

## **Factores competitivos para la exportación de café a Estados Unidos**

### **Caso: Xicotepec, Puebla, México**

*Alicia Hernández Tolentino<sup>1</sup>*

*Jorge Víctor Alcaráz Vera\**

#### **Resumen**

La presente investigación tuvo por objetivo identificar las variables competitivas que influyen en la exportación del café de Xicotepec, Puebla, México a EE.UU. La metodología utilizada para determinar la incidencia de la calidad, la productividad laboral y el precio en el proceso de exportación consistió en la aplicación de un cuestionario para la recolección de la información. Para el procesamiento y análisis de los datos se utilizó la escala tipo Likert así como como los programas Excel y SPSS. Los resultados determinan que la calidad es una de las principales variables competitivas que influyen positivamente en la exportación del café de Xicotepec al mercado de Estados Unidos. Se finaliza la investigación con una propuesta para los productores del municipio con el propósito de impulsar las exportaciones de café al mercado de EE.UU y al mismo tiempo eliminar el intermediarismo.

**Palabras clave:** Competitividad, exportación, calidad, productividad laboral, precios.

#### **Abstract**

The present research aimed to identify the competitive variables that influence the export of coffee from Xicotepec, Puebla, México to the United States. The methodology used to determine the incidence of quality, labor productivity and price in the export process consisted of the application of a questionnaire for the collection of information. For the processing and analysis of the data, the Likert scale was used as well as the Excel and SPSS programs. The results determine that quality is one of the main competitive variables that positively influence the export of Xicotepec coffee to the United States market. The research is completed with a proposal for the producers of the municipality with the purpose of boosting coffee exports to the US market and at the same time eliminate the intermediary.

**Key words:** Competitiveness, export, quality, labor productivity, prices.

#### **Introducción**

---

<sup>1</sup> \*Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

México produce un promedio de 4 millones de sacos de café verde, 96% es café arábica y 4% café robusta. Es actualmente uno de los 10 principales países productores y exportadores a nivel mundial. El café se produce fundamentalmente en las vertientes de las cadenas montañosas del centro y sur del país. Todas estas son áreas estratégicas para la conservación de la biodiversidad. Más del 70% de los cafetales mexicanos se encuentra arriba de los 600 metros de altitud, lo que aunado a los microclimas, permite una alta calidad. El café de altura, cultivado por arriba de los 900 metros sobre el nivel del mar, es de los más cotizados. De los 12 estados productores, cuatro concentran la mayor cantidad: Chiapas, Veracruz, Puebla y Oaxaca (Cafés de Especialidad de Chiapas [CAFESCA], 2012).

El interés por este estudio surgió al observar que existen variables competitivas que favorecen la exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla al mercado de Estados Unidos. Por lo anterior se consideraron las variables de calidad, productividad laboral y precio.

Esta investigación está estructurada de la siguiente manera; en primer lugar se plantea el problema, a continuación las preguntas de investigación, los objetivos y la justificación. Enseguida se describen los fundamentos teóricos de la investigación y las principales teorías del comercio internacional así como la conceptualización de la competitividad y los modelos de competitividad aplicables con sus diferentes indicadores.

Posteriormente se continúa con la propuesta metodológica de la investigación; para la fase de campo se aplicó un cuestionario compuesto por dieciséis preguntas a los productores de Xicotepec, Puebla, en el cual se utilizó una escala tipo Likert. Para el procesamiento de los datos obtenidos se emplearon las técnicas estadísticas pertinentes con la ayuda del Excel y el programa SPSS. Una vez procesada la información se realizó el análisis e interpretación de los resultados. Con base en lo anterior se presenta la propuesta para la exportación de café a EE.UU por parte de los productores de Xicotepec, Puebla, México. Finalmente se realizan las conclusiones pertinentes a esta investigación

### **Planteamiento del problema**

El café es uno de los principales productos agrícolas que se comercializan en los mercados internacionales, actualmente es el segundo *commodity* mas comercializado en el mundo, sólo superado por el petróleo. Es importante señalar que la ausencia de una diferenciación, provoca que el precio de mercado sea más bajo que el de aquellos que sí la hacen (Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria [CEDRSSA], 2014).

Para México, el café representa una actividad estratégica: emplea a más de 500 mil productores, en cerca de 690 mil hectáreas de 12 entidades federativas y 391 municipios, involucra exportaciones por 897 millones de dólares/año y es el principal productor de café orgánico del mundo, destinando a ésta el 10% de la superficie, además vincula directa e indirectamente a cerca de 3 millones de personas y genera un valor en el mercado de alrededor de 20 mil millones de pesos por año (SENADO DE LA REPÚBLICA, 2015).

