recolectar información del objeto de estudio y los factores investigación que lo afectan sin intención de intervenir o modificarla.

En el estudio no experimental se utilizan cuatro opciones para llevar a cabo la investigación:

- Longitudinal

- Transversal
- Retrospectivo
- Prospectivo

Pick y López (1994) y Dagnino (2014), los describen de la siguiente manera: con respecto a los estudios longitudinales, se realizan con el objetivo de observar el fenómeno a estudiar durante un periodo de tiempo en relación o no con una intervención.

Mientras que, los estudios transversales al se realizan en un periodo determinado, normalmente enfocado en el presente.
Por otro lado, los estudios prospectivos se enfocan en analizar como el paso del tiempo afecta al desarrollo del objetivo dependiendo de su causa, curso o intervención internos o externos.
Por último, los estudios retrospectivos analizan hechos ya ocurridos, por lo que su objetivo es identificar los factores que han determinado o afectado al objeto de estudio.

En este sentido, el presente trabajo se enmarca dentro de un estudio no experimental, longitudinal y retrospectivo.

3.3 Variables de estudio

De acuerdo con Hernández (2014), una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse. Las variables pueden llegar a ser medidas, evaluadas o inferidas es decir que de ellas se pueden obtener datos en la realidad.

De este modo, Espinoza (2018), Pick y López (1994) y Cauas (2015), las explican de la siguiente manera:

a) Variable dependiente

Las variables dependientes son el objeto del estudio, se explican en función de los elementos; pueden ser modificadas o manipuladas por causas externas o internas, son consideradas las variables a explicar.

En esta cuestión podemos deducir que la variable dependiente es el grado de competitividad que alcanza el café en México, en el mercado internacional.

b) Variable independiente

Las variables independientes son los factores que el investigador quiere poner a prueba para demostrar una hipótesis. También son características, condiciones, cualidades o hechos que tienen la potencialidad de alterar otras variables dependientes. es la que se modifica y manipula sistemáticamente para analizar cómo afecta a la variable dependiente (Lozada, 2025), en síntesis, las variables independientes son las variables explicativas de la investigación.

Las variables que dan como resultado el comportamiento del estudio son la producción nacional e internacional, las exportaciones e importaciones, tanto de México como de los principales países productores del aromático.

3.4 Fuentes de información

Las principales fuentes de información que se emplearán para desarrollar el presente estudio son:

a) **Fuentes primarias.** La investigación primaria es el proceso de recolección de datos originales directamente desde la fuente, utilizando una variedad de métodos como encuestas, entrevistas, observaciones, y experimentos. Este tipo de investigación permite a los investigadores obtener información específica y actualizada que responde directamente a las preguntas o hipótesis del estudio (Rubio, 2025).

b) **Fuentes secundarias**. La investigación secundaria se refiere al proceso de recopilar, analizar e interpretar datos que ya han sido recolectados y publicados por otras fuentes. A diferencia de la investigación primaria, donde los datos se obtienen directamente del campo o de los participantes, la investigación secundaria aprovecha información existente en diversas fuentes como libros, artículos académicos, bases de datos, informes de mercado, entre otros (Rubio, 2025).

Para el caso del presente estudio, el insumo básico de información, fueron fuentes secundarias, concentradas en bases de datos obtenidas del Sistema de Información Agropecuaria de Consulta (SIACON), de la Secretaría de Desarrollo Rural (SADER), del INEGI, de FAOSTAT de la FAO y la Organización Internacional del Café (OIC), principalmente; con lo cual se realizaron los análisis para determinar el nivel de competitividad del café mexicano en el mercado internacional.

3.5 Recursos utilizados

Para el desarrollo del presente trabajo se utilizaron de los siguientes recursos:

a) **Recursos humanos**

El presente trabajo se sustentó con el apoyo de los siguientes profesionales para la recabación de información y para el análisis y la elaboración del documento final.

Las personas que participarán en dicho trabajo fueron:

- Kennia Hernández Casillas (responsable del trabajo)
- Dr. Felipe de Jesús González Razo (director del trabajo)

b) Recursos financieros

La investigación fue autofinanciada; el apoyo consistió principalmente en facilidades otorgadas por la universidad para la asesoría académica.

c) Recursos materiales

A continuación, se enlistan los principales materiales utilizados para llevar a cabo la investigación:

- Hojas
- Memorias
- Lapiceros
- Bolígrafos

d) Recursos tecnológicos

Los principales recursos tecnológicos que se requirieron para desarrollar la investigación fueron:

- Laptop
- Internet
- Impresora
- Redes sociales

3.6 Herramienta para el levantamiento de la información

El presente trabajo utilizó como herramienta para el levantamiento de la información las bases de datos e información obtenida de internet, principalmente de dependencias gubernamentales nacionales e internacionales, tales como el INEGI, Banco de México, SADER, FAO y Organización Internacional de Café (ICO).

3.7 Instrumentos de medición de la competitividad

Para un análisis más completo de la competitividad se hará la medición con un enfoque macroeconómico utilizando los indicadores: Participación en el Mercado Mundial (PMM) y la Ventaja Comparativa Revelada (VCR) los cuales consisten en:

a) La Participación en el Mercado Mundial (PMM)

La PMM mide la importancia relativa de cada país en cuanto a las exportaciones de un producto Y se mide en porcentajes y su rango va desde 0 a 100 (Recalde y Barraud,2002; Omaña et al., 2014) expresando la fórmula de la siguiente manera:

$$PMM_{ij} = (X_{ij} / X_{im}) * 100$$

En donde:

PMM: Participación en el mercado mundial del producto i del país j, (100%)

X_{ij}: Cantidad o valor de las exportaciones del producto i del país j (t ó US$);

X_{im} = Cantidad o valor de las exportaciones mundiales del producto i (t ó US$).

