



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA CHAPINGO

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA RURAL

TESIS

**VAINILLA DEL TOTONACAPAN:
ORGANIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.**

QUE COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL GRADO DE

MAESTRÍA EN CIENCIAS EN SOCIOLOGÍA RURAL

PRESENTA

ROSA GUADALUPE DABUR SÁNCHEZ

CHAPINGO, MÉX.

JUNIO 2013



DIRECCION GENERAL ACADEMICA
DEPTO. DE SERVICIOS ESCOLARES
OFICINA DE EXAMENES PROFESIONALES



VAINILLA DEL TONACAPAN: ORGANIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.

Tesis realizada por Rosa Guadalupe Dabur Sánchez bajo la dirección del Comité Asesor indicado, aprobada por el mismo y aceptada como requisito parcial para obtener el grado de:

MAESTRO EN CIENCIAS EN CIENCIAS EN SOCIOLOGIA RURAL

DIRECTOR:



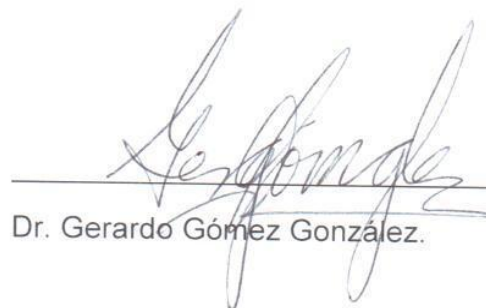
Dr. Bernardino Mata García.

ASESOR:



M.C. Sinécio López Méndez.

ASESOR:



Dr. Gerardo Gómez González.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la Universidad Autónoma Chapingo y al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por su apoyo para la realización de esta tesis.

Al Departamento de Sociología Rural y a la Coordinación del Posgrado, por el gran cúmulo de conocimientos aportados para mi formación profesional

Al Dr. Bernardino Mata García, M.C. Sinecio López Méndez y el Dr. Gerardo Gómez González por brindarme su apoyo, dedicación y por todas las contribuciones en la dirección de este documento de titulación.

A la Asociación Agrícola Local de Productores de Vainilla por brindarme su tiempo y facilitarme sus conocimientos y experiencias en torno a este aromático producto.

DEDICATORIA

Dedico el fruto de estos años de mi vida como estudiante a mis padres por el esfuerzo que han hecho por darme la mejor herencia que un hijo podría tener: el estudio. Por el amor y la confianza brindada, por su comprensión, buen ejemplo y por enseñarme que los sueños se pueden realizar si luchas por ellos.

A mi familia por el apoyo que me han dado incondicionalmente, brindándome consejos y palabras de aliento para seguir en este andar de la vida.

Y, por último, pero no por eso menos significativo, a mis amigos con los cuales a lo largo de todo este tiempo he compartido innumerables alegrías, risas, y tristezas, que con el paso de los años me han servido para convertirme en la persona que ahora soy.

I.INTRODUCCIÓN.	9
1.1 Planteamiento del problema.	11
1.2 Preguntas centrales.	12
1.3 Objetivos Generales.	13
1.4 Justificación.	13
1.5 Hipótesis.	15
1.6 METODOLOGÍA.	15
CAPITULO II	20
2.1 Organización.	20
2.1.2 Características de la organización.	21
2.1.3 Clasificación de la organización: formales y naturales.	21
2.1.4 Principios básicos de la organización.	23
2.1.5 Etapas por las que atraviesan las organizaciones.	24
2.1.6 La organización de productores.	25
2.1.6.1 Manifestación de las organizaciones:	26
Nucleares y polinucleares.	26
2.1.7 Productores especializados.	26
2.1.8 Dificultades que se presentan en la organización: internas y externas.	27
2.2 Comercialización.	28
2.2.1 Oferta-demanda.	29
2.2.2 Proceso de comercialización.	30
2.2.3 Tipos de consumidores.	30
2.2.4 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.	31
2.2.5 Agentes que intervienen durante la comercialización.	34
2.2.6 ESPACIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN.	35
CAPITULO III	37
3.1. Antecedentes históricos de las organizaciones vainilleras.	37
3.1.1. Sindicato de Vainilleros, 7 de enero de 1907.	40
3.1.2. Consejo Veracruzano de la Vainilla (COVER-VAINILLA).	42
3.2. Tipología de las organizaciones de productores de vainilla.	47

3.3. Consejo Nacional de Productores Vainilleros A.C. (CONAVAI).	50
3.4. Comité Nacional Sistema Producto Vainilla.	58
3.5 Consejo Estatal de Productores de Vainilla Veracruzanos, A.C.	65
3.6 Unión General Obrero Campesina y Popular, A.C.	67
(Zona Norte Regional Veracruz).	67
3.7 Federación Veracruzana de la Vainilla, S.C. de R.L. de C.V.	69
CAPITULO IV	74
4.1. La vainilla del Totonacapan.	74
4.1.2. Importancia socioeconómica y cultura en la región.	75
4.2. Antecedentes de la comercialización de vainilla.	76
4.2.1. Descubrimiento e importancia de la vainilla en México y el Mundo.	77
4.2.2. La lucha por la obtención de la producción.	80
4.2.3. La pérdida del monopolio.	82
4.2.4. Declive de la producción a nivel nacional.	84
4.2.5. La paulatina pérdida de su habitad.	86
4.3. Proceso de comercialización de vainilla.	87
4.3.1. Vainilla Verde.	87
4.3.2. Vainilla Beneficiada.	90
4.4. Canales de comercialización.	95
4.5. Eslabones de la cadena productiva.	103
4.5.1. Productor.	103
4.5.2. Intermediario.	106
4.5.3. Beneficiador.	107
4.5.4. Artesano.	109
4.5.5. Industrialización.	110
4.6. Dificultades dentro del proceso de comercialización.	111
4.6.1 Acaparadores o "Coyotes".	112
4.6.2 Vainilla sintética.	113
4.6.3. Historia de los productores al momento de comercializar.	114
4.7. Mercado al que se dirige la producción.	116
4.7.1. Mercado Local, Regional y Nacional.	116

4.7.2. Mercado Internacional.	119
4.8. Vinculo entre las Organizaciones Vainilleras y el Estado.	121
CAPITULO V	125
5.1. Asociación agrícola local de productores de vainilla.	125
5.2. Origen de la asociación agrícola local de productores de vainilla.	126
5.3. Estatutos que rigen a la asociación.	127
5.4. Actividades que realizan los integrantes de la organización.	128
5.5. El proceso de beneficiado, un paso hacia adelante.	131
5.6. La asociación de productores dentro del proceso de comercialización.	133
5.6.1. Análisis de la actividad productiva.	134
5.6.2. Calendario agrícola de actividades.	135
5.6.3. Relación Beneficio/Costo Vainilla.	138
5.7. Relaciones con otras organizaciones.	140
5.8. Presencia de la asociación a nivel regional.	142
5.9. Dificultades que enfrenta la asociación.	144
5.9.1. Dificultades internas.	145
5.9.2. Dificultades externas.	148
5.10. Alternativas que presenta la asociación.	149
6. Desarrollo Histórico de la Asociación.	152
VI. Análisis y Discusión.	155
VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	173
VIII. LITERATURA CITADA.	177
IX. ANEXOS.	178
9.1 Entrevista a Productores	178
9.2 Entrevista a Beneficiadores.	180
9.3 Leyenda de la Vainilla.	181
9.4 El Totonacapan.	182
9.5 Entre el pasado y el Futuro.	183

VAINILLA DEL TOTONACAPAN: ORGANIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.

VANILLA FROM TOTONACAPAN: ORGANIZATION AND COMMERCIALIZATION.

Rosa Guadalupe **Dabur Sánchez**¹ y Bernardino **Mata García**².

RESUMEN

La vainilla a través del tiempo ha sido objeto de múltiples transformaciones, que abarcan el proceso de producción, beneficiado y comercialización, algunos más drásticos que otros, como la pérdida paulatina de su cultivo, debido a factores climáticos, económicos, de organización y comercialización. Esta situación ha traído consigo una crisis en su cultivo en la región del Totonacapan, que afecta a los productores, beneficiadores y todas las personas que de una u otra forma están involucradas en proceso.

Los objetivos planteados en esta investigación generaron conocimientos sobre el proceso de comercialización de vainilla, además de permitir un análisis más preciso del desarrollo de la actividad vainillera que realizan las organizaciones. Esto nos muestra un panorama más real de lo que ha acontecido en la región en torno a este aromático producto.

Los resultados presentan una realidad un tanto desalentadora repercutiendo en lo económico, político, sociocultural y ambiental. Inminentemente esta situación ha generado la disminución del número de productores y de espacios para el cultivo de vainilla. No obstante es evidente que aunque los afectados sean muchos, en este caso los que llevan la peor parte son los productores.

Palabras clave: vainilla, organización, comercialización.

ABSTRACT

Through the times vanilla has been the object of multiple transformations including the process of production, benefits and marketing, some of them have been more drastic than others just as the gradual lost of crops due to climatic factors, economy and of organization and commercialization. This situation has brought along with it a crisis in Totonacapan crops which affect producers, beneficiaries and all the people involved in the process.

The aim of this research generated knowledge about the process of how to trade vanilla, besides allowing an accurate analysis about the development of the vanilla activity that is made by organizations. This shows us a more realistic outlook about what has happened in the region around this aromatic product.

Results present a discouraging reality that has an effect on economy, political, sociocultural and environmental issues. Imminently this situation has generated a diminishment of producers and places for cultivating vanilla. Nevertheless it is evident that the affected people are a lot, in this case the worst part relays on the producers.

Key words: vanilla, organization, commercialization.

¹ Tesista

² Director

I. INTRODUCCIÓN

La zona norte de Veracruz y parte de la montaña que forma la sierra nororiental del estado de Puebla, constituyen la región del Totonacapan. Este conjunto orográfico de topografía intrincada y de nubosidad permanente, se ve favorecida por corrientes atmosféricas de alta humedad que se precipitan en forma de lluvias persistentes, dando lugar a una red de corrientes superficiales de agua que da vida a una espesa vegetación de especies y densidades diferentes. En estos lugares se desarrollaron las culturas nahuas y totonacas, herederos de una gran tradición, que desde hace varios siglos se identificaron con el cultivo de la vainilla.

Entrando en el tema, la vainilla es una planta que se caracteriza por sus tallos trepadores, inflorescencias abundantes, pero poco vistosas, su color es ligeramente verduzco y sus estructuras reproductivas tienen una viabilidad de corta duración, aproximadamente cinco horas. En ese breve tiempo, se tiene que llevar a cabo la polinización manual de la flor, para dar lugar a un fruto.

Durante el largo periodo colonial, México dio a conocer la vainilla y sucesivamente se fue posicionando como el único productor en el mundo. Hoy la situación es distinta, debido a que la producción ha descendido, y en una nueva lógica de desarrollo, la isla de Madagascar se ha posicionado en un lugar privilegiado que se refleja en una producción ascendente que domina el mercado mundial.

Aunado a lo anterior, se registran factores políticos y sociales que impactaron fuertemente en el destino de los campesinos. En lo social, se muestra un acaparamiento de la vainilla por parte de los comerciantes y exportadores locales; en estas manos se ha mantenido el proceso de transformación inicial del fruto para elevar la calidad de exportación y colocarla en los mercados internacionales, a un precio varias veces superior del que ellos pagaban a los campesinos.

Los indígenas campesinos han sido víctimas de fraudes en las operaciones de compraventa con el fin de que los acaparadores les paguen menos dinero, de lo que realmente les corresponde. Esto automáticamente ha generado cuantiosas ganancias a los acaparadores beneficiadores de la vainilla desde finales del siglo XIX.

Hacia el año de 1880 la vainilla llegó a tener precios superiores al del metal plata, esto es de acuerdo a los dichos populares. La cuestión es de que, debido a la gran facilidad de capitalización, aparecieron prestamistas dispuestos a prestar dinero a los productores, con la condición de entregar el producto sin garantizarles un alcance justo en la recuperación de sus excedentes.

De acuerdo con las investigaciones realizadas por el CIISMER (Centro Interdisciplinario de Investigación y Servicio en el Medio Rural) y ASERCA (Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria), la reducción del cultivo de la vainilla se debe a los bajos precios y a la concentración del mercado en un número reducido de acaparadores, quienes han abusado de la ignorancia y de la necesidad de los productores. En la actualidad, sólo llegan a pagar entre \$10.00 y \$40.00 pesos el kilogramo de vainilla verde; siendo que en los años de 1993 hasta 2003, el precio por kilogramo de vainilla verde mantuvo un precio promedio de 80 pesos.

Esta variación fue todavía más notable entre los años 2003 y 2004, periodo en que el precio de la vainilla verde alcanzó un precio récord de 500 pesos. Este fenómeno se explica por una escasez de vainilla a nivel mundial, debido a que un ciclón devastó las plantaciones de vainilla en la Isla de Madagascar, provocando un déficit del producto al pasar de 3000 toneladas a tan sólo 500 toneladas a nivel mundial. Posteriormente, la recuperación del nivel productivo de Madagascar, hizo que los precios en México se comportaran a la baja.

Por su parte, los consumidores detectaron que los productos sintéticos de vainilla representaban una mejor opción por su menor precio. Esta preferencia se vio reflejada en la utilización de aromas y extractos de dudosa calidad, en lugar de consumir productos derivados de vainilla natural. Un ejemplo de este fenómeno es que, mientras un frasco de saborizante artificial cuesta 25 pesos, el equivalente de extracto de vainilla natural tiene un costo de 75 pesos.

Las investigaciones biomédicas, llegaron a descubrir que “los saborizantes artificiales son elaborados con productos nocivos para la salud como la cumarina, la cual aunque tiene un olor y sabor parecidos a la vainilla, es muy dañina para la salud por su efecto anticongelante, por ello la cumarina también es usada en la fabricación de venenos para ratas”.¹ Existe otro componente además de la cumarina que se utiliza para la elaboración de vainilla artificial, “la vainillina hecha a base de alquitrán de hulla, o de gabazo de pulpa de papel y, aunque aparentemente este producto no es tan dañino como el anterior, se ha comprobado que pueden producir cáncer”.²

La desinformación de los consumidores y la deshonestidad de los fabricantes, ha dado lugar a que la vainilla sintética se comercialice en grandes cantidades y la vainilla natural disminuya su presencia en el mercado. Se ha hecho un estudio de mercado por parte del Consejo Nacional de Productores de Vainilla A. C., donde los resultados indican que, en efecto, la población está siendo defraudada, al adquirir dichos productos en los centros comerciales.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La vainilla enfrenta problemas ambientales, algunos datos proporcionados por el Centro de Estadísticas Agropecuarias durante el 2000, destacan que en el Estado de Veracruz, la superficie plantada ha disminuido considerablemente, pasando de 1,318 a 377 hectáreas. Lo cual indica una reducción de 941 hectáreas en las últimas tres décadas.

¹Martínez Estela 1991. Organización de Productores y Movimiento Campesino. Editorial Siglo XXI, Mexico.

²Op.cit. Pág. 164

Estos datos resultan alarmantes si consideramos que Veracruz es la entidad que cuenta con el mayor número de productores a nivel nacional. El Totonacapan es el hábitat natural de la vainilla en México, ayer fue muy extensiva y hoy está muy reducida. Hasta mediados del siglo pasado, las características del clima eran favorables por la humedad, pluviosidad y suelos fértiles; ahora la selva tropical, un ecosistema que es similar a las condiciones ecológicas donde la vainilla se adapta, resiente las más altas tasas de deforestación, debido al desarrollo de la agricultura capitalista.

El cambio climático y el impacto ambiental que está provocando la industria constituyen factores infranqueables para el desarrollo de la vainilla; sin embargo, en el Ejido Primero de Mayo, municipio de Papantla, un grupo de productores ha logrado posicionarse por su destacada producción de vainilla dentro de la región, aún cuando eso signifique que han tenido que luchar por vencer obstáculos más allá de los factores naturales, ellos están sobreviviendo al complejo de problemas ecológicos que presenta la falta de reguladores ecológicos y los de tipo social característicos de la contradicción de intereses entre los componentes que conforman su organización social.

1.2 PREGUNTAS CENTRALES.

En cuanto a la comercialización y organización de los productores, surgen varias interrogantes en torno a la investigación, que se plantean en la siguiente forma:

- 1.- ¿En qué consiste el problema de la comercialización de la vainilla en la región del Totonacapan?
- 2.- ¿Cuáles son las estrategias que han implementado las organizaciones vainilleras para contrarrestar el problema de la comercialización?
- 3.- ¿Qué políticas gubernamentales de apoyo a la comercialización de la vainilla se identifican en la región?

1.3 Objetivo General

Actualizar conocimientos sobre el proceso de comercialización de vainilla en la región del Totonacapan y analizar la actuación de las organizaciones de productores para identificar sus acciones en el desarrollo de la actividad vainillera.

Objetivos Específicos

- 1) Caracterizar las funciones de las organizaciones vainilleras en relación con la comercialización.
- 2) Analizar los alcances de las organizaciones en la solución de problemas de la cadena productiva del cultivo de la vainilla.
- 3) Generar una propuesta organizativa para aumentar el valor agregado y fomentar el consumo de vainilla natural en México.

1.4 JUSTIFICACIÓN.

La importancia de la presente investigación radica en que los trabajos existentes no han abordado con detalle los mecanismos de inserción de los productores en las estructuras organizativas locales y regionales, y no existe suficiente información acerca de la potencialidad de gestión interna y externa de las representaciones sociales con las instancias gubernamentales que validen su poder de negociación en la definición de políticas públicas orientadas al desarrollo de la actividad vainillera.

Queda claro que la cadena de distribución de la vainilla es muy amplia, lo que dificulta la realización de procesos de comercialización más equitativos y menos lacerantes para la economía de los campesinos. Por lo tanto, se trata de aportar nuevos conocimientos para desglosar la relación de los acaparadores con los productores, para entender las estrategias generadas por los mismos productores que buscan facilitar el acceso de los consumidores a los productos elaborados a base de la vainilla natural.

El compromiso de este estudio se ubica en analizar la crisis de la actividad vainillera en el Totonacapan. Esta crisis se manifiesta porque la gente más joven se ha distanciado de sus localidades, en busca de otras fuentes de empleo en lugar de aprovechar las riquezas que le ofrece su propio ambiente productivo.

Se espera que los resultados de este trabajo, viertan una información necesaria para los técnicos y estudiosos del campo, y proporcione un panorama lo más completo posible del estado que guardan las organizaciones sociales y los desafíos que enfrentan para la comercialización de la vainilla, considerando una realidad que se dibuja muy sombría, por el 1.5 % que aporta nuestro país al mercado mundial.

En el escenario regional, se identifican cultivadores que persisten en conservar esta larga tradición y lejos de claudicar, se empeñan continuar invirtiendo grandes esfuerzos en pequeños espacios de terreno, preparando insumos orgánicos, enfrentando efectos climáticos cada vez más impredecibles que ocasionan frecuentes mermas en la cosecha. Nada es gratificante si finalmente vuelven al camino del despojo, al entregar su producción a los clásicos acaparadores. Este es el fenómeno que motiva la investigación. Se pretende aportar datos que abonen la necesaria reflexión de los actores campesinos que se han resistido a abandonar la tradición que los ha identificado a lo largo de varias generaciones como auténticos vainilleros.

En la región de Papantla no existe una, sino muchas organizaciones vainilleras, unas con más años de existencia que otras, pero que reclaman su espacio de gestión, tales como: el Consejo Estatal de Productores de Vainilla Veracruzanos A.C, la cual vino a sustituir al COVERVAINILLA. Esta organización forma parte del Consejo Nacional de Productores Vainilleros A.C.

También se encuentra la Asociación Nacional de Productores de Vainilla, la Federación Veracruzana de la Vainilla FEVER VAINILLA S.C. R.L. C.V y la más importante para esta investigación, que es la Unión Regional de Vainilleros de Papantla de los productores del Ejido Primero de Mayo, Papantla, Ver.

1.5 HIPÓTESIS.

De acuerdo a los objetivos que se pretenden alcanzar, se plantea la siguiente hipótesis:

- El principal obstáculo que enfrentan los productores de vainilla en la Región del Totonacapan es la comercialización, en este rubro intervienen factores internos y externos. Entre los internos están la desorganización y el desconocimiento de los productores acerca del procesamiento que requiere la vainilla en campo para darle un mayor valor agregado. Entre los factores externos se identifica el acaparamiento que ocurre por parte de los beneficiadores, quienes realizan la comercialización hacia los mercados internacionales.

1.6 METODOLOGÍA.

Para la investigación se utilizó una metodología mixta entre un enfoque cuantitativo y cualitativo; con lo cual se permite un acercamiento a los hechos que conducen a la interpretación de los mismos. Con la finalidad de complementar la investigación, ya que cada uno de los enfoques tiene la función de conocer, analizar y comprender la problemática de cada uno de los eventos que comprende esta investigación.

Es importante conocer el proceso de organización y comercialización, por lo que a través de la conjunción de estos dos ámbitos, se pretende elaborar una aportación que el tiempo definirá su viabilidad, dentro de otras opciones posibles para la subsistencia de los productores en esta realidad cambiante. La razón por la que se emplea una metodología cualitativa es por el interés en saber ¿cómo? y ¿por qué? ocurre el problema a investigar.

La recolección de estos datos sólo es posible en la medida en que los participantes expresan su conocimiento en cuanto al tema de estudio. Durante el proceso cualitativo se realizan varias fases: muestra, recolección y su posterior análisis. Todas son realizadas de manera simultánea. Para ello, se situó el área de estudio, que en este caso es la región del Totonacapan; lugar donde se encuentra concentrado el mayor número de productores, centros de beneficiado y organizaciones vainilleras a nivel nacional y estatal.

Tras la exploración, se buscó llegar a las razones por las cuales ocurre el problema de comercialización de vainilla a nivel nacional y regional. Una de las finalidades de utilizar esta metodología es adentrarse en los hechos, procesos y las características que presentan tanto los eslabones de comercialización como de las organizaciones vainilleras; además de conocer cuál es su función y la forma en que se enfrentan ante los constantes retos que se les presentan.

Con base en el conjunto de información recabada, tanto en trabajo de campo como a partir de varias fuentes consultadas, tenemos una mayor comprensión de lo que está ocurriendo dentro de la región vainillera a partir del propio sentir de los actores involucrados, en específico de los productores de vainilla. Paralelamente, se empleó una metodología cuantitativa la cual vendrá a reforzar y darle un sustento a la investigación; para ello se analizó documentación durante diferentes momentos de la investigación; y tras lo recabado en campo se hizo un análisis de costos, así como la obtención de cantidades y estadísticas que muestran si la producción de vainilla sigue siendo costeable.

Para el desarrollo de la investigación se emplearon las siguientes herramientas: revisión de literatura, archivos y fuentes hemerográficas; para la recolección de datos durante el trabajo de campo se realizaron entrevistas tanto estructuradas como semi-estructuradas a los diferentes actores clave, es decir, productores, líderes de las diferentes organizaciones vainilleras, encargados de los centros de beneficiado de la región y representantes de los eslabones de la cadena productiva como artesanos e industrializadores.

Esta investigación se caracteriza por acercarse a la cotidianeidad de los productores, a partir de la reconstrucción e interpretación de los puntos de vista de los propios actores, quienes por su reconocimiento y experiencia han hecho posible la recopilación y análisis de la realidad tal cual la han vivido.

Los informantes claves a los que se acudió durante las diferentes etapas del trabajo de campo se eligieron debido a que contaban con las siguientes condiciones: conocimiento y experiencia sobre cada una de las fases productivas de la vainilla. Han sobresalido por su trabajo en diferentes áreas, ya sea en la producción, beneficiado o la comercialización; por lo cual su testimonio es sin duda parte de toda una vida dedicada a trabajar la vainilla.

Además de los informantes claves, se realizaron algunas historias de vida principalmente de los productores, con la idea de conocer el proceso al que se enfrentan al momento de comercializar su producción, por lo que la información recabada al respecto es igual de sustancial que aquella que pudiera aportar la documentación consultada. Se implementó la observación participante, de la cual se desprendieron una serie de resultados a partir de la relación existente entre los diferentes eslabones de la cadena productiva; tales hechos apuntaron principalmente al reconocimiento de las deficiencias y las limitaciones que existen para el pleno desarrollo de cada uno de los involucrados dentro del proceso productivo de la vainilla.

Se empleó el diálogo semi-estructurado tanto con productores, organizaciones, beneficiadores y demás eslabones para conocer tanto la manera en que se desempeñan en sus respectivas áreas como la forma en la que se desarrollan, y las principales dificultades a las que se enfrentan. Pero lo más sobresaliente de todo ello es la manera en que se interrelacionan, y aunque cada eslabón tiene ciertas funciones y se complementan, pareciera que se han olvidado o no han podido llegar al punto de dejar a un lado diferencias y buscar conciliaciones que les permitan un mayor desarrollo, y así, reactivar el comercio de vainilla.

Por todo lo anterior y para tener un mejor panorama en cuanto al conocimiento que se puede derivar a partir de la relación existente entre los productores como tal y las organizaciones dentro del proceso de comercialización. Para aterrizar el trabajo de campo se realizó un estudio de caso con la finalidad de analizar profundamente la relación entre productores, organizaciones y comercialización. Tal estudio se efectuó en la Asociación Agrícola Local de Productores de Vainilla dentro de su propio contexto en el Ejido 1° de Mayo; la razón por la que se trabajó con esta asociación en particular como un ejemplo para el estudio de caso, a diferencia de otras organizaciones que se ubican dentro de la misma región, se debió a que dicha asociación conjunta el aspecto organizativo y el de la comercialización.

En consecuencia, este hecho ha permitido que los productores por medio de la organización se desarrollen no sólo dentro del sector productivo, también han incursionado dentro del proceso de beneficiado, lo que les ha permitido estar cada vez más cerca de una comercialización más directa a diferencia de otros productores u organizaciones dedicadas a este rubro. La línea de investigación se enfoca principalmente en la exploración y comprensión aunque también se le dio cierto valor a los resultados que pudieran arrojar la explicación de algún hecho dentro del sujeto de estudio. La finalidad de utilizar esta herramienta dentro de la investigación se debe a que posee ciertas características cualitativas, por lo que su principal propósito se basa en comprender e interpretar de un modo general los sucesos que se desarrollan dentro de la organización desde la propia perspectiva de los productores.

A partir de esta herramienta se puede comprender la forma en que los productores interactúan entre si y la manera colectiva, es decir, cuando se relacionan con otras organizaciones tanto a nivel regional como nacional. A manera de resumen se puede destacar que la finalidad de este estudio de caso es: conocer la forma en que interactúan cada una de las partes de un sistema, en este caso los productores; conocer cuál es su función dentro de la asociación; el rol que desempeñan como asociados; las cualidades que los han

posicionado como punta de lanza para otros productores hasta el presente. Basándose en las características de esta asociación, este análisis de caso pudiera ser visto como una guía para los demás productores u organizaciones para aprender de sus éxitos y fracasos. Con esto no se quiere decir que todas las organizaciones sean iguales o que todas presenten las mismas características, pero tampoco significa que puedan estar exentas de pasar por rasgos muy similares.

A partir de este caso y tras lograr la comprensión de cómo está estructurada la asociación, los procesos que cada una de sus integrantes desarrolla de manera individual así como la función que como asociación desempeñan tanto dentro del ejido como fuera de él. Aunque este tipo de estudio no puede ser aplicado de manera genérica en las demás organizaciones, es de utilidad ya que aunque cada organización es diferente suelen presentar cierta correlación entre las causas y efectos, tanto de sus problemáticas como de sus aciertos.

De esta manera se permite a través del ensayo y error obtener un aprendizaje tanto para los productores de la misma asociación como para las demás organizaciones. Por ello, este tipo de herramienta es muy utilizada en investigaciones en torno a las organizaciones; por un lado se debe a su propósito tanto exploratorio como descriptivo y explicativo y por el otro debido a la función que tiene al contribuir de manera positiva en cuanto a la construcción y desarrollo de otros modelos de organización para los productores.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ORGANIZACIÓN.

"Dentro de la desprotección, aislamiento y abandono que caracteriza a la mayoría de los campesinos mexicanos, la única alternativa que tienen es la de organizarse"³. De esta afirmación surge una interrogante, quizá la más importante para la presente investigación: ¿Qué es la organización?

Antes de abordar lo que representa la organización es importante destacar los elementos que la hacen posible, estos son: la integración y la cooperación.

Ambos aspectos son fundamentales, por lo que es importante analizarlos detenidamente. Por integración se entiende la reunión de los elementos o de las partes dispersas de un todo, de manera que se da un uso óptimo de los recursos naturales y económicos. Mediante la integración, se acopian los recursos materiales para darle integridad a un todo. La cooperación es parte de la división social del trabajo que se da en un proceso productivo en donde se advierte la colaboración de personas y grupos diferentes que actúan de manera ordenada y planificada. La cooperación se desarrolla a medida que avanza el grado de organización.

Las organizaciones nacen a través de la historia, desde el momento en que se manifiesta la división de tareas entre cada uno de los miembros de la sociedad, pero que al trabajar de manera conjunta se establecen objetivos comunes. Las fuentes que existen al respecto manifiestan que "los campesinos se organizaron impulsados por el gobierno de Lázaro Cárdenas en los últimos años de la década de los treinta"⁴. Por lo que esta experiencia en cuanto a organización ha sido la pauta para diversas organizaciones en todo el país.

³ Castaños Carlos Manuel, 1987. Organización Campesina: La estrategia truncada..., Futura, p.55

⁴ Gómez González Gerardo, 1981. Organización campesina y lucha de clases. UACH, México. p.26

La organización campesina se puede definir como "el proceso en el que por medio de la participación de los campesinos, el consenso de sus ideas y necesidades, se logra un cambio de actitud que da por consecuencia el logro de un propósito que genera bienestar"⁵. La organización surge en respuesta a la mayoría de los problemas de los campesinos al "buscar la satisfacción de sus necesidades de alimentación, habitación y vestido para ellos y sus familias. Sólo al estar organizados los campesinos podrán obtener con mayor rapidez la satisfacción de sus necesidades y la solución de sus problemas".⁶

2.1.2 CARACTERÍSTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

El concepto de organización, de manera general, tiene tres características:

- "Todas las organizaciones son formaciones sociales de totalidades articuladas con un círculo precisable de miembros y una diferenciación interna de funciones.
- Están orientadas de manera consciente hacia fines y objetivos específicos.

Están configuradas racionalmente para cumplir con los fines y objetivos previstos"⁷.

2.1.3 CLASIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN: FORMALES Y NATURALES.

Las organizaciones se pueden clasificar en dos tipos: "Las llamadas organizaciones formales, que son aquellas que se integran en base a disposiciones legales, y las naturales, que son el producto de tradiciones o cultura campesina, que nacen de las necesidades de la gente".⁸

⁵ Castaños Carlos Manuel, 1987. Organización Campesina: La estrategia trunca... Futura, México. p. 55

⁶ Gómez González Gerardo, 1981. Organización campesina y lucha de clases. UACH, México. p. 13

⁷ De la Tejera Hernández Beatriz, 1996. Movimientos agrarios en el estado de Michoacán. UACH, México. p. 35

⁸ Castaños Carlos Manuel, 1987. Organización Campesina: La estrategia trunca... Futura, p. 55

Ambos tipos de organización se diferencian de la siguiente manera; la organización de tipo formal es creada para satisfacer a alguna instancia gubernamental, con esto el gobierno adquiere cierto control sobre los campesinos que integran dichas organizaciones.

Por lo general "este tipo de organización es promovida por diferentes gobiernos, tanto federal como estatal, a través de las diversas dependencias; otro sector que promueve esta forma de organizarse es la iniciativa privada. La participación de estas instituciones en el medio rural se debe al interés de importantes empresas capitalistas por controlar de cerca a las organizaciones campesinas. El ultimo tipo de organización formal es la que se realiza por medio de los partidos políticos; la finalidad de esta participación dentro de las organizaciones campesinas no se da con el propósito de ayudar y solucionar los problemas que afectan a los campesinos, por el contrario el único fin es crear una base social"⁹.

A diferencia de la organización formal, las organizaciones naturales nacen de las verdaderas necesidades de la gente sin la intervención de ningún otro agente que no sean los propios campesinos, a este tipo de organizaciones se le conoce como "organizaciones autogestivas", debido a que se crean en respuesta a los diversos problemas por los que atraviesan los campesinos, este hecho funge como motivación para que los campesinos se integren y salgan adelante por sus propios medios.

Aunque estas organizaciones surgen con la idea de resolver sus problemas de manera autónoma, en la mayoría de los casos necesitan de la orientación de algunas organizaciones con más experiencia y más años de lucha, esta acción enriquece a ambas organizaciones ya que siempre es bueno intercambiar puntos de vista.

⁹Gómez González Gerardo, 1981. Organización campesina y lucha de clases. UACH, México.p.22-24.

2.1.4 PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA ORGANIZACIÓN.

Bajo objetivos en común es como se hace posible la vida misma de las organizaciones naturales; para poder alcanzar los objetivos que se llegue a fijar la organización, se necesita del esfuerzo y las actividades coordinadas por los integrantes. Estas actividades, que con el tiempo se han convertido en base para el óptimo desenvolvimiento de la organización, se clasifican en siete aspectos también conocidos como principios básicos de la organización campesina, estos son:

1. Identidad de clase entre los miembros de la organización: Esta característica entre las organizaciones es principalmente para que exista una mayor coincidencia de intereses entre los integrantes de una organización, es necesario que se seleccionen considerando la clase social a la que pertenecen, lo que equivale a decir que no se deben integrar personas con intereses distintos y contrarios.
2. Participación libre y voluntaria: Tiene como finalidad que el trabajo se desarrolle sin presiones para que sea de un alto nivel y rendimiento, gracias a la disposición y amplia colaboración de los participantes.
3. Libertad y autonomía: Es un principio de los más importantes en el desarrollo de la organización, la participación amplia y consciente de la mayoría de sus miembros, sin imposiciones de grupos o de individuos, hace posible una mayor comprensión de los objetivos fijados.
4. Distribución de utilidades y trabajo: El provecho mutuo de acuerdo con la aportación de cada miembro, sea en capital o trabajo, permite una homogeneidad en el grupo; frena el proceso de enriquecimiento de unos pocos y el empobrecimiento de muchos. Si existe provecho para todos disminuyen los problemas.
5. Gradualidad en los pasos de la organización: El desarrollo de la organización campesina se da en un proceso en el que la organización va pasando de sus formas más simples de integración y cooperación a un nivel más complejo. Este proceso gradual parte de la situación concreta de los

campesinos agrupados, en su educación, recursos productivos y nivel de comprensión de la organización. La gradualidad ayuda a la consolidación.

6. Educación y Capacitación: Para lograr que la organización pueda desarrollarse de manera integral a un mayor nivel, se hace indispensable la preparación y capacitación campesina de tipo tecnológico, administrativo y sociocultural.

7. Apoyo político con otros grupos u organizaciones campesinas: El apoyo político y económico puede proporcionarlo el Estado, pero el más importante es el que se establece entre diferentes grupos o asociaciones de campesinos independientes".¹⁰

2.1.5 ETAPAS POR LAS QUE ATRAVIESAN LAS ORGANIZACIONES.

Las organizaciones son fundamentales para la vida en sociedad tanto para la realización de actividades sencillas como para aquellas más complejas. Para lograr que la organización realice con éxito la obtención de sus objetivos necesitan cubrir ciertas etapas, la diferencia entre una etapa y otra depende en gran medida de la disposición y entrega de los integrantes de la organización. Las etapas son tres y todas las organizaciones o las más reconocidas deben de abarcar estas etapas:

- Formación
- Consolidación
- Crecimiento

Tanto la formación como la consolidación "tienen características comunes para los grupos que se inician; en ambos casos suelen presentarse varios elementos como: motivación, autogestión, participación y por ultimo todos estos elementos en conjunto darán como resultado el tan esperado éxito de la organización.

¹⁰Gómez González Gerardo, 1981. Organización campesina y lucha de clases. UACH, México.p.38-39.

