

## COMPETITIVIDAD DEL CAFÉ MEXICANO EN MERCADOS INTERNACIONALES. UN ANÁLISIS DURANTE EL PERIODO 2014-2022

MARÍA GUADALUPE CORTÉS-MEDINA\*✉<sup>1</sup>, IRMA CRISTINA ESPITIA-MORENO<sup>2</sup>,  
MIRIAM EDITH PÉREZ-ROMERO<sup>3</sup>

**Citación:** Cortés-Medina, M. G., Espitia-Moreno, I. C. y Pérez-Romero, M. E. (2025). Competitividad del café mexicano en mercados internacionales. Un análisis durante el periodo 2014-2022. *Inquietud Empresarial*, 25(2), 1-17.

<https://doi.org/10.19053/uptc.01211048.18038>

Editor: Blanco-Mesa, Fabio

Recibido: 20/08/2024.

Aceptado: 11/02/2025.

Publicado: 03/06/2025.

Códigos JEL: E23, Q11

Tipo de artículo: Investigación.



**Resumen:** La caficultura constituye un sector clave para la economía mexicana al ser fuente de empleo, divisas y promotor de la biodiversidad. Su relevancia socioeconómica justifica la implementación de políticas públicas específicas para su desarrollo y fortalecimiento. El objetivo del presente estudio es determinar la competitividad del café mexicano con respecto a los principales países exportadores de dicho grano, durante el periodo de 2014-2022. La metodología utilizada es la ventaja comparativa revelada con los índices propuestos por Balassa, Vollrath y Yu et al. Entre los principales hallazgos encontrados tenemos que los países más competitivos son Brasil, Colombia y Honduras con una ventaja comparativa sostenida en el tiempo, mientras que Indonesia, India y México muestran desventaja entre los países analizados. Se concluye que México e India deben mejorar sus prácticas en la producción del café si quieren competir con los países altamente competitivos a nivel internacional.

**Palabras clave:** ventaja comparativa, producción de café, exportaciones, importaciones, competitividad.

<sup>1</sup>Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas; Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo; Gral. Francisco J. Múgica S/N, Felicitas del Río, 58040 Morelia, Mich., México; [maria.medina@umich.mx](mailto:maria.medina@umich.mx); <https://orcid.org/0000-0003-3938-5334>\*autor corresponsal

<sup>2</sup>Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas; Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo; Gral. Francisco J. Múgica S/N, Felicitas del Río, 58040 Morelia, Mich., México; [irmacris@umich.mx](mailto:irmacris@umich.mx); <https://orcid.org/0000-0001-7571-2692>

<sup>3</sup>División de Ingeniería en Gestión Empresarial; Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Huichapan, Huichapan, México, [meperez@iteshu.edu.mx](mailto:meperez@iteshu.edu.mx); <https://orcid.org/0000-0003-1450-9644>

## *Competitiveness of Mexican coffee in international markets: an analysis from 2014 to 2022*

**Abstract:** Coffee growing is a key sector for the Mexican economy as it is a source of employment, foreign exchange and a promoter of biodiversity. Its socioeconomic relevance justifies the implementation of specific public policies for its development and strengthening. The objective of this study is to determine the competitiveness of Mexican coffee with respect to the main coffee exporting countries during the period 2014-2022. The methodology used is the comparative advantage revealed with the indexes proposed by Balassa, Vollrath and Yu et al. The main findings found are that the most competitive countries are Brazil, Colombia and Honduras with a comparative advantage sustained over time, while Indonesia, India and Mexico show disadvantage among the countries analyzed. It is concluded that Mexico and India must improve their coffee production practices if they want to compete with highly competitive countries at the international level.

**keywords:** comparative advantage, coffee production, exports, imports, competitiveness.

## 1 INTRODUCCIÓN

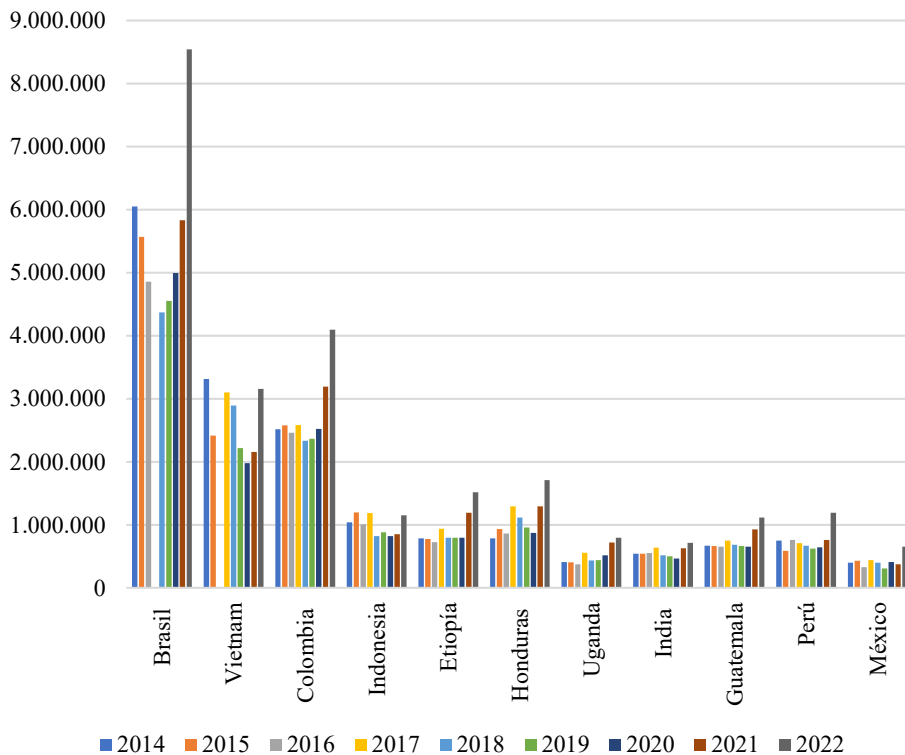
El término “café” engloba tanto al árbol de la familia de las rubiáceas como a sus semillas y a la infusión elaborada con ellas. De las numerosas especies existentes, las más relevantes son la arábica, la canephora y la libérica (SAGARPA, 2017). El consumo global estimado de café es de aproximadamente cuatrocientas mil millones de tazas al año, lo que equivale a 7.5 millones de toneladas de café consumidas (Hernandez-Aguilera et al., 2019), este hecho convierte al café en la bebida de fabricación humana más consumida en el mundo (Zelber-Sagi et al., 2015). Las naciones que presentan el mayor consumo son Estados Unidos con un 15.9 %, Brasil con un 14.1 %, Alemania con un 6.8 % y, finalmente, Japón con un 5.1 % (ICAFE, 2021). Con un consumo de 4.09 kg por persona en 2009, Estados Unidos fue el principal importador mundial de café, adquiriendo el 18.8 % del total. Los principales países exportadores hacia este mercado fueron Brasil, Colombia, Vietnam, Indonesia, México y Guatemala (Trade Map, 2015).

