

## EL CAFÉ, SUS USOS Y COSTUMBRES EN HABITANTES DE LA ZONA TEENEK DE CIUDAD VALLES.

THE COFFEE, ITS USES AND CUSTOMS IN INHABITANTS OF THE TÉNEK ZONE OF CIUDAD VALLES.

Recibido: 15 de septiembre 2020.  
Aceptado: 29 de septiembre 2020.

Z. Saldierna Cepeda<sup>1</sup>  
M.C. Saldierna Cepeda<sup>2</sup>  
S. E. Barrios Mendoza<sup>3</sup>  
C. Contreras Félix<sup>4</sup>

### RESUMEN

La investigación versa sobre en el consumo del café por uso y costumbre en las 14 localidades de la zona Téenek, que es una población en el municipio de Ciudad Valles, S.L.P., con un gran bagaje cultural por sus tradiciones, que las componen hábitos de usos y costumbres. El café es una de las bebidas de principal consumo en la dieta alimenticia de esta población, por lo que se convierte desde temprana edad en un elemento básico en los Téenek; llevando el interés de estudio a conocer, el tipo de café, la ocurrencia, y motivo de consumo. La investigación consideró una población de 7045 habitantes en las 14 localidades de la zona Téenek en Ciudad Valles, de los cuales el tamaño de la muestra son 364 personas que se eligieron bajo el método aleatorio simple, y sobre el caminando que soporta la etnografía, entendida esta como el estudio sistemático de personas y culturas. Se da respuesta a la interrogante de conocer como un producto natural se convierte por sus características en indispensable sin diferenciar culturas, convierte los aspectos particulares en aspectos de una aldea globales.

**Palabras clave:** Hábitos, usos y costumbres, Téenek, localidad.

### ABSTRACT

The research deals with the consumption of coffee by use and custom in the 14 localities of the Teenek zone, which is a population in the municipality of Ciudad Valles, SLP, with a great cultural baggage for its traditions, that make up habits of uses And customs. Coffee is one of the main consumption beverages in the diet of this population, so it becomes from an early age a basic element in the Teenek; Taking the study interest to know, the type of coffee, the occurrence, and reason for consumption. The research considered a population of 7045 inhabitants in the 14 localities of the Teenek zone of which the size of the sample is 72 people who were chosen under the simple random method, and on the walking that supports the ethnography, understood as the study Of people and cultures. It gives answer to the question of knowing how a natural product becomes by its characteristics in indispensable without differentiating cultures, turns the particular aspects into aspects of a global village.

**KEY WORDS:** Habits, uses and customs, Téenek, locality.

### INTRODUCCIÓN

La historia del café se remonta hacia la antigüedad, fue introducido a Europa por los árabes y los turcos en el siglo XV, pero fue hasta el siguiente siglo que se empezó a extender su consumo. Hoy México ocupa el 9º lugar como productor de café verde, aportando el 3% del volumen mundial con 1 millón 287 mil 643 toneladas, para ello participan alrededor de 500 mil productores que siembran en 761 mil hectáreas, cuyas plantaciones se encuentran en 12

<sup>1</sup> Profesor de Tiempo Completo. Tecnológico Nacional de México, Campus Ciudad Valles, zenayda.saldierna@tecvalles.mx

<sup>2</sup> Profesor de Tiempo Completo. Tecnológico Nacional de México, Campus Ciudad Valles, concepcion.saldierna@tecvalles.mx

<sup>3</sup> Profesor de Tiempo Completo. Tecnológico Nacional de México, Campus Ciudad Valles, silvia.barrios@tecvalles.mx

<sup>4</sup> Alumna de 9º semestre de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial del TECNM, Campus Ciudad Valles, 16690100@tecvalles.mx

entidades del país, sin embargo, los estados de Chiapas y Veracruz concentran el 70% de la producción nacional. (SAGARPA/SIAP, 2010)

Estos estudios plasman la enorme producción de la semilla y convierte a este producto de uso mundial donde las poblaciones como la zona Téenek; La palabra Téenek proviene de su lengua madre y para ellos significa “los que viven aquí en el campo con su lengua y que comparten la costumbre”, cuentan con las características que se pueden apreciar mundialmente. Al coincidir en usos y costumbres, esto se refiere a las acciones repetidas y transmitidas por herencia o transgeneracional y forman parte de la cultura, de esta manera se puede mencionar el hábito de consumo de café, el cual cumple con las características de una costumbre transmitida.

