

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**Capacidad productiva de la vainilla costarricense con miras
a la comercialización internacional**

ERICK PANIAGUA GARCÍA

SAN JOSÉ, JUNIO, 2017

Contenido

Resumen Ejecutivo.....	12
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	13
Planteamiento del Problema de la Investigación.....	13
Objetivos de la Investigación	16
Objetivo general	16
Objetivos específicos.....	16
Justificación de la Investigación	16
Antecedentes de la Investigación	18
Proyecciones de la Investigación	21
CAPITULO II: MARCO DE REFERENCIA.....	23
Historia de la Vainilla	23
Origen de la vainilla	25
Vainilla en el entorno nacional.....	26
Clasificación arancelaria en Costa Rica	27
Clasificación botánica.....	28
Cosecha de la vainilla	29
Zonas de Producción	30
Amenazas para la Producción de la Vainilla.....	33
Criterios de intensidad de una amenaza	33
Carácter de la amenaza.	33
Grado de riesgo.	34
Requerimientos de recursos naturales	34
Desarrollo económico en las zonas de producción.....	35
Capacidad Productiva.....	36
Factor productivo capital	36
Factor productivo trabajo.....	37
Factor productivo tierra	37
Capacidad instalada de la vainilla	38
Capacidad ociosa de la vainilla	38
Proceso productivo de la vainilla costarricense.....	39

Métodos de polinización	39
Curado de la vainilla	41
Oportunidades de comercialización	43
Estrategia de promoción y posicionamiento	44
Demanda internacional	45
Oferta internacional	48
Exportaciones e importaciones a nivel nacional.....	49
Oferta y demanda a nivel nacional	50
Mercados importadores de vainilla costarricense.....	53
Precio de la vainilla	54
Proceso de comercialización de la vainilla.....	54
Canales de comercialización para la vainilla.....	55
Detalles de Exportación del Producto	57
Reglamentación del envasado y etiquetado.....	58
CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO	60
Enfoque de la Investigación	60
Diseño de la Investigación	61
Muestra de la Investigación.....	62
Población	62
Muestra	62
Unidades de Análisis	65
Zonas de producción.....	65
Capacidad productiva	65
Oportunidades de comercialización.....	65
Instrumentos Utilizados en la Investigación	66
Cuestionario.....	66
Entrevista	66
Proceso para la Recolección de Datos.....	67
Método de Análisis de la Investigación	68
CAPITULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	69
Unidad de Análisis 1: Zonas de Producción	70

Categoría 1: Accesibilidad.....	71
Categoría 2: Componentes climatológicos	72
Categoría 3: Capacitación e investigación.....	74
Categoría 4: Financiamiento.....	76
Categoría 5: Procesos de producción.....	77
Unidad de análisis 2: Capacidad Productiva	79
Categoría 1: Fisiología vegetal	79
Categoría 2: Producción orgánica.....	81
Categoría 3: Desconocimiento de las buenas prácticas agrícolas.....	82
Categoría 4: Beneficiado de la vainilla.....	84
Categoría 5: Estandarizando procesos	85
Categoría 6: Proceso de curado	87
Categoría 7: Planta perenne	88
Categoría 8: Potencial de crecimiento	89
Categoría 9: Producción sostenible y amigable con el medio ambiente	90
Unidad de análisis 3: Oportunidades de comercialización.....	92
Categoría 1: Carencia de un mercado regulado.....	93
Categoría 2: Productos gourmet	94
Categoría 3: Mercados con gran capacidad adquisitiva	96
Categoría 4: Ventas directas	97
Categoría 5: Cultivo alternativo e innovador	98
Categoría 6: Mercado interno	101
Categoría 7: Vainilla como valor agregado	103
Interpretación de los Datos.....	105
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	109
Conclusiones de la Investigación	109
Recomendaciones	111
Referencias bibliográficas	115
Apéndices	118
Apéndice A	118

Tablas

Tabla 1: Historia cronológica de la vainilla	25
Tabla 2: Clasificación botánica de la vainilla	28
Tabla 3: Lugares de producción de la vainilla en Costa Rica	31
Tabla 4: Métodos de polinización de la vainilla	40
Tabla 5 Flexibilidad y brillantez de la vainilla.....	42
Tabla 6: Códigos establecidos de la vainilla en función de su longitud	43
Tabla 7: Principales países consumidores de vainilla	45
Tabla 8: Tasa de crecimiento de la demanda internacional	46
Tabla 9: Principales países exportadores de vainilla.....	48
Tabla 10: Tasa de crecimiento de las exportaciones	48
Tabla 11: Total de fincas, extensión sembrada y cosechas por hectáreas al 2014.....	51
Tabla 12: Demanda nacional durante los últimos cinco años	52
Tabla 13: Mercados importadores y valor en miles de dólares	53
Tabla 14: Muestra de la investigación.....	63
Tabla 15: Unidades y categorías de análisis.....	69

Ilustraciones

Ilustración 1: Vainas.....	24
Ilustración 2: Flor de la vainilla	29

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo de investigación tiene como título “la capacidad productiva de la vainilla costarricense con miras a la comercialización internacional”. El objetivo general está relacionado con la producción a nivel nacional, el potencial de crecimiento y el proceso de comercialización que se realiza a nivel internacional referente a la vainilla.

Se realizó bajo un enfoque cualitativo, haciendo uso del método de entrevistas por medio de la aplicación de un cuestionario, el cual fue desarrollado a partir de los objetivos específicos planteados en la investigación. Además, el diseño es paradigma naturalista tipo fenomenológico, ya que se analiza un fenómeno específico, en este caso la producción de vainilla en el país.

Los participantes objeto de la investigación son las empresas y los pequeños productores de vainilla que aprovechan su producción para su posterior exportación y comercialización a nivel nacional e internacional, así también las asociaciones privadas e instituciones del gobierno que velan por el desarrollo del comercio nacional, entre ellas el Ministerio de Comercio de Costa Rica y la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica.

La principal conclusión del presente trabajo de investigación es que actualmente existe un potencial para el desarrollo del sector productivo de vainilla costarricense, ya que el país posee todas las características necesarias para tener una producción de calidad y competitiva a nivel internacional.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Planteamiento del Problema de la Investigación

Actualmente, la globalización determina las condiciones socioeconómicas de los países. Existen diversos retos que tiene cada país en temas como: innovación, desarrollo de su economía, crecimiento, diversificación, entre otros. Con el fin de no quedar rezagado, cada país ha optado por asumir retos, con el fin de mejorar las oportunidades de competencia a nivel internacional y crear una estructura sólida a nivel interno en temas como tecnología, servicios y otro de gran importancia: la agricultura.

Costa Rica ha logrado, con el paso de los años, tener una oferta exportable, principalmente de productos agrícolas de gran calidad, los cuales cumplen con los estándares internacionales que exigen ciertos mercados como el norteamericano y el europeo. Entre la oferta exportable actual se encuentran el banano, la piña y el café oro. Los productos agrícolas costarricenses son bienes de calidad, por lo que, anualmente, se mantiene una salida de casi dos millones de toneladas de banano y piña, colocándolos como los principales productos de exportación del sector agrícola costarricense (PROCOMER, 2014).

Beirute (2016), citado por LogisComex (2016) resalta la importancia del sector agrícola en las exportaciones costarricenses, en los casos donde el país ha participado en ferias internacionales:

El sector agrícola representa un 25% del total de las exportaciones costarricenses, por esta razón es que en PROCOMER continuamos desarrollando esfuerzos, nuestro objetivo es ampliar las oportunidades para que los productores nacionales sigan conquistando mercados. Para lograrlo estamos apostando por estrategias de apoyo al exportador como capacitaciones para incrementar la calidad y el valor agregado en sus productos, así como la prospección de mercados con potencial. Este sector ha sido una carta de presentación en los mercados internacionales durante muchos años, por eso seguimos participando en ferias –como

Fruitlogística– para mostrar la frescura y diversidad de oferta exportable nacional, y de esta forma atraer a más compradores de nuestros productos frescos.

Como lo menciona Pedro Beirute, Gerente General de PROCOMER, el sector agrícola es de gran importancia, ya que existe una gran oferta exportable que posee el país y representa un gran porcentaje del total de las exportaciones que realiza Costa Rica. Esto evidencia la necesidad de impulsar la producción de bienes agrícolas. El esfuerzo que se realiza para incrementar la calidad y el valor agregado de los productos, se debe hacer en bienes agrícolas que posean una alta capacidad productiva y una demanda creciente, como lo es el caso de la vainilla costarricense.

Existe un gran potencial respecto a la comercialización de la vainilla, ya que es un producto utilizado de formas diversas entre las cuales están los helados, gaseosas, chocolates, perfumes, cosméticos, productos para el hogar, productos farmacéuticos, entre otros. La demanda es creciente, cabe mencionar que Estados Unidos es uno de los principales consumidores de vainilla del mundo (Manual para el cultivo de vainilla en sistemas agroforestales, 2009). El mercado estadounidense es muy amplio y exigente, por lo que ejemplifica las diversas formas de utilizar la vainilla y es un posible comprador a nivel internacional.

De esta manera, en la presente investigación, es necesario examinar cuáles son las zonas de producción de la vainilla a nivel nacional. Las mismas son determinadas por ciertas condiciones que las hacen idóneas para tener cosechas de mayor calidad. Como resultado, estas zonas producen un mayor desarrollo económico y social en la comunidad donde las condiciones permiten la producción de vainilla.

Además, se debe identificar la capacidad productiva de la vainilla costarricense con miras a la comercialización internacional, cuál es la forma correcta de producir y dónde se debe realizar la producción de la vainilla en óptimas condiciones, para así obtener mejores resultados.

Asimismo, se debe determinar las oportunidades de comercialización que posee la vainilla costarricense en mercados extranjeros, ya que estos llegan a generar grandes ganancias económicas y de desarrollo, no solamente enfocándolas en Estados Unidos, sino en otros mercados demandantes del producto.

La diversificación de la producción es una herramienta que cada vez está siendo más utilizada por productores costarricenses, ya que se cuenta con una oferta exportable de productos no tradicionales, conocidos como “producción postre”, es decir, lo que se produce no es de primera necesidad para los mercados. Esta situación es una realidad constante y es por ello que se debe buscar nuevos productos y mercados.

Cabe recalcar que la vainilla es un bien agrícola que en el país no ha tenido un desarrollo comercial significativo. Principalmente se ha utilizado para llevar a cabo investigaciones científicas; en el desarrollo científico de vainilla, Costa Rica ha sido un referente. Sin embargo, en el área productiva y comercial, las plantaciones que se han realizado se basan, principalmente, en pequeños cultivos familiares en terrenos de tamaño reducido. La presente investigación se enfocará en el área comercial y de exportaciones de la vainilla costarricense.

Por lo tanto, la vainilla representa un sector agrícola muy llamativo para la producción y desarrollo en Costa Rica. Goza de una gran demanda a nivel internacional y otras naciones han logrado posicionarse en este nicho y han alcanzado resultados positivos. La producción costarricense también lo podría lograr, ya que existen muchos factores que favorecen el desarrollo de esta industria, como el clima, terrenos y condiciones idóneas, etc. Por lo tanto, surge la siguiente interrogante ¿Cuál es la capacidad productiva de la vainilla costarricense con miras a la comercialización internacional?

Objetivos de la Investigación

Objetivo general

- Estudiar la capacidad productiva de la vainilla costarricense con miras a la comercialización internacional.

Objetivos específicos

- Examinar las principales zonas de producción de la vainilla costarricense.
- Identificar la capacidad productiva de la vainilla costarricense con miras a la comercialización internacional.
- Determinar las oportunidades de comercialización de la vainilla costarricense en mercados extranjeros.

Justificación de la Investigación

Actualmente, los mercados ofrecen una gran variedad de productos, lo que ha provocado que sean más exigentes que en años anteriores, y es justificable, ya que se ha tenido un gran avance tecnológico. Por lo tanto, es conveniente que los países diversifiquen más su producción y entreguen más calidad en cada uno de sus productos. Lo anterior se cumple siempre y cuando no se dejen de lado las ventajas comparativas y absolutas del sector que se aprovecha.

La presente investigación se realiza con la intención de contribuir con el entendimiento del comercio internacional y con la difusión del conocimiento; pero también con el afán de informar a los operadores del comercio exterior y a todos aquellos interesados sobre la capacidad productiva de la vainilla costarricense, buscando siempre la comercialización internacional.

En referencia a lo anterior, se debe recalcar que el estudio tiene un impacto a nivel social, ya que proporciona datos concretos y también relevantes de un bien agrícola no muy explotado y comercializado en Costa Rica; el cual se investigará para estudiar la capacidad productiva. Llegará a funcionar como guía para los costarricenses vainilleros que quieran abrir fronteras e ingresar paulatinamente a otros mercados mejorando así sus ingresos.

El presente estudio, además, tiene como valor el presentar un documento realizado bajo un marco metodológico guiado; el cual muestra la información veraz y actualizada de objeto de estudio; en este caso en particular la vainilla costarricense, un bien agrícola con potencial para colocar más y mejores exportaciones a nivel internacional. Es decir, que lo que se pretende es transmitir información válida y confiable para que futuras investigaciones puedan sustentarse con parte de lo recabado en la investigación actual.

La investigación pretende ser amplia en cuanto a la capacidad productiva de la vainilla costarricense, y así lograr ampliar la oferta exportable agrícola de Costa Rica, buscando siempre examinar las zonas de producción a nivel nacional. Esto ayudará a ver dónde la producción es eficaz. Asimismo, se debe identificar la capacidad productiva, para así determinar las oportunidades de comercialización que tiene la vainilla costarricense en mercados extranjeros.

Actualmente, la mayoría de países deben diversificar su oferta exportable con aquellos productos que le generan una mayor ganancia, además de una mayor competitividad. Así pueden tener solvencia económica. Por tanto, recurren al intercambio de bienes y servicios. Cada día, la competencia ante la globalización, las nuevas prácticas comerciales y las nuevas tendencias del comercio internacional se hacen más fuertes, y aquel país que no esté preparado para establecer su economía en el ámbito mundial quedará rezagado.

Cada país busca fortalecer aquellos sectores que le son de gran importancia, para así desarrollarlos y competir frente a los demás países. Esto con el objetivo de no verse amenazados

en el desarrollo comercial. Esta investigación mostrará los resultados que se obtienen al producir vainilla, ya que es un producto con una demanda creciente y con poca oferta.

Esta investigación implica realizar un estudio exhaustivo de las zonas de producción de la vainilla, la capacidad de comercialización y la capacidad productiva de este bien a nivel nacional con miras a la comercialización internacional. Se pretende que los productores y empresarios se informen, para que de esta manera tengan un panorama más amplio y sólido del sector agrícola que desarrollan, ya que la investigación pretende aclarar los aspectos de mayor importancia.

La presente investigación, al ser de carácter cualitativo, busca llegar a la fuente de información de forma directa, por medio de la aplicación de una entrevista, seleccionando a profesionales en la materia, ya que son aquellos que tienen mayor conocimiento y afinidad con el tema en estudio.

Antecedentes de la Investigación

Costa Rica es un país que no ha querido quedar rezagado en temas de comercio internacional. Existen diversos productos de mucha importancia para Costa Rica, como es el caso del café y la caña. El primero es muy cotizado a nivel internacional, sin embargo, en sectores como servicios y tecnologías también se ha logrado un desarrollo muy grande. Es importante para Costa Rica buscar más y mejores maneras de exponer la producción costarricense en mercados internacionales.

La vainilla es originaria de México, país al cual llegaron los españoles y la bautizaron con ese nombre:

El cultivo de la vainilla es originario de México, específicamente de la región del Totonacapan, donde fue desarrollada la cultura totonaca. Dicha cultura consideró a la vainilla como objeto de venerados cultos, y fue declarada como planta sagrada, ya que era utilizada como ofrenda divina en sus adoratorios. Fue llamada en

náhuatl tlixóchitl y fueron los españoles que le dieron el nombre de vainilla, esto debido a la forma del fruto. (Reyes, 2008, p.11)

Para el año 1527, se descubre que la vainilla es la única orquídea comestible, entre 8000 géneros y unas 20000 especies. Hasta el siglo XVI era conocida solamente en Centroamérica y México. En 1841, un exesclavo de la isla francesa de Reunión, llegó a perfeccionar un método práctico para polinizar manualmente las flores y así obtener vainas, esto llegó a posibilitar su cultivo comercial fuera de México (Paniagua, 2008, p.10).

La presente investigación toma como referencia a diferentes autores, que han llevado a cabo investigaciones, trabajos de graduación o seminarios, los cuales se tomarán como referencia para fortalecer y sustentar teóricamente la investigación que se lleva a cabo. Se han tomado en cuenta autores nacionales e internacionales, y a continuación se detallaran las investigaciones que se tomaron en cuenta, con sus respectivas referencias.

Los autores citados a continuación Reyes, Rodríguez, Kelso, Huerta e Ibáñez (2008), de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, en su obra didáctica llamada Beneficiado tradicional de Vainilla, estos investigadores tuvieron como objetivo principal ayudar a los productores a beneficiar su propio producto, ya sea en grandes volúmenes o de forma casera. En sus principales conclusiones resaltan por qué realizar los curados de los frutos verdes de la vainilla, el proceso de fermentación, deshidratación, entre otras características pertenecientes a la vainilla, determinaron las principales características sensoriales, físicas y químicas de la vainilla.

La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación de México (2010), desarrolló la investigación titulada “Estudio de oportunidades de mercado internacional para la vainilla mexicana”, como objetivo principal, la investigación se planteó detectar y confirmar que, efectivamente, exista demanda de vainilla en vaina o extracto de vainilla. La investigación realizó un análisis del producto y del mercado al que querían dirigirse. También describen detalladamente los mercados norteamericano y alemán, describen las brechas por cubrir entre los productores de vainilla y los mercados que son objetivo del estudio. Entre las

principales conclusiones, el estudio demostró que existe un nicho de mercado potencial de exportación en los Estados Unidos y Alemania. Además, este mercado es viable y accesible mientras se cumpla con los requisitos de sanidad e inocuidad para la importación de productos agrícolas que imponen los países referidos.

También, el estudio reveló que es viable exportar vainilla o extracto de vainas de vainilla mientras se establezca una estrategia de mercadeo razonable y adecuado con los canales presentes de distribución y se realice una negociación favorable para ambas partes. Actualmente, la producción mexicana es reducida, comparada con el volumen ofertado por otros países, la vainilla mexicana es demandada en nichos de mercado especializados y es en estos nichos donde encuentra mayores fortalezas para competir, en términos de origen y calidad.

La vainilla es un producto que va en crecimiento, esto debido a diversos factores, tales como demanda, productividad, etc. Astorga, Vega y Areñal (2011) de la Universidad Nacional de Costa Rica, en su trabajo de graduación titulado “Estudio para determinar la rentabilidad de la producción y la comercialización de la vainilla en el cantón de Pococí”, tuvieron como principal objetivo determinar la rentabilidad del cultivo de la vainilla en el cantón de Pococí, tomando en cuenta costos, tiempo e inversión para su comercialización en el mercado meta durante el periodo 2006 – 2010. Entre sus principales conclusiones, resaltan que el cultivo de la vainilla es rentable. Además, el cantón de Pococí reúne las características necesarias para la producción de vainilla. Mencionan también que la vainilla, a nivel internacional, no satisface las necesidades del mundo, recalcan que la vainilla es una orquídea que no requiere de mucho trabajo y se puede realizar de una forma familiar, el tiempo que transcurre una orquídea en dar fruto es de 5 años y requiere paciencia para tener resultados económicos a largo plazo.

Los autores Araya, Cordero, Paniagua y Azofeifa (2014), en el I Seminario Internacional de Vainilla, como objetivo principal del seminario tenían promover la investigación, la extensión y la producción de vainilla en Mesoamérica. Entre sus principales conclusiones, mencionan las técnicas implementadas para el cultivo en México. Asimismo, la planeación estratégica para la

conservación del recurso genético vainilla, la estimación de los requerimientos hídricos del cultivo de vainilla, entre otros.

Asimismo, Azofeifa (2014) realizó el estudio denominado "Ubicación, caracterización y conservación del germoplasma de vainilla presente en Costa Rica", del Instituto de Investigación y Servicios Forestales de la Universidad Nacional de Costa Rica. Su objetivo fue realizar un mapeo de los sitios donde se ha detectado *Vanilla spp.* en Costa Rica. Además, llevar a cabo la recolección de material vegetal en las diferentes regiones del país. Las principales conclusiones que se pueden destacar son determinar zonas de gran importancia para la siembra de vainilla: las poblaciones de vainilla silvestres se encuentran, en la mayoría de los casos, en pequeños conglomerados distribuidos a lo largo del país. Azofeifa llegó a mapear las diferentes zonas productoras del país, y también logró discriminar 20 grupos diferentes de vainilla.

