UNIVERSIDAD POPULAR AUTÓNOMA DEL ESTADO DE PUEBLA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES

FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL

"PROBLEMÁTICA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LA VAINILLA MEXICANA"

TÉSIS

TÉSIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:

LICENCIADO EN COMERCIO INTERNACIONAL

PRESENTAN:

Patricia Guadalupe Ferrer Pérez
Cristell Alejandra Pech Montejo
María del Mar Rodríguez Masdefiol

ASESOR DE TESIS:
MTRO. JUAN CARLOS BOTELLO OSORIO

PUEBLA, PUE. **AGOSTO, 2006**

Puebla, Pue., a 14 de junio de 2006

Mtro. José Francisco Villarreal Reyna
Director del Departamento de Ciencias
Económicas y Sociales
Presente

Por medio de la presente, hago de su conocimiento mi total Aprobación del Trabajo Recepcional titulado:

"PROBLEMÁTICA EN LA COMERCIALIZACION DE LA VAINILLA MEXICANA"

Que para obtener el título de la Licenciatura de Comercio Internacional, presenta(n) el(los) alumno(s):

	Matrícula(s)
Patricia Guadalupe Ferrer Pérez	8200241
Cristell Alejandra Pech Montejo	8200154
María del Mar Rodríguez Masdefiol	8200140

El cual cumple con los requisitos establecidos por las autoridades de la Facultad de Comercio Internacional de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, para efecto de la realización de su Examen Profesional.

Atentamente

Lic. Juan Carlos Botello Osorio
ASESOR

INDICE

ANEXOS

INDICE DE TABLAS

INDICE DE GRÁFICOS

INDICE DE IMAGENES

ABSTRACT

La vainilla es un cultivo que tiene su origen en la cultura mexicana, es por ello que este trabajo va dirigido principalmente a aquellas personas cuyo sostén económico se centra en la producción de ésta orquídea, la presente investigación ofrece alternativas de solución a las problemáticas que aquejan a los productores, ya que México es un país que cuenta con las características necesarias para desarrollar este insumo en abundancia, hoy en día, es necesario tener un volumen de producción suficiente y un nivel de calidad óptimo para competir a nivel internacional y cumplir con las exigencias del mercado, así mismo, es importante contar con la tecnología para procesar la vainilla dándole un valor agregado y de ésta forma potencializar su comercialización.

INTRODUCCIÓN

La vainilla es por mucho uno de los materiales más populares para dar sabor y fragancia; velas, confitería, perfumería, alimentos, helados, refrescos, etc. son algunos de los productos que cuentan con este insumo; al mismo tiempo, la industria vainillera es una de las más inestables, ya que los precios varían mucho, es una planta que debe tener el clima y suelo correcto para cosecharla. La Vainilla es la segunda especia mas cara después del azafrán, a su vez es la especia más sujeta a la competencia de los condimentos artificiales substitutos que cuestan 1% del precio de la vainilla natural. (The wind, 2005).

México cuenta con las condiciones necesarias para el cultivo de esta planta, pero debido a los altos costos de producción y los cuidados con los que debe contar, hacen que nuestro país tenga una de las producciones más pequeñas del mundo. La zona de cultivo que se verá directamente beneficiada con ésta investigación será el municipio de Venustiano Carranza, el cuál se localiza en la parte Norte del estado de Puebla, ya que es en esta zona donde se encuentran los grupos de interés, que son aquellas personas que se dedican a realizar el cultivo de la vainilla.

Las flores de vainilla se dan entre los meses de abril y mayo y tienen una duración de un día (si no se ha polinizado). La polinización manual representa aproximadamente la mitad del costo total de la producción de vainilla. (Sponsored by the wind, 2005). La vaina suele medir entre 15 y 30 cm. de largo y pesa aproximadamente 20 grs.; La vainilla es delgada y contiene una pulpa oleosa y numerosas semillas de tamaño minúsculo. Se recolectan cuando aún están verdes, pero al beneficiarlas adquieren un color castaño oscuro y su superficie externa se hace rugosa. De cada vaina sólo se obtiene un 2% de vainilla, el principio aromático que se utiliza para dar sabor a diversos alimentos. (Hernández, Back to the origines of vanilla, Congress 2005). La importancia de la vainilla a nivel internacional es inminente, debido a sus características es una de las especias mayormente requeridas en el mercado, por tal motivo, en éste plan de Negocios, se dará una amplia perspectiva sobre éste cultivo.

Capitulo I

PROPÓSITO Y ORGANIZACIÓN

1.1 Planteamiento de Problema.

La vainilla Planifolia es una orquídea trepadora originaria de este país. Debido al aroma, el sabor y la excelente calidad con la que cuentan los frutos de esta orquídea, ha sido desde tiempos remotos del gusto universal, por lo que se ha comercializado alrededor del mundo. En México la producción de vainilla está localizada en los Estados de Veracruz, Puebla y Oaxaca, debido a la escasez de información en las zonas de cultivo, los productores desconocen la forma de comercializarla tanto en el país como en el extranjero.

1.2 Objetivo General.

Conocer las principales problemáticas que tienen los productores de vainilla de las zonas de cultivo para la comercialización de sus productos, siendo estas Puebla, Oaxaca y Veracruz

1.3. Objetivos Específicos.

- ☼ Conocer las formas de comercialización que utilizan los productores de vainilla en la actualidad.
- ☼ Identificar el/los problemas que interfieren en el proceso de comercialización de la vainilla.
- ☼ Cuales son los factores que inciden en la comercialización de la vainilla.

1.4 Hipótesis.

Existe una falta de conocimiento de los productores para la comercialización de la vainilla mexicana en el mercado nacional e internacional.

1.5 Justificación.

A comienzos del año 2005, productores de vainilla de la sierra norte del Estado de Puebla pidieron ayuda a FUPPUE (Fundación Produce Puebla) para ser apoyados en el comercialización de la producción de Vainilla; al mismo tiempo la Fundación Produce recurrió a la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla para trabajar en conjunto y apoyar a este sector por medio de la creación de un proyecto que logre impulsar el sector vainillero del Estado de Puebla y dar una línea de seguimiento a los grupos de productores para que puedan llevar a cabo dicha comercialización.

1.6 Alcances y Limitaciones.

Uno de los alcances más importantes con el que cuenta este proyecto es que se puede impulsar la comercialización de la vainilla mexicana dando solución a las problemáticas descritas en la investigación.

Dentro de nuestras limitaciones se encuentra la disponibilidad de los productores para compartir sus experiencias y además el problema de analfabetismo predominante entre los productores; también se cuenta con poca información de la producción de vainilla en el Estado de Puebla en las instituciones que tienen que ver con este sector.

1.7 Resultados Esperados.

A través de esta investigación, se espera dar a conocer de una manera objetiva y clara, la situación del cultivo de vainilla en México, mostrando los problemas que se tienen en este sector, dando propuestas de solución para los mismos; de ésta forma estaremos ayudando principalmente a los productores de la región, a que tengan un mayor conocimiento sobre la importancia de su cultivo.

Capitulo II

LA VAINILLA MEXICANA

2.1 Historia de la vainilla

En la antigüedad, la vainilla era muy apreciada en Mesoamérica Precolombina en donde el pueblo Totonaca era reconocido como el productor de una vainilla de excelente calidad y continuó siendo el principal productor hasta mediados del siglo XIX; Hernán Cortés descubrió este sabor único cuando en su búsqueda de tesoros en el Nuevo Mundo se encontró con Moctezuma y notó que éste tomaba una bebida de cocoa con vainilla llamada chocolate, Cortés gustó tanto de este singular sabor que cuando regresó a España llevó consigo sacos de vainilla junto con oro, plata y otras joyas preciosas. Durante años, la vainilla sólo se tomaba en combinación con la cocoa, hasta que en 1602 se comenzó a utilizar con saborizante para diversos platillos. (Wikipedia, "Vainilla", 2004)

Durante 300 años la vainilla sólo se producía en México, ya que no se sabía porque estas orquídeas no daban frutos en otros lugares del mundo. En 1793, la vainilla fue exportada a Francia y llevada al Jardín Botánico de París y en el siglo XIX se introdujo a Inglaterra. En 1822, los esquejes de vainilla que se habían cultivado en el Jardín Botánico de París, fueron llevadas a la Isla de Reunión, en donde su clima y su suelo fueron del todo benefactores para su cultivo pero no del todo para su producción, ya que fue hasta 1836 que un cultivador belga, llamado Charles Morren, encontró que el insecto que poliniza esta planta es oriundo de México y que ésta abeja no sobrevivía en condiciones diferentes a las encontradas en las zonas de cultivo de vainilla en México por lo que Morren desarrollo un método de polinización artificial, que dio paso a su producción en grandes volúmenes. (ASERCA: La vainilla en México con un alto potencial, Enero 2002; Australian Orchid Council Inc., 2005).

Después del descubrimiento de Morren, los franceses comenzaron a sembrar Vainilla en sus colonias en las islas del Océano Indico y Oceanía; los holandeses plantaron vainilla en Indonesia; y los ingleses la llevaron al sur de la India. Para el año de 1850, algunas de las plantas existentes en la Isla de Reunión y otras del Jardín Botánico de París fueron llevadas a la Isla de Madagascar, en donde prosperó en gran medida, convirtiéndose en un importante pilar económico de este país (Ibídem)

Algunos expertos consideran la vainilla Totonaca como la de mejor calidad en todo el mundo, especialmente la de Papantla. Y a menudo se comercializa en tiendas especializadas con la etiqueta "Vainilla mexicana", aunque México también produce vainilla de calidad inferior que suele compartir esta marca. (Wikipedia, 2005)

La vainilla es considerada el saborizante de mayor importancia en el mundo y se utiliza como ingrediente en numerosos alimentos. Dos sectores involucran una gran proporción de consumo de vainilla en el mundo: el helado y las bebidas, especialmente en las bebidas de Cola. Su uso también se distribuye en varias industrias: alimenticia, repostera, licorera, farmacéutica, cosmética, tabacalera y artesanal. (Comisión Veracruzana de Comercialización Agropecuaria, 2003, Perfil de la Vainilla)

2.2 Descripción de la Vainilla.

Las plantas de vainilla viven casi exclusivamente en climas subtropicales, cálidos, y húmedos, entre los 20 grados de latitud norte y sur. Son muy exigentes en cuanto a las condiciones de calidad del terreno, humedad ambiental y temperatura. Como todas las plantas trepadoras, necesita un árbol de soporte para poder trepar por él y alcanzar así su pleno desarrollo. El árbol que la acoge, le brinda al mismo tiempo protección frente a la fuerza del sol y el viento. Es importante que el árbol tenga raíces profundas para que no extraiga los nutrientes de las capas superiores del terreno, que es donde anidan las raíces superficiales de la planta de la vainilla. Cabe mencionar que existen tipos diferentes de cultivos y estos dependen del tipo de suelo, el clima, la zona en donde se cultive, etc. (Boletín de Negocios, Vainilla, 2005)

El mayor problema de las plantaciones de vainilla reside en el extraordinario y complicado mecanismo de fecundación de las plantas. Las flores de vainilla son hermafroditas, es decir, que tienen tanto estigmas como estambres. No obstante, ambos órganos están separados por una membrana que hace imposible la autofecundación. En la Naturaleza, ésta sucede a través de determinados insectos y de los colibríes, sin embargo, este proceso que depende únicamente de la casualidad, es inseguro y poco costeable para las plantaciones. El proceso se complica porque las flores sólo permanecerán abiertas durante aproximadamente ocho horas, de forma que deben controlarse y manipularse cada día durante la floración. (Ibídem).

Partiendo de la flor fecundada se desarrollan, a las 4 ó 6 semanas, unas vainas de color verde oscuro de entre 15 y 30 cm. de longitud, las cuales deben permanecer en la planta entre 8 y 9 meses para alcanzar la madurez. Una planta de vainilla produce, con una manipulación adecuada, aproximadamente 150 vainas en cada cosecha.

Una vez cosechadas, las vainas no pueden utilizarse todavía ya que carecen casi por completo de olor y sabor. El típico aroma de vainilla se desarrolla después de un complicado tratamiento, que se alarga durante 2 ó 3 meses y comprende un elaborado proceso de manipulación con agua caliente, fermentación, secado y maduración. Al finalizar este proceso se obtienen unas vainas oscuras y flexibles, con una superficie ligeramente oleosa y con la inconfundible fragancia de la vainilla. Sin embargo, el sabor y el olor de las vainas de distintas especies y procedencias son muy variables. (Ibídem)

2.3 Tipos de Vainilla.

La vainilla es una orquídea y existen aproximadamente unas 60 especies diferentes alrededor del mundo, la mayoría de estas orquídeas difieren en las propiedades químicas, físicas y organolépticas, dependiendo de la región geográfica y la forma física. Estas diferencias hacen que la mayoría de orquídeas no son útiles para la producción de vainilla beneficiada, ya que pueden ser de sabor amargo, inodora o con un contenido insuficiente de vainillina. Las preferencias de los consumidores de vainilla depende mucho del uso que le darán a la vaina. (Wikipedia, 2005)

- *VAINILLA APHYLLA*

Este tipo de Orquídea se da en zonas como México y América central y tiene un periodo de floración que va desde septiembre hasta diciembre. El color de sus flores son amarillas verdosas, esta planta puede llegar a medir 15 metros de largo y debe tener una temperatura de entre 15 y 20°C, se recomienda su plantación en primavera. (Au Jardin, 2005)

- *VAINILLA BARBELLATA.*

Algunos de los diferentes nombres que recibe esta orquídea son; Vaina gusano, Orquídea culebra o desbarbada. Esta orquídea tiene una longitud de 5 centímetros, se le puede encontrar en Cuba, el sur de Florida, Bahamas y otros lados en el Caribe, su floración ocurre entre primavera y verano. (Institute of Systematic Botany, 2005)

- VAINILLA ODORATA.

La podemos localizar desde el sur de México hasta Perú, Bolivia, Brasil y Venezuela en bosques con elevaciones de 30 a 1110 metros de altura, tiene un tallo grueso y rodea al árbol tutor, consta de hojas puntiagudas y da fruto en la temporada de verano. (Orchid Species, 2005)

- VAINILLA PHAEANTHA.

Esta especie es nativa del Sur de Florida, América Central, Indonesia y norte de Sudamérica. Esta es muy similar en apariencia a la Vainilla Planifolia, pero es de mayor longitud. Las flores son blancas con líneas amarillas así como las orillas de los pétalos. La flor es muy grande y fragante. (Ricks trópica, 2005).

- VAINILLA SIAMENSIS.

Esta vainilla es conocida como Vainilla de Tahití, es producida en la Polinesia Francesa, tiene generalmente un contenido más bajo de vainillina que la vainilla original, esta es menos utilizada para condimentar debido a su contenido relativamente alto de aceites volátiles.

2.4 Organizaciones que apoyan la vainilla en México

En México existen diversas Instituciones que apoyan a las personas productoras de Vainilla, y dentro de estas encontramos:

INIFAB (Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias).

Es una Institución de excelencia científica y tecnológica con liderazgo y reconocimiento nacional e internacional, por su capacidad de respuesta a las demandas de conocimiento e innovaciones tecnológicas en beneficio agrícola, pecuario y de la sociedad en general.

FUNDACION PRODUCE VERACRUZ Y PUEBLA.

Son Asociaciones Civiles sin fines de lucro y con responsabilidad jurídica que integran y promueven experiencias, criterio y enfoques en el Sector Agropecuario. Dan amplios programas de generación y transferencia de tecnología mediante la investigación, validación, demostración, capacitación y divulgación de tecnologías exitosas.

COVERVAINILLA (Consejo Veracruzano de la Vainilla)

Pretende reunir a productores, industrializadotes y comercializadotes de vainilla, a fin de concertar acciones para el desarrollo del sector vainillero; promueve la producción y comercialización de vainilla por medio del avance tecnológico, todo esto con la finalidad de mejorar la calidad de la vainilla y de esta forma obtener mejores precios; ayuda a los productores, organizaciones e industriales de la vainilla en la obtención de financiamientos; promueven la delimitación de las áreas de producción vainillera y realizar un censo de los productores.

INVEDER. (Instituto Veracruzano para el Desarrollo Rural)

Es un organismo que promueve el desarrollo rural como un proceso de transformación productiva e institucional, cuyo fin es reducir la pobreza y elevar la calidad de vida en el medio rural, buscando articular de manera sustentable la economía de los productores a los mercados.

Debido a que estas Instituciones detectaron una necesidad de información de parte de los productores, industrializadores y comercializadores, es decir, toda la cadena de la vainilla, organizaron el Primer Congreso Internacional de Productores de Vainilla en Papantla, Veracruz, del 26 al 28 de Mayo del 2006, en donde el Mtro. Juan Carlos Botello tuvo a su cargo una ponencia de comercialización al igual que la coordinación

de la mesa de trabajo y Alejandra Pech, María del Mar Rodríguez y Patricia Ferrer colaboramos en mesas de trabajo de beneficiado, comercialización y estrategias exitosas para vender a la industria turística respectivamente; este congreso trató temas diversos y de gran interés, ya que se impartieron pláticas de producción, genética, beneficiado, competencia, industrialización, comercio justo, comercialización nacional e internacional y turismo para las zonas de producción, al finalizar cada ponencia los presentes expresaban sus dudas por medio de preguntas que le realizaban al expositor y estos, al ser especialistas en la materia, respondían en base a sus experiencias y conocimientos; a un costado del recinto principal, se encontraba la zona de estands, en donde los productores ofrecieron su mercancía, que iba desde licores hasta desodorantes para automóviles; se realizaron también visitas de campo a zonas productoras de personas exitosas como las de Italo Gaya y Víctor Vallejo, quienes han logrado hacer de la vainilla una industria sobresaliente.

Las conclusiones a las que se llegaron en las mesas de trabajo podrán verse en el ANEXO 1.

CAPITULO III

PRINCIPALES PROBLEMATICAS EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LA VAINILLA MEXICANA

3.1 Introducción al Problema de Investigación

La vainilla Planifolia es una orquídea trepadora originaria de este país. Debido al aroma, el sabor y la excelente calidad con la que cuentan los frutos de esta orquídea, ha sido desde tiempos remotos del gusto universal, por lo que se ha comercializado alrededor del mundo. En México la producción de vainilla está localizada en los Estados de Veracruz, Puebla y Oaxaca, debido a la escasez de información en las zonas de cultivo, los productores desconocen la forma de comercializarla tanto en el país como en el extranjero.

3.2 Objetivo del Grupo de Trabajo

Conocer las principales problemáticas que tienen los productores de vainilla de las zonas de cultivo para la comercialización de sus productos, siendo estas Puebla, Oaxaca y Veracruz

3.3 Diseño de la investigación.

Las principales características de la presente investigación son las siguientes:

Es de tipo exploratoria ya que se basa en la naturaleza general del problema, en este caso la problemática de la comercialización de la vainilla mexicana; así mismo, es no experimental ya que se observan los fenómenos tal y como ocurren sin intervenir en su desarrollo; es un estudio cualitativo ya que se enfoca en la percepción de los productores de vainilla a través de un grupo de trabajo, finalmente el diseño de la investigación es transversal simple ya que para llevar a cabo la recolección de datos se hará un solo corte en el tiempo. El tipo de muestreo será no probabilística porque no se cuenta con un marco muestral de la población.

3.4 Grupos de trabajo.

Los grupos de trabajo son un método efectivo para la recolección de datos primarios, estos proveen información cualitativa, es decir, se reflejan actitudes y percepciones de los participantes; en los grupos de trabajo, un grupo conocedores del tema es requerida para que en un periodo de tiempo exprese su opinión sobre un tema

en especifico, el grupo es guiado por un moderador y un redactor documenta la información obtenida para el análisis posterior de la misma.

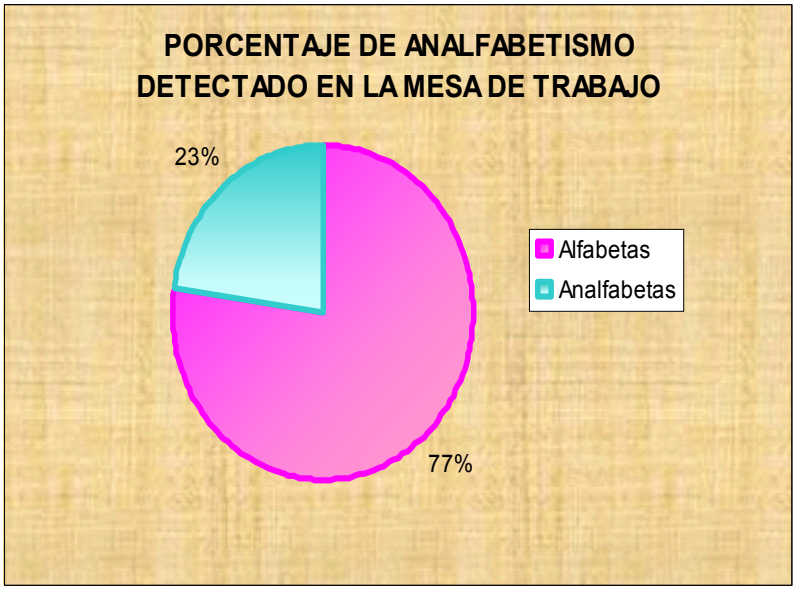
Se decidió que la mejor manera de obtener información de los productores eran los grupos de trabajo debido al gran número de personas que producen este insumo y al poco tiempo con el que se contaba.

3.5 Tema de discusión.

El método utilizado para realizar esta investigación fue por medio de un Grupo de Trabajo efectuado durante el Primer Congreso Internacional de la Vainilla, en Papantla, Veracruz, en donde participaron 70 productores provenientes de los Estados de Puebla, Veracruz y Oaxaca, de los cuales tan solo 54 personas sabían leer y escribir, dándonos como resultado el primer problema para la recolección de datos.

El tema a discutir fueron los problemas que los productores consideran más importantes y a los que se enfrentan al momento de comercializar la vainilla que ellos producen.

3.6 Presentación de los Resultados.



GRAFICA 1. Fuente: Elaboración Propia.

PORCENTAJE DE ANALFABETISMO DETECTADO EN LA MESA DE TRABAJO	
Criterio	Participantes
Alfabetas	54
Analfabetas	16
Total	70

TABLA 1.Fuente: Elaboración Propia

En la grafica anterior se puede observar la primer barrera que encontramos para recolectar nuestros datos primarios dentro de la investigación, y es que el **Analfabetismo** es un problema común en los productores, es importante tomar en cuenta que esto repercute en el proceso de comercialización ya que ese porcentaje de la población, no pueden informarse a través de medios escritos; como manuales o trípticos.

GRAFICA 2. Fuente: Elaboración Propia.

PROBLEMÁTICA	
Intermediarismo	23
Falta de Capacitación	22
Desconocimiento del Mercado	22
Mejorar Calidad	20
Desorganización	18
Producción	11
Precios	6
Falta de Comunicación entre Productores	4
Desconocimiento de Inst. Gubernamentales	3
Ignorancia	1

TABLA 2. Fuente: Elaboración Propia.

Las Principales Problemáticas que detectamos en la mesa de trabajo, fueron en primer lugar el **Intermediarismo**, este es un factor que afecta no solo los precios de venta de la vainilla, sino las ganancias de los productores, otro de los problemas detectados fue la falta de capacitación en cuanto a los **procesos y trámites de Comercialización**, así mismo la falta de conocimiento sobre el mercado, tanto nacional como internacional para vender sus productos, el cómo y dónde hacerlo; por otro lado los productores manifestaron que el mejoramiento de la **calidad de la vainilla** es otro aspecto importante sobretodo para competir con mercados internacionales; la **Desorganización** de los productores se ha convertido en otra de las problemáticas del sector, ya que es importante la creación de sociedades con personalidad jurídica que les permita consolidar su producción y ofrecerla al mercado; así mismo, la falta de conocimiento en cuanto a control de **enfermedades y técnicas de producción** afecta a los productores de la región dado que el cultivo de vainilla es extremadamente laborioso y de sumo cuidado; la **variación de los precios**, y la falta de control sobre los mismos provoca que los productores no obtengan ganancias justas por la venta de la vainilla que producen, la **falta de Comunicación entre los productores** que origina la discrepancia de fechas de corte de la vainilla, y de precios al mercado, otra problemática importante es ocasionada por la falta de conocimiento de los productores hacia que **instancias gubernamentales** acudir para obtener distintos tipos de apoyo, tanto para capacitación como de tipo financiero; por último la **ignorancia** por parte de los productores se hace evidente al no saber a quien dirigirse para comunicar sus problemas, dudas o inquietudes sobre sus cultivos.

