

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

24 Nov. 91

PROPUESTA DEL MODELO DE COMERCIALIZACION DE LA VAINILLA EN LA ZONA NORTE DEL ESTADO DE VERACRUZ

Seminario de Investigación Administrativa

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION

P R E S E N T A N :

RANGEL HERMOSILLO LAURA SILVIA

RIÑO MONTINI JUAN MANUEL

DIRECTOR DEL SEMINARIO:
LIC. JOSE M. VIDAL ALVAREZ

MEXICO, D. F.

1982



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

I N D I C E

	<u>PAG.</u>
INTRODUCCION	1
CAPITULO I.- ANTECEDENTES DEL CULTIVO Y COMERCIALIZACION DE LA VAINILLA EN LA REGION NORTE -- DEL ESTADO DE VERACRUZ	5
1.1 Antecedentes del cultivo de la vainilla en el - Mundo .	7
1.2 Antecedentes del cultivo de la vainilla en - - - México .	8
1.3 Aspectos generales de la vainilla .	10
1.3.1 Región vainillera	10
1.3.2 Características generales de la planta	14
1.3.3 Cultivo de la vainilla	18
1.3.4 Beneficio	26
1.3.5 Industrialización	29
1.4 Comercialización .	30
1.4.1 Antecedentes de la comercialización de - la vainilla	30
1.4.2 Comercialización actual	31
a.- Almacenamiento, empaque, clasificac- ción y transporte	31

	<u>PAG.</u>	
2.6	Diseño de la muestra .	60
2.7	Diseño del instrumento de la recopilación de información .	62
2.8	Prueba piloto .	63
2.9	Corrección del cuestionario	70
	2.9.1 Determinación del cuestionario definitivo	70
	2.9.2 Instructivo del cuestionario definitivo - - aplicado a los entrevistados	78
2.10	Labor de campo .	91
2.11	Tabulación de la información .	93
2.12	Registro de la información .	93
2.13	Análisis de la información .	94
 CAPITULO III.- ANALISIS E INTERPRETACION -		 97
DE LA INFORMACION		
3.1	Productores de Vainilla .	99
3.2	Beneficiadores de Vainilla .	105
3.3	Industrializadores de Vainilla .	107
3.4	Perfil del consumidor .	108
3.5	Comercialización de la vainilla .	111
3.6	Precio del producto .	116
3.7	Sugerencias .	119
3.8	Antigüedad en la actividad .	120

	<u>PAG.</u>
3.9 Otras actividades .	121
3.10 Ingresos percibidos por la vainilla .	122
3.11 Cuadros resumen de la información .	123
 CAPITULO IV .- PROPUESTA DEL MODELO DE COMERCIALIZACION DE LA - VAINILLA EN LA ZONA NOR-- TE DEL EDO. DE VERACRUZ	 153
Antecedentes .	155
4.1 Objetivos generales .	157
4.2 Políticas generales .	157
a.- Con el Gobierno	158
b.- Con los Productores	158
4.3 Programa de Producción y Financiamiento .	158
4.4 Programa de Comercialización .	173
4.4.1 Programa del Producto	173
4.4.2 Programa de Precio	176
4.4.3 Programa de Distribución	178
4.4.4 Programa de Promoción	181
4.4.5 Programa de Ventas	183
 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	 187
 BIBLIOGRAFIA	 193

INTRODUCCION

La vainilla es originaria de México y Centroamérica, y --- desde los inicios de su explotación a nivel comercial constituyó una actividad agrícola de relevancia por la demanda y prestigio del producto de la Región Papanteca .

La vainilla es utilizada en muchas industrias tales como la alimenticia, la farmacéutica y principalmente en el sector doméstico en su forma natural, como extractos y esencia para la elaboración de lácteos, medicamentos, dulces y confites, -- repostería, etc.

Se conoce que el cultivo de la vainilla en los años 40's y 50's tenía tal auge que todas aquéllas personas que se dedicaban a esta actividad percibían ingresos elevados por hectárea; sin embargo, por una serie de factores incontrolables y la falta de organización de los productores para salir adelante, produjeron un decremento en la producción de la superficie cultivada, que año con año sigue disminuyendo a tal grado que de -- ser un país autosuficiente y exportador de vainilla de excelente calidad, en la actualidad importamos el producto natural y -- además nos enfrentamos a otro problema : los productos sustitutos, tales como la etilvainilina y vainilina sintética .

2.

De lo anteriormente expuesto, nació la inquietud para realizar el presente trabajo creyendo que será de utilidad para los interesados en el renacimiento del cultivo y comercialización de la vainilla .

El trabajo se desarrolló de la siguiente forma:

En el primer capítulo se exponen los antecedentes del origen y cultivo de la vainilla, su proceso de beneficio e industrialización; por lo que respecta a la comercialización del producto, se mencionan los antecedentes y la situación actual de la misma, haciendo un análisis general de la oferta y demanda nacional e internacional de la vainilla, evaluando los aspectos importantes del producto, precio y distribución y la importancia socio-económica del cultivo para los habitantes de la Región .

En el segundo capítulo, se plantea el problema de la investigación, así como los objetivos generales y particulares; se determinan los requerimientos y fuentes de información, primaria y secundaria para el estudio . De igual forma, considerando una muestra del universo de vainilleros de la Región, se diseña el instrumento de recopilación de información que interesa a la investigación, procediendo a la corrección del cuestio-

nario para la aplicación definitiva en base a un instructivo de manejo; por último se lleva a cabo la tabulación y Registro de la información recabada .

Enseguida, en el tercer capítulo, se procede al análisis de los resultados obtenidos, mediante agrupaciones de conceptos relacionados .

Una vez realizado el análisis de la información, se propone en el cuarto capítulo un Programa de Producción y Financiamiento considerando las tierras factibles de cultivar y las necesidades financieras del mismo . Conjuntamente, y tomando en cuenta el objetivo de la presente investigación, se plantea el Modelo Mercadotécnico que propicie la mejor comercialización de la vainilla y sus derivados, analizando los aspectos importantes para el Programa : Producto, Precio, Distribución, Promoción y Ventas .

CAPITULO I

**ANTECEDENTES DEL CULTIVO Y COMERCIALIZACION
DE LA VAINILLA EN LA REGION NORTE DEL ESTADO
DE VERACRUZ.**

1.1 ANTECEDENTES DEL CULTIVO DE LA VAINILLA EN EL MUNDO .

La vainilla se conoció en Europa a raíz del primer embarque que de ella hizo Hernán Cortés en 1519 a España, en donde las fábricas se establecieron en la segunda mitad del siglo XVI, --- para la manufactura de chocolate saborizado con vainilla . En 1836 Charles Morren en Bélgica, estableció la identidad de la --- verdadera vainilla comercial, la vainilla planifolia, y obtuvo --- grandes cosechas de vainilla al polinizar las flores a mano en 1838; el logro de Morren se repitió por Newman, del Museo de Historia Natural de París, y en 1841 un ex esclavo llamado Edmond Albius en Reunión descubrió un método de polinización arti- ficial combinando la propagación de las plantas por medio de -- cortes o estacas abriendo las puertas para su plantación en gran escala en los trópicos del Este .

La vainilla se ha reemplazado por la canela como saborizan- te para el chocolate; sin embargo, ha permanecido como favori- ta y en otros países ha comenzado a usarse en perfumes, confit- tes y helados .

En 1914, antes de la Primera Guerra Mundial, la vainilla se usaba principalmente en los negocios de la panadería pero debi--

8.

do al aumento en los precios de la vainilla pura, la vainilla artificial reemplazó a la vainilla natural; no obstante, las vainas ya beneficiadas tienen un aroma y un sabor que no han sido -- reemplazados en la vainilla sintética .

2.1 ANTECEDENTES DEL CULTIVO DE LA VAINILLA EN MEXICO .

La vainilla es originaria de México, no se sabe el lugar -- preciso pero sí que los frutos eran cosechados por los taras--cos del estado de Michoacán y los totonacas de Veracruz; también los zapotecas del estado de Oaxaca y los indígenas del nor--este de Puebla, quienes pagaban como tributo a sus monarcas vainilla y otros frutos como el tabaco y el cacao .

Los totonacas, una de las tres tribus que cultivaban la vainilla para los aztecas fueron de los primeros que le prometie--ron lealtad a Cortés y consecuentemente no fueron molestados -- en la propiedad privada de sus comarcas individuales . En la actualidad el cultivo de la vainilla se siembra dentro de tie--rras papantecas .

Aún no se ha determinado la época en que se inició el culti--vo de la vainilla en México pero en " Historia General de las

Cosas de la Nueva España ", publicado en 1829-1830, de Bernardino de Sahagún, religioso franciscano que llegó a México -- en 1529, hace la primera descripción sobre la vainilla designándola con el nombre náhuatl de Tlilxóchilt, derivado de " tli-lli " que significa negro y xóchitl " capullo, flor .

En los antiguos archivos de Papantla, Veracruz, señalan que en 1760 había vainillales en Papantla y Misantla .

Bernal Díaz, oficial español bajo las órdenes de Cortés --- tomó nota de esta especie, al observar que el emperador Moctezuma tomaba chocolate saborizado con vainilla y que ofrecía a Cortés en copas de oro .

En el año de 1930 se registran vainillales en los estados de Veracruz, Puebla, Chiapas, Tabasco, Oaxaca y San Luis Potosí . En el período de 1955 a 1961 había cultivos en Veracruz el principal productor con más de 200 toneladas anuales, siguiéndole en importancia San Luis Potosí, con una producción de 100 toneladas anualmente hasta el año de 1957, ya que en 1958 la producción fue nula y en los años de 1959-1960, tan sólo fue de 84 kg. A partir de 1962 deja de producir en este estado .

10.

En 1940 existían alrededor de 34 municipios productores, ocupando una superficie aproximada de 4 701 has. en la actualidad son 8 municipios que cultivan sólo 620 has.

1.3 ASPECTOS GENERALES DE LA VAINILLA

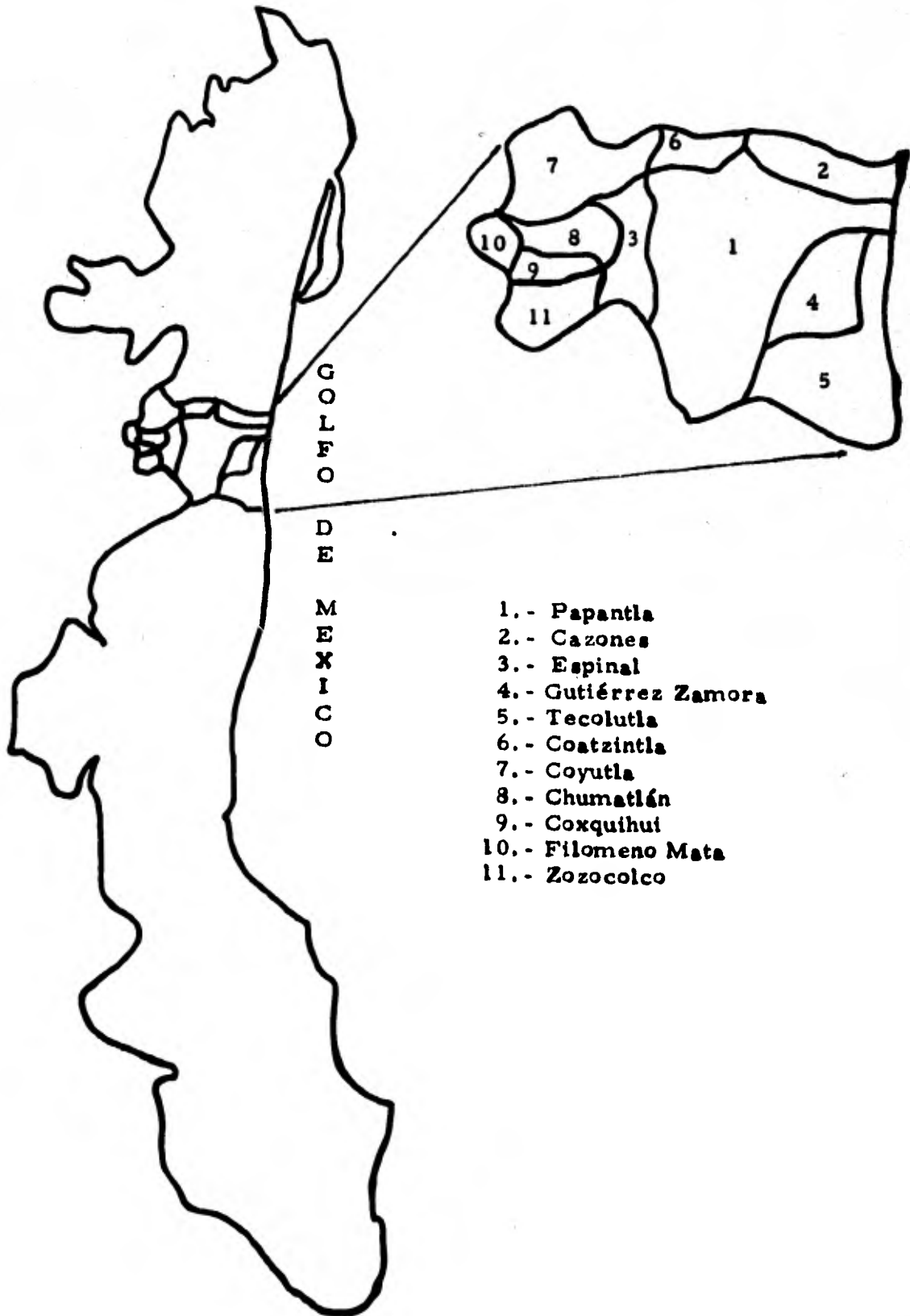
1.3.1. Región Vainillera .

La Región Vainillera se localiza al Noreste del Estado de Veracruz, en una extensión de 3 157.6 Km²; limita al Norte con el municipio de Tihuatlán, al sur con Martínez de la Torre, al oeste con el Estado de Puebla y al este con el Golfo de México .

La Región Vainillera está integrada por los siguientes municipios : Tecolutla, Coatzintla, Coxquihui, Filomeno Mata, Gutiérrez Zamora, Papantla, Coyutla, Zozocolco, Caxones, Espinal y Chumatlán, (Anexo 1) .

Estos municipios son productores tradicionales de vainilla en el Estado; los primero cinco se encuentran ubicados, dentro de la planicie costera, con alturas de 10 a 50 mts. sobre el nivel del mar; los seis restantes se encuentran enclavados en la sierra, colindando con el Estado de Puebla, con una altura superior a 500 mts.

Vainillera en el Edo. de Veracruz.



En la Región predominan tres tipos de clima : semihúmedo-cálido, en la planicie costera; húmedo-cálido, en la parte central; húmedo-templado, en la parte más alta de la región, --- comprendiendo la sierra .

Dentro de la zona mencionada se tienen los ríos siguientes:

- Río Cazones - Nace en la sierra de Huauchinango, en el Estado de Puebla, pasando por el extremo sur de los municipios de Tihuatlán y Tuxpan, desembocando en el Golfo .

- Río Tecolutla - Su origen está en el Estado de Puebla, recorriendo los municipios de Papantla y Gutiérrez Zamora, - hasta su desembocadura en la barra de Tecolutla; sus afluentes más importantes son los ríos Chichicatzapán, Tecontepec y Chumatlán .

Los principales tipos de suelos en la zona vainillera son : tipo Gley y Pradera, considerados suelos agrícolas de buena - calidad .

La población aproximada en la Región, de acuerdo al preliminar del Censo de 1980, es de 327,710 habitantes, de los cuales el 16.9% es económicamente activa y de ellos el 68.5% se dedican a actividades primarias y el resto se dedica al comer-

cio, industria del petróleo, extractiva, de transformación y ---
otros sectores de menor importancia .

El régimen de tierra dentro de la zona se encuentra dividi--
do en pequeña propiedad (30%) y Ejidos (70%) .

En la región no existen centros de investigación y cuenta --
con escasa asistencia técnica .

Actualmente el Estado de Veracruz ocupa el primer lugar --
en la República Mexicana, aportando el 95% de la producción --
total del país, el otro 5% lo aporta el Estado de Puebla .

El área ocupada por el cultivo de la vainilla ha ido decre--
ciendo progresivamente y con ello el cultivo va perdiendo su --
importancia en la economía nacional, debido a la falta de garan--
tías individuales .

En los municipios de Papantla, Tecolutla, Gutiérrez Zamora
y Martínez de la Torre, en el Estado de Veracruz, y en San --
José Acateno, Puebla; se concentró el 82% de la superficie to--
tal cosechada en la República Mexicana, en 1975 .

En Papantla se encuentra el gran mercado regional de la --
vainilla, con una superficie cosechada de 480 has., le siguen --

en importancia Tecolutla con 150 has., y Gutiérrez Zamora con 60 has. en el Estado de Veracruz (Ver cuadro No. 1)

En los municipios de Papantla y Gutiérrez Zamora el 90% -- de la tierra dedicada al cultivo se localiza en el sector ejidal y sólo el 10% en pequeña propiedad, en Tecolutla la superficie -- cultivada con vainilla es ejidal .

1.3.2 Características Generales de la Planta .

La vainilla es una orquídea epífita (1) trepadora, la planta es carnosa, de tallos largos y delgados, vigorosos, simples y ramificados, con raíces modificadas que se adhieren a los árboles soportes . El diámetro del tallo es de 2 a 4 cms., dependiendo de la variedad .

Las raíces son de dos tipos: las primeras se desarrollan -- desde los 2 meses hasta los 3 años, son subterráneas y se extiende en un radio de 70 a 80 cms., no penetra mucho en el -- suelo sino que se ramifica en medio de los detritus orgánicos -- de la superficie, los que le proporcionan los elementos necesarios para su nutrición; las segundas son las raíces adventicias,

(1) Son las que viven sobre los árboles sin absorber su savia .

CUADRO No. 1
MEXICO: SUPERFICIE NACIONAL COSECHADA DE VAINILLA
(Hectáreas)

ESTADOS Y MUNICIPIOS	1970	1975
Total Nacional	2 672	1 083 .
Subtotal Veracruz	2 646	757
Papantla	1 837	480
Tecolutla	90	150
Coatzacoatlán	255	10
Xoxocolco de Hgo.	7	20
Misantla	21	10
Mten. de la Torre	46	27
Gutiérrez Zamora	26	60
Tihuatlan	---	--
Espinal	---	--
Tlapacoyan	---	--
Coyutla de San Andrés	299.6	--
Casones	38.3	--
Tuxpan		
Otros Municipios	26	326

Fuente: 1970: V Censo Agrícola-Ganadero y Ejidal, Veracruz DGE.
1975: Consumos Aparentes, Deleg. Est. Jalapa, -
Ver. DGEA ,

éstas se desarrollan de los 3 a los 4 años generalmente, nacen a alturas variables, pero siempre próximas al suelo, de donde toman los nutrientes .

Las hojas son carnosas, enteras, unifoliadas, planas, de --- oblongas a lanceoladas, acuminadas, alternas; nacen en oposi--- ción con las raíces aéreas modificadas . Las flores son her--- mafroditas o perfectas, con ovario ínfero, se presentan en in--- florescencias racimosas que nacen de las axilas de las hojas; - su color es blanco amarillento, inconspicuas, y se presentan -- de 10 a 20 flores por racimo . Por la estructura floral, para que se lleve a cabo la polinización, es necesario hacerla artifi--- cialmente, siendo la natural difícil y al azar .

El fruto es una silfca lisa, lampiña, carnosas, casi cilíndri--- ca . Las vainas miden de 15 a 25 cms de longitud y el diá--- metro en su parte media es de 1 a 1.5 cms; una vez benefici--- do el tamaño y grosor se reducen, generalmente mucho más el grosor que la longitud .

La vainilla es un género de 50 o más especies, establecidas en los trópicos del mundo, de las cuales sólo 3 tienen impor--- tancia comercial como fuentes de vainilla, y son :

1. Vainilla planifolia, vainilla mexicana.

Es la vainilla natural del comercio y se cultiva en muchas partes tropicales del mundo. Se conocen las variedades mansa o fina, mestiza y la de tarro.

2. Vainilla pompona Shiede, vainilla pompona Lindley.

Es una fuente menos importante de vainilla natural que la vainilla planifolia Andrews. Se ha encontrado arriba de los 1,000 m sobre el nivel del mar.