La estructura productiva de México está basada en pequeños productores ubicados en zonas de difícil acceso y la concentración en los canales internacionales de comercialización, situación provocada, entre otros, por los siguientes factores: la producción intensiva en tecnología de países como Brasil y los bajos costos que se manipulan en Vietnam, por lo anterior existen pocas oportunidades para los productores mexicanos en los mercados convencionales de café. Las alternativas ante este entorno, apuntan al ajuste de la estructura productiva y de comercialización hacia los cafés de calidad el incremento del consumo interno y la reconversión productiva (SENADO DE LA REPÚBLICA, 2011).

Puebla ocupa el tercer lugar nacional en producción de café al cierre de 2011, con 259,246 toneladas, por lo que se colocó detrás de Veracruz y Chiapas que ocupan la primera y segunda posición respectivamente. La producción se concentra principalmente en la Sierra Norte de Puebla en los municipios de Huauchinango, Xicotepec de Juárez, Cuetzalan y Teziutlán, así como en la región de Tehuacán perteneciente a la Sierra Negra. Son 75,000 hectáreas distribuidas en 54 municipios (Hernández, 2012).

En el municipio de Xicotepec, Puebla, la producción y comercialización del café es la principal actividad económica de subsistencia de las familias, es por ello que los cafecultores deben obtener un producto de calidad con el fin de colocarlo no solo en el mercado nacional sino también a nivel internacional, y con ello obtener mayores ingresos que les permitan mayor bienestar.

## **PREGUNTAS**

### **General**

¿Cuáles son las variables competitivas que influyen en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla, México a EE.UU?

### **Específicas**

1. ¿Cómo afecta la calidad en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla, México a EE.UU?
2. ¿Cómo influye la productividad laboral en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla, México a EE.UU?
3. ¿En qué forma inciden los precios en el proceso de exportación de café por parte de los productores de Xicotepec, Puebla, México a EE.UU?

## **OBJETIVOS**

### **General**

Identificar las variables competitivas que influyen en el proceso de exportación de café de los productores de Xicotepec, Puebla, México a EE.UU.

### **Específicos**

1. Analizar de qué forma incide la calidad en el proceso de exportación de café de los productores de Xicotepec, Puebla, México a EE.UU.
2. Determinar en qué medida influye la productividad laboral en el proceso de exportación de café de los productores de Xicotepec, Puebla, México a EE.UU.
3. Definir cómo afectan los precios en el proceso de exportación de café de los productores de Xicotepec, Puebla, México a EE.UU.

## **Justificación**

Los problemas que enfrenta la cafecultura mexicana a nivel nacional e internacional son de gran importancia, ya que limitan el desarrollo y crecimiento de este sector; esto se observa con claridad en la evolución de las exportaciones ya que no existe un incremento significativo debido a variables que afectan su competitividad. Esta investigación pretende determinar qué variables intervienen y cómo influyen en el proceso de exportación del café en la región de Xicotepec, Puebla, al mercado de EE.UU.

En primer lugar, es conveniente realizar este estudio porque servirá para resolver un problema práctico de investigación, contribuyendo con información que permita conocer con mayor profundidad una parte de la realidad que se vive en este sector de la agricultura mexicana.

Por otro lado los beneficiados de esta investigación son los productores del municipio de Xicotepec, Puebla, ya que con base al análisis e interpretación de los resultados obtenidos se realizará una propuesta que involucre a los cafecultores en su totalidad y que los conduzca a la exportación de su producto.

En tercer lugar la presente investigación busca aportar elementos que permitan orientar las decisiones sobre las políticas públicas con la finalidad de fortalecer e incrementar la actividad exportadora de este sector, así como también motivar y capacitar a los cafecultores para hacer uso eficiente de sus recursos disponibles.

Finalmente este trabajo servirá como referencia para otras líneas de investigación, tales como un análisis de rentabilidad del café con el propósito de implementar acciones para disminuir los costos, así como la elaboración de un plan para promover el café de la región e identificar nuevos nichos de mercado.

## **ENFOQUE TEÓRICO Y CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

Este apartado proporciona las bases teóricas que dan soporte a esta investigación, abordando en primer lugar las teorías relacionadas con el comercio internacional ya que no se puede hablar de competitividad sin mencionar antes las teorías de los intercambios comerciales que forman parte del origen de este término; enseguida se exponen aspectos sobre competitividad, enfocándose en elementos teóricos y modelos de competitividad resaltando aquellos que son relevantes para esta investigación.

### **Teorías del comercio internacional**

Uno de los primeros pensamientos económicos fue el mercantilismo, percibido como un conjunto de actitudes similares hacia la actividad económica doméstica y el papel del comercio internacional que tendía a dominar el pensamiento y la política económica europeos durante el periodo de 1500 a 1750. La riqueza nacional se reflejaba en la posesión de metales preciosos aunado a esto la visión estática de los recursos mundiales. La actividad económica en este escenario fue considerada como un juego de suma cero en el cual la ganancia económica de un país dependía de la pérdida de otro, la adquisición de metales preciosos, por tanto, se convirtió en el medio para aumentar la riqueza y el bienestar. Por otra parte el incremento del poder del Estado fue crítico para el proceso de crecimiento; un ejército, una armada, una marina mercante fuertes y una economía productiva fueron cruciales para mantener y aumentar el poder de un Estado-nación (Appleyard y Field, 2003).