3.7 Análisis FODA.

El siguiente análisis se realiza en base a los resultados obtenidos en el Grupo de Trabajo llevadO a cabo en el primer Congreso Internacional del la Vainilla realizado en el Municipio de Papantla, Veracruz, y se fundamenta en la percepción y opinión de los productores participantes.

FORTALEZAS	♣ **El clima de la región de Puebla, Veracruz y Oaxaca, es un factor favorable para el cultivo de Vainilla de Alta Calidad.** ♣ **El Gobierno Mexicano está gestionando la creación de la Denominación de Origen de "Vainilla de Papantla" la cuál respalda la calidad del producto.** ♣ **México tiene tratados comerciales con los países que tienen mayor consumo de Vainilla, como el TLCUEM y el TLCAN, lo cuál facilita la entrada a éstos mercados.** ♣ **La Vainilla Mexicana es Conocida en el Mercado Internacional por su sabor y su calidad colocándola como una de las mejores del mundo.**
OPORTUNIDADES	♣ La Vainilla es un cultivo altamente demandado en el Mercado Internacional, sobretodo en la Unión Europea, lo cuál representa una oportunidad de Negocios para la comercialización de la Vainilla Mexicana. ♣ La creatividad de los productores mexicanos se refleja en la creación de diversas artesanías realizadas con vainilla, esto representa un nicho de mercado importante ya que las artesanías mexicanas son valoradas sobretodo en el extranjero. ♣ En la región de Puebla, Veracruz y Oaxaca se fabrican diversos productos a base de vainilla, (licores, vinos, cremas, aceites, esencias, perfumes, aromatizantes) los cuales tienen gran calidad para su comercialización.
DEBILIDADES	♣ Los productores carecen de capacitación en cuestiones técnicas y de producción. ♣ El Intermediarismo o Coyotaje genera problemas en el establecimiento de precios al mercado y repercute en las bajas ganancias que obtienen los productores. ♣ Desconocen los trámites de comercialización y las exigencias del mercado en cuanto a normas de envase y etiquetado. ♣ No cuentan con recursos financieros para dar valor agregado a sus productos e ignoran las Instituciones Gubernamentales a las que pueden acudir en caso de requerir éste tipo de apoyo. ♣ La mayoría de los productores tienen pequeñas plantaciones dando como resultado una oferta incipiente al mercado.
AMENAZAS	♣ La Competencia es una amenaza latente debido al bajo volumen de producción que se tiene en el país en comparación con otros países productores como Madagascar, Indonesia, Comoros o Papúa Nueva Guinea. ♣ El uso de la Vainilla Sintética es una de las amenazas más fuertes para éste producto, ya que tiene un bajo costo y su sabor es por demás similar al de la vainilla natural.

TABLA 3. Fuente: Elaboración Propia.

Capitulo IV

MERCADO NACIONAL

4.1 Zonas de Cultivo (fechas de cultivo y corte en México)

El 56% de la superficie del territorio donde se localiza la Vainilla de Papantla está constituido por suelos de tipo Regosol (tipo de suelo conformado por material suelto no consolidado) y de éste, el 47% del territorio presenta un tipo muy particular de suelo: Regosol calcáreo (suelo que contiene calcio), mezclado con Feozem calcárico (su principal distintivo es una capa superficial obscura, suave y rica en material orgánico y nutrientes). Esta mezcla de suelos mejora la disponibilidad de materia orgánica para la vainilla y mejora el drenaje general del suelo (Extracto de solicitud de declaración de protección de la denominación de origen "Vainilla de Papantla", 2004).

Según Juan Hernández Hernández (Vanilla Production in Mexico, 2005), en México existen 3,000 hectáreas cultivadas de vainilla, de estas el 90% producen 200 Kg. de vainilla verde por hectárea y son sembradas y cosechadas en la forma tradicional, además, no cuentan con sistemas de control de enfermedades; el otro 10% de producción se realiza con técnicas diferentes de agricultura, incrementando así su productividad obteniendo una tonelada por hectárea sembrada. Las zonas principales de producción se localizan en el Golfo de México y se encuentran distribuidas de la siguiente manera:

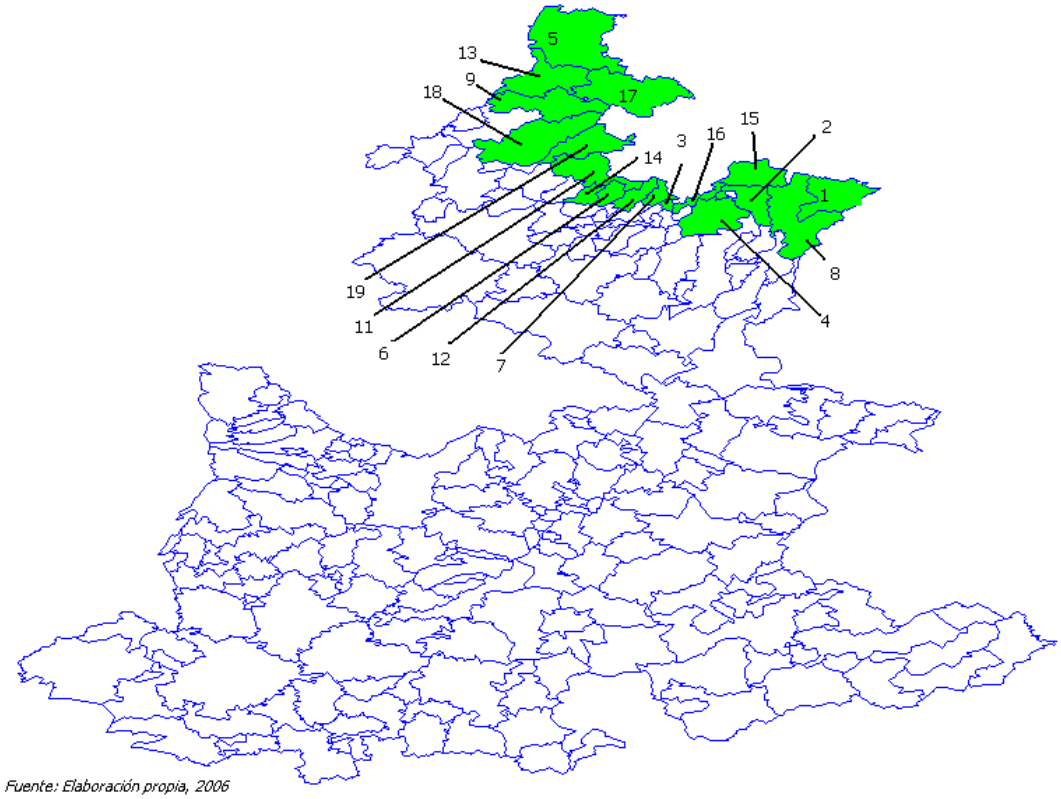
Veracruz	1000 ha.	33.33%
Oaxaca	600 ha.	20%
Puebla	400 ha.	13.33%
Otros	1000 ha.	33.33%

TABLA 4. Elaboración propia con datos de Vanilla Production in Mexico. 2005.

En estos lugares el clima cuenta con un 80% de humedad, la temperatura media es de 24°C y los niveles de lluvia varían de 1,200mm a 3,000mm por año, en estas áreas la cosecha comienza a mediados de Noviembre, beneficiarla toma de 5 a 8 meses, aproximadamente 6 kilogramos de vainas verdes producen 1 kilogramo de frijoles beneficiados.

Zona de Producción de Vainilla en el Estado de Puebla

IMAGEN 1. MUNICIPIOS PRODUCTORES DEL ESTADO DE PUEBLA.



Fuente: Elaboración propia, 2006

.

TABLA 5. MUNICIPIOS PRODUCTORES DE VAINILLA EN EL ESTADO DE PUEBLA.	
1	Acateno
2	Ayotoxco
3	Caxhuacán
4	Cuetzalan
5	Francisco Z. Mena
6	Hermenegildo Galeana
7	Huehuetla
8	Hueytamalco
9	Jalpan
10	Jonotla
11	Jolapa
12	Olintla
13	Pantepec
14	San Felipe Tepatlán
15	Tenanpulco
16	Tuzamapan de Galeana
17	Venustiano Carranza
18	Xicotepec de Juárez.
19	Zihuateutla.

4.2 Principales Comercializadores de Vainilla en México.

Empresa conocida actualmente con el nombre de "Desarrollo Agroindustrial Gaya", fundada en 1873 por Domingo Gaya Tossi dirigida especialmente para secar, comercializar, y exportar la vainilla más famosa de Veracruz a nivel mundial.

En 1898, 25 años después la tradición continuó cuando la familia Gaya construyó el primer horno para procesar la vainilla y se siguen utilizando en la actualidad. En 1944, Sr. Orlando Gaya Montini, un nieto de Domingo Gaya comenzó a producir el extracto natural de la vainilla. Un año más tarde, una producción en reducida escala del extracto de la vainilla, conocida como "Gaya Vai-Mex", de la vainilla licor llamado "Xanath ", y de café "Camino Real", son el resultado de los secretos cuidadoso-guardados de la familia lo que ha sido plataforma para que esta empresa sea conocida en el mundo.

En años más recientes formaron la compañía de Gaya Vai-Mex y sus miembros Orlando, Isabel, Italo, y Olga Edda Gaya Capellini continuaron orgulloso la tradición de la familia produciendo los mejores extractos de la vainilla y licores de la vainilla del mundo. "Gaya Vai-Mex", el extracto natural de la vainilla, y el licor de "Xanath" se hace de las vainas de vainilla selectas, se procesa a mano, y es reposado con pureza delicada allí acentuando su aroma y sabor. Recientemente, para consolidar e integrar el proceso de producción interno y mantener un producto de alta calidad, se han combinado los procesos agrícolas e industriales.

Es así como en la actualidad esta empresa mexicana de la vainilla ha aportado al mundo una vainilla de gran calidad y sabor único.

4.3 Precios de Vainilla Verde y Beneficiada

El comercio de la vainilla se compone de una serie de precios que representa a los diversos agentes que participan en ella y así como los márgenes de ganancia que se pueden obtener, durante todo el proceso de producción y transformación de esta orquídea.

En primera instancia encontramos que en el periodo de 1993-2000, el precio a escala nacional registró una cotización desde $24,844/ton. hasta $56,734/ton. Veracruz es la entidad que en promedio ha recibido los mejores precios de vainilla verde en el país, en el año 2000, el precio se ubicó en $94,014/ton, esto habla precisamente del perfeccionamiento que ha alcanzado la región en las formas de producción, lo que ha

permitido obtener una vainilla de alta calidad y con ello un buen precio. (Revista Claridades Agropecuarias, ASERCA, 2002)

En el año 2001, el precio de vainilla beneficiada en la región del Totonacapan, fue en promedio de $135 dólares/kilogramo, en estos mismos años el precio de vainilla verde fue en promedio de 100 pesos por kilogramo, cifra que indica lo redituable que puede ser este cultivo, pero a pesar de éste precio el productor de vainilla verde sólo recibe el 4.76% del precio final, ya que el beneficiador se queda con el 56.46%, mientras que la empresa transnacional absorbe el 38.78% del precio final. (Ibídem)

Durante el primer semestre del año 2006, el precio de la vainilla se ha llegado a cotizar en la central de abastos de la Ciudad de México en $18 pesos el kilogramo, esto es $18,000 pesos la tonelada.

Las cifras anteriores nos dan una idea sobre la comercialización de la vainilla en nuestro país y también nos indica el enorme potencial que tiene este producto, así mismo se hace evidente la reducida participación que reciben los productores en este esquema de comercialización.

4.4 Presentaciones y Precios de Productos elaborados con vainilla Mexicana.

En México se elaboran diversos productos a base de vainilla, principalmente, vinos, licores y cremas, helados, artesanías de diversas formas, esencias aromatizantes, aceites y lociones; sin embargo no se comercializan en grandes cantidades al mercado nacional o internacional; sino solamente en la región donde se produce; lo que hace difícil que el resto del país conozca verdaderamente la diversidad de productos que existentes. Los precios encontrados durante el año 2006 son descritos a continuación; los vinos, licores y cremas cuestan alrededor de $120 pesos; el litro de helado de vainilla natural cuesta alrededor de $50 pesos; en cuanto a las artesanías los precios son muy variados y estos pueden ir desde $50 para rosarios, flores, etc., hasta los $500 en los cuales se hallan orquídeas, burritos, pirámides, etc., dependiendo de la dificultad y cantidad de vainilla beneficiada consumida en la elaboración de las mismas; las esencias

aromatizantes, aceites y lociones, tienen precios que oscilan entre los $30, $50 y $80 pesos aproximadamente, dependiendo del contenido de producto.

IMAGEN 2. PRESENTACIONES DE PRODUCTOS A BASE DE VAINILLA MEXICANA.

4.5 Denominación de Origen

El Instituto Mexicano de la Protección Industrial menciona en el Diario Oficial de la Federación con fecha del 19 de Julio de 2004, la descripción de la vainilla que abarcará la denominación de origen, incluyendo sus características, componentes, forma de extracción y procesos de producción o elaboración.

> **"VAINILLA DE PAPANTLA EN VAINA.-** Es el fruto maduro beneficiado de la orquídea Vainilla Planifolia Andrews (sinónimo de Vainilla Fragans (Salisbury) Ames). En el territorio de Vainilla de Papantla se encuentra una mezcla de subespecies característica. Las más comunes se conocen como Vainilla Fina (sinonimia "Mansa", con diversos subtipos como "Verde", "Amarilla", "Cazones", "Zozocolco", "Riva Palacio", "Valenzuela", etc.), Vainilla Rayada (sinonimia "Tarro" o "Acamaya"), Vainilla Oreja de Burro y Vainilla Mestiza. La vainilla es una orquídea

perenne que se cultiva apoyada en un árbol tutor, que le proporciona soporte y sombra. En las plantaciones totonacas tradicionales, se cultiva en un terreno con vegetación secundaria o terciaria conocida como "acahual", utilizando a diversas especies nativas como tutores (sobre todo, Eugenia capullo, Emelia erecta, Gliricidia sepium, Tabernaemontana alba, Bursera simaruba, Trichilia havanensis, Litsea glauscecens, Bahuinia divaricata, etc.). En otros vainillales, se establecen tutores como Gliricidia sepium, Eritrina americana y también naranjos. La floración ocurre al tercer año de vida de la planta, de marzo a mayo. Por lo general se lleva a cabo la polinización manual, aunque cabe señalar que el territorio de Vainilla de Papantla, junto con otras zonas de México, son los únicos lugares del mundo donde se puede llevar a cabo una polinización natural, aunque de manera muy irregular. Del número y ubicación de las flores polinizadas dependerá la cantidad y la calidad de la producción. Ocho a nueve meses después de la polinización, los frutos entran en sazón: se reblandecen y cambian de color, de verde brillante a verde amarillento opaco. Este es el momento de cosechar para obtener mejor rendimiento y calidad.

El beneficiado de vainilla tiene un doble propósito: inducir la formación de vainillina y otras sustancias mediante reacciones enzimáticas, y reducir el contenido de humedad del fruto. Desde finales del siglo XIX se desarrolló en el territorio de Vainilla de Papantla una tecnología de beneficiado propia que incluye la utilización de hornos caloríficos. En otros países en cambio se utiliza el escaldado en agua caliente. En sí el proceso de beneficiado comprende las siguientes operaciones: despezonado, clasificación por grado de madurez, horneado a 60º C por 36h, primer sudor, asoleado y sudado durante 11 a 25 días, clasificación por grado de humedad, depósito durante 45 días, partido (clasificación por tamaño) y amarre.

La VAINILLA DE PAPANTLA en vaina puede comercializarse como tal o destinarse a la fabricación de extractos y derivados. Si se comercializa como tal, debe presentar una serie de

características de calidad: largo de la vaina, brillantez, color, textura y número de defectos. Independientemente de que se comercialice en vaina o para extracto, debe cumplir con requisitos mínimos de aroma, contenido de humedad y contenido de vainillina. Estas especificaciones se regularán en la Norma Oficial Mexicana que corresponda a la VAINILLA DE PAPANTLA".

4.6 Canal de Distribución

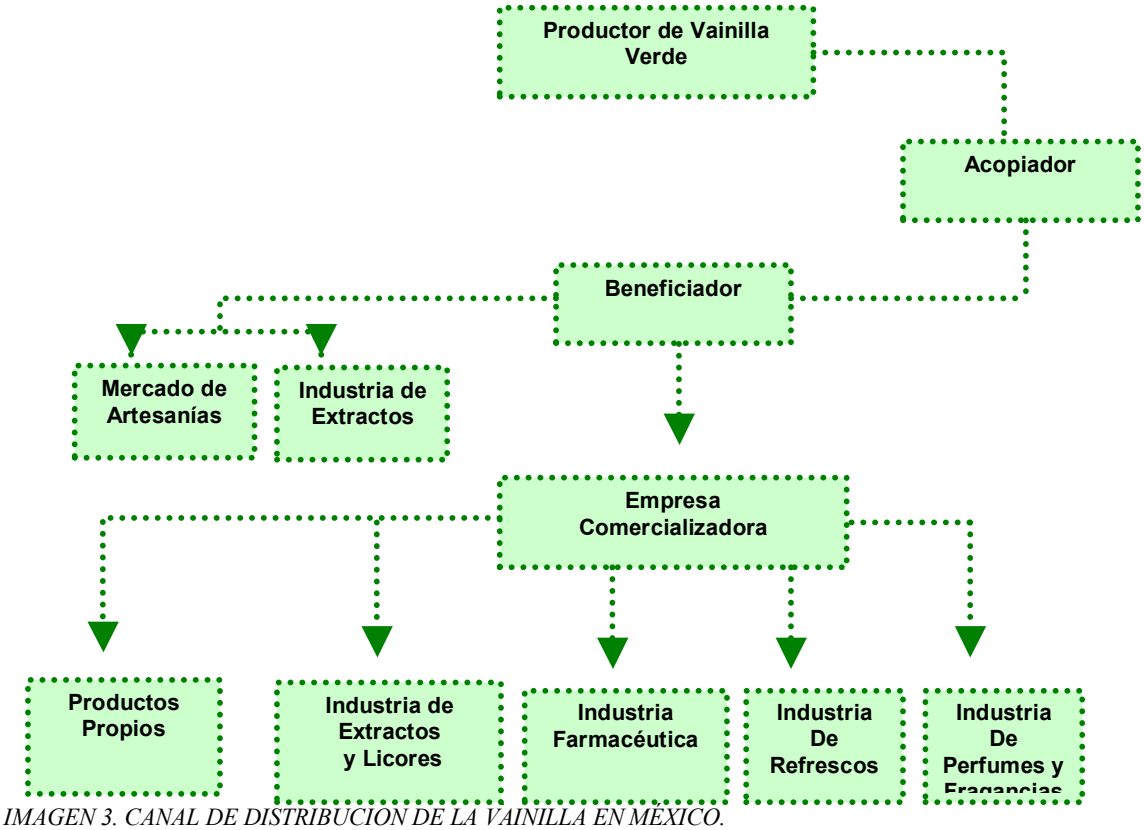


IMAGEN 3. CANAL DE DISTRIBUCION DE LA VAINILLA EN MEXICO.

Los canales de comercialización forman un conjunto de eslabones que los productos pasan hasta llegar a los consumidores finales; podemos señalar que el proceso de comercialización de la vainilla, nunca ha sido un proceso controlado por los productores ya sea por que su producción es muy pequeña o por desconocimiento.

En el caso particular de la vainilla existen dos tipos de comercialización; la primera es la venta en verde, en este caso el productor vende la mayor parte del producto a los beneficios de la región o a los acopiadores quienes concentran las pequeñas producciones y las transportan a los beneficios; el segundo tipo de comercialización es

el que realizan los beneficiadores, éstos son los encargados de darle un valor agregado a la vainilla verde al transformarla en vainilla beneficiada, vendiéndola casi en su totalidad al mercado nacional, como productos propios o a otras empresas, e internacional a través de las empresas extranjeras que posteriormente la comercializan, en el mercado nacional se vende un volumen poco significativo, que se destina principalmente a la industria de extractos, licores y artesanías.

Respecto a la industria refresquera, Coca-Cola se ubica entre los mayores compradores de vainilla beneficiada para posteriormente, procesarla y obtener el extracto que emplea en su concentrado. El principal centro de comercialización de la vainilla en el país, es la ciudad de Papantla, Veracruz, en donde se localizan no sólo la mayoría de los beneficios, sino en donde también llegan los compradores de las diversas industrias para adquirir la materia prima necesaria.

4.7 Formas de Organización.

Existen varias formas de organización legales, las cuales recomendamos para poder unir producción, estandarizar calidad de la vainilla beneficiada y comercializar la producción mas eficientemente, la Comisión Veracruzana de Comercialización Agropecuaria nos muestra algunas de ellas:

SOCIEDAD DE SOLIDARIDAD SOCIAL (S.S.S.)

- Constituida por personas físicas, en la cual cada uno de los miembros debe aportar una determinada cantidad su de producto a un fondo común que posteriormente pueda ser utilizado para actividades con fines mercantiles.
- Esta sociedad tiene como objetivo crear fuentes de trabajo; producir, industrializar y comercializar bienes y servicios y elevar el nivel de vida de cada uno de los miembros de la comunidad.
- La ley que rige este tipo de sociedad es la Ley de Sociedades de Solidaridad Social.
- Debe estar formado por un mínimo de 15 miembros y los requisitos son los siguientes;

- Ser persona física, mexicano.
- Cumplir con las normas y estatutos de la sociedad y reglamentos internos.

- La forma en que debe de administrarse y dirigirse esta sociedad es la siguiente:
  - Existe una máxima autoridad y es la Asamblea General de Socios; en caso de estar constituida por muchos socios se debe de tener una Asambleas General de Representantes, dentro de esta asamblea se toman las decisiones que obligan a todos los socios.
  - Comité Ejecutivo, es el encargado de ver que los acuerdos y decisiones tomadas en la Asamblea sean cumplidas. (3 socios y sus suplentes)
  - Comité Financiero y de Vigilancia, es el responsable por la correcta administración de los fondos de la sociedad. (3 socios y sus suplentes)
- Dentro de esta Sociedad queda prohibida la contratación de personas externas, a menos que se necesite gente especializada para trabajos en los cuales los socios no los puedan realizar y sólo serán contratados temporalmente.
- Para su constitución los socios deberán de:
  - Levantar un acta constitutiva con cinco copias iguales certificadas por un notario o corredor público, primera autoridad municipal o a falta de ellos por un funcionario local o federal, que contengan los datos generales de todos los socios y sus firmas, así como los nombres de las personas elegidas para ocupar los cargo de Comité Ejecutivo y de Vigilancia.
  - Para el funcionamiento de esta sociedad se necesita la autorización de la Secretaría de la Reforma Agraria.
  - Para obtener efectos jurídicos el acta y la autorización deben de registrarse en el Registro Agrario Nacional.

SOCIEDAD DE PRODUCCIÓN RURAL (S.P.R.)