La tercera etapa, la de crecimiento, es cuando las organizaciones manifestarán la forma en la que se desarrollarán"¹¹.

2.1.6 LA ORGANIZACIÓN DE PRODUCTORES.

En México existen diferentes tipos de organizaciones; pero para la presente investigación, se optó por la importancia que representa la organización de productores. Este tipo de organización, surge a partir de la necesidad de los mismos por mejorar e incrementar la producción mediante el uso responsable de sus recursos, esto bajo la conservación de cultivos tradicionales en conjunción con el manejo de tecnologías apropiadas para acrecentar los ingresos del productor. De manera más detallada esta organización surge en el momento en que " los productores emprenden actividades, con ámbito de acción tanto en el proceso productivo como en el proceso de distribución a través de la combinación de factores de producción como: tierra, trabajo y capital."¹²

A través de estas organizaciones, los productores se han unido para solicitar créditos a las distintas dependencias del gobierno, comprar insumos a menor precio, defender y regular la comercialización de sus productos en busca de precios más justos y, en la medida en que se desenvuelva la organización de productores, es la manera en que pueden avanzar hacia sus objetivos o retroceder.

¹¹ Castaños Carlos Manuel, 1987. Organización Campesina: La estrategia truncada... Futura, p.55

¹² De la Tejera Hernández Beatriz, 1996. Movimientos agrarios en el estado de Michoacán. UACH, México. p. 44.

2.1.6.1 MANIFESTACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES: NUCLEARES Y POLINUCLEARES.

Las organizaciones de productores agropecuarios en México se manifiestan de la siguiente manera:

- a) Las organizaciones nucleares o de primer nivel, que por su grado de producción tiene gran importancia a nivel regional.
- b) Las organizaciones de segundo nivel o polinucleares, agrupan a una o más organizaciones nucleares.

Ambas clasificaciones, aunque con diferencias en cuanto a la magnitud de sus integrantes tienen grandes similitudes. A simple vista podemos ver que las organizaciones polinucleares dependen de las organizaciones nucleares, debido a que sin su presencia no podrían subsistir, estas organizaciones se necesitan ya sea para lograr una mayor presencia como organizaciones o para acceder a los programas del gobierno, la realidad es que unidas son más fuertes que separadas.

2.1.7 PRODUCTORES ESPECIALIZADOS.

Bajo el nombre de productores especializados "se ha agrupado a las organizaciones ejidales que se especializan tanto en el cultivo, la comercialización o la industrialización de un producto en particular"¹³. Por lo general este tipo de organización es vista desde el aspecto económico ya que los productores buscan especializarse en cultivos con un alto valor comercial. Esto ha ocasionado que para muchos autores el origen de los productores especializados sean "los agricultores prósperos, caciques regionales y productores que poseían tierras localizadas en mejores condiciones, se agruparon en torno al *agrobusiness*"¹⁴.

¹³ Rello Fernando, 1990. Las Organizaciones de Productores Rurales en México. UNAM, México. p. 24.

¹⁴ De la Tejera Hernández Beatriz, 1996 .Movimientos agrarios en el estado de Michoacán. UACH, México. p. 62.

Bajo este tipo de organización se encuentran los cañeros, cafetaleros y otros más que al organizarse tienen como finalidad desarrollar la producción y comercialización de un determinado producto. Con la especialización de un cultivo, los productores podrán lograr mayores posibilidades de comercialización. Al estar constituidos como una organización, los productores representan una red de relaciones entre personas y grupos con diverso peso e interés que interactúan entre sí buscando un fin común, que en este caso es la comercialización de sus productos. Esta es su principal función.

Las organizaciones de productores especializados son el resultado de un grupo de productores que "por lo reducido de su producción, al unificarse obtienen mejores posibilidades de negociación."¹⁵ El hecho de que se integren como organización no significa que de la noche a la mañana se lleguen a solucionar todos los problemas que se les presenten. Poco a poco podrán lograrlo a través de la interacción organizacional para la construcción de una red de relaciones que demanda la no interferencia externa y la autonomía de sus integrantes.

2.1.8 DIFICULTADES QUE SE PRESENTAN EN LA ORGANIZACIÓN: INTERNAS Y EXTERNAS.

Las organizaciones sin distinción alguna se enfrentan a varias dificultades que de cierta manera van limitando su desarrollo. Estas limitantes se dividen de la siguiente manera: internas y externas. De manera interna, los problemas se presentan al momento en que los miembros pierden justamente el llamado "sentido de pertenencia" hacia la organización y dejan de trabajar de manera conjunta, esto llega a repercutir en el cambio de prioridades de los integrantes de la organización y lo que en un principio significaba la lucha por unos objetivos en común se convierte en una lucha individual en busca de bienestar personal.

¹⁵ Rello Fernando, 1990. Las Organizaciones de Productores Rurales en México. UNAM, México .p. 156.

Como resultado, los enemigos internos al encontrarse dentro de las mismas organizaciones se convierten en el enemigo más poderoso, provocando un debilitamiento en el desarrollo de la organización, lo cual puede provocar su desintegración. Los factores externos buscan desintegrar y eliminar a la organización: "los usureros, acaparadores, intermediarios, caciques y especuladores; que se convierten en un obstáculo para el desarrollo local y para la emancipación económica de los trabajadores del campo."¹⁶ Existe un enemigo más poderoso que los caciques y en repetidas ocasiones es nombrado por los campesinos organizados: "el Estado, quien a pesar del tiempo y de las insuficiencias e ineficiencias de sus programas genera una represión."¹⁷ Hasta cierto punto es lógico que este tipo de organizaciones tenga enemigos en la medida en que sus intereses interfieran con los intereses de alguien más. Por ello la importancia de la autonomía de los integrantes de las organizaciones de actuar conforme a sus objetivos comunes, sin injerencias externas, para que su trabajo no se vea afectado y a la vez se desarrolle satisfactoriamente.

2.2 COMERCIALIZACIÓN.

Al abordar el tema de la comercialización de productos agropecuarios, se analiza el papel que desempeñan los agricultores en sus actividades productivas, dentro de las cuales se les puede considerar como vendedores que determinan la cantidad de producto a vender. La comercialización se inicia a partir de la cosecha, y se define como "una actividad sumamente importante, pues de ella depende que los consumidores cuenten oportunamente y a precios razonables con los artículos necesarios para su alimentación, además de los beneficios que obtiene el productor con un pago por sus productos agrícolas y

¹⁶ Herrera Rojas, Juan José, 2010. Apuntes del curso Teoría de la Organización: Cooperativismo y Economía Solidaria en México. SR-UACH, México.

¹⁷ Rello Fernando, 1990. Las Organizaciones de Productores Rurales en México. UNAM, México p. 204.

pecuarios."¹⁸ La necesidad que existe por la compra y venta de determinados productos, así como los procesos para que se lleven a cabo satisfactoriamente, hacen posible la comercialización de bienes y servicios entre el productor y consumidor. Dicho proceso se orienta principalmente al consumidor al tiempo en que se busca proporcionar un beneficio al agricultor, por lo cual se requiere que los implicados en la cadena de comercialización comprendan las necesidades de los compradores. Con esto se puede decir que "el mercado es el mecanismo que ejerce presión y control externo a las decisiones e intereses de los productores."¹⁹

2.2.1 OFERTA-DEMANDA.

Para la comprensión del presente trabajo se necesita familiarizarse con la terminología y conceptos básicos abordados en la investigación; existen dos elementos involucrados durante la compra-venta de productos agropecuarios:

- Oferta
- Demanda

La oferta "es la cantidad de producto que los productores pueden y están dispuestos a vender al mercado. Los productores a través de la venta (oferta) hacen posibles los productos. La demanda es la cantidad de producto que los consumidores intentan adquirir en el mercado. Los consumidores mediante la compra generan la "demanda" de los productos agropecuarios."²⁰

¹⁸ Peña Garza, Juan Manuel, 1982. Comercialización de Productores agropecuarios. Instituto Nacional de Capacitación del Sector Agropecuario, A.C. México. p. 2.

¹⁹ Astorga Enrique, 1978. Organización, Lucha y Dependencia Económica. CIDER, México. p. 109.

²⁰ Peña Garza, Juan Manuel, 1982. Comercialización de Productores agropecuarios. Instituto Nacional de Capacitación del Sector Agropecuario, A.C. México. p. 4.

2.2.2 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN.

El proceso de comercialización atraviesa por las siguientes etapas:

- Compra
- Producción
- Venta

Compra: "es la adquisición de semillas, fertilizantes, abonos, insecticidas, herbicidas; herramientas y/o alquiler de servicios, cuotas y todo lo que sea necesario.

Producción: consiste en utilizar adecuadamente las tierras y todos los elementos adquiridos en la compra (semillas, fertilizantes, abonos, herramientas, etc.) para obtener productos tales como maíz, frutas, legumbres y otros, de acuerdo a lo que se dediquen los productores.

Venta: es la salida del producto agrícola o pecuario producido con fines para el comercio."²¹

2.2.3 TIPOS DE CONSUMIDORES.

Todos, sin excepción alguna, hemos ocupado el lugar de consumidores, por ello es necesario hacer una clasificación de los tipos de consumidores que existen y que hacen posible la comercialización; estos son:

- Personas Físicas
- Personas Morales
- Compradores

"Los consumidores que compran de forma directa, de persona a persona, se les llama "personas físicas"; ya que compran, consumen y/o utilizan los productos agropecuarios.

Cuando el consumidor es una empresa o compañía se le llama "persona moral".

²¹ CONACOOOP, 1981. Curso básico de comercialización para Cooperativas Agropecuarias. Confederación Nacional Cooperativa de la República Mexicana. México. p.24.

Quien compra el producto, pero no lo consume o utiliza, recibe el nombre de "comprador". Los compradores generalmente son los intermediarios o comerciantes que compran para vender. " ²²

2.2.4 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.

Los canales de comercialización "se definen como la cadena que une al productor con el consumidor y se le llama también canal de distribución"²³. Este enlace entre productor-consumidor, se da a través de "conductos o medios propios o independientes que una unidad productora selecciona para llevar sus productos al consumidor en la forma más eficiente". ²⁴ Como hemos visto, la comercialización atraviesa por una gran cantidad de actividades hasta llevar el producto hacia su meta: "el consumidor". La comercialización se puede efectuar de las siguientes maneras:

- Directa: productor-consumidor
- Indirecta: productor-intermediario-consumidor
- Intermedio: productor-mayorista-minorista

Directa: "Cuando el productor tiene una relación directa con el consumidor, o cuando establece tiendas con sus propios medios para llegar al consumidor."²⁵ Este tipo de canal de comercialización es adecuado para pequeñas y medianas empresas que se encuentran ubicadas y trabajan dentro de una ciudad que se puede cubrir con medios propios.

Las ventajas que ofrece una comercialización directa son que "los productos se venden a mejor precio ya que el productor es el que fija el precio por su producción a diferencia de los otros tipos de comercialización".

²² CONACOOOP, 1981. Curso básico de comercialización para Cooperativas Agropecuarias. Confederación Nacional Cooperativa de la República Mexicana. México. p.25.

²³ Peña Garza, Juan Manuel, 1982. Comercialización de Productores agropecuarios. Instituto Nacional de Capacitación del Sector Agropecuario, A.C. México. p. 11.

²⁴ CONACOOOP, 1981. Curso básico de comercialización para Cooperativas Agropecuarias. Confederación Nacional Cooperativa de la República Mexicana. México. p.80.

²⁵ CONACOOOP, 1981. Curso básico de comercialización para Cooperativas Agropecuarias. Confederación Nacional Cooperativa de la República Mexicana. México. p.85.

Por lo tanto, las ganancias que el productor llega a recibir por la venta hacen que sea posible mantener e incluso hasta duplicar su producción. A partir de ello todas las demás ventajas se presentan por añadidura desde el adquirir equipo para mejorar las técnicas de cultivo, hasta ser beneficiados con la riqueza que él mismo produce.

Indirecta: "Para que a un canal de distribución se le considere indirecto se necesita que existan varios agentes entre el productor y el consumidor final."²⁶ El comercializar por medio de intermediarios puede traer tanto ventajas como desventajas, dependiendo del tipo de productor que realice la venta y la cantidad de producto a vender; un productor con poca producción no resulta costeable, ya que no le retribuye ni el esfuerzo ni el tiempo invertido de tal manera que únicamente cobra por su labor. Pero si el productor cuenta con grandes cantidades de producto, este tipo de canal le facilita la oportunidad de dar a conocer su producto en más regiones.

Dentro del canal indirecto se pueden distinguir dos clasificaciones: el canal corto y el canal largo. Al tratarse de un canal corto, la cadena de comercialización sólo pasa por dos niveles antes de llegar al consumidor final; estos niveles son entre productor e intermediario. Por lo general, los canales de distribución cortos disminuyen el costo de los productos para el consumidor final. En el canal largo intervienen más intermediarios como: mayoristas, distribuidores, revendedores y minoristas; todos estos agentes provocan que se encarezca el producto ya que al pasar por cada uno de los intermediarios debe de existir un margen de ganancia para cada uno de ellos, por lo que en consecuencia el consumidor final resulta afectado al adquirir el producto a mayor costo.

²⁶ CONACOOOP, 1981. Curso básico de comercialización para Cooperativas Agropecuarias. Confederación Nacional Cooperativa de la República Mexicana. México. p.86.

Intermedio: "Este tipo de comercialización se realiza a través de la compra de ciertos productos o artículos al productor para ponerlos a la venta a los consumidores, ya sea que se someta el producto a algún proceso o no."²⁷ Este tipo de comercialización en ocasiones es viable ya que la manera directa no resulta costeable para algunos de los productores debido a la carencia de servicios como el transporte, almacenamiento y mano de obra.

En la comercialización indirecta surgen dos clasificaciones más: mayorista y minorista. El comercio mayorista por lo general adquiere grandes cantidades de producción a manos del mismo productor para después vender a los detallistas o a otros mayoristas o fabricantes, esa es una de sus principales características, ya que sólo es un intermediario más pero nunca está tan cerca de un consumidor o usuario final. Al ser de tipo minorista se está más cerca del consumidor final por lo que se le considera como el último eslabón dentro de la cadena de distribución, por lo tanto se está más en contacto con el mercado donde se ofertan los productos.

Aunque los canales de distribución son diversos también existe la posibilidad de utilizar más de uno al combinarlos y ajustarlos de acuerdo con las necesidades de los productores; por lo tanto la decisión del productor al momento de comercializar "va a depender en mucho del volumen de producción que tenga y que quiera vender; así como de los canales que le resulten más rentables."²⁸ Para un productor con menor número de producción le resulta mejor vender dentro de un canal directo ya que la ganancia que genera llega directamente a él, a la vez que estaría más en contacto con el consumidor al efectuar la venta dentro de un mercado local; mientras que un productor con grandes volúmenes de producción puede comercializar en los mercados locales con mayoristas de la zona.

²⁷ CONACCOOP, 1981. Curso básico de comercialización para Cooperativas Agropecuarias. Confederación Nacional Cooperativa de la República Mexicana. México. p.87.

²⁸ CONACCOOP, 1981. Curso básico de comercialización para Cooperativas Agropecuarias. Confederación Nacional Cooperativa de la República Mexicana. México. p.87, 88.

2.2.5 AGENTES QUE INTERVIENEN DURANTE LA COMERCIALIZACIÓN.

Para llegar a estos diferentes canales de comercialización, se pasa por varios niveles. El lugar de producción, la transformación de los productos agrícolas y el consumidor final, por lo cual es necesaria la intervención de varios agentes que lo hacen posible, siéndolos que a continuación se indican:

Productor agropecuario: "Produce bienes de consumo vegetales o animales.

Fabricante: Trabaja con productos agropecuarios, la gran mayoría son materias primas para la producción de alimentos. Puede llegar a comprar gran cantidad de mercancías y en algunos casos, fijar los precios en el mercado.

Coyote: (Intermediario) Se aplica este nombre a quien cuenta con un poco de dinero y camión, compra cosechas al productor a bajo precio y las vende al mercado a precios más elevados enriqueciéndose con rapidez.

Acaparador: Compra productos agropecuarios directamente a los agricultores y forma lotes de venta. Las pequeñas cantidades obtenidas se clasifican según ciertas normas de calidad las cuales concentra en grandes cantidades para su traslado a los centros de transformación y consumo.

Agente: No es dueño de los productos o del dinero que maneja, sólo representa a sus clientes. Desempeña el papel de informador en las operaciones de compra y venta.

Consumidor: Adquiere productos para su uso personal".²⁹

²⁹ CONACOOOP, 1981. Curso básico de comercialización para Cooperativas Agropecuarias. Confederación Nacional Cooperativa de la República Mexicana. México. p.80-82.

2.2.6 ESPACIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN.

Para que se realice todo el proceso de compra y venta, se necesita de espacios adecuados, por lo tanto los mercados son un importante eslabón dentro de la comercialización al ser el "lugar donde un grupo de personas, comerciantes, pequeños productores y consumidores, se reúnen para comprar o vender sus productos"³⁰.

Los mercados se clasifican de varias maneras de acuerdo al área geográfica:

- Locales
- Regionales
- Nacionales
- Globales o Internacionales

Mercado de acopio: este tipo de mercado con regularidad "se presenta en la localidad más cercana a la comunidad donde se producen las cosechas; hay precios más bajos por que no existen gastos de transporte ni de intermediarios, ya que los productores venden directamente.

Mercado local: Para este tipo de mercado el volumen de productos es mayor que en el anterior, y aunque ambos se encuentran dentro de la misma localidad en donde se producen los productos, los precios son más elevados que en el mercado de acopio debido a que se presentan gastos de transporte y la ganancia de los intermediarios".³¹

Mercado regional: "está representado por el lugar donde se concentran las cosechas de diferentes lugares de una región. Los productos que llegan a este mercado son comprados posteriormente con la finalidad de revenderlos en las áreas aledañas a este mercado.

³⁰ CONACOOOP, 1981. Curso básico de comercialización para Cooperativas Agropecuarias. Confederación Nacional Cooperativa de la República Mexicana. México. p.75.

³¹ CONACOOOP, 1981. Curso básico de comercialización para Cooperativas Agropecuarias. Confederación Nacional Cooperativa de la República Mexicana. México. p.75.

Mercado nacional: se refiere a la producción que se distribuye en todo el país de acuerdo con la demanda nacional.

Mercado internacional: es aquél que se realiza entre las naciones. En el caso mexicano, algunos productos que participan en el mercado mundial son: el algodón, el azúcar, el café". ³²

³² Peña Garza, Juan Manuel, 1982. Comercialización de Productores agropecuarios. Instituto Nacional de Capacitación del Sector Agropecuario, A.C. México. p. 11.

CAPITULO III

ORGANIZACIÓN DE PRODUCTORES DE VAINILLA DEL TOTONACAPAN

3.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LAS ORGANIZACIONES VAINILLERAS.

Las organizaciones vainilleras ya no son las mismas que se encontraban funcionando hace 80 años. Han sufrido innumerables transformaciones. Para esta investigación se indagó sobre las primeras organizaciones con el objetivo de delimitar, analizar e interpretar el proceso por el que se han transformado. Este aspecto permite ubicar la función que desempeñan las organizaciones como una alternativa para los productores en cuanto a los problemas de producción y comercialización que se les han presentado en los últimos tiempos.

Las organizaciones de productores de vainilla se encuentran ineludiblemente ligadas a los procesos sociales y a los cambios que se derivan de ellos; con esto me refiero tanto a las manifestaciones culturales, sociales y económicas que la conforman; así como a los aspectos políticos y del espacio territorial. A continuación se presentan algunos antecedentes que dieron lugar a las actuales organizaciones de productores de vainilla.

La historia de las organizaciones vainilleras comienza en el siglo XIX. Por mucho tiempo los habitantes de esta región, y en especial los indígenas totonacos, han sido parte del escenario de vainilla al grado de ser creadores del sistema productivo y de la fortaleza económica de la región. Los estudios previos que respaldan esta investigación ubican los años de 1873 y principios de 1893 como la etapa de transformación más importante de la producción vainillera, y al mismo tiempo define el momento de las primeras demandas de los indígenas, quienes en su mayoría realizaban todo el proceso agrícola de la producción de vainilla. Como se ha dicho, los mestizos y descendientes de europeos, eran quienes controlaban el comercio y efectuaban el proceso de beneficiado y exportación.

Es importante destacar que las ocupaciones, tanto para los productores como para los beneficiadores, sólo fueron una de las tantas diferencias que a partir de esa época se registraron. Considerando la constante dependencia desventajosa de los auténticos productores y ventajosa para los delincuentes, no tardaron en hacerse evidentes los robos de la vainilla en el campo, tomando en cuenta que en la época en la que nos situamos, la vainilla se posicionaba como la producción agrícola con más repunte en la región, registrando la cantidad de "166 mil 577 pesos para el año de 1873, de los cuales casi la totalidad correspondía al valor delpreciado aromático".³³

Debido al alto precio que registraba la vainilla, es importante considerar las irregularidades que se presentaban durante la temporada de cosecha y compra del producto. La gente que aún se dedica a la vainilla, como alguna vez lo hicieron sus abuelos y antecesores, relatan que, siguiendo las costumbres religiosas, el corte de vainilla lo realizaban el 12 de diciembre, día de la Virgen de Guadalupe, como una ofrenda hacia ella. Respecto a este hecho, existen otras versiones del que se deriva la codicia o temor al robo; aunque el corte prematuro impedía la maduración de la vainilla, era preferible hacerlo aunque con ello se violara la disposición oficial.

Ante tales hechos se desencadenaron una serie de eventos que originaron que los caminos se vieran frecuentados por bandidos que atacaban y mataban a los productores. Se cuenta que estas acciones ocasionaron que familias enteras desaparecieran. Los cultivos de vainilla cambiaban frecuentemente de dueño y mientras algunos se hacían de un capital mayor, los productores indígenas eran víctimas de más abusos y amenazas que se hicieron recurrentes con el tiempo. Estos aspectos llegaron a convertirse en limitantes para que la región se mantuviera como zona vainillera de larga duración.

³³Chávez Hita Naveda Adriana, 1990, Papantla Veracruz: imágenes de su historia. Turmex, México. p.31

Estos hechos repercutían en los intereses de los beneficiadores, puesto que les restaban producción para adquirir y, posteriormente, beneficiar y comercializar. No hubo un apoyo para los vainilleros, aun sabiendo que su fuente de ingresos dependía en gran medida de la producción de estos agentes. Era tan grande la ambición de los beneficiadores por acumular capital y poder, que los hizo insensibles a los problemas sociales del campo y del campesino, esta indiferencia en el mediano plazo derivó en una merma gradual en la producción.

El déficit de vainilla mexicana no alcanzó a cubrir la demanda del mercado internacional, pero la actitud neutral por parte de beneficiadores y autoridades provocó que otras regiones con altas posibilidades de producción, como las colonias francesas de Bourdon y Mauricio, comenzaran a abastecer la demanda de vainilla en Europa.

Los hechos ocurridos dan cuenta del gran abismo existente entre ambos grupos; productores con raíces indígenas y beneficiadores que aunque pertenecientes a la misma región, en su mayoría eran de descendencia italiana. Si bien este factor no demostraba un arraigo hacia las costumbres y valores del pueblo totonaco, permitía la existencia de una relación entre ambos, generada por el aspecto económico y bajo las limitantes propias de las relaciones de poder.

A pesar de la gran diferencia de épocas, es importante destacar que la relación de inconformidad de los productores hacia los beneficiadores aún permanece en la región. Retomando las acciones que antecedieron a la primera organización de vainilleros, daremos un giro hacia los años de 1920 y principios de 1925, en la época posrevolucionaria, donde a pesar de la desestabilización que vivía el país "la actividad vainillera ocupó en la economía del distrito papanteco un lugar preponderante, además de la derrama monetaria y el impulso del comercio".³⁴

³⁴Chávez Hita Naveda Adriana, 1990, Papantla Veracruz: imágenes de su historia. Turmex, México. p.22

Ello condujo a la creación de empleos temporales dentro de la región, para cubrir todas las actividades que hacen posible el proceso de beneficiado que mantenía con trabajo a la población sólo 7 meses al año, de octubre a abril aproximadamente.

3.1.1. Sindicato de Vainillero, 7 de enero de 1907.

La posrevolución no sólo causó efectos en la reanimación económica de la región, también generó un importante cambio al servir de estímulo para la creación de organizaciones sociales. No es gratuito que los años veinte sean considerados como una época de intensa organización sindical. A partir de ese momento, se inician una serie de pláticas entre algunos beneficiadores y trabajadores vainilleros con el fin de dar solución a los problemas que desde hacía tiempo los venían agobiando.

Fue así que "la noche del 5 de agosto de 1925 se constituyó el SINDICATO DE VAINILLEROS, 7 DE ENERO DE 1907. Estando presentes en la asamblea constitutiva, el Diputado Rodolfo Curti y Jesús G. Capitanichi inspector de trabajo"³⁵. Entre los registros que se tienen sobre la constitución de este sindicato destacan "la participación de cerca de 50 socios, representados por sus mismos compañeros a través de una directiva que se conformó de la siguiente manera; Julián Álvarez, Secretario general; Evaristo Castillo, Secretario de actas y Luis Segura, Secretario tesorero"³⁶. Más allá de estos datos, la información que se tiene respecto al sindicato de vainilleros es muy escasa.

Las fuentes consultadas no proporcionan datos sobre el significado del nombre o lo que representaba la imagen de una calavera blanca en su estandarte. Al parecer esta incógnita se ha ido quedando en el olvido, ya que a lo largo de varias investigaciones permanece sin respuesta.

³⁵ García Salas Luis, 1986, Cachiquin, Graphos, Xalapa, Veracruz, p. 64-65

³⁶ Op. Cit. p. 65

Entre la literatura revisada se encontró un dato que indica que hubo un sindicato que se originó en el Municipio de Gutiérrez Zamora y que antecedió al sindicato 7 de enero de 1907, este hecho lo ubica como el primero de su tipo; se buscaron datos en el Municipio que corroboraran dicha información, pero no hubo ninguna respuesta favorable, al parecer los documentos o actas al respecto se fueron extraviando a través de las diferentes administraciones de gobierno, o desapareciendo a causa de las inundaciones.

Si bien el sindicato 7 de enero de 1907 es un precedente de las actuales organizaciones vainilleras, la diferencia que existe entre ambas es significativa. De manera inmediata, este contraste se aprecia en los agentes que dieron paso a la consolidación del sindicato, ya que no fue creado precisamente en respuesta a las dificultades que enfrentaban los productores de vainilla, por el contrario, tal sindicato fue constituido por las diversas casas beneficiadoras de vainilla existentes en la región.

Los actores principales de este sindicato eran algunos de los trabajadores de los centros de beneficio, así como los dueños, poseedores de un gran capital agrupados en torno a intereses específicos y enfrentándose a quienes, según ellos, consideraban sus adversarios, en este caso los productores. De ahí que el sindicato se iniciara con el fin de favorecer a unos cuantos beneficiadores y a sus trabajadores, sin tomar en cuenta a los demás agentes involucrados dentro de la actividad vainillera, dejando completamente fuera de este proceso a los productores; quienes eran objeto de abusos, robos en sus plantaciones y fraudes por parte de los mismos beneficiadores al momento de la entrega de su producto. Esta acción antepone las necesidades de unos pocos y sobrepasa las dificultades de muchos. Ante tales circunstancias los más afectados eran los productores, debido a que se encontraban constantemente timados y asaltados; la razón es que no sabían o no lograban encontrar la manera de defenderse y luchar por sus propios intereses.

Los agentes involucrados en el proceso: producción, beneficiado y comercialización, son los principales protagonistas de toda una lucha en torno al sector vainillero. Lucha que hasta estos momentos se ha mantenido en tregua, ya que se ha tratado de dejar atrás esas disputas tanto por los recursos económicos como por el poder, aunque con algunas excepciones. Después de la desintegración del sindicato tuvieron que pasar muchos años para que se creara otra organización.

3.1.2. CONSEJO VERACRUZANO DE LA VAINILLA (COVER-VAINILLA).

El Consejo Veracruzano de la Vainilla mejor conocido como (Cover-vainilla) es el antecedente más cercano de las actuales organizaciones vainilleras; fundado el 27 de noviembre del año 2000 en la ciudad de Papantla. La razón por la que se designó al Municipio de Papantla como sede, se debe a que el Estado de Veracruz es el principal productor de vainilla a nivel nacional, aportando el 90% de la producción, seguido por los Estados de Puebla, Tabasco, Chiapas, San Luis Potosí, Oaxaca y Quintana Roo, quienes aportan el 10% restante.

Las características del suelo y el clima que posee el Estado de Veracruz, y en especial la región del "Totonacapan", son las más propicias para el cultivo de vainilla, además de ser Papantla el lugar donde se concentra el mayor número de plantaciones a nivel regional, y agrupa a los diferentes centros beneficiadores. Por todo lo anterior no es de extrañarse que a Papantla se le conozca como la "ciudad que perfuma al mundo".

El área de influencia que tenía el Cover-vainilla abarcaba un total de 24 municipios de la zona norte, centro y sur del Estado de Veracruz. Con esta base, el Cover-vainilla se desempeñó como un organismo público descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonios propios, mismos que eran otorgados por el Gobierno Estatal.

La presencia del Consejo surgió por el interés del Gobierno del Estado en propiciar el desarrollo de la actividad vainillera, por lo que integró a productores, beneficiadores y comercializadores de vainilla de todo el Estado, cosa que antes no se había hecho. La finalidad de este vínculo, era que ambos sectores conformaran una sola organización que se abocara en alcanzar un mismo objetivo, fomentar y mejorar el cultivo de la vainilla.

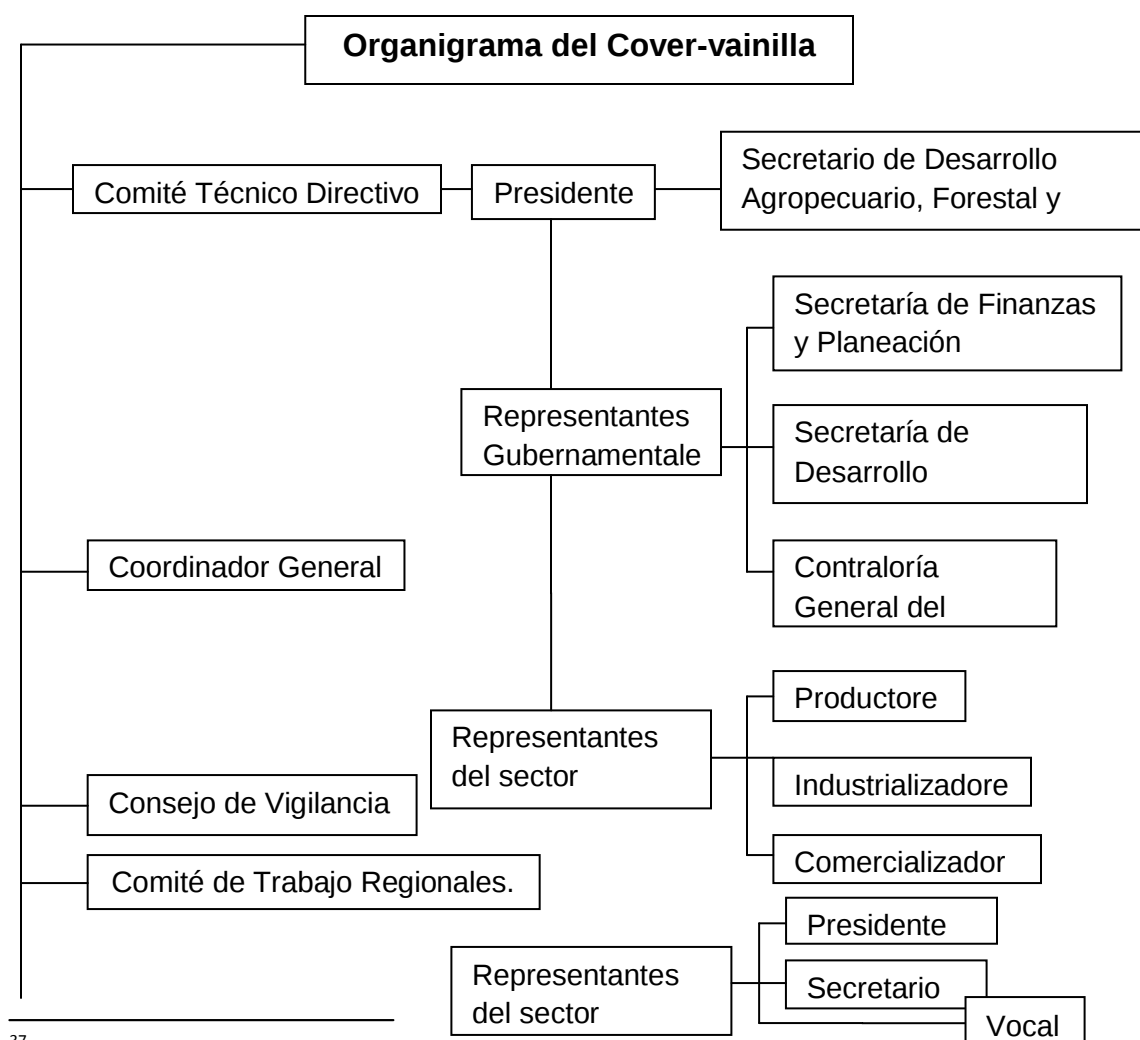
El Cover-vainilla fue la primera organización en promover que todos los agentes involucrados dentro del sector vainillero se encontraran representados. Tales acciones eran algo muy difícil de concebir en la época de 1925, cuando estaba en función el sindicato de vainilleros; pero para el año 2000 esta acción era sólo un peldaño. Entre los objetivos del Cover-vainilla destacan los siguientes:

- "Reunir a productores, industrializadores y comercializadores de vainilla del estado, a fin de concertar acciones para el desarrollo del sector vainillero.
- Promover la producción y comercialización de vainilla, a la vez que incursione en el avance tecnológico, para mejorar la calidad de la vainilla, obtener mejores precios y dar un valor agregado al producto, promoviendo su comercialización en el ámbito nacional e internacional.
- Coadyuvar con los productores, organizaciones de productores e industriales de la vainilla para la obtención de financiamiento oportuno y eficiente para el logro de una mejor y mayor producción vainillera.
- Delimitar las áreas de producción vainillera, realizando un inventario de recursos y censo confiable de los productores e industriales vainilleros veracruzanos.
- Capacitar con transferencia tecnológica, para el desarrollo tecnológico de la producción vainillera.
- Vincular a productores vainilleros, industriales y comercializadores, con las instituciones de educación superior, de crédito y de gobierno, para el fomento y mejora de la producción vainillera.

- Conjuntar las áreas dedicadas al cultivo de la vainilla, a fin de mejorar su potencial productivo y rentabilidad.
- Certificar el origen de esquejes, fruto y derivados de la vainilla, a fin de asegurar su adecuada producción y comercialización en el mercado nacional e internacional".³⁷

Para alcanzar dichos objetivos, el Cover-vainilla se integró de la siguiente manera:

Esquema N° 1.Estructura Organizacional³⁸



³⁷ Gaceta Oficial del Estado de Veracruz. N° 236 de fecha 27 de noviembre de 2000.

³⁸ Fuente: Elaboración propia con datos del Decreto que crea al Consejo Veracruzano de la Vainilla.

Las actividades que estos sectores desempeñaban dependían en gran parte del lugar que ocupaban dentro del esquema organizacional, en donde las ocupaciones y funciones se desenvolvían de mayor a menor; aún así todos los involucrados dentro del Cover-vainilla eran parte esencial para el logro de los objetivos que como consejo buscaban alcanzar. Las acciones que se desempeñaban a través de las diversas áreas eran:

El Comité Técnico Directivo tenía la función de promover el cultivo de la vainilla con la capacitación, asistencia técnica y los métodos adecuados para su mejor producción, además de procurar el establecimiento de asociaciones para la investigación, experimentación y transferencia tecnológica para la adecuada producción de vainilla y protección de su entorno ecológico.