Se le conoce también como vainillón de la Guadalupe, vainilla boba o vainilla plátano.

Su principal consumo es en la manufactura de tabacos, perfumes, jabón, y para mezclar con el extracto hecho de la vainilla planifolia, y aunque es aromático, no ofrece el bueno y suave perfume de la primera.

3. Vainilla Tahitensis J. W. Moore.

Esta especie es nativa de Tahití y es la fuente de la vainilla tahitiana y proviene de Oceanía Francesa, también se cultiva en Hawaii.

Hay poca información sobre otras especies de vainilla que tengan posibilidades de producir vainilla para el comercio .

Los frutos de la vainilla appendiculata Rolfe, de la Guayana -- Británica retienen un olor distinto durante 25 años o más después de que han sido colectados, y las vainas de la vainilla -- phaentha Reich, cultivada en algunos lugares de las Indias Occi-- dentales poseen algún perfume .

La vainilla odorata retiene su fragancia después de 35 --- años de cuando han sido colectados . La vainilla guianensis y la palmarum son productos de inferior calidad .

Es muy posible que estas vainillas poco conocidas y de un -- valor menor sean usadas como adulterantes de la verdadera -- vainilla mexicana, la vainilla planifolia .

1.3.3. El Cultivo de la Vainilla .

Aunque la vainilla puede crecer de semilla, se la propaga -- siempre por estacas, siendo escogidas las de tallos sanos y -- fuertes; los cortes varían en longitud, sin embargo se ha ob-- servado que cuanto más larga es la estaca (tallo), crece con mayor rapidez la vainilla .

En México es común usar cortes de 30 cms de largo y algu

nos de 90 ó 120 cms . Los cortes más largos, si se plantan en época de lluvia mantienen un crecimiento continuo y dan flores y frutos en uno o dos años . Los cortes más pequeños no dan flores y frutos sino hasta el tercero o cuarto año .

Los cortes mayores dan fruto más rápidamente que los pequeños, es más económico y productivo cuando se tiene material disponible plantar cortes largos, pero por comentarios de los productores de la Región de estudio, ésto es limitante porque el material es escaso y caro, por lo que recomiendan estudiar más las formas de propagación del cultivo de esta planta .

Para el establecimiento de un vainillal se puede elegir un bosque o un terreno descubierto, si es en un bosque se recurre como método de cultivo el usado por los totonacas y que es el generalmente adoptado por los cultivadores; éste método rudimentario y aceptado, consiste en desmontar el terreno por medio del machete, limpiando el lugar de arbustos y hierbas y dejándolas en el mismo lugar donde cayeron, ésto es en los meses de febrero a abril . Posteriormente se tumban los árboles grandes y viejos, dejando aquéllos que tengan menos de 10 años y que servirán de soporte a la vainilla, procurando que -

haya una distancia de 2 a 4 m entre cada árbol .

La limpia y quema de las hierbas y arbustos se efectúa una vez que han eliminado suficiente humedad; a continuación queman y hacen dos siembras de maíz y dos de frijol, en los meses de junio y diciembre, dejando crecer los retoños del actual, con una población de 2000 tutores por hectárea .

Los árboles tutores se desarrollan libremente, sin simetría en el terreno y sin predilección por alguna especie .

Al segundo año de practicado este método, los tutores siguen desarrollándose, y al tercer año, en los meses de marzo a junio (inicio de las lluvias) se siembran las estacas de vainilla, realizando el chapeo en los meses de septiembre y octubre . Al cuarto y quinto años se realiza el acondicionamiento del vainillal y el chapeo a machete, cuidando de no maltratar las raíces . Al sexto año se deja florecer el vainillal, florece en los meses de abril y mayo .

Quando el cultivo se hace en terreno descubierto, se tiene la ventaja de escoger el árbol tutor y plantarlo cuando aparezcan las primeras lluvias, a distancias adecuadas para facilitar trabajos posteriores, hay desacuerdo entre los que cultivan la vainilla acerca de cuál es el mejor soporte para la planta; -

pero cualquier árbol fuerte o arbusto pequeño, ampliamente ramificado, resistente al viento, es conveniente para éstos propósitos .

Los árboles tutores se plantan formando líneas horizontales a distancias de 2.5 m una de otra y, entre cada árbol de 1.5 - a 1.8 m dependiendo del número de vainillas que se vayan a sembrar, éstas pueden ser una a tres por cada tutor .

Al pie del árbol tutor se entierra el bejuco de vainilla, en surcos, procurando que cuando menos un nudo quede enterrado; el resto de la planta se sujeta al soporte o tutor .

Posteriormente se deben realizar dos escardaduras anuales, una al principio de las lluvias y otra después .

El riego se llevará a cabo sólo cuando el suelo pierda humedad, cuando la sequía es muy grande .

La poda de los tutores se llevará a cabo cuando sea necesaria, por exceso de follaje .

La dirección de los bejucos será vertical y cuando haya alcanzado cierta altura se orientará su extremo superior en forma horizontal para evitar que la vainilla continúe creciendo, de esta manera se puede efectuar la cosecha sin necesidad de es-

caleras .

La poda de las vainillas se efectúa a partir del tercer año de plantadas, después de cada cosecha y durante la época de reposo (invierno), suprimiendo las partes que ya fructificaron .

La floración de la vainilla planifolia es una vez al año, en los meses de abril y mayo, mismos en los que se lleva a cabo la fecundación artificial .

En México la polinización realizada a mano se usa actualmente para propósitos comerciales . Se piensa que familias de extracción francesa que vivieron en Nautla, Veracruz, introdujeron la polinización manual en México, alrededor de 1890 ó ---- 1895, y consiste en detener la flor con los dedos índices y medio de la mano izquierda, mientras que el pulgar levanta y mueve el ápice del estambre aproximando la antera con un estilete, hierba dura, palillo, astilla, etc., en la mano derecha, se desgarró el labelo o labio para dejar expuestos los órganos reproductores; posteriormente se introduce la punta del estilete debajo del rostelo para levantarlo, y darle una posición recta, la antera que se ha levantado junto con el rostelo, tiende a recuperar su posición normal inclinándose hacia el estigma y con el dedo pulgar se ayuda a que se toquen los dos órganos y las ma

Las polínicas quedan adheridas al estigma donde el polen queda retenido (información personal de un experto en polinización artificial en un vainillal de Gutiérrez Zamora, Ver.) .

Las miles de flores que abren pueden ser polinizadas en un período de 20 días . Una persona experta puede polinizar más de 800 flores en menos de medio día .

Dado que la vida de la flor es de 24 horas, la polinización debe realizarse con cierta rapidez, por lo que es necesario -- emplear a varias personas para que efectúen la polinización . Si la polinización resulta mal la flor cae antes del segundo día quedando el ovario sin desarrollo, el cuál se torna amarillento y después se desprenderá del pedúnculo .

Cuando ha tenido éxito la fecundación, la flor se marchita -- poco a poco, se conserva sobre el ovario y éste empieza a -- crecer, la fertilización de la vainilla ocurre unas cinco semanas después de la polinización, completándose una semana más tarde . Después de que se obtiene el fruto, le lleva de 5 a 6 meses para desarrollarse completamente .

Desde el momento en que aparece el fruto tiene un color -- verde que conserva hasta su madurez . La cosecha de la vainilla se efectúa cuando sus extremos empiezan a tornarse ----

amarillos o cuando crugen bajo la presión de los dedos . Cada vaina se recolecta a mano sin instrumentos y por separado, -- procurando no romperlo para evitar la dificultad en la forma-- ción de los paquetes .

Las plagas y enfermedades constituyen un problema para el cultivo de la vainilla ya que afecta la producción y calidad de la planta . Entre las principales plagas que afectan los vainillales del estado de Veracruz, tenemos los siguientes :

a) El piojo *Spinus Floridulos*, hemíptero que mide de 4 a 5 cms destruye los tejidos de las hojas, tallos y frutos, principal mente en las hojas, notándose pequeñas manchas blanquecinas .

b) La chinche *Dydarcus Connecinus* y el *Obscurate*, que atacan los retoños y las flores de la planta, impidiendo la fructificación .

c) La chinche Esmeralda *Nezara Smaragula*, hemíptero de color verde que oviposita en las hojas y tallos, al desarrollarse el insecto toma la savia de la planta .

d) La oruga *Conchylia Vanillana*, después de la fecundación ataca los frutos jóvenes provocando su caída .

e) El *Cratopus Punctum*, gorgojo gris que mordizquea las flores y destruye la columna .

f) Las hormigas afectan los frutos y los moluscos gasterópodos suelen roer la corteza del vainillo, sobre todo en los -- años secos .

En cuanto a las enfermedades de la vainilla se citan a continuación las más comunes causadas por hongos, los que representan un grave problema pues a causa de ellos se han destruído grandes vainillales . La más diseminada y seria enfermedad de la vainilla es la anthracnosa, *Calospora vanillae* Masee, identificado en vainillales del ejido de Altamirano; ataca hojas, ápice del tallo y raíces aéreas, presentándose manchas numerosas amarillo ocre o pústulas rojas opacas y lo más recomendable es la destrucción de los órganos enfermos .

Otras especies de hongos que atacan a diferentes partes de la vainilla : el *Collectotrichum vanillae* Scalia, se encuentra en terrenos poco drenados y muy sombreados; y el más común el *Gloesporium vanillae* Cooke encontrado en las hojas de la -- vainilla *planifolia* .

1.3.4. Beneficio .

La vaina madura recién cortada no tiene aroma, para que lo adquiriera necesita de un proceso o beneficio, llevado a cabo en una planta beneficiadora . El beneficio consiste en una serie de operaciones que tienen como objetivo la evaporación lenta del agua contenida en las vainas . El siguiente método se practica en nuestro país .

Concluida la recolección, las vainas se colocan sobre camillas de madera, donde permanecen 24 hrs. Al día siguiente se asolean en el patio, en petates, separadas entre sí, colocando cobijas de color oscuro encima para lograr mayor color .

Los pezones o cabezas quedan orientados hacia el sur para que reciban directamente los rayos del sol, hasta adquirir un color pardo; posteriormente se colocan en cajas de madera interiormente cubiertas por trapos oscuros y previamente calentadas al sol, con las cabezas hacia adentro, a éste se le conoce como operación del " sudor " o " sudado " de las vainas, repitiéndose tantas veces como sea necesario hasta obtener el resultado deseado; generalmente son 20 sudadas en 100 días .

Cuando el tiempo es desfavorable se recurre al calor artificial, por medio de un calorífico a una temperatura de 60 a 65°C

durante 40 a 48 hrs. aproximadamente, dependiendo del grado de madurez de las vainas; personas con experiencia realizan el beneficio con éxito, tomando en cuenta el color, el grueso y la blandura de la vainilla .

Una vez fuera del calorífico se repiten los procesos de secado y sudado al sol si son necesarios, aprovechando el sol hasta mediados de febrero .

Al término del beneficio el color inicial verde amarillento de las vainas se torna café intenso; siendo este proceso de desecación que la hace menos fácil a la descomposición y más resistente, también deberán ser lo suficientemente flexibles -- para enrollarse alrededor de los dedos, sin romperse; la cantidad de humedad de las vainas tiene influencia en su apariencia y flexibilidad y, consecuentemente, en su calidad .

Además del método descrito antes, hay otros métodos artificiales empleados en el beneficio de la vainilla .

Después de un mes de observación, las vainillas se sacan de las cajas, seleccionándolas de acuerdo a la consistencia, color y longitud; separando la vainilla buena de las que tienen defectos como: baja de color, tamaño pequeño, resacas, gruesa del cuello, cueruda, fofa, manchada, rajada y maleada en gong

ral; de ésta vainilla defectuosa se obtiene la vainilla de " pica-
dura " que es mucho más fácil y menos costosa de beneficiar -
que la vainilla entera, resultando un producto comercial medio
de bastante aceptación .

La vainilla buena se agrupa por tamaños, con las cabezas -
hacia arriba dando ligeros golpes para que se emparejen en la parte
en contacto con la superficie, se sostienen después con la ma-
no izquierda y con la derecha se van sacando las vainas de ma-
yor longitud para dejar las de igual tamaño hasta obtener gru-
pos de diferente longitud en cada mazo .

De acuerdo con información obtenida del presidente de la --
Unión de Productores de Vainilla en Gutiérrez Zamora, Vera--
crus, las vainas se clasifican en :

- 1a. Extra
- 2a. Superior
- 3a. Buena
- 4a. Mediana
- 5a. Ordinaria

Cuando el corte y el beneficio de la vainilla fueren los ade-
cuados, al cabo de algún tiempo se cubren de pequeños crista--
les aciculares de color blanquecino, que le dan ese olor tan . .

agradable y característico, esta sustancia es la vainillina libre que no se presenta en las vainas recién cosechadas, su desarrollo es el resultado de la acción enzimática sobre algunos glucósidos durante el proceso de beneficio .

1.3.5. Industrialización .

Existen varios métodos para la preparación de extractos de vainilla, pero el proceso de percolación es el más usado .

Las vainas primeramente son finamente picadas y se colocan en un percolador, después se agrega solución de alcohol etílico al 35 a 65%. Una vez que empieza a percolar se satura con el mismo líquido extraído varias veces hasta que se remueva el máximo de vainillina . Se pone a añejar antes de salir al mercado .

Otro método que es parecido al anterior, pero más moderno y mecánico, tiene que ver con una percolación circulatoria, por medio de la cual el disolvente se bombea desde la parte inferior del tanque y se permite una repercolación . Esta circulación regular del solvente a través de las vainas se continúa hasta que la extracción de la vainillina es la misma en la parte de arriba y de abajo del tanque que es cuando el líquido

se saca y está listo para ser vendido .

Según las Leyes de Alimentos y Drogas de los Estados Unidos de América, el extracto de vainilla con o sin azúcar y glicerina contiene, en 100 centímetros cúbicos, la materia soluble de no más de 10 gramos de la vaina . Basados en esta medida se llevan 378 gramos de vainas para hacer aproximadamente 3.75 litros de un extracto de vainilla ya terminado .

1.4 COMERCIALIZACION .

1.4.1. Antecedentes de la Comercialización de la Vainilla .

La vainilla fué de las numerosos plantas tropicales de valor comercial que encontraron los primeros colonizadores del Nuevo Mundo .

Durante la dominación española comenzó su exportación no tanto para satisfacer el consumo de la península Iberica, sino para ofrecerla a los mercaderes franceses e ingleses, que fueron los responsables en la propagación en el Viejo Continente .

Por más de 2 siglos, México y otras regiones de donde es originaria la vainilla *Planifolia* fueron las únicas fuentes comerciales de este producto .

1.4.2. Comercialización Actual .

La vainilla es una especia que se consume en todo el mundo y se adquiere en el mercado estatal donde se produce . Su comercialización se efectúa en la Región, de donde sale a diferentes mercados del país y del extranjero .

El análisis que presentamos, tiene por objetivo visualizar un panorama que cuantifique la situación actual del mercado estatal, nacional e internacional, básicamente el mercado de los Estados Unidos .

a) Almacenamiento, empaque, clasificación y transporte .

La presentación del producto beneficiado para su venta en el mercado nacional, se lleva a cabo generalmente en cajas de lata de lámina y del producto industrializado en frascos de diferentes tamaños y cantidades, colocados en cajas de cartón, --- cuando es destinado a las principales tiendas de autoservicio en la Ciudad de México y detallistas del resto del país .

La vainilla de exportación se agrupa en rollos del mismo tamaño y se protege para su maniobra en cajas de hoja de lata, previamente cubiertas de papel encerado, debiendo tener para su mejor aceptación comercial un tamaño clasificado de Buena

a Extra; las cajas tienen un peso aproximado de 50 kilos cada una .

El empaque de la vainilla se realiza a mediados de abril; -- las vainas se agrupan en rollos de 50 a 90 y con un peso entre 350 a 600 gramos; se atan con hilo de cáñamo en los extremos y en el centro y se colocan en cajas de hoja de lata del tamaño de las vainillas , anotando las características específicas del -- producto .

Tres o cuatro cajas se introducen en una caja de madera , - se etiqueta y posteriormente se fletan .

La vainilla de primera calidad es destinada a la exportación, debe tener además de tamaño, brillantez, flexibilidad, color, - olor y sabor excelentes . La vainilla que no se ajusta a éstas características , es decir , que tiene alguno de los siguientes defectos : rajada, picadura, pequeña, etc. , se vende a un precio menor y tiene bastante aceptación en el mercado nacional utilizándose para industrialización .

El transporte de la vainilla se realiza en camiones , propia-
dad de los compradores y tiendas distribuidoras; el transporte -
de la vainilla de exportación se realiza de las zonas de produc-
ción a los Estados Unidos en trailers .

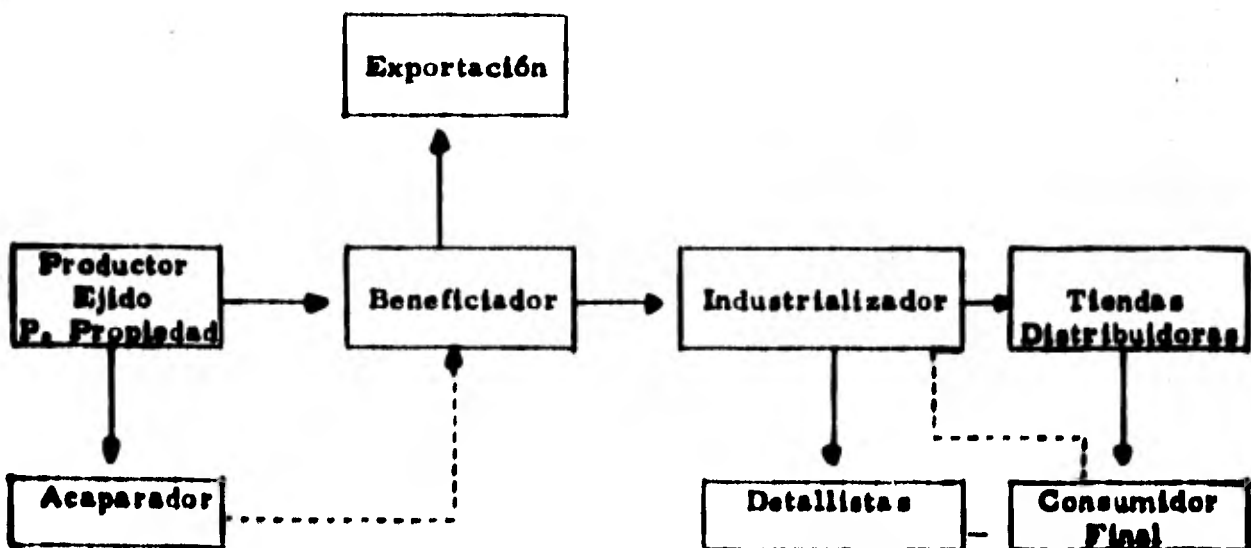
La vainilla es un producto que puede almacenarse por algunos años, es por eso que existen en la Región Vainillera bodegas para guardar el producto cuando no se vende, o para especular con él un año después .

Las bodegas son cuartos oscuros que conservan el color café de la vainilla, y tienen una capacidad aproximada de siete toneladas .

b) Canales, precios y márgenes de comercialización .

El canal comercial que generalmente se registra en el mercado de la vainilla se ha establecido de la siguiente forma :

DIAGRAMA DE COMERCIALIZACION DE LA VAINILLA



----- Canal Principal

..... Canal Secundario

LOS PRECIOS ACTUALES DE LA VAINILLA SON LOS SIG:

FECHA	PRODUCTO	\$/Kg.
Noviembre 1981	Verde :	\$ 300.00
Mayo 1982	Beneficiada:	
	Extra	\$ 2 500.00
	Superior	2 500.00
	Media	2 500.00
	Picadura	2 250.00
Mayo 1982	Industrializada: 1/	
	<u>Licor</u>	
	Caja c/12 fcos. de 750 ml.	\$ 2 072.80
	Caja c/100 fcos. de 50 ml.	1 095.00
	<u>Extracto</u>	
	Caja c/100 fcos. de 30 ml.	1 440.00
	Caja c/25 fcos. de 250 ml.	1 850.00
	Caja c/25 fcos. de 500 ml.	3 050.00
	Caja c/12 fcos. de 1000 ml.	2 760.00

1/ Precios al mayoreo .