- Su finalidad es coordinar actividades productivas, asistencia mutua y comercialización.
- La ley que rige esta Sociedad es la Ley Agraria en sus artículos del 111 y 114.
- Tipos de sociedad que pueden elegir los socios, dependiendo de sus necesidades:
    - Responsabilidad Ilimitada; Cada uno de los socios responde por si mismo de todos los derechos y obligaciones de manera conjunta.
    - Responsabilidad Limitada; Su objetivo es el que cada uno de los socios se haga responsable por el monto de su aportación inicial.
    - Responsabilidad Suplementada; Son aquellas en que los socios, además del pago de su aportación al capital social, responden de todas las obligaciones sociales subsidiariamente, hasta por una cantidad determinada en el pacto social y que será su suplemento, el cual en ningún caso será menor a dos tantos de su mencionada aportación.
- La Administración y Dirección de la sociedad se realiza de la siguiente forma:
    - Consejo de Administración; Conformado por un presidente, un secretario, un tesorero y los vocales, nombrados por la Asamblea General de Socios.
    - Consejo de Vigilancia; Conformado por un presidente, un secretario y un vocal, los anteriores son también nombrados por la Asamblea General de Socios.
    - Los miembros de los Consejos antes mencionados tendrán una duración de tres años.
- Reglas de aportación del Capital Social.
    - Responsabilidad Ilimitada; no es necesaria la aportación inicial.
    - Responsabilidad Limitada; la cantidad mínima para esta sociedad es de 700 veces el salario mínimo diario vigente en el Distrito Federal.
    - Responsabilidad Suplementada; la aportación deberá de ser como mínimo 350 veces el salario mínimo diario vigente en el Distrito Federal.
- Constitución de esta sociedad.
    - Se deberá iniciar con un mínimo de dos socios.

- Los productores interesados deberán discutir el nombre de la sociedad así como también elegir a los miembros del Consejo de Administración y de Vigilancia, el tipo de responsabilidad que se elegirá. Posteriormente deberán de acudir a la Secretaria de Relaciones Exteriores para obtener la autorización del nombre elegido para su sociedad. También deberán de levantar un acta la cual contenga los nombres y las firmas de cada uno de los socios al igual que el nombre de la sociedad, dicha acta tiene que ser certificada ante notario o corredor público y será inscrita en el Registro Agrario Nacional.

SOCIEDAD COPERATIVA (S.C.)

- Es la unión de dos o más personas físicas que comparten intereses y necesidad comunes las cuales serán satisfechas mediante la realización de actividades económicas, ya sean de producción, distribución y consumo de bienes o servicios.
- La ley regente de esta sociedad es la Ley General de Sociedades Cooperativas.
- Tipos de Sociedades Cooperativas.
  - Responsabilidad Limitada; Su objetivo es el que cada uno de los socios se haga responsable por el monto de su aportación inicial.
  - Responsabilidad Suplementada; Cuando los socios responden por las operaciones sociales, hasta por la cantidad determinada en el acta constitutiva.
- La Administración y Dirección de la sociedad se realiza de la siguiente forma:
  - Asamblea General de Socios: Es la máxima autoridad y sus acuerdos son obligatorios para todos los socios, así como también dará solución a cualquier conflicto.
  - Consejo de Administración: Lo conforman un presidente, un secretario y un vocal, si el número de miembros es menos a diez socios, basta con nombrar un administrador.
  - Consejo de Vigilancia: Se integra por un numero impar de socios que no sea mayor a cinco, fungirán como presidente, secretario y vocales, si son menos de diez socios, basta con nombrar un comisario

- Los derechos y obligaciones:
    - Cada socio tendrá un voto e la asamblea independientemente de sus aportaciones.
    - Todos los miembros tienen derecho a ser propuestos para ejercer algún cargo en el consejo de administración y en el de vigilancia.
    - Los socios tendrán por obligación asistir alas asambleas así como cumplir con los estatutos y los reglamentos internos de la sociedad.
- Forma de integración del capital social:
    - Las aportaciones de los socios pueden hacerse efectivo, bienes, trabajo y deben estar representadas en certificados nominativos indivisibles de igual valor.
    - Las sociedades cooperativas podrán recibir donaciones, subsidios, herencias para aumentar su patrimonio de diversas fuentes como son personas físicas o morales, publicas o privadas, nacionales e internacionales., todas las sociedad cooperativas son de capital variable.
- El fondo Social: Se podrán crear tres fondos sociales:
    - Fondo de Reserva: Para hacer frente a cualquier pérdida o reconstruir el capital de trabajo.
    - Fondo de Previsión Social: Este fondo es usado para la cobertura de enfermedades profesionales, riesgos, pensiones, etc.
    - Fondo de Educación Cooperativa: Ayuda a becas de estudios a los socios e hijos, guarderías infantiles, etc.
- Constitución y Registro de la Sociedad: Se debe constituir con un mínimo de cinco socios, los productores interesados deberán reunirse en asamblea para acordar el nombre que le pondrán a la sociedad, así como elegir a los miembros del Consejo de Administración y Vigilancia, también elegir el tipo de responsabilidad y el establecimiento de responsabilidades de cada socio y éstas no tienen un mínimo.

  Deberán acudir a la Secretaria de Relaciones Exteriores para solicitar la autorización en el uso del nombre de la sociedad, levantar un acta con los datos de cada uno de los miembros, la sociedad deberá ser certificada ante notario público e inscribirla en el Registro Público de Comercio, las sociedades cooperativas tienen duración indefinida.

SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (S. de R.L.)

- Se constituye por un mínimo de dos socios que solo tienen la obligación de responder por el monto de cada una de su aportaciones, el mínimo de capital social para constituirse es de tres mil pesos.
- Esta sociedad se rige por la Ley General de Sociedades Mercantiles en s capitulo cuarto.
- El capital social se integra por partes sociales que no son negociables, solo podrán cederse a otra persona con consentimiento previo de los socios que representan la mayoría del capital social, si algunos de los socios aumenta su aportación, el valor de su parte social aumentará.
- La Administración de la Sociedad será responsabilidad de unos o mas gerentes los cuales podrán ser ajenos a la sociedad designados de forma temporal o indefinidamente.
- La Asamblea de Socios el la autoridad máxima de la sociedad, las resoluciones se tomarán por mayoría de votos, así como cada socio tendrá derecho a participar en las asambleas para tomar dediciones teniendo por cada peso de aportación un voto.
- El Registro y Constitución de la Sociedad: Los miembros deberán reunirse para elegir el nombre que tendrá la sociedad, elegir al gerente y establecer las aportaciones de cada socio. Deberán acudir a la Secretaría de Relaciones Exteriores con a fin de solicitar la autorización del uso del nombre que hayan elegido, elaborar un acta con los nombres y firmas de cada uno de los socios así como deberá ser certificada ante fedatario público e inscrita en el Registro Público de Comercio, al inscribirla los socios deben mostrar por lo menos el 50% del valor de cada parte social.

4.8 Principales problemáticas de la Vainilla en México.

Dentro de los principales problemas que encontramos para la comercialización de vainilla, tanto para ventas nacionales como internacionales tenemos las siguientes.

- ☼ Falta de información de parte de los productores, tanto para sembrar, cortar, beneficiar, transportar y vender, así como de la explicación del funcionamiento de entes gubernamentales que pueden ayudarlos.

Durante las mesas de trabajo realizadas en el 1er. Congreso Internacional de la Vainilla, se notó que este es el problema más frecuente; existe una fecha diferente para el corte de la vaina de vainilla entre los estados de Veracruz y Puebla, siendo en Puebla el primer lugar de corte y se realiza casi un mes antes que en Veracruz; muchos de los productores no han tenido un curso apropiado de beneficiado de vainilla y es por esto que durante esta importante etapa, mucha de su vainilla se llena de hongos, se seca más de lo necesario o simplemente no cumple con la calidad necesaria para su comercialización; para las ventas nacionales normalmente los productores venden su vainilla a acopiadores.

También se notó que los productores no tienen conocimiento de cuales son las instituciones gubernamentales que existen y de cuales de ellas están formadas para ayudarlos y apoyarlos en la producción y venta de sus productos.

- ☼ Discrepancia en la calidad y los precios de venta de vainilla beneficiada.

Debido a que el Estado de Puebla tiene una fecha de corte previa a la fecha del Estado de Veracruz, la calidad de la vainilla es menor, ya que al permanecer menos tiempo en la planta el contenido de vainillina en la vaina es menor; esto hace que el precio de la vainilla de Puebla sea un poco más barata por ende cuando se compra la de Veracruz, los acopiadores la quieren adquirir al mismo precio que la de Puebla, por lo que los productores, al pensar que nadie más les comprará la vainilla beneficiada, se asustan y venden su producción a un precio más bajo del debido.

- ☼ Desorganización entre los productores.

Por la falta de información que predomina entre los productores, existe desorganización en la realización del proceso de beneficiado, dando como

resultado vainilla beneficiada de diferentes calidades, siendo esto un problema al momento de comercializarla.

- ☼ Volumen de producción bajo.

La producción total de vainilla beneficiada que puede obtener un productor solo es muy baja, por lo que es más probable que el productor no reciba un precio justo por su producto.

Capitulo V

MERCADO INTERNACIONAL

5.1 Norte América

5.1.1 Características del mercado.

En Norteamérica se encuentra uno de los mayores consumidores de vainilla en el mundo, Estados Unidos, y en éste país ésta especia es considerada un insumo muy importante; actualmente en el mercado norteamericano, se ha propiciado el uso de la vainilla natural; la vainilla sintética por su bajo costo representa una amenaza para los productores de vainilla genuina. Tanto en Estados Unidos como Canadá la vainilla es comercializada en los supermercados, así como a través de tiendas especializadas, tiendas gourmet o tiendas de productos orgánicos, donde se pueden encontrar extractos de excelente calidad y helados a base de vainilla gourmet, el área de los cosméticos también es una industria muy importante en donde se utiliza como materia prima para la elaboración de aceites, esencias, cremas o jabones; En los restaurantes norteamericanos se ha exhortado a los chefs a utilizar vainilla natural como saborizante de sus platillos, propiciando que se le de mayor importancia al uso de ésta especia.

5.1.2 Canales de distribución.

La distribución que se emplea para la comercialización de la Vainilla en Norteamérica se efectúa mediante tres formas de venta ya sea a Nivel industrial, Restaurantes-Hoteles y Ventas al pormenor.

A nivel Industrial se refiere a la transformación de la Vainilla mediante procesos tecnológicos para su uso en la Industria refresquera en su mayoría, así como en la industria de cosméticos, fragancias e incluso en la industria farmacéutica, y así posteriormente ser vendidos al consumidor final.

En el nivel de comercialización que se utiliza para los restaurantes la vainilla es utilizada para su uso en la elaboración de alimentos: postres, comida gourmet que el consumidor final adquiere.

Y finalmente es posible encontrar un ultimo eslabón en la cadena de comercialización la venta de la vainilla por tiendas especializadas como son las tiendas gourmet tiendas de productos orgánicos y en secciones especializadas en tiendas de autoservicio, así el consumidor final podrá hacer uso de la misma.

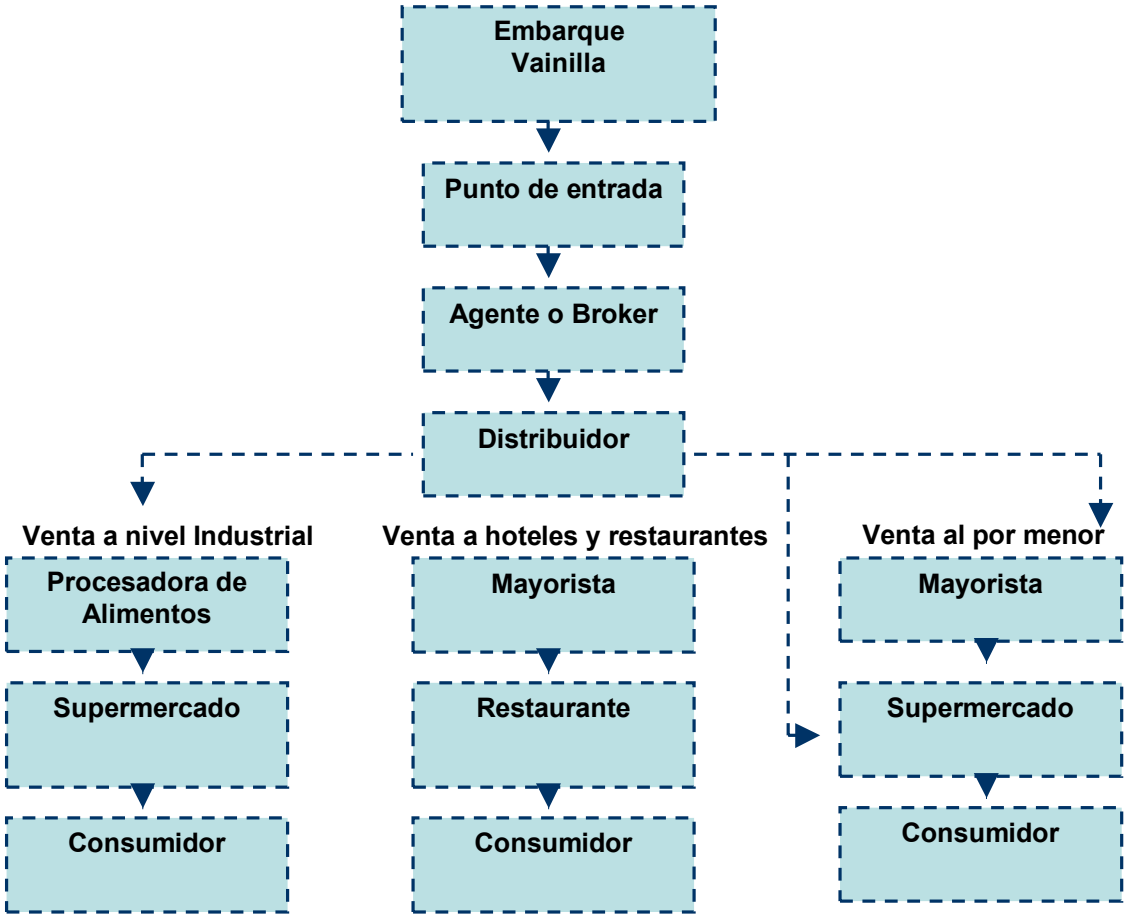


IMAGEN 4. CANAL DE DISTRIBUCION DE LA VAINILLA EN NORTEAMERICA.

5.1.3 Logística.

Existen diversas formas de acceder al mercado Norteamericano, dentro de las cuales se encuentran:

- ✓ Terrestre.
- ✓ Aéreo.
- ✓ Marítimo.

La aérea es la menos recomendable para este producto, debido a que tiene costos muy elevados y la vainilla envasada correctamente puede durar mucho tiempo en óptimas condiciones.

En caso de pactar con el comprador un INCOTERM DAF, la mejor forma de enviarlo es la terrestre, ya que el vendedor tan solo debe de llevarla hasta la frontera, por el otro lado, si necesita llegar a Puertos Canadienses o al norte de Estados Unidos, lo mas viable es enviarlo por vía marítima.

A continuación se muestran las diferentes rutas posibles a seguir ya sea terrestre

IMAGEN 5. LOGISTICA VIA TERRESTRE VERACRUZ – HOUSTON.

O marítimo.

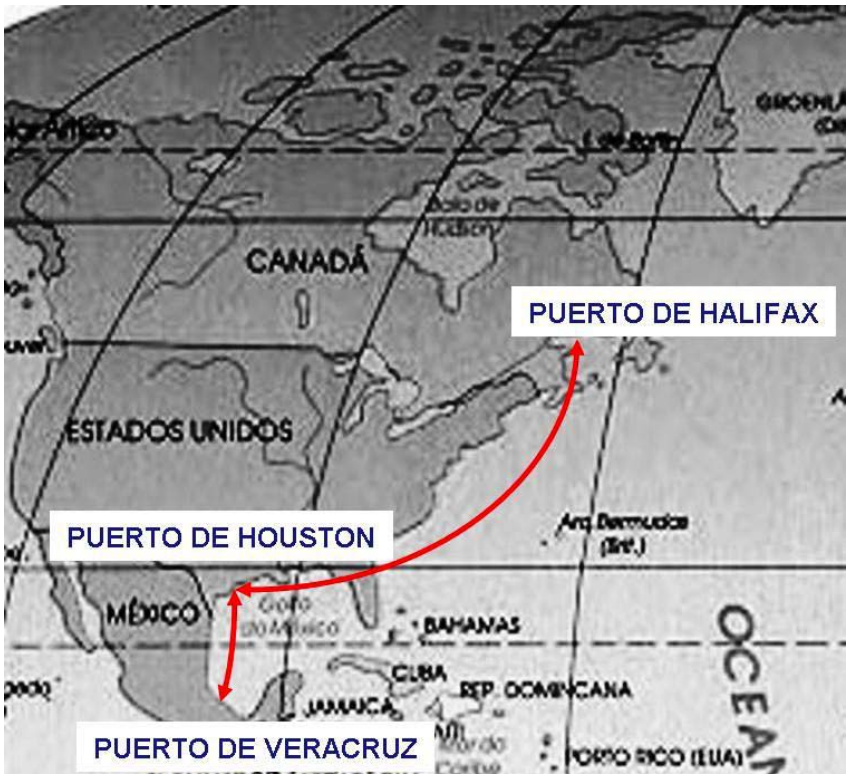


IMAGEN 6. LOGISTICA VIA MARITIMA VERACRUZ - HOUSTON – HALIFAX.

5.1.4 Legislación

I. Disposiciones sanitarias

En cuanto las disposiciones sanitarias en Estados Unidos son las siguientes:

Según la FDA (Food and Drug Administration), todos los propietarios, operadores o agentes a cargo de instalaciones nacionales y extranjeras que fabriquen, procesen, embalen o almacenen alimentos para el consumo humano o animal en Estados Unidos están obligados a registrarse bajo la autoridad de la FDA.

Los ejemplos de alimentos bajo autoridad de la FDA son lossuplementos dietéticos e ingredientes dietéticos, bebidas (incluidas las alcohólicas y el agua embotellada), frutas y verduras, pescados y mariscos, productos lácteos y huevos frescos, productos agrícolas crudos para utilizar como alimentos o como componentes alimenticios, alimentos enlatados, animales vivos para el consumo y productos de panadería, bocadillos y dulces.

La FDA recomienda el **registro electrónico** a través de www.fda.gov/furls que esta disponible las 24 horas del día y siete días a la semana. El registro se hace una sola vez, no hay cuota por registro y requiere actualizar la información en un plazo de 60 días a partir del momento en que cambie cualquier dato ya presentado ante la FDA.

El **incumplimiento del registro** se considera un acto ilícito y los alimentos importados desde una instalación extranjera no registrada se retendrán en el puerto de entrada hasta que se registre la instalación, salvo si la FDA ordena que se transporten a una instalación segura. El propietario, el comprador, el importador o el destinatario, por su parte, deberán cubrir el costo por el almacenamiento de los artículos alimenticios en una instalación segura designada por la FDA.

Los requisitos de notificación ante la FDA son los siguientes:

- La cantidad importada: Se aplica a muestras, pedidos completos, etc.
- La finalidad de la importación: Se aplica a las mercaderías importadas para experimentación, consumo, etc.

- El tipo de transacción: Se aplica a las ventas comerciales, regalos, etc.
- Los envíos que contengan productos alimenticios comprados por una persona particular a otra persona particular (por ejemplo, regalos para Navidad) no están exentos de los requisitos de notificación previa.

Los siguientes productos están exentos de los requisitos de notificación previa:

- Alimentos hechos por un individuo en su domicilio particular y enviados por dicho individuo como un regalo personal (es decir, para fines no comerciales) a otro individuo en los Estados Unidos.
- Productos alimenticios a base de carne, productos a base de pollo y huevos que estén sujetos a la jurisdicción exclusiva del Ministerio de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) y que cumplan con las normas y reglamentaciones del USDA.

Se requiere notificación previa en el primer puerto de arribo de los Estados Unidos o durante el transporte por los Estados Unidos para cualquier envío con destino a Canadá, República Dominicana, Puerto Rico, Anguila, Antigua, Bermuda, Dominica, Guadalupe, Montserrat, Nevis, St. Eustatius, St. Kitts, St. Barthelemy, Islas Vírgenes (Estados Unidos) e Islas Vírgenes (Gran Bretaña).

II. Reglamentaciones en materia de envasado y etiquetado

Dado que la vainilla es muy sensible a la humedad y muy valiosa, el embalaje no debe ser dañado, es importante mantenerla segura y protegida antes y durante el envío.

Un método de transportar la vainilla es envuelta con papel encerado y después enlatada, posteriormente se embala en cajas de madera (48 kilogramos) y cada caja contiene 4 latas; la vainilla es también envasada al alto vacío y en tubos de cristal. (US Customs, 2006)

En tiempo de lluvia o nieve, la carga debe ser protegida de la humedad, ya que esto puede conducir a la corrosión de las latas. La vainilla requiere condiciones de ventilación optimas la gama de temperatura de viaje favorable es entre 5 °C y 25 °C ,

es decir, la vainilla debe ser transportada en áreas con temperaturas bajas y secas durante el viaje.

En cualquier caso, si el contenedor es calentado por el sol y las temperaturas son mayores a 25 °C, se pueden dañar las propiedades de sus aceites esenciales. Para asegurar que el producto no adquiera ningún hongo debido a la influencia de la humedad, las vainas de vainilla son embaladas en latas, ya que las especias, como lo es en éste caso la vainilla, son mercancías que actúan de forma alterna con la humedad en el aire, de ésta manera, el riesgo de formación de ciertos hongos es mayor en el aire caliente y húmedo. (Ibídem)

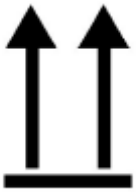
Marcas en el Embalaje		
		
Frágil, manéjese con cuidado	Hacia Arriba	Manténgase Seco

IMAGEN 7. SEÑALAMIENTOS DE EMBALAJE

Al momento de etiquetar el producto, hay que tomar en cuenta que Canadá y Estados Unidos cuentan con diferentes normas de etiquetado y serán tratadas a continuación.

i) Canadá.

En Canadá las regulaciones de etiquetado de los productos alimenticios, está a cargo de la Food and Drugs Act, la cuál prohíbe la venta de alimentos con las siguientes características:

- Que contengan sustancias tóxicas o dañinas;
- Que no sean aptos para consumo humano;
- Que contengan ingredientes no aptos para el consumo humano;
- Que estén adulterados;

- Que hayan sido fabricados, preparados, conservados, envasados o almacenados en condiciones no higiénicas.

Con Base en información obtenida de el Acta sobre regulaciones para en envasado y etiquetado de productos, se mencionan los requisitos de etiquetado para exportar a Canadá. (Consumer Packaging and Labelling Act and Regulations*, 2006*)

1. Requisitos generales de etiquetado

La información que se incluya en las etiquetas debe ser verídica, sin que induzca a confusión o a engaño, y la información requerida debe tener las siguientes características:

- De lectura fácil y claramente visible (con cuerpo de letra mínimo de 1.6 mm., medido a partir de la letra "o" minúscula, excepto en casos especiales)
- En cualquier lado del envase menos la base, excepción hecha de la información que obligatoriamente debe figurar en el panel principal.

2. Alimentos que requieren etiquetado

Todos los alimentos envasados para consumo requieren una etiqueta, excepto:

- Unidades individuales de pequeño tamaño, como caramelos o goma de mascar comercializados individualmente;
- Frutas y verduras frescas atadas con una banda o similar inferior a 12.7 mm de ancho.

3. Requisitos de idioma

Toda la información de inclusión obligatoria en etiquetas deberá figurar en francés e inglés, con la siguiente excepción:

- La identidad y sede social de la persona o empresa que manufactura, procesa, o envasa el producto o por cuenta de la que se manufactura, procesa o envasa el producto puede incluirse en cualquiera de los dos idiomas (inglés o francés) indistintamente.

Además, la toda información en la etiqueta puede figurar en un idioma solamente en los siguientes casos:

- En contenedores de transporte no destinados al consumidor;
- Productos destinados a estudios de Mercado;
- Alimentos especiales, definidos según las Food and Drugs Regulations

4. Nombre común

El nombre común de un alimento es:

- El nombre establecido en las Food and Drugs Regulations, por ejemplo: "*orange juice from concentrate*" (zumo de naranja procedente de concentrado), "*60% whole wheat bread*" (pan con 60% de harina de trigo integral), "*milk chocolate*" (leche con chocolate), "*mayonnaise*" (mayonesa); etc.
- El nombre establecido en cualquier otra norma federal, por ejemplo., *mixed vegetables* (menestra de verduras), *breakfast sausage* (salchicha de desayuno), etc.;
- Si no está establecido por ninguna normativa, el nombre por el que comúnmente se conoce el producto, por ejemplo: *orange drink* (naranjada), *vanilla cookies* (galletas de vainilla), *chocolate cake* (tarta de chocolate), etc.