Al mismo tiempo, buscaban iniciar de manera eficiente y oportuna la comercialización de vainilla en los mercados nacional e internacional; para lograrlo se dieron a la tarea de propiciar la organización de los productores vainilleros para que se integren en figuras asociativas que tengan posibilidad de ser sujetos de crédito e impulsar las actividades industriales y comerciales, con el fin de darle un valor agregado a la producción de vainilla. Con estos cambios el Cover-vainilla buscaba modernizar y mejorar el proceso productivo de la vainilla, a fin de elevar los niveles de vida de las zonas vainilleras.

Como era una organización a nivel estado, el Cover-vainilla a través de los diferentes agentes que la integraban levantó un padrón de productores, industriales y comercializadores de vainilla, el cual se debía de mantener constantemente actualizado con el fin de tener información fresca referente a la producción, industrialización y el proceso de comercialización. Aunque los objetivos estaban bien definidos, al igual que los recursos para llevarlos a cabo, los responsables de hacer estas actividades no cumplieron con la tarea encomendada, por lo que el Consejo Veracruzano de la Vainilla se desintegró en el año 2008.

La información que se recabó sobre el Cover-vainilla, así como las experiencias de algunos de sus integrantes, nos presentaron los motivos por los cuales esta organización llegó a su fin. El motivo principal fue por la falta de resultados, ya que no se cumplieron los objetivos para los que fue creada; en lugar de unificar a los productores, beneficiadores y comercializadores, como se tenía pensado, resultó totalmente contraproducente. Uno de los productores entrevistados dijo: “salió peor el remedio que la enfermedad, no se vio alguna mejoría; los productores seguían siendo perjudicados y los grandes centros beneficiadores continuaban haciéndose de recursos que el mismo Gobierno les asignaba a través del Cover-vainilla”.

Los productores no sólo fueron presa de los intermediarios o "coyotes", también tenían que cuidarse de las mismas instancias creadas para su protección. El Cover-vainilla al parecer con estas acciones, no alcanzó los objetivos que se planteó en el corto, mediano y largo plazo. Provocó que entre los tres sectores involucrados se diera una disputa por los recursos designados. Dichos recursos favorecieron a acaparadores, beneficiadores e industrializadores, pero no a los productores. En vez de contribuir y mejorar al sector vainillero le fueron restando fuerza, al grado que los enemigos que le surgieron a la organización no se encontraban en el exterior, sino que ya existían dentro de ella, lo que hizo más agresiva la disputa y más fácil su desintegración.

Aunque esta institución encargada de atender la producción de vainilla ya ha desaparecido por los motivos antes mencionados, su legado se mantiene presente y se pueden ver algunas muestras de ello principalmente en la región del Totonacapan, en los beneficios que obtuvieron algunos productores, beneficiadores y eslabones de la comercialización. Cover-vainilla es tomado como punto de referencia para las demás organizaciones, quienes tratan de tomar lo bueno de cada experiencia y aprender de los errores para llegar a superarlos.

3.2. TIPOLOGÍA DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES DE VAINILLA.

Con el fin de no encasillar dentro de alguna teoría organizacional el carácter de las organizaciones vainilleras, en esta investigación se pretende conocer el impacto que este tipo de organizaciones tiene en las regiones y la calidad de los servicios que oferta a los productores, tanto al momento de producir como al comercializar.

A partir de las fuentes consultadas, se optó por crear una tipología propia con base en las organizaciones que se analizaron durante el trabajo de campo y tomando como punto de referencia a Gómez, Castaños y Rello, en relación con la información recabada en la región, se trabajaron dichas fuentes con la finalidad de obtener un panorama real y apegada a los acontecimientos que actualmente viven las organizaciones vainilleras.

Para la realización de esta tipología se tomaron en cuenta varios aspectos que marcan las principales características y discrepancias existentes entre cada una de las organizaciones visitadas. Estos aspectos engloban diferentes procesos de la organización que van desde la forma en que se crearon; quiénes las integran; actividades que realizan; la manera en que obtienen los recursos; área de influencia; relación con los distintos niveles de gobierno y periodo que tienen funcionando. En primera instancia las diferentes organizaciones de productores de vainilla que se analizaron se encuentran en el municipio de Papantla, región del Totonacapan.

La forma en la que se integraron estas organizaciones es algo que hay que destacar, debido a que presentan grandes similitudes. El hecho de que la mayoría de ellas se integre en respuesta a los intereses del gobierno, tiende a regir sus actividades bajo el mandato de jerarquías administrativas y políticas que restringen sus libertades en la toma de decisiones con una mayor autonomía. Esas condiciones afectan a los productores en el desarrollo de una conciencia propia, para mejorar sus mecanismos de cooperación interna que propicie un avance tecnológico para aumentar su producción.

A esta forma de organizarse, Castaños la clasifica con el nombre de “organizaciones formales”, ya que su integración no nace precisamente de las necesidades de los productores y del interés de los mismos por dar solución a sus problemas, sino que el gobierno o algunas instancias gubernamentales en respuesta al interés de unos cuantos productores, constituyen la organización. Una vez logrado este propósito los funcionarios en colaboración con los productores empoderados políticamente se dedican a integrar más gente porque eso les ayuda a tener presencia y control social.

Una de las características más marcadas de las organizaciones de productores es su condición social, la cual se encuentra dominada en su mayoría por productores de carácter indígena pertenecientes a las etnias totonaca y huasteca. Las organizaciones formales no se limitan a un solo sector productivo o manufacturero, gran parte de ellas adoptan formas diversificadas al asociar artesanos, beneficiadores, técnicos e ingenieros; quienes además de actuar dentro de un sector productivo tienen la posibilidad de realizar otro tipo de servicios, por lo que automáticamente diversifican sus ingresos .

Todas las organizaciones tienen una estructura similar. En cuanto a las respuestas que ofrecen a sus asociados, declaran estar mejorando las condiciones de producción del cultivo de la vainilla, el proceso de beneficiado y la comercialización. Además, las gestiones financieras son demandas populares a la que las organizaciones deben responder.

En el caso de la vainilla, la polinización es una labor de importancia capital, al igual que la infraestructura que demanda la tecnología para la producción intensiva de vainilla; por este motivo, es de primer orden la consecución de recursos para la construcción de casas malla media sombra y sistemas de riego. En la parte del beneficiado y comercialización, las tareas que se han implementado están destinadas a darle un valor agregado a la fruta verde por medio del beneficio físico. A su vez, las organizaciones funcionan como acopiadoras en campo y así participan en el proceso de comercialización.

Una vez concluida la entrega y transferencia del producto, se les paga de acuerdo a la vainilla verde entregada, esto ayuda a disminuir el “coyotaje” dentro de la región. Cada día se están implementando mejores formas de industrializar la vainilla para colocarla en los mercados regionales, estatales, nacionales e internacionales.

Todas estas actividades se derivan de los recursos que, tanto el gobierno como alguna instancia gubernamental, otorgan a las organizaciones. Algunos recursos que se otorgan a las organizaciones, por ejemplo el del Consejo Nacional de Productores Vainilleros A.C. (CONAVAI) y el Consejo Estatal de Productores de Vainilla Veracruzanos. A.C. son ministraciones anuales fijadas por la SAGARPA. Los recursos que manejan las organizaciones deben ser justificados por el número de capacitaciones, programas realizados, así como los apoyos en cuanto a infraestructura entregada a productores en campo.

El presupuesto es gubernamental y pueden tener cierta flexibilidad en cuanto a sus montos, ya que es probable que las organizaciones consigan un aumento si los productores solicitan apoyos para sufragar pérdidas económicas causadas por algún huracán, sequía o cualquier contingencia climática. A gran escala se puede señalar que cada una de las organizaciones con las que se trabajó tiene un área de influencia que sobrepasa la región en la que se encuentra.

Este tipo de organizaciones tienen una presencia a nivel regional, estatal y otras, como el CONAVAI y la UGOCP, son a nivel nacional. Por su desempeño y compromiso, a estas organizaciones se les puede identificar bajo el nombre de “organizaciones nucleares”, ya que agrupan a su vez a pequeñas organizaciones de productores.

En cuanto a la relación con el gobierno, mantienen un vínculo muy estrecho desde el momento en que su integración se da a partir de programas sectoriales y al afán publicitario de las subprocuradurías gracias a esta relación es como se siguen manteniendo en pie, pero juega un papel muy importante el monto y regularidad de los recursos con que hacen su manejo administrativo,

técnico y político en los círculos gubernamentales a nivel municipal, estatal y nacional. Es esta relación con los diferentes niveles de gobierno, lo que les ha permitido consolidarse y abrirse caminos dentro del ámbito vainillero como en el caso del CONAVAI; organización que también ofrece apoyos a otras de reciente creación como el caso de la Fever-vainilla.

Así como unas organizaciones se consolidan, otras más se fusionan para brindar mejores servicios; también existe la posibilidad de que alguna que otra organización desaparezca como el caso del Cover-vainilla, quien le dio pauta al CONAVAI para su creación. Otra organización que se encuentra a punto de desintegrarse es la Fever-vainilla, quien a pesar de su creación a finales del 2009, presenta dificultades internas; la causa es la falta de compromiso de los mismos dirigentes, lo que ha ocasionado el descontento de sus agremiados.

3.3. CONSEJO NACIONAL DE PRODUCTORES VAINILLEROS A.C. (CONAVAI).

El Consejo Nacional de Productores Vainilleros se constituyó el 2 de diciembre del 2005. En el 2006 comenzó a funcionar de acuerdo con los lineamientos de operación de la SAGARPA, con base en lo estipulado en la ley de Desarrollo Rural Sustentable, logró su consolidación como una parte importante de la cadena productiva (los productores).

Legalmente, el Consejo es una Asociación Civil promovida por el gobierno federal y por el interés de los productores de los estados productores de vainilla a nivel nacional. Debido a los problemas que han afrontado los productores, esta organización se planteó los siguientes objetivos:

- Lograr que los productores obtengan financiamiento para realizar la polinización en el cultivo de la vainilla con el fin de incrementar el rendimiento por unidad de producción.
- Fomentar e impulsar el establecimiento de infraestructura de riego, lo que permitirá incrementar los rendimientos y producción de vainilla verde.

- Incorporar el valor agregado, promoviendo el beneficiado de la vainilla verde para alcanzar mejores precios.
- Promover el incremento de las aéreas cultivadas de vainilla en los municipios con potencial productivo, aprovechando las plantaciones de naranja que pueden ser utilizados como tutores naturales.
- Promover una nueva generación de productores de vainilla más integrada y competitiva, generando empleos y riqueza para mejorar las condiciones de vida de los productores, pero sin descuidar el entorno ecológico.
- Elaborar padrón de productores.

Misión

Fortalecer la organización de productores para que sea una instancia de representación, rectora y de planeación del desarrollo integral y sustentable de la cadena productiva, para lograr una mayor coordinación con los demás eslabones y el bienestar entre los productores de vainilla.

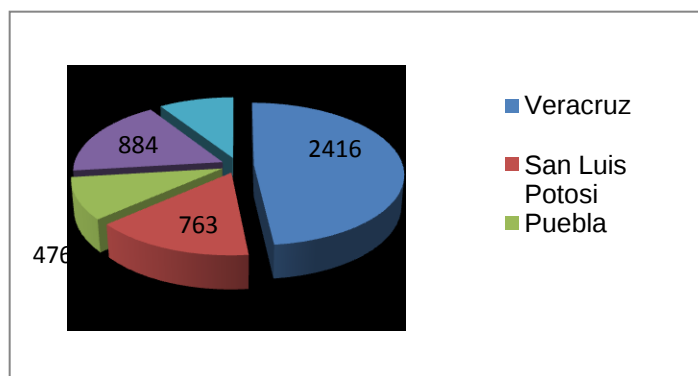
Visión

Ser una organización de productores de vainilla que por su historia, calidad mundial y características distintivas, se fortalezca y capitalice para ser competitiva, rentable y sustentable.

Para cumplir con tales objetivos, el Consejo Nacional de Productores Vainilleros, conformó distintas sedes en diferentes estados productores, con la finalidad de conocer más de cerca las problemáticas de cada región, así como dar una respuesta inmediata a tales dificultades. Aunque en primera instancia los problemas entre los productores a nivel nacional parecieran ser similares, la realidad es que se encuentran diferenciados por aspectos particulares como: factores climáticos, suelo y el tipo de integrantes de cada una de las organizaciones, por mencionar algunos. Pero algo en lo que todos concuerdan, sin importar el tipo de suelo, la extensión del cultivo y el sistema que usen para producir, es la continua lucha en contra de los intermediarios.

Actualmente, el Consejo Nacional de Productores Vainilleros se encuentra formado por alrededor de 5000 productores ubicados en diferentes regiones del país, clasificados de la siguiente manera: Veracruz tiene 2416 productores, por lo que es el estado con mayor número de integrantes; San Luis Potosí con 763, Puebla 476, Oaxaca 884, Quintana Roo 461 y próximamente se integrarán los productores del estado de Hidalgo.

Grafica N° 1. Productores por Estado³⁹



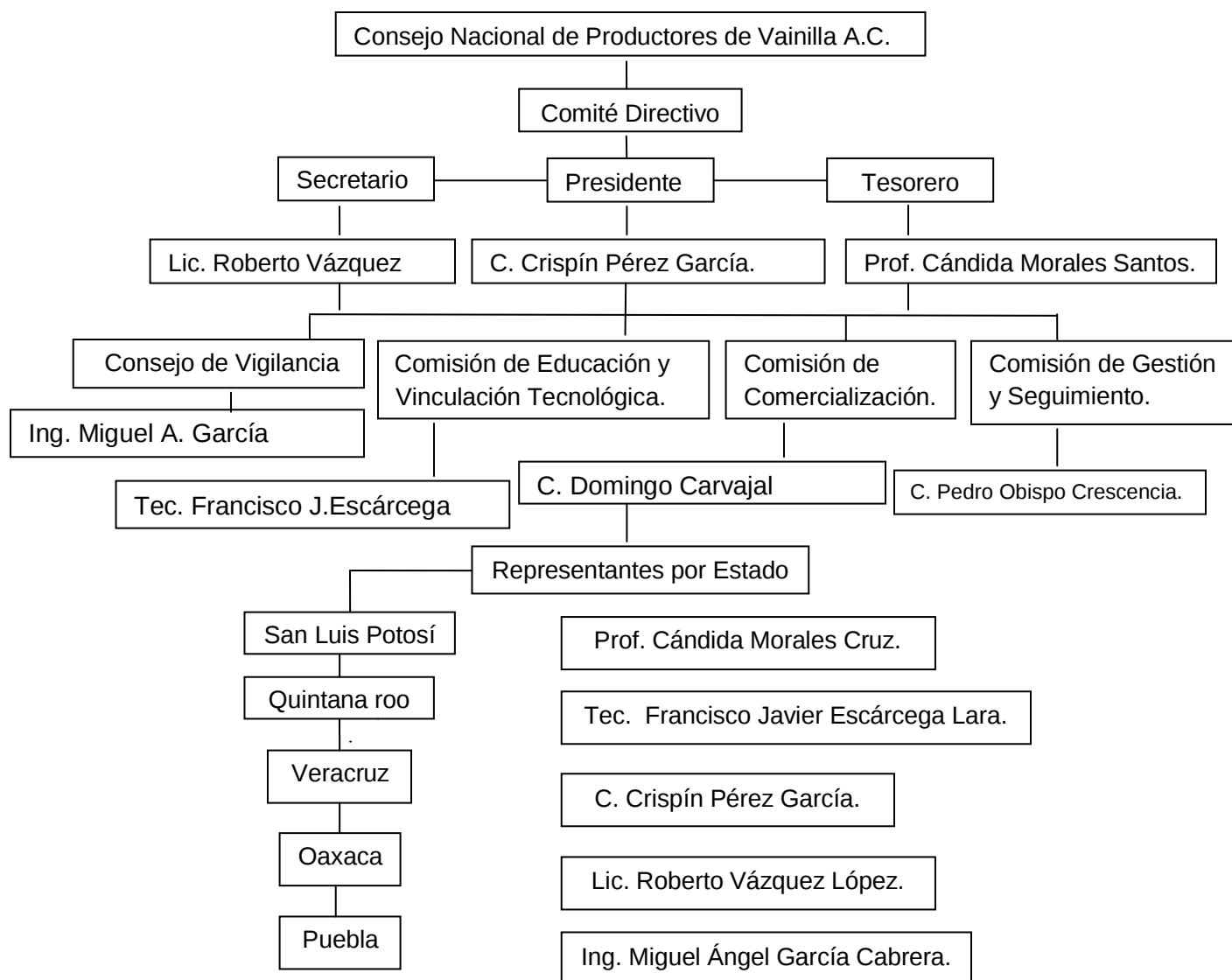
Para ser integrante de este organismo, el único requisito que se pide es ser productor de vainilla sin especificar la superficie que posea, puede ser desde 0.25 hasta 2 ó 3 hectáreas. Un dato que llama la atención sobre esta organización es que no cuenta con ningún tipo de reglamento interno, todos los productores que se afilian a ella lo hacen libremente y de la misma forma se pueden dar de baja. Al investigar el motivo por el cual lo hacen de ese modo, los dirigentes mencionaron que al no pedirles cuota alguna, no pueden obligar al productor a que cumpla algo; todo acuerdo que se tome es aprobado por los mismos productores. Muchas veces estos acuerdos no se cumplen debido a que no existe un compromiso por parte de ellos. Este punto se abordará más adelante al ser motivo de varias dificultades.

³⁹ Fuente: Elaboración propia con datos del Consejo Nacional de Productores de Vainilla. A C.

Para que el Consejo Nacional de Productores de Vainilla realice sus funciones en tiempo y forma, necesita de recursos, los cuales son proporcionados por el Gobierno Federal y lo manejan como empleo temporal, por lo que su uso se tiene que justificar. Los representantes de cada uno de los estados pertenecientes al Consejo Nacional son quienes regulan el trabajo de técnicos, instituciones oficiales y universitarias para que dichos servicios se vean reflejados en beneficio de los productores de vainilla.

El Consejo Nacional de Productores de Vainilla se encuentra representado por una mesa directiva que se elige por los mismos productores; ya que estos son los que representan y velan por sus intereses ante las autoridades tanto nacionales como estatales. Además del presidente, secretario y tesorero, la mesa directiva está integrada por un representante de cada uno de los estados productores afiliados al Consejo. Su estructura se representa de la siguiente manera:

Esquema N° 2. Estructura Organizacional⁴⁰



Estos integrantes llevan la dirección del CONAVAI por espacio de tres años. La mesa directiva en función inició sus actividades el 27 de noviembre de 2009. En cuanto a las actividades que ha venido realizando el nuevo comité destaca la asesoría técnica a los productores, financiamiento para la adquisición de casas sombra, capacitación para su buen funcionamiento y apoyos para la temporada

⁴⁰ Fuente: Elaboración propia con datos del Consejo Nacional de Productores de Vainilla. A C.

de polinización. La facilidad para comercializar la producción de vainilla en verde en los diferentes comités estatales es otra de los beneficios que aporta, ya que es más factible que cada sede se ocupe de buscar un canal de comercialización. Debido a estas acciones se ha mejorado el precio de vainilla verde en comparación con el precio que ofrecen los acaparadores.

Los eventos de gastronomía son otra manera de fomentar en la población el consumo de vainilla; así como el llamado Encuentro Nacional de Vainilleros, el cual se realiza anualmente desde el 2008 en la ciudad de Papantla durante el mes de diciembre.

Entre los proyectos a realizar, se busca aumentar la producción poniendo especial atención a la vainilla orgánica debido a que tiene más demanda. De toda la producción de vainilla en el país sólo el 30% cuenta con la certificación orgánica, el 70% restante es vainilla convencional; aunque el Consejo afirma que gran parte de ese porcentaje es vainilla natural, ya que no utilizan fertilizantes, pero al no tener la certificación, los compradores no la pueden adquirir como orgánica por lo que se las pagan un precio más bajo.

Por tal motivo, entre sus metas se encuentra contratar un laboratorio para que los productores obtengan la certificación. Lo que aún no saben a ciencia cierta es si la organización cubrirá el monto total de este servicio, o sólo una parte.

A estos esfuerzos se le suma la promoción que el Consejo está haciendo del consumo de vainilla. Previamente se realizó un estudio de mercado en el que los resultados revelaron que de toda la vainilla que se consume en el país solo el 2% es vainilla natural y el 98 % restante es vainilla sintética. Estos datos son el resultado del engaño al que están sometidos la mayoría de los consumidores de vainilla, quienes creen que al adquirir este producto en los supermercados están consumiendo vainilla natural. Esto es completamente falso, como lo demuestra la diferencia del precio entre la vainilla natural y la sintética, pero esto no lo sabe el consumidor.

Por tal razón se optó por adquirir equipos de extracción para la elaboración de un buen extracto de vainilla, el cual representa un gran logro para el Consejo Nacional, pero se considera que es un logro más importante para el Consejo Estatal de Productores de Vainilla Veracruzano.

Por último, una de las actividades que el Consejo pretende realizar es la creación de un Museo de la vainilla que abarque aspectos históricos, el proceso productivo; además de complementarlo con fotografías, esculturas, objetos de trabajo y reconocimientos.

La finalidad de llevar a cabo este proyecto es que el consumidor conozca un poco más sobre el lugar de donde proviene la vainilla que consume, así como los distintos procesos por el que tiene que pasar hasta llegar a sus manos. El proyecto permanece en planes y antes de llevarlo a cabo el Consejo Nacional debe de dar solución a las dificultades por las que actualmente atraviesan los productores. Como se mencionó en un principio, uno de los retos es eliminar el intermediarismo dentro del proceso de comercialización; el otro es contrarrestar el constante cambio climático debido al calentamiento global, lo que ha generado que las regiones productoras se vean afectadas durante la sequía y las inundaciones en época de lluvias.

A ciencia cierta no se sabe si son factores climáticos lo que está causando la caída del fruto de la planta. Los datos proporcionados por el Consejo Nacional estiman que del total de la vainilla para esta temporada se perdió cerca del 70%. Por otra parte, la entrada del huracán Karl al estado de Veracruz, fue otro factor que propició la pérdida de vainillales. Si bien es un problema grave, como Consejo no pueden hacer nada al respecto ya que los efectos climatológicos no los pueden controlar y mucho menos prevenir, lo único que pueden hacer es presentar el reporte de los daños ante las autoridades correspondientes.

Pero al no estar la vainilla contemplada dentro de los productos subsidiados, no se puede conseguir mucho; el representante del Consejo Nacional, el C. Crispín Pérez comentó que "para poder adquirir algún tipo de recurso por alguna contingencia ambiental como la afectación de los huracanes, tenemos que presentar pruebas de pérdida total, si son pérdidas parciales no procede ninguna ayuda".

Entonces si las afectaciones sólo dañan una pequeña fracción del vainillal, no le proporcionan algún apoyo. La autoridad pretende ver los daños inmediatamente después del huracán, y sólo dan un plazo de 8 días para el diagnóstico, sin embargo, las afectaciones no se ven de manera inmediata, al pasar el tiempo se van viendo las secuelas que dejan. Así que cuando los de la SAGARPA van a cotejar los daños, lo que clasifican como vainilla buena con el paso de un mes revela el verdadero daño y ya no hay manera de que les brinden apoyo.

El Consejo Nacional se reúne cada 2 meses con la finalidad de dar a conocer los avances o las actividades a realizar, así como para exponer las dificultades por las que atraviesa algún comité estatal. Por medio de estas sesiones es como se aportan las ideas, se asigna el rol de actividades; además de que se informa sobre logros y avances.

Por todo lo anterior el CONAVAI es considerado como una organización con gran representatividad en todo el país. Integra a un considerable número de productores de vainilla de varios estados, además de mantener un vínculo con el gobierno, lo que le ha permitido un mayor acceso a los recursos gubernamentales.

Todo indica que el Consejo ha logrado asumir las demandas de los productores, así como mejorar las condiciones de vida y el sector productivo. Pero debido a la realidad tan heterogénea en que trabajan los productores del país, los resultados alcanzados por el Consejo distan mucho de haber conseguido elevar los niveles de productividad y económicos para sortear de mejor manera los problemas climáticos y de infraestructura que afectan

severamente a los sistemas productivos de la vainilla, cada región del país que se ha iniciado en este cultivo, presenta, por una parte, limitaciones tecnológicas y, por otra, se enfrenta a los intermediarios, por lo que tarde o temprano tendrán que sistematizar sus experiencias para establecer estrategias de lucha. Tal como dice el refrán mexicano: "nadie conoce el fondo de la olla, más que la cuchara que lo mueve".

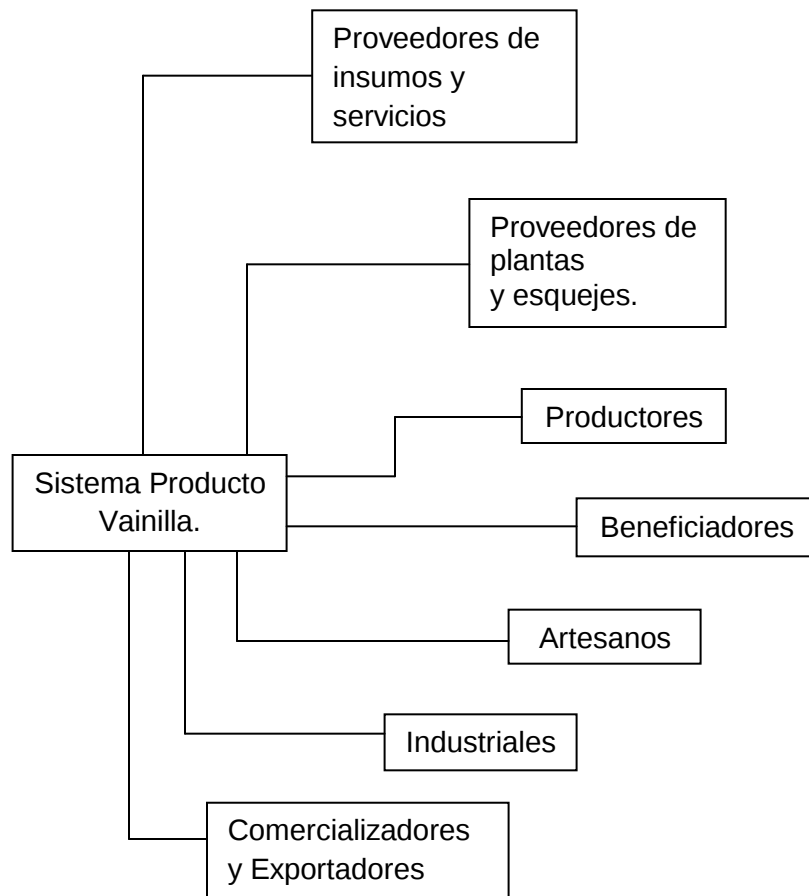
3.4. COMITÉ NACIONAL SISTEMA PRODUCTO VAINILLA.

El Comité Nacional Sistema Producto Vainilla se constituyó de acuerdo a las disposiciones de los artículos 149° y 150° de la Ley de Desarrollo Rural Sustentable, por lo que el día 7 de Diciembre del año 2005 en la ciudad de Papantla de Olarte, Veracruz, con la presencia de los productores, beneficiadores, industriales, artesanos y demás miembros de la cadena productiva, además de los representantes no gubernamentales de los estados con producción de vainilla, así como la participación de diversas organizaciones productoras, se integró el Comité Nacional para ser la voz y representación de todos los eslabones de la cadena de producción de vainilla.

Las necesidades ya no son las mismas, van cambiando con el tiempo; cuando estaba en función el sindicato de 1925, la competencia en torno a la comercialización de vainilla se efectuaba de manera desleal, pero aun así los productores alcanzaban una mayor tajada de la venta. Anteriormente, los únicos que se organizaban para contrarrestar esta dificultad eran los beneficiadores; ellos solamente buscaban su propio bienestar sin importar sobre quién debían de pasar para conseguirlo.

Hoy en día, esto se modificó hasta el punto de lograr que se introdujeran en la organización los proveedores de insumos y servicios, proveedores de plantas y esquejes, productores, beneficiadores, artesanos, industriales y por último comercializadores y exportadores.

Esquema N°3. Eslabones de la Cadena Productiva⁴¹



Como alguna vez se hizo en el Cover-vainilla, el Comité Nacional Sistema Producto Vainilla conjuntó a todos los involucrados dentro del sector vainillero, tal acción le ha generado al sistema producto una mayor presión desde que se constituyó; la causa es la similitud que tiene con el desaparecido Cover-vainilla, por lo que han sido muy criticados.

Incluso algunos productores manifiestan que "es la misma gata, nada más que revolcada". Para promover la producción de vainilla y resolver las problemáticas que se han presentado en dicho sector EL COMITE NACIONAL SISTEMA PRODUCTO VAINILLA se planteó los siguientes objetivos:

⁴¹ Fuente: Elaboración propia con datos del Comité Nacional Sistema Producto Vainilla.

- Fortalecer al Comité Nacional Sistema Producto Vainilla como una instancia de representación, rectora y de planeación del desarrollo integral y sustentable de la cadena productiva, buscando una mayor y mejor coordinación entre los diferentes eslabones de la cadena como son productores, comerciantes, industriales, proveedores de insumos y de servicios, artesanos, beneficiadores, exportadores, autoridades federales, estatales y demás agentes de la cadena.
- Fomentar el cultivo de la vainilla en el país con acciones que logren incrementar la producción con tecnología innovadora, capacitación a productores para generar empleo y mejorar los ingresos a la población rural que se dedica a esta actividad, bajo un enfoque de integración de la cadena productiva y de conservación del medio ambiente.

Misión

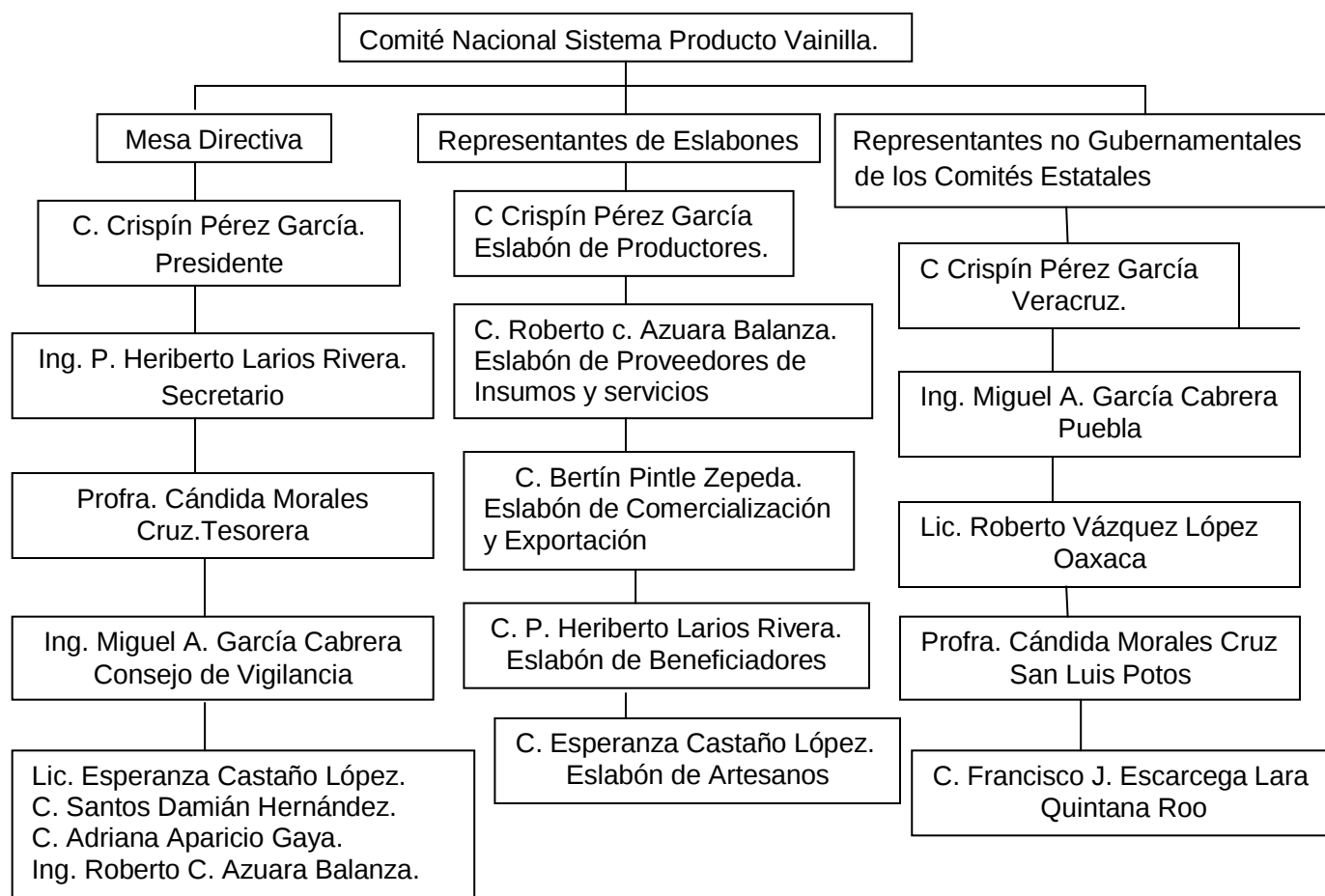
Fortalecer al Comité Nacional Sistema Producto Vainilla para que sea una organización competitiva y funja como una instancia de representación, rectora y de planeación del desarrollo integral y sustentable de la Cadena Productiva, para lograr una mayor coordinación y bienestar entre los diferentes eslabones.

Visión

Ser un sistema producto eminentemente mexicano que por su historia, calidad mundial y características distintivas, sea fortalecido, capitalizado, competitivo, rentable y sustentable.

El Comité Nacional Sistema Producto Vainilla está integrado de la siguiente manera: un representante de cada uno de los 7 eslabones de la cadena productiva de la vainilla; así como representantes estatales de la SAGARPA, representantes no gubernamentales de los estados productores y representantes de los gobiernos estatales. Se hizo de esta manera para integrar a todos los agentes que intervienen en dicha cadena.

Esquema N° 4. Estructura Organizacional⁴²



Los estados que actualmente se encuentran participando con el Comité Nacional Sistema Producto Vainilla son: Oaxaca, Puebla, San Luis Potosí, Quintana Roo y Veracruz. Próximamente se espera que se integren los estados de Hidalgo y Chiapas. Dentro de estos estados se encuentran los 7 eslabones de la cadena sistema producto por lo que se formaron 5 comités estatales.

Por cada comité se está realizando un padrón para tener un mejor control sobre el número de miembros por cada uno de los eslabones. Los resultados obtenidos hasta el momento muestran que a nivel nacional, el eslabón de productores se compone de cerca de 6,000 productores.

⁴² Fuente: Elaboración propia con datos del Comité Nacional Sistema Producto Vainilla.

El eslabón de beneficiadores agrupa a 12 casas beneficiadoras ubicadas en su mayoría en el estado de Veracruz. Del eslabón de artesanos no se cuenta con un número específico de integrantes; pero los datos que se tienen al respecto señalan que en su mayoría son mujeres quienes realizan esta actividad. El eslabón de proveedores de insumos y servicios se integra por proveedores de materiales de equipos de riego, composta y lombricomposta. De los eslabones industriales, de los productores de plantas (esquejes), y del eslabón de comercializadores y exportadores no se tienen más datos en cuanto al número de personas que participan en ellos.

El Comité Nacional del Sistema Producto Vainilla clasifica a sus integrantes en miembros permanentes y miembros honorarios. Los miembros permanentes son aquellos que forman parte de la mesa directiva, sólo ellos tienen derecho a voz y voto dentro del comité así como algún tipo de comisión dentro del mismo. Mientras que los miembros honorarios lo conforman los productores y los representantes de los diferentes niveles de gobierno: federal, estatal y municipal, así como algunas instituciones públicas quienes también se encuentran dentro de esta organización.