Por último, Azofeifa y Paniagua (2015), en la revista de Extensión: Universidad en Diálogo, de la Universidad Nacional de Costa Rica, presentan el estudio titulado "La investigación y la extensión, ¿son complementarias? El caso de la vainilla". Su objetivo principal era realizar un proyecto de investigación para implementar el cultivo de vainilla en Sistemas Agroforestales. Entre sus principales conclusiones están que la extensión e investigación son complementarias y cíclicas. Los problemas que han tenido los agricultores cultivando con el sistema SAF se resumen en: problemas fitosanitarios, peligro de extinción de la especie más importante en términos económicos, plantaciones con reducidas bases genéticas, entre otros.

Proyecciones de la Investigación

La investigación pretende, primeramente, examinar las principales zonas de producción de la vainilla costarricense, para así lograr determinar cuáles tienen las mejores condiciones, y también, cuáles son idóneas para desarrollar el producto y aprovechar las oportunidades para el desarrollo de las mismas. En este apartado, se analizará los factores naturales que influyen en el desarrollo de la vainilla. Como resultado se obtendrá cuáles son las zonas en las que se debe enfocar el desarrollo y la mayor atención por parte de los productores e interesados en la vainilla.

Se procederá a identificar la capacidad productiva de la vainilla costarricense con miras a la comercialización internacional del producto, los factores que interfieren directa e indirectamente para tener una productividad buena y eficaz para el cumplimiento de las exigencias de los mercados internacionales. Se evidenciará cómo se debe ingresar a los diferentes mercados, cuáles estrategias comerciales utilizar, los canales de comercialización idóneos para ingresar correctamente y sacar el mayor provecho del bien agrícola. Esto se logra por la investigación y análisis de cada canal y de las estrategias existentes, identificando así la correcta y necesaria para una comercialización exitosa.

Además, se pretende determinar las oportunidades de comercialización de la vainilla costarricense en mercados extranjeros. Con este rubro se busca ver cuáles son los mercados potenciales y cómo se puede acceder a ellos de forma exitosa. Se definirá las principales características de la vainilla costarricense, con el fin de lograr una correcta comercialización del producto en los mercados internacionales identificados en la investigación. Esto se logrará por medio del análisis de estudios realizados con anterioridad acerca de las oportunidades de comercialización de la vainilla.

CAPITULO II: MARCO DE REFERENCIA

Historia de la Vainilla

Según Paniagua (2009), en el Manual para el cultivo de vainilla en Sistemas Agroforestales, hay una leyenda alrededor de la vainilla: existió alguna vez una pareja, la cual fue sacrificada y ofreció su sangre a los dioses. Donde cayó la sangre, empezó a crecer un arbusto, luego una orquídea trepadora que empezó a cubrirse de flores, las cuales se convirtieron en largas y delgadas vainas que al madurar desprendía un perfume penetrante, asumiendo que era el alma de la doncella. Se le declaró una planta sagrada, por eso en la lengua indígena vainilla significa flor recóndita y flor negra.

Según Reyes (2008), la vainilla es originaria de México, país en el cual aparecieron los españoles y la bautizaron con el nombre de vainilla:

El cultivo de la vainilla es originario de México, específicamente de la región del Totonacapan, donde fue desarrollada la cultura totonaca. Dicha cultura consideró a la vainilla como objeto de venerados cultos, y fue declarada como planta sagrada, ya que era utilizada como ofrenda divina en sus adoratorios. Fue llamada en náhuatl tlixóchitl y fueron los españoles que le dieron el nombre de vainilla, esto debido a la forma del fruto.

Para el año 1527, se descubre que la vainilla es la única orquídea comestible, entre 8000 géneros y unas 20000 especies. Hasta el siglo XVI era conocida solamente en Centroamérica y México. Según Paniagua (2008) en 1841 un ex esclavo de la isla francesa de Reunión, llegó a perfeccionar un método práctico para polinizar manualmente las flores y así obtener vainas, esto llegó a posibilitar su cultivo comercial fuera de México.

En 1960, países africanos y asiáticos introducen al mercado mundial grandes volúmenes de ethilvainillina y cumirina, sustitutos de la vainilla. Provocando que los precios bajaran considerablemente. Los productores decidieron cambiar el cultivo de vainilla por otros como naranja, café, plátano y pastos (Paniagua, 2008).

En esa misma década, México logró altas producciones, y llegó a ser el primer productor de vainilla a nivel mundial. Al inicio de los años 80, a raíz de una fuerte tendencia mundial hacia el consumo de productos naturales en general y de la vainilla en particular, la demanda y el precio de este producto aumentaron considerablemente, y con ello, el interés de los productores por el cultivo de esta orquídea.

La vainilla es una orquídea de gran importancia para el mercado mexicano, ya que desde que se inició su cultivo favorecido el desarrollo de muchas áreas dedicadas a la agricultura. La exportación de vainilla empezó a ganar terreno en el mercado por 623000 dólares. Para ese momento, el principal comprador era Estados Unidos.

Ilustración 1: Vainas



Fuente: Orquimaniaco.

Tabla 1: Historia Cronológica de la Vainilla

Año	Sucesos
1527	Se descubre que la vainilla es la única orquídea que puede ser comestible (entre 8 000 géneros y unas 20 000 especies). Hasta el siglo XVI sólo era conocida en Centroamérica y México.
1552.	La vainilla se considera como un remedio para la fatiga, se escribe la primera receta en latín para obtener un perfume sacado de estas y otras flores.
1841	Edmond Albius, perfeccionó un método práctico para polinizar manualmente las flores y así obtener vainas. Este paso posibilitó su cultivo comercial, a nivel mundial.
1960	Países africanos y asiáticos introducen al mercado mundial sustitutos de vainilla, provocando que los precios bajaran. Los productores decidieron cambiar el cultivo de la vainilla por otros cultivos como naranja, café, plátano y pastos
Al inicio de los 80	A raíz de una fuerte tendencia mundial hacia el consumo de productos naturales en general y de la vainilla en particular, la demanda y el precio de este producto aumentaron considerablemente, y con ello, el interés de los productores por el cultivo de esta orquídea.
Del 2000 en adelante	La exportación de vainilla empezó a ganar terreno en el mercado internacional desde el 2001, ya que las exportaciones en el 2000 eran por 623 mil dólares y el principal comprador era Estados Unidos.

Fuente: Elaboración propia con información del Manual para el cultivo de vainilla en Sistemas Agroforestales, 2017.

Origen de la vainilla

Según Reyes et al. (2009) “En la actualidad la vainilla es utilizada en el mundo en diversas formas, pues es solicitada por la industria alimenticia, licorera, refresquera, farmacéutica, cosmética, tabacalera e industria artesanal”. Esto evidencia la importancia que tiene la vainilla hoy en día. Ya que, si se observa, las industrias que demandan vainilla para sus

productos son diversas, grandes y significativas. Son industrias muy distintas unas de otras, de ahí la relevancia que tiene la vainilla.

La vainilla pertenece a la familia de las orquídeas y al género *Vainillina*. De este se conocen más de 250 especies, aunque las más utilizadas son las vainilla planifolia. Las plantas de este género se reconocen por su hábito trepador, monopodial, con tallos que pueden alcanzar hasta 25 metros de longitud. En Costa Rica se han registrado algunas especies: *V. Insignes*, *V. Mexicana*, *V. Odorata*, *V. Panciflora* y *V. Faviana* (Paniagua, 2008).

La vainilla es una orquídea endémica de Centroamérica y del sur de México. Sin embargo, las grandes plantaciones de vainilla se han desarrollado en el hemisferio oriental, principalmente en Madagascar, debido a las condiciones climáticas y a la abundante mano de obra barata. Algunos expertos consideran la vainilla Totonaca como la de mejor calidad en todo el mundo, a menudo se comercializa en tiendas de alimentación especializadas en productos naturales. La flor de vainilla es un productopreciado en los mercados europeos y estadounidense, a pesar de ser una especie frágil y pequeña, su valor económico es muy alto. (Paniagua, 2008).

Vainilla en el entorno nacional

Según el Manual para el cultivo de la vainilla en sistemas agroforestales (2009, p.31), las primeras plantaciones que se hicieron en el país fueron por los años 1996 y 1997, en la región del Pacífico Central (Quepos). Sin embargo, debido a la falta de capacitación, al mal manejo en las plantaciones y a que se implementó una forma de monocultivo, se propició el surgimiento de organismos patógenos como *Fusarium* y *Erwinia*, que perjudicaron en gran manera los cultivos. Además, factores ambientales, como el huracán Cesar, contribuyeron a llevar este cultivo al fracaso.

Según Astorga (2012, p. 2). Entre los tres principales sectores de la economía costarricense se encuentra la agricultura:

La economía de Costa Rica se divide en tres grandes sectores que son: el turismo, la exportación de equipos electrónicos y la agricultura; siendo esta última de gran importancia, ya que ha sido desde sus inicios la base del crecimiento económico del país, con productos tales como el café, el banano, el cacao y la piña, los cuales han abierto el camino para la inserción a nuevos mercados y para la diversificación de nuevos productos.

Por lo tanto, durante los últimos años, el sector agropecuario nacional mediante el apoyo de instituciones del estado como el Instituto de investigación y servicios forestales (INISEFOR), laboratorio de Fitoquímica (LAFIT) de la Universidad Nacional de Costa Rica, Instituto Nacional de Aprendizaje, CIPRONA, entre otros, han provocado un cambio de visión hacia los productos no convencionales. En este caso, la vainilla (*Vainilla planifolia*) en Sistemas Agroforestales.

La expectativa del crecimiento para la vainilla ha favorecido la actividad en el territorio nacional. Tal expectativa es debida a la demanda mundial en la que está inmerso este cultivo. Lo anterior gracias a sus grandes propiedades organolépticas (aroma y sabor). El extracto de esta planta fermentada se utiliza para repostería, como saborizante y aromatizante de helados, para jabones, geles, cremas, aerosoles, licores, perfumes y tabaco (Camacho, 2008)

Clasificación arancelaria en Costa Rica

Para el desarrollo del análisis en cuanto a importaciones y exportaciones de la vainilla, se utiliza como referencia la Codificación del Sistema Armonizado (SAC). Según Céspedes (2005, p.8) “En el lenguaje arancelario o estadístico, clasificar es encontrar la exacta posición de una mercancía o clase de ellas [sic], en determinado esquema de clasificación el cual tiene cuatro características básicas: simple, preciso, completo y uniforme”.

De acuerdo con el sistema armonizado de designación y codificación global, la codificación del producto de vainilla se ubica en el capítulo 09, en la partida 0905, la cual se desglosa, posteriormente en las siguientes subpartidas:

- 090500 Vainilla
- 090510 Vainilla, sin triturar ni pulverizar
- 090520 Vainilla, triturado o pulverizado

Para efectos del estudio y la búsqueda de datos globales se procederá a utilizar la subpartida 090510 correspondiente a la vainilla sin triturar ni pulverizar, ya que en esta categoría se encuentra el producto en estudio.

Clasificación botánica

La vainilla es una planta trepadora de la familia de las orquídeas, considerada una planta epífita no parásita, es decir, que utiliza un tutor para sostenerse y así crecer, pero su fuente de nutrición es la materia orgánica que se encuentra en la superficie terrestre (Reyes, 2009). La clasificación se muestra en el siguiente cuadro:

Tabla 2: Clasificación Botánica de la Vainilla

Nombre: Vainilla
Reino: Vegetal
División: Magnoliophyta
Clase: Liliopsida
Familia: Orchidaceae
Nombre científico: Vainilla planifolia

Fuente: Manual para el cultivo de vainilla en Sistemas Agroforestales, 2009.

Cosecha de la vainilla

El proceso de cosecha es largo y debe ser supervisado cuidadosamente para obtener la calidad y cantidad de vainas necesarias. “Después de 4 años de sembrados aparece la primera floración, pero es preferible no polinizar y esperar al siguiente año” (Manual para el cultivo de la vainilla en sistemas agroforestales, 2009). Después de transcurrir los primeros 4 años la flor de la orquídea puede ser polinizada. Pasados unos 7 a 8 meses, la fecundación de la vainilla alcanza su máximo tamaño. Se pretende no polinizar en el cuarto año para esperar su madurez fisiológica correcta.

Una vez transcurrido este tiempo, cinco años aproximadamente, “la planta está en pleno rendimiento hasta la edad de 8 años” (Manual para el cultivo de la vainilla en sistemas agroforestales, 2009). En este punto se puede cosechar, cada vaina, a esta altura, tiene la calidad suficiente para que sea aprovechada al máximo y sacarle.

Ilustración 2: Flor de la vainilla



Fuente: Flowerian.

Zonas de Producción

Una “zona de producción es una extensión territorial que se delimita de acuerdo con ciertas características, entre las que se pueden mencionar: administrativas, geográficas, históricas, climatológicas, económicas, sociales, etc.” (Definición.de, 2017, párr. 4). Está vinculada a la economía y al análisis de la producción, el intercambio y el consumo de productos y vinculada a la distribución de recursos.

Las zonas de producción son de gran importancia para la región en la cual se ubican, pues ellas marcan actividades económicas de mayor importancia “se emplea para denominar al área de una nación que se define a partir de la actividad económica que tiene mayor preponderancia” (Definición.de, 2017, párr. 7). Las mismas pueden encerrar diferentes áreas de producción “Puede tratarse de una región agrícola, una región minera, una región petrolera o de otro tipo” (Definición.de, 2017, párr. 8).

En este caso, las zonas de producción se entienden por aquellas que a nivel nacional se dedican a la siembra y cosecha de vainilla con fines comerciales, las cuales marcan una actividad económica preponderante en ciertas regiones agrícolas del país. Es importante mencionar que la producción de vainilla en Costa Rica es a pequeña y mediana escala, sin embargo, aunque sea de esta manera, tiene gran importancia económica “El cultivo de la vainilla es muy rentable y adecuado para explotaciones familiares pequeñas” (Ramírez, 1999). Además, es importante destacar que la vainilla es la segunda especia de mayor valor de venta en el mundo después del azafrán (Estudio de oportunidades de mercado internacional para la vainilla mexicana, 2009, p.48). Expertos a nivel nacional se dedican en el desarrollo e investigación de la misma, para así lograr expandir la producción nacional.

Hay ciertos aspectos que enmarcan las zonas de producción aptas para que se pueda cosechar la vainilla, de la forma recomendada y necesaria, como son la precipitación, humedad, etc. “La vainilla se desarrolla en clima húmedo cálido, con precipitación entre 1500 a 2500mm

anuales y una humedad relativa del 80% son suficientes para su adecuado desarrollo y producción” (Manual para el cultivo de la vainilla en Sistemas Agroforestales, 2009).

La época seca es indispensable para la recolección, y esta no debe exceder los dos meses, sobre todo en la época de floración y maduración de las vainas. La temperatura es otro factor de gran importancia por tomar en cuenta; la temperatura media anual óptima debe ser de 21° C. Asimismo, las temperaturas deben oscilar entre los 14,5° C y los 16°C y un máximo de 28°C y 31° C (Manual para el cultivo de la vainilla en sistemas agroforestales, 2009).

En Costa Rica, los lugares donde se ha hallado vainilla, tanto para producción como para investigación y desarrollo son los siguientes:

Tabla 3: Lugares de Producción de la Vainilla en Costa Rica

Ubicación	Latitud	Longitud	Altura m.s.n.m.	Fecha de recolección
Punta Burica	08°13'14.4"	82°57'26.0"	160	29/11/2012
Parismina	10°16'43"	83°19'36"	15	08/02/2013
Los Patos, Corcovado	08°34'07.4"	83°31'05.0"	200	21/08/2013
RVS Gandoca- Manzanillo	09°35'22.1"	82°35'41.4"	19	14/11/2013
Puerto Vargas	09°44'23.9"	82°48'40.4"	3	15/11/2013
Monteverde (RBSL)	10°15'34.7"	84°49'34.1"	768	19/11/2013
Parismina	10°16'43.1"	83°19'35.6"	8	27/11/2013
PN Barbilla	09°58'31.7"	83°27'07.2"	419	11/03/2014
Buenos Aires, Puntarenas	09°00'21.6"	83°13'17.4"	118	25/03/2014
Humo de Pejibaye, Turrialba	09°48'24.4"	83°43'19.2"	836	03/04/2014
Guayabo, Bagaces	10°41'21.3"	85°13'57.7"	558	29/04/2014
Puerto Carrillo, Guanacaste	09°53'21.1"	85°29'20.5"	166	30/04/2014
Esparza, Puntarenas	09°59'15.6"	84°39'14.6"	200	30/04/2014
Birmanía de Upala	10°59'08.9"	85°16'24.5"	136	07/05/2014
PN Cabo Blanco, Puntarenas	09°35'10.9"	85°08'07.3"	113	31/05/2014

Alegría, Siquirres	10°04'03.9"	83°37'58.2"	852	12/06/2014
ZP El Rodeo	09°54'13.9"	84°16'14.4"	993	15/06/2014
Corcovado	08°23'31.9"	83°19'16.7"	90	27/06/2014

Fuente: CONICIT, Base de datos de las colectas.

Además de los lugares que se mencionan en el cuadro anterior, en Costa Rica existen otras zonas que se han encargado de producir plantas madres de vainilla, ya que poseen el potencial de crecimiento a la zona donde se ubican

Desde hace más de cuatro meses la Universidad Nacional, Conservación Osa y Universidad de Costa Rica, han unido esfuerzos para llevar a cabo el establecimiento y desarrollo de plantas madre de Vanilla spp. orgánica en la zona de Puerto Jiménez de Costa Rica, debido a que el cultivo es sumamente rentable y sería una gran oportunidad para los agricultores de la zona sur del país, los que no cuentan con muchas fuentes de trabajo (Osa Conservation, 2014, párr. 6).

Esta organización ha unido esfuerzos con instituciones para así lograr llevar a la zona de Osa la producción, desarrollo e investigación de vainilla. Es importante resaltar una vez más el interés en la siembra de esta orquídea, ya que es sumamente rentable y da grandes oportunidades de desarrollo económico para estas áreas agrícolas del país, con planes a mediano y largo plazo, buscan en la vainilla la rentabilidad.

Se hace evidente que en Costa Rica existen diversas zonas que se encargan de producir vainilla. Sin embargo, estas lo han realizado hasta el momento de una forma artesanal y aún no han logrado producir a escalas industriales para así abastecer la demanda nacional y posiblemente la mundial. Sin embargo, por cuestiones climatológicas y de ubicación, Costa Rica posee muchas oportunidades para producir un mayor crecimiento en la producción de vainilla y así lograr mejor y mayor rentabilidad para la agricultura del país.

Amenazas para la Producción de la Vainilla

Asimismo, las zonas de producción de la vainilla se determinan dependiendo de la intensidad de una amenaza que exista, en este caso las amenazas más frecuentes en Costa Rica son las naturales, las cuales pueden generar grandes repercusiones sobre cualquier zona de producción del país.

Las amenazas naturales hacen referencia específicamente, a todos los fenómenos atmosféricos, hidrológicos, de erosión o fenómenos de remoción en masa y a los incendios que por su ubicación, severidad y frecuencia, tienen el potencial de afectar adversamente al ser humano, a sus estructuras y a sus actividades (Identificación de Amenazas y Vulnerabilidades, 2017, p.48).

A pesar de emplearse el adjetivo de natural, una amenaza natural tiene elementos o actores que involucran al hombre, un evento físico, por ejemplo la ruptura de diques que provocan inundaciones, puede ser entendido como una amenaza tecnológica, y no una amenaza natural. En áreas donde no hay intereses humanos, los fenómenos naturales no constituyen amenazas ni tampoco resultan en desastres.

Criterios de intensidad de una amenaza

En la forma como se presentan normalmente los criterios, no se introduce una graduación de la amenaza debida a condiciones físicas locales. Con el objetivo de involucrar la intensidad del fenómeno en la clasificación de amenaza, se puede pensar en los siguientes parámetros.

Carácter de la amenaza.

Tiene relación con la forma como se desarrolla la amenaza en la zona identificada, su carácter súbito, (de ocurrencia rápida), o lento, (de ocurrencia prolongada), tiene también relación

con la dirección del flujo o la zona donde se concentra el flujo y la zona donde este se extiende (Identificación de Amenazas y Vulnerabilidades, 2017).