El nombre común debe estar en el panel principal de la etiqueta, en inglés y francés, impreso en letra con cuerpo mínimo de 1.6 mm medido en la letra "o" minúscula.

El nombre común:

- No puede incluir términos no justificados por la composición del producto;
- No debe sugerir engañosamente un lugar de origen;
- No puede ser similar, directa o fonéticamente, al nombre de otro producto del que es una imitación o sustituto.

5. Cantidad neta

Los productos envasados para el consumo deben incluir una declaración de cantidad neta, con las siguientes excepciones:

- Porciones individuales preparadas y vendidas en máquinas expendedoras.
- Porciones individuales servidas por un restaurante, aerolínea, etc. como aperitivos o como acompañamiento a comidas;
- Ciertos productos que varían en tamaño (por ejemplo, pavos, cortes de carne) vendidos por un mayorista a un minorista.

La legislación canadiense exige una declaración de cantidad neta en alimentos envasados para el consumo. La cantidad neta debe estar declarada en unidades métricas en el panel principal en los envases para consumo, en ingles y francés y debe indicarse:

- En volumen, para líquidos; por ejemplo, mililitros o litros (para cantidades superiores a 1.000 ml)
- En peso, para sólidos; por ejemplo, gramos o kilogramos (para cantidades superiores a 1.000 g)

La cantidad neta debe redondearse a tres cifras, a no ser que la cantidad sea inferior a 100, en cuyo caso se redondeará a dos cifras:

- Ejemplo: 453,59 se redondea a 454
- 85,6 se redondea a 86
- 6,43 se redondea a 6.4

6. Nombre y dirección

En productos importados, el nombre y dirección postal de la empresa importadora del producto debe incluirse en cualquier panel de la etiqueta, excepto el inferior, impresa en letras con un cuerpo no inferior a 1.6 mm. medido en la letra "o" minúscula, en francés o inglés, indistintamente. Esta dirección deberá ir precedida de las frases "*imported by/importé par*" o "*imported for/importé pour*", a no ser que el origen geográfico del producto se especifique inmediatamente a continuación de la dirección canadiense.

7. Lista de ingredientes

En general, los ingredientes deben ser enumerados en orden descendente de proporción en peso del producto, excepción hecha en el caso de sal, especias, condimentos y hierbas, aromas artificiales y naturales, potenciadores del sabor, aditivos y nutrientes minerales y vitamínicos y sus derivados, que pueden incluirse al final de la lista en cualquier orden. Es importante saber que la lista de ingredientes debe presentarse en inglés y francés.

Cuando a los alimentos se añadan preparados vitamínicos, nutrientes minerales, aditivos o potenciadores del sabor, éstos deben registrarse en la lista de ingredientes por el nombre común del ingrediente activo presente, por ejemplo, *vitamin A palmitate* (palmitato de vitamina A).

8. Aromas artificiales

Cuando un aroma artificial (por ejemplo, aroma artificial de manzana) se añade a un alimento, ya sea solo o en conjunción con sabores aromas naturales, y un dibujo en la etiqueta sugiere el origen natural del aroma (en este ejemplo, el dibujo de una manzana), la etiqueta debe informar de que el aroma es imitación (*imitation*), artificial (*artificial*) o simulado (*simulated*) en la misma etiqueta, o espacio adyacente, en que aparece el dibujo, en francés e inglés. La información debe estar impresa en un tipo de letra de cuerpo similar o superior al de los numerales en la cantidad neta.

9. Fecha de consumo preferente (*Durable life*)

Período de consumo preferente es el período, contado a partir de la fecha en que se envasa el alimento para su venta al público, durante el que éste conserva su condición normal, sabor y valor nutritivo, siempre que se haya almacenado en las condiciones apropiadas.

Los alimentos envasados para el consumo con una duración igual o inferior a 90 días deben llevar una fecha de consumo preferente (*best before/meilleur avant*), con las siguientes excepciones:

- Frutas y hortalizas frescas;
- Porciones individuales preparadas y vendidas en máquinas expendedoras.
- Porciones individuales servidas por un restaurante, aerolínea, etc. como aperitivos o como acompañamiento a comidas;

10. Tamaños estándar de envase

Los tamaños de envase de ciertos alimentos envasados para el consumo están estandarizados; Entre estos productos se encuentra el vino, que puede venir en envases con las siguientes capacidades:

- 50, 100, 200, 250, 375, 500 ó 750 ml
- 1, 1.5, 2, 3 ó 4 l.

ii) Estados Unidos.

La industria de alimentos procesados está vigilada por el FDA (Food and Drug Administration) los fabricantes de alimentos tienen que registrar su fábrica con el FDA ya que el número de registro es indispensable para exportar el producto; así mismo la FDA establece regulaciones para todos los productos alimenticios y sus derivados. (Food Labeling Guide, 2006)

Los principales requisitos de etiquetas/apariencia que deben cumplir los productos alimenticios son:

1. Denominación del producto: En el panel principal del envase el producto debe tener un nombre común o un término que describa la naturaleza básica del alimento.
2. Declaración del contenido neto: Tiene como función indicar la cantidad total del producto en el envase. Se pueden usar los dos sistemas de medida (métrico y inglés).
3. Lista de ingredientes: Declarar todos los ingredientes presentes en el producto de forma descendente. Se debe localizar en el panel de información conjunto con el nombre y dirección del productor o donde se localice el panel de información nutricional.
4. Panel de información nutricional: donde se especifican los ingredientes y las cantidades de los mismos en el producto.

5. Nombre y dirección del responsable: La etiqueta debe declarar el nombre y la dirección del productor, empacador o distribuidor. Debe incluir la dirección, cuidad, país y código postal.

6. Lugar de origen: Requiere que el país de producción esté claramente señalado.

7. Idiomas: La ley exige que todos los elementos aparezcan declarados en inglés.

8. Reclamaciones: Existen regulaciones muy estrictas para cualquier reclamación sobre productos alimenticios. En la etiqueta debe consultar un especialista en este tema para asegurar que esté permitido lo descrito en ella.

Las etiquetas deben tener:

• Formatos distintivos y fáciles de leer que permitan al consumidor encontrar rápidamente la información que necesita sobre la salubridad del alimento.

• Información sobre la cantidad de grasa saturada, colesterol, fibra y otros nutrientes de gran influencia para la salud que se encuentran en cada ración del alimento de que se trate.

• Referencia al valor nutritivo de cada componente expresado en un porcentaje del valor diario recomendado, ayudando así al consumidor a ver cómo encaja el alimento en la dieta diaria.

• Definiciones uniformes para términos que describen el contenido nutricional de un alimento como “light”, “low fat”, o “high fiber” para asegurar que tales términos significan exactamente lo mismo para los producto en los que aparezca.

El panel de información debe incluir el etiquetado con la siguiente información:

• Información sobre nutrición.

• Nombre y dirección del fabricante, planta de envasado o distribuidor.

• La declaración de ingredientes.

Para el panel de información es aconsejable utilizar un tipo y tamaño de letra destacable y fácil de leer, así mismo, deben contrastar suficientemente con el fondo de la etiqueta para facilitar su lectura. Se permite el uso de una tipografía más reducida en envases muy pequeños.

En cuanto al nombre del producto, éste debe aparecer en el panel de presentación principal, debe estar redactado en inglés aunque puede estar acompañado de otras versiones en idiomas extranjeros.

La etiqueta también debe indicar la forma en que se vende el alimento: rebanado, entero, partido a la mitad, etc. Un nuevo alimento que sea sustituto de otro tradicional, debe ser etiquetado como imitación si contiene menos proteínas, vitaminas o minerales. En este caso debe incluirse la palabra "imitation" (imitación) en la misma tipología y tamaño que el usado para el nombre del producto imitado.

La declaración de contenido se refiere a la cantidad de producto contenido en un envase o recipiente. No incluye el peso del recipiente, envolturas, o material de embalaje. El volumen neto debe aparecer en el panel de presentación principal, y ser visible, llamativo y fácil de leer.

Las unidades de medida en Estados Unidos corresponden al modelo inglés, no al sistema métrico decimal, lo que puede generar problemas al momento de calcular una medida.

Sobre la declaración de los ingredientes cabe mencionar que Este tipo de declaración se requiere para todos los alimentos envasados compuestos de dos o más ingredientes. Los ingredientes se escriben en orden descendente de mayor a menor peso, en la misma etiqueta donde está el nombre y el domicilio del fabricante, planta de envasado o distribuidor. Puede ser tanto el panel de información o el panel de presentación principal.

Los siguientes son alimentos exentos de cumplir con la tabla nutricional en la etiqueta del producto:

• Alimentos servidos para ser consumidos inmediatamente como por ejemplo en cafeterías de hospitales, aviones y aquellos vendidos en establecimientos de comida rápida, venta ambulante o máquinas expendedoras.

• Alimentos listos para comer que no son para un consumo inmediato pero están preparados principalmente en el propio establecimiento. Por ejemplo productos de pastelería, panadería o confitería.

• Alimentos envasados a granel, dado que no serán vendidos de ese modo al consumidor final.

• Alimentos medicinales, como aquellos suministrados a pacientes con determinadas enfermedades para cubrir sus necesidades nutritivas.

• Café, té y algunas especias y otros alimentos que no contienen propiedades nutritivas significantes.

En caso contrario el producto deberá cumplir con la siguiente tabla nutricional:

Denominación en español	Denominación en Inglés	Abreviaturas Permitidas
Calorías Totales	total calories	
Calorías de Grasa	calories from fat	Fat Cal
Calorias de grasa saturada	calories from saturated fat	Sat Fat Cal
Grasa Total	total fat	
Grasa Saturada	saturated fat	Sat Fat
Grasa polinisaturada	polyunsaturated fat	Polyunsat Fat
Grasa monosaturada	Monounsatured fat	Monounsat Fat
Colesterol	Colesterol	Cholest
Sodio	Sodium	
Potasio	Potassium	
Carbohidratos totales	total carbohydrate	Total Carb
Fibra dietética	dietary fiber	Fiber
Fibra soluble	soluble fiber	Sol Fiber
Fibra Insoluble	insoluble fiber	Insol Fiber
Azúcares	Sugars	
Azúcar - Alcohol	sugar – alcohol	Sugar alc
Otros Carbohidratos	other carbohydrate	Other Carb
Proteinas	Protein	
Vitamina A	vitamin A	
Porcentaje de vitamina A presente. Como beta-caroteno	percent of vitamine A present as beta – carotene	
Vitamina C	vitamin C	
Calcio	Calcium	
Hierro	Iron	
Otras Vitaminas y minerales esenciales	Other essential vitamins and minerals	

IMAGEN 8. Norma de Etiquetado.
Fuente: Elaboración propia con datos de Food and Drugs Administration

El lugar donde dicha tabla debe colocarse es como se describe en la siguiente imagen, mostrada a continuación:

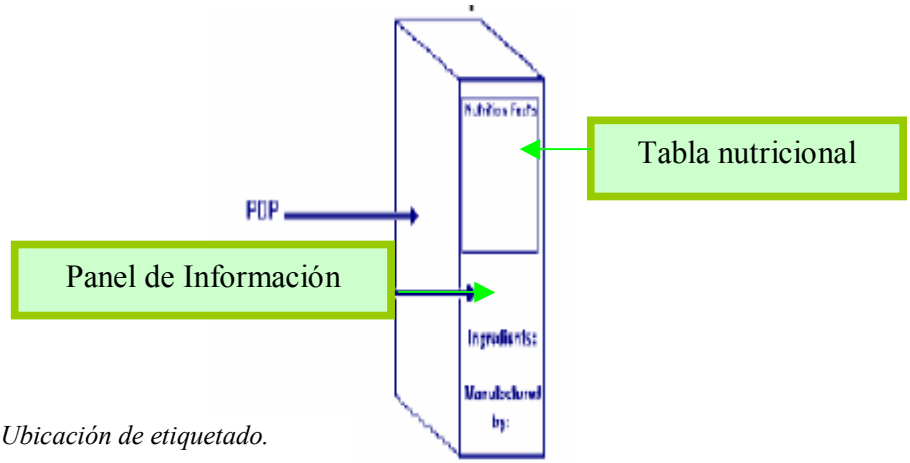


IMAGEN 9. Ubicación de etiquetado.

Elaboración propia con información de:
Food and Drugs Administration

Un ejemplo de la tabla de Nutrición en un envase es el siguiente:

Para envases pequeños:

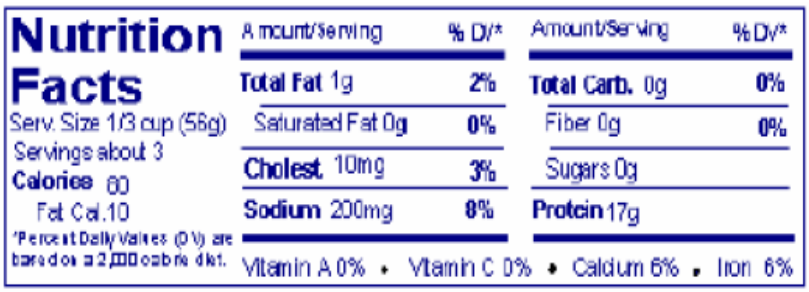
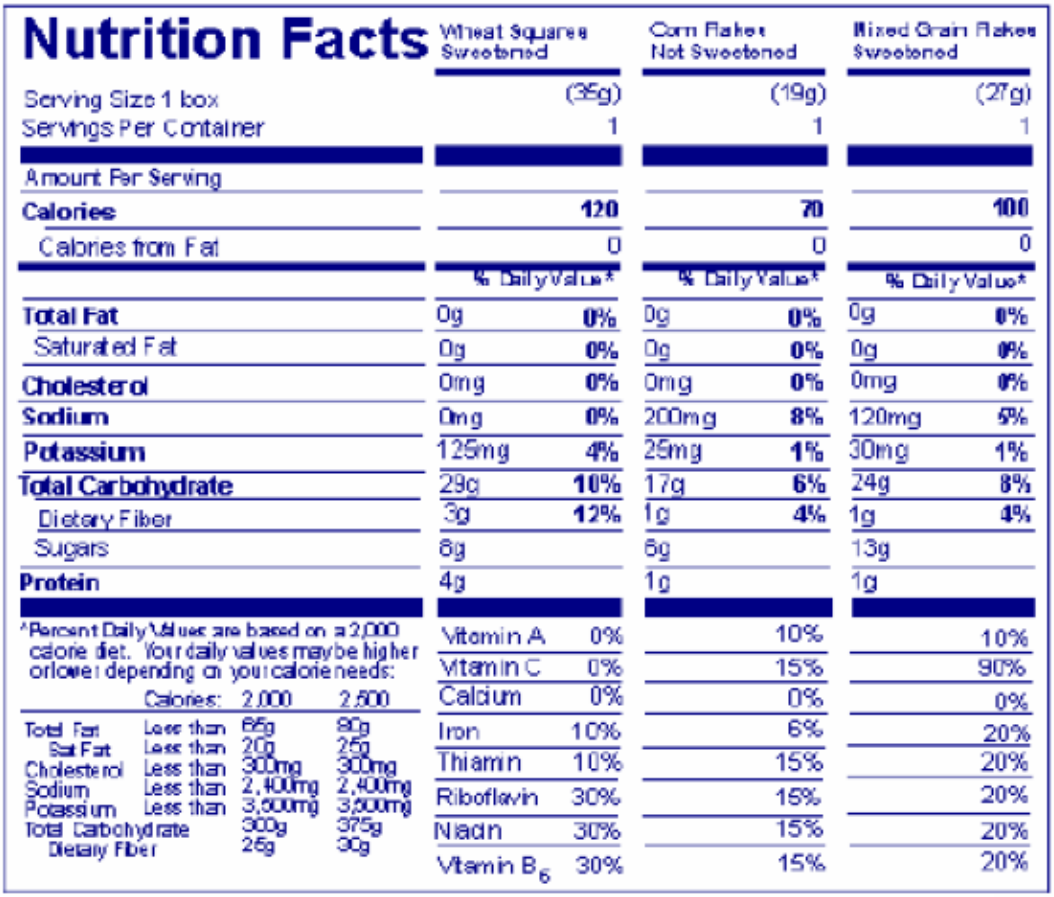


IMAGEN 10. Contenido Neto e Ingrediente para envases pequeños.

FUENTE: Imagenes obtenidas de Food and Drugs Administration

Para envases grandes:

Para envases mayores donde no hay suficiente espacio en el panel informativo principal, la FDA permite que la información nutricional aparezca en cualquier etiqueta donde sea fácilmente visible para el consumidor.



Nutrition Facts

	Wheat Squares Sweetened		Corn Flakes Not Sweetened		Mixed Grain Flakes Sweetened	
Serving Size 1 box	(35g)		(19g)		(27g)	
Servings Per Container	1		1		1	
Amount Per Serving						
Calories	**120**		**70**		**100**	
Calories from Fat	0		0		0	
		% Daily Value*		% Daily Value*		% Daily Value*
Total Fat	0g	**0%**	0g	**0%**	0g	**0%**
Saturated Fat	0g	**0%**	0g	**0%**	0g	**0%**
Cholesterol	0mg	**0%**	0mg	**0%**	0mg	**0%**
Sodium	0mg	**0%**	200mg	**8%**	120mg	**5%**
Potassium	125mg	**4%**	25mg	**1%**	30mg	**1%**
Total Carbohydrate	29g	**10%**	17g	**6%**	24g	**8%**
Dietary Fiber	3g	**12%**	1g	**4%**	1g	**4%**
Sugars	6g		6g		13g	
Protein	4g		1g		1g	
Vitamin A		0%		10%		10%
Vitamin C		0%		15%		90%
Calcium		0%		0%		0%
Iron		10%		6%		20%
Thiamin		10%		15%		20%
Riboflavin		30%		15%		20%
Niacin		30%		15%		20%
Vitamin B_6		30%		15%		20%

*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:

	Calories:	2,000	2,500
Total Fat	Less than	65g	80g
Sat Fat	Less than	20g	25g
Cholesterol	Less than	300mg	300mg
Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg
Potassium	Less than	3,500mg	3,500mg
Total Carbohydrate		300g	375g
Dietary Fiber		25g	30g

IMAGEN 11. Contenido Neto e Ingrediente para envases grandes..
Imagen obtenida de Food and Drugs Administration

Otra de las consideraciones en el etiquetado de productos a Estados Unidos es el Valor diario o Daily Value, el cuál comprende dos grupos de estándares dietéticos: Daily Reference Values DRVs (Valores de referencia diarios) y Reference Daily Intakes RDIs (Referencia de consumo diario). Sin embargo, sólo en Valor Diario (Daily Reference Value) debe aparecer en la etiqueta para evitar confusiones en su lectura.

Hay otros estándares requeridos por el mercado aunque no por el gobierno: *El código de barras (UPC)*. En los EE.UU. se usa el código de barras UPC ó "Universal Product Code". Los ejemplos se muestran a continuación:

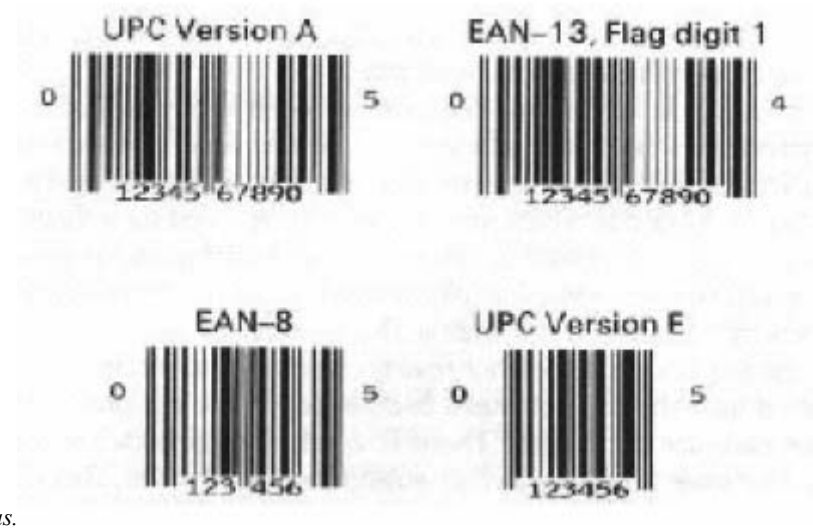


IMAGEN 12. Código de Barras.

Fuente: Food and Drugs Administration.

Ya que la marca define y representa a una empresa o a un producto, cabe mencionar que si se tiene una marca registrada del mismo, esto implica ventajas, por lo que es muy importante tenerlo en cuenta.

5.1.5 Tratados comerciales.

México, Estados Unidos y Canadá son parte del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN o NAFTA), entró en vigor el 1º. De Enero de 1994, dentro de los puntos a destacar del TLCAN se encuentran los siguientes puntos:

- ☑ La eliminación de aranceles en un 100% dentro de un periodo de 15 años.
- ☑ Asegurar que las ventajas del TLC se otorguen sólo a bienes producidos en la región de América del Norte y no a bienes que se elaboren total o en su mayor parte en otros países.
- ☑ Eliminación de barreras en el flujo de servicios.
- ☑ Aplicación de normas nacionales relativas al medio ambiente
- ☑ Establecimiento de comisiones con el poder de imponer multas y eliminar privilegios comerciales cuando las normas pactadas por las partes no se cumplan.

Para productos como la vainilla verde o beneficiada, se gozan de beneficios los cuales se pueden ver en las reglas de origen; las reglas de origen disponen que los bienes se deban de considerar originarios de la región cuando son producidos en su totalidad en los países de América del Norte. Los bienes que contengan materiales que no provengan de la zona también se considerarán originarios, siempre y cuando los materiales ajenos a la región sean transformados en cualquier país socio del TLC. Dicha transformación deberá ser suficiente para modificar su clasificación arancelaria conforme a las disposiciones del Tratado. En algunos casos, además de satisfacer el requisito de clasificación arancelaria, los bienes deberán incorporar un porcentaje específico de contenido regional. El TLC contiene una disposición similar a la existente en el Acuerdo de Libre Comercio entre Canadá y Estados Unidos (ALC), que permite considerar los bienes como originarios, cuando el bien terminado se designe específicamente en la misma subpartida arancelaria que sus componentes y cumpla con el requisito de contenido regional. El TLC otorga beneficios para gran variedad de productos originarios de la región, de cuatro maneras:

- Productos totalmente adquiridos o producidos dentro de la región.

Para productos que están hechos a base de vainilla (jabones, extractos, licores, etc) se deben tener consideración de los siguientes puntos.

- Productos producidos totalmente dentro de la región exclusivamente con materias originarias.
- Productos que cumplan la regla específica del apéndice 401 sobre el origen.
- Productos desmontados y clasificados con sus repuestos que no cumplan la regla del apéndice 401 sobre el origen, pero que contengan el 60% del valor regional utilizando el método del valor de las transacción (50% utilizando el método del costo neto).

Los productos que clasifican como originarios perderán esta condición si posteriormente son objeto de alguna operación fuera de la región del TLC, que no sea

descargarlos, volverlos a cargar o cualquier otra operación para conservarlos en buena condición o para transportar los productos al Canadá, México o a los Estados Unidos.

La región del TLCAN abarca más de 21 millones de kilómetros cuadrados y cuenta con un mercado de más de 400 millones de personas, los tres países integrantes tienen acceso al Océano Pacífico y al Océano Atlántico, lo cual nos da la posibilidad de llegar al mercado Europeo como al Asiático.

5.2 Europa

5.2.1 Características del mercado

En Europa el mercado de la vainilla procesada es muy diverso, en su mayoría se pueden encontrar productos a base de vainilla natural provenientes principalmente de Madagascar, en las grandes tiendas departamentales, o en tiendas gourmet, y a finales del año 2005 encontramos principalmente: azúcar mezclada con vainilla (5€ euros), vainilla cristalizada o en polvo (6€ euros), té de vainilla (1.50€ euros), vainas beneficiadas envasadas en tubos de cristal (11€ euros) y extractos naturales (8€ euros); en el Mercado Alemán la vainilla es especialmente valorada y consumida y es uno de los mayores importadores y consumidores en el mundo; por otro lado en Francia o Suiza la Vainilla es utilizada como insumo en la elaboración de postres y en la industria repostera, en el Reino Unido la vainilla es utilizada como aromatizante de interiores debido a su dulce y delicado aroma y también en repostería fina; en España e Italia es utilizada comúnmente en la Fabricación de Helados, ya que ésta es una industria predominante en éstos países; como podemos ver la vainilla es utilizada y apreciada por el mercado Europeo, donde la vainilla mexicana tiene grandes oportunidades de posicionamiento.