Para ser miembro del Sistema Producto y formar parte del comité, se requiere tener cierta representatividad no sólo a nivel regional, también deben tenerla a nivel estatal, de modo que su participación sea importante en cualquiera de los 7 eslabones que engloba el consejo. Dependiendo de la aceptación tanto del comité como de los demás miembros del consejo es que llegan a ser parte de tal organismo. Así como existen requisitos para integrarse a dicha organización, también se debe de cumplir con ciertos lineamientos, ya que de no hacerlo no sólo está en juego el lugar como parte de ella, sino que pierden la oportunidad de ser miembros de la Asamblea General.

En caso de ser miembro de la organización se deben cumplir con los siguientes requisitos: pertenecer por lo menos a uno de los eslabones de la cadena productiva de vainilla, asistir a las reuniones convocadas en todo un año calendario; de no ser así, se tiene como límite el derecho a un 50% de

inasistencia siempre y cuando se compruebe a través de un justificante la razón de la falta. Además de efectuar todas las obligaciones acordadas dentro del reglamento, queda estrictamente prohibido cualquier alteración del orden dentro de la organización como atentar contra los derechos de alguno de los miembros del mismo, de igual forma se destituirá a la persona que realice dentro del comité otro tipo de actividades que no sea el cumplir con los objetivos que dicta la organización.

Entre las funciones que desempeña el Comité Nacional se encuentran; promover los derechos y la defensa de sus integrantes, mejorar las condiciones de cada uno de los eslabones de la cadena productiva. El resto de actividades van desde facilitar algún recurso a cualquiera de los sectores, proponer soluciones efectivas a las diferentes demandas por medio de sesiones ordinarias y extraordinarias, en ambos casos, las asambleas se convocan anticipadamente. Las sesiones ordinarias se realizarán por lo menos cada tres meses y las extraordinarias cuando los asuntos a tratar así lo requieran.

Las actividades que se han venido realizando dentro del Sistema Producto Vainilla, incluyen la realización de un estudio de mercado de la vainilla a nivel nacional (el estudio actual se realizó en coordinación con el Consejo Nacional de Productores de Vainilla. A.C.) El informe de actividades realizadas contempla la capacitación y actualización de las técnicas de polinización, cursos sobre el proceso de beneficiado a productores, elaboración de artesanías de mejor calidad y empaquetado, capacitaciones en cuanto a la clasificación de vainilla beneficiada, construcción, rehabilitación y equipamiento de plantas beneficiadoras.

La rehabilitación de los beneficios es otro de los proyectos, por lo que también pretenden capacitar a los beneficiadores para la obtención de un producto que reúna todos los estándares de calidad.

De manera general el Sistema Producto Vainilla busca establecer de forma permanente la promoción del consumo de vainilla en cualquiera de sus presentaciones, por lo que constantemente se capacita a los diferentes eslabones de la cadena productiva en cuanto a la eficiencia y eficacia de la polinización, cosecha, beneficiado, elaboración de extractos y artesanías. Entre sus metas a futuro, se encuentran: fomentar el cultivo de vainilla orgánica por la razón de la creciente demanda que tiene tanto en el mercado nacional como internacional.

A estos esfuerzos se le suman los trabajos para que cada uno de los eslabones interactúe con los demás, ya que todos de una u otra forma se relacionan. Mediante esta vinculación se facilita la planeación y realización de convenios entre los 7 eslabones. Aunque este no es el único convenio que se pretende, se está buscando la posibilidad de llegar a un acuerdo con los laboratorios de control y calidad acreditados por la EMA (Entidad Mexicana de Acreditación) para la certificación de la calidad de la vainilla que se consume a nivel nacional.

La finalidad es consumir vainilla de calidad y sacar del mercado a todos los extractos sintéticos. Por esta razón, se ha convertido en una prioridad la creación de marcas colectivas para todos los subproductos con la finalidad de que se garantice al consumidor la oferta de productos elaborados con vainilla natural. También se busca que sea cual sea la actividad a realizar en las áreas de proveedores de insumos y servicios, proveedores de plantas y esquejes, productores, beneficiadores, artesanos, industriales, comercializadores y exportadores, se les garanticen apoyos por parte de los 3 niveles de gobierno, por lo tanto se les debe considerar en un plan de seguimiento para evaluar los resultados.

3.5 CONSEJO ESTATAL DE PRODUCTORES DE VAINILLA VERACRUZANOS, A.C.

El Consejo Estatal se fundó el 30 de Noviembre del 2005, un mes antes de que se constituyera el Consejo Nacional. De la creación de este comité y de la integración de los demás comités estatales derivó la creación del CONAVAI. Para su consolidación, el Consejo Estatal incluyó a productores de vainilla de todo el estado, a comités municipales y a algunas organizaciones denominadas Sociedades de Solidaridad Social; actualmente la organización cuenta con un poco más de 2000 productores localizados principalmente dentro de la región del Totonacapan y lugares aledaños. Tal situación la ubica como la organización de productores con mayor número de integrantes, a diferencia de las demás organizaciones estatales integradas dentro del CONAVAI.

El Consejo Estatal nace como consecuencia de las inquietudes y necesidades de los mismos productores, por lo que las principales actividades a las que se enfoca van destinadas principalmente al aspecto productivo, por ejemplo: brindar capacitación y dotar de recursos para la obtención de equipos como la instalación de mallas sombras y sistemas de riego. La gestión de estos recursos, que otorga el gobierno Federal y Estatal, se decide con base en el trabajo y resultados que presenten los dirigentes del CONAVAI y del Consejo Estatal.

Otra de las actividades con la que Consejo Estatal apoya a los productores, es a través del acopio de la producción de la vainilla verde que estos mismos producen. Con esta medida se han logrado disminuir los abusos e irregularidades que se presentan en la región vainillera durante la época de cosecha. A diferencia del CONAVAI y las demás organizaciones estatales, el Consejo Veracruzano es el único que ha logrado, por medio de acuerdos con los productores, establecer centros de acopio y fijar el precio con el que se pagará el kilo de vainilla en verde.

Por acuerdo del Consejo Estatal, en coordinación con los productores del estado, se decidió mediante una asamblea que durante el ciclo de cosecha correspondiente al 2008-2009, se le paga al productor la cantidad de 50 pesos el kilo de vainilla verde.

La mecánica que se empleó para realizar el acopio, fue entregar la vainilla sin la necesidad de exigir ninguna norma de calidad. Toda la vainilla que se presentara se daría como buena. Posterior al acopio, el beneficiado y comercialización se harían de manera muy similar a la que se realiza en otras organizaciones de productores vainilleros.

Primero se acopia la vainilla para después dar paso al proceso de beneficiado mediante el alquiler de centros beneficiadores. El paso siguiente es que una vez obtenida la vainilla beneficiada se comercializa dentro del país y una parte considerable se exporta al extranjero. Cuando se consuma la venta, ya sea dentro o fuera del país, lo que se hace es restarle al monto total de la venta los costos por beneficiado y empaquetado. Al sacar los costos por el total de la venta es cuando se realiza el pago a los productores por la vainilla verde entregada al consejo.

A pesar de que existen otro tipo de organizaciones vainilleras involucradas en el proceso de producción y comercialización, dentro del Consejo Nacional de Productores de Vainilla, el Consejo Estatal de Veracruz es la única organización que ha combinado estos dos sectores; aunque ya otros consejos como el Consejo Estatal de San Luis Potosí está retomando la misma idea de mejorar la producción de vainilla. La diferencia es que el de San Luis está impulsando a través de pláticas con el Gobierno Estatal la adquisición de su propio centro de beneficiado.

Con esta medida, se lograrían reducir los gastos que habitualmente se incrementan con el pago del beneficiado, por lo que al librarse de ese gasto el precio que el Consejo de San Luis Potosí brindará a los productores será mucho más elevado aunque se le reste el costo de algunas actividades como el pago de las personas que realizaran dicho beneficiado.

De conseguirse este proyecto, resultará de mayor utilidad porque fortalecerá e impulsará una participación más activa del sector vainillero del Estado.

Se sumaron otras actividades como la creación de su propia marca colectiva, cuyo objetivo es responder a los constantes retos a los que se enfrentan al momento de comercializar, ya que una cosa era comercializar la vainilla ya beneficiada y otra muy distinta era crear alternativas para sacar la producción que constantemente se quedaba rezagada.

Fue esa necesidad la que impulsó a los productores del consejo a ir un paso adelante, por ello la formación de esta marca colectiva abrió un sinfín de posibilidades para incrementar el consumo de vainilla a través de la elaboración de varios subproductos como: el polvo de vainilla, esencias, extractos y artesanías, los cuales se comercializan dentro y fuera del país.

3.6 UNIÓN GENERAL OBRERO CAMPESINA Y POPULAR, A.C. (ZONA NORTE REGIONAL VERACRUZ).

La Unión General Obrero Campesina y Popular, A.C. o UGOCP, por sus siglas, ha logrado integrar a un gran número de productores dedicados a diferentes cultivos, por lo que también entre sus filas se puede encontrar a un número considerable de productores de vainilla. Este hecho la ha mantenido dentro del sector vainillero desde que se constituyó. A través de este tiempo ha realizado actividades como: la búsqueda de mayores ingresos mejorando la calidad de la producción, la difusión del cultivo reforzando la organización para volver a insertar este producto en los niveles de importancia que tenía en el 2004.

Con estas acciones ha logrado beneficiar a varios productores de los diferentes estados del país como: Veracruz, San Luis Potosí, Hidalgo, Puebla, Oaxaca, Chiapas, Querétaro y una pequeña parte de la huasteca de Tamaulipas. En cada una de estas regiones se ha impulsado el cultivo de vainilla, buscando alternativas para su comercialización.

Al igual que las demás organizaciones vainilleras analizadas en este capítulo, la UGOCP ha apoyado a los productores para comercializar su producción por medio del acopio de la vainilla verde para después realizar el beneficiado de la misma. Tal proceso es realizado dentro de las instalaciones de la asociación agrícola local de productores de vainilla ubicada en el Ejido Primero de Mayo, Papantla, Ver.

La UGOCP cuenta con varios asesores que apoyan el proceso de comercialización y son quienes realizan el contacto y colocan la vainilla beneficiada en diferentes puntos del país así como en el extranjero. La comercialización tiene lugar como producto primario en campo, como fruta verde o en productos procesados como licores, extractos, artesanías, e incluso puros de tabaco aromatizados con vainilla. Estos derivados son comercializados en regiones turísticas como: Cabo San Lucas, Nuevo Laredo, Texas USA y en varios países europeos.

Después de comercializar la vainilla en cualquiera de sus presentaciones, se efectúan los pagos a los productores, buscando una retribución razonable. Por ejemplo: esta organización paga a los productores afiliados un precio preferente de 80 pesos el kilogramo de vainilla verde, adoptando con ello la misma actitud que las demás organizaciones.

Con esta medida la UGOCP busca la forma de ayudar a los productores e incentivarlos a conservar el cultivo y a seguir produciendo vainilla, ya que si la organización optara por no participar en este proceso, se seguirían promoviendo abusos y fraudes a los productores.

3.7 FEDERACIÓN VERACRUZANA DE LA VAINILLA, S.C. DE R.L. DE C.V.

Esta organización se constituyó el 26 de Noviembre del 2009. Su pensamiento rector es que a través de la organización se puede lograr cualquier desarrollo por mayores que sean los obstáculos. Por ello, la Fever-Vainilla tras la unión y capacitación constante de sus socios, ha buscado la integración de varios eslabones donde estén involucrados los productores y artesanos; consolidar sus organizaciones para que no sólo comprendan el proceso de producción sino ir un paso más adelante; se trata de que los productores transformen su vainilla a través del beneficiado y la comercialización de procesados y artesanías.

La Federación se encuentra presidida por la Ingeniera Isabel Engler Hernández, su cobertura comprende 75 sociedades cooperativas y productores de vainilla independientes, siendo un total de 550 socios que se ubican entre los municipios de Ixhuatlán de Madero, Castillo de Teayo, Naranjos, Tamiahua, Álamo, Cazones, Tuxpan, Tecolutla, Gutiérrez Zamora y Papantla, todos ellos pertenecientes a la región del Totonacapan, ubicada en la zona norte del estado de Veracruz.

Esta organización ha procurado mantener una identidad con un amplio sector vainillero, trata de resolver tres de las actividades más importantes dentro de la cadena productiva, ya que se encarga de acopiar, beneficiar y comercializar la vainilla de los mismos socios. De esta manera pretende quitar de en medio a los “coyotes” o intermediarios, quienes lucran con la necesidad de los productores. A través de conjuntar la organización con el proceso de comercialización se busca que el sector productivo ya no se vea agredido.

Para cubrir estas tres actividades, la Fever-Vainilla recibió en 2009 la aprobación de 2 millones de pesos otorgados por el INVEDER (Instituto Veracruzano para el Desarrollo Rural). Posteriormente a esta ministración financiera se le aportaron 500 mil pesos más para sufragar gastos de empaques que requiere la joyería fina de artesanías elaboradas con vainilla que

se exportan a España. Otros 500 mil fueron destinados a mejorar la producción de vainilla a través de la construcción de casas sombra y así aligerar los efectos climáticos que durante los meses de calor azotan a la región. Con la aplicación de otros apoyos que correspondieron a los años 2009 y 2010, se garantizó el acopio de vainilla resultado de la producción de todos los socios, para después beneficiarla y posteriormente comercializarla.

Al contar con la vainilla ya beneficiada, lo que hace la organización es retener la producción hasta colocarla con algún comprador en el mercado regional, nacional o internacional. Sea cual sea el caso, el productor no recibe ninguna clase de pago, hasta después de concluir la venta.

Posterior a la comercialización, los productores asociados recibirían \$80 por kilo de vainilla verde entregada a la Federación, precio muy por encima del que pagaban las casas beneficiadoras o el Consejo Estatal; lo cual resultaba muy favorable para los productores asociados.

Con estas acciones la Fever-vainilla conseguía un bono de credibilidad entre sus asociados y también proyectar un carácter de honestidad como principal soporte ante las críticas que suelen orientarse por parte de otras agrupaciones. Estos fueron recursos que le sirvieron para capitalizarse socialmente y ganar confianza. El compromiso lo había cumplido desde un principio sin tantas complicaciones administrativas y los resultados estuvieron a la vista con la instalación de sistemas intensivos, con las casas de malla media sombra y asesorías técnicas oportunas. Mediante la capacitación, los productores y artesanas se involucran como una organización representativa de la cultura totonaca que defiende una raíz de pertenencia agrícola, laboral y ambiental, lo que significa construir redes de participación para la cooperación, sin una visión de competencia y desvalorización humana.

A mediados del 2010, se presentaron las primeras dificultades para la organización del acopio; la razón es que después de acopiar la vainilla verde, los productores esperaron un lapso considerable (casi un año) sin recibir el producto de la venta.

Este hecho propició el descontento de los productores al no ver su dinero. Lógicamente, hubo una inconformidad generalizada contra los directivos de la organización. Este problema trajo como consecuencia que las demás actividades que realizaba la organización se vieran incumplidas y se reflejara en una actitud de alejamiento de una gran parte de los socios. Ante la falta de una información veraz y convincente, la gente sospecha de malos manejos y corrupción en los directivos.

En definitiva podemos ver que aunque en la región existen varias organizaciones vainilleras, siguen sin tener un rol participativo debido a que los productores, siguen sin tener voz propia, no existe una identidad entre los miembros y, por lo tanto, no hay representatividad que se ocupe de resolver el problema relacionado a este producto, llámese producción o comercialización. Los productores que trataron de dejar esto de lado y se avocaron a resolver tales problemáticas, primero se enfrentaron al problema de la producción y posteriormente, al proceso de beneficiado.

Ellos no se dedicaban a darle el valor agregado, pero los que apostaron a dar ese paso se enfrentaron a varias dificultades, la primera de ellas fue que no contaban con la infraestructura necesaria, aún así los pocos que tuvieron la ventaja y lograron enfrentar esta situación se encontraron con una nueva dificultad, se vieron presionados al no poder competir con el mercado local ni regional.

Pese a estas expectativas y frente al desalentador panorama, se presentaron algunos casos de productores que le hicieron frente a los grandes acaparadores y lograron ponerse al nivel de las exigencias del mercado, para lograrlo tuvieron que hacer grandes cambios. El primero de ellos fue sin duda adaptarse a las

exigencias del mercado que día a día le apostaba al consumo de productos orgánicos, por lo que el cultivo de vainilla se dividió en dos tipos: la vainilla orgánica y la convencional. Para esto, las organizaciones vainilleras, al igual que los productores, tuvieron que depender de la evaluación de alguna certificadora para poder entrar al mercado y competir con otros productores de vainilla orgánica, ya que sólo así el beneficio por su producción podría obtener alguna ganancia. Pero aún con toda la transformación que ha sufrido la vainilla (llámese producción, beneficiado y comercialización), la realidad es que estas organizaciones han llegado a un límite, y aunque han avanzado y mejorado en sus procesos, la realidad es que se encuentran con nuevas dificultades.

Inicialmente, se plantearon cómo mejorar la producción, seguido de la mejora en el proceso de beneficiado, para posteriormente avocarse a la comercialización, pero mientras tanto, se toparon con el mercado. Es verdad que la vainilla que se produce en esta región es de buena calidad e incluso pudiéramos decir que es excelente, pero eso no basta, la competencia aumenta para este tipo de organizaciones al presentarse la vainilla sintética la cual desde hace ya algún tiempo ha venido desplazando el consumo de vainilla natural. Esto se debe a que no existe una cultura de consumo de productos naturales. Si a este hecho le sumamos que tampoco existe en el país industria alguna que apoye el consumo de este tipo de productos, podemos entender las dificultades

Lamentablemente, ni el gobierno ni la industria le apuestan a este tipo de productos, y mientras no exista un mercado justo para este tipo de comercios, no se podrá romper la preferencia por el consumo de productos sintéticos, el cual no sólo afecta a los productores de vainilla sino al resto de los cultivos que se producen en el país.

Esta situación se podría reducir si los productores a través de las organizaciones hicieran algo al respecto, pero como ya lo hemos visto, este escenario se encuentra muy lejano debido a la nula comunicación entre los miembros de estos sectores.

La comunicación es sin lugar a duda un aspecto que ha representado un verdadero desafío para las organizaciones vainilleras, sobre todo para los dirigentes de las mismas; los representantes de las mesas directivas pueden gestionar los recursos a través de varios programas del gobierno con la finalidad de tener más y mejores beneficios en materia de producción, beneficiado y comercialización; sin embargo, la mayoría de las veces estos recursos no llegan a los productores que en verdad lo necesitan, debido a que los dirigentes ven su cargo como un negocio y no como lo que debería de ser, un lugar en el que están para servir, representar y velar por los intereses de los productores agremiados a dichas organizaciones.

Con esto podemos resumir que la organización es el núcleo que permite a los miembros de la mesa directiva sacarle jugo a las organizaciones que representan. Por lo que hemos visto, este tipo de dirigentes y organizaciones no siguen los principios básicos que las debieran regir, ya que se deja de lado el sentido de pertenencia de las organizaciones vainilleras y, por el contrario, se enfocan en la burocracia vainillera y no en los productores. Por estas razones es que no pueden llegar más lejos, y por el contrario siguen desacreditándose cada vez más hasta llegar al punto de desintegrarse.

El hecho de que desde sus inicios las organizaciones, no cumplen sus objetivos se debe que desde su origen no respondieron a los intereses de los productores agremiados, sino a los intereses gubernamentales del momento.

Posterior a ello reciben un financiamiento básico que les permite mantenerse por un tiempo hasta que aparezca otro recurso resultado de algún compromiso político coyuntural.

Otra de las cuestiones que no les permite ir más allá, es que no existe alguna normatividad institucional o si la tienen no se apegan a ella, por lo que encontramos varias organizaciones presididas por la misma persona, dificultando así la representatividad de la organización y el liderazgo de sus dirigentes.

CAPITULO IV

COMERCIALIZACIÓN DE VAINILLA EN LA REGIÓN DEL TOTONACAPAN.

4.1. LA VAINILLA DEL TOTONACAPAN.

La vainilla (*vainilla planifolia*), es una especia "originaria de México y Centroamérica –Costa Rica y Honduras-, pero desde hace muchos años su cultivo se ha ido extendiendo a todo el orbe, de modo que en la actualidad los principales países productores son Madagascar, Indonesia, China, Comores y en menor medida Tonga, Reunión, Turquía y Guadalupe." (ASERCA, 2002).

La vainilla en el país se origina principalmente en la zona norte del estado de Veracruz y parte del estado de Puebla, específicamente en la región conocida como el Totonacapan; en esta región es donde se ubican los principales productores de vainilla de todo el país, debido a que ese lugar presenta las condiciones apropiadas de clima y suelo para el óptimo desarrollo de esta planta. En el estado de Veracruz las regiones productoras son: Papantla, Martínez de la Torre, Gutiérrez Zamora, Tecolutla y Poza Rica.

Es una planta herbácea de tallos trepadores que pertenece a la familia de las orquidáceas "aunque existen más de 110 especies de plantas de vainilla en el mundo. Solo 2 de ellas se encuentran presentes en México; la Vainilla planifolia y a la Vainilla Pompona." (ASERCA, 2002). Esta orquídea mexicana es vegetativa y no da semillas, por lo que su cultivo es a través de la siembra de esquejes; al ser una enredadera necesita de un soporte al que se le conoce como tutor; por ello suele utilizarse el cocuite o pichoco y el árbol de naranjo. Para que la vainilla se desarrolle al punto de alcanzar su plena reproducción debe de transcurrir un lapso de 4 años, a partir de ese periodo se presenta la primera floración la cual ocurre al comenzar la primavera durante el mes de marzo. Las flores son de color blanco ligeramente verduzcas cuya vida no dura más que unas horas por la mañana.

La flor una vez fecundada, ahora manualmente, da lugar a una especie de judías verdes relativamente brillantes, a la cual los conquistadores le llamaron vainilla, haciendo referencia a la forma de la vaina. Estas vainas alcanzan su madurez después de transcurrir 9 meses, posterior a eso se da lugar al corte de la vainilla que por decreto oficial se inicia todos los años a partir del 10 de diciembre. Después del corte las vainas pueden comercializarse en verde o ya beneficiadas para lo cual se somete a un proceso de deshidratación al que se le conoce con el nombre de beneficiado, que dura en promedio 2 y 3 meses. Hasta obtener ese sabor y olor que tanto la caracteriza. El periodo de mayor producción de esta orquídea es de aproximadamente hasta los 8 años después de su primer cosecha a partir del cual comienza a declinar su producción.

4.1.2. IMPORTANCIA SOCIOECONÓMICA Y CULTURA EN LA REGIÓN.

El cultivo y producción de vainilla en el país ha estado ligada a la historia del pueblo totonaca. Durante la época prehispánica la vainilla estuvo presente tanto en el culto a los dioses como en los rituales a la naturaleza; este misticismo que tanto la ha caracterizado le ha generado su permanencia dentro de la región del totonacapan debido a lo que representa para su cultura y economía. La vainilla desde hace mucho tiempo fue la actividad más importante dentro de la región y aunque su producción se ha visto reducida desde hace un par de años a causa de los bajos precios, su cultivo continúa siendo el más representativo.

Hoy por hoy tal y como ocurrió varias décadas atrás, se pueden encontrar en toda la región tanto a pequeñas como a grandes plantaciones de vainilla; personas que aun se dedican a las diferentes ramas dentro de la producción ya sea al momento de polinizar, recolectar, beneficiar o comercializar así como a artesanos que manipulan con hábil destreza las vainas ya beneficiadas. De estas actividades se han beneficiado miles de familias, ya sea que dependan directamente de este cultivo o de la generación de empleos indirectos que se generan anualmente en la región.

4.2. ANTECEDENTES DE LA COMERCIALIZACIÓN DE VAINILLA.

Durante la época prehispánica la vainilla solo era considerada como una planta sagrada por lo que su uso se limitaba al culto de las diferentes deidades religiosas. En nuestros días la vainilla tiene un sinfín de utilidades por lo que su cultivo permanece, pero no bajo la misma concepción de antes. Ese misticismo del que se hablaba con anterioridad ha ido desapareciendo paulatinamente, ahora tal y como ha sucedido con otros cultivos milenarios su permanencia depende de un hilo; la causa es el factor económico, al dejar de ser considerada como parte de la cultura para la mayoría de la región, el único motivo por lo que aun continua su producción es solo porque funciona como una pequeña reserva de recursos; pero si su precio continua a la baja su cultivo paulatinamente desaparecerá. Lamentablemente ese día cada vez está más próximo a llegar.

En este apartado se abordará la forma en la que se ha dado el proceso de comercialización de la vainilla; abarcando las diferentes etapas por las que ha atravesado así como los diversos cambios que en cada etapa ha tenido; en primera instancia la época prehispánica, para la presente investigación fue de suma importancia ubicar a la vainilla desde este periodo ya que es fundamental recalcar el tajante cambio que se dio a finales del mismo y durante lo que fue la época colonial hasta llegar a nuestros días.

Los sucesos que a partir de ese periodo se llevaron a cabo, desencadenaron una serie de eventos que marcaron la pauta no solo del descubrimiento y la importancia de la vainilla en México y en el mundo; también dieron pie a una serie de acontecimientos como el abuso que se hizo de la confianza de los indígenas totonacos por la obtención de la producción, la pérdida del monopolio, el declive de su producción nacional y la destrucción del hábitat de esta orquídea. Como resultado de todos estos hechos, la vainilla paso de ser un tributo a los Dioses, a convertirse en una especie que satisfizo la demandada mundial en tiempos favorables.

4.2.1. DESCUBRIMIENTO E IMPORTANCIA DE LA VAINILLA EN MÉXICO Y EL MUNDO.

Inicialmente la vainilla o xanath como la llamó el pueblo totonaco solo era conocida dentro de los alrededores pero al ser sometidos por el señorío azteca durante los años correspondientes de 1427 a 1440 su uso se extendió a las diferentes regiones del México prehispánico. Los aztecas recibieron la vainilla a manera de tributo, la nombraron ttil-xochitl que en náhuatl significa "flor negra". El uso que los aztecas le dieron fue como aromatizante para el xocoatl "chocolate", bebida demandada por la nobleza azteca por su sabor y el efecto estimulante que generaba; también la ofrecían a los guerreros antes de ir a batalla.

Debido a que los aztecas tenían pocos conocimientos botánicos sobre la vainilla seguían dependiendo únicamente de la dote que los totonacos le otorgaban, en esa época la vainilla continuaba oculta para el resto del mundo; fue a partir de la conquista de los españoles que el conocimiento de este producto se extendió a varios lugares del mundo. Los españoles la conocieron ya que en una de sus visitas con el emperador azteca Moctezuma II les ofrecieron xocoalt, la vainilla formaba parte de esta bebida y tanto el sabor como el aroma que emanaba, despertó su interés.

A raíz de ese primer acercamiento entre los españoles con la vainilla es que se desprende el nombre con el que la conocemos hasta el momento. A partir de entonces se encargaron de llevarla a cada uno de los países del viejo continente para después darla a conocer al resto del mundo. Desde el siglo XVII se tienen los primeros registros sobre la comercialización de vainilla, colocando a México como el único productor a nivel mundial. Su consumo en aquel entonces era considerado un lujo al ser una de las especias más caras y dejó de serlo, debido a que su consumo se extendió en las diferentes industrias tanto farmacéutica, repostería y de perfumes.

Es un producto con un valor elevado en comparación de otras especias, solo está por abajo del azafrán. México al ser el único productor en el mundo de una especia tan codiciada era de esperarse que se elevaran los precios y se originaran disputas por controlar su mercado; los datos que se tiene al respecto manejan que dentro del país su precio era mínimo, pero al trasladarla a España su precio se triplicaba. Pero eso solo representaba el principio de una ardua competencia por controlar su comercialización, desde el momento de su cosecha incluso meses antes de realizarse ya se presentaban altercados al respecto.

En una de las fuentes consultadas se encontró un dato que refleja las primeras dificultades que se presentaron al momento de llevar a cabo el proceso de comercialización "la queja de un negociante español levantada en contra del alcalde mayor del cantón de papantla en 1743, al ser multado por comprar el fruto antes del 8 de diciembre, el comerciante impugnó la prohibición y describió la forma como las cosas se había hecho desde hacia tiempo atrás: los indígenas recolectaban silvestre y la vendían en las poblaciones a los comerciantes y beneficiadores sin limitación alguna de fecha"⁴³. Aunque esta problemática se presentó hace más de 200 años, aun en esta época continúa, a pesar de que se han llevado a cabo varias acciones para combatirla.

"El Ayuntamiento de Papantla en 1824, siendo gobernador del Estado el general Miguel Barragán expidió un decreto fijando la fecha oficial de corte en Misantla y Papantla, a partir de este ejemplo, hubo muchos más que le sucedieron, hasta que el presidente de la república Manuel Ávila Camacho expidió dos decretos; el primero el 23 de julio de 1941".⁴⁴ Fue una de las formas de regular y reglamentar la explotación, el comercio y el beneficio de la vainilla; aunque sus objetivos eran justificados, pero no se tuvieron grandes mejoras, por lo finalmente, se anuló.

⁴³ Chávez Hita Naveda Adriana, 1990, Papantla Veracruz: imágenes de su historia. Turmex, México. p.34

⁴⁴ Zaleta, Leonardo, 2001, Postales de Papantla, Amatlá Litografía, México. Pág. 125.

Después de esa primera experiencia fue que se constituyó otro decreto "el 8 de marzo de 1943, por lo que quedó prohibida su comercialización, corte y la iniciación del beneficiado de la vainilla verde fuera del período comprendido entre el 15 de noviembre y el 15 de mayo del siguiente año."⁴⁵ Este es el que actualmente rige el corte de vainilla y no se aprobó hasta el año de 1943. Anterior a él se efectuaba el corte prematuro de vainilla, lo que impedía que la vaina alcanzara una maduración adecuada; como resultado, su calidad disminuía, por ello se buscó regular su corte hasta el mes de diciembre.

A pesar de que tanto los compradores como los mismos indígenas conocían esto, se seguía realizando su corte y comercialización de manera prematura; la razón se debía que al ser un producto tan demandado y con un valor elevado no faltaba quien quisiera anticiparse a la compra para así controlar su mercado. Aunado a esto el robo de vainillales enteros era otro factor que obligaba a los productores al corte prematuro de vainilla, si la dejaban madurar se la robaban y si la cortaban antes podían ser multados por desacatar la disposición oficial.

De cualquier forma los únicos que salían perjudicados eran los indígenas, quienes no veían reflejado el esfuerzo de su trabajo. Ante tales circunstancias solo tenían dos opciones; cuidar sus vainillales por el temor de despertar un día y ver perdida su producción o madrugar para realizar el corte y con ello anticiparse a los ladrones. Estas acciones continuaron vigentes ante el incremento en el consumo de vainilla y el continuo aumento de su precio; ante las constantes disputas las dificultades fueron más allá del simple factor económico.

⁴⁵ Zaleta, Leonardo, 2001, Postales de Papantla, Amatla Litografía, México. Pág. 125.

4.2.2. LA LUCHA POR LA OBTENCIÓN DE LA PRODUCCIÓN.

El abordar temas relacionados con la vainilla, suelen enfocarse principalmente en el proceso productivo y en el aspecto económico; pero muy pocas veces es tomado en cuenta el aspecto social. Sin embargo son los productores de vainilla quienes desde el inicio hasta la fecha se han convertido en los responsables de llevar a cabo esta importante labor y en la mayoría de los casos son ellos los que menos se ven beneficiados. Durante siglos los indígenas de la región conocida como el Totonacapan y de manera más específica la zona de Papantla se han dedicado a cultivar la vainilla principalmente consumida por el mercado extranjero lo que en sus inicios provocó graves conflictos entre los pueblos que pretendían monopolizar su mercado.

Paradójicamente, podemos señalar que el proceso de comercialización de la vainilla nunca ha sido controlado por los productores. “A través de la historia los poseedores de la vainilla –indígenas campesinos y pequeños productores totonacos– no han manejado directamente su comercialización, ni se han visto beneficiados a pesar de la riqueza que este producto representa”⁴⁶. Desde la dominación de la cultura totonaca por los aztecas y posteriormente por los conquistadores y hacendados, fueron estos quienes acapararon y controlaron totalmente el comercio de la vainilla, no los indígenas que la producían.

Los productores tuvieron que soportar una cadena de calamidades físicas y sobre todo explotación social, sobre todo durante la etapa de comercializar su producto. La gente de dinero proporcionaba créditos a los cosecheros y de esta manera comprometían el producto, pues ya habían recibido adelantos de dinero para la siembra y recolección. Sin embargo, los constantes robos a los vainillales así como los fraudes de los que constantemente eran objeto, provocaban en el mayor de los casos el despojo de sus cultivos.

⁴⁶ Menchaca García Rebeca Alicia, 2009, "La Vainilla" Revista de Divulgación Científica y Tecnológica de la Universidad Veracruzana. <http://www.uv.mx>, 30 de Noviembre de 2009.

Los que no corrían con tal infortunio..." una vez que tenían en sus manos la preciada cosecha bajaban a venderla a las poblaciones, a Papantla preferentemente, pero por los caminos y en poblaciones intermedias eran asediados y presionados por comerciantes menores o de ocasión que buscaban, bajo el engaño, hacerse de un gran provecho"⁴⁷. Es importante señalar que durante la época de 1880 a los indígenas se les pagaba su cosecha con monedas de plata, e incluso se llegó a considerar que en ese tiempo que la vainilla "vale más que la plata".⁴⁸

Muchos de los que lograban hacer una buena venta hacían sus compras y con sus bestias de regreso a sus hogares eran asaltados e incluso algunos, por no decir la mayoría, terminaban muertos en las veredas a manos de maleantes que los estaban esperando para quitarles el dinero de la venta. Tal suceso ocasiono que familias enteras desaparecieran o cambiaran de cultivo, la causa era el temor a perderlo todo e incluso la vida misma. Las pérdidas humanas en aquel entonces por el robo y defensa de la vainilla son incalculables.

A pesar de los constantes abusos y de los compromisos que se les obligaba a contraer y pese a los múltiples obstáculos por los que tuvieron que pasar, no fueron lo suficiente para impedir que los productores de vainilla continuaran con el cultivo de esta orquídea. Las arbitrariedades fueron toleradas por los productores como un mal necesario; aunque con este hecho no estaban dando por aceptada su condición, la toleraban mientras luchaban por conseguir un precio justo. Aun con tales dificultades México continuó posicionándose como el único productor de vainilla a nivel mundial, lugar que ocupó hasta el año de 1841 aproximadamente.

⁴⁷ Chávez Hita Naveda Adriana, 1990, Papantla Veracruz: imágenes de su historia. Turmex, México. p. 35

⁴⁸ Zaleta, Leonardo, 2001, Postales de Papantla, Amatla Litografía, México. Pág. 126.

4.2.3. LA PÉRDIDA DEL MONOPOLIO.

Durante el siglo XIX el negocio de la vainilla fue en aumento debido a que se hizo un elemento imprescindible no solo en la elaboración de chocolate, sino en la repostería y como saborizante de helados. La diversificación en su consumo incrementó su demanda provocando que se extendiera su cultivo fuera del país. En Europa ya se hacían intentos por introducir el cultivo, “en el siglo XVIII la vainilla fue exportada a Francia y llevada al jardín botánico de París”⁴⁹, pero a causa de las condiciones climáticas, la vainilla no paso a ser más que hacer una planta ornamental en aquella región.

"Fue hasta 1822, cuando la vainilla del jardín botánico de París es introducida a la Isla Reunión en donde su clima y suelo fueron benefactores para su cultivo"⁵⁰. Aunque su cultivo se propago rápidamente la vainilla permaneció por largo tiempo sin dar fruto, la razón fue que la polinización no se llevaba a cabo de manera natural fuera de su lugar de origen ya que no se encontraban las abejas melíponas, estos insectos eran los responsables de llevar a cabo la polinización. A falta de estos insectos se descubrió la forma de realizar la polinización de manera artificial, tal descubrimiento marco el inicio para una nueva generación de áreas de cultivo.