Mientras que los mercantilistas consideraban el comercio como un juego de suma cero, Smith (1752) proponía que en realidad, el comercio podía ser un juego de suma positiva, donde el superávit comercial de un país no tenía por qué suponer un déficit comercial de otro. Adam Smith, percibió que la riqueza de una nación estaba reflejada en su capacidad productiva (es decir; su habilidad para producir bienes y servicios finales), no en su posesión de metales preciosos. La atención dejó de centrarse entonces en adquirir especie para dedicarse a aumentar la producción de bienes y servicios.

Más adelante Ricardo (1817) en su obra "Principios de la Economía Política y Tributación" estableció que aun cuando un país tuviera una desventaja absoluta en la producción de ambos bienes con respecto al otro país, si los costos relativos (o costo de un bien medido en términos del otro bien) son diferentes el intercambio es posible y mutuamente beneficioso. La nación menos eficiente debería especializarse en la producción y exportación del bien en el cual su desventaja absoluta es inferior. Éste es el bien en el que el país tiene ventaja comparativa. Por otro lado, el país debería importar el bien en el que su desventaja absoluta es superior, es decir, el bien en el que tiene desventaja comparativa. Esto se conoce como Ley de la Ventaja Comparativa.

Heckscher y Ohlin, partiendo la crítica al modelo ricardiano, el cual suponía al trabajo como el único factor de producción, por lo que la ventaja comparativa, solo podría surgir de las diferencias internacionales en la productividad del trabajo, elaboraron un modelo matemático de equilibrio general del comercio internacional. El modelo Heckscher-Ohlin (también llamado teoría de las proporciones factoriales) predice que si un país tiene una abundancia relativa de un factor (trabajo o capital), tendrá una ventaja comparativa y competitiva en aquellos bienes que requieran una mayor cantidad de ese factor, es

decir, que los países tienden a exportar los bienes que son intensivos en los factores con que están abundantemente dotados (Krugman, 2001).

La primera prueba empírica del modelo H-O fue llevada a cabo por Wassily Leontief con datos de la matriz insumo-producto de 1947 de los EE. UU. Leontief descubrió que los bienes que compiten con las importaciones de EE. UU eran cerca de 30 por ciento más intensivos en capital que las exportaciones de ese mismo país. Puesto que los EE. UU son la nación con mayor abundancia de capital, este resultado era lo opuesto de lo que pronosticaba el modelo H-O, y se denominó "paradoja de Leontief" (Quiroz, 2012).

### **Competitividad**

Las primeras aproximaciones al concepto de competitividad aparecieron hace varios siglos, las cuales se han venido desarrollando, sin embargo, se observa que en la actualidad no existe una definición homogénea del término, que permita responder de manera adecuada a un mismo enfoque. Los desarrollos conceptuales han sido numerosos y las acepciones del término se han dado desde diferentes niveles y enfoques. En la literatura existen distintos niveles de definición de competitividad de acuerdo a la unidad de análisis, ya sea a nivel de un país, de un sector económico, de una rama de la industria, de una línea de la industria y de una empresa. Durante los últimos 20 años las definiciones de competitividad han evolucionado debido a un conjunto de eventos internacionales asociado al dinamismo tecnológico y económico. (Pat, Caamal y Ávila, 2009).

La definición operativa de competitividad depende del punto de referencia del análisis (nación, sector, firma), del tipo de producto analizado (bienes básicos, productos diferenciados, cadenas productivas, etapas de producción) y del objetivo de la indagación (corto o largo plazo, explotación de mercados, reconversión, etcétera) (Piñeiro, Jaffé y Muller, 1993).

La capacidad de un país (o grupo de países) de enfrentar la competencia a nivel mundial, incluye tanto la capacidad de un país de exportar y vender en los mercados externos como su capacidad de defender su propio mercado doméstico respecto a una excesiva penetración de las importaciones Chesnais (1981).

La habilidad de las firmas, industrias, regiones, naciones o regiones supra-nacionales de generar altos niveles de empleo y de ingresos de los factores, mientras están expuestas a la competencia internacional. (OCDE, 1996).

En cuanto al análisis de la competitividad en el sector industrial, Romo y Musik, (2005) plantean que una industria se define como el conjunto de organizaciones que se dedican a actividades económicas similares, en que la competitividad se deriva de una productividad superior, ya sea enfrentando costos menores a los de sus rivales nacionales o internacionales en la misma actividad o mediante la capacidad de ofrecer productos con un valor más elevado.

Porter (1990), define la competitividad como la producción de bienes y servicios que sean de mayor calidad y precios más bajos que los de competidores nacionales e internacionales.