Después del petróleo, el café es el producto de mayor comercialización mundial. La importancia del café trasciende lo económico, este cultivo no solo genera ingresos y empleo, también es un pilar fundamental para la conservación de la biodiversidad al fomentar la protección de agroecosistemas y la preservación de diversas especies de plantas y animales (Chango y García, 2021). El cultivo del café está ligado a los climas cálidos. Brasil, como el mayor productor mundial, junto con Vietnam, Colombia, Indonesia y Etiopía, dominan el 60 % de la producción global, lo que les otorga un gran poder de mercado y obliga al resto de los países productores a ser seguidores de precios. Por otra parte, la Unión Europea, Estados Unidos y Japón son los principales destinos de las exportaciones de café, mientras que, Colombia, ha perdido competitividad en exportaciones frente a países como México y Guatemala (Sandoval-Valencia, 2017), pero ha logrado mantener su posición como uno de los principales exportadores de café a nivel mundial, lo cual se debe al reconocimiento de su denominación de origen que distingue su producto en el mercado y lo hace más atractivo para los consumidores, especialmente en Estados Unidos (Rendón, 2013).

En otro sentido, el café representa aproximadamente el 20 % de las exportaciones de Etiopía y también existe un potencial muy alto para aumentar su participación en el mercado mundial (Tolessa et al., 2017). El mercado internacional del café ha experimentado cambios significativos en los últimos años, principalmente, debido al surgimiento de Vietnam como un importante productor. Según Torok et al. (2018), la producción de café en Vietnam se incrementó un 600 % entre 1995 y 2015, lo que ha aumentado considerablemente la oferta global. Además, un elemento interesante de la comercialización de granos a nivel internacional es que los países productores no son necesariamente los que más se benefician de la creación de valor, sino más bien aquellos que importan granos con el fin de agregar valor a través de su transformación y exportación (Rivera-Rojo, 2022).

En términos de precio, el café enfrenta una volatilidad significativa debido al impacto de la especulación influyente, lo que beneficia principalmente a productores directos y terceros; no obstante, hay naciones como Brasil que se beneficia de este efecto al actualizar la producción y obtener mayores divisas, pero otros productores latinoamericanos como Colombia, Guatemala y México han sufrido aumento de los precios financieros como consecuencia de la reducción de las exportaciones (Sandoval-Valencia, 2017).

La Figura 1 muestra los principales países exportadores de café dentro del periodo 2014-2022, de acuerdo con datos de Trade Map (2023). (Infante Jiménez & López Villaseñor, 2019) Se observa que Brasil es el principal país exportador, mientras que México se queda al final de la lista. Las exportaciones tuvieron altibajos durante el periodo observado para Brasil, Vietnam y Colombia, mientras que para el resto de los países se mantuvieron más estables. Cabe resaltar que en el 2022 Colombia tuvo un incremento notable en sus exportaciones.



**Figura 1. Principales países exportadores de café.**

**Fuente:** Elaboración propia con base en Trade Map (2023).

Como se mencionó anteriormente, México se posiciona en el último lugar de la lista de los países exportadores. Es por ello que surge la inquietud de conocer si México es un país realmente competitivo en la colocación del café en mercados internacionales. Partiendo de esto, de manera inicial se llevó a cabo una revisión de la literatura sobre competitividad en distintos productos y se construyó un marco teórico que integró los conceptos de competitividad, teoría del comercio internacional y ventaja comparativa; mismo que se incluye a continuación para poner en contexto el trabajo de investigación realizado.

En un contexto económico internacional, la competitividad representa la habilidad de una entidad (empresa, región, etc.) para generar valor económico y social de manera sostenible, a través de la creación de productos y servicios que satisfagan las demandas del mercado (Velásquez, 1995). El Índice de Competitividad Internacional (ICI), mide la capacidad de los países para generar, atraer y conservar tanto inversión como talento con el objetivo de impulsar la productividad y mejorar el bienestar para sus pobladores (IMCO, 2022).

Para el presente estudio es importante resaltar el concepto de competitividad desde un enfoque internacional, en este sentido, de acuerdo con Kim y Marion, (1997), la competitividad internacional se puede definir como la capacidad sostenida de las industrias o empresas de una nación para competir con contrapartes extranjeras en los mercados extranjeros, así como en los mercados internos en condiciones de libre comercio. Desde otro punto de vista, se puede definir a la competitividad como la capacidad de obtener y mantener de manera rentable una participación de mercado en los mercados nacionales o extranjeros (Pitts y Lagnevik, 1998). Por su parte, Ezeala-Harrison, (1999) definen la competitividad internacional como la capacidad relativa de las empresas de un país para producir y comercializar productos de calidad estándar o superior a precios más bajos. Adicionalmente, Esser et al. (1996) plantean un modelo de competitividad que considera cuatro niveles de análisis: meta, macro, meso y micro. El nivel meta abarca los aspectos socioculturales y los patrones de organización social; el nivel macro se refiere al marco político y las políticas públicas; el nivel meso involucra las relaciones entre las instituciones públicas, privadas y de la sociedad civil y, el nivel micro, se centra en el desempeño de las empresas individuales (Capobianco-Uriarte et al., 2019).

Adicional a lo ya presentado, es importante destacar la teoría principal del comercio internacional, la cual sostiene que un país o región deben especializarse en la producción y exportación de los bienes y servicios que pueden producir de manera relativamente más eficiente que otros, e importar los bienes y servicios en los cuales tienen una desventaja comparativa. Esta teoría la propuso David Ricardo en 1817, como base para aumentar el bienestar económico de la población a través del comercio internacional (Rice, 2013). La teoría de la ventaja comparativa promueve la especialización en producción según los recursos disponibles como materias primas y mano de obra, favoreciendo la acumulación de capital e investigación (Bancomext, 2014).