Al abolirse el monopolio que tenía México a las colonias francesas, como Borbón, Madagascar y Reunión, emprendieron con éxito su explotación, a tal grado de competir ventajosamente con la vainilla mexicana. Profundas transformaciones en el mercado mundial de este saborizante se produjeron desde 1850. Las colonias francesas se volvieron las principales productoras al aportar alrededor del 70 por ciento de la vainilla consumida en el mundo cantidad muy superior a la producida en la región papanteca, la cosecha mexicana solo cubría un 15 por ciento de la producción mundial.

⁴⁹ Consejo Nacional de Productores Vainilleros A. C., 2009, Plátanos y Postres de Vainilla Natural, Pixel Creativo, México. Pág. vii

⁵⁰ Op.Cit.. Pág.vii

Aun cuando la vainilla y el beneficiado que se le daba en aquellas regiones dejaban mucho que desear al contar con una calidad poco selecta en comparación a la calidad de la vainilla mexicana; los compradores internacionales se inclinaron más por la cantidad y el precio de las nuevas áreas de cultivo dejando de lado la calidad. Esto provocó que Francia, país que por muchos años fue el principal consumidor de la vainilla dejara de comprar el producto mexicano, a pesar de esta situación la vainilla de papantla que por su calidad, constantemente alcanzaba precios mayores al de las demás regiones productoras, logró la extensión de su mercado.

“A finales del siglo XIX, Estados Unidos se convirtió en el principal consumidor de vainilla en el mundo desplazando a Francia.”⁵¹ Lo que significó la apertura de un nuevo mercado para la vainilla mexicana, la cual se transportaba en "latas perfectamente cerradas, eran a su vez acomodadas en cajas de madera de cedro. Cada una contenía un número variable de mazos y vainas, de acuerdo al grosor y tamaño de las mismas. Cada lata pesaba entre 17 y 20 Kg y cada caja alrededor de 60 kilos".⁵² De esta forma eran enviadas de Papantla a la villa de Cabezas del Carmen (hoy Gutiérrez Zamora), la cual salía del país por las costas de Tecolutla para su exportación al Caribe, y Europa; pero también por Tampico con destino a las casas importadoras de Estados Unidos.

Por más de dos siglos, México país de donde era originaria la vainilla se mantuvo como el único proveedor de esta orquídea en el mundo. Pero después de la pérdida de su monopolio y tras dejar de ser el país número uno en cuanto al volumen de producción en comparación con las aportaciones de Madagascar. Otro gran golpe contra la vainilla mexicana fue propiciado por los laboratorios químicos al introducir la vainilla sintética. "Esta se lanzó comercialmente desde 1876 pero su precio resultaba muy alto. A la vuelta del siglo empezó a ser competitivo con el aromatizante natural y requerido en mayor medida."⁵³

⁵¹ Zaleta, Leonardo, 2001, Postales de Papantla. Amatl litografía. México. Pág. 126.

⁵² Chávez Hita Naveda Adriana, 1990, Papantla Veracruz: imágenes de su historia. Turmex, México. p.68

⁵³ Op.cit. 81.

La introducción del producto sintético al mercado con sabor y aroma similar a la vainilla y a un costo mucho más bajo, propició que el consumo de vainilla natural disminuyera considerablemente afectando no solo al país, sino a al resto de las regiones productoras de vainilla en el mundo. Pese a la disminución de su producción, la vainilla todavía fue por un tiempo más el eje comercial de Papantla, en tanto que otras actividades iban desarrollándose, como el cultivo de naranja y la industria petrolera. "Del periodo que va de 1920 a 1945 la actividad vainillera ocupó en la economía del distrito papanteco un lugar preponderante a pesar de los altibajos de la demanda ".⁵⁴

4.2.4. DECLIVE DE LA PRODUCCIÓN A NIVEL NACIONAL.

Hasta comienzos de los años 50 en la zona del totonacapan "se cosecharon en 1956 cerca de 9,000 has. Con una producción de 1,500 toneladas de vainilla verde" (ASERCA, 2002). Pero al disminuir la demanda de la vainilla mexicana en el mercado internacional se redujo su producción a causa de la excesiva oferta, resultado de los enormes volúmenes producidos por los países africanos y asiáticos, especialmente Madagascar e Indonesia. Para finales de la década de los 50's, cuando, las producciones abundantes y por tanto baratas, la competencia de la vainilla sintética, y los daños secundarios ocasionados por la industria petrolera que alteró el nicho ecológico, ocasionando que fuera más sensible a plagas y enfermedades.

De esta forma fue que llegó el tan esperado fin de la época de oro de los vainilleros tras decaer "la producción 11 toneladas, lo que representó la más baja producción de los últimos 50 años". (ASERCA, 2002). Como consecuencia de ese declive "cerca de 10,000 familias que vivían del cultivo de vainilla a principios del siglo XX, para finales de la década de los setenta llegaban a tan sólo 600 familias" (ASERCA, 2002).

⁵⁴ Chávez Hita Naveda Adriana, 1990, Papantla Veracruz: imágenes de su historia. Turmex, México. p.158

Por lo que muchos de los productores y las familias que dependían de este tradicional cultivo se vieron en la necesidad de vender o cambiar a otro tipo de cultivos como fue la naranja, el café o bien a otra actividad, como la ganadería y los que continuaron con su cultivo lo hicieron pero con vainillales dispersos o en menor medida. Durante el principio de la década de los 80's nuevamente entraría una etapa que marcaría el resurgimiento de este cultivo, en el mercado internacional se promovió el consumo de productos saludables. Con esto se generaron importantes cambios tanto en la manera de producir, procesar y transportar los alimentos, con el fin de proteger la salud de los consumidores.

Esta medida reabrió el camino para el consumo de vainilla natural; por lo que el mercado mundial de vainilla natural se vio nuevamente beneficiado a través de la fuerte demanda de vainilla frente a los sustitutos sintéticos. Tales acciones no solo generaron una mejora en los precios también impulsaron la reactivación de su producción en el país. En México el resurgimiento de este cultivo se dio a través del "apoyo del Banco de Crédito Rural y de la oficina regional de la SARH" (ASERCA, 2002), quien otorgó crédito para el mantenimiento de los vainillales existentes y también para ampliar el área de su producción.

Hasta aproximadamente el año 2000 tanto la producción como los precios en torno a este producto se mantuvieron estables a pesar de tener un volumen muy por debajo de la demanda mundial. Sin embargo durante el ciclo 2000-2001 la comercialización de vainilla obtuvo en vainilla verde un precio en promedio de 100 pesos por kg., cifra que resulta ser no sólo atractiva, sino que indicaba lo redituable que puede ser este cultivo. Para el año 2003 el precio de la vainilla en nuestro país tuvo un realce, "su valor económico era muy alto, alcanzo precios muy superiores a los \$ 3,000 pesos por Kg. de vainilla beneficiada."⁵⁵.

⁵⁵ López Sinécio, 2008. 20 AÑOS de CHAPINGO en la REGIÓN DEL TOTONACAPAN. UACH, México.p.31.

La causa de tales repuntes económicos se debió a los ciclones y huracanas que azotaron a Madagascar provocando que las zonas vainilleras se vieran afectadas y por lo tanto su producción se viera reducida, a este hecho se le sumaron "las políticas de liberalización del comercio, las cuales generaron ciertas distorsiones en contra de los países consumidores" (ASERCA, 2002). Esta coyuntura permitió que México se perfilara como un país con enorme potencial ante la demanda existente por el mercado mundial, principalmente de los Estados Unidos; además de la reducción de costos a causa de la cercanía que entre ambos países existe otras de las razones se debió a la calidad que la vainilla mexicana posee.

4.2.5. LA PAULATINA PÉRDIDA DE SU HABITAD.

Las principales amenazas a las que se enfrenta el cultivo de vainilla se pueden dividir en dos categorías: causas naturales y aquellas que son resultado del impacto provocado por los humanos. Las amenazas naturales se encuentran principalmente en las alteraciones climáticas en su mayoría consecuencia del calentamiento global; durante unos meses la región vainillera es afectada por sequias, mientras que en otra época del año las recurrentes lluvias y huracanes provocan que los vainillales se vean constantemente afectados.

Por otro lado, el inminente y desmedido crecimiento demográfico dentro del hábitat destinada a la plantación de vainilla y la continua llegada de empresas petroleras han provocando que paulatinamente se redujeran los espacios para su cultivo, estas son solo algunas de las tantas amenazas producidas por las actividades del hombre. La expansión de la agricultura hacia otro tipo de cultivos fue restando espacios que antes se destinaban al cultivo de vainilla lo que puso en riesgo no solo su producción, también se vio afectada el hábitat de las abejas meliponas, (insectos encargados de la fecundación de la flor de la vainilla) lo que origino que se desplazaran a otras regiones y tras su pérdida se tuvo que implementar la polinización de manera asistida.

4.3. Proceso de comercialización de vainilla.

La región del Totonacapan desde ya hace varias décadas ha sido y seguirá representando el punto de partida a nivel estatal para todo el proceso que conlleva a la comercialización de vainilla. Dicho proceso se desarrolla a través de números pasos que abarcan cada una de las etapas de la producción de vainilla comenzando con; la obtención de bejucos, tutores, abonos, fertilizantes, los diversos jornales que implica la producción así como un rendimiento óptimo de la superficie destinada a su cultivo.

Al tener ya el fruto listo se ha llegado al punto de comercializarlo, tal acción se desarrolla en primera instancia de dos formas; la primera es realizada cuando la vainilla este en verde y la segunda fase se lleva a cabo después de haber pasado por el exhaustivo proceso beneficiado. Tanto la vainilla verde como la ya beneficiada representan la forma más recurrente en la que la vainilla es comercializada, principalmente en grandes volúmenes. Al comercializarla de esta manera solo se llega a uno de los tantos peldaños antes de llegar a manos del consumidor final.

4.3.1. VAINILLA VERDE.

La vainilla verde es lo que se podría considerar como la producción primaria, al ser solo el punto de partida del cual se desprende toda una serie de actividades en torno a este aromático producto. En el caso particular de la producción en verde tan pronto como es cortada durante el mes de Diciembre y posteriormente recolectada por el productor se comercializa dentro de la misma región entre los intermediarios o beneficiadores para ser destinada en el mayor de los casos a los diferentes beneficios ubicados en las localidades aledañas. También a este proceso se están cada vez inmiscuyendo algunas organizaciones vainilleras con representatividad en la región como lo son; el Consejo Estatal de Productores de Vainilla de Veracruz y el fever-vainilla, en ambos casos estas organizaciones están funcionando como acopiadores de vainilla para posteriormente darle el valor agregado.

La causa de la participación de estas organizaciones como acopiadores de vainilla se debe cada vez más a la irregularidad en el precio al momento de comercializar, esta fluctuación de precios en la región se origina principalmente por dos factores; la primer causa corresponde a la calidad que presenten las vainas y la segunda es a causa de la intervención de varios agentes llámesele coyotes, acaparadores o beneficiadores. Los compradores al adquirir la vainilla en verde se basan en las características que presenten las vainas, para lo cual se tiende a clasificar "de acuerdo a su condición física en tres clases, cuyas proporciones varían de acuerdo a la madurez del fruto, a las condiciones climáticas y al manejo durante su desarrollo." (Curti, 1982). Los estándares de calidad a los cuales se apegan tanto acaparadores como beneficiadores al momento de realizar la compra obedecen a la siguiente clasificación:

Cuadro N° 1. Estándares de Calidad Vainilla Verde.

VAINILLA	CLASIFICACIÓN
Vainilla entera 	"Frutos grandes, maduros, bien formados y sin daños físicos con un contenido de humedad de 78%, constituyen aproximadamente el 85% del peso del racimo."
Vainilla rajada 	Frutos sobre maduros, abiertos longitudinalmente en forma natural, el extremo inferior se torna café y exuda un líquido rojizo, con un contenido de humedad de 75 a 77%, constituyen aproximadamente el 4% del peso del racimo.
Vainilla zacatillo 	Frutos inmaduros, pequeños, deformes y/o con daños de insectos o mecánicos, de menor calidad que la vainilla entera, con un contenido de humedad de 80% aproximadamente, esta vainilla representa el 6% del peso de racimo." (Curti, 1982).

Fuente: Elaboración propia, con datos de Cultivo y beneficiado de la vainilla en México.

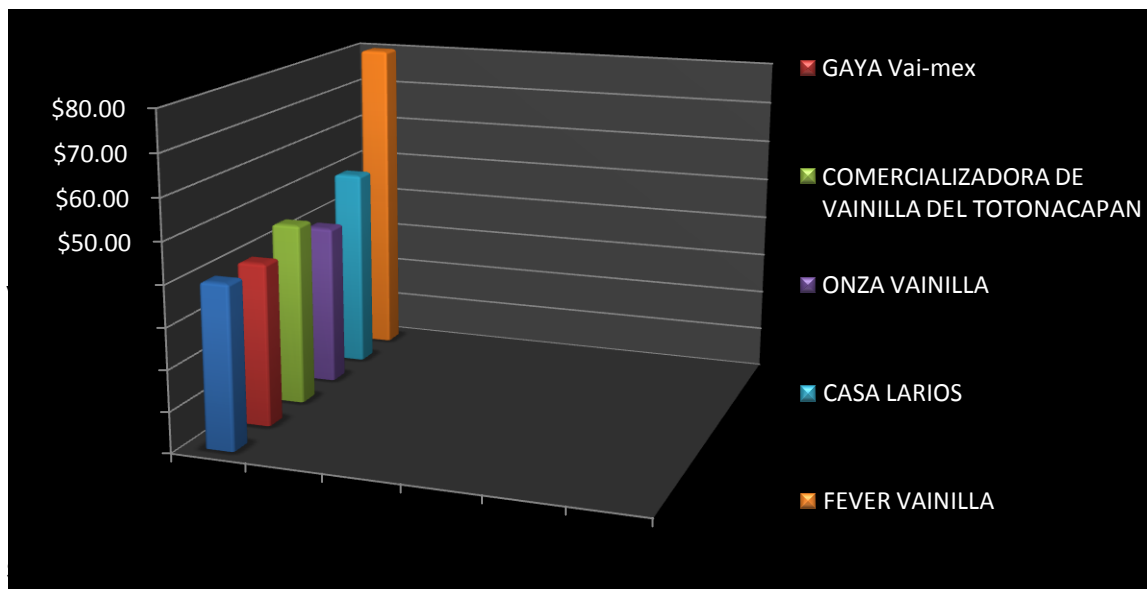
Esta clasificación sigue vigente pero los cambios que se han suscitado desde los tiempos de Curti a la fecha es que antes los compradores adquirían tanto la vainilla rajada como el zacatillo. Ahora la realidad es completamente distinta y con el tiempo las exigencias en cuanto a la calidad han ido cada vez más en aumento por lo que la vainilla entera es la que más se comercializa dejando en segundo plano a la vainilla rajada y ya ni hablar del zacatillo el cual ya ni siquiera es recibido por algunos de los centros de beneficiado.

Otro de los factores que incide en la calidad de la vainilla y por lo tanto en su precio es que algunos productores tienen descuidadas sus plantaciones, como consecuencia tal acción les viene restando al momento de querer comercializarla debido a que las vainas suelen presentar algunas malformaciones a causa de las plagas u hongos, por lo que aceptan cualquier cantidad de dinero con tal de sacar su producción y que no se les eche a perder al no poder darle un valor agregado. Esto en parte ha provocado que aunque los productores intenten comercializar su producción a cierto precio la realidad es que de nada sirve ya que lo anterior ha generado que los coyotes, acaparadores o beneficiadores se escuden en la mala calidad de la vainilla para así controlar y manipular los precios a su conveniencia.

Otro aspecto del cual se valen para fijar los costos se basa en el precio en que se comercializa en Madagascar pero lo que no toman en cuenta es que estamos en México y la diferencia entre aquel país africano es que aquí ni la calidad ni la cantidad es la misma la diferencia es demasiada por lo que suena absurdo que las casas beneficiadoras la usen como parámetro cuando la diferencia entre ambas es abismal. Utilizando tales argumentos durante años estos agentes han doblegado al productor obligándolo a ceder y a aceptar el precio que impongan por su producción. Estos son los causantes de generar el desinterés de algunos de los productores hasta lograr que de forma cada vez más recurrente el productor se vea orillado a abandonar su producción.

El precio que existe en torno a la vainilla verde sigue variando, ya que no solo se fija dependiendo de la calidad, también los acaparadores y beneficiadores tienen sus medios para determinar el monto con el que adquieren la producción; algunas veces toman en cuenta la forma en les haya ido en la comercialización anterior, así como la cantidad de vainilla que logren cosechar en el año como en el caso de los beneficiadores, que desde hace un tiempo se han hecho de sus propios cultivos por lo que solo adquieren la cantidad que no alcancen a cubrir según la demanda del mercado consumidor y también se basan en la medida de sus posibilidades.

Grafica N° 2. Precios de Vainilla Verde (Kg.) Ciclo 2009-2010.



4.3.2. VAINILLA BENEFICIADA.

La vainilla beneficiada es el nombre que adquieren las vainas al obtener el sabor y aroma que tanto la caracteriza; para lograr su transformación a tal estado las vainas verdes tienen que pasar por el proceso de beneficiado el cual se realiza tras llevar a cabo varias actividades. En general son 7 los pasos que hay que seguir para la obtención de una vainilla de buena calidad, los cuales se presentan de forma ordenada de la siguiente manera:

- 1.** "Recepción de la materia prima, vainilla verde.
- 2.** Despezonado, actividad que consiste en el desprendimiento del pedúnculo floral. De igual forma se lleva a cabo una primera clasificación de la vainilla, de acuerdo a tamaño y tipo.
- 3.** Escaldado. La vainilla se coloca en cajones y se mete a un horno durante 24 a 48 horas a una temperatura de 60° C con el objetivo de matar la vainilla, es decir detener el proceso de maduración de la vainilla. Este paso se considera como crítico, ya que es en éste donde se define, en gran medida, la calidad que tendrá la vainilla.
- 4.** Sudado. La vainilla se coloca nuevamente en cajones y se tapa con mantas de algodón a fin de mantener el calor interno, de modo que las vainas se mantengan en sudoración. La vainilla debe permanecer en los cajones de sudado un tiempo que oscile de 24 a 48 horas.
- 5.** Secado al sol con sudores alternados. En este paso, la vainilla se saca de los cajones para que sea asoleada en los patios. Después volverá a meterse a los cajones, tapándose para que siga sudando. Esta acción se repetirá hasta de modo que una vainilla puede requerir hasta de 30 sudores. Posteriormente se hará una segunda clasificación, la que constará de sólo dos categorías: vainilla sencilla y vainilla de cuerpo. Esta última es la que se considera de mejor calidad ya que ha llevado un proceso de beneficio adecuado.
- 6.** Depósito de observación. Durante esta actividad la vainilla beneficiada es depositada en bodegas a fin de que se dé una revisión para cuidar la incidencia de plagas y enfermedades.
- 7.** Clasificación. Finalmente la vainilla que no ha presentado problemas en el depósito de observación es clasificada a fin de que pueda ser empacada y vendida." (ASERCA, 2002).

Estos pasos son los que le dan ese valor agregado a la producción, pasando de vainilla verde a vainilla beneficiada.

"La vainilla contiene vainillina, ácido vainílico, resinas suaves, proteínas, azúcares, celulosas y minerales, los que, en conjunto, permite dar el aroma natural de la vainilla." (ASERCA, 2002). Sin el proceso de beneficiado la vainilla solo es una vaina sin ningún potencial ya que su consumo se da a partir de que adquiere las características que demanda el mercado al que se destina su consumo. Los responsables de llevar a cabo tal labor son las casas beneficiadoras y alguno que otro productor instruido en tal actividad, los productores muy poco se adentra en dicho proceso por el laborioso trabajo que implica, así como los tan elevados controles de calidad que existen en torno a su comercialización.

Aunque la forma de beneficiar se ha ido perfeccionando, para lograrlo ha tenido que pasar por varias etapas; desde los inicios de su cultivo los indígenas totonacos le dejaban el beneficiado a la misma naturaleza, ya que al no cosecharla la vainilla en verde la planta se beneficiaba de manera natural hasta que se desprendiera el fruto al adquirir un color oscuro. Con el tiempo esta forma dejó de practicarse a causa no conseguir una maduración uniforme degradando así la calidad de la vainilla la cual comenzaba ya a exportarse en mayores volúmenes. Por lo que implementaron nuevas alternativas; una de ellas fue, después de que "las vainas maduraban en la liana y comenzaban a desarrollar su fragancia se cosechaban para después proceder con secado al sol." (Curti, 1982). Con el tiempo esta práctica por si sola resultaría obsoleta a causa de las lluvias.

"A fines del siglo XIX el señor Juan Pérez, originario de Papantla, Veracruz, utilizó por primera vez un horno de pan para deshidratar la vainilla." (Curti, 1982). Gracias a este descubrimiento se mejoró el proceso de beneficiado de vainilla, los beneficiadores realizaban esta actividad misma que intercalaban con la exposición al sol, al combinar estas dos técnicas se logró acelerar el proceso y con ello reducir el tiempo para lograr un beneficiado uniforme que permitiera la obtención de vainilla de mejor calidad.

Con el transcurrir de los años y así como los métodos en cuanto a esta actividad van evolucionando de igual forma lo han venido haciendo las exigencias en cuanto a los parámetros de calidad.

Al estar ya la vainilla beneficiada como último paso, y justo antes de comercializarla vuelve a pasar por una selección que determinara no solo la calidad que posee sino que también pone en descubierto el tipo de comercio al que va destinada y con todo ello se establece el precio a pagar por el producto. La vainilla al ya estar beneficiada se clasifica una vez más; se divide en dos categorías rajadas y no rajadas, para después clasificar las no rajadas en 3 categorías de calidad de acuerdo a las siguientes características:

Cuadro N° 2. Estándares de Calidad Vainilla Beneficiada.

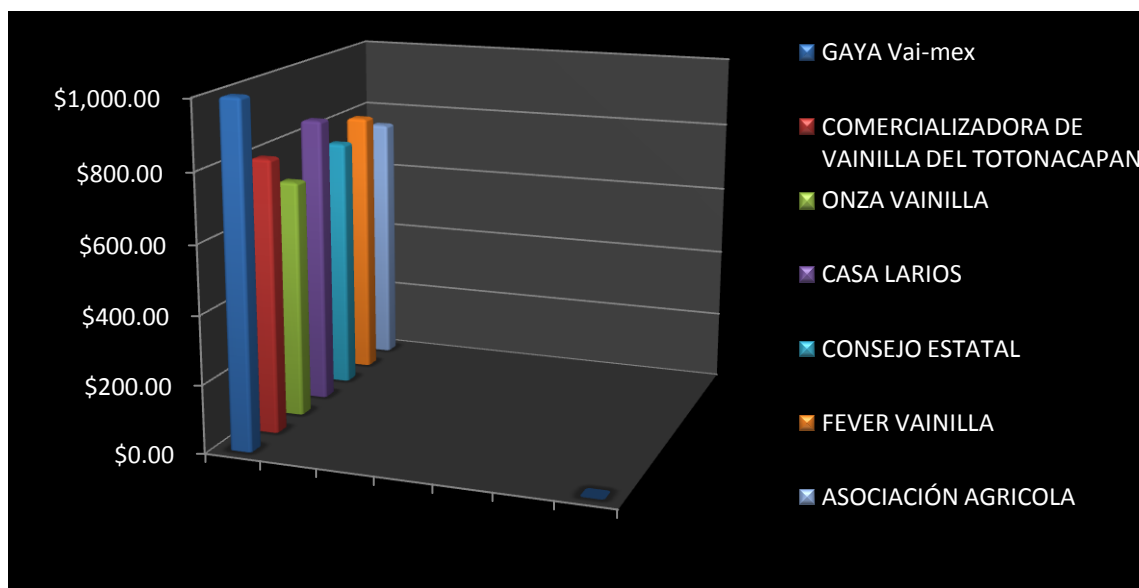
VAINILLA	CLASIFICACIÓN.
Extra 	"Flexible y brillante a lo largo de toda la vaina, de un color café oscuro o achocolatado, de aroma dulce y sabor delicado
Primera 	Flexible y brillante a lo largo de toda la vaina de un color café oscuro o café con filamentos rojizos de aroma y sabor dulce.
Segunda 	Poca flexibilidad y brillo, de un color café claro y aroma suave." (Curti, 1982).

Fuente: Elaboración propia, con datos de Cultivo y beneficiado de la vainilla en México.

La vainilla beneficiada al pasar por esta última selección es empacada en mazos con el fin de conservar tanto su brillo, aroma y sabor para su comercialización. En cuanto al costo pagado por esta vainilla es muy poca la variable que existe entre los distintos tipos de calidad, en cambio entre la vainilla en verde la diferencia que existe es abismal ya que para poder obtener 1kg. De vainilla beneficiada se necesita de 5 Kg. de vainilla verde.

Por lo que además de tomar en cuenta la cantidad de vainilla utilizada a ello se le suma todo el esfuerzo y el tiempo que se invierte para la obtención de 1 kg. de vainilla beneficiada.

Grafica N° 3. Precios de Vainilla Beneficiada (Kg.) Ciclo 2009-2010.



Fuente: Elaboración propia, con datos de trabajo de campo.

Como se manifiesta en la gráfica N° 2, y tras haber tomando en cuenta el precio fijado por las casas beneficiadoras que se encuentran dentro de la región, se ha llegado a establecer un costo aproximado de \$ 800.00 por 1 Kg. de vainilla beneficiada de primera calidad. Se tomó como base la vainilla de primera calidad ya que viene siendo la más demandada por el consumo regional y nacional además de ser una calidad intermedia entre las clasificaciones existentes. Aun así se ha realizado también un estimado del precio establecido por la vainilla beneficiada de calidad extra o gourmet como también se le conoce, la cual se encuentra a \$ 1,300.00 el Kg, la vainilla de segunda \$ 500.00 el kg. Y por último la vainilla de tercera \$ 450.00 kg.

4.4. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.

Los canales de comercialización son "la cadena que une al productor con el consumidor y se le llama también canal de distribución" (Peña, 1982); de manera que a través de este canal y tras la participación de varios agentes es como la vainilla llega a manos del consumidor final. La finalidad del canal de comercialización es de acercar el producto al público consumidor y dentro del mismo enlace van inmersos todos los agentes que hacen posible no solo que el producto llegue a su destino final, además son los responsables de realizar dentro del mismo canal todas las transformaciones que necesite el producto que en este caso es la vainilla para su consumo.

A primera instancia la vainilla antes de llegar al consumidor final sufre varias transformaciones; la primera de todas ellas se da al pasar de vainilla verde a vainilla beneficiada, al realizar estas y otras actividades que le dan ese valor agregado a la producción suelen emplearse tanto recursos propios como independientes. Es aquí donde la comercialización se puede efectuar por medio de los siguientes canales: Directo, Indirecto e Intermedio. El canal Directo es aquel en donde solo existe un vínculo entre productor y consumidor, mientras que el indirecto hace partícipes de la comercialización a los demás eslabones de la cadena productiva.

Por su parte el canal intermedio solo se da a través de 3 agentes el productor que vende su cosecha, el comprador que la adquiere y puede venderla tal y como se la entregan o darle algún proceso para después colocarla al mercado a un precio más elevado al consumidor.

A continuación se presenta una muestra de los tres canales de comercialización de vainilla, empezando por el menos recurrente de todos ellos; el canal directo:

Esquemas N° 5. Canal de Comercialización Directa.



Consumidor Final

Fuente: Elaboración propia, con datos de trabajo de campo.

Al realizarse el proceso de transformación de la vainilla con recursos propios se está efectuando una comercialización más directa ya que el productor es el encargado de darle un valor agregado a su producción siendo él el único partícipe dentro de la cadena de comercialización, esto facilita no solo un acercamiento con el consumidor, y colocar su producción a un precio más accesible ya que su ganancia ya no se ve mermada debido a que se quita de en medio a los intermediarios. Con este tipo de comercialización tanto productores como consumidores resultan beneficiados a causa de un comercio más justo.

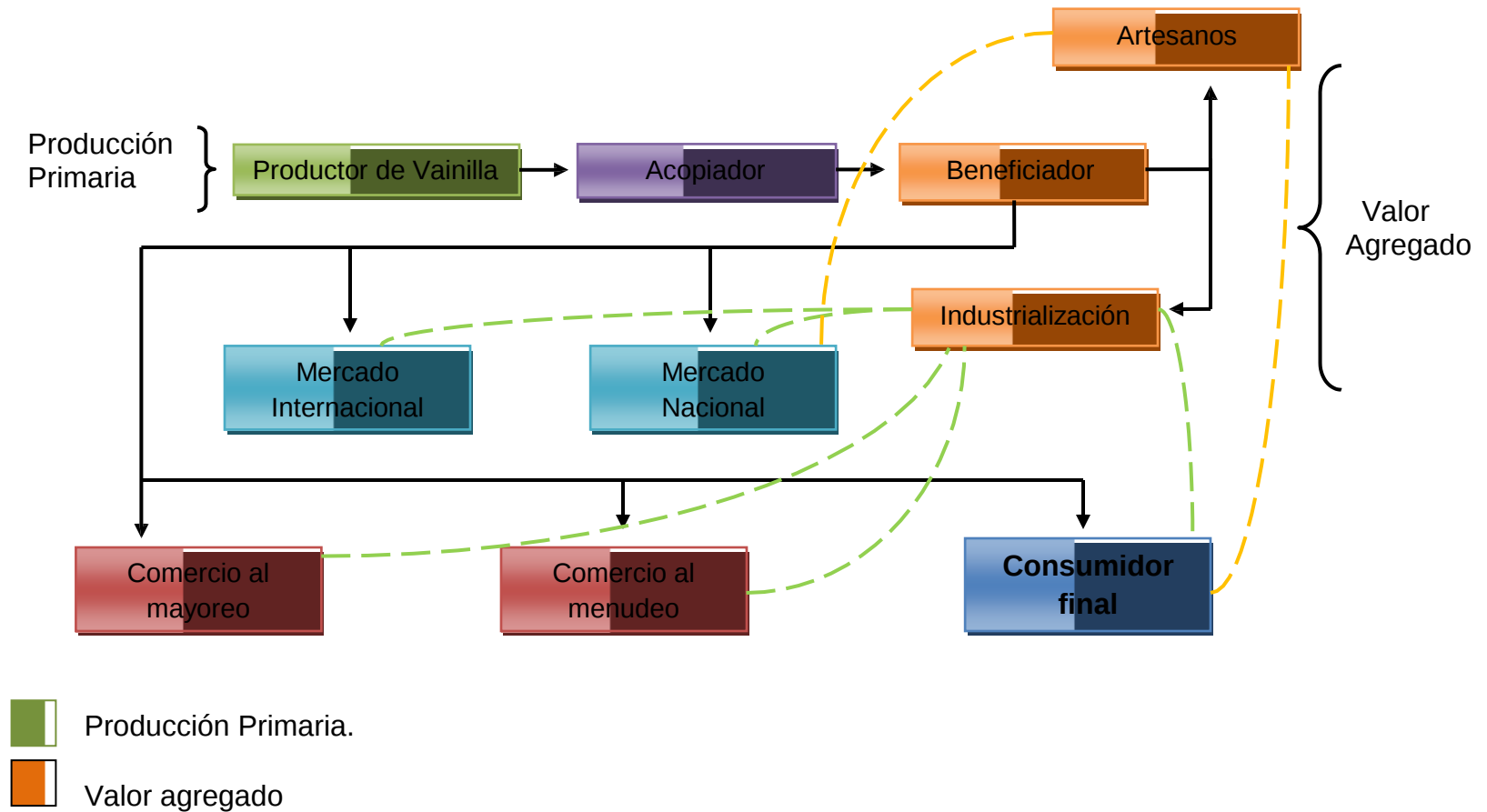
A pesar de ser el canal menos recurrente dentro de la comercialización de vainilla, desde hace algunos años se han presentado varios casos de éxito realizados a través de este modo de comercializar.

De manera independiente algunos productores han logrado a base de su ingenio y recursos propios poder escalar los peldaños que anteriormente les impedía pasar de simples productores y recolectores, ahora participan en toda la cadena productiva empezando por toda la producción primaria para después darle un valor agregado a través del proceso de beneficiado, y por último se transformar en alguna artesanía lo que es más recurrente para posteriormente ser adquirida por el consumidor.

A diferencia de este tipo de comercialización, la realizada con recursos independientes, suele involucrar no a uno si no a varios agentes en cada uno de los diferentes procesos por los que pasa la producción de la vainilla. Por tal motivo a este tipo de comercialización se le conoce como canal indirecto, ya que para que la vainilla llegue al consumidor tiene que pasar por una serie de procesos los cuales son efectuados por diferentes personas. De manera inmediata este tipo de canal suele estar conformado de los siguientes agentes; productor, intermediario y consumidor. Pero al ser vainilla el canal de comercialización aumenta. Como consecuencia de este aumento en la participación de la cadena productiva se genera de igual forma un incremento en el precio por el producto final, el cual es resentido por los consumidores.

El esquema que se presenta a continuación pone de manifiesto cada uno de los eslabones que se involucran dentro del proceso del canal de comercialización indirecta.

Esquemas N° 6. Canal de Comercialización Indirecta.



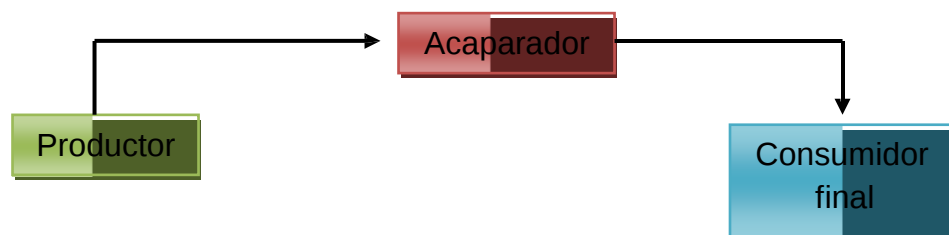
Fuente: Elaboración propia, con datos de trabajo de campo.

Este canal de distribución es el más recurrente de los tres canales que existen al comercializar la vainilla y aunque la finalidad entre los otros dos canales de comercialización es la misma el procedimiento es completamente distinto. En este sentido la producción pasa por varios eslabones lo que además de brindarle un valor agregado a la vainilla, se logra un aumento en cuanto a la expansión en los nichos de mercado, por lo que se amplía su comercio tanto a nivel nacional como internacional, tal aspecto también abre un sinfín de posibilidades para el consumidor, ya que además de poder adquirir la vainilla también la podrá degustar en infinidad de productos como artesanías, extractos, perfumes, licores, entre muchos otros más.

La única dificultad que se encuentra al implementar este canal de comercialización, es el incremento en los precios, esto se debe a que antes de que la producción llegue a manos del consumidor final, primero debió haber pasado por varios filtros, estos filtros no son otros más que los eslabones de la cadena productiva, los cuales se llevan gran parte de ganancia unos por transformarla en algún producto y otros por el simple hecho de transportarla y revenderla.

Antes de abordar de manera detallada la participación de cada uno de los eslabones dentro de la comercialización, se analizará el canal de comercialización intermedia.

Esquemas N° 7. Canal de Comercialización Intermedio.



Fuente: Elaboración propia, con datos de trabajo de campo.

El canal intermedio suele ser el segundo modo más recurrente de comercializar la vainilla, este canal solo cuenta con tres eslabones dentro de la cadena de comercialización que son: productor, acaparador y consumidor final; este medio de comercializar es muy semejante al canal directo solo que aquí entra en juego un tercer agente que es el acaparador. Al realizarse la comercialización de esta manera el productor entrega su producción de vainilla en verde a los acaparadores, en este caso puede ser cualquier persona que se dedica a comprar grandes volúmenes de vainilla a los diferentes productores que se encuentran dentro de la región.

Otras veces se realiza un acopio quien suele estar representado bajo la figura de alguna organización vainillera, como lo es el caso del Consejo Estatal de Productores de Vainilla del Estado de Veracruz, estas organizaciones a través de acuerdos entre sus agremiados se encargan de acopiar la vainilla para darle un valor agregado a esa producción, y aunque no cuenten con centros de beneficiado propio buscan la manera de beneficiar la vainilla y por acuerdo de los mismos productores rentaron uno. Posteriormente al ya obtener la vainilla beneficiada buscan a el comprador u algunas veces los compradores acuden a ellos para adquirir el producto ya procesado.