b) El Coeficiente de Ventaja Comparativa Revelada (CVCR)

Este coeficiente analiza el desempeño que tiene un país en las exportaciones de un producto, a comparación con sus exportaciones totales y en relación a las mismas variables a nivel mundial. Cuando este coeficiente vale 100, la ventaja la ventaja que tiene el país en ese producto es neutra o igual al desempeño promedio de las exportaciones mundiales. El grado de competitividad será mayor mientras más alto

sea el valor del coeficiente, siendo el valor mínimo de 0 y el valor máximo ∞ (Recalde y Barraud, 2002).

$$VCR\ [(X_{ij} / X_{nj}) / (X_{im} / X_{nm})] * 100$$

Donde:

VCRij= Ventaja comparativa de las exportaciones del producto i del pais j (%);

Xjj= Valor de las exportaciones del producto i del pais j (US$);

$\mathbf{X_{nj}}$ = Valor de las exportaciones totales del país j (US$);

$\mathbf{X_{im}}$ = Valor de las exportaciones del producto i en el mundo, (US$);

$\mathbf{X_{nm}}$ = Valor de las exportaciones totales en el mundo (US$).

IV PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados y los análisis obtenidos en el presente trabajo:

4.1. Exportaciones mundiales de café

Las exportaciones son la venta, trueque o donación de bienes y servicios de los residentes de un país a no residentes; es una transferencia de propiedad entre habitantes de diferentes países (INEGI, 2011).

Sabemos que México es país que exporta demasiados productos y entre ellos se encuentra el café pero, surge la inquietud de saber que tan competitivo es el café mexicano es por ello que se llevó a cabo un análisis sobre la participación dentro del mercado mundial de los principales países exportadores de café durante el periodo 2010-2023, la información utilizada para dicho análisis se obtuvo del sitio (FAOSTAT, 2025) que es la base de datos estadística de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

4.2. Exportaciones mundiales de café en volumen

Como se puede observar en la tabla 1, Brasil se posiciona como el primer productor mundial, con una producción promedio de 2 millones de toneladas, durante el periodo 2020-2023, seguido por Vietnam con 1.4 millones de toneladas promedio, y Colombia con 643,736 toneladas; por su parte, México se encuentra en el quinceavo lugar con un promedio de 131,221 toneladas producidas durante el mismo periodo de tiempo; en este sentido,, México a pesar de ser un productor potencial de café, se posiciona muy por debajo del promedio registrado durante el periodo 2010-2023.

Tabla 1: Exportaciones mundiales de café en volumen (toneladas), 2010-2023

País/Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
TOTAL	**8,257,012**	**8,537,350**	**9,062,699**	**8,927,054**	**9,439,418**	**9,417,367**	**10,004,133**
Brasil	1,877,210	1,879,870	1,589,703	1,785,419	2,071,063	2,091,394	1,918,275
Vietnam	1,217,868	1,256,400	1,735,545	1,323,637	1,691,125	1,341,169	1,780,886
Colombia	434,085	458,489	414,975	562,863	638,821	734,605	759,446
Alemania	583,092	597,531	628,130	621,382	623,630	601,621	643,938
Indonesia	485,211	423,416	535,217	600,217	480,547	606,812	557,841
Honduras	215,501	253,232	317,447	254,505	242,100	285,385	310,073
India	222,960	283,692	272,426	282,462	250,845	262,324	311,003
Bélgica	275,536	270,699	259,604	203,311	228,453	262,171	265,334
Uganda	159,217	188,646	169,169	230,364	212,109	219,906	210,834
Perú	229,927	294,168	265,829	237,475	182,293	176,225	239,747
Italia	127,661	138,075	154,271	163,985	178,624	189,562	216,599
Etiopía	211,982	159,177	203,883	218,989	238,690	234,327	159,815
Guatemala	236,583	264,222	227,386	217,273	184,424	183,873	182,785
Estados Unidos	167,829	199,677	186,772	181,001	190,568	162,976	174,077
México	124,306	135,496	183,180	148,484	130,273	119,793	108,531

País/Año	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Promedio
TOTAL	**9,859,752**	**10,157,117**	**10,714,290**	**10,359,760**	**10,598,269**	**10,619,947**	**9,942,744**	**9,706,922**
Brasil	1,737,370	1,917,864	2,332,165	2,476,909	2,387,309	2,231,305	2,214,297	2,036,440
Vietnam	1,566,321	1,741,400	1,540,968	1,355,863	1,307,801	1,410,565	1,341,047	1,472,185
Colombia	741,030	742,931	790,753	729,774	724,644	668,472	611,422	643,736
Alemania	663,337	680,414	679,597	670,383	684,107	655,016	633,327	640,393
Indonesia	611,817	493,415	573,502	600,401	578,275	630,198	469,157	546,145
Honduras	431,500	430,215	412,263	322,191	389,601	313,033	338,414	322,533
India	324,730	295,046	298,985	270,831	344,255	350,545	313,554	291,690
Bélgica	264,600	266,698	281,282	289,100	310,577	320,381	265,672	268,816
Uganda	287,137	252,240	277,529	330,365	408,236	371,327	370,488	263,398
Perú	246,066	261,390	232,439	213,426	192,103	237,217	204,826	229,509
Italia	227,975	239,755	278,011	259,302	294,688	316,036	309,819	221,026
Etiopía	194,341	111,390	260,038	231,725	304,210	273,804	236,076	217,032
Guatemala	203,612	206,150	215,223	189,882	226,649	194,325	183,021	208,243
Estados Unidos	162,526	166,178	161,365	156,262	163,769	204,527	201,990	177,108
México	143,193	144,357	120,389	120,254	114,179	137,308	107,351	131,221

Fuente: Elaboración propia con información de FAOSTAT (2025).