Grado de riesgo.

Según Ballesteros (2012, párr. 4) el grado de riesgo es la probabilidad latente de que ocurra un hecho que llegue a producir ciertos efectos negativos en las plantaciones, la combinación de la probabilidad que ocurra un evento y la magnitud del impacto que este puede causar. Asimismo, es la incertidumbre frente a la ocurrencia de eventos y situaciones que afecten los beneficios de una actividad.

En este caso, el grado de riesgo es el hecho que ocurra un desastre natural que pueda ocasionar efectos negativos como la pérdida total o parcial de la plantación de vainilla que se esté realizando. Entre los factores que causan efectos negativos están las inundaciones, sequías, tormentas tropicales, actividad volcánica, degradación del medio ambiente, entre otros. Estos ayudan a determinar las zonas de producción idóneas para llevar a cabo la siembra y cosecha de la vainilla.

Los desastres naturales y los conflictos sociales en los principales países productores provocaron durante 2002-2003 un incremento en el precio de la vainilla hasta alcanzar la inimaginable suma de \$500 dólares por kilo de vainilla curada. Estos precios motivaron una mayor producción e impulsaron la entrada de nuevos mercados (Estudio de oportunidades de mercado internacional para la vainilla mexicana, 2009).

Requerimientos de recursos naturales

Además, es importante tomar en consideración la disponibilidad de los recursos naturales, ya que una zona que sea muy seca, con pocas precipitaciones y donde no exista una extensión de tierra para llevar a cabo la siembra, o bien, en general los recursos naturales sean muy limitados, no será apta para llevar a cabo el cultivo de vainilla.

Según Klinnert (2013), los recursos naturales son de gran importancia, ya que son la base de toda economía. Estos pueden ser tierras fértiles, bosques, agua, madera, etc. Todo eso es esencial por una simple razón: todos esos recursos son fuente de mano de obra. Entre los recursos naturales de mayor importancia y que deben estar siempre presentes en la producción de la vainilla están las tierras fértiles, bosques y agua, ya que son fundamentales para el desarrollo de la vainilla.

Desarrollo económico en las zonas de producción

Es importante tomar en cuenta el crecimiento económico que genera la vainilla en cada zona de producción donde esta se da, ya que, según Encolombia.com (2016) “el crecimiento económico es el aumento de la cantidad de trabajos que hay por metro cuadrado, la renta o el valor de bienes y servicios producidos por una economía”.

La vainilla durante el ciclo productivo es una fuente importante de empleo rural, principalmente en la etapa de floración, debido a que la polinización se realiza manualmente y luego puede llegar a alcanzar entre 150 a 200 mil dólares por tonelada. Asimismo, la vainilla posee una alta cotización a nivel internacional. Cabe destacar que los niveles de escolaridad en la mayoría de los productores son bajos, ya que el 19% es analfabeto y el 39% cuenta con primaria incompleta (Estudio de oportunidades de mercado internacional para la vainilla mexicana, 2009, p13).

Como se puede observar, la vainilla trae diversos beneficios, tanto para la zona en la cual se desarrolla la actividad agrícola como para los empresarios y productores, lo que se traduce en crecimiento económico. Por lo general, las personas que se encargan de darle mantenimiento a las plantas y a la cosecha son analfabetas, no han tenido un nivel de escolaridad alto y han encontrado en la vainilla una fuente de ingresos. Asimismo, el precio que tiene la vainilla a nivel internacional produce una rentabilidad alta para los empresarios, por lo que es notorio que hay un beneficio mutuo entre estos y los productores.

Capacidad Productiva

Según el Diario UltimaHora (2014, párr. 1) es siempre importante, en el proceso evolutivo de un país, exhibir su capacidad productiva. Esto porque el desarrollo de la economía de un país es producto del trabajo que se realiza en este. Y este se manifiesta en diversos campos de la actividad humana, en la que también se muestra una sociedad que avanza. En el caso de la capacidad productiva de la vainilla, es importante observar el avance que tiene el país, ya que se podrá ver el progreso que se da.

Es importante resaltar que la capacidad productiva de un país, una empresa o una persona están determinados por los factores de producción que en ellos hay, según el Banco de la República (2017, párr. 5):

Los factores de producción son los recursos que un país, una empresa o una persona utiliza para crear y producir bienes y servicios, en la teoría económica se considera que existen tres factores principales de producción: el capital, el trabajo y la tierra.

Factor productivo capital

Según (Banco de la República, 2017) “se refiere a todos aquellos bienes o artículos en los cuales se ha hecho una inversión y que contribuyen en la producción, por ejemplo máquinas, equipos, fábricas, bodegas, herramientas, transporte, etc.” todos estos bienes o artículos se utilizan para producir otros bienes o servicios. En el caso de la vainilla costarricense, nos referimos a los bienes empleados que han contribuido a la producción de la vainilla, por ejemplo la compra de herramientas como palas, machetes, entre otros.

Factor productivo trabajo

Son todas las capacidades humanas, físicas y mentales que poseen los trabajadores y que son necesarias para la producción de bienes y servicios (Banco de la República, 2017). En el caso de la vainilla, son todos aquellos trabajadores que con sus capacidades humanas ayudan a la producción de la vainilla costarricense.

Factor productivo tierra

Según el Banco de la República (2017), el factor tierra se define como:

Este factor de producción no se refiere únicamente a la tierra en sí, o sea, el área utilizada para desarrollar actividades que generen una producción, cría de ganado, siembra de cultivos, construcción de edificios de oficinas, etc. En el factor tierra también se incluyen todos los recursos naturales de utilidad en la producción de bienes y servicios, por ejemplo los bosques, los yacimientos minerales, las fuentes y depósitos de agua, la fauna, etc. El valor de la tierra depende de muchos factores, por ejemplo de la cercanía a centros urbanos, del acceso a medios de comunicación, de la disponibilidad de otros recursos naturales (como los que se mencionaron anteriormente), del área, etc. (Banco de la República, 2017, párr. 4)

Cada uno de estos factores tiene un retorno, por ejemplo, el capital tiene como compensación las ganancias del valor que se le añade a los productos; el trabajo, por su parte, tiene como compensación los salarios; y la tierra tiene como compensación la renta que se obtiene de ella al utilizarla. Con la combinación de los factores de producción, se busca eficiencia en la producción para obtener mayores utilidades.

Es importante destacar que existen otros factores de producción, que por lo general no considera la teoría económica, “en la actualidad, con los cambios a nivel de producción, se pueden considerar como factores de producción la capacidad empresarial y el entorno tecnológico” (Banco de la República, 2017). Es importante tomar en cuenta el factor tecnológico en la producción, ya que “la tecnología hace que la producción se escale a niveles nunca antes

vistos, en donde el poder del capital, acogido por el poder de la tecnología, puede crear economías de escala” (Gestiopolis, 2017). Por lo tanto, es otro factor de gran importancia por tomar en cuenta.

Capacidad instalada de la vainilla

Según Jara (2015, párr. 1) define la capacidad instalada de la siguiente manera;

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc.

Cuando el volumen de la producción es inferior a la capacidad instalada, se dice que existe un desempleo de factores, esto quiere decir que no se está utilizando los factores a plenitud. A medida que el volumen de producción se acerca a la capacidad instalada, se dice que hay pleno empleo de cada uno de los factores. En el caso de la vainilla, sería la utilización de todos los factores que la componen, como la semilla, la tierra, el agua, recursos forestales, etc. De tal forma que se empleen hasta la capacidad instalada.

No utilizar los factores que se tiene a mano se puede traducir como un mayor costo, “un bajo uso de la capacidad instalada significa subutilización de la infraestructura y por ende mayor costo por unidad. Este elemento es determinante en la competitividad del producto o servicio frente a otros competidores en el mercado” (Jara, 2015, párr. 3). Es importante tomar en cuenta la capacidad instalada en la producción de vainilla, ya que esta determinará en gran parte la capacidad productiva y la competitividad ante mercados internacionales.

Capacidad ociosa de la vainilla

Cuando hay situaciones de recesión o de crisis, el porcentaje de la capacidad instalada utilizada tiende a disminuir, aumentando la capacidad ociosa, según Gerencie.com (2015) “se entiende por capacidad ociosa aquella capacidad instalada de producción de una empresa que no se utiliza o que se subutiliza” la capacidad ociosa le representa a la empresa un alto costo financiero, puesto que las instalaciones no utilizadas requieren mantenimiento, se deterioran, y posiblemente queden obsoletas antes de generar alguna renta a la empresa.

En el caso de los productores de vainilla costarricenses, se debe determinar con exactitud cuáles son los requerimientos de su producción, tanto en activos como en capital de trabajo, para así invertir en su proyecto lo justo y necesario, cualquier otro recurso que exceda los requerimientos de su empresa, puede invertirlo en otro proyecto en el cual puede aprovechar toda su capacidad.

Proceso productivo de la vainilla costarricense

Según el Manual para el cultivo de vainilla en Sistemas Agroforestales (2009, p.32), la vainilla, al ser una planta trepadora, se sujeta bien a los árboles de apoyo y se le considera un cultivo ecológico que no permite el uso de armazones, como tampoco es recomendable combinarla con una sola especie de árbol. En un sistema agroforestal se debe usar la mayor diversidad de árboles tutores. El ciclo de vida del cultivo en la etapa vegetativa va desde los 0 a los 4 años, la floración se comienza a ver a partir del cuatro año; sin embargo, no se comienza la polinización hasta el quinto año, ocho meses después a la polinización se obtiene la cosecha.

Métodos de polinización

Existe la polinización natural, la cual se lleva a cabo por medio de insectos, específicamente por la abeja *Meliponia*, también por pájaros, por medio de colibríes; sin embargo, en ambos casos la producción de frutos es escasa, ya que la planta posee la membrana rostelo, que separa la parte masculina y femenina de la flor, por lo que surgió la polinización manual.

La polinización manual fue desarrollada por Emund Albius en 1841. Consiste en doblar el pétalo que cubre el tallo floral central, con la ayuda de un instrumento se levanta el rostelo que cubre el estigma; luego de esto, con el pulgar, se toma el polen de la misma flor y se frota suavemente sobre el estigma. Por ello, el plantador debe manipular las flores una por una. Con ayuda de una aguja, se levanta la lengüeta liberando el polen, después se presiona la flor para que se efectúe la fecundación.

Como se pudo observar, existen dos métodos de polinización de la vainilla. Se puede dar de manera natural, que implica que ciertos animales ayuden en el proceso de polinización de la flor. La segunda manera consiste en el método artificial, en el cual la mano humana debe hacerse presente para que se lleve a cabo. Con el fin de asegurar una buena cosecha, se practica la polinización artificial.

En la siguiente tabla, se puede observar en qué consiste cada tipo de polinización anteriormente expuesto:

Tabla 4: Métodos de Polinización de la Vainilla

Método	Descripción
Natural:	<p>Por insectos, por medio de la abeja meliponia. La formación de frutas es escasa.</p> <p>Por pájaros, por medio de colibríes. La producción de frutos es poca por la disposición de los órganos sexuales que dificulta la llegada del polen al estigma.</p>
	<p>La técnica fue desarrollada por Edmund Albius en 1841. Para ello:</p> <p>Se dobla la columna (pétalo que cubre el tallo floral central) que se encuentra</p>

Artificial:	<p>tapando los órganos reproductores.</p> <p>Con la ayuda de un instrumento se levanta la membrana (rostelo) que cubra el estigma.</p> <p>Con el dedo pulgar o con el pelo de camello se toma el polen de la misma flor o de la otra y se frota suavemente sobre el estigma, por ello el plantador debe manipular las flores una por una con ayuda de una aguja.</p> <p>Con la ayuda de un palito de bambu o una aguja se levanta la lengüetilla liberando el polen, después se presiona la flor para que se efectúe la fecundación.</p>
-------------	--

Fuente: Manual para el cultivo de vainilla en Sistemas Agroforestales.

Curado de la vainilla

Según el Manual para el cultivo de vainilla en sistemas agroforestales (2009, p.43) el proceso de la vainilla da inicio con el curado de las vainas recién cosechadas. El objetivo del curado es detener el proceso vegetativo natural y acelerar los cambios que llevarán a la formación de los constituyentes aromáticos del sabor. El método de curado difiere entre las diversas áreas de producción y esto puede tener una influencia importante en la variación de la calidad y el perfil aromático de las vainas que se comercializan.

El proceso consiste en extraer los frutos maduros echándolos en agua hirviendo o poniéndolos a una exposición solar fuerte, luego se introducen en cajas o barriles forrados con lana con el fin de que transpiren y exuden el agua que contienen, este proceso dura unos dos días. Las vainas de calidad inferior son aquellas que fueron cosechadas tardíamente y se abren, aunque también se incluyen las de longitud menor a 12cm. El secado al sol da el color marrón oscuro característico, esto hace conseguir la fuerza aromática de la vainilla.

Las vainas de primera calidad van desde los 12cm hasta los 20cm, después de seleccionar las de buena calidad se atan en grupos de 50 vainas utilizando ligas de hule o pabilo y se envuelven en papel encerado. Los paquetes individuales se colocan, para mayor protección,

dentro de bolsas de polietileno, que a su vez se colocan en cajas de cartón que son selladas y exportadas, previniendo que en ningún momento entren en contacto con el agua.

La calidad de la vainilla varía de acuerdo con ciertas características, según Reyes (2008, p.63) “para obtener una buena calidad del fruto se deben tomar en consideración las características sensoriales, físicas y químicas”. Entre de las características sensoriales está la flexibilidad, brillantez, aroma y color. Existen cinco calidades de la vainilla las cuales son: extra, superior, buena, media y ordinaria. Según Reyes (2008, p.65) la calidad se muestra en el siguiente cuadro:

Tabla 5: Flexibilidad y Brillantez de la Vainilla

	EXTRA	SUPERIOR	BUENA	MEDIA	ORDINARIA
Características	Flexible y brillantes a lo largo de toda la vaina.	Flexible y brillante a lo largo de toda la vaina.	Más o menos flexible y brillante.	Poca Flexibilidad y brillo.	Sin flexibilidad ni brillo.

Fuente: Beneficiado tradicional de la vainilla.

Es importante destacar la importancia que tiene la longitud de las vainas de la vainilla, ya que estas ayudan también a clasificar los frutos de vainilla. Según Reyes (2008, p.66)

Otra forma de clasificar los frutos de vainilla se basa en su tamaño. La norma mexicana NMX-FF-074-1996 clasifica ocho niveles, que varían desde 10 cm hasta 23cm y de acuerdo con su dimensión se le otorga un código al producto, facilitando su manejo.

Dichos códigos se muestran a continuación:

Tabla 6: Códigos Establecidos de la Vainilla en Función de su Longitud

Código de Tamaño	Intervalo de Longitud (cm)	Longitud Promedio (cm)
A	23,0-21,9	22,4
B	21,8-20,6	21,2
C	20,5-19,3	19,9
D	19,2-18,1	18,6
E	18,0-16,8	17,4
F	16,7-15,1	16,1
G	15,0-14,2	14,8
H	14,1-10,0	12,1

Fuente: Beneficiado tradicional de la vainilla.

Además de estas características, cabe mencionar los rasgos químicos que debe poseer las vainas, ya que son fundamentales para la determinación de la calidad del producto de manera cuantitativa. Según Reyes (2008, p.66)

El contenido de humedad además de determinar la calidad es un factor que determina la incidencia de plagas o enfermedades al momento de realizar el depósito. El porcentaje de humedad utilizado para los frutos de vainilla varía dependiendo de su calidad, la cual va desde extra con 25%, hasta ordinaria con 13% de humedad. La segunda característica química, quizás la más importante de la vainilla es el contenido de vainillina, que determina la calidad del producto y la remuneración monetaria del producto.

Existen factores de gran importancia para la vainilla, como lo es la humedad. Esta ayuda a determinar la calidad, también la incidencia de plagas o enfermedades que atacan a la orquídea. Es importante destacar que el porcentaje de humedad determina la calidad extra u ordinaria, que va de un 25% a un 13% respectivamente.

Oportunidades de comercialización

El comercio permite que los habitantes de un país se encuentren en mejores condiciones de vida, generalmente se da un aumento en la producción, producto del trasiego de las

mercancías. A través de este, se conoce que los países logran canalizar de mejor manera sus recursos, y obtienen como resultado una mejora en su desarrollo económico, lo que repercute positivamente a la sociedad. (Flores, 2009, pp.4-5).

En el caso específico de la vainilla costarricense, es de gran importancia determinar la capacidad de comercialización y competitividad que tiene a nivel internacional, pues si nos basamos en la definición, el aumentar el comercio de este producto en específico permitirá mejores condiciones de vida y desarrollo para los empresarios y productores. En consecuencia, se obtendrá un mayor y mejor desarrollo económico de Costa Rica.

Según Flores, en su estudio de Economía Internacional, el comercio internacional es una fuente de beneficios para los países que deciden participar en él. Concluye que hoy el país que no participe del comercio no es un Estado nacional, como producto de la globalización son más los países que se integran en bloques o asociaciones comerciales (Flores, 2009, pp.4-5).

Para tener mayores y mejores oportunidades de comercialización, Costa Rica tiene la necesidad de estar desarrollando constantemente su comercio internacional, esto implica realizar mejoras a nivel interno, con el fin de alcanzar una mejor globalización del mercado. En este caso, se detallará aspectos que intervienen en la producción de vainilla desde el enfoque comercial, para incrementar su potencial de producción y desarrollo a nivel internacional.

Estrategia de promoción y posicionamiento

Existen diversas formas de promoción en el extranjero, entre ellas están las exposiciones o ferias comerciales, ya sea como visitante o como expositor. Para los exportadores, es uno de los medios más importante para contactar posibles clientes.

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

como las necesidades que los consumidores proyectan (SAGARPA, 2009, pag.149)

Las exposiciones y/o ferias internacionales son una buena oportunidad para generar ventas y establecer relaciones con agentes y distribuidores, las cuales pueden llevar a canales permanentes de distribución. Además, una ventaja de ellas es que “los productos y sus presentaciones, casi automáticamente, derriban todas las barreras de comunicación, pues proporcionan las instalaciones para exhibir y demostrar los productos alimenticios, para usuarios potenciales” (SAGARPA, 2009, pag.150).

Según SAGARPA (2009, p.155) se hizo un estudio destinado, principalmente, a valorar la utilización de las ferias y exposiciones comerciales especializadas como parte de la estrategia total de comunicación. Las ferias comerciales son el segundo gasto más importante en comunicación de marketing, después de la venta personal. Por consiguiente, las ferias y exposiciones comerciales especializadas son una de las mejores técnicas de promoción y posicionamiento de la vainilla a nivel internacional.

Demanda internacional

Es importante definir los principales países consumidores de vainilla. Esto con base en la estadística referente a la demanda internacional de vainilla en las importaciones. A continuación, se identifica los principales centros de consumo en el ámbito internacional.

Tabla 7: Principales Países Consumidores de Vainilla

País	Posición	Porcentaje
Estados Unidos de Norteamérica	1	39%
Francia	2	18%
Alemania	3	15%
Mauricio	4	6%

Canadá	5	4%
Países Bajos	6	2%

Fuente: Elaboración propia, con información de TRADE MAP, 2017

Como se puede observar en el cuadro, el principal consumidor de vainilla a nivel internacional es Estados Unidos, seguido por Alemania, y en tercer lugar se encuentra Francia. La participación mundial en importaciones que tienen dichos países en conjunto es de 72%. Lo que significa que la demanda mundial sobre ese producto se concentra mayoritariamente en ellos, y son considerados potencias económicas a nivel internacional, por lo que a Costa Rica le resultaría favorable considerarlos como potenciales demandantes de la vainilla que se produce en el país.

Tabla 8: Tasa de Crecimiento de la Demanda Internacional

Países importadores	Tasa de crecimiento anual en valor (2012-2016)(%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad (2012-2016)(%)
Mundo	53	-1
Estados Unidos	61	-3
Francia	49	-10
Alemania	57	-6
Mauricio	278	148
Canadá	56	-1
Países Bajos	44	-22

Fuente: Elaboración propia con datos de Trade Map, 2017.

Por otro lado, el crecimiento de la importación de la vainilla en valor a nivel mundial está regido por un 53% más en comparación con el año 2012. No obstante, las cantidades importadas han disminuido en un punto porcentual, lo cual indica que el mismo se ha apreciado con el pasar

de los años y que a su vez continúa siendo un producto con demanda creciente. Además del notable decrecimiento que presentan los países bajos en las cantidades importadas, Cabe resaltar el aumento exponencial que ha tenido Mauricio con un crecimiento en el valor de las importaciones de un 278%. Asimismo, el crecimiento es observado en la cantidad anual importada y su tasa de crecimiento, que aumento en un 148% con respecto al año 2012.