Aunque la venta en vaina no es lo único que ofrecen al consumidor, el consejo estatal ya creó su propia marca colectiva por lo que también se han adentrado en la industrialización de la vainilla a través de un kit contener de azúcar con vainilla, polvo de vainilla y extracto; de la venta de estos productos es de donde se les paga a los productores por la vainilla aportada restándoles solo el costo por beneficiarla. A partir de este caso se dieron otros como el de la Federación Veracruzana de la Vainilla, S.C. de R.L. de C.V., quien desde sus inicios por finales del 2009 se dedica al acopio de la vainilla de los productores que están afiliados a ella. Esta organización al igual que el consejo estatal acopia la producción y ya una vez vendida realizan el pago a los productores por la vainilla verde que hayan entregado.

Las ventajas y desventajas de realizar esta tipo de comercialización son; que al ser retenida la producción por estas organizaciones se quita de en medio a los intermediarios y a beneficiadores, además que se regula el precio que se le da a la producción en verde, el cual es fijado por los mismos productores. Durante el ciclo comprendido entre 2009-2010 por acuerdo de productores pertenecientes al consejo estatal el precio que se estableció por la vainilla verde fue de \$ 50.00 el kilo; mientras que la Fever-vainilla por medio de Instituto Veracruzano de Desarrollo Rural (INVEDER) y tras la promesa de 2 millones de pesos, se acordó a través de la organización y por parte de los productores pagar a \$80.00 el kilo de vainilla verde.

Ahora bien, esto es lo que se acuerda, pero las dificultades a las que se enfrentan comienzan a partir del momento en que se realizan los pagos por la vainilla, ya que estos se inician después de a ver comercializado la producción de vainilla beneficiada al mercado y no antes; lo que ha ocasionada que los productores agremiados a dichas organizaciones tengan que esperar un lapso de varios meses antes de recibir alguna bonificación por su cosecha y los que si llegan a recibir algún pago antes es solo a manera de anticipo.

Aquí es donde se presentan las dificultades para los productores ya que el no contar con una pronta liquides por su producción los limita en muchas aspectos; esto se debe a que este tipo de agricultura no es de autoconsumo por lo que a través de su venta es como ellos cubren algunos de sus gastos tanto para mantener el cultivo de vainilla como para solventar sus necesidades básicas. Pero al pagarles en abonos o hasta la venta de la producción no les resulta factible ya que los mismos productores aseguran que al final gastan más en las vueltas que dan para la obtención del pago, el cual cada vez tarda más en llegarles. Además de este caso les han sucedido otros como el que se registro durante el mes de noviembre del 2010 en donde los productores afiliados al Fever- Vainilla, demandaban el pago de los 2 millones que se prometieron como monto por la producción de vainilla verde que entregaron en el 2009.

Los productores pertenecientes a dicha organización se quedaron sin dinero y sin vainilla; lo único que les quedó fue la promesa de que algún día recuperarían el monto de su producción; así como este hecho ha marcado un debilitamiento en la organización, el Consejo Estatal de Productores del Estado de Veracruz argumentan que el problema que se presenta al comercializar la vainilla se debe al bajo volumen de vainilla que como organización manejan. La causa que ellos manejan es que los compradores que acuden al consejo en busca de vainilla requieren de volúmenes grandes, por lo que esta limitante es la que dificulta la comercialización ya que al no tener la cantidad demandada, las grandes empresas como Coca-cola optan por adquirir vainilla a otros países que si puedan aportar la cantidad que ellos requieren.

Aquí entran en juego otro aspecto como lo es la falta de compromiso por parte de los productores y de las organizaciones que fungen como acaparadores; la razón es que a causa de los retrasos en los pagos, los productores buscan al momento de vender su producción al mejor postor por ello aunque existe un compromiso hacia la organización no se respeta por causa del atraso en los pagos. Por tal motivo muchos de los productores optan por vender su producción a las casas beneficiadoras aunque el precio que les den por su vainilla sea el mínimo a comparación del que aportan estas dos organizaciones.

Esto ha dejado al descubierto que tanto organizaciones como productores siguen inmersos dentro de sus propias necesidades, y muy comúnmente la falta del dialogo y de respetar los acuerdos a los que se llegan son lo que han provocado que aun no se llegue a un entendimiento. Mientras no se dé un compromiso real por parte de las dos partes involucradas las dificultades entorno a la comercialización seguirán existiendo tal cual han permanecido durante los últimos años. De permanecer así las cosas, los productores seguirán siendo oprimidos no solo por los beneficiadores ahora también las mismas organizaciones creadas en pos y beneficio de los mismos serán las que los orillen a depender cada vez más del comercio indirecto para sacar su producción o bien de buscar nuevas alternativas como darle un valor agregado.

4.5. ESLABONES DE LA CADENA PRODUCTIVA.

Al hablar de los eslabones de la cadena productiva se hará referencia sobre cada uno de los actores involucrados dentro de los diversos canales de comercialización de vainilla; a través de dichos canales se llevan a cabo ciertas acciones que van desde: las actividades primarias, darle un valor agregado a la producción, partiendo de la transformación que puede realizarse ya sea por medio del beneficiado, artesanías o por la industrialización, el transporte y comercialización hasta llegar al consumidor final. Todo este conjunto de tareas son realizadas por diferentes sujetos de los cuales no solo depende que la producción llegue al consumidor final; sino que también son los responsables de darle un valor a la producción a raíz de que la van transformando.

No todos los canales de comercialización dependen del mismo número de agentes para realizar las tareas de transformación y comercialización; existen ciertos canales en donde los eslabones pueden depender tanto de la participación de uno u otros agentes; sin el cual no podrían realizar sus actividades o se les dificultaría el obtenerlo los mismos resultados si un día no llegaran a contar con la intervención de los demás eslabones. Por tal motivo y por mínima que pudiera parecer la participación de alguno que otro elemento, es fundamental analizarlos por separado para entender la manera en que su ensamble hace posible la transición de la vainilla verde a beneficiada e industrializada para posteriormente comercializarla.

4.5.1. PRODUCTOR.

Los productores entrevistados durante el trabajo de campo y a través de los cuales se hiciera posible la adquisición de la información contenida en dicha investigación; corresponden a dos tipos. La primera clasificación que se hizo corresponde a los productores que conservan una producción de vainilla tradicional y a menor escala, por lo que su producción en verde puede estar dentro de un bajo volumen, en el mayor de los casos suele ser comercializada

tan pronto y como es cosecha. A este tipo de productor que tiene como único objetivo el producir y vender así tal cual la producción, sin darle ningún tipo de transformación se le puede considerar por sus actividades como un productor primario. Se le ha clasificado de la siguiente manera por ser un productor cuya tarea es dedicarse únicamente a las actividades primarias dentro de la producción de vainilla; por lo que una vez cosechada la producción en verde es concluida su participación dentro del proceso productivo; posterior a él entran en juego otro tipo de eslabones de la cadena productiva quienes a su vez pueden complementar la transformación del producto y con ello destinarlo al público consumidor.

Mientras que este tipo de productor se limita a realizar solo ciertas actividades de carácter primario, el otro productor se diferencia por aplicar tecnología a las ya tradicionales formas de producción de vainilla, además de que la extensión dedicada al cultivo suele ser mayor a comparación de la del productor anterior. Aunque estas diferencias son en cierta forma significativas no son la razón que principalmente los separa; ya que algunos de los productores con estas características siguen siendo únicamente productores y recolectores. El cambio real se presenta cuando el productor se involucra durante todo el proceso de transformación de la vainilla.

Es en ese momento cuando el productor por fin se atreve a romper con el círculo vicioso que lo hacía depender directamente de los acaparadores y beneficiadores, para convertirse en el beneficiador e industrializador de su propia producción. Para muchos productores ese cambio puede significar una transición difícil y hasta porque no decirlo algo arriesgada, debido a la comodidad que para algunos representa el solo hecho de comercializar la vainilla en verde, además de que el no contar con los conocimientos adecuados para la realización del beneficiado de vainilla le puede significar la pérdida de su producción a causa de algún hongo al carecer del conocimiento necesario para realizar tal actividad. Este hecho representa un verdadero reto para los productores ya que no basta con tener la mejor tecnología sino se combina con

la experiencia y esa solo se adquiere con el pasar de los años. Por consiguiente el dejar de ser un productor primario para convertirse en uno secundario se logra después de diversas etapas, las cuales son imposibles de efectuarse de un día para otro, debido a que esto representa para los productores tener que romper con toda una vida siendo productor – recolector. Generalmente los productores de vainilla que se encuentran en la actualidad ya sean primarios o secundarios son el resultado de generaciones y generaciones enteras que han dedicado su vida al cultivo de vainilla, muy pocos son los casos de nuevos productores que se atrevan a cultivarla, la causa no es otra que los altibajos en el precio. Esto ha hecho difícil que los productores se aventuren a tomar parte de todo el proceso de transformación y comercialización de su producción.

Aun así, si hay productores que no han visto otra opción que darle un valor agregado a la vainilla; a partir de ello se han hecho partícipes de todo el proceso productivo y de su comercialización. Un claro ejemplo de ello es el de los productores del "Ejido 1° de Mayo"; estas personas dieron un giro a su forma de venir trabajando la vainilla, no solo mejoraron su forma de cultivarla también se plantearon la posibilidad de beneficiarla y aunque sus conocimientos eran escasos no se dieron por vencidos, enfrentándose al desprestigio por parte de las casa beneficiadoras.

Hoy por hoy la organización de productores de ese ejido se mantiene vigente a pesar de que no han podido comercializar toda su producción de vainilla beneficiada; por lo que se han planteado el procesarla ya sea en una artesanía, licor, extracto, o salsas todo hecho en el mayor de los casos de forma artesanal. Al igual que ellos, otros productores de la región han ido adoptando el darle un valor agregado a su producción; por ello a este tipo de productor se le clasificó como de tipo secundarios, al no vender la vainilla en verde ahora ellos mismos son los que la transforman y le fijan un precio real a su trabajo ya que al quitar a los otros agentes ya no se encarece la vainilla. Para finalizar se puede destacar que sea cual sea el papel que desempeñan los productores de vainilla ya sea de tipo primario o secundario, se enfrentan a una realidad de la que a pesar de

ser el principal eslabón dentro de la cadena productiva siguen encontrándose muy por debajo dentro de lo que al canal de comercialización se refiere. Sea que se dediquen únicamente a vender su producción en verde o le dé un valor agregado a la misma, se mantienen bajo el yugo de los centros beneficiadores, unos en mayor medida y otros un poco menos; los primeros por depender de ellos para comercializar su vainilla y los segundos por las trabas que les ponen al querer darle un valor agregado a su producción tanto los acaparadores, beneficiadores así como el mismo gobierno.

4.5.2. INTERMEDIARIO.

Los intermediarios o acaparadores como también se les suele nombrar son sin duda el principal obstáculo que se le puede presentar al productor; por lo general las personas que se dedican a este tipo de actividad poseen tanto los recursos como los medios suficientes para adquirir grandes volúmenes de vainilla a los productores de la región y posteriormente venderla a un precio mucho más elevado. Los intermediarios son el lazo que une al productor con los demás eslabones de la cadena productiva, siendo el más próximo de ellos las casas beneficiadoras.

Pero así como pueden ser vistos como un lazo que une a esos dos eslabones, también pueden llegar a mermar la relación que en algún momento se pudiera realizar entre el productor y el consumidor. En la región donde se realizó la presente investigación también se les llega a identificar bajo el nombre de coyotes, quienes por medio de la astucia han llegado a manipular a los productores, convenciéndolos de ser la mejor opción en cuanto al precio a pagar por su producción en verde, por lo que se dedican a contactar a los productores desde mucho antes de que inicie la cosecha para de algún modo comprometerlos a vender. Si se quitara de en medio a los intermediarios los productores obtendrían realmente el valor de su producción.

4.5.3. BENEFICIADOR.

Los beneficiadores, los centros u casas beneficiadoras desempeñan una función de suma importancia dentro del proceso productivo de la vainilla. Estos agentes son los encargados de darle el valor agregado más común a la vainilla, transformando la vainilla verde que es entregada a ellos por los productores para posteriormente someterla a un proceso conocido como beneficiado, como resultado de dicho proceso se obtiene una vainilla de un color achocolatado de olor suave y sabor agradable. Aunque el beneficiado anteriormente lo realizaban las indígenas totonacas de forma tradicional, con el tiempo se fue perfeccionando tanto por productores, como por agentes externos a este cultivo.

Algunos extranjeros Italianos que se asentaron dentro de la zona vainillera que actualmente corresponden a los Municipios de Papantla y Gutiérrez Zamora principalmente, se dedicaron principalmente a perfeccionar el beneficiado de vainilla que anteriormente se realizaba de manera tradicional. Este hecho abrió un sinfín de posibilidades ya que se implementó durante el proceso de beneficiado de tecnología como lo son los hornos especiales empleados para llevar a cabo la deshidratación de la vainilla; con lo que se mejoro no solo la obtención de un beneficiado en menor tiempo sino también se redujo la mano de obra y por lo tanto los costos.

Los beneficios que siguen estado en función aun permanecen en la misma zona y siguen empleando las mismas técnicas que sus antecesores. Algunos de los datos otorgados por el Consejo Nacional de Productores de Vainilla manifiestan que existen un total de 12 beneficios en todo el país ubicando a la mayoría de estos dentro del Estado de Veracruz. De los centros de beneficiado localizados en Veracruz se visito únicamente a los de la región del totonacapan como son: Gaya Vai-mex, Comercializadora de Vainilla del Totonacapan, Onza Vainilla, Casa Larios y La Alternativa S.S.S perteneciente a la Asociación Agrícola Local de Productores de Vainilla del Ejido Primero de Mayo.

Todos estos centros de beneficiado a excepción de uno se dedican a la compra de vainilla verde ya sea a productores o a los intermediarios tanto de la misma región como de los estados aledaños; los agentes no tienen que moverse de su lugar de trabajo para adquirir la producción, son los mismos productores quienes acuden a las casas beneficiadoras para ofertar su producción. La manera en que los beneficiadores ofrecen un precio a los productores se basa en la calidad de la vainilla, ya si la calidad es mala el precio va disminuyendo cada vez más. El precio por lo general es impuesto ya que no es muy común que se genere un acuerdo entre los beneficiadores y el productor.

La técnica empleada por los beneficiadores para apropiarse de la producción es colocar letreros fuera de las casas beneficiadoras con la leyenda de "se compra vainilla", posterior a ello los productores acuden ya sea para preguntar a cuanto la están pagando ya dependiendo del precio es como el productor ve si le conviene o no venderla a ese beneficiador. La trampa en este proceso de compra – venta, consiste en que los beneficiadores pueden ponerse de acuerdo para no comprar la vainilla como un recurso para doblegar al productor, haciendo que él venda al precio impuesto; la causa es que por más que quiera no puede hacer nada con su vainilla ya que de no venderla al no saber cómo beneficiarla se le echa a perder.

Por otro parte si el productor tenía planeado entregar su vainilla a una organización como el Consejo Estatal o la Fever vainilla al ver las dificultades que tiene para liquidar la producción que compra resulta contraproducente; por lo que no ven otra opción que vender barato y al contado en lugar de vender a un precio razonable pero en abonos y bajo el constante temor de que ese dinero nunca llegue. La única excepción al respecto es la del beneficio "La Alternativa S.S.S", la cual le pertenece a la Asociación Agrícola Local de Productores de Vainilla del Ejido Primero de Mayo, su función se limita a beneficiar la vainilla que los mismos socios producen, y el proceso también es realizado por ellos mismos, y ya que se finaliza la venta el dinero es repartido entre todos los productores.

4.5.4. ARTESANO.

Los artesanos son un eslabón más de la cadena productiva de vainilla que se enfocan en darle un valor agregado posterior al que le dan los beneficiadores. El trabajo artesanal en sus inicios era una actividad realizada en su mayoría por los hombres, aunque con el tiempo dejó de ser exclusiva de este género para posteriormente ser desarrollada también por las mujeres y aunque en algún momento este oficio era realizado de forma individual en la actualidad también se han llegado a integrar dentro de esta labor a familias enteras. La tradición en el tejido de las vainas, ha sido transmitida de una generación a otra y hasta la fecha así se continúa realizando.

En la actualidad la mayoría de los artesanos que se dedican a esta labor se concentran en el Municipio de Papantla y muy pocos se ubican en los municipios aledaños. Como resultado de la gran presencia de artesanos en dicha región se conformó un grupo de trabajo que se encuentra a la vez dentro del Consejo Estatal de Productores de Vainilla de Veracruz, el beneficio que se tiene al estar agremiado al consejo es la facilidad de espacios tanto en ferias como en eventos culturales, además de los talleres que se ofrecen tanto para mejorar la calidad de la artesanía e innovar en un empaquetado que conserve su peculiar brillo y aroma.

Para la elaboración de cualquier artesanía de vainilla se emplean las vainas de vainilla ya beneficiadas con peculiares características; que sean delgadas, fáciles de manejar por lo que tiene que ser muy flexibles, de un color achocolatado y de agradable aroma; por lo general la vainilla que los artesanos utilizan es adquirida en alguna casa beneficiadora y los que no emplean este medio es por que utilizan la vainilla que ellos mismos producen y que después benefician. En ambos casos la vainilla es aprovechada para la elaboración de figuras, cuya calidad y aroma han sido apreciados no solo en el interior de la república también lo han sido por el mercado internacional.

La elaboración de artesanías además de ser una forma de utilizar e incrementar el valor que las vainas tienen por sí solas han resultado tanto en la región como fuera de ella no solo una fuente más de empleo, para varias familias enteras que se han visto beneficiadas por su producción. Si bien este tipo de actividad le ha dado un realce a esa región no solo por lo que representa la vainilla en sí para el municipio, si no por el peculiar y lo laborioso de su trabajo, el cual se ve reflejado en cada una de las artesanías realizadas, mostrando solo una de las tantas aplicaciones que se le puede dar a esta especia. Hoy por hoy esta tradición del tejido de vainilla se ha mantenido aun pese a los altibajos que la vainilla puede representar tanto para productores como beneficiadores. Aun así el artesano sigue obteniendo ganancias a causa de ese valor agregado que le da a la vainilla intercalando este oficio con alguna otra actividad.

4.5.5. INDUSTRIALIZACIÓN.

Los industrializadores al igual que los artesanos son los agentes en quienes recae, el aportarle un valor agregado a la vainilla después de que esta es beneficiada. Estos agentes a pesar de realizar un trabajo muy semejante al de los artesanos se diferencian por no quedarse estancados en un solo producto, por lo que una de sus principales características se presenta al diversificar el uso que le dan a la vainilla en diferentes ramas como lo son; la industria refresquera, la elaboración de extractos, licores, cremas, perfumes, aromatizantes, entre otras múltiples aplicaciones.

Todo el trabajo que se desempeña al elaborar cualquier producto con vainilla principalmente de manera artesanal como en la gastronomía ya sea a través de la fabricación de salsas, postres y algunos licores; son el resultado de las dificultades por no poder comercializar los grandes volúmenes de vainilla beneficiada que desde hace ya varias cosechas atrás siguen sin poder colocar en el mercado algunos productores. Tras la falta de oportunidades y espacios para comercializar las vainas beneficiadas se ha implementado a manera de alternativa la venta de productos derivados de la vainilla.

A pesar de haber implementado el darle un valor agregado a la vainilla beneficiada como medida para fomentar el consumo y el uso de vainilla natural, continúan existiendo elementos que les impide a estos productos llegar a un número más elevado de consumidores. Aunque se continúan diversificando los productos elaborados a base de vainilla, como ahora que se ha llegado a incursionar en la elaboración de joyería como un medio para abarcar todos los gustos, tratando siempre de brindar precios accesibles al público consumidor permitiendo así un mayor consumo de sus productos.

4.6. DIFICULTADES DENTRO DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN.

Pese a todos los aciertos que se han hecho para comercializar la vainilla; desde el transformarla de vainilla verde a beneficiada a través del proceso de beneficiado, además de incursionar dentro de la industrialización para aportarle a la producción un valor agregado que le brindara ese plus extra a los productores. Plus que de alguna forma ha impulsado e incentivado a los productores a seguir buscando nuevas alternativas para mantener y seguir expandiendo las plantaciones de vainilla dentro de la región. Aunque las alternativas en torno al proceso de comercialización han aumentado del mismo modo lo han hecho las dificultades al momento de comercializarla; cada vez más son las trabas que se le ponen a los productores como las exigencias en cuanto a normas de calidad se refiere.

En cuanto a normas de calidad las dificultades se presentan al momento de comercializar; debido a que los diferentes mercados a los que va dirigida la producción principalmente la que se comercializa en el extranjero es la que se muestra cada vez más interesada en adquirir vainilla bajo la leyenda de vainilla orgánica. Aunque un gran número de productores no usen químicos dentro de su vainilla, la realidad es que no tienen manera de comprobar que su vainilla sea orgánica debido a que pagar una certificación resulta demasiado caro.

Por un lado los productores se encuentran bajo este tipo de demandas y por el otro lado la continua lucha contra los acaparadores y coyotes además de la vainilla sintética quien cada vez más se va apropiando del mercado local y nacional.

4.6.1 ACAPARADORES O "COYOTES".

A pesar de todas las medidas que se han venido realizando desde hace tiempo atrás para eliminar a los intermediarios y acaparadores aun siguen estando muy presentes estos agentes dentro del proceso de comercialización. Las medidas de beneficiar y acopiar realizadas por parte de las organizaciones vainilleras siguen quedándose estancadas ya que no existe un compromiso como tal por parte de los productores al momento de entregar su producción a las diferentes organizaciones vainilleras que existen en la región. Además de que siempre estos agentes buscan la manera de capturar a través de engaños la forma en que los productores recurran a ellos para comercializar la vainilla.

Al respecto, el Sr. Crispín líder del CONAVAI hace la siguiente narración: "Se llegan a acuerdos en donde los mismos productores son los que ponen el precio por el kilo de vainilla verde que se entrega a la organización; por decirlo así a \$ 50.00 pesos por kilo, se hace un documento y lo firmamos todos. Al rato viene otro comprador y se puede poner cerca de donde yo la estoy comprando saca su bascula y pregunta a los productores a ¿cuánto se les está pagando?; no pues que a \$ 50.00 pesos, a pues yo la pago a \$5.00 pesos más, y júrelo que ya me quede sentado todo el día por \$5.00 pesos. Entonces no hay seriedad, si ya es una organización que es un compromiso que asumimos; allá me pagan \$5.00 pesos más, pero si yo ya me comprometí con la organización, para eso formamos esta organización, que se vea que en realidad vamos a respetar y apoyar los acuerdos. "

La tardía liquidez de parte de algunas de las organizaciones que acopian la vainilla es lo que ocasiona que los productores sigan recurriendo a vender su producción al que ellos consideran el mejor postor de acuerdo a sus necesidades inmediatas. Por lo que si se continúan dando estas acciones tanto por parte de los productores como a los líderes de las organizaciones por remediar esta situación, los únicos beneficiados serán los acaparadores, quienes seguirán enriqueciéndose a través del trabajo y de la necesidad de los productores.

4.6.2 VAINILA SINTETICA.

La competencia que existe por el consumo de productos elaborados con vainilla sintética le va restando cada vez más mercado a los productos elaborados con vainilla natural. Para los consumidores de vainilla, la llegada de vainilla sintética al mercado representó una mejor opción puesto que su costo es menos elevado que el que representa la vainilla natural; por ello se disparó el consumo de la vainilla sintética y el de la vainilla natural disminuyó considerablemente afectando a los productores y beneficiando a las grandes empresas.

Posteriormente a ese auge por el consumo de vainilla sintética se abrió una esperanza para los productores de vainilla al descubrirse que “los saborizantes artificiales eran elaborados con productos nocivos para la salud como la cumarina, la cual aunque tiene un fuerte olor y sabor a vainilla natural es muy dañina para la salud por su efecto anticongelante en la sangre por ello también es usada en la fabricación de veneno para ratas”.⁵⁶ Además de la cumarina existe otro componente que se utiliza para la elaboración de vainilla artificial, “la vainillina hecha a base de alquitrán de hulla, o de gabazo de pulpa de papel y aunque aparentemente este producto no es tan malo como el anterior, se ha comprobado que pueden producir cáncer”.⁵⁷

⁵⁶ Martínez Estela 1991. Organización de Productores y Movimiento Campesino. Editorial Siglo XXI, México. Pág. 164

⁵⁷ Op.cit. Pág. 164

Esto aunado a la ignorancia de los consumidores y la avaricia de los fabricantes han hecho que la vainilla sintética se venda por grandes cantidades y sea utilizado con frecuencia en la elaboración de aguas, helados, licuados y pasteles. Aun cuando se han tomado medidas para evitarlo no se puede hacer nada al respecto es muy difícil quitar del mercado a todos esos productos. Por tal motivo la única alternativa que se tiene es concientizar a los consumidores a que solo adquieran tanto la vainilla natural así como los diferentes subproductos que se elaboran de ella.

4.6.3. HISTORIA DE LOS PRODUCTORES AL MOMENTO DE COMERCIALIZAR.

Aunque pasen los años, y con ello aparezcan y desaparezcan más organizaciones vainilleras; las dificultades en torno al proceso de comercialización siguen presentes. Este hecho sigue generando que los productores sigan siendo víctimas de acaparadores e intermediarios tal y como viene sucediendo desde hace ya varios años atrás. Al respecto, de un informante clave se obtuvo la siguiente narración:

"Un pobre campesino de unos de unos 70 años, de Espinal allá ya por Zozocolco, según dicen que el día 10 de Diciembre que la vainilla estaba allá en Espinal de a \$35.00 el kilo, el señor cortó 72 kilos; pero alguien le dijo que en Papantla estaba en \$45.00 el kilo: \$10.00 más dice 72 kilos, me conviene ir a Papantla gano mas total cuanto me pueden cobrar de pasaje, todavía gano \$500 -

Se siguió a Papantla y si consiguió ese precio de \$45.00, pero no sé quien le dice

- Oye ¿cuantos kilos llevas? -

- No pues llevo 72 -

- De a ¿cómo? -

- No pues me la van a pagar de a tanto-

- Mira no seas tonto ya estás aquí porque no te vas a Zamora, vete a Zamora, haya la están pagando a \$60.00 -

El señor vuelve a hacer la cuenta y dice pues gano otros \$500.00 más y se va; y llega con los compradores y resulta que de \$60.00 a \$45.00 que le pagaban, a \$20.00. Y llega hay en la casa de Enrique Arzani como a las 6 de la tarde el señor bien cansado con su bolsa, saluda y dice; -mire señor disculpe que los interrumpa me dicen que aquí compran vainilla-

Y le dicen si aquí se compra pero el que compra ya se fue.

-Pues mire señor es que yo aquí traigo vainilla-

Le preguntan - ¿cuantos kilos traes?-

Contesta: -72 kilos-

-Pues si quieres te la compramos pero a \$10.00-

-A \$10.00-

El señor casi se va de espaldas y dice;

-no puede ser vengo de Espinal donde me ofrecieron \$35.00, y me dijeron que a Papantla a \$45.00 me vengo a Papantla me dan los \$45.00, me dicen que en Zamora me vengo y me salen con que me la pagan a \$20.00 y usted me remata con \$10.00. Señor yo soy un productor no me lo robe, este sudor que estoy tiran ahorita por cargar así sude cuando me fui a hacer el trabajo para poder sacar mi producción y a la 10 pesos mejor pégueme un tiro así dijo el señor y voy a dejar de sufrir.”

Como esta historia han ido surgiendo cada vez muchas más y aunque estas son en su gran mayoría del conocimiento público dentro de la región vainillera, pareciera que no llegan a oídos del gobierno o de los mismos representantes de las organizaciones vainilleras.

Tal hecho ha generado que se disminuya cada vez más el número de productores que se dedican al cultivo de vainilla; ya que ni el gobierno ni las organizaciones que existen han logrado hasta el momento frenar los abusos en torno a la comercialización, que a pesar de ser un problema antiguo ha ido creciendo y con ellos debilitando al sector vainillero. Al grado que ya son muy pocos los productores que permanecen y más aun los vainillales que quedan.

4.7. MERCADO AL QUE SE DIRIGE LA PRODUCCIÓN.

El mercado al que se encuentra dirigida la producción de vainilla puede ser tanto a nivel local, regional, nacional e internacional. Aunque al respecto no se cuentan con cifras que precisen exactamente el porcentaje de vainilla beneficiada que se destina a ambos lugares, lo que si existe son ciertas aseveraciones por parte de las organizaciones de productores entrevistadas así como de algunas casas beneficiadoras lo que ha permitido hacer una estimación sobre las cantidades de vainilla que se comercializan tanto dentro del país así como fuera de él. Los datos que se han obtenido al respecto reflejan que el 70 % de la vainilla se destina al mercado internacional y el 30 % restante dentro del país. La mayoría se destina principalmente al comercio internacional mientras que la vainilla restante es comercializada dentro del país principalmente en algunas regiones turísticas.

4.7.1. MERCADO LOCAL, REGIONAL Y NACIONAL.

La comercialización de vainilla dentro del país es un dato muy importante que hay que destacar; en primer lugar porque este tipo de mercado a pesar de ser a nivel local, regional y nacional es en el que se encuentra una menor actividad a diferencia del mercado Internacional en donde se comercializan los volúmenes más grandes de producción. La razón de ello recae principalmente en el hecho de que a pesar que la vainilla es una especia tan utilizada en algunos países, en México no es tan común su consumo al menos en lo que a vainilla natural se refiere.

Lo cual es algo de lo que hay que admirarse por dos principales razones; la primera es que a pesar de ser México el país de origen de la vainilla no se tiene la cultura de consumirla, los motivos más destacados es que el adquirir la vainilla natural les resulta a los consumidores gastar un poco más que el consumir la vainilla sintética. La segunda razón y quizás la más importante es que dentro del país no es muy consumida debido a que no saben de qué manera emplearla. Siendo que los usos son ilimitados al emplearse como artesanías, en la repostería, aromatizantes, licores, gastronomía, etc., etc.

Aunque estas son las limitantes más representativas que impiden un comercio más extenso dentro del país y que de igual forma truncan los esfuerzos que se han venido realizando por desplazar el consumo de vainilla sintética. La comercialización de vainilla dentro del mercado local y regional en la zona del totonacapan aun se mantiene muy presente; tal vez no con el mismo auge que en la época de oro de la vainilla pero aun así se mantiene como una actividad importante y con gran presencia dentro de la región. La comercialización de vainilla después de estar beneficiada se dirige principalmente al mercado de artesanías, en la industria de extractos, licores y salsas, para posteriormente ser distribuida en las diferentes ciudades del país.

Mapa N°1. Lugares Consumidores de Vainilla a Nivel Nacional.



Fuente: Elaboración propia, con datos de trabajo de campo.

Como se puede apreciar en el mapa los principales estados en los que se comercializa la vainilla que se produce en Veracruz y de manera más específica la producida por productores del totonacapan son solo los 11 que aparecen en el mapa; Baja California, Cancún, D.F., Guadalajara, Nuevo León, Querétaro, Yucatán, Tamaulipas, Veracruz y Guerrero. La mayoría de ellos como se puede observar se encuentran ubicados dentro de los puntos turísticos más importantes del país, mientras que la comercialización de vainilla al D.F. se concentra principalmente en las centrales de abasto, quienes también sirven de abastecimientos a pequeños expendios, y restaurantes de comida gourmet. Ahora bien esos 11 estados solo representan los puntos en donde se comercializa la vainilla que se produce en Veracruz; pero si tomamos en cuenta

a los demás estados productores que existen en el país podemos abarcar tanto a otros Estados en donde desde luego entrarían; San Luis Potosí, Puebla, Oaxaca, Quintana roo e Hidalgo que son estados productores así como los demás puntos en donde comercializan su producción. Este dato a ciencia cierta no se tiene debido a que en esta investigación por cuestiones de tiempo y recursos se optó por delimitar y enfocarse única y exclusivamente en el sector del totonacapan.

4.7.2. MERCADO INTERNACIONAL.

En lo que ha mercado internacional se refiere México se encuentra muy por debajo en cuanto a volumen de producción y por ende ocupa una de las posiciones más bajas en todo lo que a exportación se trata; encontrándose actualmente en el puesto número 4 en relación a países con grandes volúmenes de producción como; Madagascar, La Reunión y China. Esto es lo que le ha restado a México la oportunidad de competir a la par con los grandes países exportadores, provocando que cada vez más se vea limitada la entrada de vainilla mexicana debido a la poca oferta que ofrece a comparación de la gran demanda exigida, aun pese a que México es reconocido a nivel mundial por poseer una excelente calidad en cuanto al aroma y sabor se refiere.

La manera en la que se comercializa la vainilla en el extranjero se efectúa ya sea por medio de algún comprador directo o para nuevamente ser destinada a algún intermediario quien la puede trasladar y venderla a un precio más elevado o darle nuevamente un valor agregado. Sea cual sea el caso, la vainilla que llega al extranjero se vuelve a enfrentar a nuevas alteraciones ya que es muy poca la vainilla que permanece en su estado natural. Aunque en el extranjero lo que más se comercializa es principalmente la vainilla en vaina preferentemente orgánica, también tienen cierto gusto por la adquisición de extractos y artesanías, así como la joyería a base de vainilla que recientemente se envía a estos países.

Mapa N°2. Lugares Consumidores de Vainilla a Nivel Internacional.



Fuente: Elaboración propia, con datos de trabajo de campo.

Como se puede observar en el mapa N° 2, la vainilla que se produce en la región del totonacapan, no abarca a muchos de los países en el mundo ya que no todos son consumidores de vainilla; sin embargo los países que se muestran en el mapa son los principales consumidores de vainilla en el mundo y aunque ya se mencionó con anterioridad que nuestro país no puede competir con la gran producción que tienen regiones como Madagascar o la Reunión, México sigue estando presente, debido a la calidad de vainilla que presenta y que países como; EUA, Alemania, Francia, Japón, Inglaterra, España, Portugal, Francia y Australia conocen.

4.8. VINCULO ENTRE LAS ORGANIZACIONES VAINILLERAS Y EL ESTADO.

La relación entre las organizaciones y el Estado ha sido desde hace mucho tiempo atrás un fenómeno que ha estado presente dentro de la vida y desarrollo de estas instancias; por lo mismo es que aun en estos tiempos se observa esta relación entre ambas, tal vez no con el mismo auge que en años atrás pero aun así la relación como tal existe. Como en toda relación se pueden suscitar cambios, para el vínculo que conforman estas organizaciones vainilleras con el Estado también se han dado ciertas transformaciones.

La principal o la más sobresaliente hasta el momento es esa ruptura paulatina que se ha dado por parte tanto del Gobierno Municipal como del Estatal hacia este tipo de organizaciones. Que si bien en su momento mantuvieron una relación muy estrecha ahora ya no lo es tanto, las causas varían y se abordaran a continuación pero antes de ello es imprescindible destacar que para una fracción de estas organizaciones, si no es que para la mayoría de ellas la participación del Estado es crucial debido a que en gran medida tales organizaciones se deben al apoyo que el mismo Estado les otorga. El Estado mismo fue el que en algún tiempo fungiera como uno de los elementos sobresalientes para el surgimiento de dichas organizaciones.

Por ello es que muchas de las actuales organizaciones vainilleras así como las ya también extintas organizaciones dependen en gran medida del Estado ya sea directa como indirectamente; por lo que a continuación se dejará al descubierto la principal relación que existe entre ambas. Por una parte como ya se menciono con anterioridad está el hecho de que el Estado permanece presente dentro de la constitución de alguna organización vainillera, también es cierto que gran parte de los recursos por no decir la mayoría de ellos con los cuales dichas organizaciones efectúan sus actividades; llámense capacitaciones, talleres, apoyos como (casas sombras, sistemas de riego, recursos para la polinización) entre otros más, provienen de las distintas

dependencias del gobierno.