Se define la ventaja comparativa como la capacidad de un país para producir un bien o servicio a un precio más bajo en comparación con los demás. Esta ventaja es útil para

explicar por qué las empresas, países o, incluso, los mismos inversionistas, pueden beneficiarse de este intercambio (Tala, 2022). Mientras que la ventaja comparativa revelada, por su parte, es un indicador que mide la especialización de un país en las exportaciones, comparando su participación en las exportaciones mundiales de un bien específico con su participación total en el comercio mundial (Losada et al., 2017).

Expuesto lo anterior, el objetivo de este trabajo de investigación es analizar la competitividad del café mexicano con respecto a los principales países exportadores de dicho grano durante el periodo de 2014-2022, para ello se utilizó el índice de ventaja comparativa revelada propuesto por Belá A. Balassa (1965), Vollrath (1991) y Yu et al. (2009).

## 2 METODOLOGÍA

Para dar respuesta al objetivo de este estudio, se optó por utilizar un análisis de ventaja comparativa revelada. Existen distintas metodologías para llevar a cabo dicho análisis, pero cabe señalar que Belá Balassa fue el primero en proponer un índice en el año de 1965. Este trata de dar respuesta a ciertas limitaciones que, según él, existen en el concepto de ventaja comparativa revelada. El autor consideraba que una de las principales limitaciones de esta idea era su aplicación empírica en el mundo real, demostrando que las ventajas comparativas son causadas por una variedad de factores, algunos de los cuales son posibles de medir y otros son difíciles de determinar (Arias y Segura, 2004).

El índice de ventaja comparativa revelada, basado en la fórmula de Balassa, es un indicador que evalúa la especialización productiva de un país en relación con el resto del mundo, a partir del análisis de sus flujos comerciales (1965), lo cual se presenta en la siguiente fórmula:

$$VCR = \frac{X_{ic}}{\bar{X}_{it}} \bigg/ \frac{X_c}{\bar{X}_{nt}}, \quad (1)$$

En este caso, X representa las exportaciones, i representa un país, c representa el producto a analizar, t representa el conjunto de exportaciones que conforman la economía y n representa un conjunto de países o países con los que se desea hacer la comparación. El índice se basa en los patrones de intercambio y muestra cómo se comportan las exportaciones de productos en comparación con las exportaciones totales del país y con las exportaciones de otros países.

Un mayor valor del índice VCR, indica un mejor posicionamiento relativo (Infante-Jiménez y López-Villaseñor, 2019). Para facilitar la interpretación del índice VCR, Hinloopen y Marrewijk (2001) crearon una clasificación que dividieron en cuatro clases, la cual se aprecia en la tabla 1:

**Tabla 1.** Clasificación del índice de ventaja comparativa revelada

Clases	Rango del índice	Interpretación
Clase A	$0 < VCR \leq 1$	Sin ventaja comparativa
Clase B	$1 < VCR \leq 2$	Débil ventaja comparativa
Clase C	$2 < VCR \leq 4$	Moderada ventaja comparativa
Clase D	$4 > VCR$	Fuerte ventaja comparativa

**Fuente:** Elaboración propia con base en Hinloopen y Marrewijk (2001).

Vollrath (1991) amplió las investigaciones de Balassa sobre la VCR, sugiriendo tres variantes del índice para un análisis más preciso. La Ventaja Relativa de Intercambio (VRI), este primer indicador propuesto por Vollrath se basa tanto en las exportaciones como en las importaciones. Se calcula mediante la diferencia entre la Ventaja Relativa de Exportación (VRE), que es equivalente a la Ventaja Comparativa Revelada (VCR) de Balassa, y la Ventaja Relativa de Importación (VRM). El índice debe ser mayor a cero para que exista ventaja, ya que, de no ser así, entonces se posee una desventaja (Vollrath, 1991).

El índice VRI, se expone de la siguiente manera:

$$VRI = VRE - VRM, \quad (2)$$

Donde  $VRE = VCR_{Balassa}$  y  $VRM = (M_{ic}/M_{it})/(M_{nc}/M_{nt})$ , a su vez M representa las importaciones, entonces:

$$VRI \text{ Vollrath} = \frac{X_{ic}/X_{it}}{X_i/X_{nt}} - \frac{M_{ic}/M_{it}}{M_i/M_{nt}}, \quad (3)$$

Existe un nuevo índice publicado por Yu et al. (2009) llamado Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (VCRN) el cual expone que, el índice de VCR de Balassa es útil para determinar si un país tiene o no una ventaja comparativa en un producto básico, pero su utilidad en estudios comparativos tiene limitaciones y problemas (Ballance et al., 1985; Bowen, 1983; Deardorff, 1994; Hillman, 1980). Este índice calcula el nivel de desviación de la exportación real de un país desde un nivel neutro de ventaja comparativa en términos de su escala relativa con base al mercado internacional de exportación; por lo tanto, proporciona una indicación adecuada de la ventaja comparativa subyacente (Yu et al., 2009). En este sentido, la Ventaja Comparativa Revelada Normalizada se representa de la siguiente manera:

$$VCRN^i_{c \text{ Yu}} = (E_c^i/E) - [(E_c E^i)/(E E)], \quad (4)$$

donde  $VCRN^i_{c \text{ Yu}}$ : Índice de Ventaja Comparativa Revelada Normalizada del país i en el bien c.  $E_{ic}$ : es el valor de la exportación del bien c por parte del país i. E: es el valor de la exportación mundial de todos los bienes.  $E_c$ : denota el valor de la exportación total del bien c a nivel mundial.  $E_i$ : es el valor de la exportación total del país i.

De esta manera,  $VCR_{Nic}$  mide el grado de desviación del nivel de exportación de  $c$  por parte del país  $i$ , en comparación a su nivel neutro de ventaja comparativa en términos de su escala relativa con respecto al mercado internacional de exportación. Si  $VCR_{Nic} > 0$  indica que la exportación del bien  $c$  por parte del país  $i$ , es mayor que la de su nivel neutro internacional y el país presenta ventaja comparativa en dicho bien. Si fuera igual a cero, habría neutralidad y, si es menor, indicaría desventaja contra el resto del mundo (Yu et al., 2009).