Como se observa, la mayoría de las definiciones se refieren a la competitividad como la capacidad o habilidad que deben tener las empresas, sectores y países, para lograr producir bienes que satisfagan al mercado nacional e internacional y al mismo tiempo lograr una participación importante en el mercado.

Uno de los pioneros en el tema de la competitividad es Michael Porter, cuyo planteamiento sobre la teoría de la ventaja competitiva pretende examinar la competitividad de las industrias sobre una base global en lugar de considerar factores específicos de los países para determinar su competitividad. Fue pionero en enfocar la atención a la pregunta sobre la forma en que países, gobiernos e incluso industrias privadas pueden alterar las condiciones dentro de un país para incrementar la competitividad de sus empresas. Porter señala que el factor esencial del éxito de una empresa, tanto a nivel nacional como internacional, reside en su posicionamiento estratégico, el cual es una función del sector industrial donde opera. Existen sectores más rentables que otros, lo cual no es accidental sino que es resultado de diversos factores que determinan la intensidad de la competencia y el nivel de beneficios (Porter, 1990).

Por otra parte diversas instituciones e investigadores se han desarrollado estudios donde consideran ciertas variables de análisis para profundizar y avanzar en el tema de la competitividad, algunos de estos modelos son los siguientes:

El Informe de Competitividad Mundial (IMD) es publicado desde 1989 y ha tenido como propósitos comparar la competitividad de diferentes países, examinar la evolución de la competitividad de un país a través del tiempo, examinar y comprender las fortalezas y las debilidades de un país e identificar los principales desafíos que enfrenta la competitividad de un país. Para la edición del año 2011, el IMD evaluó la competitividad de 59 países mediante el uso de criterios de carácter cuantitativo y cualitativo, estos últimos permiten analizar la competitividad a través de la percepción de líderes

empresariales del mundo. Estos criterios se agrupan en cuatro factores: desempeño económico, eficiencia del gobierno, eficiencia empresarial e infraestructura (IMD, 2007):

#### Modelo del Diamante Competitivo de Porter

Porter (1996) considera que la competitividad de un país depende de la capacidad de la industria para innovar y mejorar continuamente. De la misma manera señala a la ventaja competitiva como algo creado y sustentado a través de un proceso localizado, por ejemplo, las diferencias en valores, cultura, estructura e historia constituyen respectivos aspectos para los éxitos competitivos definiendo cuatro factores que generan la ventaja competitiva: condiciones de los factores, condiciones de la demanda, sectores afines y auxiliares y la estrategia, estructura y rivalidad de las empresas.

#### Modelo Basado en la Calidad Total

Ugo Fea (1995) afirma que la competitividad es un proceso productivo mediante el cual se transforman recursos en bienes vendibles con generación de valor añadido y beneficios; utilizando las siguientes variables: proceso productivo, recursos, transformación de bienes vendibles, creación del valor añadido y la generación de beneficios.

#### Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT)

BANCOMEXT es una institución mexicana que realiza actividades de comercio exterior y enuncia que el proceso de globalización de mercados, productos y servicios, la integración de México al bloque comercial de Norteamérica y el aumento de las oportunidades para que las empresas transformen sus actividades locales e internacionales, lleva a que una parte significativa de las empresas mexicanas se enfrenten al creciente reto de lograr verdaderos avances en su grado de internacionalización. Las variables a considerar para que las empresas mexicanas sean competitivas según esta institución son: precio, servicio, calidad, productividad y valores (Bonales y Sánchez, 2003):

#### Instituto Tecnológico de Georgia (ITG) de los EE. UU.

De acuerdo a Chávez (2004), estrictamente este modelo no representa una medición total de la competitividad debido a que solamente analiza el aspecto tecnológico del concepto. Sin embargo, maneja un conjunto de indicadores que tratan de abarcar las seis áreas establecidas: productividad, crecimiento

del Producto Interno Bruto (PIB), saldo del comercio exterior y participación de las exportaciones de los bienes manufacturados, capacidad empresarial, distribución del ingreso, nivel de escolaridad, capacidad de tratamiento de aguas residuales, número de ingenieros por habitante, formación de recursos humanos y tendencia de crecimiento del valor agregado, tendencia de exportación de productos con mayor ingrediente tecnológico.

#### Modelo de Competitividad de las Empresas Ubicadas en Uruapan, Michoacán, México que Exportan Aguacate a los EE.UU.

De acuerdo a Bonales y Sánchez (2003), la competitividad de las empresas exportadoras de aguacate a los EE.UU. ubicadas en Uruapan, Michoacán, México está determinada por: la calidad de la fruta, el precio de exportación, la tecnología utilizada, la capacitación de sus integrantes y los canales de distribución.