Tabla 2: Participación en el mercado mundial y tasa de crecimiento media anual de los principales países exportadores de café en volumen (toneladas), 2010-2023.

País	Participación (%)	TCMA (%)
TOTAL	**100.00**	**1.44**
Brasil	20.98	1.28
Vietnam	15.17	0.74
Colombia	6.63	2.67
Alemania	6.60	0.64
Indonesia	5.63	-0.26
Honduras	3.32	3.53
India	3.00	2.66
Bélgica	2.77	-0.28
Uganda	2.71	6.71
Perú	2.36	-0.89
Italia	2.28	7.06
Etiopía	2.24	0.83
Guatemala	2.15	-1.96
Estados Unidos	1.82	1.44
México	1.35	-1.12

Fuente: Elaboración propia con información de FAOSTAT (2025).

Analizando la información en general surge un cuestionamiento ¿Por qué países que no son productores de café como Estados Unidos de América se encuentran por arriba en las estadísticas de exportación, durante el periodo 2010-2023, en comparación con países como México que es considerado un país productor de café?

Lo anterior obedece a que países como EUA, triangulan el producto, es decir, que importan café sin procesar, el cual suele ser más barato, para después ser exportado a otros países, con mayor valor agregado, mediante las prácticas de tostado, triturado y empacado.

4.3. Exportaciones mundiales en valor

De acuerdo a la información obtenida de FAOSTAT (2025), durante el periodo 2010-2023, Brasil fue el país que registró una mayor participación promedio en el mercado mundial de café, ocupando un 20.98% de participación, seguido de Vietnam con un 15.17% y Colombia con un 6.63%, sin embargo, México participó con el 1.35% del mercado mundial de café. Durante el periodo de análisis (210-2023), las exportaciones mundiales de café crecieron a un ritmo del 1.44%, medido por su tasa de crecimiento media anual (TCMA); sin embargo, llama la atención que varios países tuvieron un crecimiento en sus exportaciones por arriba del promedio mundial, tal es el caso de Colombia (2.67%), Honduras (3.53%), Uganda (6.71%), e Italia (7.06%). Por su parte, México a comparación de estos países registró un crecimiento negativo, ya que durante el periodo 2010-2023, su TCMA fue negativa, a razón de 1.12%, lo cual nos indica un retroceso en su capacidad de exportación (Tabla 2).

Tabla 3: Exportaciones mundiales de café en valor (miles de dólares), 2010-2023

País/Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
TOTAL	**29,478,907**	**42,823,148**	**40,397,138**	**35,648,321**	**39,348,234**	**37,633,365**	**38,122,163**
Brasil	5,762,801	8,733,168	6,462,657	5,275,719	6,661,875	6,158,740	5,471,880
Alemania	2,778,793	3,864,433	3,675,360	3,414,376	3,463,415	3,093,967	3,199,616
Vietnam	1,851,358	2,752,423	3,674,402	2,642,297	3,557,413	2,671,030	3,336,618
Colombia	2,156,882	2,946,508	2,206,449	2,166,348	2,737,995	2,810,168	2,682,542
Suiza	1,452,919	2,030,650	2,038,898	2,414,938	2,410,721	2,199,686	2,212,049
Italia	992,068	1,278,091	1,348,303	1,443,462	1,543,097	1,437,128	1,583,345
Indonesia	982,958	1,303,500	1,566,812	1,468,369	1,360,279	1,544,087	1,429,108
Bélgica	1,115,839	1,606,104	1,362,108	1,030,536	1,111,647	1,182,862	1,098,474
Estados Unidos	883,941	1,203,564	1,276,348	1,148,830	1,143,136	1,113,464	1,126,178
Francia	531,176	691,970	667,519	896,704	971,591	896,463	920,223
Honduras	723,453	1,359,868	1,339,234	790,687	783,365	932,351	859,141
Países Bajos	379,854	805,288	744,343	543,663	748,943	849,254	872,133
Etiopía	676,642	844,675	887,840	804,104	1,023,864	1,018,629	611,878
India	558,109	922,536	902,041	867,689	843,039	812,637	844,022
Perú	889,112	1,585,933	1,023,549	695,952	734,339	584,924	758,631
Guatemala	720,534	1,069,769	969,122	721,026	673,998	668,719	651,533
España	432,482	573,953	584,502	578,324	604,871	568,679	550,575
Reino Unido	475,500	632,775	643,428	674,134	722,173	635,750	626,378
México	507,457	857,714	918,310	702,498	617,821	570,661	496,891

Fuente: Elaboración propia con información de FAOSTAT (2025).

País/Año	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Promedio
TOTAL	**40,286,895**	**37,977,919**	**37,000,570**	**38,092,219**	**44,298,480**	**54,502,471**	**51,433,165**	**40,503,071**
Brasil	5,273,305	4,961,897	5,167,386	5,529,519	6,373,478	9,243,448	8,086,659	6,368,752
Alemania	3,603,344	3,462,738	3,177,093	3,363,471	3,705,949	4,309,270	4,409,399	3,537,230
Vietnam	3,500,588	3,329,935	2,674,124	2,443,737	2,638,467	3,318,668	3,407,601	2,985,619
Colombia	2,807,431	2,568,575	2,609,390	2,802,198	3,491,018	4,536,944	3,298,273	2,844,337
Suiza	2,423,066	2,534,537	2,685,583	3,054,362	3,796,329	3,628,098	3,865,463	2,624,807
Italia	1,693,860	1,787,014	1,769,075	1,756,807	2,095,846	2,429,810	2,638,015	1,699,709
Indonesia	1,663,138	1,389,335	1,483,682	1,346,290	1,447,801	1,731,151	1,550,483	1,447,642
Bélgica	1,065,202	984,059	938,058	1,007,035	1,187,145	1,625,338	1,447,023	1,197,245
Estados Unidos	1,069,295	1,077,028	1,044,352	986,291	1,033,146	1,450,478	1,434,165	1,142,158
Francia	1,263,257	1,368,652	1,424,130	1,616,669	1,622,988	1,437,947	1,554,443	1,133,124
Honduras	1,292,047	1,112,370	955,619	871,978	1,292,083	1,497,249	1,432,707	1,088,725
Países Bajos	1,080,291	1,171,253	1,038,099	1,096,033	1,258,369	1,501,358	1,723,377	986,590
Etiopía	782,840	376,972	797,189	797,979	1,189,226	1,513,905	1,225,643	896,528
India	967,721	841,968	802,617	725,115	966,109	1,180,426	1,214,518	889,182
Perú	710,416	682,402	636,903	640,838	758,724	1,189,146	829,404	837,162
Guatemala	748,989	681,484	664,857	653,989	930,466	1,117,869	952,695	801,789
España	630,634	689,022	668,622	739,872	833,181	956,872	1,071,145	677,338
Reino Unido	674,732	723,732	631,795	605,955	673,989	601,207	624,489	639,003
México	613,683	570,417	476,811	507,097	518,400	847,972	693,250	635,642