La vainilla no es considerada un bien de consumo directo, debido a que es un ingrediente o insumo de otros alimentos elaborados. Por lo tanto, el consumo de esta especia es indirecto. Cuando se considera la vainilla en los estudios, es importante tomar en cuenta esta información, ya que no hacerlo podría provocar resultados completamente sesgados y sin valor numérico real. Para estudiar un producto de estas características es necesario rastrear otros productos o estudiar otros alimentos elaborados que incluyan a la vainilla como un sabor adicional, y dimensionar el consumo en peso de alimentos que incluyen la vainilla como ingrediente (SAGARPA, 2008).

La vainilla es un ingrediente importante del jarabe que se emplea en la elaboración de varias marcas de bebidas de cola que incluyen al más afamado refresco de cola en el planeta. Un mercado importante en el consumo de vainilla es el de los helados. También se puede mencionar algunos chocolates, pasteles, galletas, etc. Muchos consumidores ignoran que estos productos contienen vainilla en sus recetas (SAGARPA, 2008).

La demanda a nivel internacional de la vainilla es diversa y se aplica a muchos sectores de la industria, principalmente al sector alimenticio; “la vainilla es en un 90% consumida por la industria de alimentos, ya que esta industria transforma la vainilla en extractos” (SAGARPA, 2008, p.125). Como se observa, al ser un producto que se considera indirecto, muchos consumidores finales no saben que el producto que adquieren contiene vainilla; sin embargo, las grandes empresas utilizan la vainilla como uno de los principales ingredientes.

“Solamente un 10% de la producción total de la vainilla producida en el mundo se consume directamente en vaina por el público consumidor” (SAGARPA, 2008, p.125). Esto

demuestra que el consumo y demanda es a nivel industrial, pero existe una pequeña demanda de vainilla por el consumidor final. Esto podría resultar atractivo para la producción en pequeñas dimensiones, como se ha llevado a cabo en Costa Rica.

Oferta internacional

A continuación se presenta una tabla con los principales países que actualmente exportan vainilla a nivel internacional:

Tabla 9: Principales Países Exportadores de Vainilla

País	Posición	Porcentaje
Madagascar	1	53.6%
Indonesia	2	10.1%
Mauricio	3	7.0%
Francia	4	4.9%
Canadá	5	4.8%
Alemania	6	4.2%

Fuente: Elaboración propia con datos de Trade Map, 2017.

De acuerdo con la tabla acerca de los principales países exportadores de vainilla, se puede observar el porcentaje de participación de los seis países con mayor representación en cuanto a exportación de vainilla en el mundo se refiere. El 63,7% de ellos se concentra geográficamente en el continente Asiático, seguido de Mauricio y Francia. Esto podría utilizarse como referencia a la principal competencia que tiene Costa Rica a nivel mundial referente a la exportación de vainilla.

Tabla 10: Tasa de Crecimiento de las Exportaciones

Países exportadores	Tasa de crecimiento anual en valor (2012-2016)(%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad (2012-2016)(%)
----------------------------	--	---

Mundo	68	-3
Madagascar	143	37
Indonesia	90	28
Mauricio	206	96
Francia	14	-28
Canadá	47	-3
Alemania	18	-18

Fuente: Elaboración propia con datos de Trade Map, 2017.

A nivel mundial, las exportaciones de vainilla han ido apreciándose en términos de valor desde el 2012 y para el 2016 su representación corresponde a un 68%, teniendo entre las mayores tasas de crecimiento las de Madagascar y Mauricio con un 143% y 206 % respectivamente en relación con el 2012. Asimismo, a nivel mundial se puede concluir que la tasa de crecimiento anual en cantidad para el mismo rango de años ha disminuido en un 3%, teniendo entre los tres países con mayor cantidad de exportación a Madagascar, Indonesia y Mauricio con un 37 %, 28% y un 96% más que en el 2012.

Sin embargo, se debe señalar el comportamiento presentado por varios de los países *top* tanto en importación como de exportación; pues estos cumplen un doble rol en el comercio mundial de la vainilla, en reexportaciones mundial para el 2015, en el cual Canadá, las islas Mauricio e inclusive Estados Unidos se clasifican respectivamente como los 3 principales países reexportadores de vainilla con una cantidad para el 2015 de 406, 236 y 30 toneladas respectivamente.

Exportaciones e importaciones a nivel nacional

Respecto a las exportaciones e importaciones de la vainilla, se debe mencionar que, a nivel del istmo centroamericano, Costa Rica se sitúa como el principal país exportador de vainilla. De acuerdo con el ITC TRADE MAP (2017), el país se encuentra posicionado en el lugar 35 de las exportaciones relativas a nivel mundial. En contraparte, en cuanto a importaciones

la situación varía, pues Costa Rica se posiciona en el lugar 112 de las importaciones relativas a nivel mundial, únicamente por detrás de Guatemala, el cual se posiciona en el puesto 63.

Ilustración 3: Exportaciones e Importaciones de Costa Rica en la Última Década



Fuente: PROCOMER, 2017.

Durante los últimos diez años el país ha decrecido considerablemente las importaciones del cultivo, por lo que se observa la tendencia al cambio de una nación importadora del bien a una exportadora. Los principales socios comerciales de Costa Rica para la exportación de vainilla según ITC TRADE MAP (2017), son Estados Unidos, Países Bajos, Guatemala, Alemania y Nicaragua.

Oferta y demanda a nivel nacional

De acuerdo con información consultada, la oferta nacional con respecto al producto en cuestión es dominada mayoritariamente por la Asociación Nacional de Vainilleros Unidos (APROVAINILLA), por lo que se considera que la oferta de vainilla en Costa Rica posee un patrón oligopólico donde la producción nacional está en manos de unos pocos productores.

Para efectos de la investigación, los sistemas de recolección de datos de la producción agrícola a nivel nacional son deficientes, por lo que no se cuenta con fuentes secundarias (bases de datos, fuentes escritas) que apoyen el estudio; sin embargo, de acuerdo con datos correspondientes al total de fincas, extensión sembrada y cosechada suministrada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos, y los rendimientos teóricos del cultivo de la vainilla, existe la siguiente información para el año 2014.

Tabla 11: Total de fincas, Extensión Sembrada y Cosechas por Hectáreas al 2014

Cantidad de Fincas	Extensión sembrada en ha	Extensión en edad de producción ha
25	19,76	18,75

Fuente: Elaboración propia con datos de INEC, 2017.

A nivel nacional, hay 25 fincas que se han utilizado para la siembra de la vainilla, para un total de 19,76 ha y una extensión de plantas en edad de producción de 18,75 ha. Existen diversos rendimientos que se obtienen de cada hectárea sembrada de vainilla en el territorio nacional, de acuerdo con los criterios del Ing. Walter Chaverri, por cada hectárea sembrada se producen 600 kilogramos, según la experta M.Sc. Amelia Paniagua, por cada hectárea sembrada se obtiene 700 kilogramos por hectárea sembrada de vainilla. El manual para el cultivo de vainilla en sistemas agroforestales (2009) posee una visión más conservadora de la producción por hectárea, ya que dice que se obtiene 500 kilogramos.

Según Paniagua (2009) la oferta nacional está dada por la ecuación 1. Producción nacional, descrita a continuación:

$$PN = E * RP \quad (1)$$

Dónde:

- PN = Producción nacional

- E = Extensión sembrada
- RP = Rendimiento promedio

De manera que

$$PN = 18,75 * 600 = 11\ 250$$

Obteniendo como resultado 11 250 kg de vainilla, lo cual es base de la oferta nacional, sin embargo, se debe deben tomar en cuenta variables macroeconómicas como la exportación e importación, para obtener el dato final de oferta nacional dado por el consumo aparente descrito por la ecuación 2. Demanda nacional dada por el consumo aparente:

$$\text{Demanda (CA)} = PN + M - X$$

Dónde:

- CA = Consumo aparente
- PN = Producción nacional
- M = Importaciones
- X = Exportaciones

Bajo el supuesto de que la extensión sembrada de vainilla se ha mantenido en el tiempo, se obtiene que la oferta nacional del cultivo durante los últimos cinco años ha sido de:

Tabla 12: Demanda Nacional Durante los Últimos Cinco Años

Año	PN	X	M	CA(kg)
2013	11.250	800	-	10.450
2014	11.250	225	-	11.025
2015	11.250	1894	-	9.356
2016	11.250	2116	-	9.134
2017	11.250	488	157	10.919

Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER, 2017.

Se observa que la demanda de la vainilla, para el año 2014, es la más elevada, seguida por el año 2013. Asimismo, es importante destacar que uno de los años con una demanda considerable a nivel internacional es el año 2017, con aproximadamente 10919 kg, lo que evidencia que posiblemente la demanda de la vainilla en los próximos años mantenga una tendencia al alza.

Mercados importadores de vainilla costarricense

A continuación, se muestra la tabla con los principales mercados internacionales importadores de la vainilla costarricense, además del valor en miles de dólares de las importaciones que han realizado para los años del 2014 al 2016:

Tabla 13: Mercados Importadores y Valor en Miles de Dólares

Importadores	Valor exportado 2014	Valor exportado 2015	Valor exportado 2016
Mundo	2	78	157
Estados Unidos de América	0	0	122
Países Bajos	0	0	34
Guatemala	0	0	1
Alemania	0	71	0
Nicaragua	2	7	0

Fuente: Elaboración propia con datos de PROCOMER y BCCR, 2017.

Como se puede observar en la tabla, los datos desde el año 2014 hasta el 2016 muestran a Estados Unidos como el mayor importador de vainilla costarricense con un valor de 122 mil dólares, seguido por Países Bajos, con un valor de 34 mil dólares.

En la tabla, también se puede observar que ha ido en aumento las exportaciones por parte de Costa Rica en los años que se toman como referencia. Además, cabe destacar que, a nivel

centroamericano, ha existido una demanda de vainilla, esto evidencia una capacidad de exportación a nivel centroamericano por parte del país.

Precio de la vainilla

Actualmente, a nivel internacional los precios superan los \$500 el kilogramo. “El aumento del precio de la vainilla este año, ha alcanzado un nuevo máximo superando los 600 dólares el kilo” (Terazono, 2017, parr.1). Los diferentes precios a los cuales se cotiza se debe primordialmente al nivel de calidad y valor agregado que se le da al producto final, en otras palabras a mayor calidad y valor agregado mayor precio en el mercado a causa del proceso de fermentación al cual es sometido la vaina de la vainilla después de cosechada.

El aumento tan pronunciado del precio del kilo de vainilla a nivel internacional se debe a que el mayor productor de vainilla, Madagascar, fue afectado por un ciclón que produjo que se dispararan los precios: “el precio de la vainilla se dispara en el país debido a una especulación desenfrenada y a la caída de la producción tras el paso del ciclón Enawo”. (Diario La Nación, 2017, parr.3). Sin embargo, cabe destacar que el precio ha venido en aumento desde el 2015.

Proceso de comercialización de la vainilla

El proceso de comercialización de la vainilla es diverso, según el Estudio de Prefactibilidad para la implementación de 1 ha de vainilla (2017, p.35) respecto a las políticas de ventas se recomiendan las ventas de contado mediante negociaciones directas. Asimismo negociar precios de las vainas no aptas para primera calidad de acuerdo con el aroma, tamaño, textura, etc. Además, se dice que la mejor forma de publicitar el producto es a través de medios que generen el mínimo costo para el productor, utilizando un mercadeo directo como el uso de redes sociales.

Se busca que la distribución física sea de la manera más directa posible debido a motivos físicos de la fruta, bajo la premisa de disminuir el daño mecánico durante el traslado. La vainilla procedente de la finca se debe desplazar hacia el mercado por medio de un vehículo propio que no es destinado únicamente a labores propias de la vainilla.

Según SAGARPA (2009), en el caso de productos alimenticios procesados, las empresas con presencia en supermercado utilizan bróker o distribuidores para llegar a su consumidor final. Es necesario contar con bodegas y representación en el mercado, con la finalidad de estar en posibilidades de surtir pedidos pequeños y medianos a precios competitivos. Según SAGARPA (2009, p.160) la comercialización de la vainilla se debe efectuar mediante tres formas:

- **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.
- **Restaurantes y hoteles:** La vainilla es utilizada para su uso en la elaboración de alimentos, postres y comida gourmet.
- **Ventas al por menor o tiendas especializadas:** Como son las tiendas gourmet, tiendas de productos orgánicos y en secciones especializadas en tiendas de autoservicio.

Canales de comercialización para la vainilla

Los canales de comercialización se pueden dividir en cinco niveles básicos basándose en su cercanía con el último consumidor del producto (SAGARPA, 2009, p.165):

- **Canal 1:** En este nivel la empresa tiene dos opciones: Fuerza propia de ventas: las grandes compañías productoras de alimentos regularmente mantienen sus propias fuerzas de venta dedicadas al mayoreo de sus productos ubicadas cerca de sus clientes en oficinas separadas de las plantas. Esta opción resulta apropiada sobretodo en el caso de las empresas que tienen la necesidad de comercializar varios productos. O bien agentes y corredores (Bróker): dan servicio por lo regular a pequeños y medianos productores aunque en ocasiones también proporcionan servicio a grandes productores. Venden a comisión y no toman posesión de los productos que representan, por lo regular no los almacenan ni los manejan

físicamente. El bróker cobra una comisión sobre las ventas realizadas que por lo regular se encuentra en el rango de entre el 5% y el 7%.

- **Canal 2:** Venta indirecta: El distribuidor o mayorista sirve como enlace entre el productor y restaurantes además de supermercados. Entre las funciones del distribuidor se encuentran comprar, transportar, almacenar y distribuir. Los Comerciantes Mayoristas compran y venden por cuenta propia. Estos mayoristas se clasifican por los servicios que ofrecen y la variedad de productos que manejan y por la asociación que en alguna forma tengan con los detallistas. Los comerciantes-mayoristas prestan numerosos servicios a los detallistas tales como: control de inventarios, reempacado, manejos y análisis financieros, comercialización, publicidad, asistencia y apoyo en la comercialización, asistencia en la selección de la ubicación de sus instalaciones, crédito y financiamiento para nuevas tiendas. Los mayoristas visitan periódicamente los establecimientos con la finalidad de levantar pedidos y surtir las órdenes de compra, además es común que cuenten con almacenes donde ofrecen el producto en presentaciones propias de venta al mayoreo. Ellos normalmente tienen un margen de 20 a un 25 por ciento del costo del producto.
- **Canal 3:** Los supermercados y grandes restaurantes prefieren ser atendidos por brokers o distribuidores que se hagan cargo del almacenaje e inventarios del producto.
- **Canal 4:** Venta directa a las empresas procesadoras de las vainas para vainilla, quienes posteriormente la procesan en saborizantes, fragancias, aromas, etc. Este último nivel 4 es el que recomendamos al inicio de las ventas.
- **Canal 5:** Ventas directas por Internet a través de un representante o empleado. Esta puede ser una estrategia muy interesante ya que la tendencia de venta de muchas empresas importadoras de posteriormente venden mucho del producto a través de páginas en Internet, esta sería una estrategia muy interesante.

En el caso de la vainilla se recomienda trabajar con dos tipos de canales de distribución indirecta, sobre la línea o nivel de comercialización 1 y 2 respectivamente:

- Productor – Acopiador - Consumidor final
- Productor – Acopiador – Detallista - Consumidor final

Se busca mantener el primer canal y segundo canal de distribución, procurando siempre eliminar la figura de intermediación; permitiendo dar la oportunidad o mayor fuerza al poder de

negociación del productor; así como distribución, esto con el fin de minimizar los factores que intervienen desde el productor hasta el consumidor final. Pues para el consumidor final el costo será más bajo y para el productor las ganancias podrán ser más significativas. Aparte que se le da un trato más cercano y directo a los clientes y consumidores finales.

Detalles de Exportación del Producto

Cuando se exporta, ciertos detalles son de gran importancia. Según SAGARPA (2009), existen elementos necesarios para llevar una guía de exportación. No necesariamente es igual para todos los mercados a los cuales se va a dirigir el producto. En todo caso, se recomienda elegir lo más conveniente atendiendo a las necesidades del mercado. Se hace referencia a los elementos que habrá que alcanzar y adquirir en términos de información y de acuerdo con cada caso en particular.

Se debe considerar siempre que habrá variaciones dependiendo de los canales elegidos, precios pactados, empresas compradoras, ubicación, volumen de la oferta cierta, condiciones de pago pactadas, mercado y nichos atendidos, promoción establecida, envases y embalajes solicitados por el comprador, etc. A continuación, se presenta la guía general con los elementos que habrá que definir o describir para cada caso según SAGARPA (2009, p.170):

- 1. Producto:** Calidad y precio, y ventajas competitivas.
- 2. Empresa:** Organización definida, integrada (recursos) y oferta competitiva.
- 3. Comercialización y canales de distribución:** Intermediación o directa.
- 4. Promoción:** Relaciones públicas, publicación en revistas e Internet, ferias, envío de muestras, visitas directas, catálogos, etc.
- 5. Precio del producto:** Cotización del precio, INCOTERMS, estructura de costos, políticas y competencia.
- 6. Aranceles y regulaciones no arancelarias:** arancel que impone el país destino. Requisitos de exportación en materia.- salud, ambiental, seguridad, normas de calidad y etiquetado.
- 7. Envase y embalaje:** Reglas de etiquetado y reg. no arancelarias, y promoción e información sobre el producto.

Además de todos estos detalles, según SAGARPA (2009), 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:

- **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.
- **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, deberá contener número de bultos o piezas enviados, descripción de embalaje, número de contenedor, remitente destinatario y consignatario, etc.
- **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.
- **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.

Reglamentación del envasado y etiquetado

La industria de alimentos procesados está vigilada por el FDA, la cual establece regulaciones para todos los productos alimenticios y sus derivados. (SAGARPA, 2009). Los principales requisitos que deben cumplir los productos alimenticios son:

- **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.
- **Declaración del contenido neto:** Tiene como función indicar la cantidad total del producto en el envase. Se pueden usar los dos sistemas de medida.

- 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.
- Panel de información nutricional: donde se especifican los ingredientes y las cantidades de los mismos en el producto.
- Nombre y dirección del responsable: La etiqueta debe declarar el nombre y la dirección del productor, empacador o distribuidor. Debe incluir la dirección, ciudad, país y código postal.
- Lugar de origen: Requiere que el país de producción esté claramente señalado.
- Reclamos: 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.

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de la Investigación

Esta investigación se da mediante la implementación del enfoque cualitativo, esto por las características que el tema ofrece, por la variabilidad en las preguntas que se van a realizar, las cuales van a llevar a una implementación de nuevos aspectos y finalmente por los resultados que se van a alcanzar.

Por medio del instrumento por utilizar y del enfoque cualitativo, se obtendrá las diversas consideraciones para estudiar la capacidad productiva de la vainilla costarricense. Los actores o entrevistados brindarán información muy diversa y con diferentes características, por lo tanto, es trascendental observar cada una de las categorías de análisis y obtener todos los resultados esperados.

Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.7), detallan sobre el enfoque cualitativo que: “Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de la interpretación”. Por lo tanto, este tipo de enfoque para realizar la investigación, se guía por las áreas o los temas que van a constituirlos. Además, en este tipo de estudios las preguntas pueden desarrollarse antes, durante o después de la recolección y análisis de los datos.

Hernández et al. (2014) indica, sobre los datos cualitativos, que son: “Descripciones detalladas de situaciones y eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones” (p.9). Por lo tanto, se puede decir que la presente investigación es cualitativa, ya que pretende identificar en los entrevistados, todas las cualidades antes mencionadas y a partir de estas, adquirir la información necesaria para la elaboración correcta de la investigación.

Diseño de la Investigación

La presente investigación está relacionada con la observación naturalista, esta se utiliza para recopilar información de eventos que suceden en su ambiente natural, se le llama de este modo aunque no todos los ambientes estén exactamente ligados a la naturaleza. “La observación naturalista constituye una herramienta útil para ampliar el conocimiento respecto de una especie o un fenómeno determinado” Shuttleworth (2009, párr. 5).