Cabe señalar que, aunque se menciona la existencia de limitaciones en el índice de ventaja comparativa revelada de Balassa, su elección en este estudio se justifica por su amplia utilización observada en la literatura y por su capacidad para ofrecer una primera aproximación a la competitividad del café. Además, se incorporaron al estudio índices más recientes como los propuestos por Vollrath (1991) y Yu et al. (2009), los cuales ampliaron la propuesta de Balassa solventando con ello las limitaciones y proporcionando una evaluación más precisa de la competitividad del café mexicano.

Para la realización del presente estudio se tomaron en cuenta los 11 principales países productores de café, de acuerdo con la base de datos de Trade Map: Brasil, Vietnam, Colombia, Indonesia, Etiopía, Honduras, Uganda, India, Guatemala, Perú y México. Los indicadores utilizados fueron las importaciones y exportaciones totales de cada país, así como las importaciones y exportaciones totales y de cada país, solo del producto en análisis que es el café, durante el periodo comprendido entre 2014-2022. En la tabla 2 se muestran los datos utilizados.

### 3 RESULTADOS

Una vez analizados los datos y hechos los cálculos necesarios, se obtienen los siguientes resultados. En la Figura 2 se presenta la VCR de Balassa para los 11 principales países productores de café a nivel mundial. En esta Figura se observa la evolución de la VCR de Balassa desde 2014 hasta 2022. De acuerdo con este índice, el país que mejor ventaja comparativa tiene es Etiopía, posición que solamente fue superada en el año 2019 por Honduras, pero que, un año después, volvió a ser recuperada por Etiopía. Actualmente, Etiopía tiene una VCR Balassa de 40.301. El segundo país en destacar es Honduras y le sigue en tercera posición Uganda.

Con base en la interpretación de Hinloopen y Van Marrewijk (2000) a la VCR, es posible decir que Etiopía, Honduras, Uganda, Guatemala y Colombia (a partir de 2015) tienen una fuerte ventaja comparativa, misma que han podido mantener a lo largo de los años. Por otra parte, Brasil cuenta principalmente con una ventaja comparativa moderada, Perú presenta una débil ventaja comparativa, Vietnam ha perdido ventaja comparativa a través de los años y, finalmente, Indonesia, India y México presentan valores por debajo del 1 por lo que se puede concluir que no tienen ventajas comparativas. En este índice, México ocupa la posición más baja, con una VCR que oscila entre 0.069 y 0.097.

**Tabla 2.** Base de datos de los principales países productores de café

Exportaciones de café	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Brasil	6,051,933	5,565,582	4,855,884	4,613,488	4,371,253	4,553,569	4,996,305	5,833,257	8,542,533
Vietnam	3,311,396	2,415,423	3,040,195	3,101,427	2,891,547	2,218,821	1,976,606	2,155,508	3,154,842
Colombia	2,516,694	2,576,546	2,462,526	2,582,565	2,335,423	2,363,170	2,522,878	3,188,816	4,093,436
Indonesia	1,039,609	1,197,733	1,008,549	1,187,157	817,789	883,123	821,937	851,706	1,149,168
Etiopía	784,288	775,392	725,390	937,963	794,456	795,619	795,756	1,189,214	1,513,246
Honduras	783,268	932,274	859,082	1,292,024	1,112,180	955,561	871,839	1,292,003	1,711,141
Uganda	410,064	402,634	371,674	555,454	436,084	438,544	515,534	718,959	792,909
India	540,179	540,617	549,800	638,583	515,419	502,745	464,604	627,240	712,467
Guatemala	668,047	664,018	651,044	748,582	680,906	663,821	651,796	928,384	1,115,976
Perú	749,468	584,507	757,820	710,054	667,893	621,335	640,727	758,569	1,188,902
México	401,148	430,714	329,536	437,506	397,749	309,017	410,801	373,931	653,255
Total	17,256,094	16,085,440	15,611,500	16804803	15,020,699	14,305,325	14,668,783	17,917,587	24,627,875

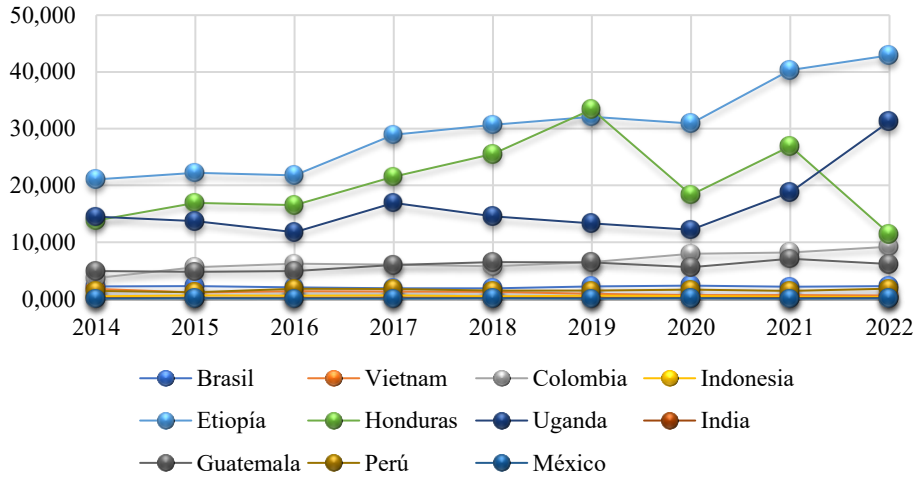
  

Importaciones de café	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Brasil	49,382	67,073	53,650	74,618	60,989	73,885	64,102	74,444	113,972
Vietnam	63,929	37,938	48,566	91,041	86,793	67,058	84,957	74,374	49,498
Colombia	36,791	15,447	17,129	30,538	96,061	73,027	101,024	203,142	489,056
Indonesia	46,768	31,492	48,473	33,583	155,778	66,186	38,280	32,694	60,789
Etiopía	873	968	539	797	87	262	287	38	103
Honduras	216	296	224	240	372	267	170	247	697
Uganda	17,541	15,702	9,070	16,907	7,851	11,452	14,553	274	1,934
India	137,738	120,017	112,923	145,021	135,273	119,167	107,733	118,722	74,956
Guatemala	354	688	578	1,091	792	1,195	1,517	2,959	2,434
Perú	2,356	2,644	2,725	2,929	4,052	4,145	3,185	3,758	4,885
México	116,252	156,435	171,082	110,373	86,533	116,355	73,039	88,144	88,934
Total	472,200	448,700	464,959	507,138	634,581	532,999	488,847	598,796	887,258