Fuente: Productores beneficiadores e industrializadores de la -
Región Vainillera .

NOTA: Los márgenes de utilidad se amplifican en las etapas --
cercanas al consumidor, como es el caso del acaparador y detallista, aún cuando globalmente sus ganancias sean menos a las tiendas distribuidoras por manejar -
volumenes comparativamente pequeños .

c) Productos sustitutos .

La vainilla es un producto fácil de sustituir por sustancias químicas . Su principal competidor fué la vainilla sintética, a partir de un saporífero derivado del Eugenol, contenido en el aceite de clavo; posteriormente ha sido sustituida por la vainillina y la etilvainillina, porque su elaboración es mucho más económica; se obtiene mediante el aprovechamiento que las fábricas de papel y de extractos de alquitrán de hulla desechan .

A través de la información obtenida en las estadísticas, observamos que del 100% de sustitutos de la vainilla natural consumidos en el país, se considera que aproximadamente el 50% no podrán ser desplazados por la vainilla natural, debido principalmente, a la diferencia en el precio y en el rendimiento, sobre todo en la industria alimentaria .

Un 25% consumido por la industria farmacéutica tampoco se puede sustituir, porque la utilización de vainilla natural implica altos costos por el precio de ésta y por el proceso de purificación a que tiene que ser sometido para poderlo hacer combinable . Otro 25% del consumo de sustitutos, se utiliza en la industria alimentaria y en confitería por lo que se podría reemplazar por el producto natural sin que se afectara mucho los --

costos, tomando en cuenta que la calidad de la vainilla natural en cuanto a sabor y olor, supera a los productos químicos .

En la actualidad los productos sustitutos son muy demandados sobre todo la vainillina; esta importancia de sustitutos se observa en el análisis del cuadro 3 de Importaciones de vainilla natural y sustitutos, notándose un déficit en el consumo nacional de vainilla natural que es cubierto por productos sustitutos .

El efecto saporífero de 25 grs. de vainillina equivale al producido por un Kg. de vainilla Bourbon; el efecto de 7 grs. de etilvainillina, corresponde al sabor producido por 1 Kg. de vainilla Bourbon .

La diferencia existente entre la vainillina y la etilvainillina es que en su efecto de gusto y sabor, la segunda es más fuerte .

Ambos productos se utilizan en la elaboración de diferentes productos alimenticios, perfumería, aromatizantes ambientales y fármacos .

d) Oferta y demanda nacional de vainilla natural y sustitutos .

El mercado nacional de la vainilla ha sufrido fluctuaciones desde 1967, debido al descenso en las plantaciones del país, -- acentuándose en 1970; de este año a 1974 fué el último período con producción superior al consumo nacional, destinándose ---- 58.7% de la misma al consumo interno .

En 1975 hubo importaciones por 32 tons., en 1976 el consumo interno fué casi igual a la producción nacional en 98% por lo que se realizaron importaciones por 240 kilos, (cuadro 2).

El consumo de vainilla natural en el país se ha visto afectado por la irregularidad en la producción nacional, la preferencia de los beneficiadores a exportar, y principalmente, por el uso de sustitutos de origen químico .

En el panorama que presenta la importación nacional de vainilla natural y sus sustitutos (etilvainillina y vainillina) en los años de 1970 a 1976, sobresale un aumento en el uso de estos productos químicos, teniendo la vainillina mayor demanda, con un promedio de importación anual de 11.3 tons. y la etilvainillina de 8.3 tons., en comparación con la importación de vainilla natural de 5.5 tons. anuales, en promedio, (cuadro 3) .

Por lo anterior, es posible suponer que la importación de -- productos sustitutos está dando la pauta de cuanto sería necesaa-

CUADRO No. 2

EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE VAINILLA BENEFICIADA
(1970 - 1981)

38.

AÑO	Superficie	Rendimiento	Producción	Comercio Ext.		Consumo
	Cosechada	Medio x Ha.		Import.	Export.	
	Has.	Kgs.	Kgs.	Kg	Kg	Kg
1970 a)	1 167	42.12	49 161	7 581	22 226	34 082
1971	1 573	42.59	67 000	2 000	23 000	46 000
1972	1 577	29.16	46 000	183	18 000	28 183
1973	1 460	30.13	44 000	332	19 000	25 332
1974	850	34.11	29 000	280	15 000	14 280
1975	1 083	31.39	34 000	31 990	1 000	64 990
1976	1 360	30.88	42 000	240	-----	42 240
1977	817	91.79	75 000	-----	-----	75 000
1978	378	119.32	45 187	-----	211	45 398
1979	425	123.52	52 496	32 427	688	84 235
1980	620	137.00	85 000	11 458	-----	96 458
1981 1/	570	200.00	114 000	A)	A)	A)

a) De 1970 a 1974 se incluye extracto de vainilla . En los años siguientes la fracción desaparece a partir de 1970 el volumen exportado de extracto de vainilla incluye el envase .

A) Dato no disponible

1/ Datos obtenidos del Registro del Presidente de la Unión de Productores de Vainilla .

Fuente: Consumos Aparentes y Anuarios Estadísticos IMCE .

CUADRO No. 3

IMPORTACION NACIONAL DE VAINILLA Y SUSTITUTOS
1970 - 1976
(Kgs.)

País de Procedencia:	Vainillina	Etilvainillina	Vainilla
Alemania Rep. Fed.	3 841	10 332	2
Argentina	330	-----	-----
Brasil	5 770	-----	-----
Canadá	25	-----	-----
España	4 124	2 551	-----
Estados Unidos	24 508	7 009	3
Francia	1 597	19 300	-----
Japón	14 718	-----	-----
Países Bajos	4 550	2 290	-----
Panamá	46	-----	-----
Reino Unido	5 789	7 150	-----
Singapur	-----	-----	31 990
Suiza	2 639	881	-----
Perímetros Libres	36	416	1 032
TOTAL	67 973	49 929	33 027

Fuente: Anuarios Estadísticos IMCE

rio producir de vainilla natural para satisfacer la demanda, ya que en un momento dado existirían los consumidores suficientes para adquirirla .

La producción interna se ha visto afectada en los últimos 20 años por problemas en el mercado internacional, lo cuál ha repercutido en la disminución de la superficie dedicada al cultivo de la vainilla . Así, la producción en los años 1967-1970 descendió de 67 a 49 tons. y de 1971 a 1978 de 67 a 5 tons.

e) Análisis de la oferta y demanda internacional de vainilla .

Después del decremento en el mercado internacional de la vainilla mexicana durante los años de 1962 a 1970, la demanda de la vainilla mexicana ha aumentado, debido en parte a la reducción de la producción de Madagascar y otros países productores, ocasionada por problemas político-económicos, dando como consecuencia que la producción mundial descendiera y obligando a los consumidores a buscar nuevos mercados .

Sin embargo, a pesar de que a México se le presenta una perspectiva amplia de mercado, la falta de financiamiento hasta hace unos años ha provocado un descenso en la producción nacional . Actualmente compañías extranjeras establecidas en --

México y el Banco Nacional de Crédito Rural se han interesado en la rehabilitación del cultivo, buscando la satisfacción del mercado nacional y la participación en el extranjero .

Los principales países a los que exportaba vainilla beneficiada México en los años de 1970 a 1979, son entre otros : Estados Unidos, Argentina y Japón (ver cuadro 4) .

1.5 FUTURO DE LA VAINILLA NATURAL Y SUSTITUTOS .

Siendo México un país tradicionalmente productor y reuniendo condiciones ideales para el desarrollo del cultivo, cuenta con un futuro prometedor en el mercado .

Para proyectar el consumo de vainilla natural y sustitutos, se tomó un período que comprende de 1970 a 1990, el aumento de la población y el cálculo de consumo per-cápita de vainilla . Determinando el consumo aparente nacional de vainilla, se considera el consumo del producto natural, más el 5% del equivalente en vainilla natural del consumo de los productos sustitutos, se obtiene partiendo de un consumo de 143 tons. (3 grs. p/c) en 1978, para 1985 un consumo de 234 tons. y 1990 de 264 tons. (Cuadro 5) .

CUADRO No. 4
 EXPORTACION DE VAINILLA BENEFICIADA
 (México)
 1970 - 1980

AÑO	PAIS	VOLUMEN (Kgs.)	SUMA
1970	Estados Unidos	19 380	
	Argentina	2 735	22 308
	Japón	193	
1971	Estados Unidos	17 070	
	Argentina	4 900	22 510
	Japón	540	
1972	Estados Unidos	14 811	
	Argentina	2 646	17 625
	Japón	168	
1973	Estados Unidos	13 107	
	Argentina	4 379	18 681
	Japón	1 195	
1974	Estados Unidos	10 800	
	Argentina	3 800	14 728
	Japón	128	
1975	Estados Unidos	1 000	1 000
1976	-----	-----	-----
1977	Estados Unidos	8 610	8 610
1978	Estados Unidos	211	211
1979	Estados Unidos	688	688
1980 ^{1/}	-----	-----	-----

^{1/} Dato no disponible .

Fuente: Anuarios estadísticos . IMCE

CUADRO No. 5

PROYECCION DEL CONSUMO NACIONAL DE VAINILLA
NATURAL Y SUSTITUTOS 1970 - 1990.

AÑOS	(TON.)
1970	96
1971	119
1972	88
1973	94
1974	118
1975	79
1976	115
1977	112
1978	143 ^{1/}
1979	198
1980	204
1981	210
1982	216
1983	222
1984	228
1985	234
1986	240
1987	246
1988	252
1989	258
1990	264

Proyección en base al consumo per-cápita nacional de vainilla - natural y productos sustitutos (3 grs. per-cápita).

Fuente : Banco Nacional de Crédito Rural, México 1978 .

1.6 LA VAINILLA COMO FUNCION ECONOMICA .

1.6.1 Influencia de los Elementos Naturales .

El rendimiento de un vainillal depende de factores ambientales, como el clima y el suelo, los cuáles están muy relacionados con el desarrollo del cultivo .

Todas las plantaciones de vainilla se encuentran en islas, -- con excepción de México, y se localizan en un área de 25° latitud norte y sur del Ecuador .

En cuanto al clima, el que más favorece a la vainilla es el tropical, con lluvias abundantes en las dos o tres cuartas partes del año, con una estación seca para que favorezca el inicio de la floración, se requiere una temperatura media anual alrededor de los 25°C y no bajar de los 12 ó 9°C .

La altitud sobre el nivel del mar, recomendable para establecer un cultivo es a 350 m, aunque se han encontrado vainillas a 1000 m sobre nivel del mar en México .

Los vientos fuertes afectan al cultivo, en especial cuando -- está fructificando, por lo que se recurre a murallas de árboles en torno a los vainillales .

Se requiere de un suelo de poco espesor, de 30 a 40 cm de profundidad, ya que las raíces subterráneas son casi superficiales . El suelo debe ser rico en materia orgánica y si no, — procurar hacerla con hojarasca, fibra de coco, hojas de plátano, etc.

El terreno más conveniente para el vainillal debe ser húmedo, no pantanoso, situado en valles o en pendientes ligeras; -- evitando siempre el estancamiento del agua .

La cantidad de sol que la vainilla puede tolerar parece que depende de la cantidad de agua suministrada a las raíces y --- también está influenciada por la humedad atmosférica y la irrigación del terreno; por otro lado, una sombra muy densa ocasiona que los tallos sean más delgados, las hojas pequeñas y los frutos y flores se reduzcan considerablemente .

1.6.2 Importancia Socio-económica .

Desde 1965 el cultivo de la vainilla ha descendido a pasos agigantados, por diversos factores : falta de financiamiento, cambios en el clima, decreciente interés de los productores, etc .

Las dificultades económicas que han afectado su proceso de

transformación industrial y comercialización, han provocado en los últimos 20 años una disminución del área cultivada .

La importancia socioeconómica que tiene el cultivo se debe fundamentalmente a la mano de obra ocupada . De acuerdo a las estadísticas de la D.G.E.A. en 1940 existían en el país -- aproximadamente 18,000 familias que cultivaban una superficie de 4,634 has., en 1976 en un área de 1 360 has., las fami--- lias ocupadas aproximadamente eran 5 000 .

Se considera necesario 505 jornales por ha. durante todo el ciclo económico de la plantación (9 años), ésto nos permite tener un promedio de la mano de obra que se ocupa en la superficie nacional cosechada .

Por lo que se refiere a la mano de obra utilizada en el --- proceso de transformación industrial de la vainilla, en general podemos afirmar que la disminución en la producción nacional durante los últimos años, han afectado directamente a este sec--- tor de trabajadores . En 1977 se estimó que " de 800 obre--- ros que tenían trabajo todo el año en los beneficios, en la actualidad quedan 100 de ellos con trabajo, por temporada "1/ .

1/ Ponencia presentada en la Asamblea de Productores de --- Vainilla, mayo de 1977 .

Otro aspecto de importancia es el rendimiento medio nacional por hectárea, teniendo en los años agrícolas de 1976 un -- promedio anual de 36 Kgs/Ha. y en 1977 y 1978 rendimientos de 91 y 119 Kgs/Ha. respectivamente . Sin embargo, de ---- acuerdo a la información obtenida en las entrevistas, observamos que en 1981 el rendimiento medio anual alcanzó los 200 - Kgs/Ha., ésto podría ser resultado de la eliminación del cultivo en las áreas marginales o de baja productividad, subsistiendo únicamente las más productivas con altos rendimientos .

CAPITULO II

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION .

2.1 DEFINICION DEL PROBLEMA

En la presente investigación se pretende realizar el estudio sobre la demanda y comercialización actual de la vainilla en la Zona Norte del Estado de Veracruz .

Desde la época en que se inició la explotación de vainilla a nivel comercial a mediados del siglo pasado, la demanda y --- prestigio del producto proveniente de esta región, fué aumentando en forma ininterrumpida habiendo alcanzado su mayor auge durante la Segunda Guerra Mundial y los primeros años de la post-Guerra, pudiendo afirmarse que los cosecheros totonacas producen vainilla de la mejor calidad del mundo .

A ese auge siguió una decadencia acelerada de la produc--- ción y calidad del producto beneficiado, lo que ha repercutido en la disminución de la superficie dedicada al cultivo de la vainilla, la preferencia de los beneficiadores a exportar el pro--- ducto y, básicamente, por el uso de sustitutos de origen químicos .

Conociendo esta situación, se pretende aprovechar que actual--- mente grandes compañías consumidoras del producto, así como el Banco Nacional de Crédito Rural, S. A., se encuentran en -

la región promoviendo el cultivo, para proponer el modelo mercadotécnico que propicie el mejor sistema de comercialización de dicho producto en la región y de esta manera ayudar al desarrollo socio-económico de la misma .

2.2 DETERMINACION DE OBJETIVOS

2.2.1 Objetivos Generales .

Realizar un seminario de investigación administrativa, consistente en un análisis de la comercialización actual de la vainilla en la Zona Norte del Estado de Veracruz, para determinar en base a los resultados obtenidos el modelo mercadotécnico para el producto .

Determinar y proponer las bases, elementos y factores para el modelo mercadotécnico .

Conocer el mercado actual y potencial de la vainilla y sus derivados .

Conocer el perfil del consumidor de la vainilla y sus derivados .

2.2.2 Objetivos Específicos .

Conocer algunos aspectos generales de la Historia y Evolución de la vainilla, su cultivo, beneficio e industrialización .

Conocer las razones por las que la producción de vainilla -- ha descendido en los últimos años .

Conocer los principales problemas a los que se enfrenta el productor de vainilla .

Conocer los principales inconvenientes de la comercialización de la vainilla y sus derivados .

Determinar los canales de distribución que utilizan en la -- Región Vainillera .

Conocer los usos particulares en los que se emplea la vainilla y los productos derivados de ella .

Determinar como influyen los productos sustitutos en el -- mercado .

Conocer y analizar en general los precios de la vainilla en sus diferentes etapas de proceso .

Conocer la evolución del mercado exterior y de las impor-

54.

taciones de la vainilla .

Conocer las sugerencias de las personas que se dedican a esta actividad para hacer atractiva la inversión en la vainilla .

2.3 LISTA DE INFORMACION BASICA

La lista de información básica se elaboró en base a los requerimientos necesarios para realizar la investigación propuesta, y son los siguientes :

De los antecedentes y generalidades del cultivo de la vainilla :

Historia del cultivo en México y en el Mundo .

Aspectos generales de la Región Vainillera .

Producción y rendimiento de los últimos años de la vainilla .

Causas de la disminución de la producción de vainilla .

Importancia social y económica del cultivo para la Región .

Del mercado de vainilla natural y sustitutos :

La comercialización actual de la vainilla .

Canales de distribución .

Productos sustitutos en el mercado .

Demanda nacional de vainilla natural y sustitutos .

Oferta nacional de vainilla natural y sustitutos .
Demanda y oferta internacional de la vainilla .
Mercado potencial de vainilla natural y sustitutos .
Exportaciones e importaciones de vainilla natural y sustitutos .

De los productores de vainilla :

Conocer la tenencia de la tierra: ejido o pequeño propietario .
Hectáreas cultivadas y rendimiento por Ha.
Antigüedad en la actividad .
Principales problemas y cuidados del cultivo .
Precio de la vainilla verde .
Conocer si se dedican a otra actividad .
Porcentaje de ingresos por la vainilla .
Sugerencias para rehabilitar el cultivo en la Región .

De los beneficiadores de vainilla :

Proceso que utilizan para beneficiar la vainilla .
Tiempo y costo del proceso .
Inconvenientes del beneficio .
Precio de la vainilla beneficiada ,
Quiénes compran la vainilla beneficiada .

Porcentaje de ingresos de la vainilla beneficiada .

Antigüedad en esta actividad .

Sugerencias para rehabilitar esta actividad en la Región .

De los industrializadores de vainilla :

Proceso que utilizan para industrializar la vainilla .

Productos derivados .

Precio de los diferentes productos .

Antigüedad en esta actividad .

Porcentaje de ingresos de la vainilla industrializada .

Sugerencias para aumentar la producción .

Del perfil del consumidor :

Quienes compran el producto .

Conocimiento del producto y derivados .

Importancia de la calidad del producto .

Influencia de los productos sustitutos .

Consumo actual per-cápita .

Usos que le dan a la vainilla y derivados .

2.4 DETERMINACION DE LAS FUENTES DE INFORMACION

Se llevó a cabo una investigación preliminar documental para determinar las instituciones públicas y privadas relacionadas -- con el cultivo o comercialización de la vainilla y las fuentes bi bliográficas existentes que nos permitieron desarrollar la pre-- sente investigación .

2.4.1 Información Primaria .

En lo que se refiere a la información de campo, la obtuvi-- mos directamente de la Región Vainillera, que comprende la Zo na Norte del Estado de Veracruz .

Para conseguir lo que interesaba a la investigación nos auxi-- liamos de la entrevista por medio de cuestionarios, ya que ge-- neralmente esta información no se encuentra escrita . Para lo-- grar los datos, acudimos a los Ejidos y Pequeñas Propiedades-- de diferentes municipios donde se cultiva la vainilla; igualmente fuimos a las plantas beneficiadoras e industrializadoras de vai-- nilla para conocer y evaluar a fondo los aspectos que interesan a la investigación .

Enseguida se mencionan las características de las personas-- a las que se recurrió para obtener la información necesaria ;

Productores de vainilla :

Se consideró como productor, a todas aquéllas personas que son pequeños propietarios o pertenecen a un Ejido y se dedican a cultivar la vainilla, hasta un máximo de 100 hectáreas; de igual forma se tomó en cuenta el tamaño y el lugar del cultivo, quedando la estructura como sigue :

<u>Productor</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Has. Cult.</u>
Pequeño propietario	12	328
Ejido	30	157
Total	42	485

Beneficiadores de vainilla :

Son aquellas personas que procesan en su primera etapa la vainilla verde . Se tomaron en cuenta a todos los beneficiadores de la Región Vainillera .