5.2.2 Canales de distribución.

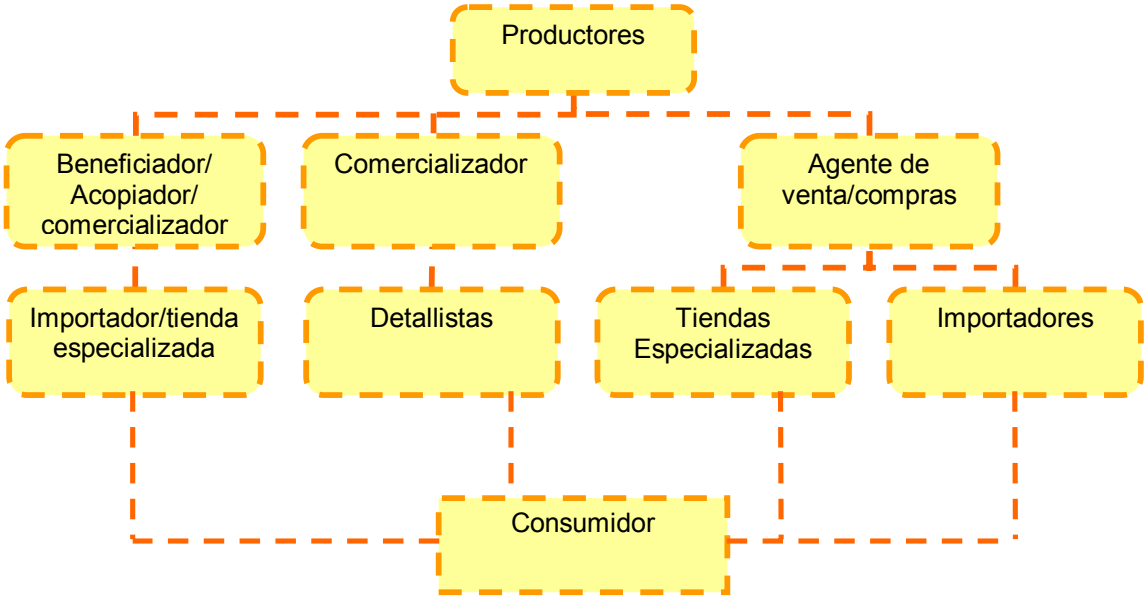


IMAGEN 13. Canal de distribución de la Vainilla en la Unión Europea.

Como se puede observar en el canal de distribución europeo en ninguno de los casos el productor es el mismo comercializador, es por eso que se necesitan un gran numero de intermediarios que incrementan el precio de la vainilla al consumidor final. Normalmente el productor vende su producción de vainilla verde a un acopiador que en numerosas ocasiones es también el beneficiador y comercializador, este a su vez consigue compradores en el exterior; también se puede encontrar que el comercializador compra la vainilla ya beneficiada y este la vende a otras tiendas.

5.2.3 Logística.

Para introducir sus productos al mercado Europeo existen dos formas únicamente, la Marítima y la Aérea, como ya se me mencionó con anterioridad, la aérea solo debe de ser usada en casos especiales por los altos costos a los que se incurren, por lo que una forma óptima y más económica de llegar es por barco.

A continuación se muestra una ruta posible a seguir.

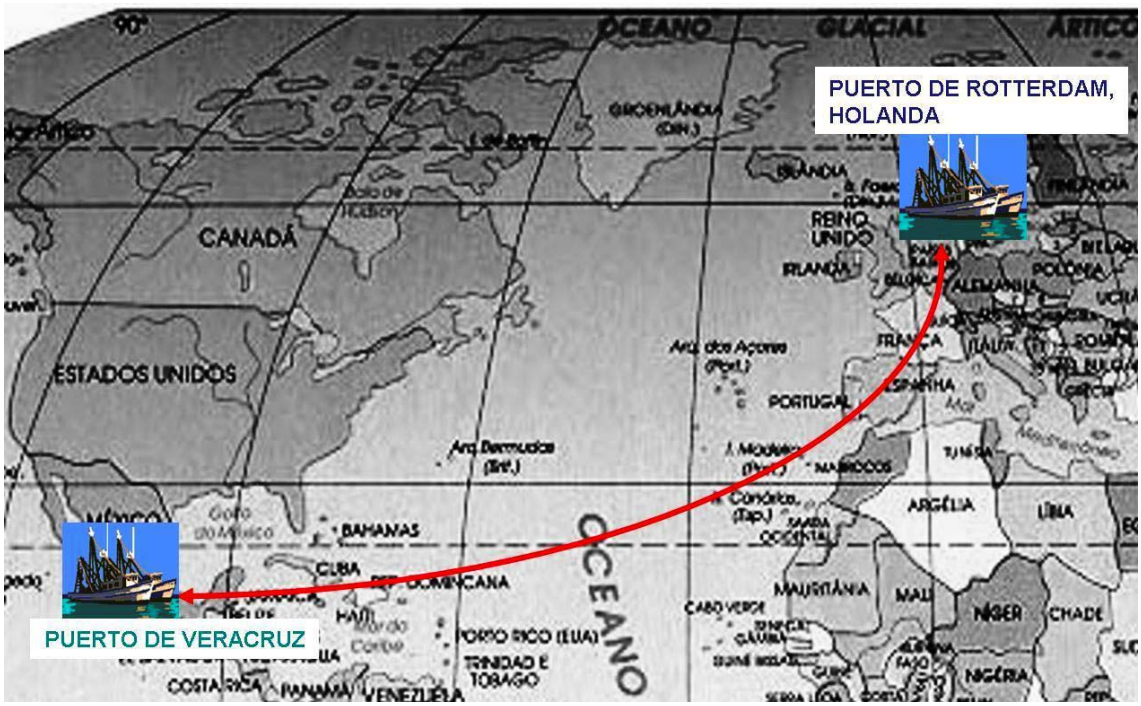


IMAGEN 14. Logística vía Marítima Veracruz – Rótterdam, Países Bajos.

IMAGEN 15. Logística vía marítima Veracruz – Hamburgo, Alemania.

5.2.4 Legislación

I. Reglamentaciones en materia de envasado y etiquetado

Es muy importante al exportar productos a la Unión Europea el tomar en cuenta el reglamento fitosanitario, el principal objetivo de la legislación fitosanitaria europea es proteger la seguridad de los alimentos derivados de vegetales y garantizar la salud y la calidad de los cultivos en todos los Estados miembros. También regula el comercio de vegetales y productos vegetales en el interior de la Comunidad así como las importaciones procedentes del resto del mundo, de conformidad con las normas y los compromisos internacionales en materia de fitosanidad. (Bancomext, 2006)

La siguiente información es obtenida del Libro Blanco de la Comisión Europea que trata sobre Seguridad alimenticia, realizado el 13 de enero de 2000, y el cuál procura reformar la legislación sobre alimentos de la Unión Europea y propone el establecimiento de una autoridad de independiente para regular todo lo que concierne a éste rubro.

Etiquetado

Los principales puntos que deben considerarse al elaborar una etiqueta de un producto que será exportado al mercado Europeo son los siguientes:

- Que sea fácil de entender
- Que sea fácilmente visible, clara, legible e indeleble
- Que proteja la salud
- Que proteja el comercio justo
- Que considere los derechos de propiedad industrial y comercial
- Que sea realizada en el idioma entendible para el consumidor

El etiquetado debe ser al menos traducido en, la lengua oficial del país para permitir el control de comercialización, y no perjudique que el consumidor pueda entender lo que se describe en el (Directiva 79/112 de Consejo del 18 de diciembre de 1978, 2006)

Requisitos generales de etiquetado

El nombre por el cual es vendido el producto. Todos los ingredientes del producto ordenados de forma descendente, esto, precedida por un título que incluya la palabra "ingredientes". La cantidad neta de productos previamente envasados en unidades métricas (litro, centilitro, mililitro) para líquidos (y kilogramo, gramo) para no líquidos.

La fecha de durabilidad mínima que consiste en día, mes y año precedido por las palabras " consumase antes de" es importante el establecer las fechas para bienes sumamente perecederos. Deben mencionarse las condiciones en las que deba preservarse el producto, ya que esto que interfiere en el consumo del mismo.

Debe mencionarse el nombre y dirección del fabricante, el nombre de la empresa y la empresa empacadora o comercializadora en la Unión Europea. No debe omitirse el poner en la etiqueta el lugar de donde proviene el producto y lugar de origen del mismo.

Los productos deben ser etiquetados con su nombre genérico. Ninguna marca registrada, marca u otro nombre pueden ser substituidos por el nombre genérico, sin embargo pueden ser incluidos. El nombre debe aparecer sobre el embalaje externo en el cual los productos son presentados para el control de comercialización. A sí mismo, la cantidad neta de productos previamente envasados debe ser expresada en unidades métricas (litro, centilitro, mililitro) para líquidos y para los no líquidos (kilogramo, gramo)

- ✓ El embalaje será diseñado, producido y comercializado de tal modo que sea posible su reutilización o recuperación, incluyendo el reciclaje, y reducir al mínimo su impacto sobre el ambiente.
- ✓ El embalaje será fabricado de tal forma que la presencia de sustancias nocivas y materiales peligrosos como los componentes del material de embalaje o de cualquiera de los componentes del embalaje sean reducidas al mínimo. (Parlamento Europeo y Consejo. Directiva 94/62/EC del 20 de diciembre de 1994).

Además de lo mencionado con anterioridad hay que revisar si existen otros lineamientos en cuanto al envase y embalaje, a continuación se presentan algunos requisitos que difieren de país a país:

- ☒ Prohíbe la venta de envases y embalajes que no pueden reutilizarse, reciclarse o incinerarse para recuperar energía. (Alemania)
- ☒ Obliga al distribuidor a quitar el embalaje de transporte antes de ofrecer el producto a la venta. (Alemania)
- ☒ En el etiquetado exige especificar en el envase de que está hecho y el sistema de retorno así como derecho a desechar envases o embalajes de sus compras. (Alemania)
- ☒ Obligan a los productores o importadores a ocuparse de la eliminación de los residuos de envases que hayan puesto al mercado, etc. (Francia)

5.2.5 Tratados comerciales

Europa cuenta con el nivel de integración económica más avanzado del mundo, en el cual comparten moneda, eliminaron fronteras entre los países miembros y adquirieron una política externa común, lo que significa que si se accede a uno solo de los 25 países miembros, los demás son fácilmente alcanzables.

Según la Secretaría de Economía, dentro de los beneficios obtenidos por la firma del Tratado de Libre Comercio Unión Europea-México (TLCUEM) se encuentran lo siguientes:

- ✶ Acceso preferencial y seguro al mercado más grande del mundo.
- ✶ Generación de mayor flujo de inversión extranjera directa y alianzas estratégicas empresariales.
- ✶ Fortalecimiento de la presencia y posición estratégica de México en el mundo.
- ✶ Eliminación gradual y recíproca de aranceles a la importación.
- ✶ Desgravación diferenciada para distintos sectores.
- ✶ Eliminación de prohibiciones y restricciones cuantitativas, conservando el derecho de adoptar medidas necesarias para la protección de la vida, salud humana, animal y vegetal, medio ambiente y moral pública.

Dentro del sector agropecuario, los beneficios encontrados son:

- ✶ Desgravación inmediata y paulatina durante 10 años; existencia de cuotas de importación y lista de espera para productos agrícolas que gozarán de importantes apoyos a la producción y exportación.
- ✶ Acceso preferencial para 95% de las exportaciones agrícolas.
- ✶ Establecimiento de reglas, normas y disposiciones gubernamentales para proteger la salud humana, animal y vegetal, al medio ambiente y al consumidor.

Para tener acceso a estos beneficios se debe tener en consideración las siguientes reglas de origen:

- ✶ Preferencia a bienes originarios, a bienes elaborados con insumos originarios o con insumos no originarios con transformación suficiente.
- ✶ Expedición de certificado de origen por la SE.
- ✶ Reservación del derecho de verificación en las aduanas respectivas.

5.3 Tendencias.

5.3.1 Orgánicos.

Alemania constituye el mayor mercado Europeo, ya que representa más de un tercio de las ventas totales de productos orgánicos. Otros mercados importantes en términos de consumo total son: Francia, el Reino Unido, los Países Bajos, Suiza y Dinamarca. En mercados como Austria y Suecia, las cifras absolutas son menores, pero el consumo por habitante crece rápidamente.

Hasta mediados de 1990, los productos orgánicos tuvieron una escasa influencia debido a los elevados precios; una escasa oferta debido a la insuficiente participación de agricultores y transformadores de alimentos; limitada participación de los supermercados y de la mayoría de los establecimientos del sector alimenticio; y falta de confianza de los consumidores en la calidad de los productos. Aunque actualmente está aumentando la proporción entre el consumo de productos orgánicos y el gasto total en alimentos, el porcentaje se sitúa entre el 1% a 1,5 %. De acuerdo a recientes estudios de mercado, en el año 2005 estas cifras aumentaron entre 5% y 10%.

En la mayoría de los países, con excepción de Alemania, se espera una tasa de crecimiento del consumo superior al 10 % anual en el mediano plazo y en ciertos mercados como Suiza, Dinamarca, Suecia y el Reino Unido, se esperan tasas superiores al 25 %. El alza en las ventas de alimentos orgánicos, ha sido diferente en cada uno de los mercados europeos, pero tres factores comunes han influido fuertemente:

1. Conforme con las políticas agrarias ecológicas locales y de la UE, hubo un aumento del apoyo financiero a la conversión y desarrollo de la agricultura orgánica.

2. Entrada al mercado orgánico de las principales cadenas de supermercados. En general, los consumidores Europeos realizan gran parte de sus compras domésticas en los supermercados y debido a ello, la demanda global de productos orgánicos creció con mayor rapidez en aquellos países donde las grandes cadenas de supermercados promocionaron estos productos en forma más activa.

Además, otros factores estimularon este aumento en la demanda, como: el interés de los medios de comunicación, presencia de activos movimientos por la conservación del medio ambiente y partidos políticos verdes, y la polémica en torno al uso de organismos genéticamente modificados.

I. Organismos Reguladores.

a) IFOAM

La Federación Internacional para los Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM), fue fundada en 1972 y es la organización internacional más importante de Agricultura Orgánica, con más de 700 asociados en los cinco continentes. IFOAM ha establecido las "Normas Básicas" para la producción y procesamiento de productos orgánicos, constituyendo un marco de referencia para diversos programas de certificación en todo el mundo.

b) Normas de la Comisión de Codex Alimentarius

La formulación de las directrices de Codex Alimentarius, se basa en gran medida en los reglamentos de la Unión Europea sobre alimentos orgánicos y en las normas de IFOAM. La elaboración de estas normas, refleja la importancia que tiene la Agricultura Orgánica para destacadas organizaciones internacionales y es un esfuerzo adicional en la unificación de criterios.

c) Organización Internacional de Normalización (ISO)

Aunque ISO no ha desarrollado normas específicas de Agricultura Orgánica, cuenta con dos normas muy importantes para los organismos certificadores y acreditadores. La "Norma ISO 65" 2 es importante sólo para los organismos de certificación, ya que se establecen los requisitos que deben cumplir para poder ser acreditados. Por su parte, la "Norma ISO 61" 3 define los requisitos aplicables a los organismos acreditadores.

d) Normativa Europea de Certificación de Productos Orgánicos Reglamento (CEE) Nº 2092/91

La normativa básica de la UE sobre productos ecológicos y sus modificaciones, es el Reglamento (CEE) Nº 2092/91 del Consejo del 24 de junio de 1991. Actualmente, éste es aplicable a todos los productos transformados y no transformados, de origen vegetal o animal. La administración y aplicación de las normas ecológicas están a cargo de las autoridades nacionales de cada Estado Miembro de la UE.

Cada Estado Miembro de la UE ha establecido un sistema de inspección, integrado por autoridades públicas de control y organismos de control y/o de certificación. El registro y autorización de los organismos de certificación privados, está a cargo de las autoridades de control designadas en cada país miembro y su radio de acción está limitado sólo a los organismos certificadores de su país. Todos los años la Comisión Europea publica una nómina con los organismos de inspección y certificación autorizados por los estados miembros para realizar este tipo de actividades en cada país.

Además de las normativas oficiales, existen sellos de calidad privados basados en normas internas. Numerosos organismos de certificación de la UE han optado por elaborar normas privadas, sin embargo, todas estas normas privadas deben cumplir como mínimo con el Reglamento (CEE) Nº 2092/91.

e) Ley de Productos Orgánicos en México.

México a su vez también cuenta con una legislación especial nombrada como Ley de Productos Orgánicos que regula todo lo relativo a los alimentos de ésta naturaleza.

II. Certificación de Productos.

La certificación es la forma de garantizar que los productos orgánicos, han sido producidos conforme a normas establecidas. De esta manera, se protege y da confianza a consumidores, productores y comercializadores.

Un programa de certificación puede vincularse a normas oficiales o privadas; no obstante, siempre que existan normas oficiales en vigor, los programas de certificación privados deben diseñarse de modo que los productos certificados cumplan ambas normas en forma simultánea.

Para que un producto sea certificado como orgánico, debe comprobarse que todos los operadores de la cadena comercial, entre los que figuran agricultores, transformadores, agroindustrias, exportadores, importadores, mayoristas y minoristas, actúan en conformidad con las normas y reglamentos del programa de certificación correspondiente. En ocasiones, cada operador de la cadena de producción puede estar certificado por diferentes organismos.

Una vez que la certificación ha sido otorgada, el operador (productor, comercializador, etc.) etiqueta el producto con la marca correspondiente, responsabilizándose continuamente por su correcto uso frente al organismo de certificación y/o al propietario de la misma.

En términos generales, el proceso de certificación puede dividirse en dos partes:

a) la inspección, que consiste en la revisión en terreno de los procedimientos de producción, procesamiento, transporte y manejo de la documentación.

b) la certificación, que corresponde a la revisión del informe de inspección y decisión de certificación por parte de un Comité.

Se exige a los agricultores que ofrezcan información básica sobre su explotación, como superficie, tipo de cultivos, sistema de rotación e historial de manejo en los años anteriores, prácticas de producción, uso de insumos y otras materias primas utilizadas. Los transformadores y envasadores deben remitir información sobre todo el proceso, capacidades y operaciones. Es importante destacar que en la certificación de productos orgánicos, se certifica un proceso de producción, no sólo las características mensurables de un producto final.

La certificación no es un procedimiento que se desarrolle en una sola ocasión, por el contrario, corresponde a un sistema de seguimiento e inspección continuo, por lo tanto una vez ingresado al sistema de control, el proceso se repite periódicamente en forma anual o por períodos más cortos, dependiendo de la actividad que se esté certificando.

Los organismos encargados de la certificación de productos de naturaleza orgánica deberán de demostrar el cumplimiento de criterios de transparencia e independencia, En caso contrario, dichos productos que tengan como destino la UE no serán reconocidos como válidos.

5.3.2 Extracto puro de vainilla.

Existen alrededor de 150 variedades de vainilla, pero solamente se utilizan dos de ellas para hacer extractos de vainilla y estas son: **la Vainilla Planifolia y la Vainilla Tahitensis.** Los extractos se hacen con la combinación de las vainas de vainilla con alcohol etílico y agua; normalmente el proceso se lleva a cabo manteniendo bajas temperaturas para minimizar la pérdida del sabor de la vainilla, aunque algunos

consideran que para realizar una mejor extracción se debe de calentar. Muchas compañías juntan varias vainas provenientes de diversos lugares para dar un sabor único a su extracto. El proceso de extracción tarda aproximadamente 48 horas, después de transcurrido este tiempo, el extracto permanece en tanques con las vainas durante varios días e incluso semanas antes de ser colado a otro tanque en donde adquiere su color característico ámbar oscuro, aquí es almacenado hasta que es embotellado, el FDA (Food and Drugs Administration) de Estados Unidos, solicita un mínimo de 13.35 onzas de vainas de vainilla por cada galón y que éste contenga un mínimo de 35 por ciento de alcohol y un 65 por ciento de agua.

El extracto puede contener azúcar, caramelo, colorizantes, etc. Como la vainilla es naturalmente dulce no es necesario utilizar mucho endulzante, aunque algunas compañías utilizan 25 por ciento o más azúcar en sus extractos, y algunos otros usan del 3 al 5 por ciento de azúcar como estabilizador. El extracto de vainilla tiene mejor sabor con el paso del tiempo, es por eso que algunas compañías lo dejan envejecer en su almacén antes de comercializarlo.

Los extractos adquieren cuerpo y profundidad durante los dos años siguientes a su fabricación y éste es el tiempo que tardan en estabilizar su sabor. Tienen una vida prolongada mientras estén almacenados en un lugar oscuro y fresco lejos de cosas calientes y la luz del sol; no se recomienda la refrigeración. Los extractos más finos son considerablemente más caros, pero el sabor es significativamente mejor ya que fueron hechos con materiales de alta calidad, contienen pocos o ningún aditivo y son añejados naturalmente.

El extracto que es hecho con Vainilla Planifolia (la vainilla que se encuentra en México), es suave, cremosa y de mucho sabor; es especialmente buena para postres horneados durante poco tiempo o sin nada de calor, también se utiliza en chocolates obscuros, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, pollo o carne, postres cremosos y comidas hechas con chiles.

5.3.3 Saborizante natural de vainilla.

Hay personas que prefieren utilizar productos que no contienen alcohol, por lo que el extracto de vainilla se puede sustituir por saborizante natural de vainilla, este se puede encontrar en algunos supermercados o tiendas gourmet. Aunque éste tipo de saborizante tiene la misma base que el extracto (la vaina de vainilla), se hace con glicerina, por lo que la FDA no lo considera como extracto. La textura del saborizante es viscosa y un poco más oscura que la del extracto y tiene un olor ligeramente diferente,

5.3.4 Saborizante de vainilla/vainillina.

El sabor de la vainilla es una combinación de extracto puro de vainilla y substancias sintéticas, normalmente se utiliza la vainilla sintética (este producto no puede llevar "natural" en el empaque).

5.3.5 Vainillina natural.

La vainillina natural es uno de los 250 componentes que dan origen al sabor y olor de la vainilla. La vainillina natural se encuentra algunas veces en las vainas de vainilla en forma de cristales.

5.3.6 Vainilla de galletas.

Esta es una marca de vainilla creada por manufactureros Americanos de vainilla y es una mezcla de vainilla de Bourbón y Tahitiana que dan como resultado un dulce sabor floral.

5.3.7 Polvo de vainilla.

Existen diferentes tipos de polvo de vainilla disponibles en el mercado. El polvo de vainilla se utiliza primordialmente para bebidas si se desean con un sabor ligeramente dulce, también se puede mezclar con azúcar y crear azúcar con sabor vainilla o en productos terminados como pasteles.

5.3.8 Vainilla molida.

Este tipo de Vainilla es comúnmente confundida con el polvo de vainilla, la diferencia entre estas dos es que la Vainilla molida no contiene alcohol, por lo que el sabor no se pierde al momento de la cocción, como lo hacen algunos extractos de vainilla. La vainilla molida es normalmente utilizada en productos comerciales.

5.3.9 Vainilla agotada.

La vainilla agotada es la sobra de vainilla que queda al momento del proceso de extracción, en esta vainilla permanece un poco del sabor y es utilizada para helados comerciales y otros productos. No es recomendable para cocinar.

5.3.10 Pasta de vainilla.

Es un concentrado de extracto de vainilla con vainilla molida y vainilla agotada en una base pastosa. Es utilizada como sustituto de las vainas de vainilla.

5.4 Competencia Internacional.

La vainilla se caracteriza por que su hábitat natural se encuentra dentro los Trópicos de Cáncer y Capricornio, aunque también se le llega a encontrar fuera de esta zona ya sea en invernaderos o zonas de cultivo reguladas por el hombre, en países como Turquía y China.