#### Modelo de competitividad del Instituto Tecnológico de Masachussets (MIT)

Las variables que propone Instituto Tecnológico de Masachussets son: precios bajos, calidad en productos y servicios, capacitación, tecnología, canales de distribución, buena imagen, nuevos productos y servicios, servicio al cliente, productividad, promociones, servicio de entrega puntual y el estilo del producto.

#### Modelo de competitividad basado en calidad

La calidad se entiende por la capacidad de una empresa para generar un producto o servicio de mejor manera que sus competidores. Esta capacidad resulta fundamental en un mundo de mercados globalizados, en los que el cliente por lo general puede elegir lo que necesita de entre varias opciones. Así cada vez más las organizaciones compiten por los clientes. Esto lleva a que las compañías busquen mejorar la integración e interrelación de sus diversas actividades. Un punto de partida básico es saber que los elementos significativos para la satisfacción del cliente y con ello para la competitividad de una empresa, están determinados por la calidad y los atributos del producto, el precio y la calidad del servicio (Gutiérrez, 2010).

#### Modelo de competitividad de Hernández

La competitividad de una empresa está determinada con un nivel de excelencia y solo se logra cuando se dominan las variables implicadas como la satisfacción del cliente, la calidad del producto y la rentabilidad (Hernández, 2006)

### Modelo de competitividad de Chudnovsky

Los elementos que se analizan en los índices de competitividad son varios, pero todos destinados al aumento de la tasa de ganancia con la expectativa de generar una mayor inversión, pese a no tener ningún medio de salvaguarda que asegure esta inversión ni la reinversión de las utilidades. La competitividad incluye estabilidad política y social, ritmo de crecimiento económico, tamaño del mercado doméstico, disponibilidad de recursos naturales, nivel del tipo de cambio, calidad, costo de la fuerza laboral, características de la política fiscal y comercial, reglamentación sobre los flujos de capital, infraestructura física y tecnológica, localización geográfica, densidad del tejido industrial doméstico e incentivos específicos (Chudnovsky, 1999).

En síntesis con base a los modelos de competitividad revisados las variables que se incluyen en esta investigación son calidad, productividad laboral y precio para las cuales se tomaron como referencia a los investigadores Porter, Gutiérrez, Fea, Bonales, Chudnovsky, Hernández y Rodríguez, y a las instituciones MIT, ITG, IMD, y BANCAMEX.

### **Metodología**

Esta investigación utiliza el método científico, con un diseño no experimental, un alcance exploratorio, descriptivo y correlacional; el método que se aplica es el hipotético-deductivo. Por otra parte tiene un enfoque cualitativo-cuantitativo porque se plantean preguntas para medir las actitudes y se establecen escalas numéricas para responderlas. El instrumento de medición utilizado para llevar a cabo las observaciones es la encuesta. Esta herramienta utiliza los cuestionarios como medio principal para la obtención de información. El cuestionario ha sido diseñado para evaluar las tres variables independientes y fue contestado de manera independiente por cada productor. El cuestionario consistió en preguntas cerradas, ya que en éstas tanto su procesamiento como su codificación se facilitan. Se planeó realizar primero una prueba piloto con el fin de corregir posibles fallas en la estructura del instrumento de medición.

En esta investigación se empleó la escala tipo Likert, la cual es una medición ordinal, la cual consiste en un conjunto de *ítems* presentados en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se pide la reacción de los sujetos. Es decir, se presenta cada afirmación y se pide al sujeto que externé su reacción eligiendo uno de los cinco puntos de la escala. A cada punto se le asigna un valor numérico. Así, el sujeto obtiene

una puntuación total sumando las puntuaciones obtenidas en relación a todas las afirmaciones (Hernández *et al*, 1999).

En esta investigación se utilizan tres tipos de escala Likert: escala global para determinar las variables competitivas que influyen en la exportación de café de Xicotepec, Puebla a Estados Unidos, escala para medir cada una de las variables y escala para medir cada una de las dimensiones

De acuerdo con datos de Sanidad Vegetal, (2014), en este caso de estudio se consideró una población que comprende 3000 productores de café. La muestra obtenida fue de 341 productores a los cuales se les aplicó la encuesta. La aplicación del cuestionario final se llevó a cabo de manera personal a los productores de café del municipio de Xicotepec, Puebla, los cuales cuentan con una amplia experiencia en el cultivo del grano. El tiempo de duración de cada encuesta dependió principalmente del nivel educativo de los productores.

La estructura del este instrumento de medición es la siguiente: cinco preguntas se enfocan a la variable calidad, abarcando dimensiones como normas, control y producción, cinco preguntas describen a la variable productividad laboral, incluyendo dimensiones de rendimiento, capacitación, disponibilidad y organización y seis preguntas examinan la variable precio con dimensiones de precio, venta y mercado.

En este caso la confiabilidad del instrumento de medición se obtuvo por medio del coeficiente alfa de Cronbach, el resultado se muestra en la siguiente tabla.