Lo que nos lleva a considerar la zona Téenek de la región huasteca como área de estudio de esta investigación descriptiva, se reconoce el espacio territorial como una microrregión, con gran valor cultural debido a sus características naturales, extraordinaria biodiversidad, sus tradiciones; reconocidos como descendiente de las civilizaciones mesoamericanas.

El café es un hábito común en las familias de la región huasteca y más en esta zona Téenek, estando presente en la vida diaria de las familias.

Se identifica en el café propiedades estimulantes que provocan un consumo adictivo y proporciona los beneficios de eliminar los síntomas de sueño, cansancio y hambre o también como digestivo en las personas, esto es ratificado por los entrevistados.

El consumo de café también está presente en celebraciones colectivas que unen a personas a un acontecimiento familiar o social, como fiestas, velorios, rituales y utilizado como un regalo valioso, tanto para regalarlo a familia o amigos, así como un buen anfitrión para ofrecerlo a cualquier visitante.

El café es parte de nuestra cultura y la identidad que toma, abarca costumbres y momentos que integran situaciones especiales o de la vida diaria.

## **METODOLOGÍA**

El presente trabajo es resultado de la interpretación de una recolección de datos de fuentes primarias, estratificando los rangos de la información recabada en la población muestra de la zona Téenek del municipio de ciudad Valles, la cual cuenta con 14 localidades de características socioeconómicas similares.

La investigación exploratoria es realizada con datos cuantitativos y cualitativos sobre el consumo de café por la población de esta zona. Los datos cualitativos son apreciaciones y preferencias de opinión de las personas objetivo de la investigación, y los datos cuantitativos son las cantidades numéricas de la población y su consumo del café.

El análisis reflexivo de estos datos permite conocer los usos y costumbres de la población en el consumo de café.

La población considerada es de 7045 personas según el censo 2010 (INEGI), para determinar el tamaño de la muestra que es de 364 se utilizó la siguiente fórmula:

**Formula**

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{e^2(N-1) + Z^2 P \cdot Q}$$

En donde:

n= tamaño mínimo de la muestra

N = tamaño de la población

Z = Valor de tablas del que depende el nivel de confianza del estudio

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

e= error máximo admisible

**• Sustitución de la formula**

N= 7045

Z= 1.96

P= 0.50

Q= 0.50

e= 0.05

**364 encuestas**

$$\frac{(1.96 \times 1.96) \times 7045 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05 \times 0.05) \times (7045 - 1) + (1.96 \times 1.96) \times 0.5 \times 0.5} = \frac{6'766.018}{17.61 + 0.96045} = \frac{6'766.018}{18.5704} = 364$$

Al no encontrar estudios similares del tema en esta población, se asigna p= 0.50 y q= 0.50 considerando que la probabilidad de que ocurra el evento (p) y la de que no se realice (q) sea el 50%. Malhotra (2008)

Cuantitativamente se obtuvo información sobre el tamaño poblacional obtenido del censo de población y vivienda 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), las cantidades de consumo de café por familia y diversidad de consumo recabas de manera directa con la aplicación de instrumentos como la encuesta y la entrevista a una muestra de 364 personas.

Se consideran 14 localidades (Fig.1) ubicadas en la zona Téenek del municipio de Ciudad Valles, San Luis Potosí, identificadas como de ámbito rural y con grado alto de marginación.

Las localidades consideradas son:

**Tabla 1.- Características Socioeconómicas de las Localidades INEGI. Censo de Población y Vivienda 2010. Principales resultados por localidad (ITER).**

	Nombre de la localidad	Población 2010	grado de marginación 2010	ámbito
1	Las Chochas	34	Muy alto	Rural
2	Ejido el Chuchupe	141	Alto	Rural
3	La Lima	1,579	Alto	Rural
4	Ojo de Agua	1,107	Alto	Rural
5	La Pila	598	Alto	Rural
6	Rancho Nuevo	603	Alto	Rural
7	San Antonio Huichimal	839	Alto	Rural

	Nombre de la localidad	Población 2010	grado de marginación 2010	ámbito
8	La Subida	1,515	Alto	Rural
9	Tierras Blancas	126	Alto	Rural
10	La Crucita (Barrio de Guadalupe)	85	Alto	Rural
11	El Jacubal	188	Alto	Rural
12	El Tamarindo	155	Alto	Rural
13	El Otate	5	Alto	Rural
14	Buenos Aires	70	Alto	Rural
Población total		<b>7045</b>		

## RESULTADOS

Al analizar los resultados obtenidos al aplicar el instrumento que fortalece esta investigación se obtiene lo siguiente:

**Tabla No. 2 Número de Integrantes por Familia**

Integrantes de la familia	
1-4	86
5-8	167
9-12	111

La recopilación de información refleja que el 76% de las familias son de 5 a 12 integrantes, esto representa que en la zona las familias son numerosas y están consideradas con alto grado de marginación y pobreza.