<u>Beneficiador</u>	<u>Municipio</u>
3	Gutiérrez Zamora
2	Papantla

Industrializadores de vainilla :

Actualmente hay en la región tres industrializadores con las siguientes características :

<u>Industrializador</u>	<u>Municipio</u>	<u>Capacidad de la Planta</u>
2	Gutiérrez Zamora	30 Kgs. V. Verde
1	Papantla	50 Kgs. V. Picadura

2.4.2 Información Secundaria .

Esta información se obtuvo de diferentes fuentes como libros, revistas especializadas, seminarios de investigación y algunos - estudios que elaboraron dependencias públicas, Universidades y organismos privados, como :

Dirección General de Estadística de la SARH

Subsecretaría de Agricultura

Secretaría de Comercio

SARH de Jalapa, Veracruz

Universidad de Jalapa, Veracruz

Escuela de Chapingo

Asociación de Productores de Vainilla

2.5 DETERMINACION DEL UNIVERSO

Para determinar el universo de las personas entrevistadas, se consideró a todas las personas cuya actividad se relacionara con la vainilla, para lo cuál, el dato se consiguió directamente de la SARH de Jalapa y de la Asociación Nacional de Productores de Vainilla en Papantla, Veracruz, quienes mantienen un registro más actualizado de las personas que se dedican a la vainilla .

El Universo es el siguiente :

Productores de vainilla	42
Beneficiadores de vainilla	5
Industrializadores de vainilla	<u>3</u>
Total	50

De este Universo, cinco personas se dedican a una doble actividad, es decir, son productores y beneficiadores, o beneficiadores e industrializadores .

2.6 DISEÑO DE LA MUESTRA

La muestra se obtuvo mediante la fórmula descrita en el libro " Introducción a la Investigación de Mercados " de Alfre-

do López Altamirano y Manuel Osuna Colorado : esta fórmula para poblaciones finitas es la que consideramos la más apropiada para los propósitos de nuestra investigación, siendo :

$$n = \frac{(3.04) P Q N}{S^2 (N - I) + (3.04) P Q}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra

P= probabilidad de que se realice el evento

Q= probabilidad de que no se realice el evento

S= error permitido (elevado al cuadrado de varianza)

N= universo

El error permitido fué del 20% . En P y Q se tomó el 50% por no conocerse estos datos en forma precisa . El nivel de confianza fué del 80% .

Esta fórmula se utiliza para los casos en que se emplean métodos probabilísticos para la selección de muestras .

$$n = \frac{(3,04) (50 \times 50) (45)}{(20)^2 (45 - I) + (3,04) (50 \times 50)} =$$

62.

$$\frac{(3.04) (2500) (45)}{17600 + 7600} = \frac{342000}{25200} = 13.57$$

Para que la muestra fuera más representativa, se aumentó el número de entrevistados a 15, tomándolos al azar, quedando formada de la siguiente forma :

<u>Productores de vainilla</u>	<u>Cantidad</u>
Ejidos	6
Pequeños Propietarios	<u>4</u>
Total	10
<u>Beneficiadores de vainilla</u>	3
<u>Industrializadores</u>	2

2.7 DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE RECOPIACION DE INFORMACION

La investigación de campo se realizó con los productores, beneficiadores e industrializadores de vainilla, siendo el instrumento de recopilación de información el cuestionario, porque se consideró que estos datos se obtendrían en forma más verídica mediante el contacto directo con las personas que interesaban a la investigación .

Cabe señalar que el cuestionario que se diseñó quedó integrado por preguntas para los productores, beneficiadores e industrializadores, tomando en cuenta que la mayoría de las preguntas eran las mismas para las personas entrevistadas .

2.8 PRUEBA PILOTO

Se llevó a cabo una prueba preliminar con el 13% del Universo, escogiendo a los entrevistados al azar .

El cuestionario diseñado fué el siguiente :

CUESTIONARIO PILOTO

- 1.- ¿ Se dedica ud. al cultivo de la vainilla ?
- 1.1. Sí _____
- 1.2. No _____ (pasar a la pregunta No. 9)
- 2.- ¿ Desde cuando se dedica a esta actividad ?
- 2.1 Menos de 5 años _____
- 2.2. De 5 a 10 años _____
- 2.3 De 11 a 20 años _____
- 2.4 Más de 21 años _____
- 2.5 No contesto _____
- 3.- ¿ Aproximadamente cuantas hectáreas cultiva ?
- 3.1 Menos de 5 has. _____
- 3.2 Hasta 10 Has. _____
- 3.3 Hasta 25 has. _____
- 3.4 Más de 26 has. _____
- 3.5 No contesto _____
- 4.- ¿ Cuantos kilogramos de vainilla verde rinde por hectárea ?
- 4.1 100 a 150 Kgs/ha. _____
- 4.2 151 a 200 Hgs/ha. _____
- 4.3 Más de 201 Kgs/ha. _____

5.- ¿ Se requiere de muchos cuidados hasta su cosecha ?

5.1 Si _____ 5.2 No _____

5.1.1. bejuco o bueno _____

5.1.2 tierra especial _____

5.1.3 Sombra y humedad adecuadas _____

5.1.4 robos _____

5.1.5 otros _____

6.- ¿ Cuales son los problemas a los que se enfrenta con el -
cultivo de la vainilla ?

6.1 clima _____

6.4 Mano de obra _____

6.2 calidad _____

6.5 Plagas _____

6.3 falta de recursos financieros _____

6.6 Otros (cuales) _____

7.- ¿ Cuantas cosechas recoge generalmente al año ?

7.1 una cosecha _____

7.2 más de una cosecha _____

8.- ¿ A quién le vende su cosecha ?

8.1 Beneficiador _____

8.4 Exportador _____

8.2 Industrializador _____

8.5 Otros _____

8.3 Acaparador _____

9.- ¿ Se dedica a beneficiar la vainilla ?

66.

9.1 Sí _____

9.2 No _____ (pasar a la pregunta 13)

10.- ¿ Cuanto tiempo tarda el proceso de beneficio de la vainilla ?

10.1 De 5 a 6 meses _____

10.2 Más de 6 meses _____

11.- ¿ Considera que el proceso es costoso ?

11.1 Sí _____

11.2 No _____

11.1.1 Porqué _____

11.2.1 Porqué _____

12.- ¿ A quién le vende la vainilla beneficiada ?

12.1 Industrializador _____

12.3 Otros _____

12.2 Exportador _____

12.4 No contesto _____

13.- ¿ Se dedica a industrializar la vainilla ?

13.1 Sí _____

13.2 No _____ (pasar a la pregunta 16)

14.- ¿ Que proceso sigue para industrializar la vainilla ?

14.1 Manual _____

14.2 Mecánico _____

15.- ¿ A quién le vende el producto industrializado ?

- 15.1 Exportador _____
- 15.2 Tiendas distribuidoras _____
- 15.3 Pequeños consumidores _____
- 15.4 Otros _____

16.- ¿ A cuanto vende su producto ?

- 16.1 Vainilla verde
- 16.1.1 De \$200 a \$300 Kg _____
- 16.1.2 De \$301 a \$400 Kg _____
- 16.1.3 Más de \$401 _____
- 16.2 Beneficiada
- 16.2.1 De \$2000 a \$3000 Kg _____
- 16.2.2 De \$3001 a \$4000 Kg _____
- 16.2.3 Más de \$4001 Kg _____
- 16.3 Industrializada
- _____
- _____

17.- ¿ Considera rentable la venta en relación al costo-tiempo
que invirtió en el trabajo ?

- 17.1 Sí _____
- 17.2 No _____
- 17.1.1 Porqué _____
- 17.2.1 Porqué _____
- _____
- _____

18.- ¿ Que condiciones impone para su venta ?

- | | |
|------------------------|-----------------------|
| 18.1 Al contado_____ | 18.4 Otra_____ |
| 18.2 Por contrato_____ | 18.5 No contesto_____ |
| 18.3 A crédito_____ | |

19.- ¿ Que medios utiliza para vender su producto ?

- | | |
|--------------------------------|-----------------------|
| 19.1 Contactos personales_____ | 19.3 Otros_____ |
| 19.2 Medios oficiales_____ | 19.4 No contesto_____ |

20.- ¿ Cree conveniente llevar a cabo una promoción acerca de la vainilla y sus derivados para incrementar su demanda ?

- | | |
|--------------------|--------------------|
| 20.1 Sí_____ | 20.2 No_____ |
| 20.1.1 Porqué_____ | 20.2.1 Porqué_____ |
| _____ | _____ |

21.- ¿ Es importante la calidad del producto para su venta ?

- | | |
|--------------------|--------------------|
| 21.1 Sí_____ | 21.2 No_____ |
| 21.1.1 Porqué_____ | 21.2.1 Porqué_____ |
| _____ | _____ |

22.- ¿ Cuales son los principales inconvenientes para su comercialización ?

- 22.1 Fluctuaciones en el mercado del precio_____

22.2 Trámites burocráticos _____

22.3 Falta de promoción _____

22.4 Otros _____

22.5 No contesto _____

23.- ¿ Se dedica a otra actividad aparte de la vainilla ?

23.1 Sí _____

23.2 No _____

23.1.1 Comercio _____

23.1.2 Agricultura _____

23.1.3 Ganadería _____

23.1.4 Profesionista _____

23.1.5 Otras _____

24.- ¿ Que porcentaje de sus ingresos totales anuales provienen de la venta de la vainilla ?

24.1 Hasta un 30% _____

24.4 Más del 81% _____

24.2 Hasta un 60% _____

24.5 No contesto _____

24.3 Hasta un 80% _____

A.- ¿ Pertenece usted a ?

A.1 Ejido _____

A.2 Pequeña propiedad _____

B.- ¿ En que lugar o municipio realiza sus actividades ?

2.9 CORECCION DEL CUESTIONARIO

En el cuestionario piloto se observó que algunas preguntas - no proporcionaban información de importancia, otras no eran - comprendidas por los entrevistados y en algunas se repetía la - información, por lo que el cuestionario piloto se modificó .

En el cuestionario piloto se hicieron 24 preguntas específi- - cas y dos de datos generales .

Se eliminaron las preguntas Número : 7 y 20

Las preguntas que se corrigieron fueron : 2, 3, 4, 5, 6, 19 y 22 .

Las preguntas sin cambios fueron: 1, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 21, 23, 24, A y B .

Para las preguntas definitivas se establecieron escalas de - acuerdo a lo que más se contestó en el cuestionario piloto, esto con el fin de facilitar la tabulación .

2.9.1 Determinación del Cuestionario Definitivo .

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO .

Cuestionario para productores, beneficiadores e industriales.

dores de vainilla .

A.- ¿ Pertenece ud. a :

A.1 Ejido _____

A.2 Pequeño propietario _____

B.- ¿ En que lugar o municipio realiza sus actividades ?

1.- ¿ Se dedica ud. al cultivo de la vainilla ?

1.1 Si _____

1.2 No _____ (pasar a la pregunta No. 7)

2.- ¿ Cuantas hectáreas cultiva ? (Especificar cantidad)

2.1 Menos de 5 has . _____

2.2 Hasta 10 has. _____

2.3 Hasta 25 has. _____

2.4 Más de 26 has. _____

2.5 No sabe / No contesto _____

3.- ¿ Cuáles es el rendimiento por hectárea de su cultivo ?

3.1 100 a 150 Kgs/ha. _____

3.2 151 a 200 Kgs/ha. _____

3.3 Más de 201 Kgs/ha. _____

4.- ¿ Cuales son los problemas a los que se enfrenta para -
cultivar la vainilla ?

4.1 Falta de recursos financieros _____

4.2 Escasez de mano de obra _____

4.3 Clima _____

4.4 Plagas y enfermedades _____

4.5 Otros (cuales) _____

5.- ¿ Se requiere de muchos cuidados hasta su cosecha ?

5.1 Sí _____

Cuales :

5.1.1 Sombra y humedad adecuadas _____

5.1.2 Fumigación y abonos _____

5.1.3 Robos _____

5.1.4 Bejucos buenos _____

5.2 No _____

6.- ¿ A quién le vende su cosecha ?

6.1 Beneficiador _____

6.2 Industrializador _____

6.3 Acaparador _____

6.4 Exportador _____

6.5 Ud. la procesa _____

7.- ¿ Se dedica ud. a beneficiar la vainilla ?

7.1 Sí _____ 7.2 No. _____ (pasar a la pregunta --
11)

8.- ¿ Cuanto tiempo tarda el proceso de beneficio de la vainilla ?

8.1 De 5 a 6 meses _____

8.2 Más de 6 meses _____

9.- ¿ Considera que el proceso es costoso ?

9.1 Sí _____ 9.2 No _____

9.1.1 Porqué _____ 9.2.1 Porqué _____

10.- ¿ A quién le vende la vainilla beneficiada ?

10.1 Industrializador _____

10.2 La exporta _____

10.3 Otros _____

10.4 No contesto _____

11.- ¿ Se dedica a industrializar la vainilla ?

11.1 Sí _____ 11.2 No _____ (pasar a la pre-
gunta No. 14)

12.- ¿ Que proceso sigue para industrializar la vainilla ?

12.1 Manual _____ 12.2 Mecánico _____

13.- ¿ A quién le vende el producto industrializado ?

13.1 Tiendas distribuidoras _____

13.2 Lo exporta _____

13.3 Pequeños consumidores _____

13.4 Otros _____

14.- ¿ A cuánto vende su producto ? (especificar cantidad)

14.1 Vainilla verde

14.1.1 De \$200 a \$300 Kg _____

14.1.2 De \$301 a \$400 Kg _____

14.1.3 Más de \$401 Kg _____

14.2 Beneficiada

14.2.1 De \$2000 a \$3000 Kg _____

14.2.2 De \$3001 a \$4000 Kg _____

14.2.3 Más de \$4001 Kg _____

14.3 Industrializada _____

15.- ¿ Considera rentable la venta en relación al costo-tiempo que invirtió en el trabajo ?

15.1 Sí _____

15.2 No _____

15.1.1 Porqué _____

15.2.1 Porqué _____

16.- ¿ Que condiciones impone para su venta ?

16.1 Al contado_____

16.2 A Crédito_____

16.3 Por contrato_____

16.4 Trato verbal de confianza_____

16.5 Otra_____

17.- ¿ Que medios utiliza para vender su producto ?

17.1 Tratos personales_____

17.2 Televisión, radio, prensa_____

17.3 Establece canales de distribución_____

17.4 Otros_____

18.- ¿ Cuales son los principales inconvenientes para la comercialización de la vainilla y sus derivados ?

18.1 Fluctuaciones del precio en el mercado_____

18.2 Falta de promoción de la vainilla_____

18.3 Invasión al mercado de productos sustitutos_____

18.4 Trámites burocráticos para exportar_____

18.5 Otros_____

19.- Mencione los usos particulares en los que se emplea la vainilla .

20.- ¿ Es importante la calidad del producto para su venta ?

20.1 Sí _____ 20.2 No _____

20.1.1 Porqué _____ 20.2.1 Porqué _____

21.- ¿ Que sugerencias nos daría para incrementar el cultivo de la vainilla y por consiguiente sus derivados en la -
Región ?

22.- ¿ Desde cuando se dedica a esta actividad ?

22.1 Menos de 5 años _____

22.2 De 5 a 10 años _____

22.3 De 11 a 20 años _____

22.4 Más de 21 años _____

23.- ¿ Se dedica a otra actividad además de la vainilla ?

23.1 Sí _____ 23.2 No _____

Cuál:

23.1.1 Agricultura _____ 23.1.5 Otra _____

23.1.2 Ganadería _____

23.1.3 Comercio _____

23.1.4 Profesionista _____

24.- ¿ Que porcentaje de sus ingresos totales anuales provie
nen de la venta de la vainilla ?

24.1 Hasta un 30% _____

24.2 Del 31 al 60% _____

24.3 Del 61 al 80% _____

24.4 Más del 81% _____

24.5 No contesto _____

2.9.2 Instructivo del Cuestionario Definitivo Aplicado a los Entrevistados .

A.- Pertenece ud. a :

A.1 Ejido _____

A.2 Pequeño propietario _____

Pregunta dicotómica

Comprensión correcta

Contestación objetiva

Objetivo: Determinar si los productores pertenecen a un ejido o son pequeños propietarios .

B.- ¿ En que lugar o municipio realiza sus actividades ?

Pregunta abierta

Comprensión correcta

Contestación objetiva

Objetivo: Conocer el lugar donde el productor realiza -- sus actividades de cultivo, beneficio o industrialización .

1.- ¿ Se dedica ud. al cultivo de la vainilla ?

**1.1 Si _____ 1.2 No (Pasar a la pregunta --
No. 7) _____**

Pregunta de introducción**Comprensión correcta****Contestación objetiva**

Objetivo: Conocer el número de personas productoras de vainilla en la región .

Si el entrevistado contesta NO, tener cuidado que pase a la pregunta que se le señala .

2.- ¿ Cuantas hectáreas cultiva ? (especificar cantidad)

2.1 Menos de 5 has. _____

2.2 Hasta 10 has. _____

2.3 Hasta 25 has. _____

2.4 Más de 26 has. _____

2.5 No sabe/No contesto _____

Pregunta Opción Múltiple**Contestación Objetiva****Comprensión correcta**

Objetivo: Conocer cuantas hectáreas cultiva el productor.

El entrevistador debe observar que el entrevistado especifique la cantidad de hectáreas .

3.- ¿Cuál es el rendimiento por hectárea de su cultivo ?

3.1 100 a 150 Kgs/Ha _____

3.2 151 a 200 Kgs/Ha _____

3.3 Más de 201 Kgs/Ha .

Pregunta de Opción Múltiple

Comprensión Correcta

Contestación Subjetiva

Objetivo: Conocer el rendimiento aproximado por hectárea de un cultivo de vainilla .

4.- ¿ Cuales son los problemas a los que se enfrenta para cultivar la vainilla ?

4.1 Falta de recursos financieros

4.2 Escasez de mano de obra

4.3 Clima

4.4 Plagas y enfermedades

4.5 Otros (cuales)

Pregunta de opción múltiple, abierta

Comprensión correcta

Contestación Subjetiva

Objetivo: Conocer los principales problemas a los que se enfrenta un productor para cultivar la vainilla .

El entrevistador debe indicarle al entrevistado que puede marcar una o más respuestas .

5.- ¿ Se requiere de muchos cuidados hasta su cosecha ?

5.1 Sí _____

5.2 No _____

Cuales:

5.1.1 Sombra y humedad adecuadas

5.1.2 Fumigación y abonos

5.1.3 Robos

5.1.4 Bejucos buenos

Pregunta Mixta compuesta por una dicotómica, y la otra de opción múltiple .

Comprensión: Correcta

Contestación: Objetiva

Objetivo: Conocer en forma general los cuidados necesarios hasta la cosecha de la vainilla .

El entrevistador deberá señalarle al entrevistado que en esta pregunta puede marcar una o más respuestas .

6.- ¿ A quién le vende su cosecha ?

6.1 Beneficiador

6.2 Industrializador

6.3 Acaparador

6.4 Exportador

6.5 Ud. la procesa

Pregunta: Opción múltiple, cerrada

Comprensión: Correcta

Contestación objetiva

Objetivo: Determinar el perfil del comprador de vainilla verde .

7.- ¿ Se dedica ud. a beneficiar la vainilla ?

7.1. Sí _____

7.2 No _____ (pasar a la -

Pregunta dicotómica

Pregunta No.

Comprensión correcta

16)

Contestación Objetiva

Objetivo: Conocer el número de personas que se dedica a beneficiar la vainilla en la región .

El entrevistador debe observar que el entrevistado que --
conteste NO, pase a la pregunta No. 11, como se le indi-
ca .

8.- ¿ Cuanto tiempo tarda el proceso de beneficio de la vainilla ?

8.1 De 5 a 6 meses

8.2 Más de 6 meses

Pregunta dicotómica

Comprensión correcta

Contestación subjetiva

Objetivo: Conocer la duración del proceso de la vainilla.

9.- ¿ Considera que el proceso es costoso ?

9.1 Sí _____ 9.2 No _____

9.1.1. Porqué _____ 9.2.1 Porqué _____

Pregunta Mixta, compuesta por una pregunta dicotómica y la otra abierta .

Comprensión correcta

Contestación objetiva

Objetivo: Conocer si el proceso de beneficiar la vainilla es costoso y las principales razones .

10.- ¿ A quién le vende la vainilla beneficiada ?

10.1 Industrializador

10.2 La exporta

10.3 Otros

10.4 No contesto

Pregunta de opción múltiple

Comprensión correcta

Contestación objetiva

Objetivo: Determinar el perfil del comprador de vainilla beneficiada .

11.- ¿ Se dedica a industrializar la vainilla ?