<b>Exportaciones totales</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Brasil	220,920,757	191,134,326	185,235,402	217,739,178	239,889,211	223,998,669	209,180,242	280,814,578	334,463,079
Vietnam	150,217,139	162,016,742	176,580,787	215,118,607	243,698,699	264,610,324	281,441,458	335,792,599	458,108,619
Colombia	54,794,813	35,690,768	31,095,445	37,770,124	41,769,700	39,496,225	31,045,677	40,488,601	38,950,952
Indonesia	176,036,194	150,282,258	144,494,206	168,810,636	180,215,035	167,682,995	163,306,489	228,231,164	291,979,103
Etiopía	2,977,916	2,697,080	2,615,932	2,862,593	2,671,813	2,678,468	2,526,221	3,057,629	3,083,778
Honduras	4,533,348	4,262,027	4,084,642	5,289,789	4,486,630	3,091,163	4,666,296	4,975,949	13,074,439
Uganda	2,261,964	2,267,009	2,482,313	2,901,296	3,087,275	3,563,786	4,148,958	3,965,317	2,216,749
India	317,544,642	263,889,005	260,963,959	295,862,157	323,997,680	323,250,726	275,488,745	394,813,673	360,022,446
Guatemala	10,890,691	10,753,226	10,463,396	11,011,392	10,863,493	11,183,088	11,401,650	13,594,246	15,806,152
Perú	42,568,899	38,645,855	33,246,845	36,039,994	47,223,269	45,135,222	38,757,234	56,260,115	58,172,424
México	396,890,473	380,789,105	373,904,303	490,476,446	450,920,374	460,603,696	416,982,170	494,595,503	578,281,629
Total	1,379,636,836	1,242,427,401	1,225,167,230	1,483,882,212	1,548,823,179	1,545,294,362	1,438,945,140	1,856,589,374	2,154,159,370

<b>Importaciones totales</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Brasil	240,763,371	171,449,052	137,552,004	150,749,454	181,230,570	177,341,226	158,786,826	219,408,050	272,701,734
Vietnam	147,839,049	165,755,859	174,978,351	213,215,299	236,868,824.00	253,442,017	261,309,453	330,752,282	356,197,983
Colombia	64,027,611	54,057,599	44,889,368	46,075,705	51,232,805	50,413,026	43,488,663	61,101,363	77,413,351
Indonesia	178,179,340	142,692,803	135,652,914	156,925,150	188,711,246	171,275,737	141,622,127	195,712,409	237,447,057
Etiopía	14,718,276	16,282,654	16,408,484	14,692,144	14,408,720	15,575,891	14,134,431	15,289,980	16,544,493
Honduras	7,984,500	8,386,748	7,918,034	8,612,909	9,428,835	9,157,061	7,971,839	11,631,003	16,866,664
Uganda	6,073,528	5,528,117	4,829,459	5,595,535	6,729,377	7,696,029	8,250,511	9,086,037	3,681,335
India	459,369,464	390,799,463	356,686,417	443,852,795	509,273,228	478,883,729	367,980,363	570,402,004	436,265,136
Guatemala	18,263,244	19,279,540	17,001,012	18,387,684	19,655,080	19,881,010	18,206,520	26,605,961	32,099,063
Perú	42,177,198	38,059,620	36,129,331	39,763,959	43,144,346	42,364,042	36,064,092	51,177,743	60,246,491
México	399,984,248	395,232,368	387,064,500	420,369,151	464,276,596	455,235,785	382,979,897	506,565,460	604,614,607
Total	1,579,379,829	1,407,523,823	1,319,109,874	1,518,239,785	1,724,959,627	1,681,265,553	1,440,794,722	1,997,732,292	2,114,077,914

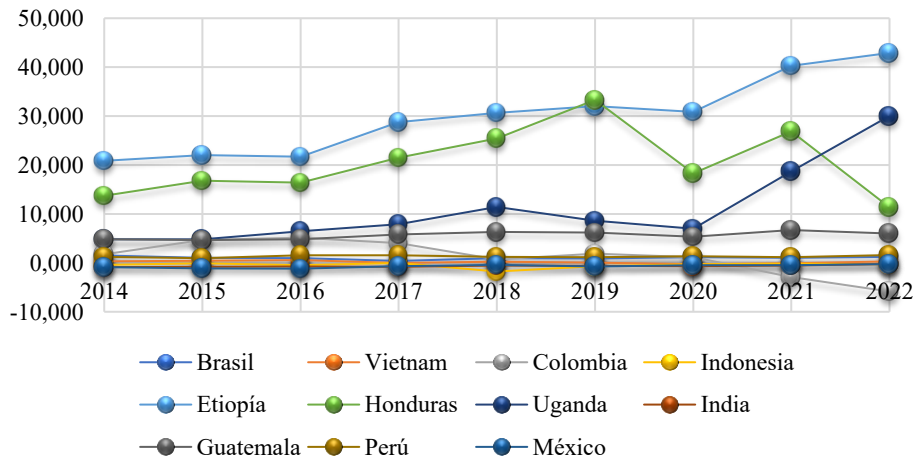
**Fuente:** Elaboración propia a partir de Trade Map (2022).



**Figura 2. Ventaja comparativa revelada de Balassa.**

**Fuente:** Elaboración propia con base en resultados obtenidos.

En la Figura 3 se muestra la Ventaja Comparativa Revelada de Intercambio de Vollrath desde 2014 hasta 2022 para los 11 países que son los principales productores de café. En dicha Figura, nuevamente aparecen Etiopía, Honduras y Uganda ocupando las primeras posiciones. En el extremo contrario se ubican México e India.