-Fuente: CONEVAL. Medición de la pobreza, 2010. Indicadores de pobreza por municipio.

**Tabla No. 3 Consumo de Café Diario**

Consumo diario	
4 litros	51
7 litros	207
12 litros	106

El consumo diario de café es en cantidades aproximadas de 7 litros para un 57% de familias que tienen de 5 a 8 integrantes y un 29% manifiesta consumir hasta 12 litros diarios con familias de 9 a 12 integrantes.

**Tabla No. 4 Tipo de Café de Consumo**

Tipo de café	
Olla (hervido)	318
Soluble	46
Cafetera	0

El tipo de café más consumido es el tradicional café de olla, un 87% de la población manifiesta su predilección por tomar diariamente su café de olla, siendo el “café negro” el más común, las familias con mejores condiciones económicas y en fiestas o convivios tradicionales lo toman con leche, con canela o con “piquete” (bebida alcohólica).

En México, el café de olla es preparado en una olla de barro grande de boca angosta, con granos de café gruesos, que se mezclan con canela y se endulza con piloncillo. La olla de barro es fundamental para el sabor y es típico encontrarlo en todas las casas de la zona Téenek.

**Tabla No. 5 Edades de Consumo**

Desde qué edad empieza tomar café	
1-4	137
5-12	222
12 +	5

Las personas manifiestan que es tradicional y parte de sus usos y costumbres el tomar café, que se comienza a consumirse a muy temprana edad, un 38% lo empiezan a tomar en la infancia de 1 a 4 años, es común un biberón con café; un 61% lo comienza a tomar en su niñez entre los 5 a 12 años.

**Tabla No. 6 Consumo Diario**

Cuántas veces tomas café al día	
1	10
2	56
3	217
4	71
Más de 4	10

El consumo diario de café tiene variaciones en las cantidades, siendo un 60% que consume café 3 veces al día, el 19% toma café hasta 4 veces al día y el 15% toman 2 veces diarias, solo se encontró un 3% que toman 1 taza al día y otro 3 % toma café de 5 o más veces diarias.

**Tabla No. 7 Adquisición de Café**

<b>Donde compras el café</b>	
Tienda local	106
Autoservicio	0
Mercado	162
tianguis	96

Donde se compra el café es parte de las costumbres y por sentido de conveniencia, entendida por la mejora del precio, el 45% prefiere comprarlo en el mercado y un 26% lo compra en el tianguis (mercado itinerante), solo un 29% dice comprarlo en la tienda de la localidad por estar cercana a su domicilio.

**Tabla No. 8 Tipos de Café Adquiridos**

<b>Qué tipo de café compras</b>	
Molido	0
Soluble	46
En grano tostado	91
En grano natural	227

El 87 % de las personas compran café en grano y el 62% prefieren tostarlo y molerlo en su casa, siendo esta presentación la de precio más bajo y la preparación más utilizada es hervido (de olla), solo un 13 % compra café soluble o Nescafé (así llaman a toda marca de café soluble).

**Tabla No. 9 Motivo de Consumo**

<b>Porque tomas café</b>	
Costumbre	65
Hambre	88
Sueño	34
Gusto	100
Adicción	77

¿Por qué toman café?: los motivos que manifiestan son múltiples, van desde el 99% dice que toma café porque le gusta, el 88% lo toma porque tiene hambre, el 76% toma café porque le hace falta o le duele la cabeza (adicción), el 64% dice que es por costumbre y un 33% dice

tomar café para que se le quite el sueño. Los motivos pueden ser varios, pero todos son agradables y funcionan para justificar la adicción a una bebida deliciosa.