Fuente: Elaboración propia con información de FAOSTAT (2025).

La información de la tabla 3, muestra el comportamiento de los principales países exportadores de café en volumen (miles de dólares), en la cual se puede observar que Brasil se posicionó en el primer lugar con 6 millones de dólares promedio durante el periodo 2010-2023, seguido de Alemania con 3.5 millones de dólares y Vietnam con 2.9 millones de dólares; por su parte, México se posiciono en el lugar 23 con un promedio de 600 mil dólares durante el mismo periodo de tiempo.

México ocupa un lugar entre los principales exportadores de café en volumen (toneladas) en el mercado mundial, sin embargo, de acuerdo a la tabla 3, se puede deducir que México exporta café de muy bajo valor, lo cual repercute en el valor total de sus exportaciones.

Tabla 4: Participación en el mercado mundial y tasa de crecimiento media anual de los principales países exportadores de café en valor (miles de dólares), 2010-2023.

País/Año	Participación (%)	TCMA (%)
TOTAL	100.00	4.37
Brasil	15.72	2.64
Alemania	8.73	3.62
Vietnam	7.37	4.80
Colombia	7.02	3.32
Suiza	6.48	7.82
Italia	4.20	7.81
Indonesia	3.57	3.57
Bélgica	2.96	2.02
Estados Unidos	2.82	3.79
Francia	2.80	8.61
Honduras	2.69	5.40
Países Bajos	2.44	12.34
Etiopía	2.21	4.68
India	2.20	6.16
Perú	2.07	-0.53
Guatemala	1.98	2.17
España	1.67	7.23
Reino Unido	1.58	2.12
México	1.57	2.43

Fuente: Elaboración propia con información de FAOSTAT (2025).

En la tabla 4 se muestra la participación en las exportaciones totales de café en el mundo, en miles de dólares, durante el periodo 2010-2023; en primer lugar, se posicionó Brasil con el 15.72% de participación, seguido de Alemania con el 8.73% y Vietnam con el 7.37%; por su parte, México solo participa con el 1.57% de las exportaciones totales de café en el mundo, respecto a su valor; en cuanto a la TCMA de las exportaciones en valor, el mercado mundial tuvo un crecimiento del 4.37%, durante dicho periodo; en este sentido, algunos países registraron TCMA por arriba del promedio mundial, tal es el caso de Países Bajos que tuvo un crecimiento de 12.34%, seguido de Francia con el 8.61% y Suiza con el 7.82%, lo cual nos indica que, si estos países continúan con esta tendencia, en los próximos años podrían aumentar significativamente su participación dentro del comercio mundial del aromático; caso contrario sucede con México, el cual registró una TCMA del 2.43%,

dos puntos porcentuales por debajo del promedio mundial, lo cual deja de manifiesto su pérdida de participación en el mercado mundial.

4.4. Importaciones mundiales en valor

Tabla 5: Importaciones mundiales de café en valor (miles de dólares), 2010-2023

No.	País/Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	TOTAL	**29,534,685**	**43,506,712**	**40,740,667**	**36,156,529**	**38,455,480**	**38,301,860**	**38,267,439**
1	Estados Unidos	5,100,329	8,310,518	7,030,944	5,973,170	6,330,778	6,448,336.0	6,105,207
2	Alemania	3,983,579	6,084,875	5,398,967	4,330,579	4,787,746	4,168,797	4,028,666
3	Francia	1,920,277	2,664,351	2,628,514	2,673,803	2,826,462	2,604,475	2,567,097
4	Italia	1,371,587	2,066,961	1,982,721	1,732,811	1,791,435	1,851,424	1,761,527
5	Japón	1,532,449	2,205,902	1,875,690	1,775,223	1,622,393	1,749,856	1,573,790
6	Canadá	1,111,809	1,616,629	1,574,286	1,341,405	1,475,679	1,381,794	1,338,676
7	Bélgica	1,194,770	1,735,101	1,486,432	1,196,798	1,118,874	1,179,386	1,078,067
8	Reino Unido	1,029,686	1,391,058	1,275,741	1,083,492	1,220,675	1,313,591	1,294,439
9	Países Bajos	711,827	954,845	915,687.0	681,690.0	985,457.0	1,016,711.0	1,023,868
10	España	1,003,068	1,382,576	1,272,206	1,120,175	1,164,983	1,092,439.0	1,066,656
40	México	79,758.0	105,523.0	93,260.0	116,556.0	179,718.0	208,870.0	232,427.0

Fuente: Elaboración propia con información de FAOSTAT (2025).