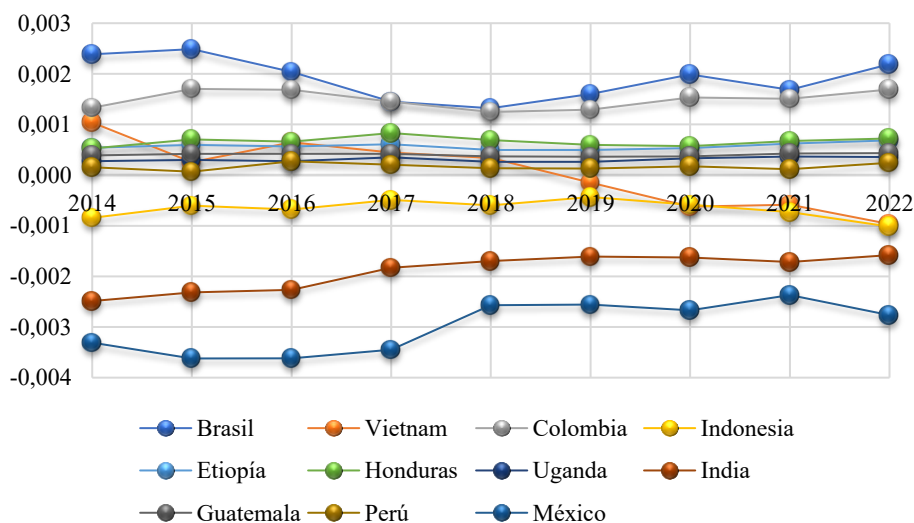


**Figura 3. Ventaja comparativa revelada de intercambio de Vollrath.**

**Fuente:** Elaboración propia con base en resultados obtenidos.

En la Figura 4 se presentan los índices de VCRN para los 11 países que se están analizando en el periodo de 2014 a 2022. Delgado (2020) señala que un índice VCRN por debajo de cero es resultado de una desventaja comparativa de un país en el producto que se analiza, mientras que un índice VCRN mayor a cero, muestra una ventaja comparativa. En este sentido, en la Figura 3 se observa que Brasil, Colombia y Honduras son los países que tienen una ventaja comparativa sostenida en el tiempo; Vietnam y Etiopía han tenido ventaja comparativa solamente en algunos años; Uganda, Guatemala y Perú tienen nula ventaja comparativa. Finalmente, Indonesia, India y México muestran desventaja al ser comparados con los países antes mencionados.

Existe una serie de programas gubernamentales que favorecen las exportaciones de Brasil, Colombia y Honduras que, de acuerdo a los resultados obtenidos, son los más competitivos. Estos programas pueden brindar asistencia financiera, apoyo comercial y otros recursos para ayudar a las empresas a exportar sus productos. Algunos de los programas gubernamentales que favorecen las exportaciones de Brasil, Colombia y Honduras son APEX-Brasil, ProColombia y Honduras Exports.



**Figura 4. Ventaja comparativa revelada normalizada de Yu et al.**

**Fuente:** Elaboración propia con base en resultados obtenidos.

La Agencia de Promoción de Exportaciones del gobierno brasileño (APEX-Brasil) brinda asistencia financiera, estudios de mercado y otro tipo de apoyo a las empresas brasileñas que desean exportar sus productos (Martín-Borregón Fernández, 2021). La Agencia Nacional de Fomento de las Exportaciones (ProColombia) del gobierno colombiano, brinda una gran variedad de servicios para ayudar a las empresas colombianas a exportar sus productos, incluidos estudios de mercado, capacitación y asistencia financiera (Martínez-Carazo, 2007). Por su parte, la Agencia de Promoción del Comercio Exterior del gobierno de Honduras (Honduras Exports) ofrece una amplia gama

de servicios para ayudar a las empresas hondureñas a exportar sus productos (Monge-González, 2020).

Respecto a la efectividad de dichos programas, en un estudio llevado a cabo por Guerrero (2018) para el programa ProColombia, concluye que los servicios de promoción a las exportaciones que promueven a través de ferias, *showrooms*, misiones y eventos internacionales los cuales impactan positivamente el valor de las exportaciones encontrando un efecto positivo promedio de un 53 % frente al valor de la media y su efecto logra ser persistente en el tiempo luego de cuatro periodos de haber recibido el servicio.

Además de los programas gubernamentales antes mencionados, también hay una serie de organizaciones no gubernamentales que brindan apoyo a las empresas que desean exportar sus productos. Estas organizaciones pueden ofrecer una variedad de servicios, como estudios de mercado, capacitación y oportunidades de creación de redes. Algunos de estos programas son Fairtrade Internacional, Rainforest Alliance y el Reto del Café Sostenible. Estos son ejemplos de programas no gubernamentales que promueven las exportaciones de los principales países productores de café y juegan un papel importante para ayudar a los caficultores y trabajadores a garantizar que el café se produzca de manera sostenible y, al mismo tiempo, sean más competitivos en mercados internacionales.

Fairtrade Internacional es una organización sin fines de lucro cuya misión es conectar a productores y consumidores desfavorecidos, promover condiciones comerciales más justas y empoderar a los productores para combatir la pobreza, fortalecer su posición y tomar más control sobre sus vidas (Fairtrade International, 2025). Jerárquicamente, los países que más venden café certificado como Fairtrade son Perú, Honduras, Colombia y Brasil (Pazeto y Modesto, 2020).

Rainforest Alliance es una organización sin fines de lucro cuya finalidad es conservar la biodiversidad y garantizar medios de vida sostenibles (Sánchez-García, 2023). El programa de certificación de café de Rainforest Alliance ayuda a los caficultores a mejorar sus prácticas agrícolas, lo que puede generar café de mayor calidad y precios más altos (Rainforest, 2016). Al 2021 tenía presencia en 28 países del mundo, de los cuales, 13 se encuentran en América, entre ellos Brasil, Colombia y Honduras (Rainforest Alliance, 2022).

Por su parte, El Reto del Café Sostenible es una iniciativa global que reúne a productores de café, tostadores, minoristas y otras partes interesadas para trabajar hacia una industria del café más sostenible. Sus objetivos incluyen mejorar la calidad del café, aumentar su productividad y reducir su impacto ambiental (Olmos, 2020). Al día de hoy, en la página Conservación Internacional se puede identificar que el reto ha tenido presencia en 22 países distribuidos en 4 continentes: Oceanía, América, Asia y África. En América se tiene presencia en Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Estados Unidos, Guayana, México y Perú (Conservación Internacional, 2025).