A continuación se muestran las zonas geográficas de producción de vainilla en el mundo.

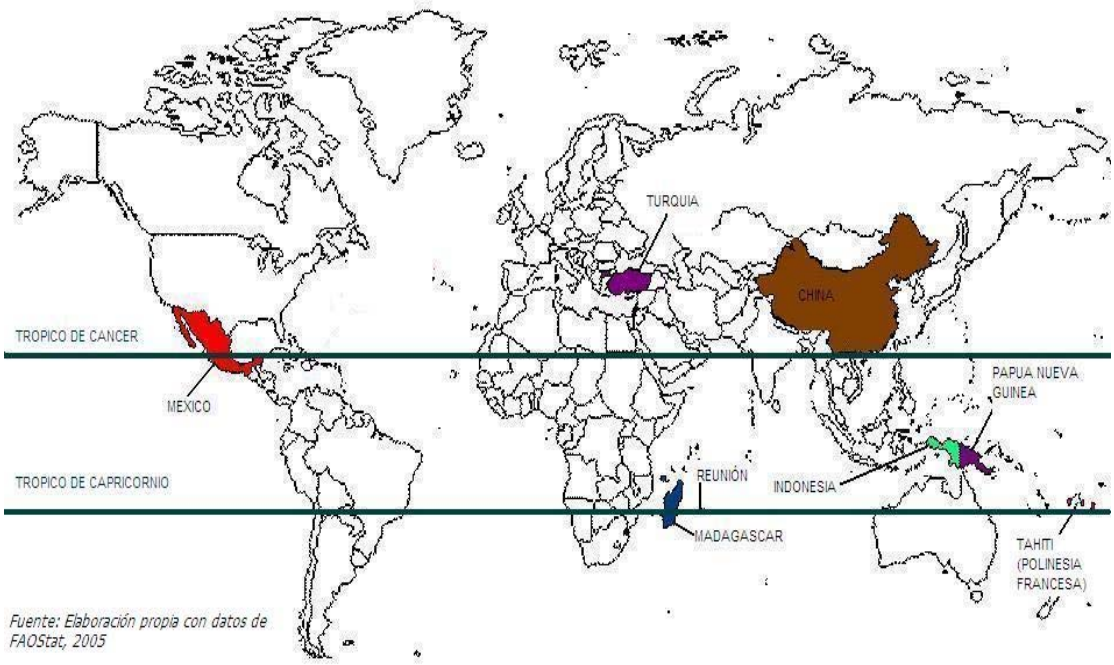


IMAGEN 16. Principales países productores de Vainilla.

Después del descubrimiento de la polinización manual de la orquídea de vainilla, México fue desplazado del primer lugar de producción mundial y en algún momento de la historia, desapareció como productor, convirtiéndose Madagascar en el principal productor a nivel mundial y lo continúa siendo aún después de cien años. Actualmente, Indonesia ha ganado campo debido a que ha incrementado su producción.(Center for flavor Education, First International Congress, Vanilla. 2005)

Madagascar continua siendo el líder indiscutible en hectáreas sembradas de vainilla, seguido de Indonesia y China, éste último tan solo cuenta con el 5% de hectáreas totales sembradas por Madagascar, pero cabe recordar que China tan solo tiene 5 años produciendo vainilla y además cuenta con mano de obra barata, lo que podría convertir a China en el próximo líder mundial en producción de vainilla beneficiada y con ello establecerá el precio por kilo de vainilla. (Ibídem)

Hectáreas sembradas de vainilla	Año	
	2004	**2005**
China	1,200	1,300
Indonesia	9,216	9,216
Madagascar	26,000	26,000
México	700	700
Total Mundial	39,201	39,311

TABLA 6.
Fuente: FAOSTAT Database, 2005

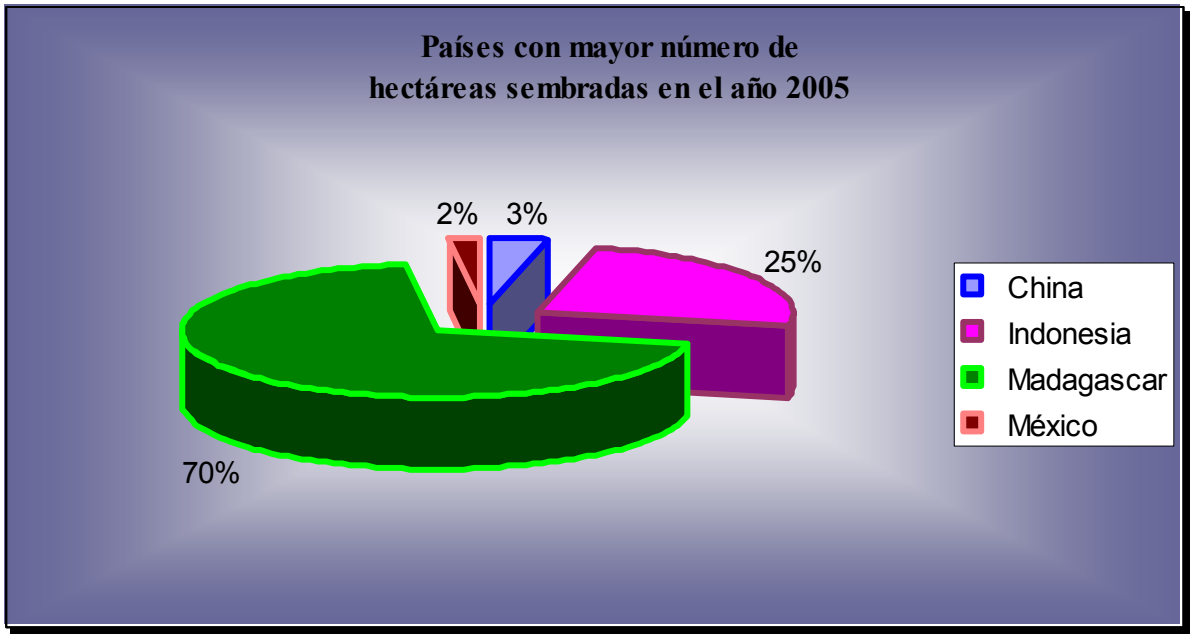


GRAFICO 3.
Fuente: Elaboración propia con datos de la FAOStat, 2005

Por otro lado, como se puede ver a continuación, Madagascar ha mantenido su producción de vainilla en 3000 toneladas pero ha reducido su porcentaje de participación en el mercado mundial cubriendo el 41.55% de la demanda mundial en 2004 y tan solo el 40.87% en el 2005.

Producción de Vainilla (Toneladas)	Año	
	2004	**2005**
China	900	1,000
Indonesia	2,387	2,399
Madagascar	3,000	3,000
México	189	189
Turquía	170	170
Total Mundial	7,220	7,339

TABLA 7.
Fuente: FAOSTAT Database, 2005

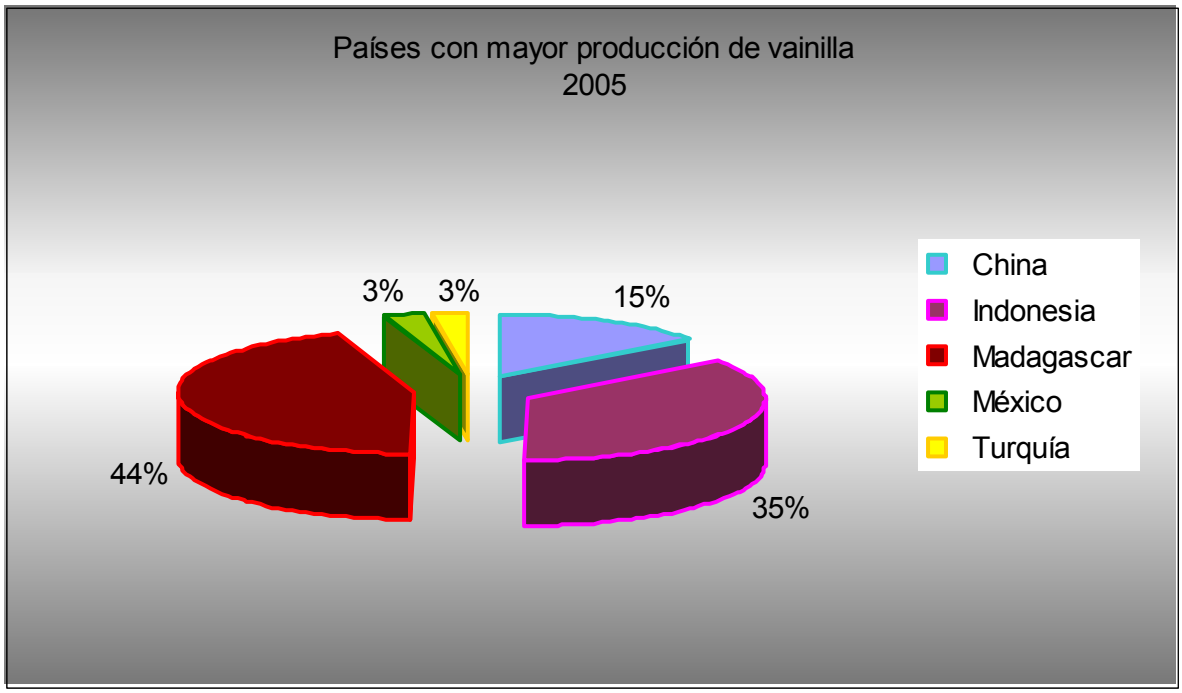


GRAFICO 4.

Fuente: Elaboración propia con datos de la FAOStat, 2005

A continuación se detallará la producción mundial por país:

5.3.1 Madagascar.

IMAGEN 17.

Fuente: www.mapquest.com, 2005.

La historia cómo llegó la vainilla a Madagascar se ha conservado gracias a que se ha contado de generación en generación. Se dice que la vainilla fue introducida por empresas francesas que se establecieron en el bosque de Nosy Be, en una pequeña isla al norte de Madagascar, en donde se obtuvieron cosechas de muy buena calidad, pero debido al rápido crecimiento de las plantaciones y al tipo de suelo de la isla, al poco tiempo fue imposible continuar expandiendo las zonas de cultivo, por lo que los productores decidieron cambiarse de isla y así fue como llegaron a Ambanja; los que decidieron permanecer en la isla, cambiaron su cultivo por café. Con los años, debido a sus fértiles tierras, Ambanja atrajo a numerosos grupos de emigrantes franceses, quienes al no gustar del clima de la isla decidieron mudarse a otras islas cercanas y por disposición de la Administración Francesa, se decretó que las cosechas de la costa este serían de plantas aromáticas, café y especias; la costa oeste sería dedicada a materiales textiles (algodón), arroz y frutas exóticas; la madera y otras frutas y vegetales se cosecharían en las tierras centrales. Aunque han ocurrido algunos cambios, básicamente se conserva la misma situación en la actualidad (The Vanilla Business in Madagascar, perspective from a private entrepeneur: 2005)

Madagascar comenzó a cosechar vainilla en los años de 1840, siendo Reunión el mayor productor de esta vaina en ese entonces; por otro lado en 1900 Madagascar tan solo producía 15 toneladas, en 1915 la cosecha había crecido a 233 toneladas y para 1929 producían el 80% de la vainilla que se consumía en el mundo. (Rain, Patricia; Vanilla: 2004)

Antes de 1992, compañías, exportadores, etc., que trabajaban con vainilla verde tenían muchos beneficios, ya que contaban con subsidios y préstamos otorgados por bancos pertenecientes al gobierno; además, muchos de los acopiadores tenían varios roles dentro del proceso del canal de distribución, como se muestra a continuación (Ibidem)

IMAGEN 18. Canal de distribución de Vainilla en Madagascar.

Fuente: Elaboración propia con datos de The Vanilla Business in Madagascar, perspective from a private entrepeneur: 2005.

Pero a partir de 1993, el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional al no estar de acuerdo con este modelo propuesto por el Gobierno de Madagascar, propuso que otros intermediarios fueran añadidos a la cadena de distribución para crear empleos y apoyar a la población rural. (The Vanilla Business in Madagascar, perspective from a private entrepeneur: 2005)

Madagascar es el mayor productor de vainilla de Bourbón en el mundo, actualmente se han descubierto nuevas zonas aptas para el cultivo de la vainilla, representando este el 2% de la producción anual nacional; el nivel de inseguridad en las zonas de cultivo se ha incrementado debido a los precios elevados de la vainilla, provocando esto la muerte de 17 personas en el periodo de Junio a Septiembre del año 2005 en el noreste de la Isla. (Ibidem)

El periodo de cosecha inicia a finales de junio hasta el mes de septiembre y la curación de la vainilla verde se comienza a finales de julio y termina en diciembre, el proceso de beneficiado toma aproximadamente de 45 a 60 días (Ibidem).

5.3.2 Reunión.

IMAGEN 19.

Fuente: www.mapquest.com, 2005.

Reunión fue la primera isla del Océano Indico que cultivó vainilla y con el descubrimiento del esclavo Albius de la polinización artificial, Reunión se posicionó como el mayor productor de vainilla. En esta isla, la vainilla sustituyó al azúcar como cultivo principal en los años de 1850 y fue tanta su importancia que aun más de 150 años después, la vainilla que proviene del Ocena Indico se le continúa denominando Vainilla de Bourbón, en honor a la Isla de Bourbón. (Rain, Patricia; Vanilla: 2004)

Fue en Reunión en donde a finales del siglo XIX se desarrollo el proceso de sumergir la vainilla recién cosechada en agua cercana al punto de ebullición para evitar la fermentación, este método de beneficiado es mas rápido que secarlos al sol o en horno; también fue en esta isla en donde se llevaron a cabo experimentos para determinar la densidad correcta del suelo al momento de plantar la vainilla, dos problemas que aquejan las plantaciones de vainilla en el mundo son: elegir los mejores tutores para esta planta y los mejores métodos para erradicar los hongos y la putrefacción. Actualmente existe un Centro de Agricultura Francés en donde se

desarrollan investigaciones sobre enfermedades de la vainilla y técnicas efectivas de crecimiento de la misma. (Ibidem)

Desafortunadamente aunque Reunión creó planes de desarrollo de la vainilla y planeó formas de incrementar su producción, continua siendo una isla que está a merced de la naturaleza y es continuamente azotada por huracanes que destrozan los cultivos de vainilla. (Ibidem)

Debido a que Reunión ha permanecido como Departamento Francés, su producción de aproximadamente 5 toneladas, es enviada a Grasse, en donde se localiza el Centro Francés de la Industria del Perfume. (Ibidem)

5.3.3 Indonesia.

IMAGEN 20.

Fuente: www.mapquest.com, 2005.

Indonesia es el archipiélago más grande del mundo, está localizada en el sureste de Asia, entre los Océanos Indico y Pacifico, se compone de 18 mil islas y un tercio de ellas son inhabitadas.

Hasta la década de los 60s la vainilla solo era sembrada en Java, su producción nunca fue muy grande, sin embargo el promedio de exportación era de 60 toneladas de vainilla beneficiada, el tutor utilizado tradicionalmente en Indonesia es el árbol Dadap, el cual crece rápida y fácilmente, las espinas que posee este árbol son ideales para polinizar las orquídeas. Inicialmente los Holandeses estaban a cargo de la producción y el beneficiado de la vainilla en Java (Indonesia) y cuando estos pierden el control político y abandonaron la isla, los nativos de Indonesia enfrentaron la tarea del beneficiado obteniendo resultados desastrosos en el primer intento llevado a cabo; después los Chinos fueron los intermediarios en Java y se encargaban de beneficiar la vainilla antes de venderla a los exportadores. (Rain, Patricia; Vanilla: 2004)

Debido a que Indonesia nunca ha trabajado con un nombre y calidad propios de vainilla y tampoco ha sido la primera opción de compra para los consumidores de vainilla, su estrategia es aproximarse a los precios y calidad que la producción de Madagascar imponga, esto lo logra ya sea procesando la vainilla con una calidad inferior o manteniéndolas en las plantas hasta que alcanzan su total maduración; el tiempo que pasa cada vaina en la planta tiene gran efecto en el tamaño de la cosecha, por lo que es difícil predecir cual será la cosecha de Indonesia en años venideros. Si el mercado requiere material de baja calidad, Indonesia cosechara después de sólo tres meses de realizar la polinización y así sucesivamente dependiendo de la calidad requerida de la vainilla, siempre dejando una gran proporción para la vainilla de más alta calidad, ya que esta obtiene mejor precio.

I. Bali.

Esta isla perteneciente al archipiélago de Indonesia se encuentra rodeada de volcanes que dominan la tierra, dividiendo la pequeña isla de Este a Oeste. La parte norte de la isla es considerada adecuada para el proceso del beneficiado de vainilla y la parte sur es idónea para la siembra de esta; en 1980 Bali producía dos tercios de la vainilla total de Indonesia, la cual rebasaba la cantidad producida en Madagascar, el mayor productor actual de la industria; Cuando en 1994 los precios de vainilla se desplomaron, muchos de los productores se rindieron y regresaron a la siembra de café, chile y clavos. En la actualidad Bali tan sólo produce 150 toneladas de vainilla verde anualmente.

5.3.4 Tahití.

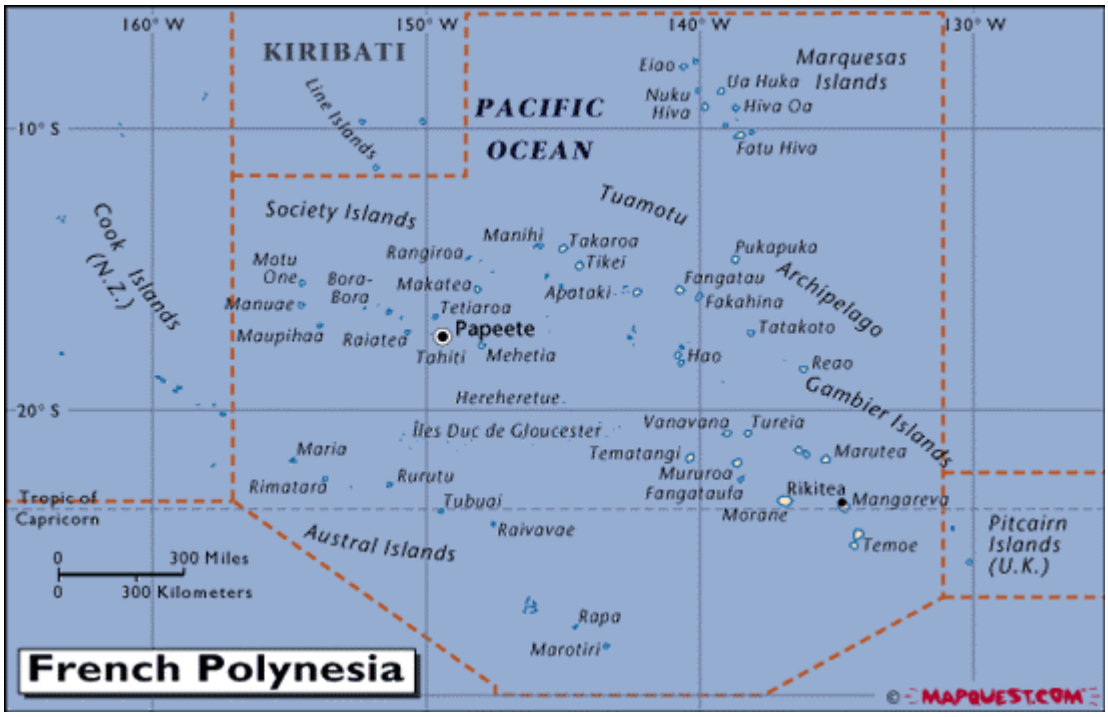


IMAGEN21.

Fuente: www.mapquest.com, 2005.

Tahití forma parte de las miles de islas y atolones que conforman la Polinesia Francesa, al sur del ecuador en medio del Océano Pacífico, ésta es la isla principal, ya que en ella se encuentra la capital Papeete, a donde llegó por primera vez la vainilla con el Admirante Ferdinand Hamlin en 1786 y ésta fue plantada en los jardines del emperador. La vainilla creció gruesa y con hojas grandes, pero nadie tenía particular interés por esta orquídea, hasta que a finales del siglo XIX con la llegada de los misioneros católicos, conocieron el valor de ésta planta, estos misioneros enseñaron a la gente local como cultivar, beneficiar y secar la vainilla.

Se desconoce cuando tomó importancia comercial la vainilla, pero se sabe que los primeros misioneros en establecerse en ésta isla fueron los Católicos Franceses, algunos de los cuales habían vivido en las Islas del Océano Indico en donde la vainilla era parte medular de la economía; la vainilla de Tahití es significativamente diferente a la hallada en México y el Océano Indico y por eso con mucha frecuencia es considerada como oriunda de Tahití, es un echo que llegó de las islas Filipinas donde se localizaba un laboratorio en donde los Españoles realizaban polinizaciones con otras especies de

plantas y creaban nuevas. La primera variedad conocida se llama Vainilla Tahitensis y fue creada en Filipinas; los frijoles eran pequeños y gordos, aparentemente es una cruza de Vainilla tahitensis y Vainilla pompona Schiede.

Existe una nueva generación de productores que utiliza tecnología moderna para el cultivo de vainilla y son conocidos como "la Vanillère", estos cultivos están formados por cuatro grandes invernaderos en donde las plantas crecen a lo largo bordeados por cemento que a su vez forman pasillos en donde circula agua, los tahitianos crearon un nuevo tipo de tutor, el cual es una composta envuelta con alambre, estos tutores pueden medir hasta dos metros de alto, cada invernadero puede alojar hasta 400 plantas. Debido a los tutores contienen composta, la vainilla se alimenta de ellos mientras crece, como resultado, la vainilla es inusualmente gruesa y las orquídeas florecen antes que en las plantaciones tradicionales. Ya que las plantas se localizan muy cerca una de la otra, los trabajadores pueden llegar a polinizar de dos a tres mil plantas al día y cada planta produce aproximadamente 6 kilos de vainilla verde y entre todas producen 2 o más toneladas de vainilla verde por invernadero.

5.4 Promoción Internacional.

En el estudio de la comercialización de la Vainilla es necesario saber que existen diversas formas de promoción en el extranjero; como lo son las Ferias Internacionales ya sea como visitante o como expositor.

Las Ferias Internacionales son una actividad importante y a la vez tradicional ya que es una forma segura y eficaz de fomentar las exportaciones, por que en ellas es posible observar el comportamiento del mercado Internacional, la oferta, la demanda así como las necesidades que los consumidores proyectan.

Estos eventos son punto de encuentro entre compradores y vendedores en un ámbito específico. (Guía para la participación en Ferias, Exposiciones, Misiones Comerciales y Rondas de Negocio 2004).

Para asistir a una Feria se requieren de ciertos requerimientos y el principal es la razón por la cual se quiere asistir a un evento de ésta magnitud, por ser un instrumento

eficaz para colocar productos en el mercado se tiene que tener pleno conocimiento de las ventajas que esto conlleva:

- ✓ Concentración: Es posible contactar posibles compradores o importadores en un tiempo mas corto, así como también será posible delimitar el mercado ya que se tiene contacto directos con la contraparte.
- ✓ Captación: Los clientes son atraídos más fácilmente, es posible invertir la situación de que el vendedor acuda al cliente ya que en éstos eventos el cliente es el que se acerca al vendedor y se ofrecen ventas personalizadas.
- ✓ Predisposición: Los visitantes tienen alta receptividad para propuestas de negocios, debido a que están fuera del ambiente habitual generan actitud para la propiciar la compra.
- ✓ Accesibilidad: Es posible identificar clientes potenciales que hubieran sido imposibles de detectar por otros medios.
- ✓ Competencia y análisis de Mercado: Permiten conocer la competencia existente en los sectores económicos de diversos mercados.
- ✓ Elaborar una cartera de contactos.
- ✓ Hacer crecer la visión empresaria.

Capitulo VI

INCOTERMS, DOCUMENTOS Y FORMA DE PAGO.