Continuación…

No.	País/Año	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Promedio
	TOTAL	**41,378,332**	**39,955,956**	**38,836,769**	**40,024,640.**	**45,348,733**	**59,695,491**	**56,184,842**	**41,884,866.8**
1	Estados Unidos	6,710,814.0	6,116,397.0	6,258,881.0	6,176,674.0	7,426,680.0	10,578,882.0	8,996,816.0	4,617,232.0
2	Alemania	4,326,801.0	3,965,048.0	3,643,420.0	3,988,464.0	4,507,165.0	6,250,635.0	5,176,506.0	2,877,774.6
3	Francia	2,982,480.0	3,060,562.0	2,915,060.0	3,091,159.0	3,278,336.0	3,452,367.0	3,623,902.0	1,901,143.7
4	Italia	1,875,344.0	1,843,515.0	1,679,741.0	1,576,246.0	1,806,340.0	2,691,412.0	2,584,948.0	1,677,716.1
5	Japón	1,631,659.0	1,457,300.0	1,408,638.0	1,342,286.0	1,507,208.0	2,019,611.0	1,786,020.0	1,499,370.2
6	Canadá	1,428,221.0	1,359,944.0	1,346,431.0	1,376,000.0	1,586,409.0	2,107,084.0	1,946,816.0	1,359,955.3
7	Bélgica	1,237,750.0	1,152,818.0	1,128,808.0	1,189,086.0	1,496,550.0	2,109,247.0	1,735,687.0	1,355,420.9
8	Reino Unido	1,395,671.0	1,422,784.0	1,342,128.0	1,335,980.0	1,175,263.0	1,840,017.0	1,855,368.0	1,231,409.3
9	Países Bajos	1,388,249.0	1,466,856.0	1,290,641.0	1,344,371.0	1,514,259.0	1,966,085.0	1,979,184.0	1,199,510.2
10	España	1,157,241.0	1,097,606.0	1,026,363.0	1,096,448.0	1,197,011.0	1,564,171.0	1,552,200.0	1,019,495.6
40	México	232,427.0	168,045.0	153,483.0	182,535.0	154,707.0	146,365.0	176,443.0	243,657.0

Fuente: Elaboración propia con información de FAOSTAT (2025).

La información de la tabla 5, muestra el comportamiento de los principales países importadores de café en volumen (miles de dólares), en la cual se observar que Estados Unidos de América, representó el principal importador mundial, con un poco más de 4.5 millones de dólares promedio, durante el periodo 2010-2023, seguido de Alemania con 2.8 millones de dólares y Francia con 1.9 millones de dólares; por su parte, México se posiciono en el lugar 40 con un promedio de 200 mil dólares durante el mismo periodo de tiempo.

Tabla 6: Participación en el mercado mundial y tasa de crecimiento media anual de los principales países importadores de café en valor (miles de dólares), 2010-2023

Número	País	Participación (%)	TCMA (%)
	Total	**100.0**	**5.1**
1	Estados Unidos	11.0	4.5
2	Alemania	6.9	2.0
3	Francia	4.5	5.0
4	Italia	4.0	5.0
5	Japón	3.6	1.2
6	Canadá	3.2	4.4
7	Bélgica	3.2	2.9
8	Reino Unido	2.9	4.6
9	Países Bajos	2.9	8.2
10	España	2.4	3.4
40	México	0.4	9.0

Fuente: Elaboración propia con información de FAOSTAT (2025)

En la tabla 6 se muestra la participación en las importaciones mundiales de café, en miles de dólares, durante el periodo 2010-2023; en primer lugar, se posicionó Estados Unidos con el 11% de participación, seguido de Alemania con el 6.9% y Francia con el 4.5%; por su parte, México solo participa con 0.4% en las importaciones mundiales de café, en valor. En cuanto a la TCMA, respecto al valor de las importaciones, el mercado mundial tuvo un crecimiento del 5.1%; los países que registraron una TCMA por encima del promedio mundial fueron México, con un 9.0% de crecimiento, seguido de Países Bajos con 8.2%, lo cual nos indica que, si estos países continúan con esta tendencia, en los próximos años podrían aumentar significativamente su participación dentro de las importaciones mundiales; a pesar de que México participa solo con el 0.4% de las importaciones mundiales en valor, éstas se encuentra por arriba del crecimiento promedio en el mundo.

4.5. Importaciones mundiales de café en volumen

Tabla 7: Importaciones mundiales de café en volumen (toneladas), 2010-2023.

No.	País/Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	TOTAL	**7,863,472.03**	**8,168,296.82**	**8,446,325.86**	**8,554,279.63**	**8,893,345.58**	**9,140,500.87**	**9,798,485.93**
1	Estados Unidos	1,391,197.00	1,496,004.00	1,492,347.00	1,542,394.00	1,574,436.15	1,586,914.61	1,651,626.79
2	Alemania	1,200,789.00	1,221,483.00	1,265,327.00	1,230,424.00	1,264,540.14	1,216,617.43	1,282,063.51
3	Italia	492,276.00	500,015.00	518,731.00	527,613.00	557,953.05	557,508.77	608,755.08
4	Japón	434,839.00	442,140.00	407,813.00	487,711.00	440,838.53	464,375.15	463,827.47
5	Francia	383,980.00	380,345.00	376,066.00	357,458.00	365,775.39	371,335.73	367,263.84
6	Bélgica	344,828.00	335,452.00	328,189.00	318,870.00	286,663.28	322,761.64	330,936.89
7	España	307,221.00	285,786.00	303,903.00	299,421.00	316,098.79	321,720.23	332,779.55
8	Canadá	244,022.00	253,778.00	251,934.00	259,913.00	288,935.24	266,555.57	283,109.19
9	Reino Unido	213,141.00	210,654.00	206,452.00	213,270.00	223,012.69	250,893.12	261,746.85
10	Países Bajos	145,035.00	136,757.00	139,132.00	135,043.00	197,414.37	229,756.24	240,167.57
48	México	14,101.00	17,499.00	12,571.00	14,463.00	39,024.22	55,867.21	75,314.20

Fuente: Elaboración propia con información de FAOSTAT (2025).