El investigador es pieza clave de este método de investigación, ya que se puede decir que es un testigo que reúne información observada y la procesa. “El investigador observa desde afuera o desde adentro, pero sin que su presencia altere el curso normal de los eventos de ese determinado ambiente” (Marrero, 2014, párr. 4)

Este estudio está relacionado con la observación correcta de todos los elementos y detalles que eran desconocidos hasta el momento, por lo que su análisis se presenta de manera más profunda y se relaciona con el diario vivir de cada uno de los participantes.

Los enfoques considerados en este estudio buscan la exploración y descripción de las vivencias que han tenido las personas sobre un fenómeno en específico de las acciones humanas y de la vida social. Dicho de otra forma, en esta investigación se desea comprender la capacidad productiva de la vainilla costarricense, examinando las zonas de producción, oportunidades de comercialización y productividad de la misma, con el fin de conocer las oportunidades de los productores costarricenses a nivel internacional.

Muestra de la Investigación

Población

La población es un conjunto de elementos que comparten las mismas características, es por ello que la presente investigación considera como población todas aquellas empresas, personas, asociaciones, productores y/o comercializadores, entidades de gobierno, etc. relacionadas con la producción de vainilla costarricense, tales como la Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER), el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (COMEX), la Oficina de Promoción de Exportaciones, el Servicio Fitosanitario del Estado Costarricense, la Cámara de Exportadores de Costa Rica (CADEXCO), el Instituto de Investigación y Servicios Forestales (INISEFOR), la Asociación Nacional de Vainilleros Unidos (APROVAINILLA), el sector productor de vainilla costarricense, la Asociación de Mujeres de Bocana de Puriscal, Argendora la Cruz Guanacaste, entre otros.

Lo anterior se da porque los miembros de la población del estudio deben tener algún elemento en común, en este caso la producción de vainilla. Según Lepkowski, citando Hernández et al. (2014, p.174), “la población o universo corresponde al conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”.

Muestra

En esta investigación, se va a utilizar el tipo de muestra no probabilística a conveniencia, un aspecto a tomar en cuenta en este tipo de muestra, es que se realiza de forma intencional con base en el grado de conocimiento sobre temas relacionados y en la experiencia que se tiene en esta labor. En este tipo de muestra la información que se requiere para el análisis será obtenida de personas que tienen amplio conocimiento en el tema, y además, de todo el material didáctico necesario.

Es una selección por conveniencia y no al azar. Lo anterior se refuerza con lo que menciona Hernández et al. (2014): “[un] subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación” (p.176). La muestra para el presente estudio está compuesta por los siguientes elementos:

Tabla 14: Muestra de la Investigación

Número	Institución/Asociación/Empresa	Aspecto importante
Entrevistado 1	APROVAINILLA	Asociación de productores de vainilla costarricenses. Tienen la experiencia y conocimiento tanto en la producción como en la comercialización de la vainilla a nivel nacional e internacional.
Entrevistado 2	CADEXCO	Cámara empresarial privada, encargada de agremiar los exportadores del país, además de la mejora de los procesos de exportación.
Entrevistado 3	PROCOMER	La promotora de comercio exterior de Costa Rica. Encargada de promover las exportaciones de Costa Rica, entre ellas la vainilla.
Entrevistado 4	INISEFOR	Realiza actividades de investigación, extensión, docencia y servicios en el manejo integral de recursos forestales. Desarrollan investigaciones en la producción de vainilla.
Entrevistado 5	Servicio Fitosanitario del Estado	Ente costarricense encargado de regular el ingreso y salida de productos agrícolas. Además otorga certificaciones de calidad. Los requisitos para la comercialización de la

		vainilla costarricense.
Entrevistado 6	COMEX // Oficina de promoción del sector agrícola del país	Área del Ministerio de Comercio Exterior que busca promover el sector exportador de productos agrícolas costarricenses, entre ellos la vainilla.
Entrevistado 7	Sector Productor de vainilla costarricense	Empresas y/o productores que a nivel nacional realicen el cultivo de la vainilla para su futura comercialización, conocen el proceso de exportación y producción de la vainilla.
Entrevistado 8	Asociación de Mujeres de Bocana de Puriscal	Asociación de mujeres, que tomaron la decisión de sembrar vainilla para realizar su comercialización. Han tenido la experiencia de comercializar vainilla costarricense.
Entrevistado 9	Argendora, la Cruz Guanacaste	Agricultores del asentamiento campesino de Argendora, cultivaron vainilla para la comercialización. Tienen el conocimiento y experiencia en la producción, comercialización y exportación de vainilla.

Fuente: Elaboración Propia con datos de la presente investigación (2017).

Unidades de Análisis

Zonas de producción

Las zonas de producción son extensiones de tierra, edificios, empresas, bodegas, etc. acondicionadas para lograr la producción de algún bien o servicio en específico, estas zonas son de gran importancia para quienes trabajan y residen cerca de ahí. Son caracterizadas por diversos aspectos, ya que si se habla de una zona de producción agrícola interfieren factores como condiciones climatológicas y otros. En el caso de la presente investigación, las zonas de producción son aquellas extensiones de tierra que poseen las condiciones, tanto climatológicas como físicas para tener una correcta producción de vainilla, buscando a partir de todos estos factores la máxima explotación de los factores productivos.

Capacidad productiva

Puede definirse como la relación que existe entre los resultados obtenidos y el tiempo invertido para obtener dicha producción. Lo que quiere decir es que la productividad de la vainilla está determinada por los diversos factores que se utilizan obteniendo una cosecha y el tiempo para lograr el resultado deseado. Entre estos están las zonas productivas, el producto y factores tanto externos como internos. Lo que busca es identificar la productividad de la vainilla costarricense, para así establecer cuáles son los diferentes productos que se generan a partir de esta producción, identificando claramente el producto de exportación y cómo lograr la eficiencia de este para los mercados internacionales

Oportunidades de comercialización

Las oportunidades de comercialización pueden definirse como la oportunidad comercial o idea de negocio a la demanda de un producto o servicio, principalmente proveniente del exterior, que pueda ser satisfecha por un oferente y de esta manera beneficiarse de dicha circunstancia. Dependerá del número de compradores potenciales y su capacidad de compra, de la disposición e

interés de compra y de la capacidad de la empresa, de la calidad del producto y de los canales de distribución. Para el caso de la vainilla en Costa Rica, es importante determinar quiénes son los competidores en los mercados internacionales, quiénes son los países potenciales para colocar ese producto, así como calidad del producto o las calidades potenciales de la producción costarricense, en caso de vender en los mercados internacionales y contemplar las regulaciones en torno a este producto.

Instrumentos Utilizados en la Investigación

Cuestionario

Para la presente investigación, se va a utilizar el cuestionario como instrumento, con el fin de recabar la información necesaria para dar respuesta al problema en cuestión. En síntesis, se desarrolla un plan estructural con base en preguntas, previamente establecidas, que buscan indagar las unidades de análisis del estudio.

El tipo de cuestionario que se seleccionó es el semiestructurado, lo que permite que la técnica utilizada sea más interactiva y no se limite a un simple no o sí por respuesta. Las respuestas que se obtienen de un cuestionario semiestructurado no tienen ningún límite, lo que resulta ideal para formular el análisis de los datos (Hernández, et al, 2014, p. 17). Lo anterior surge del hecho de que se desea conocer la capacidad productiva de la vainilla costarricense con miras a la comercialización internacional.

Entrevista

Para efectos de este estudio, se seleccionó la entrevista de tipo semiestructural como técnica para recabar la información. Lo que se busca es mantener una conversación abierta y abundante en información para dar respuesta al problema. La entrevista será aplicada a los expertos en el tema, los cuales fueron debidamente seleccionados. En otras palabras, los

entrevistados van a ser personas que mantienen una estrecha relación con el tema en estudio. Se determinó que el tiempo aproximado debe de ser de 30 minutos. Este lapso va a tener una sección con las preguntas preestablecidas por parte del entrevistador, y además se tendrá la libertad de cuestionar más, en caso de querer ampliar la información obtenida.

Proceso para la Recolección de Datos

Para obtener datos de fuentes secundarias, es necesario consultar libros, revistas especializadas y tesis anteriores sobre el tema. Es por esta razón que visitar centros educativos y las bibliotecas públicas, es indispensable para la obtención de esta información. Consultar fuentes en línea también es trascendental para el cumplimiento de los objetivos, porque se puede encontrar la información actual nacional y del exterior.

Asimismo, para la recolección de información primaria, el cuestionario es el instrumento seleccionado y la entrevista la técnica que se aplicará. Lo primero es crear una serie de preguntas que estén en relación con unidades de análisis en estudio, de manera que se pueda obtener datos del entrevistado, por medio de la entrevista, y que estos datos ayuden a recabar mayor información para el desarrollo de la investigación, las conclusiones y las recomendaciones.

Lo primero que se debe hacer es contactar a los posibles informantes para lograr la entrevista. Para ello, es importante agendar una cita. Lo siguiente sería la aplicación del instrumento, en este caso el cuestionario. De ser posible, se solicita al experto permiso para grabar. Esto para un mejor trato de la información. Una vez concluida la entrevista, se procederá con el análisis de la información brindada por cada uno de los entrevistados, para así culminar la investigación con las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Método de Análisis de la Investigación

Con la información obtenida, se realizará un análisis para comparar la teoría mencionada en el capítulo dos con los resultados obtenidos en el capítulo cuatro. Este análisis será llevado a cabo por medio de las unidades de análisis, que serán descritas según lo citan los entrevistados; posteriormente, serán definidas a partir de fundamentos teóricos previamente definidos y, por último, serán analizadas. Las mismas serán desarrolladas ampliamente y con información veraz.

CAPITULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

A continuación, en el capítulo cuatro, se presenta el análisis de los resultados obtenidos en las entrevistas y cuestionarios aplicados a la muestra de investigación. El capítulo está organizado, primeramente, con una tabla que grafica las categorías que emergieron por cada unidad de análisis explorada. Las unidades que se exploraron corresponden a los contenidos de los tres primeros objetivos específicos de la presente investigación.

Una segunda se encarga de describir y analizar cada categoría de análisis. Este análisis se hace confrontando lo expresado por las fuentes de información con la teoría que le da el sustento científico al presente estudio. Una vez descritas y analizadas cada una de las categorías se realiza un apartado de interpretación. Este apartado consiste en interrelacionar las categorías para darle respuesta al problema de investigación.

Tabla 15: Unidades y Categorías de Análisis

Unidad	Categorías
Zonas de producción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Accesibilidad 2. Componentes climatológicos 3. Capacitación e investigación 4. Financiamiento 5. Proceso de producción
Capacidad productiva	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fisiología vegetal 2. Producción orgánica 3. Desconocimiento de las buenas prácticas agrícolas 4. Beneficiado de la vainilla 5. Estandarizando procesos 6. Proceso de curado 7. Planta perenne 8. Potencial de crecimiento 9. Producción sostenible y amigable con el ambiente

Oportunidades de comercialización	<ol style="list-style-type: none"> 1. Carencia de un mercado regulado. 2. Productos <i>gourmet</i> 3. Mercados con gran capacidad adquisitiva 4. Ventas directas. 5. Cultivo alternativo e innovador 6. Mercado interno 7. Vainilla como valor agregado
--	--

Fuente: Construcción de la investigador, con los resultados de la investigación.

Unidad de Análisis 1: Zonas de Producción

La primera unidad de análisis hace referencia a las principales zonas de producción de la vainilla costarricense, en referencia a los distintos aspectos que las componen. Para examinarlas se definió teóricamente, las zonas de producción según Priorat (2015, párr. 4)

Para definir las zonas de producción se han tenido en cuenta variables geográficas, ambientales, climáticas, sociales y económicas, estas zonas son extensiones de tierras acondicionadas para la producción de bienes agrícolas, siendo de gran importancia para las personas que viven cerca de allí.

Por lo tanto, las zonas de producción tienen diversos aspectos que las definen, entre ellos los aspectos geográficos, climáticos, entre otros. Estos aspectos influyen directamente en ellas y ayudan a definir las y distinguirlas. En la primera unidad de análisis se determinaron las siguientes categorías de análisis:

1. Accesibilidad
2. Componentes climatológicos
3. Capacitación e investigación
4. Financiamiento
5. Plazos de producción

A continuación, cada categoría será descrita con las frases expresadas por los entrevistados; de esta manera serán ejemplificadas. El análisis se realiza confrontando, a la luz de la teoría, dichas expresiones.

Categoría 1: Accesibilidad

Descripción

Según lo indicado por los entrevistados, se conformó la categoría uno de la primera unidad, la cual hace referencia a la necesidad de accesibilidad que tienen productores de vainilla costarricense con respecto los diversos recursos. Lo anterior se evidencia en las siguientes frases:

- *“El transporte de la semilla, que es un aspecto muy importante a destacar, debe ser hacerse desde un lugar accesible ya sea para cultivar o extraer, porque en ocasiones esto implica gastos extra”* (Entrevistado 1).
- *“El acceso al agua para el riego del producto en ocasiones es complicado, ya que debe ser con agua desclorada para que no dañe la planta y a veces no se puede realizar de esta manera, no hay muchos accesos al recurso”* (Entrevistado 3).
- *“Se necesita abonos orgánicos, amigables con el ambiente, por las características de la vainilla, por lo general no se tiene un acceso tan directo a ellos”* (Entrevistado 4).
- *“La mayoría de nosotros los productores somos de zonas alejadas del gran área metropolitana, por lo general tener acceso a recursos para explotar y tener mejores y mayores cosechas es muy complicado, de esta forma el desarrollo nunca se verá”* (Entrevistado 9).

Análisis

Desde el punto de vista de los productores de vainilla a nivel nacional, el acceso a los recursos es de gran importancia. Estos ayudan a determinar las características de las cosechas que producirán a futuro y de lo que se comercializará en el mercado nacional e internacional, además de esto, el acceso a los recursos ayuda a determinar las zonas de producción de la vainilla a nivel nacional.

Según abc.com (2009, párr. 5) es “la capacidad que tienen los productores de acceso a los diferentes recursos, para que una empresa o una persona pueda utilizarlos para crear y producir otros bienes o servicios”. Por ellos es necesario que los productores de vainilla, ya sean en pequeña o gran escala, tengan acceso a los recursos necesarios para la correcta producción de la vainilla a nivel nacional y puedan tener mayores y mejores cosechas. Con base en lo expuesto, es importante tomar en cuenta accesibilidad a los diferentes recursos naturales, financieros y humanos que deben tener los productores de vainilla a nivel nacional, para así poder fomentar la producción.

Categoría 2: Componentes climatológicos

Descripción

La siguiente categoría hace referencia a los componentes climatológicos que afectan directamente en las zonas de producción de la vainilla costarricense, esto según los entrevistados, los cuales expresaron las siguientes frases:

- *“Teóricamente la vainilla crece en las regiones tropicales desde los 0 hasta los 1500 m.s.n.m. La temperatura óptima de crecimiento varía entre 20 a 32°C”* (Entrevistado 1).

- *“Para efectos prácticos, en casi todas las regiones con clima cálido húmedo y, preferiblemente, menores de 600 metros”* (Entrevistado 2).
- *“La temperatura óptima de crecimiento varía entre 20 a 32°C. La precipitación ideal para un adecuado crecimiento es de 1500-3000 mm anuales con una estación seca para favorecer la floración y la cosecha”*(Entrevistado 3).
- *“Sí, la vainilla necesita mucha humedad, temperatura y una buena sombra para poder crecer. Así como un periodo seco para florecer y también para curar el fruto”* (Entrevistado 4).
- *“Humedad, temperatura, producción de abonos orgánicos, los arboles al no ser un monocultivo necesita diversificación, arboles de sombra y para apoyo”* (Entrevistado 5).
- *“Sí, humedad y calor, son factores positivos para que crezca mejor la planta”.* (Entrevistado 6).
- *“El clima es lo más importante es mejor el Pacífico”* (Entrevistado 7).
- *“Viento, temperatura, materia orgánica del suelo, precipitación”* (Entrevistado 8).
- *“Los factores climatológicos son determinantes en producción y productividad”* (Entrevistado 9).

Análisis

Según Infoagro.com (2012):

El clima es un recurso natural que afecta a la producción agraria. Su influencia en un cultivo determinado, no depende sólo de las características climáticas de la localidad en que esté situado, sino también en gran medida de las condiciones en que se desarrolla la producción. Es decir, tiene tanta importancia el nivel de exposición del cultivo al clima, como el nivel de vulnerabilidad.

Como se explica en la definición, el clima es un factor de gran importancia en la producción de bienes agrícolas, ya que este influirá directamente en las características del cultivo y las condiciones en que se desarrolla la producción.

Perry (2017) indica que la humedad es un factor climatológico por tomar en cuenta, ya que, si es demasiado baja, con frecuencia el crecimiento de la planta se verá comprometido, porque tardará más tiempo en alcanzar el tamaño adecuado para la venta. El crecimiento es difícil y la calidad en general no es muy buena. Por tal motivo, la humedad es tomada en cuenta en la siembra y producción de vainilla a nivel nacional.

Según el manual para el cultivo de vainilla en sistemas agroforestales (2009) la vainilla se desarrolla en clima húmedo cálido, con precipitaciones de entre 1500 a 2055 mm anuales y una humedad relativa del 80%. Además, la temperatura óptima debe ser de 21°C máximo de 31.5°C. Son características propias del cultivo de la vainilla que se deben tomar en cuenta para su correcto desarrollo.

Es una realidad que se necesita tener en cuenta los factores climatológicos al momento de realizar el cultivo de la vainilla a nivel nacional; además de que Costa Rica cuenta con las condiciones climatológicas adecuadas para la correcta producción de vainilla. Esto beneficia y abre aún más las posibilidades de producción de vainilla en el país respecto a otros países, pues se cuenta con las condiciones climatológicas ideales.

Categoría 3: Capacitación e investigación

Descripción

En esta categoría la mayoría de fuentes de información indican que llevar a cabo capacitación e investigación de la vainilla costarricense es necesario para el desarrollo del mercado en las diferentes zonas de producción en Costa Rica. Los entrevistados mencionaban lo siguiente:

- *“El desconocimiento de las buenas prácticas de siembra y producción limitan el desarrollo de las zonas de producción”* (Entrevistado 2).
- *“Un factor fundamental para que se genere un mejor aprovechamiento de las zonas de producción es la capacitación de los productores, muchos somos hechos en el campo y no tenemos formación académica”* (Entrevistado 4).
- *“El campesino nuestro al tener que esperar varios años para la primera producción de un cultivo “extraño”, termina por abandonar y continuar con el maíz, frijoles, ayotes (cultivos anuales). En otras palabras, no hay perfil vainillero en el país al no conocer los beneficios y las buenas practicas”* (Entrevistado 7).
- *“No existe ni ha existido investigación para conocer a fondo aspectos de las principales variables de crecimiento en las zonas óptimas de cultivo”* (Entrevistado 8).

Análisis

La capacitación e investigación son dos aspectos muy importantes, ya que cada una de ellas actúan de forma positiva en el desarrollo de la producción de vainilla a nivel nacional, como se logró observar, la mayoría de los entrevistados opinó que es un aspecto que se debe tomar en cuenta, pues la mayoría no cuenta con la suficiente información para cumplir con los requisitos o exigencias.

Según Fleitman (2012):

La capacitación es un factor estratégico para que las empresas puedan ser competitivas, por lo que es necesario capacitar constantemente a los colaboradores de confianza y a todos los empleados. Tener una alta competitividad y un

desempeño eficiente que las introduzca a la excelencia, deben atenderse las necesidades de desarrollo del elemento más importante: el personal.

Es de gran importancia para los empresarios, pequeños y grandes, llevar a cabo capacitaciones del personal que trabaja con ellos y de ellos mismos, ya que esto les traerá como beneficios una mayor competitividad en el medio. Además de poder ir a los mercados internacionales con el mayor conocimiento posible.

Por otro lado, según Peña (2017), la investigación es la forma mediante la cual se puede comprender, analizar y aprender algo nuevo o algo desconocido y es por eso que termina resultando importante en la vida humana. Al llevar a cabo investigaciones acerca de la vainilla se podrá comprender ciertos comportamientos de la orquídea y del mercado, se puede analizar el comportamiento de la demanda y se puede aprender muchas características, hasta el momento desconocidas, de la producción de vainilla a nivel nacional e internacional.

Categoría 4: Financiamiento

Descripción

La categoría de análisis a continuación descrita hace referencia al financiamiento que han obtenido los productores de vainilla en las diferentes zonas de producción. Las fuentes de información concordaban en expresiones como las siguientes:

- *“En la parte de financiamiento es bastante complicado, ya que es un largo plazo para mantenerla”* (Entrevistado 2).
- *“La vainilla da trabajo a muchas personas, pero ella tiene una producción muy lerda y aún no hemos tenido un buen ingreso significativo. En el área del financiamiento se ha buscado ayuda, sin embargo nos hemos visto muy limitados, no ha tenido un desarrollo marcado”* (Entrevistado 4).