6.1 INCOTERMS

La Cámara de Comercio Internacional (CCI), establece 13 Términos Internacionales de Comercio (*International Commerce Terms version 2000)*; conocidos también como INCOTERMS, cuya finalidad es delimitar los derechos y obligaciones de la parte exportadora e importadora en una operación comercial; ya que en caso de incumplimiento de alguna de las partes se pueden tomar las medidas necesarias. (Eurocentro, Nafin 2006)

Entregado en Planta: Ex Works (EXW)
Libre a Bordo: Free on borrad (FOB)
Libre Tranportista: Free Carrier (FCA)
A costado de Buque: Free Alongside Ship (FSA)
Flete pagado: Carriage paid to (CPT)
Costo y Flete: Cost and Freight (CFR)
Costo Seguro y Flete: Cost Insurance and Freight (CIF)
Flete y Seguro pagado: Carriage and Insurance Paid to (CIP)
Entregado en Frontera: Delivered at Frontier (DAF)
Entregado a bordo de buque: Delivered Ex Ship (DES)
Entregado en Muelle: Delivered Ex Quay (DEQ)
Entregado sin despacho: Delivered Duty Unpaid (DDU)
Entregado y tasas pagadas: Delivered Duty Paid (DDP)

Para efectos de Comercio Internacional los Incoterms mayormente utilizados son los siguientes:

6.1.1 Libre a Bordo: Free on Board (FOB)

El exportador tiene la obligación de cargar la mercancía a bordo del buque en el puerto de origen acordado en el contrato. El exportador se hace cargo de los trámites de la operación de exportación. La empresa importadora selecciona la línea naviera y realiza el pago del flete cuando la mercancìa está a bordo del buque. (Eurocentro, Nafin 2006)

6.1.2 Costo Seguro y Flete: Cost Insurance and Freight (CIF)

El exportador los gastos por concepto de transporte, así como los gastos relacionados con la llegada de la mercancía al puerto acordado en el contrato, adicionalmente debe contratar y liquidar la prima del seguro marítimo por pérdida o daño a la mercancía durante el trayecto del transporte, además del despacho de la mercancía en la aduana del puerto de origen. (Ibídem)

Cabe mencionar que dependiendo del INCOTERM es el tipo de seguro que se utiliza, se cree comúnmente que al contratar una línea de transporte de mercancías, automáticamente se contrata un seguro, pero esto no es verdad, se debe contratar un seguro aparte en caso de tener perdida total o parcial de la mercancía, según Abraham Arellano los elementos que deben de ser contemplados para contratar un seguro son:

- ☒ Riesgos (ordinarios de transito y avería particular).
- ☒ Cobertura.
- ☒ Póliza.
- ☒ Prima.

En caso de tener alguna perdida, se le exigirán los siguientes documentos para poder reclamar el seguro.

- ☒ Documentación de embarque.
- ☒ Reclamación por escrito a la modalidad de transporte.
- ☒ Original y copia de la factura comercial.
- ☒ Póliza del seguro.
- ☒ Estimación de los daños.
- ☒ Documentos específicos por modalidad de transporte.

6.2 Documentos.

Para todo acto en el que esté involucrado el comercio internacional, se requiere la presentación ante las autoridades competentes de documentos correctamente elaborados y son descritos a continuación:

6.2.1 Factura comercial.

En el país de destino todo embarque se debe acompañar con una factura original, misma que debe incluir: nombres de la aduana de salida y puerto de entrada, nombre y dirección del vendedor o embarcador, nombre y dirección del comprador o del consignatario, descripción detallada de la mercancía, cantidades, precios que especifiquen tipo de moneda, tipo de divisa utilizada, condiciones de venta, lugar y fecha de expedición (Guía empresarial PYMEXPORTA, 2005). La factura comercial es uno de los principales documentos elaborados por el exportador y es tomado como base para la elaboración de la Carta de Crédito, y tiene su sustento legal en el Articulo 36 de la Ley Aduanera. (Ver anexo 1)

6.2.2 Carta de encomienda.

La Carta de Encomienda tiene la finalidad de comprobar ante la aduana el encargo conferido al agente aduanal. (ver anexo 2)

6.2.3 Packing List.

Documento que permite al exportador, al transportista, a la compañía de seguros, a la aduana y al comprador, identificar las mercancías y saber el contenido de cada bulto o caja; por ello el empaque debe coincidir con la factura, y cuya función es describir el embalaje.

La lista de embalaje debe ser elaborada por el exportador en original y seis copias, se utiliza como complemento a la factura comercial y se entrega al transportista y tiene sustento legal en el Articulo 36 de la Ley Aduanera.

Requisitos de llenado:

- Numero de bultos o piezas enviados
- Descripción de embalaje
- Tipo de embalaje utilizado
- Numero de contenedor
- Remitente destinatario y consignatario
- Numero de factura

6.2.4 Carta de Instrucciones:

Es un documento que se utiliza para informar al agente aduanal sobre la operación a realizar, el cual tiene su sustento legal en el Articulo 36 de la Ley Aduanera.

Requisitos:

- Membrete de la empresa
- Datos de la factura comercial y Packing List
- Tipo de transporte
- Firma de representante legal
- Notificaciones
- Instrucciones

6.2.5 Certificado de seguro

La persona que emite un certificado, es un agente de seguros calificado y lo hace a nombre del exportador. El exportador muestra este documento así como también las instrucciones mencionadas en la carta de crédito como una evidencia de cobertura de la mercancía que se está transportando (Conceptos Básicos de exportación, Southern United Status Trade Association, 2006).

6.2.6 Certificado TLCAN y EUR1

Este documento (Certificado de TLCAN para Norteamérica y EUR1 para Europa), certifica que los bienes fueron manufacturados en México. El exportador debe firmar este certificado. Un certificado fitosanitario (descrito más abajo) puede equivaler a un certificado de origen. (Ibídem)

6.2.7 Certificado Fitosanitario

La mayoría de los países exigen que se adjunte una certificación fitosanitaria a todo embarque de plantas, vegetales y frutas frescas. Este documento certifica que el producto está libre de plagas que demanden cuarentena y que están significativamente libres de plagas dañinas que podrían afectar los cultivos. Éste documento también incluye, los tratamientos tales como la fumigación o el almacenamiento en frío, que pudiera exigir el país importador, o que son necesarios para cumplir con las normas sobre la ausencia de plagas. (Ibídem) (Ver Anexo 3)

6.2.8 Pedimento de Exportación

El Pedimento de Exportación es la forma oficial aprobada por la SHCP, en donde se señalan los datos del régimen aduanero al que se destina la mercancía y la información necesaria para el cálculo y el pago de los impuestos al comercio exterior, dicho documento se presenta ante la aduana a través de un agente aduanal o apoderado aduanal.

6.2.9 Conocimiento de embarque marítimo

El conocimiento de embarque especifica el lugar de entrega de los bienes, los pagos de flete por realizar, y a quién se consignan los bienes, así como también detalla las responsabilidades legales y los límites de responsabilidad para las diferentes partes involucradas en el embarque. (Conceptos Básicos de exportación, Southern United Status Trade Association, 2006).

Es necesario tener presente la fracción arancelaria, en este caso el de la vainilla y para los casos de Norteamérica y Europa es:

País	Fracción Arancelaria
Estados Unidos	0602
Canadá	0602.90
Europa	060290

TABLA 8. Fracción arancelaria de la vainilla.

6.3 Formas de Pago.

Existen diferentes formas de pago internacionales, en este trabajo tan solo se analizara uno y es que por su facilidad de uso únicamente requiere de experiencia mínima tanto del comprador como del vendedor que la pone en práctica y esta es la *Carta de Crédito*. Esta forma de pago también es idónea cuando las personas participantes en la transacción (comprador y vendedor), tienen poco nivel de confianza.

Con la Carta de Crédito, el comprador puede pedir una revisión de la mercancía que se está negociando antes de realizar el pago, por lo que si al momento de ésta se descubre que la mercancía no es de la calidad, el volumen, color, olor, etc. pactado, el comprador puede evitar finalizar la transacción; por el otro lado, el vendedor obtiene una garantía para recibir su pago en el tiempo pactado.

Según Bancomext, en su libro de Formas de Pago Internacional 2002, nos indica cuando utilizar las Cartas de Crédito, y esto es cuando existe:

- ✓ Baja confianza y experiencia entre las partes.
- ✓ Poco conocimiento del entorno económico, político y social del país comprador.
- ✓ Costo aceptable de comisiones y gastos.
- ✓ Viabilidad de plasmar términos y condiciones en documentos.
- ✓ Confianza absoluta en el banco obligado a pagar.

Capitulo VII

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

☒ La vainilla es un producto con gran potencial de exportación, ya que la vainilla mexicana tiene la mejor calidad del mundo, sin embargo la falta de información que impera entre los productores sobre aspectos administrativos, propicia que el último paso de cadena no se lleve a cabo: la comercialización.

- Proponemos la capacitación continua a los productores en todo lo referente a la comercialización de sus productos; a través de cursos intensivos, de tal modo, que tengan conocimiento sobre los aspectos que involucran este proceso.

☒ La falta de oferta exportable es un factor que impide la competencia de nuestro país a nivel internacional en el sector vainillero, ya que no contamos con el nivel de producción suficiente y la falta se estandarización en el beneficiado da como resultado vainilla de diferentes calidades.

- Se propone la creación de sociedades con personalidad jurídica en las cuales los productores consoliden su producción y obtengan un mayor volumen ofertable al mercado, además que por este medio, los productores realicen procesos de beneficiado en conjunto, dando como resultado equidad en la calidad de la vainilla.

☒ Existe gran diversidad de productos que pueden ser elaborados a base de vainilla, lamentablemente los productores desconocen la forma de fabricación de dichos productos, por lo que se ven en la necesidad de vender su producto verde o en el mejor de los casos beneficiados, sin darle un valor agregado, percibiendo menos utilidades.

- Sugerimos que debido a esta falta de información que existe entre los productores se elabore un manual en el cual se describan los procesos de transformación de la vainilla, para su posterior comercialización nacional al igual que la internacional.

☒ El proceso de transformación de la vainilla es muy costoso siendo casi inalcanzable para los productores.

- Recomendamos que a través del gobierno se apoye a los productores comprando maquinaria para el procesamiento de la vainilla.

ANEXOS

ANEXO 1.

CONCLUSIONES MESAS DE TRABAJO
CONGRESO INTERNACIONAL DE VAINILLA
PAPANTLA, VER. 26 27 Y 28 MAYO 2006

MESA DE TRABAJO SISTEMAS DE PRODUCCION DE VAINILLA
RESPONSABLES: ING. SAÚL SÁNCHEZ MORALES E ING. JULIO CÉSAR CONSTANTINO

NO. DE PARTICIPANTES: 100

SE REALIZO LA IDENTIFICACIÓN DE 4 SISTEMAS DE PRODUCCIÓN:
- EN NARANJO
- EN ACAHUAL
- EN TUTORES INTRODUCIDOS
- CASAS SOMBRAS

OBTENIENDOSE; LA SIGUIENTE PROBLEMÁTICA GENERAL,

EXISTE UNA GRAN NECESIDAD DE ASESORIA Y TECNOLOGÍA ALTAMENTE ESPECIALIZADA;
CONOCIMIENTOS E INFRAESTRUCTURA DE RIEGO;
PLANEACIÓN DE LA INVERSIÓN Y APOYO GUBERNAMENTAL;
ACERCAMIENTO DE FINANCIAMIENTO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE TÉCNICAS ADECUADAS DE PRODUCCIÓN

EN EL SISTEMA DE PRODUCCIÓN DE ACAHUAL, SE CONSIDERA QUE NO PROPORCIONA LOS CONTROLES NECESARIOS PARA MANTENER DE FORMA UNIFORME LA PLANTACIÓN, YA QUE NO HAY UNA DENSIDAD DEFINIDA, GENERANDO UNA IRREGULARIDAD EN LOS VOLÚMENES, SIN EMBARGO, REPRESENTA UNA BENEFICIO EN EL EQUILIBRIO ECOLÓGICO

EL SISTEMA DE PRODUCCIÓN EN NARANJO, SE CONSIDERA UNA ALTERNATIVA DE DIVERSIFICACIÓN, LA CUAL REPRESENTA EFICIENCIA EN EL APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS DE HUERTAS ESTABLECIDAS, Y MAYOR CONTROL EN EL MANEJO AGRONOMICO DEL CULTIVO

EL SISTEMA DE PRODUCCIÓN EN TUTORES INTRODUCIDOS, TIENE LA VENTAJA DE APROVECHAR LA SUPERFICIE YA QUE ESTE SISTEMA PERMITE AUMENTAR LA DENSIDAD DE PRODUCCIÓN, SIN EMBARGO, REPRESENTA UNA GRAN NECESIDAD DE MANO DE OBRA LO QUE INCREMENTA LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN

POR ULTIMO, LAS CASAS SOMBRAS ES EL SISTEMA DE MENOR TIEMPO, EN EL MANEJO DE LOS VAINILLEROS, SIN EMBARGO, REPRESENTA LA

INNOVACIÓN TECNOLÓGICA DE MAYOR EFICIENCIA PRODUCTIVA, LA CUAL ES UNA ALTERNATIVA PARA PRODUCTORES CON ESCASO TERRENO, ASIMISMO, PARA AQUELLOS QUE REQUIEREN ELEVAR SU PRODUCTIVIDAD POR UNIDAD DE SUPERFICIE.

EN CONCLUSIÓN PODEMOS DECIR, QUE EL CULTIVO DE LA VAINILLA ES TAN NOBLE QUE PERMITE DESARROLLARSE EN CASI CUALQUIER CONDICIÓN, SIEMPRE Y CUANDO SE CONSIDEREN Y RESPETEN TRES ASPECTOS FUNDAMENTALES:

1. **NUTRICIÓN ADECUADA A TRAVÉS DE SUSTRATOS COMPLETOS**
2. **HUMEDAD OPTIMA**
3. **REGULACIÓN DE LUZ Y SOMBRA AL 50%**

SE REQUIERE, ADEMÁS GENERAR Y TRANSFERIR TECNOLOGÍAS ADECUADAS A CADA REGIÓN PRODUCTIVA.
EVALUAR LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA ECONÓMICO Y TECNOLÓGICO
DEFINIR LA POLÍTICAS DE PRODUCCIÓN DE VAINILLA EN EL PAIS.

Y PARA PODER IMPLEMENTAR TODA LA TECNOLOGÍA NECESARIA PARA ELEVAR LA COMPETITIVIDAD ES NECESARIO GENERAR ESQUEMAS DE FINANCIAMIENTO Y COOPERACIÓN QUE PERMITAN ACCEDER A ESTA.

MESA DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

RESPONSABLE: ING. MAURICIO MORA E ING. GLORIA MELÉNDEZ ROCA

No. Participantes: 35

PLANTEAMIENTO GENÉRICO:
PRINCIPALES PROBLEMAS QUE REQUIEREN DE INNOVACIONES TECNOLÓGICAS:

1) (25%) Agua insuficiente, sistemas de riego captación y requerimientos de necesidades del cultivo por etapa fenológica.
2) (15%) Nutrición Técnicas y manejo de compostas y sustratos
3) (14%) Enfermedades causadas por hongos, prevención y control inexistentes
4) (10%) Polinización Desconocimiento de las técnicas para polinizar. URGE.
5) Genética Pobre calidad de los esquejes y desconocimiento de la procedencia. Sin certificación.
6) (10%) Malla sombra desconocimiento del manejo del cultivo y sus efectos en la calidad del producto. Financiamiento para invertir en este sistema. Desconocimiento de los costos de producción y su rentabilidad.
7) Asistencia técnica y capacitación especializada. No existe. Capacitación integral en el manejo del cultivo.

PROPUESTAS

1) Creación de centros de transferencia de tecnología por región productora de vainilla.
- Escuelas para la formación de productores, mujeres, niños y jóvenes vainilleros.
- Formación de técnicos especialistas
- Validación de sistemas de producción
- Talleres de capacitación

2) Creación del banco de germoplasma nacional de la vainilla.
3) Congreso nacional anual de productores de vainilla.
4) Misiones tecnológicas de productor a productor (el caso de don macario)
5) Cambiar el status de productores de materia prima a agroindustriales
6) Hasta dónde hacer innovaciones tecnológicas sin poner el riesgo la riqueza cultural, genética y el medio ambiente de la región del totonacapan y de la vainilla mexicana.
7) Mayor promoción de programas y de apoyos económicos por parte de los dos niveles de gobierno y creación del fondo económico nacional para el impulso de la vainilla.

MESA DE TRABAJO DE COMERCIALIZACIÓN

RESPONSABLES: MTRO. JUAN CARLOS BOTELLO y LIC. MARÍA DEL MAR RODRIGUEZ MASDEFIOL

Número de participantes: 60

Planteamiento genérico:
Principales problemas que requieren solución al momento de la comercialización

- Calidad. Tamaños, fechas de corte, humedad contenida en las vainas, control de calidad en verde y beneficiada. Los productores no saben cómo hacer el beneficiado correcto.
- Desconocimiento del mercado. Precios, canales de distribución, requerimientos del comprador.
- Movilización de productos. Desconocimiento de los documentos adecuados para la movilización. Retención del producto por parte de las autoridades.
- Estandarización de la fecha de corte.

Propuestas:

- Recibir capacitación en comercialización y de diferentes técnicas en las cuales los productores aprendan nuevas formas como dar valor agregado a la vainilla.
- Crear organizaciones para unificar producción.
- Eliminación de intermediarios.
- Proveer conocimiento de las tendencias de los mercados

MESA DE TRABAJO BENEFICIADO

RESPONSABLES: ING PEDRO LARIOS RIVERA Y LIC. ALEJANDRA PECH MONTEJO

No. Participantes: 60

PROBLEMÁTICA:

- Desorganización de los productores de la región.
- Discrepancias en la Fijación de Precios para la Vainilla Beneficiada y Verde.
- Falta de valor agregado en la Vainilla a través de la Venta de Vainilla Verde.
- Desconocimiento sobre los procesos de un beneficiado óptimo
- Falta de control sobre plagas, hongos y enfermedades en los cultivos de Vainilla.

PROPUESTAS

- Producción y beneficiado en grupos de productores que integren volumen y estandaricen la calidad de la vainilla para el mercado nacional y de exportación
- Formación de Sociedades de Producción Rural por parte de los productores.
- Dar Valor Agregado a la Vainilla a través del proceso de Beneficiado.
- Dar apoyo a los productores para que sean microempresarios y accedan formalmente a los mercados de comercio justo, orgánicos.

MESA DE TRABAJO
ESTRATEGIAS EXITOSAS PARA VENDER A LA INDUSTRIA TURÍSTICA.

RESPONSABLE: NORMA VALLEJO Y LIC. PATRICIA FERRER PÉREZ

No participantes: 40

PROPUESTAS:

- Formación de sociedades de productores para tener una mayor oferta de venta y formalización
- Establecer puntos de venta estratégicos y precios uniformes
- Solicitar apoyo a bancomext para exportar productos
- Participación en ferias internacionales
- Promoción de agroturismo en las plantaciones de vainilla
- Establecer un manual para la elaboración de productos hechos a base de vainilla (cosméticos, pasteles, galletas, perfumes, etc).
- Establecer una cooperativa para el diseño y manufactura de productos derivados de la vainilla con personas de la tercera edad y discapacitados para la creación de empleos para todos

PROPUESTA GENERAL DERIVADA DEL CONGRESO

CON EL CONSEJO NACIONAL DE PRODUCTOES DE VAINILLA Y LOS CONSEJOS ESTATALES DE VERACRUZ, PUEBLA Y OAXACA, LOS MIEMBROS DEL COMITÉ ORGANIZADOR DEL CONGRESO INTERNACIONAL DE VAINILLA ESTABLECER UNA COMISIÓN PERMANENTE QUE DERIVE EN LA PROPUESTA PARA DESARROLLAR LA:

ESRATEGIA NACIONAL PARA LA COMPETITIVIDAD DE LA VAINILLA MEXICANA

ESTA ESTRATEGIA NACIONAL DEBERÁ COMPRENDER AL MENOS LAS

SIGUIENTES LÍNEAS DE ACCIÓN:

1. CREACIÓN DEL INSTITUTO NACIONAL DE LA VAINILLA
    - ESTE INSTITUTO ESTARÁ ABOCADO AL DESARROLLO DE TAREAS PRINCIPALES

A) CENTROS DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

- ESTUDIOS DE PROSPECTIVA DE LOS MERCADOS
- ESTUDIOS DE PROSPECTIVA DE LA TECNOLOGÍA

B) CREACIÓN DEL BANCO DE GERMOPLASMA DE LA VAINILLA MEXICANA

- RESCATE Y CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD DE LA VAINILLA MEXICANA

C) CENTROS DE TRANSFERENCIA Y EDUCACIÓN EN EL CUIDADO Y MANEJO DE LA VAINILLA

- TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA DE PRODUCCIÓN, TRANSFORMACIÓN E INDUSTRIALIZACIÓN
- CAPACITACIÓN Y EXTENSIÓN , DIPLOMADOS Y TALLERES INDUSTRIALES
- GIRAS DE INTERCAMBIO TECNOLÓGICO
- INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS DE PRODUCTOR A PRODUCTOR (CLUBES DE PRODUCTORES)

D) DESARROLLO DE MODELOS DE PRODUCCIÓN PARA LA INTEGRACIÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA DE LA VAINILLA

- PRODUCIR 1 TONELADA DE VAINILLA BENEFICIADA POR ORGANIZACIÓN EN 4 AÑOS BAJO EL MODELO DE IDENTIFICACIÓN DE MERCADO,

TECNOLOGÍA, TRANSFORMACIÓN, COMERCIALIZACIÓN EMPRESARIAL Y FINANCIAMIENTO

E) INTEGRACIÓN DE LA RED NACIONAL DE PRODUCTORES DE VAINILLA
   - CONSEJO NACIONAL DE PRODUCTORES DE VAINILLA, A.C.
   - PADRÓN GEOREFERENCIADO NACIONAL DE PRODUCTORES
   - DIRECTORIO DE BENEFICIADORES
   - DIRECTORIO DE ACOPIADORES
   - INTEGRACIÓN A LA RED INTERNACIONAL DE VAINILLEROS
   - PROPUESTA DE INICIATIVA DE LEY PARA LA PROMULGACIÓN DE LA LEY VAINILLERA

F) CENTROS DE COMERCIALIZACIÓN DE LA VAINILA
   - INFORMACIÓN DE MERCADOS
   - ENLACES COMERCIALES
   - EXPOSICIONES COMERCIALES
   - DESARROLLO DE PRODUCTOS Y ARTESANÍAS

PROMOCIÓN Y DESARROLLO DEL AGROTURISMO DE LA VAINILLA MEXICANA

ANEXO 2 FACTURA

Date of Export: *Fecha de Exportación*				Export References (i.e. order no., invoice no., etc.): *Referencias de exportación.*				
Shipper/Exporter (complete name and address): *Exportador* *Nombre* *Dirección; C.P.* *Ciudad y País.* *Teléfono, Fax.* *RFC.*				Recipient (complete name and address): *Importador* *Nombre* *Dirección; C.P.* *Ciudad y País.* *Teléfono, Fax.* *RFC.*				
Country of export: *País de exportación*				Importer - if other than recipient (complete name and address):				
Country of manufacture: *País de elaboración*								
Country of ultimate destination: *Destino final*								
Federal Express International Air Waybill No.: 400-7604-7274				Currency: *Moneda de transacción*				
Marks/Nos	No. Of pkgs	Type of packaging	Full Description of goods	Qty	Units of measure	Weight	Unit Value	Total Value
Forma de identificar Los paquetes	*No. De bultos*	*Tipo de empaque*	*Descripción Detallada De la mercancía*	*Cantidad*	*Unidad de Medida (kg,lb)*	*Peso*	*Precio unitario*	*Precio total*
I declare all the information contained in this invoice to be true and correct *Declaro que toda la información aquí contenida es correcta y veraz.* Signature of shipper/exporter (type name and title and sign) *Firma del exportador (escriba cargo en la empresa, nombre y firma)* _____				Date: *Fecha:* _____				Tick *Seleccione INCOTERM utilizado.* ☐ FOB ☐ C&F ☐ CIF

Fuente: Elaboración propia con base en el formato de Federal Express.