11.1 Sí _____ 11.2 No _____ (Pasar a la pregunta No 14)

Pregunta dicotómica

Comprensión correcta

Contestación objetiva

Objetivo: Conocer el número de personas que son indus
trializadoras de vainilla en la Región .

Observar que el entrevistado pase a la pregunta que se
le indica .

12.- ¿ Que proceso sigue para industrializar la vainilla ?

12.1 Manual _____

12.2 Mecánico _____

Pregunta dicotómica

Comprensión correcta

Contestación objetiva

Objetivo: Determinar el proceso que realizan para in--
dustrializar la vainilla .

13.- ¿ A quién le vende el producto industrializado ?

13.1 Tiendas distribuidoras _____

13.2 Pequeños consumidores _____

13.3 Lo exporta _____

13.4 Otros _____

Pregunta opción múltiple cerrada

Comprensión correcta

Contestación objetiva

Objetivo: Conocer el perfil del consumidor de los productos derivados de la vainilla .

14.- ¿ A cuanto vende su producto ? (especificar cantidad)

14.1 Vainilla verde

14.1.1 De \$200 a \$300 Kg.

14.1.2 De \$301 a \$400 Kg.

14.1.3 Más de \$401 Kg.

Pregunta opción múltiple

Comprensión correcta

Contestación Subjetiva

Objetivo: Determinar el precio de la vainilla verde en la Región .

14.2 Beneficiada

14.2.1 De \$2000 a \$3000 Kg.

14.2.2 De \$3001 a \$4000 Kg.

14.2.3 Más de \$4001 Kg.

Pregunta opción múltiple

Comprensión correcta

Constestación subjetiva

Objetivo: Determinar el precio de la vainilla beneficiada en la Región .

14.3 Industrializada

Pregunta abierta

Comprensión correcta

Contestación subjetiva

Objetivo: Determinar el precio de los productos industrializados derivados de la vainilla en la Región .

El entrevistador observará que el entrevistado especifique la cantidad exacta del precio .

15.- ¿ Considera rentable la venta en relación al costo-tiempo que invirtió en el trabajo ?

15.1 Sí _____

15.2 No _____

15.1.1 Porqué _____

15.2.1 Porqué _____

Pregunta mixta compuesta de una pregunta dicotómica y la otra abierta .

Comprensión correcta

Contestación objetiva

El entrevistador debe cuidar que el entrevistado conteste el porqué .

16.- ¿ Qué condiciones impone para su venta ?

16.1 Al contado

16.4 Trato verbal de confianza

16.2 A crédito

16.5 Otra

16.3 Por contrato

Pregunta opción múltiple cerrada

Comprensión correcta

Objetivo: Conocer las condiciones de la venta de los productos en la Región .

17.- ¿ Qué medios utiliza para vender su producto ?

17.1 Tratos personales

17.2 Televisión, radio prensa

17.3 Establece canales de distribución

17.4 Otros (cuales)

Pregunta opción múltiple cerrada

Comprensión correcta

Contestación objetiva

Objetivo: Conocer los medios que utiliza el comerciante de la Región para ofrecer sus productos .

En esta pregunta, el entrevistador debe observar que el entrevistado que conteste Otros, mencione a que medios se refiere .

18.- ¿ Cuales son los principales inconvenientes para la comercialización de la vainilla y sus derivados ?

18.1 Fluctuaciones del precio en el mercado

18.2 Falta de promoción de la vainilla

18.3 Invasión al mercado de productos sustitutos

18.4 Trámites burocráticos para exportar la vainilla

18.5 Otros

Pregunta opción múltiple

Comprensión correcta

Contestación subjetiva

Objetivo: Conocer los problemas de mercado que enfrenta la venta de la vainilla y sus derivados en la --
Región .

19.- Mencione los usos particulares en los que se emplea la -
vainilla .

Pregunta abierta

Comprensión correcta

Contestación subjetiva

Objetivo: Determinar los usos que le dan a la vainilla y
sus derivados .

20.- ¿ Es importante la calidad del producto para su venta ?

20.1 Sí _____

20.2 No _____

20.1.1 Porqué _____

20.2.1 Porqué _____

Pregunta mixta, compuesta por una pregunta dicotómica y
la otra abierta .

Comprensión correcta

Contestación objetiva

Objetivo: Determinar como influye la calidad de la vaini-

lla en el mercado .

En esta pregunta el entrevistador debe observar que el en
trevistado conteste el Porqué .

- 21.- ¿ Qué sugerencias nos daría para incrementar el culti-
vo de la vainilla y por consiguiente sus derivados en
la Región ?

Pregunta abierta

Comprensión correcta

Contestación subjetiva

Objetivo: Conocer algunas sugerencias de las personas de
la Región que se dedican a la vainilla para pro-
poner el modelo mercadotécnico que propicie el
incremento del cultivo y por consiguiente de sus
derivados .

- 22.- ¿ Desde cuando se dedica a esta actividad ?

22,1 Menos de 5 años _____ 22,3 De 11 a 20 años _____

22,2 De 5 a 10 años _____ 22,4 Más de 21 años _____

Pregunta opción múltiple

Comprensión correcta

Contestación objetiva

Objetivo: Determinar la antigüedad que tiene cada persona

en la actividad de la vainilla .

El entrevistador debe cuidar que el entrevistado especifique los años que tiene de dedicarse a la actividad .

23.- ¿ Se dedica a otra actividad además de la vainilla ?

23.1 Sí _____

23.2 No _____

Cuál _____

23.1.1 Agricultura

23.1.2 Ganadería

23.1.3 Comercio

23.1.4 Profesionista

23.1.5 Otra

Pregunta mixta, compuesta por una pregunta dicotómica y la otra de opción múltiple .

Comprensión correcta

Contestación objetiva

Objetivo: Conocer si realizan otras actividades además de la vainilla .

24.- ¿ Qué porcentaje de sus ingresos totales anuales provienen de la venta de la vainilla ?

24.1 Hasta un 30%

24.3 Del 61% al 80%

24.2 Del 31% al 60%

24.4 Más del 81%

24.5 No contesto

Pregunta de opción múltiple

Comprensión correcta

Contestación subjetiva

Objetivo: Determinar aproximadamente los ingresos anuales que tienen por la vainilla .

2.10 Labor de Campo .

La labor de campo se realizó directamente en la zona de estudio, comprendiendo el Norte del Estado de Veracruz; la muestra fué seleccionada al azar por lo que las entrevistas se hicieron en los vainillales y plantas beneficiadoras e industrializadoras de diferentes Municipios .

En el municipio de Gutiérrez Zamora se entrevistaron a dos productores (Pequeña Propiedad), dos beneficiadores y un industrializador . Los productores son pioneros en la actividad y conocedores de los problemas que existen en la Región con el cultivo de la vainilla , uno de ellos es el Presidente de la Unión de Vainilleros , principal promotor de la rehabilitación del cultivo y proveedor único de la Coca Cola de México desde hace algunos años .

Los beneficiadores se iniciaron en el comercio y exportación de la vainilla antes de la 2a. Guerra Mundial con los in-

dfgenas de la Región Totonaca, subrayaron la importancia de atender este producto para evitar importaciones .

El industrializador ha fabricado extracto y licor de vainilla durante 40 años, en la actualidad sus descendientes son los encargados del negocio, su principal problema, es conseguir vainilla a bajo precio .

En Papantla se visitó un Ejido, una planta beneficiadora y otra industrializadora donde se dedican a esta actividad por tradición, proveedores de la Mc Cormick y exportadores para los Estados Unidos; sugieren la siembra de hectáreas aptas al cultivo para producir y competir en el mercado mundial y una promoción eficaz .

En el municipio de Tecolutla se entrevistó a dos comisarios ejidales que hicieron contrato con la Mc Cormick para venderle toda su cosecha y a dos pequeños propietarios que recientemente se iniciaron en esta actividad porque consideraron rentable la inversión en el cultivo .

En los municipios de Cazonas, Coyutla y Coatzacoatlán se visitaron 3 ejidos financiados, el primero por la Mc Cormick y los otros por BANRURAL, S.A. en coordinación con

FONAFE^{1/} y asistencia técnica de la SARH .

2.11 Tabulación de la Información .

Después de la recopilación de la información se llevó a cabo la tabulación de la misma, ésta se realizó en forma manual, -- en hojas diseñadas para facilitar el vaciado y manejo de los -- mismos .

Las preguntas cerradas y de opción múltiple se tabularon -- normalmente, dándoles sus propios valores para su análisis .

Por lo que respecta a las preguntas abiertas, se tabularon -- tomando como base el de mayor repetición y posteriormente se hizo el análisis respectivo .

2.12 Registro de la Información .

El registro de la información se realizó por medio de cuadros resumen, como el modelo siguiente :

^{1/} Fondo Nacional de Fomento Ejidal .

Cuadro Resumen de Información		Proyecto:
		Cuadro No.
Pregunta:		
Objetivo:		
Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Total		

Observación

2.13 Análisis de la Información .

Después del Registro de la Información, se procedió al análisis de ésta por medio de los siguientes conceptos de información :

CONCEPTO

- **Productores de vainilla:**
 - Número de personas productoras en la Región .
 - Cantidad de hectáreas cultivadas .
 - Rendimiento en kilogramos - por hectárea del cultivo .
 - Problemas para cultivar la vainilla .
 - Cuidados que necesita un -- cultivo .
- **Beneficiadores de vainilla:**
 - Número de beneficiadoras en la Región .
 - Proceso que utilizan para beneficiar la vainilla .
 - Costo del proceso de beneficio y tiempo .
- **Industrializadores de vainilla:**
 - Número de personas industrializadoras en la Región .
 - Proceso que utilizan para industrializar la vainilla .

- Perfil del consumidor:
 - De vainilla verde .
 - De vainilla beneficiada .
 - Del producto industrializado .

- Comercialización del producto:
 - Principales inconvenientes en la comercialización .
 - Condiciones de venta .
 - Medios de venta del producto .
 - Usos particulares en los -- que se emplea el producto .
 - Calidad del producto .

- Precio del producto:
 - De la vainilla verde
 - De la vainilla beneficiada .
 - De los productos industrializados .
 - Rentabilidad de la venta .

- Sugerencias de los entrevistados para incrementar la vainilla y derivados .
- Antigüedad en la actividad de la vainilla .
- Otras actividades a las que se dedican y porcentaje de ingresos por la vainilla .

C A P I T U L O I I I

ANALISIS E INTERPRETACION DE LA
INFORMACION.

Terminado el registro de la información, se procedió al análisis de la misma .

Se agruparon las diferentes preguntas por conceptos: Productores, Beneficiadores, Industrializadores Perfil del Consumidor, Precio, Inconvenientes de la Comercialización, Actividades e Ingresos y Sugerencias de los entrevistados, así como las preguntas que tenían objetivos interrelacionados .

El análisis es el resultado de la información que obtuvimos y de conclusiones particulares de cada pregunta procediendo posteriormente a un análisis general .

3.1 PRODUCTORES DE VAINILLA

Número de personas productoras en la Región :

De acuerdo a su condición se clasifican en : Pequeños propietarios y Ejidatarios .

Para el estudio sólo consideramos estos dos grupos porque ningún cultivo de la Región sobrepasa las 100 hectáreas de superficie; para nuestro caso, en los ejidos explotadores del cultivo de la vainilla se realizan las operaciones en forma colectiva, es decir, los ejidatarios usan los mismos instrumentos agrícolas, los sistemas de riego, y le dan el mantenimiento --

100.

que requiere el cultivo; de la misma forma cosechan la vainilla verde para venderla y las ganancias que se obtienen son distribuidas entre ellos .

En el caso de la explotación del cultivo por pequeños propietarios, ellos mismos aportan los recursos financieros necesarios para el mantenimiento del vainillal, mano de obra, fertilizantes, etc.

Concepto

Número de productores de vainilla

	No.	%
Ejido	6	60.0
Pequeño Propietario	4	40.0
Total	10	100.0

El 60.0% de los productores entrevistados pertenecen a ejidos y el 40.0% son pequeños propietarios . Es importante mencionar que del total del Universo de los productores el 71.4% son ejidatarios que no cuentan con recursos suficientes para cultivar vainilla por su cuenta y que por lo mismo, pertenecen a un ejido .

Hectáreas cultivadas :

De la cantidad de hectáreas que cultiva el productor entrevistado en la Región, tenemos lo siguiente :

Concepto

Hectáreas cultivadas

	No.	%
Menos de 5 Has.	--	-----
Hasta 10 Has.	3	30.0
Hasta 25 Has.	6	60.0
Más de 26 Has.	1	10.0
Total	10	100.0

Como puede observarse, la superficie cultivada es mínima, ya que el 60.0% de la superficie tiene entre 11 y 25 Has., con un promedio de 17 hectáreas por cultivo. Esta superficie es baja si se le compara con las tierras cultivadas en la década de 1940 cuando ascendía a 4 107 hectáreas cultivadas en la Región Norte del Estado de Veracruz siendo la zona más apta para este cultivo y 527 Has. de otros municipios.

Rendimiento por hectárea

El rendimiento que tienen los cultivos de los productores de

la Región es el siguiente :

Concepto

Rendimiento por hectárea

	No.	%
De 100 a 150 Kgs/Ha.	--	-----
De 151 a 200 Kgs/Ha.	4	40.0
Más de 201 Kgs/Ha.	6	60.0
Total	10	100.0

Se aprecia que el 60.0% de los productores entrevistados -- contestaron que el rendimiento aproximado de su cultivo era de más de 201 Kgs/Ha. con un promedio de 220 Kgs/Ha., considerando que diversos factores influyen en el rendimiento del cultivo, por ejemplo, la tierra adecuada y fertilizada, la fumigación contra plagas y enfermedades, sombra y humedad correcta, bejucos buenos, etc.

Problemas para cultivar la vainilla .

Los principales problemas a los que se enfrenta el productor para cultivar la vainilla son :

ConceptoProblemas para cultivar

	No.	%
Falta de recursos financieros	7	70.0
Clima	6	60.0
Escases de mano de obra	4	40.0
Plagas y enfermedades	4	40.0
Otros (robos)	2	20.0

El principal problema que enfrenta el productor para cultivar vainilla es la falta de recursos financieros (70.0%), tomando en cuenta que la mayoría de los productores son ejidatarios, pocas veces se le proporcionan apoyos financieros necesarios para cultivar la vainilla pues no cuentan con las garantías suficientes para responder a los créditos requeridos .

El clima es otro de los problemas para el cultivo (60.0%), siendo la vainilla un cultivo que requiere de ciertos factores climatológicos, es difícil para el productor resolver lo que está fuera de su control . La escases de mano de obra (40.0%) en la época de cosecha (noviembre) y las plagas y enfermedades (10.0%) que afectan la producción y la calidad de la planta, así como los robos, son problemas frecuentes --

que tiene el productor para cultivar la vainilla .

Cuidados del cultivo .

Los cuidados que necesita el cultivo de la vainilla hasta su cosecha, son los siguientes :

Concepto

Cuidados del cultivo

	No.	%
Sombra y humedad adecuadas	7	70
Fumigación y fertilización	6	60
Robos	5	50
Bejucos buenos	2	20

El 100% de los entrevistados contestaron que el cultivo de vainilla requiere de cuidados y mantenimiento especiales durante los tres primeros años, entre ellos tenemos que la sombra que proporcionan los árboles tutores y la humedad exacta (70.0%), son importantes para que se desarrolle normalmente la planta; la fumigación y fertilización (60.0%) es necesaria cuando las plagas y enfermedades están causando graves problemas a los vainillales; por último, los robos (50.0%) son frecuentes principalmente cuando la planta está lista para

ser cosechada .

3.2 BENEFICIADORES DE VAINILLA .

Se entiende por beneficiador a la personas que procesa la vainilla en su primera etapa .

Número de beneficiadores en la Región .

Respecto al número de personas que se dedican a esta actividad, tenemos lo siguiente :

<u>Concepto</u>	No.	%
<u>Personas beneficiadoras</u>	3	100.0

En este punto observamos que del total de entrevistados, — el 20.0% se dedica a beneficiar la vainilla en la Región, y del Universo, es el 11%, de los cuales 2 se dedican a una doble actividad vainillera .

Duración del proceso de beneficio .

El tiempo que tarda un beneficiador en realizar todo el proceso es :

ConceptoTiempo del proceso

	No.	%
5 a 6 meses	2	66.6
Más de 6 meses	1	33.3
Total	3	100.0

La duración del beneficio de las vainas es importante para la obtención de calidad aceptable en el mercado, es por eso -- que el 66,6% de los beneficiadores consideraron que el proceso óptimo se realiza en un tiempo entre los 5 y 6 meses, ya que de ser menos tiempo, aunque se reduciría el costo del proceso, la calidad de la vainilla disminuye .

Costo del proceso .

El beneficiador considera que el proceso de beneficio de la vainilla es costoso por las siguientes razones que a continuación se observan :

ConceptoCosto del proceso

	No.	%
La mano de obra especializada y cara	3	100.0

El 100% de los beneficiadores opina que el proceso es costoso porque la mano de obra que requiere es especializada, es -- decir, son personas con mucha experiencia y que conocen el -- oficio de años, por consiguiente, y como su trabajo es sólo -- por temporada, devengan salarios altos .

3.3 INDUSTRIALIZADORES DE VAINILLA .

El industrializador es la personas que procesa la vainilla -- beneficiada en diferentes productos, para distribuirla finalmen-- te a los consumidores .

Número de industrializadores en la Región .

En este punto se observa lo siguiente :

Concepto

Personas industrializadoras

No.	%
2	13,3

Del total de los entrevistados, el 13% son industrializadores de vainilla (6,7% del universo); estas plantas industrializado-- ras se encuentran en Gutiérrez Zamora (2) y en Papantla -- (1) .

Proceso de industrialización .

En cuanto al proceso que realizan para industrializar los -- productos como el extracto y el licor de vainilla, observamos -- lo siguiente :

Concepto

<u>Proceso de industrialización</u>	No.	%
Manual	-	-----
Mecánico	2	100.0
Total	2	100.0

El total de los industrializadores utiliza el método mecánico para la preparación de extractos y licores de vainilla, aunque -- existe el método manual, actualmente ya no se lleva a cabo en -- la Región .

3.4 PERFIL DEL CONSUMIDOR .

En este punto tomamos en cuenta no sólo al consumidor fi-- nal, sino a todo usuario y comprador de la vainilla en cual--- quiera de sus etapas .

Para tal efecto clasificamos al consumidor-usuario como -- sigue :

Beneficiador-Acaparador : Generalmente esta persona compra la vainilla verde a la mayoría de los productores para beneficiarla y posteriormente venderla a exportadores e industrializadores .

Industrializador : Compra la vainilla beneficiada para procesarla en los diferentes derivados de la vainilla, extractos y licores .

Exportador : Representa a compañías extranjeras que compran la vainilla beneficiada para utilizarla en forma natural -- (molida) en sus productos . Entre éstas tenemos, por ejemplo, a la Coca Cola, McCormick y Herdez .

Tiendas distribuidoras y detallistas : Son las tiendas comerciales de autoservicio y abarroteros que compran el producto industrializado, como son, Puerta del Sol, Aurrerá, Gigante, Etc.

Pequeños Consumidores o Consumidor Final : Consideramos a los fabricantes y comerciantes de subproductos como las pastelerías, dulcerías; turistas y personas de la Región que ocasionalmente consumen los derivados de la vainilla .

Perfil del consumidor de vainilla verde .

Concepto

<u>Perfil del consumidor</u>	No.	%
Beneficiador	5	50.0
Acaparador	4	40.0
Ud. la procesa	1	10.0

Como observamos el 90.0% de los productores venden su cosecha a beneficiadores (50.0%) y acaparadores (40.0%) de la mayoría de la cosecha de los ejidatarios que posteriormente benefician o la venden a un precio más elevado; este porcentaje de beneficiadores es mínima si analizamos que en el año de 1940, existían en la Región 33 plantas beneficiadoras .

Perfil del consumidor de vainilla beneficiada .

Concepto

<u>Perfil del consumidor</u>	No.	%
Industrializador	1	33.3
La exporta	2	66.6

El 66,6% de los beneficiadores de vainilla exporta su producto; ésta preferencia del beneficiador a exportar, se debe a que obtiene mayores dividendos de compañías extranjeras que

de empresas nacionales, ocasionando la importación del producto de otros países a precios más elevados .