**Tabla 1 Alfa de Cronbach**

Cronbach's Alpha	N of Items
.700	16

Fuente: elaboración propia, (2014).

De acuerdo a George y Mallery (2003), la confiabilidad del instrumento de medición es aceptable.

## Resultados

El resultado general de este sector agrícola cafetalero de acuerdo a la escala utilizada es considerado como regular competitivo como se observa en el siguiente cuadro.

<b>Nada competitivo</b>	<b>Poco competitivo</b>	<b>Regular competitivo</b>	<b>Competitivo</b>	<b>Muy competitivo</b>
-----------------------------	-----------------------------	--------------------------------	--------------------	----------------------------

<b>16</b>	28.8	41.6	54.4	67.2
		<b>52.40</b>		80

**Cuadro 1 Resultados generales de la variable dependiente competitividad exportadora.**

Fuente: Elaboración propia, (2014).

El resultado de la variable calidad de este sector agrícola cafetalero de acuerdo a la escala tipo Likert es considerado como competitivo como se muestra en el cuadro 2.

**Cuadro 2 Resultado de la variable independiente calidad.**

<b>Nada competitivo</b>	<b>Poco competitivo</b>	<b>Regular competitivo</b>	<b>Competitivo</b>	<b>Muy Competitivo</b>
5	9	13	17 <b>17.84</b>	21 25

Fuente: Elaboración propia, (2014).

El resultado de la variable productividad laboral de este sector agrícola cafetalero de acuerdo a la escala tipo Likert es considerado como regular competitivo como se muestra en el cuadro 3.

**Cuadro 3 Resultado de la variable independiente productividad laboral.**

<b>Nada competitivo</b>	<b>Poco competitivo</b>	<b>Regular competitivo</b>	<b>Competitivo</b>	<b>Muy Competitivo</b>
5	9	13	<b>16.03</b> 17	21 25

Fuente: Elaboración propia, (2014).

El resultado de la variable precio de este sector agrícola cafetalero de acuerdo a la escala tipo Likert es considerado como regular competitivo como se muestra en el cuadro 4.

**Cuadro 4 Resultado de la variable independiente precio.**

<b>Nada competitivo</b>	<b>Poco competitivo</b>	<b>Regular competitivo</b>	<b>Competitivo</b>	<b>Muy Competitivo</b>
<b>6</b>	10.8	15.6	<b>18.55</b> 20.4	25.2 30

Fuente: Elaboración propia, (2014).

Para lograr la exportación del aromático del municipio de Xicotepec, Puebla, en esta investigación se propone constituir una sociedad cooperativa ya que la organización es la base para lograr grandes

desafíos como los que presenta el sector cafetalero en esta región. Ejemplos del éxito de este tipo de sociedades son la Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional Tosepan Titataniske, la Sociedad Cooperativa Unidos por Huitzilán de Serdán, Puebla, la cooperativa Maya Vinic, en los Altos de Chiapas que reúne a microproductores de café que no contaban con un mercado. Hoy, los 700 socios de la organización exportan el 75% de su café orgánico a Japón, Estados Unidos y Bélgica (Cuevas, 2014).

Los productores de Xicotepec, Puebla tienen esta gran ventaja, que su producto cuenta con la calidad que el mercado estadounidense exige, sin embargo, si no se organizan no podrán aprovecharla, esto por varias razones, en primer lugar la mayoría de los agricultores son minifundistas por lo que sus propiedades son muy reducidas, no más de una por agricultor en consecuencia su producción es insuficiente para cumplir con la demanda del mercado extranjero. Por lo anterior deben unirse y trabajar de manera conjunta para lograr integrar cadenas de valor que fomenten la venta directa eliminando el intermediarismo.

### **Conclusiones**

Los productores cafetaleros del municipio de Xicotepec, Puebla, México continúan con esta actividad porque existen variables competitivas como la calidad, la productividad laboral y precio, que han contribuido de manera positiva para la producción y comercialización de café.

Con respecto a la calidad es la variable que mayor impacto tiene en la competitividad exportadora de café, el resultado que se obtuvo en la escala tipo Likert fue competitivo. De acuerdo a las dimensiones que se abordaron en esta variable los productores no consideran al café como un producto de mala calidad, ya que el porcentaje de rechazo por parte de los intermediarios por no cumplir con la calidad requerida es muy bajo; en cuanto a las normas de calidad que exige el mercado estadounidense son muy pocos los productores que tienen un alto conocimiento de ellas, en la mayoría el nivel de conocimiento es bajo o nulo; por otro lado, los cafeticultores mencionan que con frecuencia cuentan con estrictos controles de calidad, ya que de lo contrario el producto final tiene un precio inferior y en raras ocasiones el rechazo del mismo. La mayoría de los cafeticultores a pesar de no contar con conocimiento sobre la calidad que exige el mercado estadounidense, opinan que su producto cumple con los estándares de calidad para su exportación.