Por tal circunstancia las organizaciones vainilleras con las que se trabajo manifiestan que para seguir teniendo acceso a tales recursos, tratan de mantener tanto con el gobierno así como las diferentes dependencias llámense SAGARPA, INVEDER, etc., una relación estrecha. Bajo la finalidad de ser tomados en cuenta y que sigan atendiendo sus demandas, dotándoles de recursos, y los medios necesarios para poder desempeñar sus actividades de la manera más precisa es como estas organizaciones puedan garantizar su subsistencia; por lo tanto entre mejor sea la relación con tales instancia gubernamentales mayor será su permanencia dentro de la región.

Al ser cerca de 5 las organizaciones vainilleras ubicadas dentro de la misma región, de las cuales cada una atiende a un número considerable de productores, con el único fin de crear más y mejores condiciones para optimizar tanto el cultivo de vainilla, su beneficiado y el proceso de comercialización de la misma. Como las demandas son las mismas se crea una especie de competencia entre estas organizaciones; ya que tanto unas como otras buscan por todos los medios y recursos el hacerse de más agremiados para que ante la competencia no se vean limitados ante la adquisición de los recursos.

Hasta el momento este tipo de organizaciones han sido esa puerta de acceso que hace posible esa intermediación entre los productores con el Gobierno. Organizaciones como; Consejo Nacional de Productores Vainilleros A.C. (CONAVAI), Comité Nacional Sistema Producto Vainilla y el Consejo Estatal de Productores de Vainilla Veracruzanos. A.C., estas organizaciones son las que mantienen una relación más estrecha y que por lo mismo dependen cada vez más de los apoyos que estos sectores les otorgan.

Depender tanto del Gobierno, puede resultar un tanto contraproducente al tiempo de que los limita en cuanto a la toma de decisiones y en la forma de utilizar tales recursos, además que no siempre es garantía que los recursos que prometan lleguen, tal es el caso de la Fever- vainilla con el Inveder durante el Diciembre del 2009 y finales del 2010.

Este caso es muy sonado dentro del sector vainillero ya que afecto directamente a cientos de productores que entregaron su vainilla al Fever – Vainilla con la promesa de recibir el pago de \$80.00 pesos por cada kilo entregado de vainilla verde.

Tal pago hasta la fecha no se ha realizado, por lo que los productores han efectuado desde demandas a los dirigentes de dicha organización e innumerables marchas a la capital del Estado en busca de la resolución a sus demandas. Algo importante que hay que retomar al respecto es que este tipo de promesas en cuanto a la aportación de recursos salen a relucir de manera más constante cuando se acerca algún proceso electoral. Tal y como pasó con la Fever- vainilla, en donde esa supuesta entrega de recursos que prometió el Inveder se realizó bajo un acto con ciertos fines políticos; en donde ésta dependencia del gobierno apoyaría ciertos proyectos para contribuir en la mejora de sus vainillales a través de poner a disposición los recursos para la adquisición de infraestructura con la que no solo se mejoraría la producción, también otorgaría recursos para que la organización comprara la vainilla de los productores y así los acaparadores no podrían seguirse aprovechando del trabajo y la necesidad de los productores.

Estas promesas de campaña por parte del Gobierno Estatal solo quedaron en eso, en promesas; mientras que los productores se quedaron sin vainilla y sin recursos. Con ello lo único que se obtiene es el desprestigio tanto de estas organizaciones vainilleras, al igual que el descontento de los productores hacia el Gobierno o ciertos partidos políticos. Así como a la fever- vainilla organización a la que se le prometieron recursos y nada mas nunca llegaron a los productores, también existen otras organizaciones a las que si se les apoya como al Conavai y al Consejo Estatal de Veracruz.

Al mismo tiempo existen otro tipo de organizaciones como la Asociación Agrícola Local de productores de vainilla a quienes a pesar de su larga trascendencia e importancia tanto dentro como fuera de la región no se les brinda ni el apoyo ya sea para algún tipo de proyecto o cuando se ven afectados por alguna contingencia climatológica. Estas diferencias en cuanto a la manera de dar o no dar los recursos necesarios para el apoyo a los productores a manera de mejorar tanto el cultivo de vainilla como su comercialización se debe en gran medida a los aspectos políticos, principalmente en cuanto a los contactos o las relaciones que se tengan.

Por último es importante considerar la relación que algunas organizaciones tienen con el municipio, este vínculo se maneja un poco al estilo del Gobierno Estatal, brindan apoyos por medio de financiamientos para mejorar la producción. No se meten en el aspecto de la comercialización su función es solo el de escuchar y tratar de conciliar algún acuerdo entre organizaciones o con el mismo Estado; salvo que en ocasiones fomentan y propician la apertura de espacios como la feria de la vainilla, cumbre Tajín; para que los productores y en el mayor de los casos los artesanos e industrializadores expongan sus productos, tanto para el consumidor local como para el turista que visita la región y como este acto se realizan otros nivel estatal para difundir tanto el uso y el consumo por la vainilla natural en el Estado.

CAPITULO V

DE LA ORGANIZACIÓN A LA COMERCIALIZACIÓN.

Caso de la Asociación agrícola local de productores de vainilla.

5.1. ASOCIACIÓN AGRÍCOLA LOCAL DE PRODUCTORES DE VAINILLA.

Las organizaciones desempeñan un papel de suma importancia en la sociedad y en función de composición o clasificación han estado presentes en el mundo. En México existen un sin número de organizaciones, pero en este apartado nos evocaremos a la descripción de una asociación de productores que a través de la organización ha pasado de ser solo productores para convertirse en partícipes de la cadena de comercialización; este hecho los ha situado cada vez más cerca del proceso de comercialización.

Dentro de las organizaciones de producción especializadas se ubica la Asociación Agrícola Local de Productores de Vainilla, fundada por habitantes del Ejido Primero de Mayo, en respuesta a los múltiples problemas que azotaban a la región como el desempleo, los bajos precios que año con año afectaban la venta de vainilla y los continuos abusos a los que eran objeto por parte de los acaparadores y beneficios que se encuentran en la zona.

Con el firme objetivo de conseguir precios justos para su producción dejando fuera de este proceso de comercialización tanto a intermediarios como acaparadores, quienes constantemente atacaban y trataban por todos los medios de desprestigiar a los productores y orillarlos a vender su producción de vainilla a los precios que les imponían. Estos productores vieron que al estar organizados se puede alcanzar una mejor calidad de vida. Entre sus perspectivas está el continuar luchando contra estos agentes opresores y seguir dando a conocer la vainilla y los productos que ellos mismos elaboran, como una forma de mantener este cultivo tradicional y mejorar su calidad de vida.

5.2. ORIGEN DE LA ASOCIACIÓN AGRÍCOLA LOCAL DE PRODUCTORES DE VAINILLA.

La Asociación Agrícola Local de Productores de Vainilla se consolida como tal un Noviembre de 1981, está ubicada en el Ejido Primero de Mayo perteneciente al Municipio de Papantla, Veracruz; surge por iniciativa propia debido a la visión de un grupo de productores encabezados por el señor Veremundo Rodríguez Morales quien también fungía desde entonces como miembro de una Unión Regional con sede en el Municipio de Papantla.

Fue así que a través de este vínculo se promovió la creación de asociaciones locales dentro de las comunidades aledañas, llegando a constituirse un total de 9 agrupaciones destinadas a diferentes actividades; de esta manera fue que se conformó la Asociación Agrícola Local de Productores de Vainilla. Comenzaron a organizarse para enfrentar y disminuir el problema del desempleo que venía agudizando desde muchos años atrás, de allí nació la idea de los líderes de la comunidad de motivar a los productores de vainilla para mejorar su producción y con ello generar empleos. El propósito de la organización fue mejorar el aspecto económico, social y cultural tanto de los socios como de la comunidad en general.

Los productores vieron que al estar organizados se puede llegar a alcanzar una mejor calidad de vida. A partir de ese momento el número de integrantes se incrementó y dejó de tener la visión de unos cuantos productores, pues llegó a reunir a un total de 27 socios: 24 hombres, 3 mujeres, además se sumaron sus respectivas familias. Aunque en su mayoría eran hombres, incrementó la importancia y el reconocimiento del trabajo de la mujer y el papel que representa la familia tanto en la comunidad como en la misma asociación.

5.3. ESTATUTOS QUE RIGEN A LA ASOCIACIÓN.

Para que la asociación tenga un buen desempeño, se rige por varias normas que regulan la función de cada uno de sus integrantes, las cuales se encuentran plasmadas en sus respectivos estatutos. Todas las asociaciones cuentan con dicho documento que las rige por igual; la Asociación Agrícola Local de Productores de Vainilla también cuenta con un estatuto interno, elaborado por sus integrantes y para beneficio de los mismos. Cuando un miembro de la asociación llega a infringir algunos de los acuerdos que marca el estatuto, se le sanciona pero no de manera económica.

Este castigo que se le aplica al infractor es de carácter moral en primera instancia tanto la falta así como la persona que la cometió es presentada en una asamblea de la asociación, donde se expone el caso, y de acuerdo a la gravedad de la falta se considera la sanción a la que se hará acreedor. Los castigos dependen de la acción cometida, y pueden ser desde el dejar de percibir los servicios que como asociados tienen derecho, retirarles el servicio de flete, hasta el dejar de tener voz y voto dentro de la organización; esta última la consideran como la pena máxima ya que para ellos representa el desprestigio por parte de los demás integrantes.

Esta asociación además de regirse por estatutos necesita de las asambleas para llegar a algún acuerdo, por ello la importancia de una buena comunicación entre los socios. Para convocar las asambleas no hace falta de una fecha en particular, solo se realizan cuando la ocasión lo amerita; por ejemplo, cuando llega algún comprador de vainilla el comité convoca a sesión a los integrantes de la asociación y ya al estar la mayoría se toman las decisiones. Aquí los acuerdos son el resultado de la participación de los integrantes; todos tienen voz y voto dentro de las asambleas.

5.4. ACTIVIDADES QUE REALIZAN LOS INTEGRANTES DE LA ORGANIZACIÓN.

Para su buen funcionamiento la asociación está integrada por diferentes áreas, cada una se encuentra bajo la responsabilidad de un número determinado de socios, quienes asumen la responsabilidad directa e inmediata de las actividades que se realicen. Las acciones responden tanto al manejo del cultivo, como el beneficiado, inspección, clasificación, conservación y ventas; estas áreas se describen a continuación:

Manejo de cultivo: Esta área consiste principalmente en el cuidado del cultivo de vainilla; el trabajo que realizan los socios depende de las exigencias de la plantación y consiste principalmente en el manejo de podas de tutores durante los meses de enero y febrero, aunque también existe la poda de esquejes para aumentar la floración en la planta. En la temporada de floración se suman los integrantes de las demás áreas, así como sus familias para fecundar las flores de vainilla. Esta tarea es de las que demandan mayor trabajo de todas las que realiza la asociación en otros tiempos, debido a que la flor se poliniza de manera manual y para ello disponen de 5 o 6 horas a partir de que amanece. De manera constante se realizan riegos y aplicación de abonos orgánicos como lo requiere el cultivo orgánico, así como la aplicación de fertilizantes para el cultivo convencional.

Proceso de beneficiado: Esta actividad corresponde al manejo pos cosecha y se lleva llevado a cabo por un grupo de socios a los que se les conoce con el nombre de maestros beneficiadores, reciben este nombre por la amplia experiencia que han adquirido durante varios años al beneficiar su propio producto. Durante el mes de diciembre se realizan un sin fin de actividades que van desde la recepción del fruto donde los responsables de esta área se encargan de recibir y seleccionar el producto según su calidad; el trabajo de despezonado consiste en desprender el fruto manualmente de su maceta o racimo.

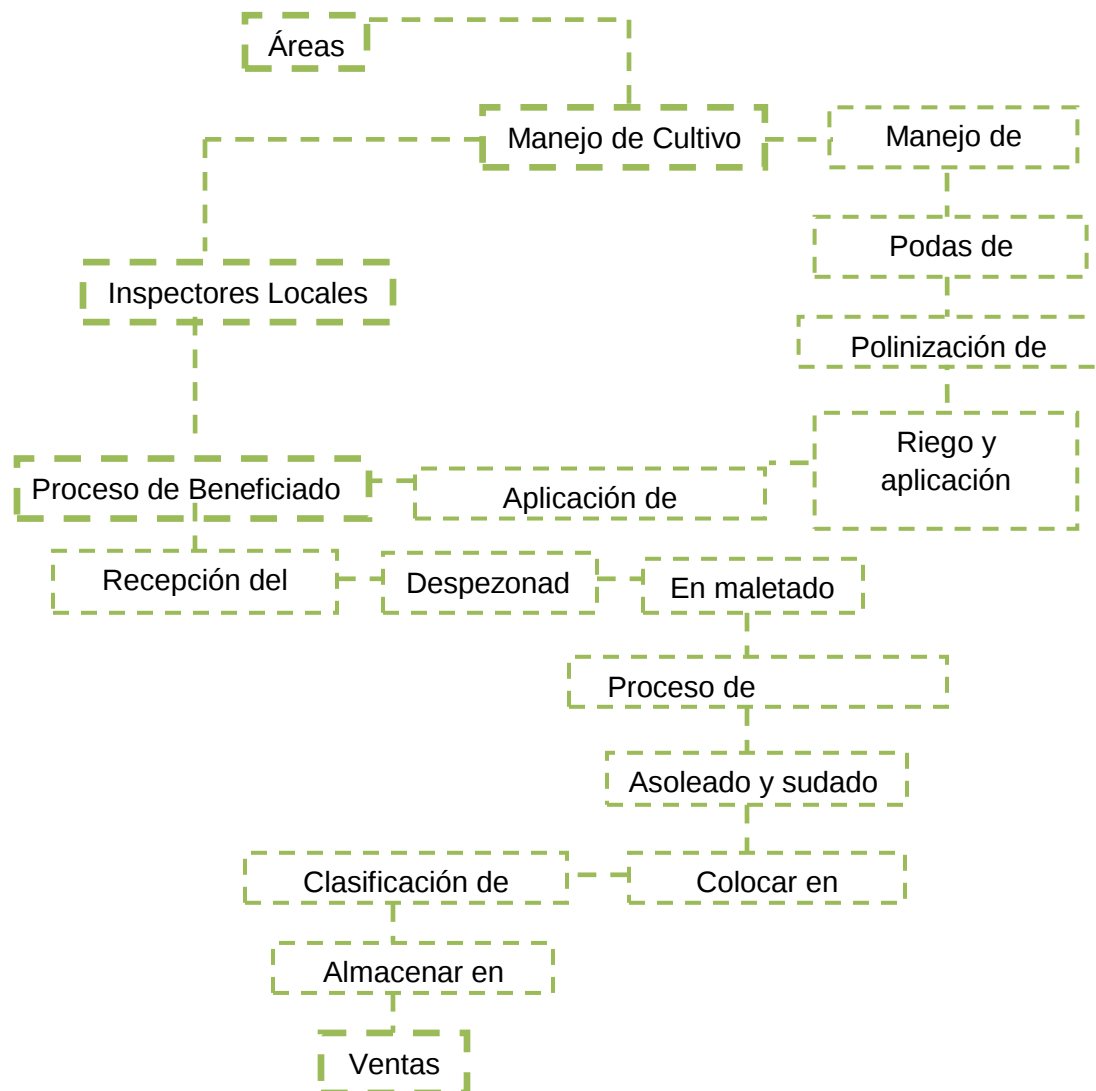
En el enmaletado las vainas se envuelven en un petate para realizar lo que se conoce como el "matado del fruto", esto significa detener la fotosíntesis y cambiar el aspecto verde del fruto a una coloración café, para iniciar el proceso de deshidratación. Durante la exposición al sol, el fruto sintetiza los componentes del aroma y el calor se conserva guardando el fruto en cobijas dentro de cajas de madera para favorecer el sudado. Esta operación la realizan equipos de dos integrantes. Su función consiste en asolear la vainilla tendiéndola sobre los patios o explanadas durante los días de sol y su jornada puede variar dependiendo del clima, si el día es favorable inician, sus labores a las 7 de la mañana y terminan de levantar el tendido alrededor de la 1 de la tarde, después colocan la vainilla en sus respectivas camillas para que la vainilla se oree.

Posteriormente la vainilla se clasifica de acuerdo a varias características; frutos blandos, crudos y entresecos; según la consistencia se hacen lotes de vainillas que se depositan en unas cajas para su conservación donde permanecen allí hasta llegada el momento de su venta. Esta actividad se ha convertido en una de las más importantes dentro de la asociación debido al valor agregado que se le da a la vainilla acercándolos a una comercialización más justa.

Inspectores locales: La labor de estas personas destaca sobremanera al interior de la organización. Esta sección maneja el rol de actividades de toda la asociación, así como la orientación y control del trabajo de los miembros: son responsables de proporcionar los materiales y servicios que se requieran para que las demás áreas no tengan limitaciones para realizar su trabajo. Los responsables de este sector supervisan que los demás integrantes de la asociación realicen la tarea que se les haya encomendado de manera puntual y eficiente; ya que de no ser así, los inspectores tienen la facultad de imponer sanciones a los socios.

Ventas: Los encargados de este sector tienen la función de atender a los compradores, mostrar el producto si así lo requiere el posible comprador; también están facultados para presentar los comprobantes de la certificación de la vainilla orgánica. Si el comprador acepta los precios que ofrece la asociación, se hace la venta; pero en caso que quiera mayor volumen del producto y un precio más bajo los encargados de realizar la venta, convocan a los demás miembros de la asociación para tomar la decisión que les sea más conveniente y poder cancelar o cerrar la negociación.

Esquema N° 8. Cronograma de Actividades.



Fuente: Elaboración propia, con datos de trabajo de campo.

5.5. EL PROCESO DE BENEFICIADO, UN PASO HACIA ADELANTE.

Como ya se ha mencionado con anterioridad esta asociación está conformada por 27 socios los cuales se encuentran ubicados dentro del Ejido 1° de Mayo, en esta zona es donde se realiza la producción de vainilla la cual abarca una extensión de 22 hectáreas; de esa extensión 20 Has. Son rentadas a otros ejidatarios destinándolas al cultivo de vainilla convencional y solo las 2 Has. restantes pertenecen a los socios empleándolas para el cultivo de vainilla orgánica. Los miembros de la asociación se percataron que el estar organizados era solo uno de los pasos para resolver sus dificultades ya que aun les faltaba mucho camino por recorrer para llegar hacia sus objetivos.

Muchos fueron los obstáculos que se les presentaron; acaparadores, gobierno, hasta su propio desinterés al ver que todo estaba en su contra debido a que constantemente eran blanco de los acaparadores quienes lucraban con la necesidad de los productores de llevar dinero a sus familias orillándolos a venderles su producción a muy bajos precios, pese a esto la asociación busco alternativas para enfrentar este dominio al que eran sujetos. Este motivo fue el detonante que impulso a la asociación a buscar nuevos horizontes, el beneficiado fue la solución inmediata a sus necesidades aunque esto les presentaba un nuevo desafío debido a que no sabían cómo realizar esta actividad.

Algunos de los miembros de la asociación como lo es el caso del Sr. Veremundo y sus hermanos ya tenían cierto conocimiento sobre el arte del beneficiado de vainilla ya que desde niños sus abuelos les compartieron tanto su experiencia como el interés por el cultivo de la vainilla; despertando en ellos desde muy pequeños el gusto por esta orquídea así como el deseo de continuar y seguir contribuyendo a la labor de sus antepasados. Bajo esta idea de retomar toda la experiencia y el conocimiento tanto del cultivo como del beneficiado la asociación inicio con las tareas de beneficiar vainilla durante el año de 1990 realizando el proceso de manera artesanal haciendo tendidos

sobre patios y explanadas exponiéndola al sol hasta conseguir que la vaina adquiriera ese olor y sabor que tanto la caracteriza. Con el propósito de mejorar el proceso de beneficiado de vainilla la asociación conformó durante el año de 1991 el beneficio de vainilla La Alternativa S.S.S a través de recursos del Gobierno Federal y la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) se edificó un inmueble que después se equipó con tecnología al implementar hornos como los usados para elaborar pan pero con ciertas modificaciones al destinar un área de calentamiento, donde colocan la leña que utilizan como combustible, para después en otra área depositar la vainilla que se desplazaba por medio de rieles a un lugar donde estará recibiendo todo el calor a la vez que es controlado por un lector de temperatura.

Todos estos pasos se han combinado dependiendo del clima con las actividades de asoleado y sudado realizadas de forma tradicional. Con la creación de estas instalaciones se tiene una capacidad de beneficiar y almacenar 40 toneladas de vainilla verde para su procesamiento. Pese al avance que este centro de beneficiado representaba para la asociación y en la medida en que los intereses de sus integrantes afectaban los intereses de acaparadores y otros centros beneficiadores llegaron los problemas; primero fueron las intimidaciones hacia los miembros de la asociación seguido del desprestigio que les querían generar tanto en la región como en los posibles compradores. Esto se convirtió en un obstáculo para el desarrollo local y la emancipación económica de los integrantes de la asociación.

Afortunadamente la asociación se mantuvo firme y no cedió ante las amenazas de las que era objeto, lo que los acercó más hacia sus objetivos; logrando la generación de empleos de manera eventual tanto al momento de polinizar como al beneficiar; lo más que han llegado a contratar fue una ocasión durante el año de 1995-1996 que beneficiaron alrededor de 36 toneladas para lo que emplearon a 3 trabajadores por tonelada contratando a un total de 108 trabajadores contando tanto a los miembros de la asociación como a sus familias. Generando que los ingresos se queden en la misma comunidad.

Para los miembros de la asociación el proceso de beneficiado de vainilla solo significaba una cosa; el dejar de ser solo productores y recolectores para convertirse en un actor más directo dentro de la comercialización. Situación que hoy por hoy posiciona a la Asociación Agrícola Local de Productores de Vainilla como a una de las más reconocidas tanto en la región del Totonacapan como fuera de ella debido a la innovación que tienen como centro beneficiador y capacitar a otros beneficios de Estados productores de vainilla como Puebla, Oaxaca y Chiapas.

5.6. LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DENTRO DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN.

Tanto la producción como el proceso de beneficiado de vainilla son solo uno de los pasos para llegar a la tan esperada comercialización, la asociación de productores vio que al entregar su producción en verde no percibían el reflejo de su trabajo debido a que sus ganancias se veían repartidas entre los demás agentes involucrados dentro de la comercialización de vainilla como: acaparadores, beneficiadores, vendedores antes de llegar a manos del consumidor final. Esto generó que los productores además de ser una parte importante dentro de toda esta cadena de comercialización, se convirtieran en el sector menos beneficiado de todos.

Por lo que al incursionar en el beneficiado de vainilla primero de manera artesanal y posteriormente con una planta beneficiadora, comenzaron a involucrarse más en el proceso de comercialización; la primera venta de vainilla beneficiada la realizaron en 1991 llegándola a colocar entre \$240 a \$250 y permaneciendo así por alrededor de varios años. La comercialización la realizan por medio de un contacto quien la coloca en gran parte en el extranjero con solo seguir la norma mexicana de calidad. Con lo cual la asociación ha logrado abarcar tanto la producción, beneficiado y comercialización alcanzando uno de los objetivos al momento de constituirse, generar empleos dentro del ejido durante cada una de las actividades de la producción de vainilla.

5.6.1. ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA.

La actividad agrícola que se realiza dentro de la asociación es el cultivo de vainilla. Casi en su totalidad este cultivo se ha mantenido y ha sido el sustento de esta así como de otras comunidades de la región totonaca por varias generaciones. La superficie aproximada destinada a este cultivo es de 22 hectáreas de las cuales 20 has. además de ser rentadas son utilizadas para el cultivo de vainilla convencional, mientras que las 2 has. restantes se emplean para el cultivo de la vainilla orgánica. Actualmente solo 2 de las 22 has. se encuentran en producción el resto permanece en el abandono, principalmente por la falta de productividad a causa de la poca demanda hacia la vainilla convencional a nivel internacional que es a donde va destinada la producción de esta asociación, además de no pertenecerles el terreno por lo que conservarlo en lugar de generar, representa un gasto innecesario. La zona agrícola para este cultivo se ubica por lo general en los alrededores del ejido de manera específica en las partes altas

La asociación produjo aproximadamente 530 Kg/ha. de vainilla verde, pero durante el proceso de comercialización esta vainilla se convirtió en 106 kilogramos de vainilla ya beneficiada; ya que por cada 5 kilos de vainilla verde se consigue un kilo de vainilla beneficiada. Después de realizar tal conversión entre la vainilla verde y la vainilla ya beneficiada, se obtuvo el rendimiento promedio 106 kg/ha/ de vainilla beneficiada, lo cual genera ingresos brutos por \$148,400.00, por toda su producción (cuadro 2).

En general la producción agrícola es de exportación y en ocasiones se llega a comercializar una parte de la producción ya beneficiada en el interior del país o dentro de la misma región.

Cuadro N° 3. Producción e ingreso del cultivo de vainilla en la asociación.

Cultivo	Superficie ha.	Producción en kg.	Ingreso bruto \$
Vainilla	2 ha.	530 en verde 106 beneficiada	\$148,400.00

Fuente: Elaboración propia, con datos de trabajo de campo. 2009.

5.6.2. CALENDARIO AGRÍCOLA DE ACTIVIDADES .

El calendario agrícola correspondiente al ciclo 2009-2010 y sus principales labores son las siguientes: Durante este periodo se rehabilitó parte de las 2 hectáreas destinadas al cultivo de vainilla orgánica, por lo cual se seleccionaron solo los mejores bejucos o esquejes; se eludió la siembra de tutores ya que se utilizaron los mismos con los que contaban. La plantación de esquejes se realizó entre los meses de mayo y los primeros días de junio efectuándose solo en las partes con agotamiento o enfermedad. Cuando hay mucha humedad por los meses de julio-septiembre la plantación se cubre de maleza, ocasionando que se tenga que chapear de forma recurrente a comparación de los demás meses del año, aunque también se intercala con fumigaciones esporádicas.

Durante el invierno se realizan podas a los pichocos para que el sol llegue hasta la plantación, durante la primera y debido al recurrente clima caluroso de la región se requieran de la aplicación de abonos así como los riesgos auxiliares ya que las lluvias en ocasiones no son lo suficiente y se busca que a través de estas actividades la vainilla guarde un poco de humedad, con la llegada de la primavera se da inicio a la floración y con ello la polinización. Tras el transcurso de los meses la flor polinizada se convierte en una vaina y a partir de diciembre ya está lista para la cosecha.

Posterior a eso se realiza lo que se conoce como el proceso de beneficiado durante el cual se realizan diversas actividades que duran desde el momento de que se realiza la cosecha hasta que la vainilla esta lista para la venta, lo que representa unos 3 meses aproximadamente.

La cosecha de vainilla se realiza en el mes de diciembre, durante la cual las vainas son recolectadas de forma manual para después dar paso al enmaletado y con ello al sudado que es matado de la vida vegetativa antes de esta actividad se realiza el despezonado pero en la actualidad ya se elude este paso, para llegar al asoleado de vainilla, el encajonado de ahí selecciona hasta la comercialización.

Cuadro N° 4. Calendario agrícola de la vainilla.

		Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	
Actividades		Polinizacion Artificial		Plantacion de esquejes	Retiro de maleza Fumigaciones espontaneas			Poda de pichocos		Cosecha	Beneficiado			
Etapas de produccion														
	Riegos auxiliares													

Fuente: Elaboración propia, con datos de trabajo de campo. 2009.

5.6.3. RELACIÓN BENEFICIO/COSTO VAINILLA.

La relación beneficio costo es simplemente el resultado de los beneficios o ingresos entre los costos, cada uno expresado en valor actual. Una relación beneficio-costo mayor que 1 indica que el producto es económicamente viable, de lo contrario la producción no es justificable para continuar llevándola a cabo. Para determinar la relación costo-beneficio de la producción de vainilla, se realizó un análisis del periodo de su producción comprendido durante el ciclo 2009-2010, por lo que se consideraron las aportaciones de algunos de los productores de la asociación; para lo cual se analizaron los costos de las actividades e insumos para cultivar las 2 hectáreas de vainilla orgánica.

Los rendimientos obtenidos por las 2 hectáreas de vainilla y el valor de la cosecha permitieron obtener los resultados de esta relación y con ello se logro definir su rentabilidad. Para el cultivo de vainilla se determinó que éste genera ganancias para los productores por \$ 42,000/ha. La relación beneficio/costo del cultivo es de 1.394 con esto se puede decir que por cada peso que se invirtió los productores recuperan \$ 0.39 .Tal y como se muestra en el Cuadro 4. El cultivo de vainilla aunque reporta ganancias para la asociación y para cada uno de los productores, puede llegar a correr un riesgo inminente año con año.

Los constantes cambios climáticos que se han presentado en la región cada vez de forma más recurrente han provocado que la producción de vainilla del ciclo 2010-2011 se vea afectada y por lo tanto las pérdidas se hagan cada vez más inminentes. Esta agricultura se ve continuamente amenazada y aunque México es su país de origen no otorga ningún tipo de subsidio hacia su cultivo. Como conclusión puedo establecer que este esquema de producción que en su mayoría va destinado al comercio exterior en la actualidad es muy competitivo en cuanto a calidad pero debido a los constantes embates por el clima se ven continuamente afectados y aunque su precio es redituable la mayoría de las veces es más la demanda que la producción que pueden ofertar.

Cuadro N° 5. Relación beneficio/costo.

Actividad/Insumo	Cantidad	Unidad	Precio unitario	Total
ACTIVIDAD				
* Rehabilitar				
Siembra	7	Jornales	\$ 100	\$ 700
Chapeo	8	Jornales	\$ 100	\$ 800
Podas	10	Jornales	\$ 100	\$ 1,000
Riegos auxiliares	3	Jornales	\$ 100	\$ 300
Polinización	7	Jornales	\$ 100	\$ 400
*Beneficiado				
Cosecha	530 Kg.	Jornales	4J /\$ 100	\$ 400
Arrastre	4	Jornales	\$ 100	\$ 400
Enmaletado	3	Jornales	\$ 100	\$ 300
Sudado	3	Jornales	\$ 100	\$ 300
Tendal en patio	15	Jornales	\$ 100	\$ 1, 500
Encajonar	15	Jornales	\$ 100	\$ 1,500
Banco de trabajo	300	Jornales	\$ 100	\$30,000
COSTO ACTIVIDADES				\$ 106,000
INSUMOS				
Composta	2 tambores	Tambores (100 kg.)	\$ 0	\$ 0
Fertilizante orgánico	1 galón	20 lts.	\$ 400	\$ 400
COSTO DE INSUMOS				\$ 400
TOTAL DE COSTOS				\$ 106,400

BENEFICIO				
Beneficio bruto	106	Kilos	\$ 1,400	\$ 148,400
Beneficio neto				\$ 42,000
Relación Beneficio/Costo				0.39

Fuente: Elaboración propia, con datos de trabajo de campo. 2009

5.7. RELACIONES CON OTRAS ORGANIZACIONES.

Dentro de los apoyos que a la asociación se le han otorgado además del que se les brindó para la construcción y equipamiento del beneficio La Alternativa S.S.S., han recibido otros como el obtenido para la instalación del sistema de riego. En época de huracanes las plantaciones de vainilla constantemente son afectadas pero con la llegada del huracán Dean durante el 2007 el daño fue más grande, provocando que algunas plantaciones de vainilla quedaran prácticamente destruidas y otras con severos daños.

Para cubrir los cuantiosos daños ocasionados por el huracán el gobierno a través de la Secretaria de la Reforma Agraria (SRA) destino medio millón de pesos y La Unión General Obrera Campesina Popular (UGOCEP) acordó otro medio millón de pesos para restablecer las plantaciones de vainilla de la asociación; pese a esto los mismos integrantes cuentan que solo recibieron el recurso de la (UGOCEP) y que a pesar de los años transcurridos sigue sin llegarles el de la (SRA). A raíz de ese suceso la relación con la UGOCEP se hizo más fuerte, en parte porque es la más cercana a ellos al ubicarse dentro de la misma región y a la vez por el intercambio de experiencias que ha surgido entre ambas.

Así como este acercamiento de la asociación con la UGOCEP surgió algo similar con otras organizaciones como la de Iztepec en Oaxaca y el Consejo Estatal de Productores de Vainilla Veracruzanos A.C. con sede en Papantla; en ambos casos además de las experiencias compartidas se encuentran los

beneficios que recibe de ellos y que a la vez brinda; por mencionar un ejemplo se encuentra la venta de esquejes y la capacitación que dieron a los productores de Iztepec para realizar el proceso de beneficiado de vainilla. Por un lado la asociación intensificaba los lazos entre las organizaciones de Iztepec y la UGOCEP y por el otro se debilitaba la relación entre el Consejo Estatal, la causa se debe a diversos factores clasificados de la siguiente manera: social, político y económico.

Es social ya que se han presentado algunas diferencias ideológicas entre los dirigentes del consejo e integrantes de la asociación debido a la distinción que hace el consejo al otorgar preferencias hacia ciertos grupos de trabajo provocando que los que no pertenecen a esos grupos se sientan discriminados. Estas diferencias se ven reflejadas en la gestión y distribución de recursos provocando el descontento de la asociación ya que se encuentran dentro del Consejo Estatal pero ya no son tomados en cuenta por los dirigentes de la misma.

Los integrantes de la asociación comentan que todo este distanciamiento se debe principalmente a intereses políticos y económicos por parte de los dirigentes del consejo estatal ya que estas personas son afines a cierto partido político y son muy dadas a tomar represalias contra quienes no simpatizan con su ideología política. En el aspecto económico los problemas empezaron a surgir cuando la visión de los dirigentes dejó de ser el velar por los intereses de los productores a los que representaban anteponiendo así sus intereses personales al acaparar todos los beneficios como proyectos, capacitaciones y talleres por mencionar algunos.

Cabe mencionar que aún con diferencias la asociación sigue formando parte del Consejo Estatal de Productores de Vainilla pero de manera pasiva. Pese a todo esto se puede destacar que la Asociación Agrícola Local de Productores de Vainilla se ha llegado a posicionar como una de las organizaciones productivas más importantes dentro de la región; de igual forma su integración con otras organizaciones sociales la han llegado a clasificar dentro de las organizaciones

nucleares o de primer nivel debido al grado de desarrollo que poseen tanto en la región como fuera de ella. Este reconocimiento no se debe a otra cosa que a los 22 años de trabajo constante de la asociación.

5.8. PRESENCIA DE LA ASOCIACIÓN A NIVEL REGIONAL .

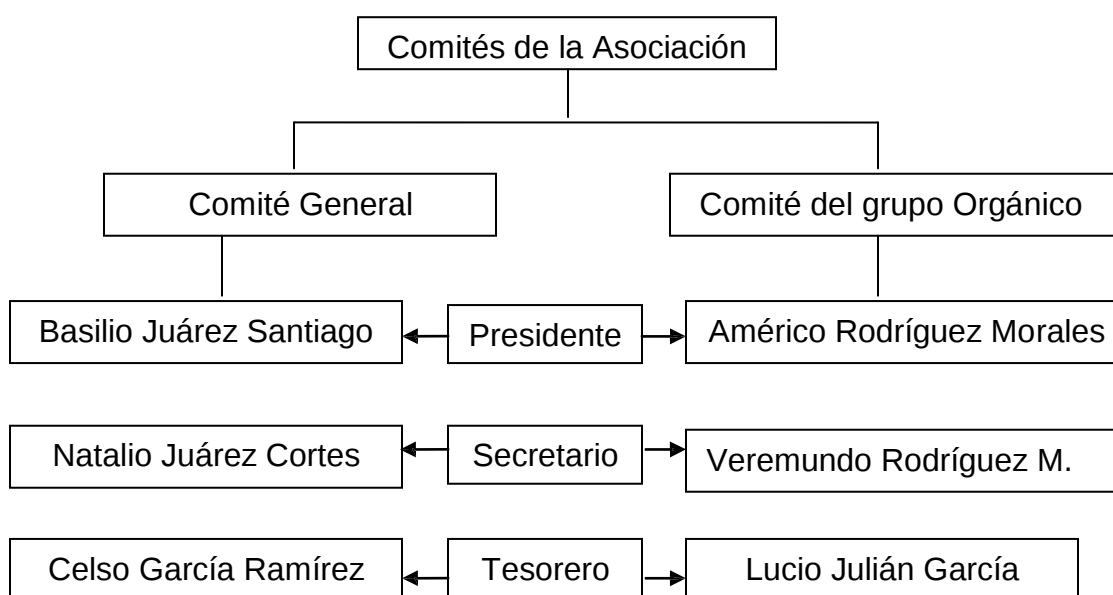
Debido a su larga trascendencia la asociación no solo es vista como punta de lanza por otras organizaciones; también representa para sus integrantes grandes oportunidades ya que antes de asociarse como organización cada uno de los productores trabajaba de manera individual y a su propia capacidad. Utilizando únicamente el conocimiento tradicional como resultado de los años dedicados al cultivo de vainilla desde generaciones atrás al ser herencia de sus abuelos y bisabuelos, por lo cual se puede decir que con el pasar del tiempo se han convertido ya en expertos en la producción de vainilla.