- *“El acceso al financiamiento y al dinero no ha sido los más positivo que hemos podido tener, ya que en ocasiones hemos trabajado con recursos propios, pero para tener más desarrollo y mejores condiciones de producción y promoción hace falta más acceso al financiamiento bancario”* (Entrevistado 6).

Análisis

El financiamiento es de suma importancia para los productores de vainilla a nivel nacional. Según Conceptodedefinicion.de (2017):

En el ámbito económico, el término financiamiento sirve para referirse a un conjunto de medios monetarios o de crédito, destinados por lo general para la apertura de un negocio o para el cumplimiento de algún proyecto, ya sea a nivel personal u organizacional. Es importante acotar que la manera más común de obtener financiamiento es a través de un préstamo.

Para el desarrollo de un negocio o la apertura de una empresa siempre es importante contar con la parte financiera; sin embargo, según las opiniones de los entrevistados, a la mayoría se le ha hecho difícil el acceso a un préstamo bancario, ya que por el tipo de negocio las entidades bancarias no financian. Este es un factor que no debe estar aislado, ya que involucra a la mayoría de productores, por eso de manera directa o indirecta todos se involucran.

Categoría 5: Procesos de producción

Descripción

La siguiente categoría explica que los procesos de producción deben tomarse en cuenta en la correcta producción de la vainilla. Existen una serie de aspectos que lo justifican, entre estos aspectos cabe destacar los mencionados por los entrevistados:

- *“Una parte de gran importancia en la vainilla es el proceso de producción, ya que al tardar de 4 a 5 años deben ser controlados muy cuidadosamente, pues de no ser así podrían generar pérdidas a futuro”* (Entrevistado 4).
- *“La vainilla puede hacerse sembrando esquejes más largos que lo habitual, en este momento se recomienda esquejes de 8 nudos, entonces para mejorar la producción se podría hacer en esquejes de 10 nudos, en lugar de durar 4 años para que madure la nueva planta duraría 3 años”* (Entrevistado 6).
- *“La producción se podría mejorar desarrollando los aspectos morfogénicos del tipo y tamaño del explante y, en general, cumpliendo los requerimientos culturales de buenas prácticas agrarias”* (Entrevistado 9).

Análisis

En esta categoría de la unidad de análisis uno, se definió el proceso de producción de la vainilla en Costa Rica. Para su definición se utilizará la propuesta de Pérez et al. (2013, párr. 2):

Un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor.

En el caso de la vainilla costarricense, se refiere al proceso de producción que se lleva a cabo con la siembra de la orquídea hasta la obtención de las vainas, o sea la cosecha. Este proceso se lleva a cabo durante aproximadamente unos 4 años, hasta que se obtiene la floración de la orquídea, para que esta sea polinizada y posteriormente se obtengan las vainas para ser comercializadas.

Unidad de análisis 2: Capacidad Productiva

La unidad de análisis número dos hace referencia a la capacidad productiva de la vainilla costarricense, y algunos factores que la determinan, para reforzar el término se utilizará la definición teórica de Aragón (2006) el cual dice que para determinar la capacidad productiva:

Hay que desglosar el término, por capacidad se entiende una oportunidad, lugar o medio para ejecutar algo, y por productivo algo que es útil o provechoso o que arroja un resultado favorable de valor entre precios y costos. Por lo que se entiende capacidad productiva como la capacidad de producción de bienes o servicios que puedan producirse, venderse y generar ganancias.

En el caso específico de la vainilla costarricense, se entenderá por la capacidad productiva los bienes que se pueden producir y obtener para posteriormente venderse. En este caso, se trata de las vainas sin ser sometidas a procesos de transformación, sino como materia prima. En la unidad de análisis dos se determinaron las siguientes categorías:

1. Fisiología Vegetal
2. Producción Orgánica.
3. Desconocimiento de las buenas prácticas agrícolas
4. Beneficiado de la vainilla
5. Estandarizando procesos
6. Proceso de curado
7. Planta perenne
8. Potencial de crecimiento
9. Producción sostenible y amigable con el medio ambiente

Categoría 1: Fisiología vegetal

Descripción

En esta categoría se resalta la importancia que tiene las características fisiológicas de las vainillas que se producen en Costa Rica y la importancia que resaltan los productores a nivel nacional. Las fuentes de información coincidieron en las siguientes expresiones:

- *“En tamaño es mejor que la de México, ya que la de ellos es más pequeña y la de CR es más grande, en calidad no puedo detallarle mucho, sé que la calidad de Costa Rica es buena calidad porque tenemos respaldo de la UNA”* (Entrevistado 1).
- *“Aquí se usa una híbrida, por lo que está mejorada”* (Entrevistado 2).
- *“La vainilla de Costa Rica es un híbrido que fue traído de Madagascar. Este fue desarrollado por científicos franceses y de Madagascar desde la década de los cincuenta”* (Entrevistado 4).
- *“La de Costa Rica tiene la ventaja de ser más resistente a la principal enfermedad del cultivo: la fusariosis, la cual es causada por el hongo Fusarium oxysporum. Además de eso, los frutos de este híbrido son más grandes que la especie comercial (V. planifolia), provocando una menor cantidad de vainas por kilo”* (Entrevistado 5).
- *“Tiene mayor resistencia a condiciones fitopatológicas adversas, los contenidos de compuestos fenólicos (ej: vainillina) son muy elevados”* (Entrevistado 7).
- *“En Costa Rica la especie que mayormente se cultiva es diferente (Híbrido Costa Rica), esta fruta es más grande y más ancha con un contenido de vainillina entre el 2.5 y el 6% (La vainillina de la Vanilla planifolia está entre 1-2.5%, siendo esta la más comercializada a nivel mundial)”* (Entrevistado 8).

Análisis

Es de mucha importancia destacar las características físicas que posee la vainilla producida en Costa Rica, ya que esto ayudará en gran manera a la proyección de mercados en el

extranjero; además de posicionar la producción costarricense de tal manera que se compita en otras características y no solamente competir en cantidad, sino en calidad.

Según Bartolo (2010) la fisiología vegetal estudia los procesos que tienen lugar en las plantas, cómo funcionan las plantas y explica los funcionamientos físicos de las mismas. En este caso, las características físicas que se requieren resaltan van ligadas al tamaño, sabor y resistencia a plagas que poseen la vainilla costarricense y que destacaron cada uno de los entrevistados.

Categoría 2: Producción orgánica

Descripción

La presente categoría explica que la producción orgánica debe implementarse en la producción de vainilla de Costa Rica. Existe una serie de aspectos que lo justifica, entre ellos, los entrevistados opinaron:

- *“Nuestra intención de hacerlo totalmente orgánico”* (Entrevistado 3).
- *“La producción orgánica tiene mayores beneficios, pues hace el producto más atractivo para mercados exigentes”* (Entrevistado 5).
- *“Costa Rica debe diferenciarse del resto de producciones, hasta el momento no se ha tenido el desarrollo indicado, pero lo que se pretende es llegar a realizar una producción totalmente orgánica, sin uso de ningún agroquímico”* (Entrevistado 8).

Análisis

Dentro de las características que pueden potenciar la capacidad productiva de la vainilla está la producción orgánica. Según la FAO (2013) esta es

Un sistema de producción que trata de utilizar al máximo los recursos de la finca, dándole énfasis a la fertilidad del suelo y la actividad biológica y al mismo tiempo, a minimizar el uso de los recursos no renovables y no utilizar fertilizantes y plaguicidas sintéticos para proteger el medio ambiente y la salud humana. La agricultura orgánica involucra mucho más que no usar agroquímicos.

La producción orgánica de la vainilla a nivel nacional podría traer consigo ciertos beneficios como lo es impulsar la venta nivel internacional, ya que se tiene una tendencia a consumir productos a los que no se les haya aplicado agroquímicos sintéticos, porque se considera dañino para la salud y para el ambiente. Según el Movimiento Argentino para la Producción Orgánica [MAPO] (2008) los alimentos orgánicos son alimentos trazables, producto de un sistema de normas y fiscalización reconocido internacionalmente, por lo que al tener una producción de vainilla orgánica se tendría un producto fiscalizado y reconocido internacionalmente, lo cual le agregaría valor.

Categoría 3: Desconocimiento de las buenas prácticas agrícolas

Descripción

La siguiente categoría enmarca el desconocimiento de las buenas prácticas agrícolas del cultivo por parte de los productores nacionales y las consecuencias que lleva consigo. Las siguientes expresiones lo evidencian:

- *“...aunque la principal limitante de buenas producciones en Costa Rica es el desconocimiento de buenas prácticas de manejo, en especial, el beneficiado”* (Entrevistado 1).
- *“Muchas veces la producción se ve limitada por el manejo que se les da, ya que en ocasiones no se poliniza correctamente las flores”* (Entrevistado 3).

- *“La mayoría de agricultores de vainilla no conocen la correcta manipulación de la orquídea y esto en ocasiones causa que la cantidad de kilos que podrían obtenerse realmente se vea limitada”* (Entrevistado 5).
- *“Algunos productores lo único que les interesa es el dinero, por lo que no les importa la correcta manipulación o no la saben bien, entonces se produce muy mala cosecha y en realidad podría tenerse una cosecha abundante y de calidad”* (Entrevistado 9).

Análisis

Las buenas prácticas de manejo en la siembra de vainilla son de gran importancia para el aprovechamiento de las cosechas. Según la Cámara de Sanidad Agropecuaria y Fertilizantes [CASAFE] (2012):

Las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) son un conjunto de principios, normas y recomendaciones técnicas aplicables a la producción, procesamiento y transporte de alimentos, orientadas a asegurar la protección de la higiene, la salud humana y el medio ambiente, mediante métodos ecológicamente seguros, higiénicamente aceptables y económicamente factibles.

El desconocimiento de las buenas prácticas agrícolas ocasiona daños a la producción de la vainilla, pues como expresaron algunos de los entrevistados, los productores desconocen el correcto manejo de las prácticas agrícolas. Es importante destacar que la necesidad de que los productores de vainilla a nivel nacional empiecen a tener conocimiento amplio de este tema, ya que son prácticas buenas para la producción nacional de vainilla.

Las buenas prácticas agrícolas encierran una serie de factores que interfieren directamente en la producción, sobre todo en la parte humana, ya que, en el proceso de productivo de la vainilla, una parte importante como lo es la polinización interfiere el ser humano directamente.

Categoría 4: Beneficiado de la vainilla

Descripción

La siguiente categoría hace referencia a la importancia del beneficiado de la vainilla. Entre las opiniones de los entrevistados están las siguientes:

- *“Es de suma importancia tomar en cuenta el beneficiado de la vainilla, en sí es un proceso que ayuda a que se obtengan las características distinguidas de la vainilla”* (Entrevistado 4).
- *“Si la vainilla no se procesa correctamente se perderán propiedades, las cuales dependen directamente de la obtención de la buena calidad en el beneficiado del fruto”* (Entrevistado 6).
- *“Dependiendo del proceso que se hace posterior a la obtención de la cosecha de la vainilla, el proceso de manipulación que se le dé podría facilitar la obtención del producto final para comercializar. Esto es cuando no se vende las vainas verdes”* (Entrevistado 7).
- *“Según el beneficiado que se realice los aromas y la calidad obtenidos serán superior a lo que actualmente se produce en el mundo”* (Entrevistado 8).

Análisis

El beneficiado de la vainilla es un proceso de mucha importancia para la correcta obtención de vainas y su posterior comercialización. Según Reyes (2008, p.27):

En la actualidad, el beneficiado es un proceso de conservación del fruto, donde implica una serie de pasos previos a la obtención del producto beneficiado o finalizado, esta actividad es la más importante desde el punto de vista de comercialización, ya que es donde se le da el valor agregado. Obteniendo valores por arriba del 1:10, en relación con el precio de venta de vainilla verde y vainilla

beneficiada respectivamente. Para realizar el beneficiado de vainilla las actividades a ejecutar son: recepción, despezonado, clasificación, enmaletado, matado del fruto, asoleado y sudado, clasificación, depósito y empaque.

Los pasos se deben llevar a cabo de manera cuidadosa, ya que es el proceso final que se le da a las vainas para su posterior comercialización. Como se observa, lleva una serie de procesos que van desde la recepción de las vainas, pasando por la clasificación y terminando en el empaque de las vainas ya beneficiadas. Además, es importante destacar que el beneficiado aumenta el valor.

Según RTV.mx (2016, párr. 1) “el beneficiado de la vainilla (proceso de secado y deshidratación) es una actividad fundamental en la cadena de producción-consumo vainilla, debido a que genera un producto con valor agregado demandado por el mercado nacional e internacional”. Demuestra que el proceso de beneficiado de la vainilla es de gran importancia y ayuda en gran manera al proceso de comercialización y a la capacidad de producción de la vainilla.

Categoría 5: Estandarizando procesos

Descripción

La presente categoría explica la necesidad de estandarizar los procesos de producción para la producción de vainilla en el país. Las fuentes de información evidencian la necesidad de estandarizar los procesos para mejores resultados, entre las opiniones expresadas están las siguientes:

- *“Actualmente la producción de vainilla en el país es artesanal y prácticamente cada productor está por su cuenta, esto no permite mantener una calidad adecuada del*

producto para la comercialización internacional, por lo que haciendo procesos homogéneos se podría captar nuevos mercados” (Entrevistado 3).

- *“La necesidad de llegar a industrializar y hacer la producción similar en el país sería muy positivo, pues existiría márgenes para que se produzca una misma calidad y con cantidad definidas y bien establecidas” (Entrevistado 6).*
- *“No considero a Costa Rica competidora en mercados internacionales, ya que países como México y Madagascar primeramente nos ganan en cantidad y además tiene sistemas de producción más definidos por eso venden tanto y producen tanto” (Entrevistado 7).*
- *“Estandarizando todo el proceso de producción se podía minimizar el proceso de producción y esto se traduce en mayores ganancias, realizando investigación sobre aspectos morfogénéticos del tipo y tamaño del explante y, en general, cumpliendo los requerimientos culturales de buenas prácticas agrarias” (Entrevistado 9).*

Análisis

La estandarización de procesos es de suma importancia para los productores de vainilla, ya que estos llegan a mejorar dos aspectos de gran importancia para cualquier producto, que son el tiempo y el dinero (Kyocera, 2015). Cuando se realiza la estandarización de los procesos se tiene un mayor control y se implementan normas claras y precisas en la producción; por ende, se tendrá ahorro de tiempo de trabajo y ahorro de recursos económicos propios y ajenos.

Como se observó en las respuestas de los entrevistados, es necesario realizar una estandarización de procesos al momento de producir vainilla en Costa Rica. Actualmente, los procesos cada quién los hace a su manera, es decir que no se está produciendo de forma coordinada. Esto no permite tener una medición precisa de la calidad de producto nacional.

Categoría 6: Proceso de curado

Descripción

La quinta categoría refleja la importancia, en la producción de la vainilla costarricense, el proceso que se lleva a cabo en el curado de las vainas. Algunas de las ideas expresadas por los entrevistados fueron:

- *“El proceso de curado es de mucha importancia, ya que determina la calidad de las vainas a vender”* (Entrevistado 3).
- *“Mejorar el proceso de curado, ya que actualmente es artesanal (8 meses aprox.) lo más conveniente es tecnificarlo utilizando por ejemplo hornos solares para reducir esos 8 meses”* (Entrevistado 4).
- *“El curado de la vainilla es uno de los procesos de mayor importancia, ya que este proceso determinará algunos componentes importantes en la calidad de la vainilla como lo son el color y los aromas que la vaina produzca, por lo cual este proceso debe llevarse a cabo con cuidado, posiblemente si se llegara a poder acelerar el proceso sería un beneficio en todos los sentidos”* (Entrevistado 6).

Análisis

En el proceso de producción de la vainilla se encuentra el curado, una parte de suma importancia para las características finales de las vainas producidas. Según el Manual para el cultivo de vainilla en Sistemas Agroforestales (2009) el objetivo del curado es detener el proceso vegetativo natural y acelerar los cambios que llevarán a la formación de los constituyentes aromáticos del sabor. Esta parte del procesamiento de la vainilla es de mucha importancia.

Como lo expresan los entrevistados, este proceso tiene gran importancia, de una u otra manera se debe llegar a crear un proceso más tecnificado y especializado para acelerar el proceso

de obtención final de la vaina para la venta y para que se haga de la forma más idónea. Además, el proceso de curado determinará en gran parte la calidad que se ofrecerá para la venta y la comercialización de las vainas.

Categoría 7: Planta perenne

Descripción

La siguiente categoría resalta y explica la importancia que tiene la orquídea de vainilla al ser una planta perenne, ya que tiene la capacidad de ser aprovechado por más tiempo. Según expresan los entrevistados en las siguientes frases:

- *“La vainilla tiene la característica de ser muy provechosa, ya que mientras se realicen los adecuados cuidados de la planta puede seguir teniendo muchas cosechas consecutivas hasta 2 años después de la primera, por lo que no es de un solo uso”* (Entrevistado 2).
- *“La orquídea de la vainilla es una planta perenne lo que la hace atractiva, pueda ser que dure de 4 a 5 años para dar su primera cosecha, sin embargo durará por algún tiempo más produciendo”* (Entrevistado 5).
- *“Este tipo de orquídea tiene la ventaja que se puede obtener producción año con año, no como otras que solamente es anual o una cosecha”* (Entrevistado 8).

Análisis

Según Porto y Merino (2014);

Una planta perenne es la que vive más de dos años. Las hierbas vivaces que se encuentran en el entorno silvestre constituyen un ejemplo de planta perenne. El adjetivo se usa además para nombrar a la planta cuyo follaje se mantiene verde en todas las estaciones del año. Esto quiere decir que estos árboles o arbustos siempre tienen hojas vivas, a diferencia de los caducifolios, cuyas hojas mueren cada año y luego vuelven a brotar nuevas.

Las características que posee la orquídea de la vainilla la hacen ser una planta perenne, pues esta planta tiene la capacidad, después de la primera cosecha, de seguir produciendo por dos años más, manteniendo siempre su estado físico verde y con hojas siempre vivas. Esto los productores en el país lo ven de manera positiva, al ser una planta que tarda tanto tiempo en cosechar.

Categoría 8: Potencial de crecimiento

Descripción

La categoría 7 se refiere al potencial de crecimiento en la producción que posee la vainilla costarricense en el territorio nacional. Según lo indicado por los entrevistados en su mayoría, hay una mayor capacidad de producción en Costa Rica que aún no se ha llegado a aprovechar, lo anterior se evidencia en las siguientes frases:

- *“Siento que se produce muy poco, y hay capacidad de producir más. No se tiene un límite marcado para producir más y obtener mejores rendimientos”* (Entrevistado 2).
- *“La producción es más baja de los que podría ser, el producto debería potenciarse hacia la gran mayoría de zona boscosa del país”* (Entrevistado 4).
- *“La vainilla actualmente tiene muy poca explotación, y ella posee un gran potencial, ya que en las condiciones son correctas y buenas para que se lleve a cabo”* (Entrevistado 5).

- *“Hay un mayor potencial ya que lo determina el mercado internacional”* (Entrevistado 7).
- *“Se puede producir más, aún hay un camino más grande por recorrer es un producto que apenas se está empezando a sembrar y apenas se está empezando a conocer”* (Entrevistado 8).
- *“Todavía no, hay un mercado muy amplio que falta llegarle, además de que falta darle al productor mejores y mayores técnicas de producción y pos cosecha, también mercadeo”* (Entrevistado 9).

Análisis

Existe un potencial de crecimiento ligado en la vainilla costarricense, esto según lo opina los entrevistados, según Uxó (2012, párr. 1) el potencial de crecimiento puede entenderse “como lo máximo que puede crecer la economía a medio plazo. En ocasiones, esto se identifica con la plena utilización de los recursos y la mejor utilización posible de la tecnología disponible”. En otras palabras, en el caso de la vainilla costarricense, el potencial de crecimiento que se puede observar radica principalmente en la plena utilización de los recursos y la tecnología disponible, lo que quiere decir que aún existe un potencial de crecimiento, ya que no se están utilizando de forma plena.