Perfil del consumidor de los derivados de la vainilla .

Concepto

<u>Perfil del consumidor</u>	No.	%
Tiendas distribuidoras	2	100.0

En lo que se refiere a los productos derivados de la vainilla, extracto y licores, el 100% de los industrializadores de la Región, los venden a grandes tiendas distribuidoras y posteriormente éstas a detallistas y consumidor final; igualmente venden al menudeo a turistas y habitantes de la Región .

3.5 COMERCIALIZACION DE LA VAINILLA .

Los resultados que obtuvimos en lo que se refiere a la comercialización actual de vainilla fueron los siguientes :

Inconvenientes de la comercialización .

Los principales inconvenientes para vender el producto son:

Concepto

<u>Inconvenientes de la comercialización</u>	No.	%
Fluctuaciones del precio en el mercado	5	33.3
Falta de promoción de la vainilla	4	26.7
Invasión al mercado de prod. sustitutos	3	20.0
Trámites burocráticos para exportar	1	6.7
Otros (no pagan el precio real)	2	13.3
Total	15	100.0

El principal inconveniente para la comercialización de la vainilla, son las fluctuaciones en el precio de ésta (33.3%), estando sujeto a la oferta y demanda del producto . La falta de promoción de la vainilla y sus derivados (26.7%) es un problema para los vainilleros, pues en los últimos años ha descendido la producción del cultivo y como consecuencia el producto se encarece . Otro problema importante es la invasión cada vez más frecuente de sustitutos químicos en el mercado, contando con la ventaja de ser más económicos y de alto rendimiento, aunque de baja calidad en sabor y olor .

Usos particulares de la vainilla .

Los usos que se le pueden dar a la vainilla y sus derivados, son :

Concepto

<u>Usos particulares</u>	No.	%
Industria alimentaria	12	37.5
Industria farmacéutica	10	31.2
Confitería	10	31.2

Podemos observar que la vainilla se emplea con más frecuencia en la industria alimentaria (37.5%), principalmente en la elaboración de productos lácteos . En la industria farmacéutica (31.2%) se le utiliza como estimulante y para aromatizar medicamentos de olor desagradable .

Igualmente se emplea en la elaboración de confitería (31.2%), pastelería, pastas, dulces y chocolates . Estas industrias utilizan la vainilla en su forma natural, como extracto o esencia .

Medios de venta .

Los medios que utiliza para vender los productos son los siguientes :

Concepto

<u>Medios de venta</u>	No.	%
Tratos personales	11	73.3
Televisión, radio, prensa	3	17.4

Establece canales de distribución	1	6.7
Total	15	100.0

Se observa que el principal medio que utiliza el comerciante para ofrecer sus productos es el contacto personal (73.3%), - con clientes que año con año compran los productos . Al observar este porcentaje, se deduce que el vainillero no busca -- nuevos canales de distribución para ofrecer sus productos, es - decir, vende a los mismos clientes, aún antes de ser cosecha- da la producción de vainilla natural, beneficiada o industrializa- da .

Condiciones de venta .

Las condiciones que impone el comerciante para vender la . vainilla son :

Concepto

<u>Condiciones de venta</u>	No.	%
Al contado	9	60.0
A crédito	3	20.0
Por contrato	3	20.0
Trato verbal de confianza	-	-----
Total	15	100.0

El 60% de los vainilleros vende su producto al contado, ya que la mayoría de ellos son productores ejidatarios y los ingresos que perciben de ésta actividad son importantes; un 20% --- realiza sus ventas a crédito, generalmente a conocidos de la - Región, el otro 20% operan sus ventas por contrato, principalmente con compañías extranjeras y con las tiendas distribuidoras .

Calidad del producto .

La importancia que tiene la calidad en los productos que -- ofrece el vainillero se determina como sigue :

Concepto

<u>Calidad del producto</u>	No.	%
El precio se eleva	8	53,3
Es más fácil su venta en el mercado	7	46,7
Total	15	100,0

El sistema seguido desde su cultivo, cosecha, beneficio e industrialización, influye en la calidad de la vainilla; su clasificación se hace de acuerdo al color, cuerpo, flexibilidad, brillantez, aroma e intensidad del sabor, determinando el precio en el mercado (53,3%) que generalmente se incrementa, y su -- mayor demanda (46,7%) .

3.6 PRECIO DEL PRODUCTO .

Se analizó el precio del producto en sus diferentes etapas, y el resultado fué el siguiente :

Vainilla verde .

Concepto

<u>Precio de la vainilla verde 1/</u>	No.	%
De \$200 a \$300 Kg.	8	80.0
De \$301 a \$400 Kg.	2	20.0
Total	10	100.0

El 80% de los productores vende la vainilla verde a un precio promedio de \$300 Kg., influyendo en el precio factores como la maduración exacta de las vainas, carencia de plagas y enfermedades, tamaño, etc .

Vainilla beneficiada .

Concepto

<u>Precio de la vainilla beneficiada</u>	No.	%
De \$2000 a \$3000 Kg.	3	100.0

1/ A noviembre de 1981 .

En cuanto al precio de la vainilla beneficiada, el 100% contestó que el precio depende de la calidad de la vainilla beneficiada en cuanto a color, tamaño, textura, sabor y olor, y el destino de la misma (exportación o para industrialización); -- sin embargo los entrevistados consideraron que la vainilla con defectos se acepta en el mercado a un precio un poco más bajo que la vainilla buena, y que generalmente son los industrializadores de subproductos los que compran esta vainilla .

Vainilla industrializada .

Para estos productos, el precio coincidió por los industrializadores :

Para mayoristas y para los minoristas el precio aumenta -- en un 30% .

Concepto

<u>El precio del producto industrializado 1/</u>	No.	%
Licor de vainilla	2	100.0
Caja 12 fcos. de 750 ml. \$ 2 072,80		
Caja 100 fcos. de 50 ml. 1 095,00		

1/ Precios al mayoreo a mayo de 1982 .

Extracto de vainilla	2	100.0
Caja 100 fcos. 30 ml. \$	1 440.00	
Caja 25 fcos. 250 ml.	1 850.00	
Caja 25 fcos. 500 ml.	3 050.00	
Caja 12 fcos. 1000 ml.	2 760.00	

Los precios de los productos industrializados se incrementan constantemente de acuerdo a la oferta y demanda en el mercado .

Rentabilidad de la venta .

En general, las personas que se dedican a alguna actividad relacionada con la vainilla, opinan que la rentabilidad es :

Concepto

<u>Rentabilidad de la venta</u>	No.	%
Sí	15	100.0
Buenas ganancias	12	80.0
Precios convenientes	3	20.0

Como observamos el 80% considera que la actividad de la vainilla es rentable porque se obtienen buenas utilidades en relación a los recursos financieros aplicados a ésta y al tiempo que invirtió durante el proceso . El otro 20% de igual manera opi-

nó favorablemente con respecto a la rentabilidad de la actividad, porque la vainilla se cotiza a buenos precios en el mercado .

3.7 SUGERENCIAS DE LOS VAINILLEROS .

Para fines de la investigación, requerimos de las sugerencias de los vainilleros, obteniendo los siguientes resultados :

Concepto

<u>Sugerencias</u>	No.	%
Apoyos financieros del Gobierno	7	46.7
Realizar promociones	5	33.3
Asistencia técnica y organización	3	20.0

La vainilla mexicana es un producto de bastante aceptación en el mercado por su calidad; lamentablemente, en los últimos años su producción ha descendido, por lo que los vainilleros sugirieron algunas ideas para rehabilitar el cultivo, toda vez que existen condiciones geográficas y climatológicas propicias para el desarrollo del cultivo en la Región .

Las sugerencias dadas por los entrevistados se contemplan en un estudio que realizó BANRURAL, a través del Fideicomiso de Estudios de Desarrollo Agropecuario, dando los siguientes li

neamientos :

Programa del Banco Nacional de Crédito Rural, S. A.

El proyecto a desarrollarse se encuentra en la Región de Pantla, Ver. y comprende dentro del área a 11 municipios; tendrá un alcance de 3 000 Has. a establecerse en un período de 6 años . La inversión estimada para su desarrollo es de \$130.2 millones de pesos, que se aplicarían de acuerdo al programa establecido .

3.8 ANTIGUEDAD EN LA ACTIVIDAD .

Para determinar los años que tienen de dedicarse a esta actividad, tenemos lo siguiente :

<u>Concepto</u>		
<u>Antigüedad</u>	No.	%
Menos de 5 años	1	6.7
De 5 a 10 años	7	46.6
De 11 a 20 años	4	26.7
Más de 21 años	3	20.0

La antigüedad en la actividad de la vainilla es de 5 a 10 años (46.6%), con un promedio de 10 años, el 26.7% tiene ..

entre 11 y 20 años, siendo el promedio de 14 años .

Para este año, y como parte del Programa de Rehabilitación del Cultivo, muchos ejidatarios, productores pequeños propietarios se han iniciado en esta actividad . La mayoría de los entrevistados se iniciaron en la vainilla por tradición, al heredar las tierras cultivadas .

3.9 OTRAS ACTIVIDADES .

Además de dedicarse a la vainilla, los entrevistados llevan a cabo diversas actividades como :

Concepto

<u>Otras actividades</u>	No.	%
Sí	14	93.3
Agricultura	9	
Ganadería	5	
Comercio	3	
Profesionista	3	
Ninguna	1	6.7
Total	15	100.0

El 93.3% de los entrevistados se dedican a otras actividades

además de la vainilla, entre los que destacan la agricultura, - principalmente de cítricos, plátanos, y la ganadería 33.3% .
Otras actividades que desarrollan son el comercio y la práctica de su profesión .

Cabe señalar que los entrevistados realizan otras actividades porque el cultivo de la vainilla se dá una vez al año, posteriormente el beneficio tarda unos meses, pero no todos benefician la vainilla, por lo que la mayoría del año se dedican a otra actividad, por las razones expuestas .

3.10 INGRESOS PERCIBIDOS POR LA VAINILLA .

Del total de sus ingresos que percibe el entrevistado, por la vainilla alcanza un porcentaje de :

Concepto

<u>Ingresos percibidos</u>	No.	%
Hasta un 30%	6	40.0
Del 31 al 60%	3	20.0
Del 61 al 80%	1	6.7
Más del 81%	4	26.7
No contesto	1	6.7

Como podemos observar, un 40% de los entrevistados percibe menos del 30% del total de sus ingresos, esto es factible si tomamos en cuenta que el 30% son ejidatarios con menos de 10 hectáreas cultivadas, como consecuencia tienen que dedicarse a otra actividad porque los ingresos que perciben por la vainilla no les alcanzaría para subsistir. Un 26.7% obtiene de la vainilla más del 81% de sus ingresos totales, cabe mencionar que estos vainilleros no sólo se dedican a cultivar, sino también a beneficiar, o son beneficiadores e industrializadores a la vez, por lo que sus ingresos son altos, además de que se dedican a otras actividades.

3.11 CUADROS RESUMEN DE LA INFORMACION .

Cuadro Resumen de Información		Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla. Cuadro No. 1	
Pregunta: ¿Pertenece usted a?			
Objetivo: Determinar si los productores pertenecen a un Ejido o son Pequeños propietarios.			
Concepto	Frecuencia	Porcentaje	
Ejido	6	60.0	
Pequeña Propiedad	4	40.0	
Total	10	100.0	
Observación: Pregunta dicotómica Comprensión correcta Contestación objetiva			

Cuadro Resumen
de Información

Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla.
Cuadro No. 2

Pregunta: ¿Donde realiza sus actividades?

Objetivo: Conocer los lugares donde se realizan actividades relacionadas con la vainilla.

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Gutiérrez Zamora	5	33.3
Tecolutla	4	26.6
Papantla	3	20.0
Cazones	1	6.7
Coyutla	1	6.7
Coatzintla	1	6.7
Total	15	100.0

Observación: Pregunta abierta
Comprensión correcta
Contestación objetiva

Cuadro Resumen de Información		Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla. Cuadro No. 3	
Pregunta: ¿Se dedica usted al cultivo de la vainilla?			
Objetivo: Conocer el número de Productores de vainilla en la Región.			
Concepto	Frecuencia	Porcentaje	
SI	10	66.7	
NO	5	33.3	
Total	15	100.0	
Observación: Pregunta de Introducción, dicotómica. Comprensión correcta Contestación objetiva			

**Cuadro Resumen
de Información**

**Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla
Cuadro No. 4**

Pregunta: ¿Cuántas ectáreas cultiva?

Objetivo: Conocer la superficie cultivada por los productores.

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 5	--	--
Hasta 10	3	30.0
Hasta 25	6	60.0
Más de 26	1	10.0
No sabe/No contesto	--	--
Total	10	100.0

**Observación: Pregunta de opción múltiple
Comprensión correcta
Contestación objetiva**

**Cuadro Resumen
de Información**

**Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla.
Cuadro No. 5**

Pregunta: ¿Cuál es el rendimiento por hectárea de su cultivo, (Kgs)?

Objetivo: Conocer el rendimiento aproximado por hectárea de un cultivo de vainilla.

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
De 100 a 150 Kgs/ha	—	—
De 151 a 200 Kgs/ha	4	40.0
Más de 201 Kgs/ha	6	60.0
Total	10	100.0

**Observación: Pregunta de opción múltiple
Comprensión correcta
Contestación subjetiva**

**Cuadro Resumen
de Información**

**Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla.
Cuadro No. 6**

Pregunta: ¿Cuáles son los problemas a los que se enfrenta para cultivar la vainilla?

Objetivo: Conocer los principales problemas que tiene un productor al cultivar la vainilla.

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	100.0
Falta de recursos financieros	7	70.0
Clima	6	60.0
Escasez de mano de obra	4	40.0
Plagas y enfermedades	4	40.0
Otros (Robos)	2	20.0
Total	10	100.0

**Observación: Pregunta de opción múltiple
Comprensión correcta
Contestación objetiva**

Cuadro Resumen de Información **Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla.**
Cuadro No. 7

Pregunta: ¿Se requiere de muchos cuidados hasta su cosecha?

Objetivo: Conocer en forma general los cuidados que necesita el cultivo hasta su cosecha.

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	<u>10</u>	<u>100.0</u>
Cuales:		
Sombra y humedad adecuada	7	70.0
Fumigación y Fertilización	6	60.0
Robos	5	50.0
Hojucos buenos	2	20.0
NO		
Total	10	100.0

Observación: Pregunta mixta, compuesta por una pregunta dicotómica y la otra abierta.
Comprensión correcta
Contestación subjetiva

**Cuadro Resumen
de Información**

**Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla.
Cuadro No. 8**

Pregunta: ¿A quién le vende su cosecha?

Objetivo: Determinar el perfil del comprador de vainilla verde.

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Beneficiador	5	50.0
Industrializador	-	-
Acaparador	4	40.0
Exportador	-	-
Ud. la procesa	1	10.0
Total	10	100.0

**Observación: Pregunta de opción múltiple
Comprensión correcta
Contestación objetiva**

Cuadro Resumen de Información		Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla. Cuadro No. 9	
Pregunta: ¿Se dedica usted a beneficiar la vainilla?			
Objetivo: Conocer el número de personas que se dedica a beneficiar la vainilla en la Región.			
Concepto	Frecuencia	Porcentaje	
SI	3	20.0	
NO	12	80.0	
Total	15	100.0	
Observación: Pregunta dicotómica Comprensión correcta Contestación objetiva			

**Cuadro Resumen
de Información**

**Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla.
Cuadro No. 10**

Pregunta: ¿Cuánto tiempo tarda el proceso de beneficio de la vainilla?

Objetivo: Conocer el proceso y duración del beneficio de la vainilla.

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
De 5 a 6 meses	2	66.7
Más de 6 meses	1	33.3
Total	3	100.0

**Observación: Pregunta dicotómica
Comprensión correcta
Contestación subjetiva**

Cuadro Resumen de Información		Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla. Cuadro No. 11	
Pregunta: ¿Considera que el proceso es costoso?			
Objetivo: Conocer si el proceso de beneficio de la vainilla es costoso y las principales razones.			
Concepto		Frecuencia	Porcentaje
<u>SI</u>			
Mano de obra especializada y cara		3	100.0
<u>NO</u>			
Total		3	100.0
Observación: Pregunta mixta, compuesta por una pregunta dicotómica y la otra abierta. Comprensión correcta Contestación subjetiva			

**Cuadro Resumen
de Información**

**Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla.
Cuadro No. 12**

Pregunta: ¿A quién le vende la vainilla beneficiada?

Objetivo: Determinar el perfil del consumidor de vainilla beneficiada.

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Industrializador	1	33.3
La exporta	2	66.7
Otros		
Total	3	100.0

**Observación: Pregunta de opción múltiple
Comprensión correcta
Contestación objetiva**

Cuadro Resumen de Información		Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla. Cuadro No. 13	
Pregunta: ¿Se dedica a industrializar la vainilla?			
Objetivo: Conocer el número de personas que son industrializadores de vainilla en la Región.			
Concepto	Frecuencia	Porcentaje	
SI	2	13.3	
NO	13	86.7	
Total	15	100.0	
Observación: Pregunta dicotómica Comprensión correcta Contestación objetiva			

**Cuadro Resumen
de Información**

**Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla.
Cuadro No. 14**

Pregunta: ¿Que proceso sigue para industrializar la vainilla?

Objetivo: Determinar el proceso que realizan para industrializar la vainilla.

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Manual	--	--
Mecánico	2	100.0
Total	2	100.0

**Observación: Pregunta dicotómica
Comprensión correcta
Contestación objetiva**

Cuadro Resumen de Información	Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla.	
	Cuadro No. 15	
Pregunta: ¿A quién le vende el producto industrializado?		
Objetivo: Conocer el perfil del consumidor de los productos derivados de la vainilla.		
Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas distribuidoras	2	100.0
Lo exporta	—	—
Pequeños consumidores	—	—
Otros	—	—
Total	2	100.0
Observación: Pregunta de opción múltiple		
Comprensión correcta		
Contestación objetiva		

**Cuadro Resumen
de Información**

**Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla.
Cuadro No. 16**

Pregunta: ¿A cuánto vende su producto?

Objetivo: Determinar el precio de la vainilla verde en la Región.

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
<u>Vainilla verde</u>		
De \$200 a \$300 /Kg.	8	80.0
De \$301 a \$400 /Kg.	2	20.0
Más de \$401 /Kg.	—	—
Total	10	100.0

**Observación: Pregunta de opción múltiple
Comprensión correcta
Contestación subjetiva**

Cuadro Resumen de Información Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla.
 Cuadro No. 17

Pregunta: ¿A cuánto vende su producto?

Objetivo: Determinar el precio de la vainilla beneficiada en la Región.

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
<u>Beneficiada</u>		
De \$2000 a \$3000 /Kg.	3	100.0
De \$3001 a \$4000 /Kg.	—	—
Más de \$4001 /Kg.	—	—
Total	3	100.0

Observación: Pregunta de opción múltiple
 Comprensión correcta
 Contestación subjetiva

**Cuadro Resumen
de Información**

**Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla.
Cuadro No. 18**

Pregunta: ¿A cuánto vende su producto?

**Objetivo: Determinar el precio de los productos industrializados derivados de la
vainilla en la Región.**

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Industrializada	2	100.0
Licor de vainilla:		
caja, 12 fcos. de 750 ml. \$2072.80		
caja, 100 fcos. de 50 ml. \$1095.00		
Extracto de vainilla:		
caja, 100 fcos de 30 ml. \$1440.00		
caja, 25 fcos. de 250 ml. \$1850.00		
caja, 25 fcos. de 500 ml. \$3050.00		
caja, 12 fcos. de 1000 ml. \$2760.00		
Total	2	100.0

**Observación: Pregunta abierta
Comprensión correcta
Contestación subjetiva**

Cuadro Resumen
de InformaciónProyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla.
Cuadro No. 19

Pregunta: ¿Considera rentable la venta en relación al costo-tiempo que invirtió en el trabajo.

Objetivo: Determinar la rentabilidad de la inversión en relación al tiempo y costos de la actividad.