ANEXO 3. CARTA DE ENCOMIENDA

CARTA DE ENCOMIENDA

Nombre de la Agencia Aduanal.
Nombre del(los) agente(s) aduanal(es).
Dirección.
Colonia, C.P.
Teléfono(s), Fax
Ciudad y Estado

(Nombre del represéntate legal de la Empresa) y señalado como domicilio fiscal para oír notificaciones en **(Dirección Fiscal)**, me permito manifestarles:

Bajo protesta de decir verdad manifiesto que el nombre razón o denominación social de la empresa, domicilio fiscal y el RFC de la misma no han sido modificados ante la autoridad fiscal así como también, que la representación legal conferida al suscrito no ha sido revocada ni modificada total o parcialmente a la fecha de la expedición de la presente carta de encomienda y de conformidad con los artículos 18,19 y 102 del Código Fiscal de la Federación y de los artículos 35, 36, 54, 60 al 80 y 162 fracción VII inciso G de la Ley Aduanera, hacemos a su agencia la encomienda para despachar por la aduana (Nombre de la Ciudad donde se localiza la aduana), y proceder a su desaduanamiento de los diferentes embarques de mercancías a su consignación que enviemos de forma directa o que indirectamente les sean remitidas por nuestros diversos proveedores durante el año 20__.

En relación al valor de las mercancías, para los efectos del Artículo 59, Fracc. III de la Ley Aduanera, en su oportunidad y para cada importación haremos llegar a ustedes la declaración del valor correspondiente.

Manifestamos bajo protesta de decir verdad que Facturas, Conocimientos de Embarques, Listas de Empaque, Certificado de Origen, de Análisis, Carta Técnica y cualquier otro documento o dato relacionado con la mercancía que importemos contendrán los datos reales, por lo que los relevamos de toda responsabilidad al respecto.

Bajo protesta de decir verdad manifiesto que el nombre razón o denominación social de la empresa, domicilio fiscal y el F.F.C. de la misma no han sido modificados ante la autoridad fiscal como también, que la representación legal conferida al suscrito, no ha sido revocada ni modificada total o parcialmente a la fecha de la expedición de la presente carta de encomienda.

_____	_____
Nombre y R.F.C. del Importador o Representante Legal	**Firma del Importador o Representante Legal**

Fuente. Elaboración propia.

ANEXO 4 PAKING LIST

Packing List

UVW EXPORTS
88 Prosperity Street East, Suite 707
Export-City and Postal Code, Export-Country
Tel: (07) 1234-5678 Fax: (07) 1234-8888
E-mail: export@uvwexports.com.jp

For account and risk of Messrs.	Commercial Invoice No. Date
	Letter of Credit No. Date Issuing Bank
Buyer's P.O. or Contract No. Date	Import Permit/License No. Date
Buyer's Department / Store No.	Marks & Numbers
Carrier - Voyage/Flight No. / Shipment on or about	
From (Port of Loading) / To (Port of Discharge)	
Via (Tranship At) / For Transhipment To	

Package No.	Item No.	Description of Goods	Quantity	Weight (Kgs./Lbs.)	Measurement (CBM/Cft.)

Fuente: Bancomext, 2001

ANEXO 5. CARTA DE INSTRUCCIONES

CARTA DE INSTRUCCIONES

NUMERO DE COTIZACION

EMBARCADOR	CONSIGNATARIO	FACTURAR A :
Tel. /Fax. : email: Contacto :	Tel. /Fax. : email: Contacto :	Tel. /Fax. : email: Contacto :

# BULTOS	PESO (KGS)	MEDIDAS (CMS)			DESCRIPCION DE LA MERCANCIA
		Largo	Ancho	Alto	

VALOR DECLARADO	
Moneda (usd/mxp)	Valor

AG.ADUANAL MX*	AG. ADUANAL USA*
Tel. /Fax. : email: Contacto:	Tel. /Fax. : email: Contacto:

TIPO DE SERVICIO	
Door to Door con Agente Aduanal	
Door to Door sin Agente Aduanal*	

* En caso de requerir nuestro servicio sin agente aduanal, favor de proporcionar los datos de su agente aduanal en la casilla correspondiente

FLETES	
Por Cobrar	
Prepagados	

PEDIMENTO INDIVIDUAL			
SI		NO	

ASEGURAR			
SI		NO	

TIPO DE ENTREGA	
Residencial	
Comercial	

FORMA PAGO

INSTRUCCIONES ESPECIALES	CAJA DEDICADA
	SIN TRANSBORDO

* En caso de requerir caja dedicada y/o sin transbordo favor de marcar la casilla correspondiente

Documentacion	Factura #	C. De Origen	L. Empaque	REF/PO#:

Por este medio acepto que he solicitado el servicio y que voy a liquidar el importe total de los gastos derivados por este servicio de acuerdo a la cotizacion recibida o en su defecto al tarifario general de la empresa, antes de que la mercancía salga de frontera a destino final. La propiedad descrita en este documento está marcada y consignada como se indica en este documento. Se acuerda unanimemente, por el embarcador, consignatario y Space Logistics que cada servicio proporcionado de acuerdo a esta carta de instrucciones será realizado bajo los terminos y condiciones de operación de Space Logistics, siempre y cuando no sean prohibidos por la ley, ya sean impresos o escritos, y serán aceptados en su totalidad por el consignatario, embarcador y terceras personas o personas designadas. Por este medio declaro que los contenidos de este embarque son fielmente descritos arriba por su nombre y clasificacion correcta y han sido clasificados, empacados, marcados y etiquetados de forma correcta para su transporte y de acuerdo a las normas nacionales e internacionales para el transporte por tren, camion o buque.

NOMBRE: **EMBARCADOR, CONSIGNATARIO, TERCERA PARTE:**

FIRMA: **FECHA:**

Forma CIE01

ANEXO 6. CERTIFICADO DE SEGURO

POLIZA NO. XXXXXX
CONDICIONES PARTICULARES
TRANSPORTACION DE CARGAS
POLIZA POR VIAJE MARITIMO/AEREO

ASEGURADOR: *(Nombre de la empresa aseguradora)*
ASEGURADO: *(Nombre, dirección y telefono de la empresa asegurada)*
MONEDA*: (Divisa utilizada)*
PRIMA TOTAL:

CODIGO	MERCANCÍAS	VALOR ASEGURADO	PESO NETO	PESO BRUTO	COBERTURAS	TASA	PRIMA	DEDUCIBLE

NOMBRE DEL BUQUE:
NO. DE B/L:
FECHA DE SALIDA
ORIGEN:
DESTINO:
TRASBORDO:
TRÁNSITO TERRESTRE EN ORIGEN:
DIRECCIÓN:
TRÁNSITO TERRESTRE EN DESTINO:
DIRECCIÓN:
OTROS DATOS (Tipo de mercancía)
IMPUESTO:
CONSIGNADO:
LAS PERDIDAS SI LAS HUBIESE, PAGADERAS A:

FIRMA DEL ASEGURADOR

SELLO

ANEXO 7. CERTIFICADO NAFTA

Tratado de Libre Comercio de América del Norte
Certificado de Origen
(Instrucciones al Reverso)Llenar a máquina o con letra de molde

1. Nombre y domicilio del exportador: Número de Registro Fiscal:		2. Periodo que cubre: D D M M A A De:__/__/__/__/__/__/ A:__/__/__/__/__/__/			
3. Nombre y domicilio del productor: Número de Registro Fiscal:		4. Nombre y domicilio del Importador: Número de Registro Fiscal:			
5. Descripción del (los) bien(es)	6. Clasificación arancelaria	7. Criterio para trato preferencial	8.Productor	9.Costo Neto	10. País de Origen

Declaro bajo protesta de decir verdad que:

- La información contenida en este documento es verdadera y exacta, y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que seré responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en o relacionada con el presente documento.

- Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido del presente certificado, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes entregue el presente certificado, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo.

- Los bienes son originarios del territorio de una o más de las partes y cumplen con los requisitos que les son aplicables conforme al Tratado de Libre Comercio de América del Norte, no han sido objeto de procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes, salvo en los casos permitidos en el artículo 411 o en el Anexo 401.

Este certificado se compone de _____ hojas, incluyendo todos sus anexos.

11. Firma autorizada:	Empresa:
Nombre:	Cargo:
Fecha: D D M M A A __/__/__/__/__/__/	Teléfono: Fax:

ANEXO 8. CERTIFICADO EUR1

CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN DE MERCANCÍAS

1. Exportador (nombre,apellidos, dirección completa y país)	EUR. 1 No A **000000**
	Véanse las notas del reverso antes de llenar el impreso
	2. Certificado utilizado en los intercambios preferenciales entre y (Indíquense los países, grupos de países o territorios a que se refiera)
3. Destinatario (nombre, apellidos, dirección, completa y país) (mención facultativa)	4. País, grupo de países o territorio de donde se consideran originarios los productos. / 5. País, grupo de países o territorio de destino
6. Información relativa al transporte ()(mención facultativa)	7. Observaciones

8. Número de orden; marcas, numeración; número y naturaleza de los bultos (1); Designación de las mercancías (2)	9. Masa bruta (kg) u otra medida (litros, m3, etc.)	10. Factura (mención facutativa)

11. VISADO DE LA ADUANA O DE LA AUTORIDAD GUBERNAMENTAL COMPETENTE	12. DECLARACIÓN DEL EXPORTADOR
Declaración certificada conforme..... Documento de exportación (3):..... Modelo .....No..... Aduana o Autoridad gubernamental competente:..... País o territorio de expedición ..... Sello..... Sello En....., a..... ..... (Firma)	El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen las condiciones exigidas para la expedición del presente certificado. En....., a..... ..... (Firma)

(1) En caso de que las mercancías no estén embaladas, indíquese el número de artículos o escríbase "a granel" según sea el caso.
(2) Incluye la clasificación arancelaria de la mercancía al nivel de partida (4 dígitos).
(3) Rellénese únicamente si la normativa del país o territorio de exportación lo exige.

ANEXO 9 SOLICITUD DE CERTIFICADO FITOSANITARIO

SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD, INOCUIDAD Y CALIDAD AGROALIMENTARIA.

DIRECCIÓN GENERAL DE SANIDAD VEGETAL.

SOLICITUD DE HOJA DE REQUISITOS FITOSANITARIOS

☐ IMPORTAR ☐ VEGETALES ☐ PROD. O SUB-PROD. VEGETALES ☐ EXPORTAR ☐ OTROS			FECHA_____/_____/_____
NOMBRE O RAZON SOCIAL			R.F.C.
DOMICILIO	CALLE	No.	CODIGO POSTAL
LOCALIDAD	ESTADO		TEL.

PRODUCTO A IMPORTAR O EXPORTAR			VALOR APROXIMADO
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA		CONSUMO HUMANO INDUSTRIAL SIMIENTE OTRO
FRACCION ARANCELARIA SISTEMA ARMONIZADO			LIBERADO CONTROLADO: **C.C.I.N°**
SIMIENTES	VARIEDAD	CATEGORIA	LUGAR DE SIEMBRA
FLORA SILVESTRE CERTIFICADO C.I.T.E.S.			

ADUANA DE ENTRADA	PAIS DE PROCEDENCIA
ADUANA DE SALIDA	DESTINO
PAIS DE ORIGEN (SOLO PARA IMPORTACIONES)	LOCALIDAD

PROTESTO DECIR VERDAD:

NOMBRE: _____ FIRMA _____

*Los requisitos fitosanitarios, solamente se otorgarán a la presentación de este documento con el sello y folio de recepción.

ANEXO 10. PEDIMENTO DE EXPORTACIÓN

PEDIMENTO — PAGINA: 1 DE: 2

NUM. PEDIMENTO: 02 24 3264 2000599 | T.OPER: IMP | CVE. PEDIM.: A1 | REGIMEN: IMD

DESTINO: 9 | TIPO CAMBIO: 9.17140 | PESO BRUTO: 18818.000 | ADUANA E/S: 240

MEDIOS DE TRANSPORTE		
ENTRADA/SALIDA	ARRIBO	SALIDA
7	7	7

VALOR DOLARES:	22949.70
VALOR ADUANA:	230955
PRECIO PAGADO/VALOR COMERCIAL:	210481

CERTIFICACIONES

ADMON. GRAL. DE ADUANAS
BANCO 03 BITAL
ADUANA 24 SECC 0
CAJA 1 OPER 11960286
PEDIMENTO 3264 - 2000599
31/01/2002 11:40:58
ELECTRONICO 05FVB6RH
$ 34,644.00

DATOS DEL IMPORTADOR / EXPORTADOR

RFC: ANT000609GR1 — NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL:
CURP: ANTEX,S.A.DE C.V.
DOMICILIO: BLVD.HERMANOS SERDAN #672 CP 72029
PUEBLA, PU, MEX

VAL.SEGUROS	SEGUROS	FLETES	EMBALAJES	OTROS INCREMENTABLES
0	0	13596	0	6879

ACUSE ELECTRONICO DE VALIDACION: ZYCRCDRO

CLAVE DE LA SECCION ADUANERA DE DESPACHO: 240

MARCAS, NUMEROS Y TOTAL DE BULTOS: S/M. S/NOS. 341. BULTOS.

FECHAS	
ENT A:	31/01/2002
PAGO:	31/01/2002

TASAS A NIVEL PEDIMENTO

CONTRIB.	CVE. T. TASA	TASA

CUADRO DE LIQUIDACION

CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	TOTALES	
IVA	0	34644				EFECTIVO	34644
						OTROS	
						TOTAL	34644

DATOS DEL PROVEEDOR

ID. FISCAL:	NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL	DOMICILIO	VINCULACION
58-1117056	M.GOLDSTEIN & SONS,INC.	EAST SLATON #815 CP 30224, [illegible], GA, USA	NO

NUM.FACTURA	FECHA	INCOTERM	MONEDA EXT.	VAL.MON.EXT.	FACTOR MON.EXT.	VAL. DOLARES
4341	25/01/2002	EXW	USD	22949.70	1.00000000	22949.70

OBSERVACIONES

SE ANEXA FACTURA COMERCIAL,OF.4956 DE 171296,SECOFI,ANEXO 18 Y COPIA DEL CERTIFICADO DEL TLCAN.(P/EFETOS DE LA CUENTA DE GARANTIA NO APLICA S/REGLA 3.5.24 DE LA R.M.C.E).
CAJA NO.T62676.TRANS MEX.S/NO.A6161874.

PARTIDAS

SEC	FRACCION	SUBD	VINC	MET VAL	UMC	CANTIDAD UMC	UMT	CANTIDAD UMT	P.V/C	P.O/D	CON	TASA	TT	FP	IMPORTE
	DESCRIPCION														
	VAL. ADU / USD	IMP. PRECIO PAG.				PRECIO UNIT.	VAL. AGREG	E.F. ORIG-DEST-VEND-CONF							
1	52094201	0	0	1	1	11051.000	4	31670.600	USA	USA	IVA	15.00000	1	7	16545
											IGI	0.00000	1	0	0
	TEJIDOS DE URDIMBRE Y TRAMA.(COMPL.DESCRIP.HOJA ANEXA).														
	110325	100545				9.09827	0	GA PU GA PU							
	IDENT. TL	COMPLEMENTO	IDENT. NM	COMPLEMENTO 004SCFI		IDENT.	COMPLEMENTO								
	OBSERVACIONES: ORDENES NOS.1.														

AGENTE ADUANAL, APODERADO ADUANAL O ALMACEN

NOMBRE O RAZ.SOC.: DE LEON MONTEMAYOR ALFREDO
RFC: LEMA630311HS4 CURP: LEMA630311HTSNNL07

MANDATARIO / PERSONA AUTORIZADA

NOMBRE: SR ARTURO V LOPEZ GARCIA
RFC: LOGA501023GL7 CURP: LOGA501023HTSPRR06

DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, EN LOS TERMINOS DE LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 81 DE LA LEY ADUANERA: PATENTE O AUTORIZACION : 3264

FIRMA AUTOGRAFA

1a. COPIA: TRANSPORTISTA

DESTINO/ORIGEN: INTERIOR DEL PAIS

ANEXO 11 DOCUMENTO DE TRANSPORTE

A RELIABLE SHIPPING LINE

(NON-NEGOTIABLE UNLESS CONSIGNED TO ORDER)

Shipper / Exporter (Complete Name and Address)		**ORIGINAL**	Bill of Lading No.
		Export References	
Consignee (Complete Name and Address)		Forwarding Agent - References	
		Point and Country of Origin of Goods	
Notify Party (Complete Name and Address)		Domestic Routing / Export Instructions (Additional Notify Party, Etc.)	
Pre-carriage By	Place of Receipt		
Vessel / Voyage No.	Port of Loading	Onward Inland Routing	
Port of Discharge	For Transhipment To		

Marks and Numbers	No. of Pkgs.	Description of Packages and Goods	Gross Weight	Measurement

PARTICULARS ABOVE FURNISHED BY THE SHIPPER		RECEIVED FOR SHIPMENT in apparent good order and condition unless otherwise indicated herein, the container(s) or other package(s) or units mentioned above, to be carried from the place of receipt or the port of loading to the port of discharge or for transhipment to the delivery place, subject to the terms and conditions on the reverse hereof. One of the original bills of lading must be surrendered duly endorsed in exchange for the goods or delivery order. IN WITNESS WHEREOF, the Master or agent of said vessel has signed the number of bill(s) of lading stated below, all of the same tenor and date, one of which being accomplished, the others to stand void.			
Container No(s).	Seal No(s).				
Freight & Charges	Revenue Ton	Rate	Per	Prepaid	Collect
Freight and Charges Payable At	Number of Original B(s)/L	Place of B(s)/L Issue		**A RELIABLE SHIPPING LINE**	
Laden On Board the Vessel					
Dated	By	Dated			
				AGENT	

ANEXO 12. INSTITUCIONES

☑ BANCOMEXT.
Teziutlán Sur #5.
Col. La Paz.
Puebla, Pue.
TEL. 01(222) 2-49-99-22
e-mail. csce-pue@bancomext.gob.mx

☑ Centro Promotor de Diseño – México (CPM)
Insurgentes Sur No. 1855,
Piso 8 y 10, Col. Guadalupe Inn, México DF.
Tel. 56629790
http://www.centrodiseno.com

☑ Comisión Mixta para la Promoción de las Exportaciones (COMPEX)
Insurgentes Sur No.1940 piso 10
Col. Florida, México, DF.
Tel. 52296100 Ext. 3810 y 3865

☑ Comisión para la Protección del Comercio Exterior (COMPROMEX)
Periférico Sur, No. 4333, Col. Jardines de la Montaña,
Mexico, DF.
E-mail: dasesoria@bancomext.gob.mx

☑ Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la Republica Mexicana (CAAAREM)
Hamburgo, No. 225 Col Juarez, Mexico D.F
Tel. 55258070
http://www.caaarem.org.mx

☑ Instituto Mexicano de Protección a la Industria (IMPI)
Periférico Sur 3106
Col. Jardines del Pedregal
Tel. 56240400
http://www.Impi.gob.mx

☑ Instituto Nacional para el Desarrollo de Capacidades del Sector Rural (INCA).
San Lorenzo No.1151 esq. Cuauhtémoc.
Col. Santa Cruz Atoyac.
Del. Benito Juárez.
Conmutador 91-830-180
México, D.F.
http://www.inca.gob.mx

☑ Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias (INIFAP).
Serapio Rendón No. 83
Col. Sn. Rafael Del. Cuauhtémoc, Mexico, DF.
Tel. 54841900
contactenos@inifap.gob.mx
http://www.inifap.gob.mx

☑ Nacional Financiera (NAFIN).
Insurgentes Sur No. 1971,
Nivel Avenida, Centro Comercial Pza. Inn
Col. Guadalupe Inn Mexico, DF.
Tel. 53256154
http://www.nafin.gob.mx

☑ Pequeñas y Medianas Empresas para la Exportación (PYMEXPORTA).
Blvd.. 5 de Mayo No. 708
Barrio Analco, Puebla, Pue.
Tel. 01222 2298284
http://centro.pymexportapuebla.com

☑ Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. (SAGARPA)
26 Norte #1202. Edificio A.
Col. Humbolt.
Puebla, Pue.
Tel. 01(222) 2-35-33-99
http://www.sagarpa.gob.mx/dlg/puebla/

☑ Secretaría de Desarrollo Rural. (SDR)
Av. 26 Norte No. 1202 Col Humboldt
Puebla, Pue.
Tel. 2344354
http://www.sdr.pue.gob.mx

☑ Secretaria de Economía.
Priv. 3 Sur #3710.
Col. Gabriel Pastor
Puebla, Pue.
Tel. 01-800-410-2000 y 01 (222) 2-37-93-71
http://www.economia.gob.mx

☑ Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (SHCP)
http://www.shcp.gob.mx

☑ Secretaria del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca (SEMARNAP).
Periferico Sur No. 41209
Col. Jardines de la Montaña
Mexico, D.F
http://www.semarnap.gob.mx

☑ Secretaría de la Reforma Agraria
Edificio de Av. Heróica Escuela Naval Militar
No. 701 Col. Presidentes Ejidales
Del. Coyoacán Mexico, DF.
Tel. 01800 800 1439

☑ Secretaría de Relaciones Exteriores
Av. 11 Oriente No. 2003, Col. Azcarate
Casa Principal, Puebla, Pue.
Tel. 2350938
http://www.sre.gob.mx

☑ Secretaría de Salud. (SS)
5pte. No. 1322 Col. Centro
Puebla, Pue.
Tel 01222 2328040

☑ Unidad de Transferencia de Tecnología (UTT)
Av. San Antonio No. 256
Mexico, DF.
Tel. 55633400

REFERENCIAS

Andrews G. Jack, DEPARMENT OF BOTANIC AND PLANT SCIENCES, Economic botany of vanilla, 2003, http://plantbiology.ucr.edu/people/?Lubinsky&show_for=new_window

ASPAPERU, 2005, http://www.aspaperu.org/boletines/bolmar/negocios1.htm

BROWNELL RICK, 2005, "Crucial raw materials, The State of Vanilla", Estados Unidos, Allured. Certified Ornamental Plants, 2005, http://www.montosogardens.com/certified_ornamentals.htm

Comisión Veracruzana de Comercialización Agropecuaria, 2003 "Perfil de Vainilla". Veracruz, México.

Consulta de base de datos de producción mundial y comercio internacional de la vainilla www.apps.fao.org/faostat

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION, 1999. Norma oficial mexicana NOM-139-SCFI-1999, información comercial etiquetado de extractos naturales de vainilla derivados y sustitutos.

Documentos de Exportación, 2005 http://www.cadeco.org/Comex/VARIOS/documentos/factura_comercial.htm

Guías Empresariales, Pequeñas y Medianas Empresas, 2005 http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=5&sg=34

J. E. AUSTIN ASSOSIATES, CORPORATION CEA, 2004, "Estudio de Mercado Internacional para la Vainilla", Bogotá, Colombia, Chemonix Internacional, Washington.

Koehler Franz Eugen; *Koehlers Medizinal-Pflanzen in naturgetreuen Abbildungen und kurz erläuterndem Texte* (1883-1914), Germany.

Revista Claridades Agropecuarias #101. enero 2002. www.infoacerca.gob.mx

Secretaría de Economía, 2005, http://www.economia-snci.gob.mx/sic_sistemas/siavi/entrada.php

Servicio de Información y Estadística Agroalimentaria y Pesquera SIAP, SIACON, Anuario agrícola por municipio, SAGARPA. Consulta de indicadores de producción nacional de vainilla beneficiada www.siap.sagarpa.gob.mx

Sponsored by the wind, 2005, http://www.sponsoredbythewind.com/vanilla

The Australian Orchid Council Inc., 2005, http://www.orchidsaustralia.com/

USDA, NRCS. 2005. *The PLANTS Database*, Version 3.5 (http://plants.usda.gov). Data compiled from various sources by Mark W. Skinner. National Plant Data Center, Baton Rouge, LA 70874-4490 USA.

VAN OSS, PAUL. "Study about vanilla", 2005 www.spounsoredbythewind.com/vanilla/introduction/introduction.html.

WIKIPEDIA. "Vanilla", 2005, http://es.wikipedia.org