Categoría 9: Producción sostenible y amigable con el medio ambiente

Descripción

La última categoría se refiere a la producción sostenible con el medio ambiente que posee la vainilla. Según lo evidencia las siguientes frases:

- *“Ayudaría, la vainilla ayuda en la conservación del bosque. El único que encaja y lejos de causar un daño conserva el área boscosa”* (Entrevistado 1).
- *“La vainilla tiene ciertas características que la hacen importante como cultivo, entre estas características es que hacen posible su introducción en otros sistemas de cultivo de los trópicos cálidos y húmedos, y hace posible, la generación de alternativas para el pequeño emprendedor costarricense que quiere vincularse con este cultivo”* (Entrevistado 4).
- *“Humedad, temperatura, producción de abonos orgánicos, los arboles al no ser un monocultivo necesita diversificación, arboles de sombra y para apoyo. Esto beneficia el área boscosa y la siembra de árboles”* (Entrevistado 8).
- *“La vainilla necesita de árboles altos que le den la sombra, el tutor donde se adhiere la vainilla y el suelo siempre tiene que estar cubierto (desnudos). La diversidad de árboles que se pueden plantar para que sean tutores de la vainilla es variada y esto para el productor y la naturaleza es importante”* (Entrevistado 9).

Análisis

Según la Organización de las Naciones Unidas [ONU] (2015, párr. 1) “la producción sostenible consisten en fomentar el uso eficiente de los recursos y la energía, la construcción de infraestructuras que no dañen el medio ambiente”. La vainilla posee una producción sostenible y amigable con el ambiente, por la forma en la cual se obtienen las vainas, ya que se siembra de tal manera que utiliza árboles tutores, en los cuales se adhiere las orquídeas de la vainilla, estos árboles pueden ser de diferentes especies, por lo que la diversificación siempre es importante, ya que ayudan a la protección del suelo.

Además, la producción de la vainilla costarricense fomenta el uso eficiente de los recursos y los sistemas de producción no dañan el medio ambiente; al contrario, se utiliza bosques para la producción de vainilla. Esto es un aspecto de gran importancia a destacar, pues es cien por ciento amigable con el medio ambiente.

Unidad de análisis 3: Oportunidades de comercialización

La unidad de análisis número 3 valora las principales oportunidades de comercialización que posee la vainilla costarricense en mercados internacionales. Para hacer de mejor manera la operacionalización del tercer objetivo, se utiliza el concepto de García (2007): la comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y manera de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución.

Por tanto, comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman. En la unidad de análisis 3 se determinaron las siguientes categorías:

1. Carencia de un mercado regulado
2. Productos gourmet
3. Mercados con gran capacidad adquisitiva
4. Ventas directas
5. Cultivo alternativo e innovador
6. Mercado interno
7. Vainilla como valor agregado

Categoría 1: Carencia de un mercado regulado

Descripción

La categoría uno refleja que el mercado de la vainilla es un mercado no regulado a nivel nacional y también a nivel internacional. Según lo expresa las siguientes frases de los entrevistados:

- *“La inexistencia de mercados regulados complica más la capacidad de desarrollo de la vainilla a nivel nacional, pues no hay nadie que rija los precios de compra y venta, además de la ausencia de regulaciones en áreas específicas y de importancia”* (Entrevistado 1).
- *“Es un mercado muy amplio, creciente y con mucho potencial, si en Costa Rica se regulara aspectos en producción quizás se podría tener mejores cosechas y mejor oportunidades en mercados internacionales”* (Entrevistado 4).
- *“No existe un mercado regulado, se rige por la oferta y la demanda en su mayor expresión, por lo que solo los más grandes y con recursos tienen más posibilidad de sobrevivir a nivel internacional”* (Entrevistado 6).
- *“Hasta donde conozco, no existe una regulación directa a la vainilla, de hecho ni en la FDA tiene prohibición que resaltar, ya que es considerado un bien inocuo”.* (Entrevistado 8).

Análisis

Según Economía.com (2014) un mercado regulado está sometido a disposiciones legales, especialmente en cuanto a las cantidades o precios de los bienes que allí se intercambian, también un mercado en el que los precios y el volumen de contratación están controlados por algún tipo de autoridad.

Lo expresado por los entrevistados es que en Costa Rica y a nivel mundial la vainilla se encuentra en un mercado no regulado. Esto quiere decir que no se rige por disposiciones legales, las cantidades no están reguladas y mucho menos los precios, ya que se rige directamente por los principales productores. Además, no existe alguna autoridad que controle en específico la calidad del producto y las condiciones en que se produce y se vende a los principales mercados internacionales.

Categoría 2: Productos gourmet

Descripción.

La siguiente categoría muestra el potencial que tiene el producto costarricense para captar los mercados de productos gourmet con producción de vainilla. Las percepciones que evidencian esto son las siguientes:

- *“Una de las principales características que posee la vainilla es que se puede vender específicamente a nichos de mercados, como el mercado gourmet”* (Entrevistado 1).
- *“Es un producto específico, que con una buena estrategia de promoción se puede colocar en pequeños segmentos de mercado que lo consumirían”* (Entrevistado 3).
- *“Aquellas personas que les gusta comer bien, natural y que aprecie las buenas especies preferirán consumir vainilla natural y producida en un país verde, es una buena estrategia captar mercados en el extranjero”* (Entrevistado 4).
- *“Por lo general las personas no conocen lo que en realidad es la vainilla, cómo se consume y cuál es su aspecto, enseñando a la población a nivel nacional a consumir vainilla natural será un buen comienzo para la promoción a nivel internacional”* (Entrevistado 6).

Análisis.

Para analizar correctamente esta categoría se utilizará la definición de Pérez y Gardey (2013):

Gourmet es un vocablo francés traducido como gastrónomo, una persona entendida en gastronomía o aficionada a las comidas exquisitas. El término se utiliza como adjetivo para calificar a aquellas comidas de elaboración refinada. Lo gourmet, por lo tanto, está asociado a lo más excelso de la gastronomía. La calidad de los ingredientes y la forma de preparación es lo que determina que un plato sea considerado gourmet o no. Los alimentos gourmet son aquellas preparaciones que han sido elaborados con ingredientes exquisitamente seleccionados, con exhaustivos cuidados de higiene y de las propiedades organolépticas; además han sido elaborados por personas que, después de muchos años de experiencia y una clara pasión por la alta cocina, están preparados para ofrecer un producto que pueda ser consumido por alguien que realmente aprecie su calidad y delicadeza.

Con base en la definición anteriormente dada, los productos gourmet son un buen nicho de mercado para enfocar la estrategia de promoción de la vainilla costarricense, ya que si observamos los alimentos considerados como gourmet, son aquellos que utilizan diversos ingredientes de una alta calidad y la forma de preparación es una de las formas de llegar al punto de un plato de comida que se considere una comida exquisita.

Además, según Significados.com (2017) los platos gourmet se caracterizan también por la rareza y precio de los productos. Estos por lo general son alimentos y/o bebidas de elevada calidad elaborados con estándares de calidad con ingredientes exóticos o de elaboración artesanal. Por lo antes expuesto es que se justifica que la vainilla costarricense se puede enfocar en conquistar los productos gourmet a nivel mundial, tomando en cuenta dos razones, al ser la vainilla poco conocida y con propiedades que la distinguen de otras especies a nivel mundial. Sin embargo, el productor nacional debe ocuparse más de que la buena calidad sea siempre parte de su producción.

Categoría 3: Mercados con gran capacidad adquisitiva

Descripción

Los entrevistados reflejaron en sus respuestas que se pueden captar los nichos de mercados que poseen una gran capacidad adquisitiva de bienes. Según los expresaron en las siguientes frases:

- *“La capacidad adquisitiva es importante tomar en cuenta, ya que la vainilla se cotiza a muy alto precio, sin embargo, esto podría aprovecharse si se direcciona las ventas a mercados, en venta al detalle, que posean una capacidad de compra alta”* (Entrevistado 2).
- *“Las empresas que compran vainilla natural son empresas con poder adquisitivo, aún existen muchas otras que demandan el producto y no se ha cubierto la mínima demanda”* (Entrevistado 5).
- *“Las estrategias al por menor o retail deben enfocarse a los compradores que puedan asumir el pago inmediato de las vainilla”* (Entrevistado 9).

Análisis

El poder adquisitivo de los consumidores se debe considerar para la vainilla, ya que es una especie que actualmente se cotiza muy bien en los mercados internacionales, sin embargo, el poder adquisitivo va acorde a la disponibilidad de recursos que tienen las personas según Pérez et al. (2017, párr. 2)

El poder adquisitivo, por lo tanto, es la disponibilidad de recursos que tiene una persona para satisfacer sus necesidades materiales. En otras palabras, el poder adquisitivo se asocia a los ingresos del sujeto para concretar la compra de bienes o la contratación de servicios.

Por lo tanto, los mercados y clientes al detalle que se pueden tener para la venta de vainilla deben poseer una capacidad adquisitiva elevada. Esto porque se vende un producto de calidad y el precio a nivel internacional es alto. Además, para que los productores se vean beneficiados con las ganancias monetarias de su producción.

Categoría 4: Ventas directas

Descripción

En esta categoría se refleja cómo los productores de vainilla costarricense prefieren realizar las ventas de su producto, por medio de las ventas directas, esas que se realizan directamente con el comprador sin la intervención de un intermediario. La mayoría de las fuentes de información concuerdan en lo siguiente:

- *“No necesito intermediario lo hago de forma directa ya que las comisiones son muy altas”* (Entrevistado 1).
- *“La mejor forma es poder movilizarse y hacerlo personal de forma directa. Sin embargo por lo general no se tiene la facilidad para ir y hacer ese tipo de ventas”* (Entrevistado 4).
- *“Vender directamente a los compradores, casi eliminando la mayor cantidad de intermediarios. En una feria siento que no se saca el suficiente provecho con los clientes. En ventas directas sí”* (Entrevistado 5).
- *“Hacer la venta en forma directa es lo ideal, los intermediarios son un aspecto negativo para los productores ya que en pocos días ganan más que los productores en 48 meses”* (Entrevistado 7).

Análisis

Para analizar correctamente la categoría de ventas directas se utilizará la definición, primeramente de intermediarios, según la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT] (2017, párr. 4). Las comisiones son remuneraciones pagadas a intermediarios por su participación en la concertación de un contrato de venta. La remuneración del agente es una comisión, por regla general un tanto por ciento sobre el precio de las mercancías. Esto quiere decir que cuando intervenga un intermediario en las transacciones del comercio internacional estos recibirán una comisión por dicha transacción.

Por otro lado, Según Chauvin (2014, párr.1)

La Venta Directa es la comercialización de bienes de consumo y servicios directamente a los consumidores, mediante el contacto personal de un vendedor o vendedora independiente, generalmente en sus hogares, en el domicilio de otros, en su lugar de trabajo, fuera de un local comercial.

Los productores de vainilla, según lo expresaron en la entrevista, prefieren realizar un tipo de venta directa, o sea, la venta que se trata al cliente sin intermediarios, como se observa un intermediario es aquel que participa en una transacción y si esta se concreta recibirá una comisión por ello y la venta directa es la que trata al cliente. Esto se da porque según ellos las comisiones que se pagan son muy elevadas y esto no les permite tener las ganancias que ellos desean.

Para los productores de vainilla, al ser la cosecha tan prolongada y existan tantos factores que intervienen en la cosecha, no les funciona realizar las transacciones venta por medio de intermediarios, ya que ellos consideran que pierden más trabajando con intermediarios.

Categoría 5: Cultivo alternativo e innovador

Descripción

En la categoría 5, los entrevistados evidencian que la vainilla es un cultivo alternativo e innovador. Algunas de las frases que ejemplifican dicha categoría son las siguientes:

- *“Una de las características a destacar de la vainilla es que no es conocida por todo el mundo, pero sí es utilizada en la mayoría de productos. Esto es un alimento innovador y diferenciado”* (Entrevistado 3).
- *“Es un producto diferenciado a todos los demás, porque se utiliza en muchas áreas, a nivel industrial y en venta al detalle. Es alternativo para otros productos que no son de la misma calidad que lo es la vainilla natural”* (Entrevistado 5).
- *“Como cultivo es innovador, además de ser rentable. Innovador porque en gran parte del país no se conoce, teniendo Costa Rica las condiciones idóneas para una buena producción y este al ser innovador será muy atractivo para los que lleguen a conocer sus usos y propiedades”* (Entrevistado 8).
- *“Es alternativo, ya que la forma en la que se siembra es diferente a los demás cultivos, esto es beneficioso para la producción en sí y para los productores, ya que al utilizar árboles tutores y en sistemas naturales trae beneficios para todos”* (Entrevistado 9).

Análisis

Para desarrollar el análisis de la presente categoría se iniciará definiendo lo que es un producto alternativo, esto según Millonario (2016, párr. 8)

Los cultivos alternativos son una forma de proteger y preservar la vida de los diferentes cultivos presentes en una región. Estos no solamente evitan la concentración de plagas en un solo cultivo, sino que también proporcionan y amplían las oportunidades de trabajo presentes en el mercado, con el fin de ayudar a mejorar, no solo la calidad de vida de quienes trabajan en ellos, sino también las personas que se ven beneficiadas indirectamente de estos, como lo son los consumidores.

Un cultivo alternativo es aquel que se produce de una forma diferenciada a los demás, ya que desde la forma de siembra permite una rotación más sencilla del cultivo. Además, permite evitar la generación de plagas en las cosechas y en las plantas, y algo importante mejora en las oportunidades de trabajo en las regiones en las que se concentran este tipo de siembra.

Este tipo de cultivos permite además, según Araque (2015, párr. 1) “sustituir o complementar a los que se encuentran en la zona, dando riqueza o mayores fuentes de trabajo”, por lo que la vainilla a nivel nacional, puede no ser tan conocida o tan desarrollada; sin embargo al tener la característica de un producto alternativo, podría llegar a complementar la producción en las diferentes zonas en las que se ha llegado a producir, teniendo como resultados nuevos puestos de trabajo.

Por otro lado, según el Instituto Vasco de Estadística [EUSTAT] (2016, párr. 1), un producto innovador

Consiste en la introducción en el mercado de un bien o un servicio nuevo o sensiblemente mejorado con respecto a sus características básicas, especificaciones técnicas, software incorporado y otros componentes intangibles, finalidades deseadas o prestaciones. La innovación debe ser nueva para el establecimiento. No es necesario que sea nueva en el mercado.

A nivel internacional, la vainilla es conocida y utilizada en cierta proporción, sin embargo, la vainilla en Costa Rica no ha tenido una producción significativa, tanto así que la mayoría de los consumidores en el país tienen desconocimiento del producto y de lo que es en sí, sus funciones y forma de consumo. Aunado a esto, no existen grandes productores y hay un mercado no tan explotado, por lo que se considera la vainilla como un producto innovador en el mercado nacional, con grandes posibilidades de expansión y desarrollo.

Considerando la forma de cultivar la vainilla en sistemas naturales conocidos como agroforestales. Según el Manual para el cultivo de vainilla en Sistemas Agroforestales (2009, p 7) este tipo de sistema

Consiste en la combinación de árboles, cultivos y animales, se optimiza el efecto benéfico de las interacciones entre las especies leñosas y los cultivos o animales, esto incrementa la productividad y un uso eficaz de los recursos y el principal potencial es la adaptabilidad cultura y socioeconómica.

Además, considerando la escasez de la vainilla tanto en consumo como en producción, se puede valorar como un producto alternativo e innovador en el mercado costarricense, con gran capacidad de producción y desarrollo a nivel nacional para llegar a conquistar primeramente el mercado interno y posteriormente el internacional.

Categoría 6: Mercado interno

Descripción

A pesar de los diferentes mercados que existen a nivel internacional, la mayoría de los entrevistados evidenciaron que existe un potencial de comercialización en el mercado interno, mercado el cual no ha sido cubierto por completo. Las fuentes de información concordaban en expresiones como las siguientes:

- *“Hay un potencial muy grande en los mercados internacionales, ya que no se puede cubrir la demanda internacional de vainilla, pero también en el mercado interno hay mucho potencial, ya que existe demanda que tan siquiera atención se le ha prestado”* (Entrevistado 4).
- *“Costa Rica produce una calidad de vainilla diferente a la que produce el resto del mundo, y aunque no se considera importante, pero gran parte del mercado nacional aún no se ha podido abastecer”* (Entrevistado 5).

- *“A nivel internacional es demandada la vainilla, pero el país aún no está por completo desarrollado, primeramente hay que cubrir el territorio nacional, estandarizar los procesos de producción, que exista una sola calidad y después embarcarnos al mercado internacional”* (Entrevistado 6).
- *“El mercado interno es una excelente opción, el cual no está abierto. Solo la empresa cinco ramas tiene representación en algunos locales, pero si pensamos en el turismo que ingresa a hoteles con chefs en Costa Rica, el mercado está virgen”* (Entrevistado 9).

Análisis

Primeramente, para entender esta categoría de análisis, según Significados.com (2013, párr. 3) se definirá el concepto de mercado:

El mercado es un ente que relaciona el individuo que busca, con el individuo que ofrece un producto o servicio y se realiza un conjunto de transacciones siendo determinadas por la ley de la oferta y la demanda. Para una mejor comprensión del término del mercado se debe de aclarar dos conceptos importantes: la oferta es la cantidad de bienes y servicios que los vendedores están dispuestos a ofrecer a un determinado precio, a su vez, la demanda es la formulación expresa de un deseo que está condicionado por los recursos disponibles del individuo o entidad que busca un bien o servicio.

El mercado es donde hay una relación entre compradores y vendedores que trabajan con base en la oferta y la demanda de bienes y servicios, estos sean en territorios nacionales o en territorios internacionales, dentro del mercado hay transacciones que generan ingresos para unos y egresos para otros.

Por otra parte, Ramírez (2008, párr. 1) aporta la definición del mercado interno:

Se define el mercado interno como las transacciones de bienes de servicios y consumo dentro del territorio nacional, reduciendo así su contenido al ámbito de la esfera de la circulación, cuando detrás de ella se esconden la estructura de la producción nacional, su lugar en la cadena mundial de producción y transferencia

de valor y plusvalor, así como el lugar y papel de las burguesía y de los trabajadores en el país o región de que se trate. Por ello, el mercado interno debe interpretarse como un espacio de valorización del capital que la burguesía prioriza o abandona en función de la realización del objetivo de maximizar la ganancia.

Por lo tanto, el mercado interno es el intercambio de bienes y servicios que se dan entre compradores y vendedores, pero dentro del territorio nacional, sin ir a mercados extranjeros. Según esta categoría y la opinión de los entrevistados, en Costa Rica existe un mercado interno de vainilla que no ha sido tan siquiera explorado y que no se ha realizado investigaciones y desarrollo en ciertas áreas de gran importancia.

Por lo que ellos consideran primeramente explorar y cubrir la demanda nacional de vainilla para posteriormente ir a mercados extranjeros, llegando de tal manera a regular y estandarizar en procesos de producción y calidad en el país para que posteriormente se haga una estrategia para abarcar los potenciales mercados en el exterior.

Categoría 7: Vainilla como valor agregado

Descripción

La principal forma de venta a nivel internacional es la vainilla en vainas sin procesar. Sin embargo, los entrevistados opinaron que se puede hacer de otras maneras, de ahí nace la última categoría, la cual se refiere a la vainilla como valor agregado en diferentes productos. Lo anterior se evidencia en las siguientes frases:

- *“No sé, no lo hemos intentado. Pero podría ser que se utilice la vainilla como un producto que agrega valor a otros, por ejemplo, se utiliza en los helados, comidas, etc.*

En este caso se colocaría no solamente la vainilla en vainas, sino en diferentes presentaciones” (Entrevistado 2).

- *“La vainilla no necesariamente la compran como materia prima, aunque el proceso quizá sea más caro, pero podría colocarse en mercados internacionales como un acompañamiento diferente, una especie muy atractiva” (Entrevistado 4).*
- *“Costa Rica podría posicionarse como impulsor de la vainilla procesada, colocándola en el extranjero en productos terminados” (Entrevistado 5).*
- *“La vainilla es exótica, como valor agregado a otros productos es muy importante y destacable, se pueden vender esencias, licores, en polvo, etc.” (Entrevistado 6).*

Análisis

Utilizar la vainilla como valor agregado a otros productos es de suma importancia, ya que se estaría colocando no solamente en forma de materia prima, sino en otras formas, por ejemplo en polvo o en licores, como lo mencionan los entrevistados. Según Merca2.0 (2015, párr. 1)

El valor agregado es la característica extra que un producto o servicio ofrece con el propósito de generar mayor valor dentro de la percepción del consumidor. Éste término puede ser el factor determinante entre el éxito o el fracaso que una empresa tenga, debido a que se encarga, también, de diferenciarla de la competencia.