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
<u>SI</u>	<u>15</u>	<u>100.0</u>
Porque:		
Buenas ganancias	12	80.0
Precios convenientes	3	20.0
<u>NO</u>	—	—
Porque:		
Total	15	100.0

Observación: Pregunta mixta, compuesta por una pregunta dicotómica y la otra abierta.
Comprensión correcta
Contestación subjetiva

**Cuadro Resumen
de Información**

**Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla.
Cuadro No. 20**

Pregunta: ¿Que condiciones impone para su venta?

Objetivo: Conocer las condiciones de la venta de los productos en la Región.

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Al contado	9	60.0
A crédito	3	20.0
Por contrato	3	20.0
Trato verbal de confianza	—	—
Otra	—	—
Total	15	100.0

**Observación: Pregunta de opción múltiple
Comprensión correcta
Contestación objetiva**

Cuadro Resumen de Información		Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla. Cuadro No. 21	
Pregunta: ¿Que medios utiliza para vender su producto?			
Objetivo: Conocer los medios que utiliza el comerciante de la Región para ofrecer sus productos.			
Concepto	Frecuencia	Porcentaje	
Tratos personales	11	73.3	
Televisión, radio, prensa	3	17.4	
Establece canales de distribución	1	6.7	
Otros	—	—	
Total	15	100.0	

Observación: Pregunta de opción múltiple
Comprensión correcta
Contestación objetiva

**Cuadro Resumen
de Información**

**Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla.
Cuadro No. 22**

Pregunta: ¿Cuáles son los principales inconvenientes para la comercialización de la vainilla y sus derivados?

Objetivo: Conocer los inconvenientes de mercado que enfrenta la venta de la vainilla y sus derivados en la Región.

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Fluctuaciones del precio en el mercado	5	33.3
Falta de promoción de la vainilla	4	26.7
Invasión al mercado de prods. sustitutos	3	20.0
Otros (No pagan el precio real)	2	13.3
Trámites burocráticos para exportar	1	6.7
Total	15	100.0

**Observación: Pregunta de opción múltiple
Comprensión correcta
Contestación subjetiva**

**Cuadro Resumen
de Información**

**Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla.
Cuadro No. 23**

Pregunta: Mencione los usos particulares en los que se emplea la vainilla.

Objetivo: Determinar los usos que se le pueden dar a la vainilla y sus derivados.

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Industria Alimentaria	12	37.5
Industria Farmacéutica	10	31.2
Confitería	10	31.2
Total	22	100.0

**Observación: Pregunta abierta.
Comprensión correcta
Contestación subjetiva**

**Cuadro Resumen
de Información**

**Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla.
Cuadro No. 24**

Pregunta: ¿Es importante la calidad del producto para su venta?

Objetivo: Determinar como influye la calidad de la vainilla en el mercado.

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	<u>15</u>	<u>100.0</u>
Porque:		
El precio se eleva	8	53.3
Es más fácil su venta en el mer (cado.	7	46.7
NO	—	—
Porque:		
Total	15	100.0

Observación: Pregunta mixta, compuesta por una pregunta dicotómica y otra abierta.
Comprensión correcta
Contestación objetiva

**Cuadro Resumen
de Información**

**Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla.
Cuadro No. 26**

Pregunta: ¿Desde cuando se dedica a ésta actividad?

Objetivo: Determinar la antigüedad que tiene cada productor en actividades relacionadas con la vainilla.

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 5 años	1	6.7
De 5 a 10 años	7	46.6
De 11 a 20 años	4	26.7
Más de 21 años	3	20.0
Total	15	100.0

**Observación: Pregunta de opción múltiple
Comprensión correcta
Contestación objetiva**

Cuadro Resumen de Información		Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla. Cuadro No. 27	
Pregunta: ¿Se dedica a otra actividad además de la vainilla?			
Objetivo: Conocer si realizan otras actividades además de la vainilla.			
Concepto	Frecuencia	Porcentaje	
<u>SI</u>	<u>14</u>	<u>93.3</u>	
Agricultura	9		
Ganadería	5		
Comercio	3		
Profesionista	3		
<u>NO</u>	<u>1</u>	<u>6.7</u>	
Total	15	100.0	
Observación: Pregunta mixta, compuesta por una pregunta dicotómica y la otra abierta Comprensión correcta Contactación objetiva			

**Cuadro Resumen
de Información**

**Proyecto: Modelo mercadotécnico de la vainilla.
Cuadro No. 28**

Pregunta: ¿Qué porcentaje de sus ingresos totales anuales provienen de la venta de la vainilla?

Objetivo: Determinar aproximadamente los ingresos anuales que tienen los productores por la vainilla.

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
hasta un 30%	6	40.0
Del 31% a 60%	3	20.0
Del 61% a 80%	1	6.7
Más del 81%	4	26.7
No contesto	1	6.7
Total	15	100.0

**Observación: Pregunta de opción múltiple
Comprensión correcta
Contestación subjetiva**

C A P I T U L O I V

**PROPUESTA DEL MODELO DE COMERCIALIZACION
DE LA VAINILLA EN LA ZONA NORTE DEL EDO.
DE VERACRUZ .**

ANTECEDENTES .

Para determinar el Modelo de la Comercialización de la vainilla y sus derivados en la zona Norte de Veracruz, fué necesario considerar lo siguiente :

- Las necesidades actuales de vainilla tanto regional como nacional, mediante las estadísticas de importación y exportación del producto natural y sustitutos .
- Discutir y definir (con diferentes fuentes) los lineamientos a seguir en materia de comercialización .
- Proponer en base a los lineamientos que se establecieron, el modelo mercadotécnico para la vainilla .
- Presentar a la consideración del asesor de la Investigación el Modelo Propuesto .
- Determinar las conclusiones y recomendaciones del Modelo Propuesto .

El proceso de formulación del Modelo Propuesto, además de los objetivos y políticas generales, consta de 2 programas base :

- 1.- Programa de Producción y Financiamiento .

Tomando como base los objetivos generales de la investigación se propuso un programa de rehabilitación del cultivo de acuerdo a la superficie de hectáreas factibles de cultivar, que se plantea en el programa .

En relación al financiamiento del programa de rehabilitación de la vainilla, es necesario tener presente la naturaleza perenne del cultivo, ya que sus costos varían significativamente de acuerdo a los diferentes periodos vegetativos : establecimiento o producción comercial, por lo tanto, en cada uno de éstos periodos, el cultivo requiere de diferentes labores para su desarrollo, lo cual implica también costos diferentes .

2.- Programa de Comercialización .

Se elaboró un plan de las acciones de Mercadotecnia a desarrollar, analizando los aspectos principales del producto, las ventajas y desventajas que tiene frente a productos sustitutos, considerando precios y canales de distribución de los diferentes productos a ofrecer en cada uno de los mercados seleccionados; de igual forma se procedió a la planificación de estrategias de promoción de la vainilla y la venta de las mismas, tomando en cuenta satisfacer principalmente el mercado nacional y posteriormente, penetrar al mercado internacional .

considerando además, al mercado de productos sustitutos .

4.1 Objetivos Generales .

- Determinar los programas que orienten las acciones para lograr la rehabilitación del cultivo en la Región, que permitan obtener niveles de producción que cubran la demanda nacional y logren la participación significativa del país en el mercado internacional, con el consiguiente beneficio socioeconómico de la Región .
- Lograr y conservar una imagen de la vainilla mexicana - como la mejor del mundo por sus características insustituibles de olor y sabor .
- Determinar las necesidades futuras del mercado nacional con el objeto de ampliar la visión comercial de la vainilla y sus derivados .

4.2 Políticas Generales .

A la fecha las políticas de fomento del cultivo han sido incapaces lograr impulsar nuevamente el entusiasmo de los productores para cultivar la vainilla, por lo que proponemos las siguientes políticas :

a) Con el Gobierno :

- 1.- Promover el cultivo mediante incentivos financieros y de producción .
- 2.- Asignar líneas de crédito a los ejidos y pequeños propietarios interesados en la rehabilitación del cultivo de la vainilla, dando facilidades bancarias de pago .
- 3.- Proporcionar los programas de asistencia técnica, en lo que se refiere a aspectos agronómicos y culturales del cultivo .

b) Con los Productores :

- Constituir una organización de productores con el propósito de alcanzar la integración con fines técnicos y económicos .
- Vigilar el cumplimiento del decreto (Diario Oficial de la Federación, octubre de 1943), que prohíbe el corte prematuro de la vainilla .

4.3 Programa de Producción y Financiamiento .

Durante la labor de campo de la investigación, pudimos --- apreciar que la mayoría de los ejidatarios y pequeños propietarios

rios dedicados a esta actividad están de acuerdo en unirse para formar una organización fuerte que defienda sus intereses, por lo tanto, para la implantación de este programa es conveniente la organización de los productores de la Región .

Por parte de los ejidatarios, es conveniente que la explotación del cultivo se lleve a cabo en forma colectiva, ya que les permitiría gozar de los mismos derechos, así como atender -- las mismas obligaciones . En el caso de los pequeños propietarios, los problemas que tienen, principalmente los robos, se verían un poco atenuados . .

Mediante el programa propuesto de producción, se pretende rehabilitar el cultivo de la vainilla en la Región Norte de Veracruz, teniendo un alcance de 2,000 hectáreas a establecerse en un período de 5 años, comprendiendo los siguientes municipios y hectáreas :

<u>Municipio</u>	<u>Hectáreas</u>
Papantla	600
Gutiérrez Zamora	300
Tecolutla	500
Mtes. de la Torre	300
Casones	300

Se cuenta en la Región con una superficie potencial de 5,000 hectáreas cultivables, por lo que es factible nuestra propuesta -- de 2,000 hectáreas a 5 años, considerando que los factores cli-- matológicos son ideales para el desarrollo del cultivo, así como la disponibilidad de los productores para su rehabilitación, un -- mercado potencial, financiamiento y asistencia técnica por parte del Gobierno Federal .

La principal limitación del programa, sería la disponibilidad inmediata de material vegetativo, ya que el material existente -- es suficiente para 500 has., es decir, para el primer año y -- parte del segundo de implantación; para los otros años, el mate-- rial será de propagación que proporcionarán los cultivos ya es-- tablecidos .

El Programa de Labores será el siguiente :

- Preparación del terreno: Localizada el área de plantación, - se procederá a desmontar el terreno con el machete para lim-- piar de hierbas y bejuco y cortar los árboles sobrantes . Los cortes se harán lo más menudo posible para después quemar -- los despojos y dejar el suelo limpio .

El cultivo de la vainilla requiere de sombra de árboles tuto-- res, que en general son: mango, aguacate, zapote, chico, chi--

jol, etc.

- **Plantación:** La vainilla es una planta trepadora que exige el empleo de "tutores", por lo que se sembrarán los siguientes: pifon, cocuite, chaca, pichoco, su establecimiento será de julio a octubre . La plantación de la vainilla se iniciará en los meses de marzo a junio . Durante los primeros tres años se realizarán dos limpiezas al año . Los bejucos plantados, a las dos semanas empieza a enraizar y a los 40 días a retoñar . En esta etapa de crecimiento, es necesario cuidar la planta y cortar las partes malas que le quitan energía para su desarrollo .

- **Poda:** Para favorecer el desarrollo de la planta se deberá realizar la poda a partir de unos ocho o seis meses antes de la floración, 2.5 años de establecida la planta, se corta a la guña 10 ó 15 cms. del retoño o parte tierna . La planta procede a la formación de flores y yemas vegetativas, de éstas se conservan las más vigorosas, las cuales serán las que produzcan las nuevas guñas; ésta práctica se efectúa en todas las plantas, excepto, en las que se utilizarán para reproducción .

- **Fecundación:** El principal problema de la polinización na-

tural de la vainilla es que una pequeña membrana separa las partes masculina y femenina de la flor, lo que no deja pasar el polen. La operación de polinización artificial es mover esta membrana y llevar el polen a la parte femenina de la flor.

La fecundación se hará a los 3 años de plantado el vainillal, su período de fecundación artificial es muy corto, ya que la vida de la flor es de 24 horas, por lo que se requiere de mano de obra especializada. La polinización será artificial porque se obtiene mayor rendimiento, esto se realizará en los meses de marzo y mayo.

- Cosecha: Se lleva a cabo cuando la vaina está verde brillante y le empiezan a salir manchas amarillentas; el fruto es de 15 a 20 cms. La planta está en capacidad de producir 7 años y se inicia a los 3 años de plantado. El período de cosecha será en el mes de noviembre (por decreto presidencial) y termina en el mes de febrero del siguiente año.

- Fertilización: La fertilización de la vainilla se realizará a base de materia orgánica de origen vegetal; se aplicará a las capas de vainilla en 2 Kgs. por cepa.

- Mano de obra: La mano de obra existente en la Región es

suficiente para iniciar el Programa y para todo su desarrollo .

Se esperan rendimientos satisfactorios en la producción, al practicar métodos de cultivo con asistencia agronómica (aplicación de insecticidas, fertilizantes, etc.) con una producción — de vainilla verde en el tercer año de vida del cultivo, cuando obtienen su cosecha de ensayo, de 142.5 ton., correspondientes a la superficie de 300 has., cultivadas el primer año; estabilizándose en el quinto año de vida del módulo .(cuadro No. 11).

El financiamiento requerido para la primera parte del Programa Propuesto, asciende a 82.8 millones de pesos .

Los costos del cultivo por hectárea para el primer año ---- serán de un orden de \$ 59,310.00, que incluye: preparación de terreno, siembra de árboles de sombra y tutores, fertiliza---- ción, siembra de bejucos y mantenimiento de insumos . (cuadro No. 6)

Para el segundo año, las necesidades económicas serán de \$15,740.00 por hectárea y comprenden labores de mantenimien_ to, y adquisición de insumos (cuadro No. 7) . En el tercer año los costos son de \$23,880.00/ha. con las siguientes labo-- res: mantenimiento, polinización artificial, cosecha y adquisi-- ción de insumos, (cuadro No, 8) .

En el cuarto año los costos importarán \$27,960.00 y en el quinto \$38,720.00 incluyendo mantenimiento, polinización artificial, cosecha y adquisición de insumos, (cuadros Nos. 9 y 10 respectivamente) .

El costo total para el establecimiento de una hectárea de vainilla de temporal, importará, hasta el quinto año \$165,610.00

Los resultados en una hectárea de vainilla de temporal se obtendrán a partir del tercer año de implantada, con un volumen de 475 Kgs. como cosecha de ensayo, la que alcanza un valor de \$42'750 millones calculando el precio de venta de \$300.00/Kg.

El valor total obtenido al segundo año, será de \$118'080 millones para el tercer año el valor importará \$227'790 millones (ver cuadro No. 12) .

Los recursos los negociarán los productores con la Banca Oficial de acuerdo al apoyo que actualmente se le está proporcionando .

Para efectos de cálculo en los requerimientos en los recursos, se analizarán los costos de preparación de terreno, siembra, resiembra, adquisición de insumos y mantenimiento duran-

te el Programa de Producción Propuesto .

Los recursos bancarios requeridos ascenderán a -----
\$82'805,000.00 ya que la elevada rentabilidad del cultivo amor_
tizará la inversión al 100% en el segundo año de Producción, -
permitiendo reinvertir los créditos recuperados en las siem---
bras que posteriormente se implantarán .

CUADRO No. 6

COSTO DE ESTABLECIMIENTO DE UNA HECTAREA DE
VAINILLA

PRIMER AÑO

Conceptos y Labores	Equipo Utilizado	Mano de Obra ^{1/} (Jornales)	Valor Unitario	Costo Total
Preparación del terreno	Machete, hacha, rastra	10	220	2 200
Adquisición árboles de sombra (1000)			15	15 000
Siembra de árboles de sombra	Pala, azadón	20	220	4 400
Adquisición de tutores (3250)			3	9 750
Siembra de tutores	Pala, azadón	20	220	4 400
Adq. de fertilizantes			1 000	1 000
Limpieza terreno	Machete, azadón	10	220	2 200
Resiembra tutores	Pala	2		880
Adq. Bejucos (3000)			4	12 000
Siembra de Bejucos	Pala	20	220	4 400
Aplicación Fertiliz.		4	220	880
Limpieza	Machete, azadón	10	220	2 200
TOTAL				859,310

^{1/} Costo de la mano de obra para todos los años .

CUADRO No. 7

COSTO DE MANTENIMIENTO DE UNA HECTAREA DE
VAINILLA

SEGUNDO AÑO

Conceptos y Labores	Equipo Utilizado	Mano de Obra (Jornales)	Valor Unitario	Costo Total
Poda de tutores	Machete	15	220	3 300
Acomodo de gufas	Tijeras	3	220	660
Adq. de fungicidas y fertilizantes			1 000	1 000
Resembra y amarrre de bejucos	Pala	3	220	660
Limpieza	Machete	20	220	4 400
Aplicación de fungicidas y fertilizantes	Aspersora	6	220	1 320
Limpieza	Machete	20	220	4 400
TOTAL				\$15 740

CUADRO No. 8
 COSTO DE MANTENIMIENTO DE UNA HECTAREA DE
 VAINILLA
 TERCER AÑO

Conceptos y Labores	Equipo Utilizado	Mano de Obra	Valor Unitario	Costo Total
Poda de tutores	Machete	20	220	4 400
Adq. de fungicidas y fertilizantes			1 000	1 000
Polinización artificial	Estaca de madera	30	220	6 600
Limpieza	Machete	20	220	4 400
Aplicación de fungicidas y fertilizantes	Aspersora	6	220	1 320
Cosecha	Palas	8	220	1 760
Limpieza	Machete	20	220	4 400
TOTAL				\$23 880

CUADRO No. 9
COSTO DE MANTENIMIENTO DE UNA HECTAREA DE
VAINILLA
CUARTO AÑO

Conceptos y Labores	Equipo Utilizado	Mano de Obra	Valor Unitario	Costo Total
Poda de tutores y acomodo de guías	Machete	20	220	4 400
Adq. de fertilizantes y fungicidas			2 000	2 000
Polinización artificial	Estaca de Madera	40	220	8 800
Limpieza	Machete	20	220	4 400
Aplicación de fungicidas y fertilizantes	Aspersora	6	220	1 320
Cosecha	Pala	12	220	2 640
Limpieza	Machete	20	220	4 400
TOTAL				\$ 27 960

CUADRO No. 10

COSTO DE MANTENIMIENTO DE UNA HECTAREA DE
VAINILLA

QUINTO AÑO

Conceptos y Labores	Equipo Utilizado	Mano de Obra	Valor Unitario	Costo Total
Poda de tutores y acomodo de gufas	Machete Tijeras	20	220	4 400
Adq. de fungicidas y fertilizantes			2 000	2 000
Polinización artificial	Estaca de Madera	80	220	17 600
Limpieza	Machete	20	220	4 400
Aplicación de fungicidas y fertiliz.	Aspersora	6	220	1 320
Cosecha	Machete	20	220	4 400
Limpieza	Machete	20	220	4 400
TOTAL				\$38 720

CUADRO No. 11

RENDIMIENTO DEL CULTIVO
(Estimado)

Año de Establecimiento	Superficie Sembrada	PRODUCCION (TONELADAS)								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9 ^{1/}
1a. Siembra	300			142.5	213.6	249.3	249.3	285.0	285.0	285.0
2a. Siembra	300				180.0	270.0	315.0	315.0	360.0	360.0
3a. Siembra	400					240.0	360.0	420.0	420.0	480.0
4a. Siembra	400						240.0	360.0	420.0	420.0
5a. Siembra	600							360.0	540.0	630.0
TOTAL	2 000			142.5	393.6	759.3	1 164.3	1 740.0	2 025.0	2 175.0

NOTA: En la 1a. siembra se programa un rendimiento para el 1er. año de producción (3o. del ciclo de vida), de 475 Kg/Ha., incrementándose un 50% para el segundo año, un 75% para el --tercero y cuarto año y un 100% para el 5o. año en que se establece la producción .

Para la 2a. siembra en adelante, se programa un rendimiento de 600 Kg/Ha., incrementándose en la misma proporción que la anterior .

^{1/} Ciclo de vida del cultivo, 9 años .

CUADRO No. 12
VALOR DE LA PRODUCCION
(Estimado)

AÑO	Rendimiento del cultivo (Has)	Precio Medio Rural (Millones de \$)	Valor de la Prod. (Millones de \$)
1	-	-	
2	-	-	
3	142.5	300.0	42'750.0
4	393.6	300.0	118'080.0
5	759.3	300.0	227'790.0
6	1 164.3	300.0	349'290.0
7	1 740.0	300.0	522'000.0
8	2 025.0	300.0	607'000.0
9	2 175.0	300.0	652'500.0

4.4 PROGRAMA DE COMERCIALIZACION .

4.4.1 Programa del Producto .

OBJETIVO

Lograr la preferencia por la vainilla mexicana en el segmento de mercado seleccionado, a través del mejoramiento de la calidad y estilo del producto .