Continuación...

No.	País/Año	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Promedio
	TOTAL	**9,833,600.02**	**10,316,865.06**	**10,893,010.72**	**11,022,134.92**	**10,916,988.28**	**11,262,769.69**	**10,514,513.30**	**9,687,470.62**
1	Estados Unidos	1,676,690.60	1,634,989.71	1,754,476.26	1,595,253.83	1,646,125.17	1,712,755.30	1,464,941.83	**1,587,153.73**
2	Alemania	1,242,617.38	1,271,448.64	1,286,076.54	1,279,421.51	1,273,232.24	1,323,264.41	1,151,413.07	**1,250,622.71**
3	Italia	596,591.66	636,223.43	649,797.29	600,373.20	653,603.97	715,619.92	684,007.05	**592,790.60**
4	Japón	439,854.30	437,710.29	468,254.09	422,971.06	435,602.88	425,043.75	386,654.31	**439,831.06**
5	Francia	377,916.08	416,284.34	433,944.43	412,598.76	442,800.24	412,655.16	409,677.99	**393,435.78**
6	Bélgica	327,699.28	333,214.65	359,157.73	361,599.41	389,696.61	437,083.62	351,854.02	**344,857.58**
7	España	318,118.47	334,846.07	353,985.44	359,876.52	364,619.83	403,813.27	373,650.51	**333,988.55**
8	Canadá	296,097.30	296,193.66	311,064.75	293,306.44	313,746.13	330,350.48	308,534.88	**285,538.62**
9	Reino Unido	276,320.85	295,972.48	293,877.50	274,758.43	234,324.89	295,128.50	268,737.40	**251,306.41**
10	Países Bajos	276,816.47	299,437.31	296,532.22	282,795.90	295,382.29	347,901.65	322,285.60	**238,889.76**
48	México	41,358.71	34,267.04	50,339.64	36,406.32	39,235.12	32,628.04	54,261.36	**36,952.56**

Fuente: Elaboración propia con información de FAOSTAT (2025).

Como se puede observar en la tabla 7, Estados Unidos se posiciona como el primer importador mundial de café, con una producción promedio de 1.5 millones de toneladas, durante el periodo 2020-2023, seguido por Alemania con 1.2 millones de toneladas e Italia con 592, 790 toneladas; por su parte, México se encuentra en el cuadragésimo octavo lugar con un promedio de 36,952 toneladas importadas durante el mismo periodo de tiempo; en este sentido, México a pesar de ser un productor importante de café, sus importaciones son significativas.

Tabla 8: Participación en el mercado mundial y tasa de crecimiento media anual de los principales países importadores de café en volumen (toneladas), 2010-2023

No.	País/Año	Participación %	TCMA %
	TOTAL	**100.00**	**2.26**
1	Estados Unidos	16.38	0.40
2	Alemania	12.91	-0.32
3	Italia	6.12	2.56
4	Japón	4.54	-0.90
5	Francia	4.06	0.50
6	Bélgica	3.56	0.16
7	España	3.45	1.52
8	Canadá	2.95	1.82
9	Reino Unido	2.59	1.80
10	Países Bajos	2.47	6.33
48	México	0.38	10.92

Fuente: Elaboración propia con información de FAOSTAT (2025).

De acuerdo a la información obtenida de FAOSTAT (2025), durante el periodo 2010-2023, Estados Unidos fue el país que registró una mayor participación promedio en las importaciones mundiales de café, ocupando un 16.38% de participación, seguido de Alemania con un 12.91% e Italia con un 6.12%; por su parte, México participó con el 0.38% de las importaciones mundiales de café. Durante ese periodo de tiempo, la TCMA de las importaciones mundiales fue del 2.26%; en este sentido, llama la atención que varios países tuvieron un crecimiento en sus importaciones por arriba del porcentaje promedio, tal es el caso de México (10.92%), Países Bajos (6.33%) e Italia (2.56%).

4.6 Participación en el mercado mundial

Tabla 9: Participación en el mercado mundial, como porcentaje del valor de las exportaciones de café (%)

Periodo/País	Brasil	Vietnam	Colombia	México
Promedio 2010-2016	16.90	7.78	6.72	1.77
Promedio 2017-2023	14.70	7.02	7.28	1.39

Fuente: Elaboración propia con información de FAOSTAT (2025)

De acuerdo a la tabla 9, Brasil disminuyó su participación en las exportaciones mundiales de café (en valor), un 2.2%, durante los periodos 2010-2016 al 2017-2023; en el mismo sentido, Vietnam disminuyó su participación de un 7.78 a 7.02; en contraparte, Colombia incrementó su participación de un 6.72% a 7.28%, durante los mismos periodos de tiempo. Por su parte, en México, la participación de sus exportaciones en el mercado mundial del aromático, disminuyó 0.38%.

Tabla 10: Participación en el mercado mundial como porcentaje del volumen de las exportaciones de café (%)

Periodo/País	Brasil	Vietnam	Colombia	México
Promedio 2010-2016	20.76	21.17	6.29	1.49
Promedio 2017-2023	16.26	14.21	6.93	1.23

Fuente: Elaboración propia con información de FAOSTAT (2025)

La tabla 10 nos muestra que las exportaciones mundiales de café (en volumen), de Brasil registraron un retroceso en su participación, durante los periodos de 2010-2016 a 2017-2023, del 4.5%; Vietnam disminuyó su participación en un 6.96%; por su parte, Colombia registró un aumento en su participación del 0.64%, durante los periodos de análisis. En este sentido, México tuvo una disminución en su participación en el mercado mundial, del 0.23%, al pasar de1.49% a 1.23% durante los mismos periodos de tiempo.