El valor agregado que posee la vainilla daría una característica extra a diferentes productos a los que se agregue, y esto sería un factor determinante en el éxito de muchos otros productos que se venden a nivel nacional o internacional. Según Pérez y Gardey (2015, párr. 4), “el valor agregado es el valor económico que el proceso de producción le suma a un bien”. En este caso, el valor agregado tendrá un importe significativo en el valor económico de los productos, esto daría mayores y mejores ingresos a los productores.

Interpretación de los Datos

El comercio internacional cada día va más acelerado y los cambios son constantes. Los países van cambiando sus políticas comerciales y su forma de realizar intercambio de mercancías unos con otros. Esto es importante de resaltar, pues Costa Rica no es ajena al comercio internacional acelerado y de constantes cambios. Para el país, el tener una oferta variada de productos es importante, en este caso se resalta la importancia que tiene el sector agrícola, y en especial la vainilla costarricense.

La investigación logró identificar diversos aspectos que son de importancia para el sector productivo de vainilla del país. Primero se examinó las principales zonas productivas de la vainilla en el país, posterior a ello, se logró identificar la capacidad productiva de la vainilla en Costa Rica y por último se determinaron las oportunidades de comercialización que posee la vainilla en mercados extranjeros. Interrelacionando estos tres elementos se determina que existe un gran potencial en la producción como en la comercialización a nivel nacional e internacional de la vainilla costarricense.

Los entrevistados reflejan que la accesibilidad a diversos factores es muy importante para ellos, como lo dijeron la accesibilidad a la semilla es de importancia pues esto puede implicar costos elevados de producción. Asimismo, la existencia de los componentes climatológicos que hay en nuestro país tiene gran importancia a destacar, pues la producción de vainilla y de las plantas en sí tienen como factor influyente de gran importancia como la humedad, la sequía, el factor lluvia, la altura y entre otros.

Asimismo, demostraron que la capacitación e investigación en la vainilla del país es un elemento a considerar importante, pues hasta el momento no se han llevado investigaciones fuertes en ciertos aspectos influyentes en la buena y correcta producción de la vainilla, asimismo,

la capacitación en todo lo referente a la vainilla en la producción y en otros aspectos como la colocación en otros mercados no se ha llevado a cabo de la forma óptima.

Por otro lado, el financiamiento es un aspecto a resaltar, ya que la mayoría ha trabajado su producción con financiamiento propio y en la actualidad no hay por parte del sector bancario apoyo financiero a los productores del país. Se hizo evidente que los plazos de producción son bastante largos y de mucho cuidado, para el productor esta etapa es de gran importancia ya que si una cosecha es mal cuidada la cantidad y calidad se verá en problemas.

Una de las características más importante que resaltaron los entrevistados fueron la fisiología vegetal que posee la vainilla costarricense, ya que ésta prácticamente se encuentra solamente en el país y la hace distinguir entre muchas especies, y podría ser una característica potencial en la promoción y venta a nivel internacional. También, la producción orgánica tiene que ver mucho con la vainilla, pues en la actualidad no existen productos químicos que se estén aplicando a la vainilla por lo que tiene una producción 100% natural y amigable con la naturaleza.

El desconocimiento de las buenas prácticas agrícolas es casi generalizado en todos los productores, la mayoría busca el beneficio económico y no piensan a largo plazo, por lo que este tema deteriora las oportunidades de crecimiento y de buenas cosechas. Aunado a esto, se mencionó la necesidad de estandarizar los procesos productivos, para que se tenga un registro adecuado de la calidad de vainilla que es producido en el sector nacional, ya que la mayoría de productores están por su cuenta y no están muy ocupados en los correctos procesos productivos.

Además, se destacó por parte de los entrevistados la importancia de realizar un correcto beneficiado de la vainilla, ya que esto traerá como resultado una buena y correcta comercialización de la vainilla a nivel internacional. Asimismo, se destacó la importancia que tiene la vainilla en su producción sostenible y que es amigable con el medio ambiente, lo que le

da un realce al valor de la vainilla, tanto por su forma de producirse como por su comercialización.

El proceso de curado es el principal factor que se vincula a la buena calidad y adquisición de los buenos aromas que puede obtener las vainas listas para la comercialización. Para los productores es importante tenerlo muy en cuenta y no pasarlo por alto. Otra característica distintiva que se destacó de parte de los entrevistados es que la orquídea de la vainilla es una planta de tipo perenne, lo cual le da características diferenciadoras de muchas otras plantas, por lo cual le agrega mayor valor a la planta y a la producción en sí.

La carencia de un mercado regulado es un factor muy importante, la existencia de mercados regulados significa que hay alguna entidad encargada de regular lo que se puede y se debe hacer en el tema de producción de la vainilla, en este caso en Costa Rica el mercado existente no está regulado por nadie y cada productor está por su cuenta, lo que se puede traducir en que no hay una homogenización de la producción de vainilla a nivel nacional.

Los productos gourmet son cotizados y buscados en todo el mundo, los entrevistados resaltan las características de la vainilla que la hacen pertenecer a la categoría de producto gourmet, esto no solo a nivel nacional, sino a nivel internacional también, pues la vainilla es cotizada a altos precios y por ciertos mercados exclusivos, por lo que impulsar este mercado para la vainilla podría traer beneficios.

Además de los productos gourmet, existe una característica de la vainilla que es su precio, lo que hace que el cultivo se tenga que direccionar hacia mercados que posean una gran capacidad adquisitiva, ya que en ventas al detalle o a grandes compañías demandantes de la vainilla natural. Asimismo, una de las principales características que mencionaron los entrevistados es que la venta de la vainilla, para que sea provechosa para ellos, se debe realizar de manera directa, es decir sin ningún intermediario, ya que estos encarecen las ganancias y la mayoría de productores prefieren hacer la colocación de forma directa al comprador.

Asimismo, que se resalten las características de la vainilla es muy provechoso, especialmente cuando que la vainilla se considera un cultivo alternativo e innovador, la primera característica es importante ya que su forma de producir es en sistemas agroforestales donde se busca relacionar factores naturales con humanos y animales, por lo que es auto-sostenible e innovador se refiere a que es un producto prácticamente nuevo en el mercado nacional, pues fue un producto que hace ya muchas décadas se había producido pero los resultados no fueron los esperados, en la actualidad muchas personas no saben lo que es la vainilla ni sus usos.

Existe un mercado potencial para la vainilla, que es el mercado interno, el mercado nacional, ya que hay algunas empresas demandantes de vainilla para sus procesos productivos, que podrían ser clientes en el país, donde primeramente se abastecería el mercado nacional para posteriormente valorar la ida a mercados potenciales a nivel internacional. Asimismo, cabe agregar que la vainilla es un producto sostenible y amigable con el medio ambiente, ya que la forma de cultivar las orquídeas se utilizan árboles tutores que los mismos ayudan en la sombra y protección de los suelos.

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el presente capítulo, se desarrollan las conclusiones y recomendaciones generadas dentro del proyecto de investigación. En primera instancia, se enfatizará en los resultados obtenidos, con los cuales se dará respuesta a los objetivos del presente estudio; además de contestar a la pregunta establecida en el primer capítulo. Por otro lado, se establecerá algunas recomendaciones para los involucrados en el proceso de entrevistas.

En el proceso, la línea de investigación se dirigía por el planteamiento del problema, justificación, antecedentes, objetivos generales y específicos. Se basó en un tipo cualitativo por medio de encuestas basadas en un cuestionario. Posteriormente, se dio paso a las categorías de análisis, que surgieron de los objetivos y de las respuestas de los entrevistados, las cuales se comparó con la teoría del capítulo dos.

Conclusiones de la Investigación

La accesibilidad es un factor importante en la correcta producción de vainilla en Costa Rica.

Los componentes climatológicos son parte determinante de la buena calidad de la vainilla, además de la cantidad de cosecha que se pueda obtener.

Es necesario, para que el sector productor de vainilla del país tenga un mayor desarrollo, se brinden capacitaciones e investigaciones en temas influyentes en los vainilleros.

Los productores se han visto restringidos en cuanto al acceso al financiamiento.

El proceso de producción en la vainilla es de mucha importancia y los vainilleros deben hacerlo con más cuidado y orden.

La orquídea de la vainilla producida en Costa Rica posee una fisiología distinguida al resto de tipos que se producen.

La vainilla tiene características que la enmarcan en la producción orgánica.

Existe un desconocimiento de las buenas prácticas agrícolas por parte de los productores.

El beneficiado de la vainilla abarca uno de los principales procesos de la comercialización.

Se necesita estandarizar los procesos productivos para obtener más cantidad y calidad de producción en vainilla.

El proceso de curado dicta la calidad y los aromas de la vainilla.

La vainilla es una planta perenne, esto le beneficia en cuanto a la capacidad de producción.

En el país existe un potencial de crecimiento para la vainilla.

Entre las características que destacan de la vainilla está que tiene una producción sostenible y amigable con el ambiente.

En Costa Rica hay una carencia de mercado regulado en la vainilla.

Los productos gourmet son una buena estrategia para promocionar la vainilla a nivel nacional e internacional.

El valor monetario de la vainilla la hace idónea para dirigirse a mercados con gran poder adquisitivo.

La manera más eficiente de colocar la vainilla en el mercado es por medio de la venta directa.

La vainilla es un cultivo alternativo por su forma de sembrado e innovador porque no se ha explotado adecuadamente en el país.

Existe un potencial en el mercado interno de vainilla en Costa Rica que aún no ha sido explorado por los productores.

La vainilla puede utilizarse como valor agregado, cuando se transforma en otros productos.

Recomendaciones

Se recomienda al Gobierno de Costa Rica que por medio del Ministerio de Comercio Exterior del país y la Promotora del Comercio Exterior se lleve a cabo el desarrollo de investigaciones de la producción de vainilla costarricense para que puedan tener datos más exactos sobre la misma, y de esta manera se pueda fortalecer aún más este sector productivo del país.

Se recomienda el Gobierno de Costa Rica que delegue al Ministerio de Agricultura y ganadería la capacidad de regular el mercado nacional en la producción de vainilla, en temas de producción y comercialización, por medio de una oficina exclusiva para la atención de los

productores de vainilla. Además, llevar registro de los productores, para que se realice una producción controlada, bien regulada y respaldada por el gobierno.

Se recomienda a Asociación de Productores de Vainilla capacitar a los productores en el correcto uso de las buenas prácticas agrícolas y en la estandarización de procesos productivos en todas las áreas, para poder equiparar la producción nacional en calidad y así tener un mayor provecho de las cosechas obtenidas en el país, y logrando de esta manera abarcar más y mejores mercados a nivel internacional.

Se les recomienda a los productores de vainilla del país acercarse a la Promotora del Comercio Exterior y, por medio de su oficina de Marca País, solicitar la certificación para la producción de vainilla, con el fin de tener un mayor valor agregado y así tener mayores oportunidades de comercialización a nivel nacional e internacional.

Se le recomienda a Promotora de Comercio Exterior que emita un estudio exhaustivo de mercado, que muestre a los productores de la vainilla costarricense todo acerca del mercado de la vainilla a nivel internacional, la competencia, los gustos y las preferencias de los consumidores, con el fin de mantener una brecha más estrecha entre el productor y el consumidor, para que los productores tengan capacidad de entrar a diversos mercados.

Se le recomienda a la Promotora de Comercio Exterior llevar a cabo charlas informativas y capacitaciones acerca de cuáles son las oportunidades de comercialización de la vainilla costarricense en los mercados extranjeros, además de la formación de las buenas prácticas agrícolas, para así poder fortalecer el sector y llegar a mercados extranjeros con más y mejores conocimientos.

Se recomienda al Ministerio de Agricultura y Ganadería realizar estudios en el mercado nacional sobre las plagas que afectan las orquídeas de la vainilla y de los agroquímicos que contrarrestan dichas enfermedades. De esta manera se puede llevar un registro de dichos

agroquímicos. Asimismo, realizar investigaciones a las plantaciones que actualmente se encuentran en desarrollo, para obtener datos que ayuden a mejorar la producción en calidad y cantidad.

Se recomienda al Ministerio de Comercio Exterior capacitar a los productores de vainilla del país en temas como negociación internacional, acceso a nuevos mercados, tendencias internacionales y aspectos a tomar en cuenta al momento de realizar una exportación, realizando alianzas estratégicas con expertos productores de vainilla mexicanos, para que visiten el país y así nuestros productores no se vean carentes de experiencia al momento de llevar a cabo las gestiones del comercio internacional.

Se recomienda a los productores de vainilla del país aplicar de forma correcta el curado y el beneficiado de las vainas, para que de esta manera el aroma y la calidad sean las exigidas en mercados internacionales y poder de esta manera exportar lo que necesitan los principales mercados, como lo son el norteamericano y el europeo.

Se le recomienda a los productores del país que analicen su capacidad de producción y negociación, para tomar así la decisión de si conviene, primeramente, abarcar la demanda que existen el mercado nacional y, posteriormente, dirigirse a mercados internacionales. De esta manera se espera que el productor que no pueda ir a mercados internacionales aún abarque el mercado interno, sume experiencia y posteriormente vaya a mercados internacionales y pueda competir.

Se le recomienda al Gobierno de Costa Rica que, por medio de las entidades financieras, ya sean públicas o privadas, faciliten el acceso de financiamiento a los productores de vainilla, ya que actualmente estas oportunidades son completamente limitadas y el acceso al crédito no está a la mano de los vainilleros, lo que ocasiona que ellos trabajen con recursos propios, con esto se pretende obtener mayores oportunidades para el sector, como lo sería mayor acceso a la

tecnología, mayores terrenos y mejores prácticas de producción, con el fin de que el sector se desarrolle y pueda competir a nivel nacional e internacional.

Se le recomienda a los productores de vainilla que implementen en el proceso productivo de la vainilla la transformación y no solo la producción de vainas como materia prima, ya que la vainilla, al ser procesada, puede formar parte de otros productos. Como resultado de esto, se esperaría obtener una oferta comercial bastante diversificada, con muchas opciones de comercialización.

Referencias bibliográficas

Libros

Hernández R, Fernández C, y Baptista P. (2014). Metodología de la Investigación. México DF: McGraw-Hill.

Reyes, Rodríguez, Kelso, Huerta e Ibáñez (2008). Beneficiado tradicional de Vainilla. (Obra didáctica). Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Páginas Web

Araque, R. (2015). Cultivos Alternativos ¿qué es un cultivo alternativo? Recuperado de: <http://cultivosalternativos2015.blogspot.com/2015/04/cultivos-alternativos.html>

Bartolomo, B. (2009). CONCEPTO DE FISIOLÓGÍA VEGETAL. Recuperado de: <http://www3.uah.es/bartolomesabater/docencia/CAPITULO1.pdf>

Chavuin, S. (2014). Venta Directa: Un Sistema de Comercialización Cada Día Más Vigente. Recuperado de: <http://www.mujeresdeempresa.com/venta-directa-un-sistema-de-comercializacion-cada-dia-mas-vigente/>

Pérez, J., y Gardey, A. (2015). Valor Agregado. Recuperado de: <https://definicion.de/valor-agregado/>

Pérez, J., y Gardey, A. (2009). Proceso de producción. Recuperado de: <https://definicion.de/proceso-de-produccion/>

Ramírez, E. (2008). Conclusiones, mercado interno. Recuperado de <https://www.zonaeconomica.com/desarrollo-america-latina/conclusiones>

Significados.com (2017). Mercados. Recuperado de: <https://www.significados.com/mercado/>

Millonario, C. (2016). Cultivos Alternativos. Recuperado de: <http://alternativadecultivos.blogspot.com/>

Significados.com. "Gourmett". Recuperado de: <https://www.significados.com/gourmet/>

Pérez, J., y Gardey, A. (2009). Definición de Gourmet. Recuperado de: <https://definicion.de/gourmet/>

Pérez, J., y Gardey, A. (2011). Definicion.de: Definición de perenne. Recuperado de: <https://definicion.de/perenne/>

Movimiento Argentino para la Producción Orgánica [MAPO] (2008). ¿Qué es la producción orgánica? Recuperado de: <http://www.mapo.org.ar/que-es-la-produccion-organica/>

García, M. (2007). Comercialización de productos y servicios universitarios. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/comercializacion-de-productos-y-servicios-universitarios/>

Peña, C. (2017). La importancia de la investigación universitaria y de incorporar la misma en el proceso formativo. Recuperado de: <http://www.udabol.edu.bo/blog/la-importancia-de-la-investigacion-universitaria-y-de-incorporar-la-misma-en-el-proceso-formativo/>

Fleitman, J. (2013). Importancia de la capacitación para la competitividad. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/importancia-de-la-capacitacion-para-la-competitividad/>

Perry, J. (2017). ¿Cómo influye la humedad en la calidad de los cultivos?. Recuperado de: <http://www.pthorticulture.com/es/centro-de-formacion/como-influye-la-humedad-en-la-calidad-de-los-cultivos/>

Infoagro.com, (2014). Relación entre el clima y la productividad agraria: diferencias regionales y entre cultivos. Recuperado de: http://www.infoagro.com/hortalizas/relacion_clima_cultivo2.htm

ABC.com, (2009). Factores de producción. Recuperado de: <http://www.abc.com.py/articulos/tierra-trabajo-y-capital-factores-de-produccion-834341.html>

Priorat (2015). Las Zonas de Producción. Recuperado de: <https://www.doqpriorat.org/es/contingut/las-zonas-de-producci%C3%B3n>

Flores, S. (abril, 2009). Economía Internacional. Recuperado de: <http://www.tesoem.edu.mx/alumnos/cuadernillos/2009.011.pdf>

Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica. (2014). Estadísticas de Comercio Exterior de Costa Rica. Recuperado de: <http://www.procomer.com/uploads/downloads/anuarioestadistico-2014.pdf>

Estudios

Araya, F., Cordero, L., Paniagua, A., y Azofeifa, J. (2014). Investigación, la extensión y la producción de vainilla en Mesoamérica. (I Seminario Internacional de Vainilla). Universidad Nacional de Costa Rica.

Astorga, P., Vega, L., y Areñal, C. (2011). Estudio para determinar la rentabilidad de la producción y la comercialización de la vainilla en el cantón de Pococí. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional de Costa Rica.

Publicaciones periódicas

Azofeifa, J y Paniagua, A. (junio, 2015). Investigación y extensión, ¿son complementarias? El caso de la vainilla: Revista de extensión Universidad en Diálogo de la Universidad Nacional de Costa Rica (pp. 73, 86).

Apéndices

Apéndice A

Estimado entrevistado, mi nombre es Erick Paniagua García, soy estudiante de la carrera de Comercio Internacional de la Universidad Internacional de las Américas y estoy realizando mi proyecto de graduación para optar por el grado académico de Licenciatura en Comercio Internacional. La investigación trata sobre la capacidad productiva de la vainilla costarricense con miras a la comercialización internacional, para determinar las zonas de producción, la capacidad productiva y así determinar las oportunidades de comercialización en mercados extranjeros.

Agradezco de antemano su valiosa opinión y colaboración, la cual es de gran importancia para concluir el trabajo de investigación. La información brindada es de carácter confidencial y sólo con fines académicos.

Cuestionario

1. Según su conocimiento, ¿Cuáles son las principales zonas de producción de la vainilla en Costa Rica?
2. De acuerdo con su experiencia, ¿Considera que los factores climatológicos son influyentes en la determinación de la buena calidad en la producción de vainilla?
3. ¿Qué aspectos considera usted que son vinculantes a la zona de producción en la producción de la vainilla?

4. ¿Considera usted, de acuerdo con las zonas productivas de vainilla en el país, que la explotación que se ha realizado alcanza el nivel óptimo?
5. Según su conocimiento, ¿cuáles son las principales características que diferencian la producción de vainilla costarricense con las del resto del mundo?
6. En su opinión, ¿cómo se puede llegar a minimizar el tiempo de producción en la cosecha de la vainilla?
7. ¿Cuál es el acceso que tienen las empresas a los diferentes recursos para fomentar e incrementar la producción?
8. De acuerdo con su experiencia, ¿cuáles son los competidores más fuertes que tiene la vainilla costarricense en los mercados internacionales?
9. ¿Cuáles son los mercados potenciales para la vainilla costarricense?
10. ¿Cuáles elementos distinguen la calidad del producto costarricense para ser comercializado en los mercados internacionales?
11. ¿Cuál es la forma idónea para colocar este producto en los mercados internacionales?
12. ¿Usted conoce cuales son las regulaciones que tiene la vainilla para ser comercializado en los mercados internacionales?