POLITICAS

- Evitar el corte prematuro de las vainas .
- Vigilar que la vainilla que se ofrece a los compradores sea de buena calidad .
- Realizar los cambios necesarios en la presentación de los productos que crean la fácil identificación de los mismos .

ESTRATEGIAS

Dado que la vainilla es un producto principalmente industrial, destinado para la producción de otros artículos y en segundo término un producto de consumo, las estrategias presentarán ciertas diferencias .

En lo referente a la vainilla beneficiada, ésta experimenta-

rá mejoras en la calidad en cuanto a tamaño, color y sabor; - para los productos industrializados se buscará diversificar las formas de presentación del envase y el slogan que identifique - a los productos .

PROGRA MA

Mediante la asistencia técnica se logrará un incremento en el rendimiento por hectárea y el corte óptimo de las vainas, - redituará en el mejoramiento de la calidad de la vainilla, lo-- grandando así una imagen favorable en el mercado .

La presentación del producto industrializado será como -- sigue :

Para el Licor de Vainilla, habrá dos tamaños de presenta- ción : 750 ml y 350 ml, en botellas color ámbar; en el empa- que (caja de cartón), llevará las características del produc- to e instrucciones para combinación con otras bebidas, así co- mo el logotipo y slogan que identificará a la vainilla mexicana (anexo 2) . Cada embalaje contendrá 12 cajas de 750 ml y 25 cajas de 350 ml .

El extracto de vainilla, que se extrae por medio de la des- tilación al alto vacío, se presentará en botellas de varios tama-

ños : 750 ml, 500 ml, 250 ml y 50 ml, y al igual que la anterior, las cajas detallarán las características, logotipo y slogan . Para mayoreo, el embalaje contendrá 20 cajas de cada presentación .

ANEXO # 2



4.4.2 Programa de Precio .

OBJETIVO

Determinar el precio justo a la calidad y características - de los productos , que permita la competencia en el mercado - de los productos sustitutos, logrando incrementar las utilida-- des de los vainilleros de la Región .

POLITICAS

- Mantener una lista de precios por igual a todos los clien-- tes, independientemente de la cantidad y frecuencia de la - compra .
- Ajustar precios considerando la Oferta y Demanda en el - mercado .
- Establecer precios especiales sujetos a la aprobación de la Asociación de Vainilleros .

ESTRATEGIAS

El paso del producto por diversos procesos origina una elig vación en el precio, por lo que el precio será diferente de ... acuerdo a la variedad de que se trate .

La fijación del precio de la vainilla verde y beneficiada -- para uso industrial en la República Mexicana se establecerá en reuniones, a las cuales asistirán los representantes directos - e indirectos en la Fase de producción y comercialización, es - decir, Vainilleros, principales clientes industriales y la ----- SECOM, considerando la oferta y demanda del producto .

Para el mercado extranjero, el precio variará de acuerdo al distrito productor y variedad del producto .

PROGRAMA

El precio promedio rural de la vainilla verde será de --- \$300.00 (estimado) .

El precio de la vainilla beneficiada e industrializada se es- tablecerá por la Asociación Vainillera en base a los costos de operación de los procesos y a la oferta y demanda del merca- do, con la utilidad adecuada a la rentabilidad de la inversión .

Los precios de exportación (cuando existan excedentes) - se incrementarán un 10% en la vainilla verde, 25% en la vaini- lla beneficiada y 30% en los productos industrializados, aproxi- madamente ,

4.4.3 Programa de Distribución .

OBJETIVO

Alcanzar una distribución selectiva e intensiva de la vainilla y sus derivados, partiendo de los limitantes de producción, clientes .

POLITICAS

- Se seleccionarán ciertos clientes de cada giro o actividad del mercado .
- Observar la no competencia entre clientes .
- La selección de clientes se realizará por ubicación geográfica .
- Vigilar por parte de la Asociación de Vainilleros que exista el mínimo de intermediarios para la venta de productos .

ESTRATEGIAS

La distribución de vainilla verde y beneficiada será directamente, sin intermediarios, de los productores a las industrias previamente seleccionadas por tipo de actividad y ubica--

ción geográfica, contribuyendo a segmentar el mercado de la -
vainilla natural y logrando un mayor control de precios por --
parte de los vainilleros .

Para la vainilla industrializada (extractos y licores) -
se mantendrá el canal de distribución ya existente, facilitando
el destino de los productos a los consumidores finales .

(Diagrama 1 y 2)

La selección por ubicación geográfica se realizará princi-
palmente en la Cd. de México y posteriormente al resto de la
República .

PROGRAMA

Se alcanzará una distribución física a corto plazo, a partir
de la primera producción de vainilla verde y beneficiada, en --
las siguientes áreas de mercado :

<u>Industria</u>	<u>%</u>
Refresquera	60 de las existentes
Licorera	30 de las existentes
Alimentaria	80 de las existentes
Confitería y repostería	50 de las existentes

Químico-farmacéutica

60 de las existentes

Progresivamente se incrementará la distribución hasta satisfacer la demanda del producto .

En cuanto a los productos industrializados se pretende captar físicamente, a largo plazo, el 100% de las tiendas de auto-servicio más importantes del país, y el 40% de las tiendas detallistas de la Cd. de México .

Diagrama 1 : Distribución de Vainilla Verde y Beneficiada

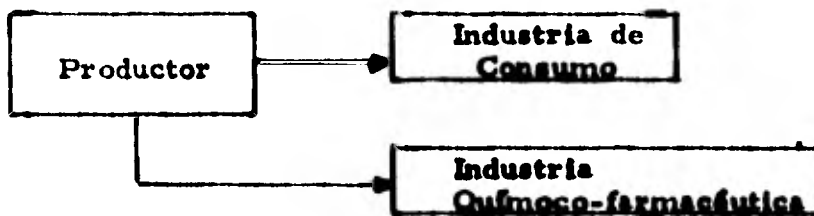
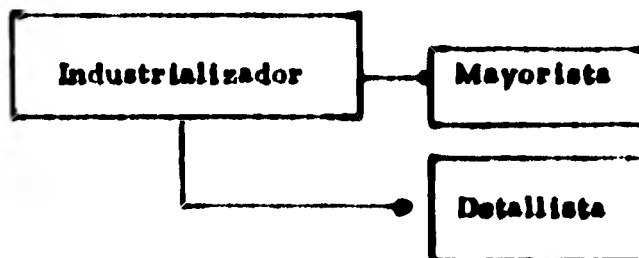


Diagrama 2 : Distribución de Vainilla Industrializada



4.4.4 Programa de Promoción .

OBJETIVO

Lograr una imagen específica de la vainilla mexicana, entre los productores y usuarios de este producto, determinando principalmente la calidad y ventajas de la vainilla y los beneficios socio-económicos que obtendrán los habitantes de la Región con su cultivo y comercialización .

POLITICAS

- Establecer una promoción permanente durante el programa de rehabilitación y comercialización de la vainilla .
- La promoción se realizará por ámbito geográfico : Regional y Nacional .

ESTRATEGIAS

Actuarán como promotores del cultivo y comercialización de la vainilla la Asociación de Vainilleros (representada por un presidente, un secretario y un tesorero), y la fuerza de ventas, corrigiendo falsas impresiones e información errónea entre los productores y consumidores del producto .

Se enfatizarán los beneficios socio-económicos que obtendrá la Región con el renacimiento de la vainilla, tales como la demanda de mano de obra y por consiguiente un incremento en el nivel de vida de la zona, asimismo, entre los compradores se hará hincapié en la excelente calidad y diversos usos de los -- productores de la vainilla .

PROGRAMA

Los representantes de la Asociación intentarán estimular a los productores a que cultiven la vainilla, recalcando los beneficios para la Región (Promoción Regional) .

Por otra parte, la fuerza de ventas intentará persuadir a - los usuarios de la vainilla, basándose en argumentos que lo---gren que los compradores se convenzan que la oferta de la vainilla mexicana cuenta con mayores ventajas en lo referente a - sabor y olor insustituibles, y que lo costoso del producto es - en realidad un aspecto menos importante ya que en los produc- tos finales se apreciará el resultado (Promoción Nacional) .

4.4.5 Programa de Ventas .

OBJETIVO

Lograr ventas del 100% a largo plazo en el mercado de las industrias de consumo y químico-farmacéutica, y tiendas distribuidoras importantes del país, previamente seleccionadas y alcanzar a largo plazo una participación significativa en el mercado internacional .

POLITICAS

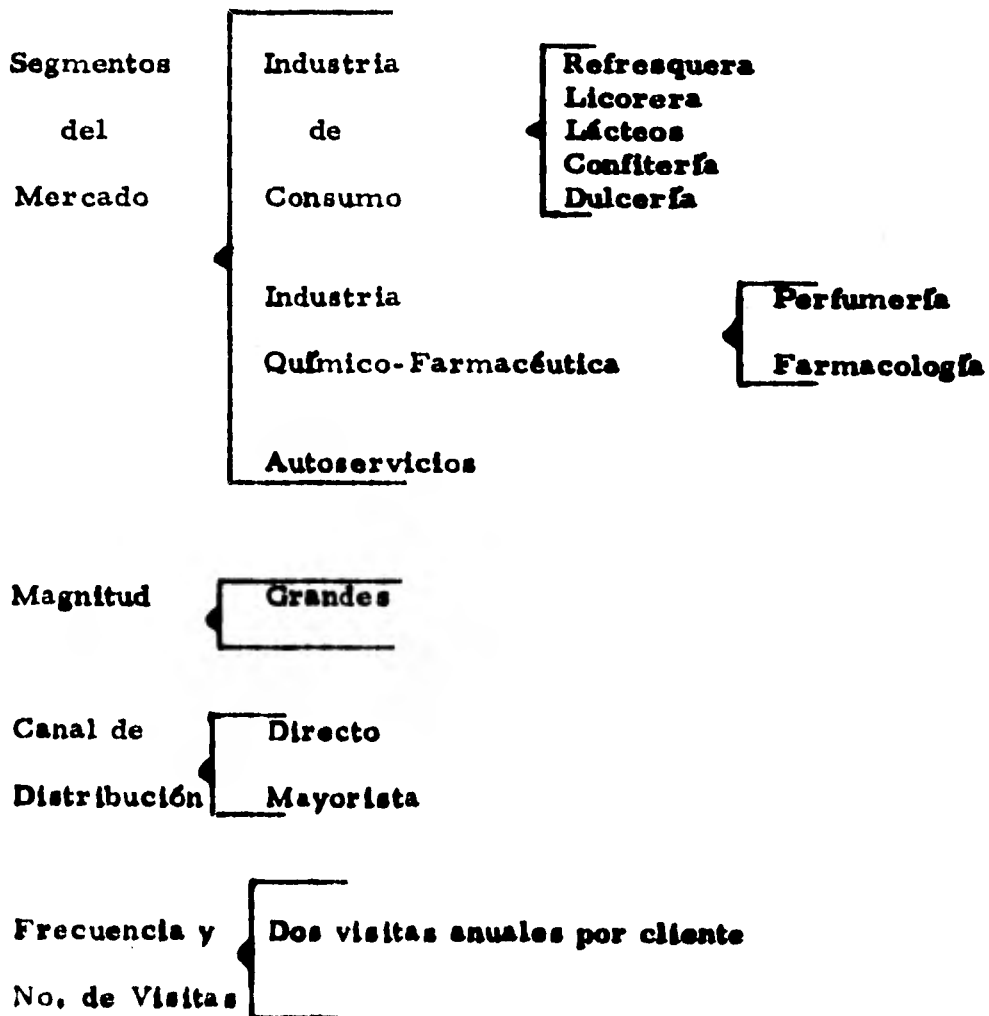
- Establecer condiciones de venta, refiriéndose principalmente a plazos de pago y garantías de los productos .
- Establecer contratos de compra-venta, tanto para los clientes nacionales, como para las exportaciones .
- Vigilar por parte de la Asociación de Vainilleros que las visitas a los clientes se realicen en el tiempo previsto .

ESTRATEGIAS

Crear una fuerza de Ventas a través de la Asociación Vainillera, fungiendo a la vez como " promotora " de los productos, para que realice contactos con los clientes .

PROGRAMA

El tamaño y asignación de la fuerza de ventas se hará con base en los diferentes tipos de clientes, considerando los siguientes puntos :



La selección de la fuerza de ventas deberá reunir las siguientes características :

- Interés en el renacimiento de la comercialización de la vainilla mexicana .
- Aptitud para ventas .
- Presentación .
- Excelente trato .

De igual manera, los representantes de la Asociación se -
adiestrarán en los siguientes puntos :

- En los objetivos y estructura de la Asociación Vainillera de la Región .
- Conocimientos generales del producto : su proceso de beneficio e industrialización, ventajas de la vainilla frente a productos sustitutos, haciendo énfasis en la calidad, la presentación de los productos, precios adecuados y usos que se le puede dar a la vainilla .
- En las características de los clientes con el fin de conocer sus necesidades del producto, motivos de compra, --- etc .
- En las políticas del producto, precio, distribución y ven--

tas .

- En como atender a los clientes, qué argumentos utilizar -- para los diferentes clientes, escribir informes que presentará a la Asociación de Vainilleros, tramitar quejas, etc.

Los vendedores contarán con un sueldo, además de una comisión del 1% anual sobre ventas realizadas .

El sueldo de los vendedores lo aportarán los productores -- miembros de la Asociación, los cuales fijarán una cuota para gastos de la Asociación .

El argumento principal en el que se basarán los vendedores será la calidad superior de la vainilla que se produce en México, tanto en su sabor como en su aroma insustituibles, haciendo hincapié en que el precio, aunque mayor que en los productos sustitutos, es un factor secundario, ya que en la elaboración de los productos finales, como pasteles, dulces, refrescos, medicinas, etc., se reflejará la superioridad de la vainilla planifolia, mexicana .

Por último el Presidente de la Asociación de Vainilleros -- vigilará que los vendedores distribuyan su tiempo para que realicen las visitas planeadas en el momento oportuno .

- Interés en el renacimiento de la comercialización de la vainilla mexicana .
- Aptitud para ventas .
- Presentación .
- Excelente trato .

De igual manera, los representantes de la Asociación se adiestrarán en los siguientes puntos :

- En los objetivos y estructura de la Asociación Vainillera de la Región .
- Conocimientos generales del producto : su proceso de beneficio e industrialización, ventajas de la vainilla frente a productos sustitutos, haciendo énfasis en la calidad, la presentación de los productos, precios adecuados y usos que se le puede dar a la vainilla .
- En las características de los clientes con el fin de conocer sus necesidades del producto, motivos de compra, --- etc .
- En las políticas del producto, precio, distribución y ven--

tas .

- En como atender a los clientes, qué argumentos utilizar -- para los diferentes clientes, escribir informes que presentará a la Asociación de Vainilleros, tramitar quejas, etc.

Los vendedores contarán con un sueldo, además de una comisión del 1% anual sobre ventas realizadas .

El sueldo de los vendedores lo aportarán los productores -- miembros de la Asociación, los cuales fijarán una cuota para gastos de la Asociación .

El argumento principal en el que se basarán los vendedores será la calidad superior de la vainilla que se produce en México, tanto en su sabor como en su aroma insustituibles, haciendo hincapié en que el precio, aunque mayor que en los productos sustitutos, es un factor secundario, ya que en la elaboración de los productos finales, como pasteles, dulces, refrescos, medicinas, etc., se reflejará la superioridad de la vainilla planifolia, mexicana .

Por último el Presidente de la Asociación de Vainilleros -- vigilará que los vendedores distribuyan su tiempo para que realicen las visitas planeadas en el momento oportuno .

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

El cultivo de la vainilla es una actividad que requiere de cuidados técnicos especializados, así como de financiamiento adecuado durante su ciclo de vida .

Su producción interna se ha visto afectada en los últimos 20 años principalmente por los siguientes problemas :

- 1) Las condiciones climatológicas en años pasados han sido adversos para el cultivo .
- 2) Falta de crédito oficial para los campesinos productores de la Región .
- 3) Carencia de asistencia técnica .
- 4) Existencia de un sector intermediario que concentra el producto .
- 5) Insuficiente organización de los productores .

Lo anteriormente expuesto ha repercutido en la disminución de la superficie dedicada al cultivo de la vainilla y la preferencia del beneficiador de exportar el producto, así como el incremento en el mercado de productos sustitutos de origen quími-

co .

Considerando que por su excelente calidad de aroma y sabor la vainilla mexicana ha sido preferida por los verdaderos conocedores se podrá incrementar el consumo de la vainilla natural evitando así los sustitutos de origen químico y la especulación del producto de algunos acaparadores reduciendo el precio entre productor-beneficiador .

Ya que ha resultado difícil penetrar a fuentes informativas, no resulta fácil determinar las causas que impiden solucionar el problema de financiamiento y asistencia técnica para incrementar el cultivo de la vainilla en la Región .

Sin embargo, podemos decir que con programas adecuados y organización por parte de los productores es factible una mayor participación de ellos para la planificación del cultivo, su industrialización y comercialización para que la vainilla mexicana sea de nueva cuenta una de las mejores del mundo por su calidad ya conocida, propiciando con esto, beneficios económicos y sociales para los productores de la Región Papanteca .

RECOMENDACIONES

- 1) Crear la organización de los vainilleros de la Región -- para la defensa de sus propios intereses .
- 2) Promover entre los productores la implementación del - Modelo Propuesto para que propicie la mejor comercia- lización de la vainilla y derivados . .
- 3) Orientar recursos financieros para la rehabilitación de - la vainilla considerando que la Región ofrece perspecti- vas promisorias .
- 4) Crear un centro de asistencia técnica especializada para disminuir costos de implantación y mantenimiento y au- mentar el rendimiento por hectárea .
- 5) Intensificar los programas de producción para proseguir con la creación de áreas vainilleras .
- 6) Evitar las fluctuaciones en los precios de la vainilla y - sus derivados mediante la organización y control de los productores en la Región .
- 7) Adoptar las medidas legales y funcionales necesarias --

para evitar robos y el corte prematuro del fruto en per
juicio de los productores y de la calidad de la vainilla .

BIBLIOGRAFIA.

BIBLIOGRAFIA

- Academia de Profesores de Mercadotecnia, A.C.
"Apuntes sobre Mercadotecnia", México 1980 .
- Academia de Profesores de Mercadotecnia, A.C.
"Investigación de Mercados", México 1980 .
- Banco Nacional de Crédito Rural, S.A. "Estudios de Factibilidad para el establecimiento de 3,000 has. de Cultivo de la Vainilla en la Región de Papantla, Veracruz." México, 1979 .
- Convención Nacional de Vainilleros, celebrada en --
abril 1945 y mayo 1977, Gutiérrez Zamora, Ver.
- Kotler, Philip. "Dirección de Mercadotecnia" , North
western University . México, 1971 .
- Hernández Borbonio, E, "Estudio de los Factores Clí-
máticos y Edáficos en Cultivos de Vainilla en la Zona
Norte de Veracruz", Tesis, UNAM. México, 1981 .
- López Altamirano, A. "Investigación de Mercados" ,
México .
- Ortiz, L. O. "El Cultivo de la Vainilla" , Tesis. --
Chapingo , México, 1945 ,

- Pardinás, F. "Metodología de la Investigación". México, 1978 .
- Salas, G. L. "Juu Papantlán (Apuntes para la Historia - de Papantla)". México, 1979 .
- SARH, Dirección General de Estadística: "Anuario Estadístico de la Producción Agrícola de los Estados Unidos Mexicanos, 1950 - 1978 ", México, 1978 .
- SARH, Dirección General de Economía Agrícola: "Consumos Aparentes de Productos Agrícolas", Volúmen III México, 1979 .
- SARH, D.G.E.A. : "1980 - 1982 Estado de Veracruz , Plan de Desarrollo Agropecuario y Forestal", tomo X . México, 1980 .
- SARH, D.G.E.A. "La Vainilla en México, Producción , Industrialización y Comercialización", Volúmen III, -- No. 6. México, 1979 .