4.7. Participación del mercado en las importaciones de Estados Unidos

Tabla 11. Participación en el mercado de importación estadounidense de café (%)

Periodo	Cantidad importada			Valor de las importaciones		
	Brasil	**Colombia**	**México**	**Brasil**	**Colombia**	**México**
Promedio 2010-2016	27.34	17.01	51.59	22.1	18.32	7.9
Promedio 2017-2023	25.59	19.30	16.68	17.51	19.75	5.85

Fuente: Elaboración propia con información de FAOSTAT (2025)

México, ha perdido competitividad en el mercado estadounidense del 34.91%, en cantidad, durante los periodos 2010-2016 a 2017-2023, al pasar de una participación en dicho mercado del 51.59% al 16.68%, respectivamente; asimismo disminuyó su competitividad en valor en 2.05%, en el mismo periodo de tiempo. Por su parte, Brasil tuvo una disminución en su competitividad del 1.75% en cantidad y del 4.59% en valor. Colombia, por su parte, tuvo un incremento en su competitividad, en el mercado de Estados Unidos, tanto en la cantidad, como en valor, del 2.29% y 1.43%, respectivamente, lo que deja de manifiesto, la penetración del aromático colombiano en el mercado más importante del mundo.

4.8. Coeficiente de ventaja comparativa revelada (CVCR)

El CVCR analiza el desempeño de un país en las exportaciones de un producto dado, en comparación con sus exportaciones totales y en relación a las mismas variables a nivel mundial; mientras más alto sea el valor del coeficiente, el grado de competitividad será mayor, siendo el valor mínimo de 0 y el valor máximo ∞. En este sentido, cuando el CVCR es de 100, la ventaja del país en ese producto es neutra o igual al desempeño promedio de las exportaciones mundiales (Recalde y Barraud, 2002).

Tabla 12: Coeficiente de la ventaja comparativa revelada en las exportaciones de café de México, Brasil, Colombia y Vietnam (millones de dólares)

Promedio/País	México	Brasil	Colombia	Vietnam
Promedio 2010-2016	73.80	1.69	1.34	4.20
Promedio 2017-2023	57.40	1.77	1.32	2.96

Fuente: Elaboración propia con información de FAOSTAT (2025)

Acorde con los datos de la tabla 12, México, Brasil, Colombia y Vietnam registraron un coeficiente de ventaja comparativa revelada menor a 100, lo cual indica que ninguno de los países es competitivo en la exportación de café, lo que indica, que su nivel de competitividad está por debajo del desempeño promedio de las exportaciones mundiales del aromático.

En este sentido, México, Colombia y Vietnam han perdido competitividad, durante los periodos de análisis, siendo más acentuada dicha situación en el caso de México, ya que su competitividad disminuyó en 16.4%.

La disminución en el nivel de competitividad de México, durante los periodos de análisis, es considerable, ya que durante el periodo 2010-2016 el CVCR fue del 73.80% y para el periodo 2017-2013 éste disminuyo a 57.40%, lo cual demuestra el deterioro competitivo de las exportaciones mundiales de café del país.

Por su parte, Brasil, es el único país que registró una mínima mejoría competitiva, de 0.8%, durante los periodos de análisis, al pasar de 1.69% a 1.77%, lo que indica que, aunque su competitividad fue inferior al promedio mundial, ésta ha ido mejorando en los últimos años.

V. CONCLUSIONES

El presente trabajo llegó a las siguientes conclusiones:

1. El café es uno de los productos agrícolas más relevantes en la economía y en desarrollo social de diversos países en el mundo.
2. El café no solo representa una bebida de gran consumo a nivel mundial, sino también funge con un papel importante que impulsa la producción agrícola, el comercio internacional y un gran causante en la generación de empleos en múltiples partes del mudo.
3. Los principales productores de café son: Brasil, Colombia y Vietnam, los cuales concentran el 43% de la producción en el mundo.
4. México participa con el 1.35% de la producción mundial de café.
5. Los principales Estados productores de café en México son: Chiapas (41%), Veracruz (25%) y Oaxaca (24%) los cuales concentran el 90% de la producción nacional.
6. Los países con mayor participación en el mercado mundial en cuanto al café en valor son: Brasil, Vietnam y Colombia concentrando el 30.12% de la participación en el mercado mundial.
7. México participa con el 1.57% en el mercado mundial de café en valor.
8. Los países con mayor participación en el mercado mundial de café en cantidad son Brasil, Vietnam y Colombia concentrando el 42.78% de participación.
9. México participa con el 1.35% en el mercado mundial de café en cantidad.
10. Los países con una mayor participación en el mercado de Estados Unidos son: Colombia, Brasil y México.
11. México participaba con más del 50% en el mercado de EU, en los últimos años su participación disminuyo significativamente al igual que la participación de Brasil, Colombia tuvo un incremento en su participación teniendo casi el 20% de participación en el mercado de Estados Unidos.

12. El coeficiente de ventaja competitiva revelada nos permitió determinar que la ventaja competitiva de México se ha mantenido dentro del comercio internacional, sin embargo, ésta se ha visto disminuida en los últimos años.
13. El coeficiente de ventaja competitiva revelada nos dice que Brasil, Vietnam y Colombia, han logrado fortalecer su competitividad y posición en el mercado.
14. Entre las principales ventajas comparativas que posee México, para ser más competitivo en el mercado internacional del café, destaca su ubicación geográfica, lo cual le permite tener acceso a uno de los mercados de consumo más grande del mundo, lo cual se traduce en una mayor facilidad para su transporte y reducción de costos en logística, aunado a la posesión de recursos naturales y climáticos que favorecen la producción del aromático.
15. A pesar de los retos de competitividad, México continúa siendo un actor importante en la producción y exportación de café en el mundo.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aranda, B. 2020. Guía de buenas prácticas para un café sustentable. Disponible en: http://www.monitoreoforestal.gob.mx/repositoriodigital/files/original/bfa3f766d2e72157e5e228ed280492fd.pdf

Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café (AMECAFE). 2020. El origen del café y su presencia en México. Disponible en: https://cafesdemexico.com/historia-del-cafe-y-el-cafe-en-mexico/

Bañuelos, P. B., Zwaiman, J. S., & García, L. H. 2018. Costos Gerenciales. Ciudad de México: IMCP

Café Arabo. 2019. Etapas del proceso de producción de café. Disponible en: https://cafearabo.com/etapas-proceso-produccion-cafe/

Cenicafé. 2009. Manual del cultivo de café. Centro Nacional de Investigaciones de Café. Disponible en: https://www.cenicafe.org/es/publications/bot032.pdf

Centro de Estudios de las Finanzas Públicas de la H. Cámara de Diputados. 2001. El mercado de café en México. Disponible en: https://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/cefp0542001.pdf

Dutrenit y Orive (2013). Impulso a la productividad para la competitividad una propuesta para México https://docs.dusselpeters.com/74.pdf

Enrique F, (2015). Competitividad, la clave del éxito empresarial. https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9789587780208_A43546538/preview-9789587780208_A43546538.pdf

Escamilla, P., Libert, A., & Bolaños, G. 2021. Las variedades de café en México ante el desafío de la Roya. Disponible en: https://pmcarbono.org/pmc/descargas/proyectos/rescms/Boletin_variedades_de_cafe-roya.pdf

Estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAOSTAT). 2025. https://www.fao.org/statistics/es

FAO – Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. 2024. Mercados y comercio. Disponible en: https://www.fao.org/markets-and-trade/commodities-overview/beverages/coffee/es

FAO. 2024. Producción sostenible. Disponible en: https://www.fao.org/agrovoc/es/concepts-of-the-month/producci%C3%B3n-sostenibleFAOHome

Ferraz, Kupfer y Haguenauer, (1996) El desafío competitivo https://www.un-ilibrary.org/content/journals/16820908/1996/58/11

González, G. M. 2019. Extractos de pulpa de café. Revista Investigación y Ciencia, 27(77). Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67459697009 (Consultado: 27 de marzo de 2025)

Grajales, T. 2000. Tipos de investigación. Revisado el, 14, 112–116

Hernández Sampieri, R., & Mendoza, C. 2018. Metodología de la investigación.

Hernández, S. 2014. Metodología de la investigación (6ª ed.).

Herrera, H. O. 2017. Producción del café a pequeña escala (Coffea arabica L.) en Chiconquiaco, Veracruz, México. Revista Agroproductividad, 10(3), 37–42

Iberdrola 2024. Agricultura ecológica. Disponible en: https://www.iberdrola.com/sostenibilidad/agricultura-ecologica

Innecco y Nuñez, (2009) Marketing y competitividad, nuevos enfoques para nuestras realidades. Pearson.

Instituto del Café de Costa Rica (ICAFE). 2019. Guía Técnica para el Cultivo del Café. Disponible en: https://www.icafe.cr/wp-content/uploads/cicafe/documentos/GUIA-TECNICA-V10.pdf

Instituto Nacional de la Economía Social (INAES). 2019. Historia del café y su cultivo. Disponible en: https://www.gob.mx/inaes/articulos/historia-del-cafe-y-su-cultivo?idiom=es

OMC (Comercio mundial de productos agropecuarios) https://www.wto.org/spanish/tratop_s/agric_s/ag_imp_exp_charts_s.htm

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). 2024. Mercados y comercio. (Duplicado del ítem 8)

Organización Internacional del Café (ICO). 2014. Estadísticas de producción y exportación de café. En: http://www.ico.org.

Patrick, C. 2019. Diferencia entre costo y gasto. Disponible en: https://www.academia.edu/9199930/Diferencia_entre_costo_y_gasto

Pérez, S., & Godínez, M. 2015. Ciencias sociales: Economía y humanidades. Disponible en: http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/41277/Cap_Imp+comercial+caf%C3%A9.pdf?sequence=1

Perfect Daily Grind. 2022. Producción y rentabilidad del café ambientalmente sostenible. Disponible en: https://perfectdailygrind.com/es/2022/02/16/produccion-rentabilidad-cafe-sostenible/

Pick, S., & López, V. F. A. L. 1994. Cómo investigar en ciencias sociales (5ª ed.). México, D. F.: Trillas

Porter, Michael (2007). La Ventaja Competitiva de las Naciones. Plaza & Janes editores. Barcelona. https://www.academia.edu/15214923/La_ventaja_competitiva_de_las_naciones

Recalde M., Barraud A (2002) Citado por Omaña S., (2014) La competitividad de la carne Vacuna en Argentina Actualidad Económica

Roberto, C. (2021). Pacioli-87 eBook. Disponible en: https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/Pacioli-87-eBook.pdf

Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER).2024. Cultivo de café en México. Disponible en: https://www.gob.mx/agricultura/articulos/cultivo-de-cafe-en-mexico#:~:text=El%20caf%C3%A9%20es%20uno%20de,de%20muchos%20pa%C3%ADses%20en%20desarrollo

Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre (SEFOR).(2021. [Documento sin título]

Soto, R. y Catillo, B. 2024. Competencias de café. Ed. Gainpro, Huehuetenango, Guatemala. Disponible en: https://www.anacafe.org/uploads/file/ffb8b70b463f48b7aa2c24cb8f2ccc9e/Brochure-RV-2024.pdf (Consultado: 27 de marzo de 2025)

Universidad Veracruzana. 2021. Clasificación de los costos. Disponible en: https://www.uv.mx/personal/alsalas/files/2013/02/clasificacion-de-los-costos.pdf