Además de los programas anteriormente mencionados, existen diferentes tipos de promociones que se pueden utilizar para incrementar las exportaciones de café, como lo son las ferias comerciales, que son una excelente manera de mostrar el café a compradores

potenciales de todo el mundo. El *marketing* directo es otra manera de llegar a compradores potenciales que no asisten a ferias comerciales, así como el *marketing* en línea (Escobal-Molina, 2019).

## 4 CONCLUSIONES

El presente trabajo partió del objetivo de determinar la competitividad del café mexicano con respecto a los principales países exportadores de dicho grano durante el periodo de 2014-2022. Los resultados revelaron que Brasil, Colombia y Honduras se posicionan como líderes en la producción de café a nivel global. Por otro lado, México e India presentan una desventaja comparativa revelada en la producción de café. Esta situación puede atribuirse en parte a una menor productividad laboral en comparación con otros países productores; además, la infraestructura deficiente en ambos países, caracterizada por carreteras, ferrocarriles, puertos y aeropuertos subdesarrollados, encarece los costos de producción y dificulta la exportación del café, como lo señalan Iacovone et al. (2022).

Para alcanzar una mayor competitividad, países como México e India deberían invertir en investigación e infraestructura, además de desarrollar políticas públicas que fomenten la producción de café de alta calidad. De manera general, los productores de café deben adaptarse a las demandas del mercado, adoptando prácticas sostenibles y construyendo relaciones sólidas con los consumidores. Asimismo, los gobiernos y las organizaciones internacionales deben apoyar la investigación en áreas como el cambio climático y las nuevas tecnologías para garantizar la sostenibilidad del sector cafetero a largo plazo.

Finalmente, el futuro de la producción de café requiere un enfoque multidisciplinario que combine aspectos técnicos, económicos y sociales, por ello, se considera que algunas líneas de investigación que se pueden estudiar en un futuro son: el desarrollo y uso de nuevas tecnologías para la producción de café, el desarrollo de procesos sostenibles y las preferencias de los consumidores en la producción de café, entre otras.

### CONTRIBUCIONES DE LOS AUTORES

La conceptualización, metodología, validación y análisis formal es una contribución de María Guadalupe Cortés-Medina, Miriam Edith Pérez-Romero e Irma Cristina Espitia Moreno. La redacción del borrador original es una contribución de Miriam Edith Pérez-Romero y la edición fue hecha por Irma Cristina Espitia Moreno.

### FINANCIACIÓN

Esta investigación no recibió financiación externa.

### DECLARACIÓN DE DISPONIBILIDAD DE DATOS

Los datos utilizados en esta investigación se encuentran disponibles en <https://www.trademap.org/index.aspx> (Trade Map).

### AGRADECIMIENTOS

María Guadalupe Cortés-Medina agradece a la SECIHTI por la beca otorgada durante sus estudios de doctorado.

### CONFLICTOS DE INTERESES

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

## REFERENCIAS

- Arias, J., & Segura, O. (2004). *Índice de ventaja comparativa revelada: Un indicador del desempeño y de la competitividad productivo-comercial de un país* (Serie InterCambio, Área de Comercio y Agronegocios, Vol. IV). Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). <https://repositorio.iica.int/items/2477680b-f973-49c9-b3a3-873fb073bfd1>
- Ballance, R., Forstner, H., & Murray, T. (1985). On measuring comparative advantage: a note on Bowen's indices. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 121(2), 346–350.
- Balassa, B. A. (1965). *Economic development and integration*. Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1130282269989241728>
- Bancomext. (2014). *Ventaja comparativa (Comparative Advantage)*. <https://www.bancomext.com/glosario/ventaja-comparativa-comparative-advantage-eco>
- Bowen, H. P. (1983). On the theoretical interpretation of indices of trade intensity and revealed comparative advantage. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 119(3), 464–472.
- Capobianco-Urriarte, M. de las M., Casado-Belmonte, M. del P., Marín-Carrillo, G. M., & Terán-Yépez, E. (2019). A bibliometric analysis of international competitiveness (1983–2017). *Sustainability*, 11(7), 1877.
- Chango, M. y García, J. (2021). Análisis de la competitividad de las exportaciones de café de Ecuador versus Colombia y Brasil hacia el mercado de USA. *X-Pedientes Económicos*, 5(12), 65–82.
- Conservación Internacional. (2025). *Quiénes somos*. <https://www.conservation.org/peru/quienes-somos>
- Deardorff, A. V. (1994). *Exploring the limits of comparative advantage*. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 130(1), 1–19.
- Delgado, D. (2020). *Competitividad del jitomate mexicano en el mercado de la Unión Europea, durante el periodo 1990-2016*. [Tesis de licenciatura, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo]. Repositorio Institucional UMSNH.
- Escobal-Molina, A. (2019). *Impacto en la expansión de mercados para el crecimiento comercial mediante las ferias internacionales de las Mypes exportadoras de café* [Universidad Tecnológica del Perú]. [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2860/Armando\\_Escobal\\_Trabajo\\_de\\_Investigacion\\_Bachiller\\_2019.pdf?sequence=1](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2860/Armando_Escobal_Trabajo_de_Investigacion_Bachiller_2019.pdf?sequence=1)
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica: Nuevo desafío para las empresas y la política. *Revista de la CEPAL*, 59(8), 39–52.
- Ezeala-Harrison, F. (1999). *Theory and policy of international competitiveness*. Courier Corporation.
- Fairtrade International. (2025). *About fairtrade international*. <https://www.fairtrade.net/en/about/about-fairtrade-international.html>
- Guerrero-Archila, S. (2018). *Evaluación de impacto de los servicios de exportación de ProColombia*. [Tesis de maestría]. <https://repositorio.uniandes.edu.co/entities/publication/fc6d23c4-8a31-4fd8-bec9-08c3cd9778b7>
- Hernandez-Aguilera, J. N., Conrad, J. M., Gómez, M. I., & Rodewald, A. D. (2019). The economics and ecology of shade-grown coffee: a model to incentivize shade and bird conservation. *Ecological Economics*, 159, 110–121. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2019.01.015>
- Hillman, A. L. (1980). Observations on the relation between “revealed comparative advantage” and comparative advantage as indicated by pre-trade relative prices. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 116(2), 315–321.
- Hinloopen, J., & Marrewijk, C. (2001). On the empirical distribution of the Balassa index. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 137(1), 1–35. <https://doi.org/10.1007/BF02707598>