En cuanto a la variable explicativa productividad laboral, el resultado que se obtuvo de la escala utilizada fue de regular competitivo. En este sentido se puede concluir que existe suficiente disponibilidad de mano de obra para realizar las actividades que se requieren para la producción y comercialización de café, por otra parte, con frecuencia se emplea mano de obra familiar, asimismo el rendimiento deseado de los

trabajadores en las actividades realizadas en este sector cafetalero es eficiente. Solo a veces la mano obra recibe capacitación, los productores opinan al respecto que llevan años realizando las mismas tareas y por lo tanto conocen a la perfección lo que se tiene que hacer. Finalmente, los productores solo a veces han formado parte de alguna organización, organizaciones que por falta de información y orientación se desintegran rápidamente.

En relación a la variable independiente precio, se obtuvo un resultado de regular competitivo, la mayor parte de los productores opina que el precio de su producto es determinado por el mercado, y están de acuerdo en que hay cambios en el precio pero que el porcentaje de variación es bajo, la mayoría de los productores consideran insuficiente el precio recibido por su producto, por otra parte los cafeticultores consideran que el nivel de participación de su producto en el mercado de EE.UU es muy alto, aunque también saben que existe un nivel de intermediación entre productor y consumidor final muy alto.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación cabe resaltar que en el municipio de Xicotepec, Puebla, México se produce café de excelente calidad, el café que se produce en esta región por lo tanto es competitivo principalmente cuando se habla de calidad; sin embargo existen grandes obstáculos que no permiten a los productores del aromático diversificar sus mercados y que su producto sea reconocido a nivel mundial, entre ellos se encuentran la falta de incorporación de nuevas tecnologías, dependencia de un solo mercado, una mínima publicidad para comercializar el grano, la competencia cuenta con rutas definidas de comercialización que limitan la introducción del producto al mercado. Para poder vencer tales barreras es necesario en primer lugar lograr una sociedad cooperativa de productores cafetaleros con el objetivo de reunir la producción necesaria que el mercado exige, el siguiente paso es la producción de café gourmet así como la certificación del mismo para tener participación en un mercado global, explotando la calidad del producto, dar valor agregado al grano, usar nuevas tecnologías que permitan exportar el producto de una forma más eficiente y afianzarlo en el mercado evitando el intermediarismo, finalmente crear una marca propia así como también cafeterías que permitan el contacto directo con el consumidor final.

## Referencias

- Appleyard, D. R., y Field, A. J. (2003). *Economía Internacional*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Bonales, J., y Sánchez, M. (2003). *Competitividad Internacional de las empresas exportadoras de aguacate*. Morelia, México: Morevallado Editores.

- CAFESCA. (2012). *El café de México y Chiapas*. Recuperado de <http://www.cafesca.com/Nuestro-Cafe/El-cafe-de-Mexico-y-Chiapas>
- CEDRSSA. (2014). *Producción y mercado de café en el mundo y en México*. Recuperado de [www.cedrssa.gob.mx/includes/asp/download.asp?iddocumento=2756&idurl](http://www.cedrssa.gob.mx/includes/asp/download.asp?iddocumento=2756&idurl).
- Chávez, J. (2004). *Competitividad de las empresas que exportan fresa a los Estados Unidos de América, ubicadas en el valle de Zamora, Michoacán* (Tesis doctoral). Escuela Superior de Comercio y Administración, Instituto Politécnico Nacional, México, D.F.
- Chesnais, F. (1981). *The Notion of International Competitiveness*. Paris: Mimeo.
- Chudnovsky, D., y Porta, F. (1991.). Competitividad internacional: principales cuestiones conceptuales y metodológicas. *Documento de Trabajo. FCS-DE*, 3(91)
- Cuevas, S. (2014). *Cooperativa chiapaneca de café conquista al mundo*. Recuperado de <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/cooperativa-chiapaneca-de-cafe-conquista-al-mundo.html>
- Fea, U. (1995). *Competitividad es calidad total: manual para salir de la crisis y generar empleo*. México. D.F.: Alfaomega.
- George, D., y Mallery, P. (2003). *Spss for Windows step by step: A Simple Guide and Reference*. Boston: Allyn & Bacon.
- Gutiérrez, H. (2010). *Calidad total y productividad*. México: Mc Graw Hill.
- Hernández, M. (2012). Puebla sube al tercer lugar en producción de café. Recuperado de <http://eleconomista.com.mx/estados/2012/01/04/puebla-sube-tercer-lugar-produccion-cafe>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hernández, S., y Rodríguez, G. (2006). *Teoría, proceso, áreas funcionales y estratégicas para la competitividad*. México: McGraw-Hill
- IMD. (2007). *World Competitiveness Yearbook*. Recuperado de <http://www.imd.org/about/pressroom/pressreleases/IMD-World-Competitiveness-Yearbook-2007.cfm>
- Krugman, P. R., y Obstfeld, M. (2001). *Economía Internacional: teoría y política*. Madrid: Pearson Educación.
- Musick, G., y Romo, D. (2004). Sobre el concepto de competitividad. *Revista de comercio exterior*, 55(3), 200-2014.