**Tabla 2.- producción agrícola 2010 Fuente: SAGARPA/SIAP (2010)**

Cultivo/Variiedad	Superficie Sembrada (Ha)	Superficie Cosechada (Ha)	Producción		Rendimiento	Rendimiento	Rendimiento
			Valor	Unidad	Rendimiento (Ton/Ha)	Precio Medio Rural (\$/Ton)	Valor de la producción (Miles \$)
Café Cereza	156.00	156.00	123.00	Tonelada	0.79	890.00	109.47
Caña de azúcar/industrial	34,908.00	30,886.00	1,439,327.59	Tonelada	103.85	666.00	958,592.17
Caña de azúcar/Piloncillo	308.00	308.00	8,192.80	Tonelada	26.60	412.00	3,375.43
Caña de azúcar semilla	450.00	415.00	26,975.00	Tonelada	65.00	650.00	17,533.75
Frijol/Negro jamapa	915	915	347.70	Tonelada	0.38	8,665.00	3,012.82
Limón/italiano	840.00	840.00	4,578.00	Tonelada	5.45	915.00	4,188.87
Litchi	10.50	10.00	27.00	Tonelada	2.70	11,550.00	311.85
Mango/Ataulfo	210.00	210.00	2,160.50	Tonelada	20.33	1,338.96	2,892.80
Naranja/Valencia	778.00	769.00	8,354.70	Tonelada	18.30	910.60	7,607.78
Nopalitos	59.00	58.00	171.10	Tonelada	2.95	530.00	90.68
Sábila	49.50	47.50	1,404.90	Tonelada	59.40	589.90	828.75

## CONCLUSIONES

El estudio del consumo de café en la zona Tének, en la cual coinciden habitantes y estas a su vez comparten historia, pasado, presente y futuro, que define características sociodemográficas donde se consideran las similitudes no solo de espacio, también de formas de vida, económicas, identidad comunitaria como las costumbres siendo estas las que trascienden de generación en generación. Un elemento compartido que identifica la afiliación grupal es el consumo de café, manifestándose como parte de sus usos y costumbres su preferencia y forma de consumo.

Este hábito forma una similitud en los hogares de las 14 comunidades que son objeto de la investigación, además de tener en común la lengua madre y la mayoría de sus tradiciones culturales y religiosas, también tienen en común el uso y preferencia en el consumo de café.

En la actualidad no concebimos un desayuno, comida o cena, sin al menos una taza de café, especialmente en el primer alimento del día, que para algunas personas incluso llega a ser lo único que forma el desayuno o en los primeros momentos del día la más apreciable de las bebidas; aquello de la globalización no distingue de usos y costumbres en nuestra cultura mexicana, tiempos, situaciones, donde nos encontremos está con nosotros, que si bien la

diferencia son las actividades y el contexto para disfrutar una taza de café no hará ningún cambio.

Esta investigación permite habilitar en la realización de investigaciones de mercado, identificar los hábitos de consumo de un producto por parte de una población en particular, así como poder identificar los nichos de mercado que se pueden explorar en los planes de negocio en este producto o en una región en particular. También es funcional este estudio para identificar oportunidades de análisis del sector con fines de apoyos sociales.

Esta investigación nos proporciona información valiosa para la incubación de empresas de café y sus derivados, siendo un atractivo mercado para este producto. En la población sujeta de investigación muestran una alta preferencia en el consumo de este producto y esta preferencia se extiende a las demás zonas de Ciudad Valles y la región Huasteca, que conviene analizar en un futuro cercano para ampliar la zona de mercado para el café en sus múltiples presentaciones y derivados, además de la conveniencia de siembra del café en la agricultura de la región y promover la venta del producto.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- INEGI. Censo de Población y Vivienda 2010. *Principales resultados por localidad (ITER)*
- CONEVAL. Medición de la pobreza, 2010. *Indicadores de pobreza por municipio. Estimaciones con base en el MCS-ENIGH 2010 y la muestra del Censo de Población y Vivienda. 2010.*
- Gallardo Arias, P. (2004). *Huastecos de San Luis Potosí/Pueblos Indígenas del México Contemporáneo*. México: CDI: PNUD.
- Malhotra, N.K., (2008), *Investigación de Mercados*, México. Pearson Educación.
- Hernández S. (2008), *Fundamentos de metodología de la investigación*, México. Mc Graw Hill.
- Fisher L., Espejo J. (2011), *Mercadotecnia*, México. Mc Graw Hill
- Vicéns Otero, J (2005). *Análisis de datos cualitativos*. Obtenido de [www.uam.es/personal/pdi/economicas/eva/pdf/tab\\_conting.pdf](http://www.uam.es/personal/pdi/economicas/eva/pdf/tab_conting.pdf)
- Figuroa H.E. Pérez S.F. Godínez M.L. (2015) *La producción y el consumo de café*. México. Ecorfan.org
- SAGARPA/SIAP. Producción Anual: Cierre de la producción agrícola por Estado. Anuario Agrícola, 2010. En <http://www.siap.gob.mx>