- Iacovone, L., Muñoz Moreno, R., Olaberria, E. & Pereira-Lopez, M. D. L. P. (2022). *Crecimiento de la productividad en México: comprendiendo las dinámicas principales y los determinantes clave*. World Bank Group.
- Instituto del Café de Costa Rica. [ICAPE]. (2021). *ICAPE*. <https://www.icafe.cr/>
- Instituto Mexicano para la Competitividad [IMCO]. (2022). *Índice de Competitividad Internacional 2022*. <https://imco.org.mx/indices/indice-de-competitividad-internacional-2022/>
- Infante-Jiménez, Z. T., & López-Villaseñor, A. J. (2019). El trinomio de ventajas comparativas reveladas en la canasta básica de la Sader en América del Norte. *The Anáhuac Journal*, 19(2), 39. <https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2019v19n2.02>
- Kim, D., & Marion, B. W. (1997). Domestic market structure and performance in global markets: Theory and empirical evidence from US food manufacturing industries. *Review of Industrial Organization*, 12, 335–354.
- Losada, O. H. C., Uribe, J. J. G. & Nieto, G. L. C. (2017). Ventaja comparativa revelada de los fertilizantes fosfatados del departamento del Huila. *Economía y Sociedad*, 21(37), 51–74.
- Martín-Borregón, C. V. (2021). *Instituciones en el país de origen y los procesos de internacionalización: Estudio de las principales instituciones de Brasil y Singapur* [Tesis, Universidad Pontificia Comillas]. Repositorio Institucional. <http://hdl.handle.net/11531/47397>
- Martínez-Carazo, P. C. (2007). Influencia de la promoción de exportaciones en el proceso del desarrollo exportador de las Pymes. Un estudio de caso. *Revista Científica Pensamiento y Gestión*, 23. Recuperado a partir de <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/3513>
- Monge-González, R. (2020). *Innovar para la exportación en las pymes de Centroamérica y la República Dominicana: Principales programas de apoyo públicos y privados* [Informe de investigación]. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). <https://hdl.handle.net/11362/45069>.
- Olmos, X. (2020). *El comercio internacional como incentivo a la sostenibilidad: la experiencia de la Red Latinoamericana y del Caribe de la Huella Ambiental del Café*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). <https://hdl.handle.net/11362/45113>
- Pazeto-Alvarenga, R. & Modesto-Arraes, N. A. (2020). Building the fairtrade coffee market in Brazil: progress and challenges. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, 22(2). <https://doi.org/10.48142/2220201613>
- Pitts, E., & Lagnevik, M. (1998). What determines food industry competitiveness? En W. B. Traill & E. Pitts (Eds.), *Competitiveness in the Food Industry* (pp. 1–34). Blackie Academic & Professional. <https://doi.org/10.5555/19981801181>
- Rainforest Alliance. (2016). *Café certificado Rainforest Alliance*. *Perspectivas*. <https://www.rainforest-alliance.org/es/perspectivas/cafe-certificado-rainforest-alliance/>
- Rainforest Alliance. (2022). *Informe de datos de certificación del café-2021*. [https://www.rainforest-alliance.org/wp-content/uploads/2022/05/Coffee-Certification-Data-Report-2021\\_ES.pdf](https://www.rainforest-alliance.org/wp-content/uploads/2022/05/Coffee-Certification-Data-Report-2021_ES.pdf)
- Rendón, A. (2013). Oligopolistic differentiation of the Colombian green bean coffee in the US market. *Ecós de Economía*, 17(36), 99–125.
- Rice, E. A. B. (2013). El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países. *Análisis Económico*, 28(69), 55–78.
- Rivera-Rojo, C. R. (2022). Competitiveness of the Mexican coffee in international trade: a comparative analysis with Brazil, Colombia, and Perú (2000-2019). *Análisis Económico*, 37(94), 181–199. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/ae/2022v37n94/Rivera>
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. [SAGARPA]. (2017). *Planeación agrícola nacional 2017-2030*. [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/256426/B\\_sico-Caf\\_pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/256426/B_sico-Caf_pdf)

- Sánchez-García, A. (2023). *El caso comercio justo de café (Fairtrade International)*. [Trabajo de grado, Universidad de Caldas]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.ucaldas.edu.co/entities/publication/f4a7470a-2fb2-4c29-89ec-66ba9c0bb11a>
- Sandoval-Valencia, K. (2017). Competitividad de las exportaciones de café de Colombia, Guatemala y México hacia el mercado estadounidense (2001-2014). *CIENCIA Ergo-Sum*, Vol. 23-3(0), 1–8. <https://www.redalyc.org/journal/104/10448076001/10448076001.pdf>
- Tala, A. C. (2022). Notas sobre las teorías del comercio internacional. *Universidad y Cambio*, 6(6), 57–71.
- Tolessa, K., D'heer, J., Duchateau, L., & Boeckx, P. (2017). Influence of growing altitude, shade and harvest period on quality and biochemical composition of Ethiopian specialty coffee. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 97(9), 2849–2857. <https://doi.org/10.1002/jsfa.8114>
- Torok, A., Mizik, T., & Jambor, A. (2018). The competitiveness of global coffee trade. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 8(5), 1–6. <http://www.econjournals.com>
- Trade Map. (2015). Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas. [Informe o sitio web]
- Trade Map. (2022). Principales productores de café. *Indicadores de Comercio Mundial*. <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- Trade Map. (2023). Trade map. <https://www.trademap.org>
- Velásquez, M. (1995). *Indicadores de competitividad y productividad: Revisión analítica y propuesta sobre su utilización* [Informe técnico]. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Vollrath, T. L. (1991). A theoretical evaluation of alternative trade intensity measures of revealed comparative advantage. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 127(2), 265–280.
- Yu, R., Cai, J., & Leung, P. (2009). The normalized revealed comparative advantage index. *The Annals of Regional Science*, 43, 267–282.
- Zelber-Sagi, S., Salomone, F., Webb, M., Lotan, R., Yeshua, H., Halpern, Z., Santo, E., Oren, R., & Shibolet, O. (2015). Coffee consumption and nonalcoholic fatty liver onset: a prospective study in the general population. *Translational Research*, 165(3), 428–436. <https://doi.org/10.1016/j.trsl.2014.10.008>