- OCD. (1996). *Industrial Competitiveness: Benchmarking Business Environments In The Global Economy*. Recuperado de <https://www.amazon.com/Industrial-Competitiveness-Benchmarking-Business-Environments/dp/9264153446>
- Pat, V. G., Caamal, I., y Ávila D, J. A. (2009). Análisis de los niveles y enfoques de la competitividad. *Revista textual*, 53, 63-70.
- Piñeiro, M., Jaffé, W., y Muller, G. (1993). Innovation, competitiveness and agro-industrial development. Presented at the meeting of integrating competitiveness sustainability and social development. Paris.
- Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. *Harvard Business Review*, 68(2).
- Porter, M. E. (1996). *Ser competitivo: nuevas aportaciones y conclusiones*. España: Ediciones Deusto.
- Quiroz, L. (2012). *Fundamentos del modelo económico H-0 (Modelo Heckscher-Ohlin)*. Recuperado de [http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/13-teoría neoclasica](http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/13-teoría%20neoclasica) ISBN: 84-688-8197-Xa/18-fundamentos-del-model-economico-h-0-modelo-heckscher-ohlin.
- Ricardo, D. (1817). *Principios de Economía Política (Principles of Political Economy and Taxation)*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Senado de la República. (2015). *Comisión Permanente*. Recuperado de <http://www.senado.gob.mx/index.php?ver=cp&mn=4&id=55075>
- Senado de la República. (2011). *Gaceta del senado*. Recuperado de <http://www.senado.gob.mx/index.php?ver=sp&mn=2&sm=2&id=28876>
- Smith, A. (1776). *Investigación sobre la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones*. México: Fondo de Cultura Económica.

## Anexo 1 cuestionario

El objetivo de este cuestionario es determinar los factores competitivos que intervienen en el proceso de exportación del café al mercado estadounidense por parte de los productores de Xicotepéc, Puebla, México.

**Instrucciones:** Marque con una X cada pregunta según el nivel que considere correcto de acuerdo a su experiencia y conocimiento sobre el proceso de producción y comercialización del café. Esta encuesta es realizada solo con fines académicos y su participación será anónima.

“De antemano gracias por su colaboración”

### CALIDAD

1. ¿El café que produce es considerado por sus compradores como producto de buena calidad?

Nunca  Casi nunca  A  veces  frecuencia  
Siempre

2. ¿Ha tenido algún rechazo de su producto por no cumplir con la calidad requerida?

Nunca  Casi nunca   veces  frecuencia  
Siempre

3. ¿Tiene conocimiento sobre las normas de calidad del café que exige el mercado estadounidense?

Nada  Bajo  Regular  Alto  Muy alto

4. ¿Su producto cuenta con estrictos controles de calidad?

Nunca  Casi nunca   veces  frecuencia  
Siempre

5. ¿Qué porcentaje de su producto considera que cumple con los estándares de calidad para su exportación al mercado estadounidense?

Nada       Bajo       Regular       Alto       Muy alto

## PRODUCTIVIDAD LABORAL

6. ¿Existen suficientes trabajadores para realizar las actividades que requiere el cultivo?

Nunca       Casi nunca       veces       frecuencia  
Siempre

7. ¿Con que frecuencia emplea mano de obra familiar?

Nunca       Casi nunca       veces       frecuencia  
Siempre

8. ¿Los trabajadores que emplea tienen el rendimiento deseado en sus actividades?

Nunca       Casi nunca       veces       frecuencia  
Siempre

9. ¿La mano de obra recibe capacitación con frecuencia para mejorar las técnicas de producción y cosecha?

Nunca       Casi nunca       veces       frecuencia  
Siempre

10. ¿Forma parte de alguna organización de productores de café?

Nunca       Casi nunca       veces       frecuencia  
Siempre

## PRECIO

11. ¿El precio de su producto es determinado por sus compradores?

Nunca       Casi nunca       veces       frecuencia  
Siempre

12. ¿Con qué frecuencia cambia el precio de venta del café?

Nunca  Casi nunca   veces  frecuencia  
Siempre

13. ¿Cuándo hay un cambio en el precio de venta, en qué porcentaje varía?

Nada  Bajo  Regular  Alto  Muy alto

14. ¿Considera que el precio que le pagan por su producto es suficiente?

Nunca  Casi nunca   veces  frecuencia  
Siempre

15. ¿Cuál es el nivel de participación de su producto en el mercado de los EE.UU?

Nada  Bajo  Regular  Alto  Muy alto

16. ¿Cómo considera el nivel de intermediación entre productores y mercado meta?

Nada  Bajo  Regular  Alto  Muy alto