A través de los años que la asociación lleva funcionando han surgido tanto aciertos como dificultades; entre los aciertos se encuentra el proceso de beneficiado aunque las dificultades surgen al momento de comercializar la vainilla tanto en verde como beneficiada. El problema de la venta de su producción se da a partir del 2004 – 2005 cuando el precio de la vainilla se desplomo llegándoles a pagar la cantidad de \$10 a \$40 pesos el kilogramo de vainilla verde, siendo que desde el año de 1993 el precio llegó a estar en \$ 80 pesos. Fue hasta el 2003 que por única vez el precio por kilo en verde se cotizó en \$ 500 pesos y la vainilla beneficiada llegó hasta la cantidad de en \$ 400 dólares.

Como una manera de contrarrestar el problema de comercialización de la que eran objeto buscaron el innovar la producción a través de la introducción de vainilla orgánica, por lo que combinaron su producción convencional de 20 Has. al anexar 2 Has. Y destinarlas al cultivo de vainilla orgánica; para ello se dieron a la tarea de retomar las enseñanzas ancestrales. Para el año 2006 y 2007 tras la realización de varias gestiones para la capacitación de los productores en

cuanto al manejo orgánico y manejo de documentación; se logro la certificación de vainilla orgánica a través de CERTIMEX y en conjunción con la Universidad Autónoma Chapingo. Esa situación les ha traído beneficios ya que tienen más oportunidad de comercializar la vainilla orgánica que la convencional que desde hace algún par de años han tratado de sacar al mercado sin ningún resultado. A partir de dichos acontecimientos se efectuaron cambios dentro de la asociación como la composición de un nuevo comité destinado exclusivamente al manejo de la producción de vainilla orgánica. Este nuevo comité se conformo por 15 de los 27 socios que integran la asociación. Ambos comités en la actualidad se encuentran integrados de la siguiente manera:

Esquema N° 9. Estructura Organizacional.



Fuente: Elaboración propia, con datos de trabajo de campo.

Entre las funciones que desempeñan los dos comités existentes destacan; la representación de la asociación a nivel comunidad el cual es llevado a cabo por el comité general, mientras que el comité del grupo orgánico solamente representa al conjunto de productores que se involucran en el cultivo de vainilla orgánica.

5.9. DIFICULTADES QUE ENFRENTA LA ASOCIACIÓN.

Durante el trabajo de campo realizado dentro de la Asociación Agrícola Local de Productores de Vainilla se detectaron ciertas dificultades que siguiendo los estándares que se tienen de organización se pueden clasificar de la siguiente manera: Internas y externas.

Cuadro N° 6. Clasificación de las dificultades.

Internas	Externas
▪ La deserción de integrantes. ▪ Perdida de interés por parte de los productores.	▪ La comercialización de su producción (principalmente de vainilla convencional). ▪ La intervención de intermediarios y acaparadores en la zona. ▪ Disminución del área de cultivo por problemas ambientales. ▪ Escaso apoyo por parte del gobierno así como el desvío de recursos debido a intereses políticos y personales por parte de algunas organizaciones polinucleares a las que pertenece la asociación. ▪ El consumo de vainilla sintética en la región.

Fuente: Elaboración propia, con datos de trabajo de campo.

5.9.1. DIFICULTADES INTERNAS.

Aunque los problemas internos afectan a la asociación y el desarrollo de la misma, las dificultades de carácter externo son principalmente las que generan una mayor presión sobre la asociación, al grado de que muchos de los problemas externos son causantes de la aparición de las dificultades internas. Debido a esto y a la clasificación que se hizo con anterioridad se describirán los problemas por los que actualmente atraviesan los productores. La asociación se ha visto desde hace mucho tiempo afectada al momento de querer comercialización su producción.

Esto representa para la organización una de las problemáticas más sobresalientes debido a los bajos precios impuestos por los intermediarios a través de la presencia de monopolios dentro de la región, esta acción a ocasionado la saturación del mercado regional. Por lo que los integrantes de la asociación para contrarrestar estas dificultades han tenido que buscar nuevas alternativas al momento de comercializar; una de las alternativas fue la creación de la planta beneficiadora y la introducción de vainilla orgánica. Aun con estos aciertos sigue latente el problema entorno a la comercialización de vainilla convencional ya que desde el año 2004 fecha en la que se registro una caída en el precio; tienen sin poder colocar en el mercado 3 toneladas de vainilla convencional ya beneficiada.

A partir de este suceso en torno a la comercialización parten un sin fin de acontecimientos que día con día le van restando fuerza a la organización; dichas acciones van desde optar por otros cultivos que se puedan intercalar con la vainilla, en este caso los integrantes de la asociación han implementado arboles de litche y maíz el cual venden tanto en grano como en hoja. La obtención de esta información ha permitido comprender la razón de la pérdida de interés de algunos integrantes de la asociación por el cultivo de vainilla, ya que en la actualidad de todos los cultivos que tienen la vainilla representa el menor de sus ingresos.

En consecuencia a este suceso ha aumentado considerablemente el número de deserción de integrantes de la asociación, ya que de 27 que eran inicialmente quedan 15 de los cuales solo 7 son los que se mantienen aun produciendo. Como era de esperarse al ser menor el número de productores el área de cultivo también se encuentra en peligro de disminuir, por lo que la superficie cultivaba que alcanzaba las 22 Has. pueden desaparecer ya que planean seguir únicamente con las 2 has de vainilla orgánica que es la que actualmente pueden comercializar.

Esta medida de quedarse solo con las 2 has. no ha sido algo fácil de decidir por los productores, puesto que algunos de ellos tienen la esperanza de conservar las 20 Has. restantes; aunque esa idea se encuentra cada vez fuera de sus posibilidades ya que si retomamos lo expuesto con anterioridad esa extensión de cultivo no les pertenece a ellos porque es rentada. Con todas las dificultades que se les han presentado los productores expresan que ya casi no hay alternativas, algunos solo van dejando olvidadas las plantaciones de vainilla ya que no les resulta invertir su tiempo y esfuerzo.

La decisión de conservar o no toda la plantación han generado un conflicto de intereses entre los productores, ya que al no pertenecerles el terreno y no contar con los suficientes ingresos no les queda otra opción que dejar de rentarlo. Pero también existe una parte de los productores que se opone a esta decisión y se apega a la idea de conservar y seguir cultivando la vainilla; la razón es que ellos no ven a esta orquídea solo como un cultivo más, al contrario para ellos la vainilla se ha convertido en parte de su vida al representar todo un legado de sus antepasados, pasando así de generación en generación y aunque el conservar la plantación significa un gasto en cuando a su economía la verdad es que para ellos conservarla representa una satisfacción que va más allá del dinero al considerarla como ya parte de su vida.

Si bien para los productores la vainilla es parte de su arraigo cultural para las nuevas generaciones este cultivo es totalmente ajeno; así lo expresan los integrantes de la asociación que a la vez son los padres de esta nuevas generaciones.

Al respecto, Don Veremundo hace la siguiente narración:

"De niños nuestros abuelos nos llevaban a trabajar a las plantaciones de vainilla de ahí fue que aprehendimos sobre este cultivo a través del conocimiento que nos transmitieron y la práctica que realizábamos día con día. De esas experiencias fue que se despertó en mí el interés por este cultivo; desafortunadamente a las nuevas generaciones como que no les interesa; pasa como el albañil hace casas, realiza construcciones y el hijo no sabe medir ni una lata de arena; mis hijos están en las mismas no muestran el menor interés ni por el cultivo de vainilla ni por el proceso de beneficiado mucho menos por la elaboración de artesanías. Yo considero la elaboración de artesanías como un entretenimiento ya que durante la época de lluvias no se puede trabajar en el campo por eso aprovecho el tiempo al realizar esta actividad. Lamentablemente estos jóvenes de ahora no se interesan por nada un día realizan una actividad y al otro día ya la dejan abandonada, el único apoyo que tengo además de mis compañeros del grupo es el de mi esposa."

Ante tales acontecimientos el cultivo de vainilla en la región se encuentra disminuyendo paulatinamente, una de las causas es la falta de interés que demuestran tanto algunos productores como las generaciones más jóvenes lo cual deja al descubierto que de no ser por una parte de los productores que aun sigue cultivando la vainilla puede llegar a extinguirse ya que no abra quien la cultive y los pocos productores que se interesan por hacerlo se encuentran en una edad entre los 40 y 50 años. Este hecho puede representar a corto plazo el fin de una larga generación involucrada en el cultivo de vainilla.

5.9.2. DIFICULTADES EXTERNAS.

Con todo lo expuesto con anterioridad pareciera que ya son demasiados los impedimentos para que la asociación siga desarrollándose, pero aun así existe un factor que aunque se encuentra fuera del alcance de los productores es un problema real que afecta no solo a esta asociación si no a muchas más tanto en la región como en todo el país: el escaso apoyo por parte del gobierno tanto Municipal como Estatal es una de las dificultades por las que actualmente pasa la asociación; durante los desastres naturales no recibe ningún tipo de apoyo para la rehabilitación de las plantaciones y cuando les brindan algún recurso nunca llega a los verdaderos afectados.

El desinterés que reflejan esas instancias gubernamentales genera una barrera al impedir que los productores sientan un respaldo para poder enfrentar las fluctuaciones de precios y la competencia ante los saborizantes sintéticos. Ya que desde que se introdujo la vainilla sintética al mercado tanto regional como nacional, el consumo de vainilla natural ha disminuido considerablemente afectando así a los productores quienes han tenido que enfrentar este problema solos; puesto que aunque se tiene una denominación de origen por la producción de vainilla y aunque la vainilla de esta región es considerada como la de más alta calidad, la realidad es que esto no les ha servido de nada a los productores debido a que la vainilla sintética se sigue vendiendo en la región e inclusive llega a rebasar la demanda que existe sobre la vainilla natural.

Mientras que los productores siguen sujetos a rigurosas normas de calidad la venta de vainilla sintética no tiene quien la regule por lo que se va abriendo camino entre el gusto de los consumidores llegando al grado de preferirla por encima de la vainilla natural ya que el sabor y aroma entre ambas es muy parecida; la diferencia más inmediata se encuentra en el costo al ser mucho más bajo lo que alienta al consumidor a seguir adquiriéndola. Aunque la reducción de costos al consumir la vainilla sintética es notable la inversión a la salud no debe de tener precio y más si se considera todos los químicos de los

que se deriva esta vainilla. Aun con tales riesgos el gobierno no interviene. Pese a todas estas dificultades que como asociación se les han presentado se le suman los problemas ambientales que día con día viven amenazando a este cultivo. El totonacapan es el territorio natural de su hábitat. Ayer muy extenso, y hoy más reducido a causa de los movimientos sociales. Antes las características del clima la favorecían por la humedad, pluviosidad así como la altitud, proporcionando los suelos fértiles. Pero ahora la selva tropical, lugar donde está planta se desarrolla, se enfrenta a las más altas tasas de destrucción, debido a causas climáticas que afectan esta región, y al impacto de las zonas petroleras nacionales y extranjeras, que en la actualidad están poco a poco destruyendo el hábitat de esta planta.

5.10. ALTERNATIVAS QUE PRESENTA LA ASOCIACIÓN.

Cuando se presentan dificultades solo existen dos opciones; darse por vencidos o enfrentarlos. Los miembros de la asociación lo saben, por lo que ante los problemas que se les han presentado y bajo la continua amenaza a la que son objeto por parte del mercado que día con día los presiona; pero que al mismo tiempo los ha obligado a la búsqueda de nuevas alternativas. Era de esperarse que los productores al verse solos sin ningún tipo de apoyo por parte del gobierno se hayan propuesto salir adelante por ellos mismos, aun sabiendo que para lograrlo necesitan de un mayor esfuerzo puesto que ahora son un grupo más reducido a comparación de cuando se consolidaron como asociación.

Entre las alternativas que la asociación se ha propuesto para dar solución a los diversos problemas por los que atraviesan en la actualidad destacan:

- Darle un valor agregado a las 3 toneladas de vainilla convencional ya beneficiada que tienen almacenada. El uso que le quieren dar a esa vainilla es para la elaboración de extractos de manera artesanal. Para realizar esta actividad necesitan de cursos de capacitación para los

miembros de la asociación, hasta el momento están gestionando este apoyo con una Universidad de la Cd. De México.

- Están en pláticas para la adquisición de una extractora, la cual está siendo construido por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Tienen la propuesta de conservar el cultivo de vainilla y en todo caso que se queden solo con las 3 has. de vainilla orgánica, están viendo la posibilidad de cultivar otra variedad de vainilla en sus patios.
- Entre sus perspectivas esta el continuar luchando contra los agentes opresores por medio del valor agregado que le dan a la vainilla que va desde el beneficio, la elaboración de artesanías y la próxima elaboración de extractos con esto buscan mantener este cultivo tradicional y mejorar su calidad de vida.
- Buscan la intervención del Estado para impulsar el cultivo de vainilla y fomentar su consumo al ser su lugar de origen.

Cuadro N° 7. Dificultades de la asociación y sus posibles soluciones.

PROBLEMÁTICAS	ALTERNATIVAS
La deserción de integrantes.	Estimular a los productores que permanecen activos. A través de capacitaciones para mejorar el proceso de comercialización.
La comercialización de su producción (principalmente de vainilla convencional).	Darle un valor agregado a las 3 toneladas de vainilla convencional, para la elaboración de extractos.
La intervención de intermediarios y acaparadores en la zona.	No ceder ante los agentes opresores a través del valor agregado a la producción.
Disminución del área de cultivo por problemas ambientales.	Tienen la propuesta de conservar el cultivo de vainilla y en todo caso que se queden solo con las 3 has. de vainilla orgánica, están viendo la posibilidad de cultivar otra variedad de vainilla en sus patios.
Desvió de recursos debido a intereses políticos y personales por parte de algunas organizaciones polinucleares a las que pertenece la asociación.	Concientizar a los dirigentes de la organización a prestar más atención a los problemas de sus agremiados en lugar de condicionar los apoyos por favoritismos ideológicos o por el interés personal.
El consumo de vainilla sintética en la región.	Buscan la intervención del Estado para fomentar su consumo al ser su lugar de origen.

Fuente: Elaboración propia, con datos de trabajo de campo.

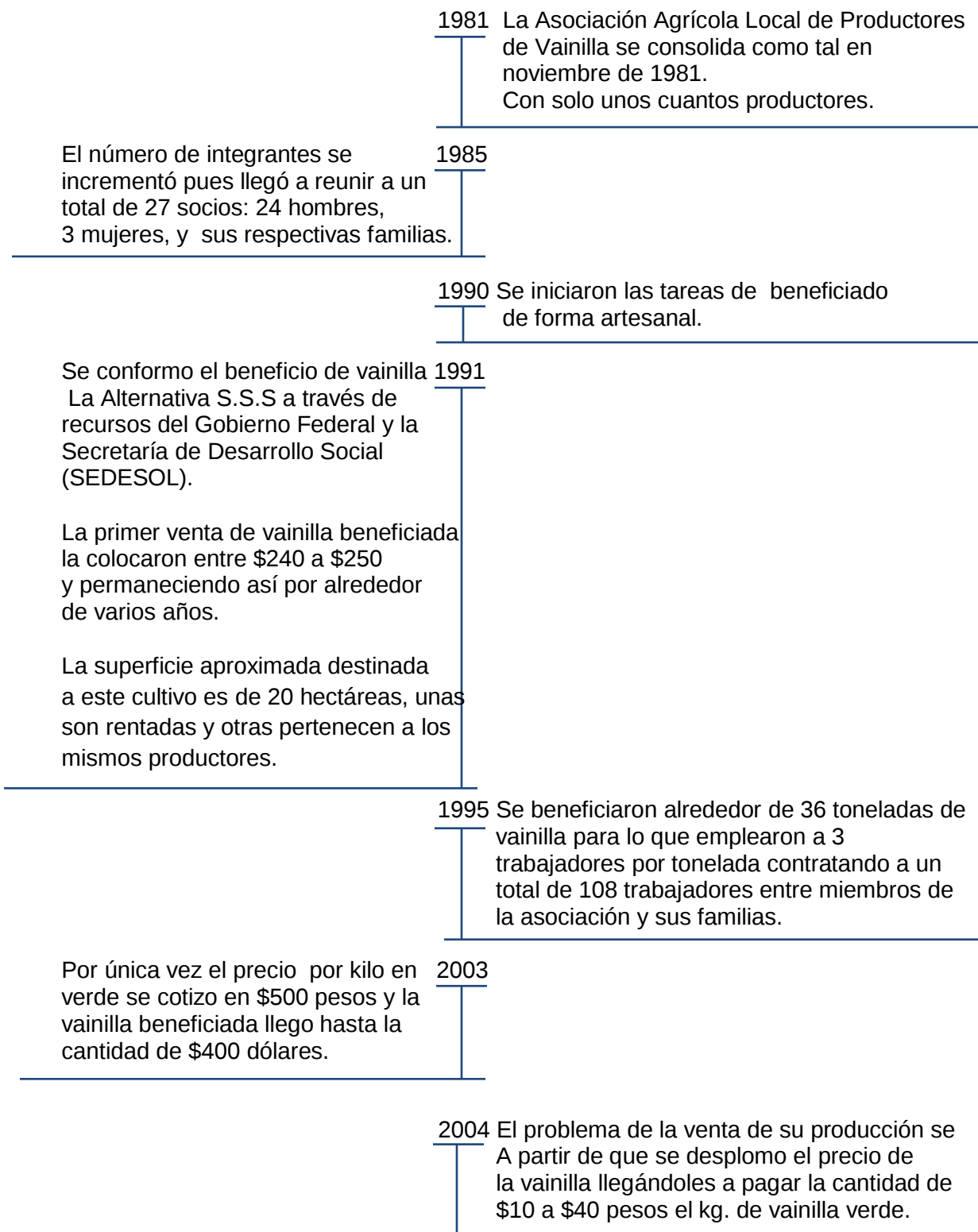
6. DESARROLLO HISTÓRICO DE LA ASOCIACIÓN.

La Asociación Agrícola Local de Productores de Vainilla ha pasado por varias etapas que la han ido fortaleciendo pero que también la fueron transformado hasta llegar a lo que el día de hoy se podría considerar como el momento de su renovación. Este recuento permite conocer e interpretar la forma en que se han suscitado cada una de las fases a la que los productores se han tenido que enfrentar como asociación, hasta el punto en el que se encuentran en la actualidad. Las etapas por las que la asociación ha ido desenvolviéndose durante ya varios años se identifican para su mayor comprensión en 5 fases, las cuales se establecen de la siguiente manera; surgimiento, auge, crisis, consolidación y despegue.



A continuación se presenta el desarrollo histórico de la Asociación Agrícola Local de Productores de Vainilla del "Ejido 1° de Mayo", en el que se identifican los sucesos más importantes que han determinado lo que actualmente es la asociación. El proceso de cambio por el que la asociación ha transcurrido a lo largo de esos 22 años, establece cada una de las transformaciones por las que la asociación ha tenido que enfrentar; por lo cual se pone de manifiesto los cambios tanto de manera interna como de forma externa por los que como asociación han tenido que afrontar hasta el día de hoy. Por medio de la línea del tiempo se pretende lograr un análisis así como el identificar la forma en que se desenvuelven lo asociación a través de las diferentes etapas que conforman parte de su devenir histórico; ya sea por medio de los cambios en cuanto a sus actividades productivas, así como en los agentes externos; todos esos diferentes aspectos se muestra en el cuadro 4.

Esquema N° 10. Línea del tiempo de la Asociación.



Se registro una caída en el precio; Por lo que no pueden colocar en el mercado 3 toneladas de vainilla convencional ya beneficiada.	2005	
	2007	Tras la llegada del huracán Dean se provocaron afectaciones a algunas plantaciones de vainilla quedaron prácticamente destruidas y otras con severos daños
La Asociación se ha posicionado como a una de las más reconocidas tanto en la región del Totonacapan como fuera de ella debido a la innovación que tienen como centro beneficiador y capacitar a otros beneficios de Estados productores como Puebla, Oaxaca y Chiapas. Tras la realización de varias gestiones la capacitación de los productores en cuanto al manejo orgánico y manejo de documentación; se logro la certificación de vainilla orgánica a través de CERTIMEX. Se efectuaron cambios dentro de la asociación como la composición de un nuevo comité destinado al manejo de la producción de vainilla orgánica.	2008	
	2009	Los constantes cambios climáticos que se han presentado en la región de forma más recurrente han provocado que la producción de vainilla de tal ciclo se vea afectada y por lo tanto las pérdidas se hagan cada vez más inminentes.
En la actualidad cuentan con 2 de las 22 has. de producción. El número de integrantes disminuyo, ya que de 27 que eran inicialmente quedan 7 que aun continúan con el cultivo.	2010	Darle un valor agregado a la vainilla Convencional beneficiada ya tienen almacenada. El uso que le quieren dar a esa vainilla es para la elaboración de extractos de manera artesanal.

VI. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN.

La situación actual de los productores vainilleros, va más allá de las dificultades que se puedan presentar en torno a la comercialización de este aromático producto. A través de la historia se han venido desarrollando dentro de la región vainillera conocida como el Totonacapan cada vez más los abusos y la explotación en contra de los productores; abuso al que se ha sometido constantemente a los productores desde la época de la conquista hasta la fecha ha ido desencadenado una serie de acontecimientos que sobrepasa el aspecto económico.

Por ello los datos recabados durante el desarrollo de esta investigación son contundentes y ponen principalmente de manifiesto la gran dificultad que sigue representando en la zona el problema de la comercialización; esta sin duda alguna es la problemática central para los productores vainilleros; ya que de allí se derivan una serie de acontecimientos que de alguna u otra forma hacen que se acrecenté el problema y que se expanda cada vez más a otros sectores. Desde tiempo anterior y posterior a la conquista los indígenas totonacos han sido protagonistas de una lucha inmensa en contra de quienes quisieran apoderarse de su producción.

Primero fue el sometimiento por parte de otras culturas como, la azteca y mexica, para hacerse de la producción de vainilla; durante la conquista y posterior a ella fueron los españoles y caciques los que se hicieron cargo del proceso de comercialización, primero dándola a conocer en el mundo y posicionándola dentro del mercado Europeo. Con ese mercado dominado y al ser México el único país productor en todo el mundo, se logró mantener las rutas de comercialización por el viejo continente así como el surgimiento de nuevos puntos de venta como el que se dio con Estados Unidos, país que actualmente ocupa el primer lugar en consumo de vainilla en el mundo.

Con la expansión del mercado y al seguir siendo México el único productor, los abusos en contra de los productores de vainilla aumentaron, al grado de robar, engañar e incluso llegar a matar a los productores con tal de conseguir la vainilla. Con el pasar de los años México paso de ser el único país productor, dejando de ser el abastecedor de la gran demanda existente; y tras perder el monopolio a causa de la baja producción la cual le impedía competir con los grandes volúmenes de producción de países como Madagascar, le provocó la pérdida de presencia en gran parte de los mercados Europeos.

Esta acción no solo ocasionó que el país dejara de abastecer el mercado de los principales países consumidores; la entrada de vainilla sintética ocasionó que el consumo de vainilla natural fuera desplazado por la sintética debido al gusto de los consumidores y a la reducción considerable del precio entre ambas. Por ende hubo una drástica caída en cuanto a los precios de vainilla natural; la competencia desleal por parte de los productos artificiales y como tal el resultado inminente fue la disminución considerable del número de productores y de espacios para el cultivo de vainilla.

Este escenario se ha venido acrecentando con los años y de igual forma se han ido derivando cada vez más las repercusiones principalmente en 4 entornos: El económico, político, sociocultural y ambiental. La problemática de la comercialización ha sobrepasado de manera abrupta el aspecto económico. Al respecto se analizarán las razones más sobresalientes de acuerdo a cada uno de los rubros, así como las repercusiones que se pueden ir presentando y que ya incluso algunas de ellas están siendo afectadas de manera inmediata. Por ello la importancia de resaltarlas para comprender la forma en que uno o varios aspectos pueden desencadenar que tanto los productores como organizaciones relacionadas con la vainilla se vean limitado su desarrollo e inclusive sea el principal factor de amenaza.

La vainilla como ya hemos señalado es un producto nativo de México y que por varias décadas ha sido tanto la fuente de trabajo de varias familias totonacas en donde no solo entran productores. Se han visto beneficiados los diferentes agentes que hacen posible su cultivo y comercialización como las personas que se encargan de las actividades como; la polinización, corte, proceso de beneficiado, selección e industrialización. Pero así como se han visto beneficiados cada uno de estos agentes mantienen una lucha constante con los demás actores; la más sobresaliente recae entre los actores dentro del proceso de producción y comercialización que es la lucha que encabezan los productores y los beneficiadores.

Este hecho es lo que ha marcado y mermando el desarrollo de los productores, limitando la capacidad de sobresalir al encasillarse únicamente dentro del proceso de producción y la recolección de la misma vainilla. La principal razón ha tenido que ver con su devenir histórico, desde sus inicios la vainilla ha sido un producto de consumo exclusivo para el sector religioso en nuestro país y fuera de él su consumo era principalmente como saborizante y en la mayoría de los casos su consumo era exclusivo de la gente adinerada, porque además de caro, fue un producto sumamente difícil de adquirir en los países europeos.

Su consumo era principalmente en los países europeos para la elaboración del chocolate mientras que en México se utilizaba como ofrendas para los Dioses, aromatizante, amuletos para los guerreros, e ingrediente para la preparación de bebidas que únicamente eran degustadas por los señoríos o emperadores. Con esto queda al descubierto que su consumo dentro del país siempre estuvo limitado, los productores solo tenían la ardua tarea de producir y entregar como dote su vainilla, de allí que la participación de los productores de vainilla sea únicamente esa; producir y recolectar, para posteriormente entregar dicha producción a los beneficiadores a través de un pago muchas veces insuficiente por toda la tarea que implica producirla y más aún por todo el valor adquisitivo que tiene la vainilla tanto en algunas puntos del país como en el extranjero.

Aunque los productores realizan la tarea más importante al ser ellos el actor principal de todo lo que conlleva el hablar de vainilla; la realidad es que son también los que llevan la peor parte de todo el proceso. Son los que ejecutan la ardua tarea de producirla, lo que no es una faena fácil de realizar, y al ser un producto únicamente para la venta, ya que en su mayoría no lo consumen, necesitan colocar su producción a un buen precio.

Precio que los beneficiadores no están dispuestos a pagar; los productores la producen, pero los beneficiadores le han dado ese “plus” que la transforma de vainilla verde a vainilla beneficiada, plus que hace que esté lista para su consumo.

Ambas tareas son importantes, al igual que los agentes que las llevan a cabo, el problema entre ambos recae en que a pesar de tantos años, no han podido llegar a una conciliación; el abuso constante y las anomalías que reflejan en cuanto al precio de la vainilla han sido la causa principal para que estos agentes no puedan convivir en armonía. Este hecho siempre ha estado presente y aunque los productores se organicen en diferentes organizaciones, creen acuerdos entre sí para una comercialización más justa, la realidad es que este tipo de abusos siguen presentándose de la misma forma que hace ya varios años. E incluso con mayor magnitud que antes.

¿Por qué con mayor magnitud? Porque antes los beneficiadores estaban a expensas únicamente de la vainilla que los productores le entregaban, por lo que a través de engaños y a bajos costo se hacían de ella. Hoy por hoy los beneficiadores ya no están atentos a la vainilla que los productores les pueden ofertar; ahora los mismos beneficiadores a través de recursos propios así como de algunos otorgados por el gobierno se han hecho de plantaciones de vainilla. Ahora el productor se encuentra en una posición más vulnerable que nunca, si antes su producción por poca o mucha que fuera la podía colocar en alguna que otra casa beneficiadora aunque los precios fueran bajos.

A partir de que los beneficiadores han ido poco a poco incursionando dentro del proceso de producción, se ha ido limitando el mercado para los productores de vainilla con poco volumen de producción y de tecnología limitada. Esto ha ocasionado no solo que los beneficiadores vayan abarcando cada vez más terreno y oportunidades en cuando al sector vainillero, ya que poco a poco han ido desplazando a los productores, al convertirse ellos mismos en productores. Esto ha repercutido en varios aspectos para los beneficiadores pero indudablemente ha generado más cambios para los productores.

Los beneficiadores al producir la propia vainilla que ellos mismos benefician, están desplazando paulatinamente a los productores que durante varias generaciones han sido los que a través de su trabajo aporten la vainilla que los beneficiadores desde hace varias décadas han beneficiado y transformado para el consumo. Sin embargo al producir su propia vainilla, los beneficiadores van adecuando la vainilla en cuanto a las exigencias que ellos mismos piden al momento de beneficiar y comercializar; razón por la cual la vainilla que los productores les ofertan es rechazada ya que no cumplen en la mayoría de los casos con las normas y parámetros de calidad a diferencia de la vainilla que ellos producen.

Por lo tanto para los productores se están reduciendo cada vez más las oportunidades de comercializar su vainilla, ya que a partir que los beneficiadores optaron por hacerse de algunos cultivos de vainilla, es mucho menor la cantidad de vainilla que demandan de los productores independientes. Este hecho se ha convertido en una nueva limitante para los productores ya que para ellos la pérdida tanto de espacios como la paulatina disminución de la vainilla demandada por las casa beneficiadoras, van provocando en los productores no solo que se les vaya rezagando su producción con ello también se va acrecentando el desinterés de los productores por continuar con la producción de vainilla desmotivando tanto a las nuevas generaciones de productores como a los vainilleros de antaño.

Esto sin duda alguna representa no solo el desplazamiento de los productores vainilleros de generaciones atrás; sino que rompe con toda una línea y forma de vida para algunos cuantos que han dedicado su vida entera a este cultivo así como durante años anteriores lo hicieran de la misma forma sus antepasados. De esta manera es como se ha ido perdiendo paulatinamente en la región ese sentido de unidad y lucha que le ha permitido subsistir durante ya varias décadas a los productores.

El contexto sociocultural en la región y más aun en el sector vainillero, se encuentra inmerso a partir de su devenir histórico. La vainilla es una especia cuyo origen se encuentra estrechamente ligado al de la cultura totonaca, por lo que desde sus inicios se ha visto inmersa en la cosmovisión de este pueblo. Tal es el arraigo que se ha presentado entre los pobladores del lugar por este cultivo, que la vainilla está presente en varios aspectos culturales, como leyendas, murales, festividades, usos y costumbres, entre muchas más. Esta es una de las razones por las que el cultivo de vainilla ha provocado entre los productores desde su descubrimiento hasta la fecha un vínculo entre lo que representa para ellos el misticismo y un apego por conservar un legado milenario. Vínculo que se sigue formando aun a pesar del pasar de los años y que sigue estando presente hasta nuestros días entre los productores con gran trascendencia.

A pesar de que el cultivo de vainilla se ha mantenido por ya varias décadas, son muchos los cambios y las transformaciones por las que se ha tenido que enfrentar; con esto no se quiere decir que solo en lo que se refiere al aspecto productivo. Con la implementación de tecnologías se ha mejorado la producción con el uso de casas sombras y la implementación de sistemas de riego por lo que se ha logrado que los estragos por el ambiente sean en menor medida; pero aun así este no representa el único cambio. Bien se dice que "lo que no cambia pierde la oportunidad de ser mejor" y a través del tiempo tanto la vainilla como los diferentes eslabones que de alguna u otra forma hacen posible su producción, beneficiado, industrialización y consumo, han pasado por un largo

camino hasta llegar a lo que hoy por hoy conocemos. Es verdad que si se han logrado grandes cambios dentro del sector vainillero; los productores poco a poco han ido dejando atrás ese yugo al que eran sometidos durante tantos años, hasta el punto de conformar sus propias organizaciones vainilleras. Los beneficiadores por su parte están día con día mejorando el proceso de beneficiado ya que de no estar a la vanguardia corren el peligro de que su vainilla no cumpla en tiempo y forma con las exigencias que demanda el mercado tanto nacional como internacional.

Por su parte los industrializadores y artesanos tienen que echar mano de su creatividad para ampliar cada vez más las posibilidades de implementar el uso de la vainilla en diferentes ramas. Así como estos cambios, también se han presentado otros no tanto favorecedores como los anteriores; pero que de igual forma es importante resaltarlos ya que representan parte de una realidad que se encuentra cada vez más latente dentro y fuera de la región vainillera del totonacapan. Con respecto a este aspecto podemos señalar, que como en un principio de este análisis se afirmó que son 4 los factores que de alguna u otra forma son parte tanto del problema de la organización y comercialización de vainilla en la región; unas de manera directa y las otras de forma más indirecta.

De todos estos factores, el que representa y en quien recae con más rigor el problema por el que actualmente está pasando el sector vainillero en cuanto a la comercialización, es sin duda el factor económico. Este aspecto ha estado presente desde el descubrimiento de la vainilla; tal vez no con el mismo valor monetario como el que se representa en nuestros tiempos, pero la lucha por poseerla siempre ha existido. El dinero ha representado en este sector así como en el resto del país una lucha en donde ya no importa ni la forma ni los medios siempre y cuando se pueda obtener el recurso en juego, que en este caso es la producción de vainilla.

Por este aspecto es que la problemática en cuanto a la comercialización de vainilla ha continuado presente aun a través de los años. Unas organizaciones de productores se constituyen y otras organizaciones más se desintegran, la fuente principal de ello es el factor económico no se ha podido hacer nada al respecto ya que ni el gobierno ni las organizaciones de productores vainilleros de la región han logrado erradicar por completo este problema. Por el contrario, a estas alturas es mucho mayor el riesgo que representa esta situación, hasta el punto de que se puede llegar a perder el cultivo de vainilla en la región.

Región que por muchos años llegó a ser la más importante, primero por ser la única con producción de vainilla a nivel mundial, después por contar con la mejor calidad de vainilla aun después de haber perdido su monopolio. Pero por los diferentes problemas en cuanto a la comercialización y más aun ligados con las dificultades que se han presentado en las organización están ocasionando que en lugar de mejorar y aumentar la producción se entorpezca el hecho de continuar con el cultivo logrando con ello que la calidad de vida de los productores se vea cada vez más amenazada.

Pero el factor económico no es el único responsable de que este sector vainillero y más aun las organizaciones de productores permanezcas sin causar un efecto favorecedor en cuanto a la comercialización de vainilla, problema que se deriva principalmente de la variación de precios, intermediarios, y la nula intervención del gobierno para regularlo. El aspecto organizativo y la política con que se maneja esta misma es la causa central que podría darle una solución o un nuevo giro a toda esta problemática. A pesar de que en la región existen cerca de 5 organizaciones con representación en los diferentes niveles; Nacional, Estatal y Regional. La realidad es que su trabajo no ha aportado grandes cambios para los productores agremiados, ya que cada vez son más las necesidades y las problemáticas a las cuales se enfrentan.

La organización continua siendo un recurso que bien empleado puede darle ese plus al sector vainillero para sacarla del bache en el que durante años se ha mantenido sumergido. La principal razón por la que estas organizaciones no han dado ese paso a favor de los productores se debe a varios aspectos; el primero y aunque pueda parecer un poco absurdo es que a pesar de pertenecer a una organización los productores no se encuentran organizados, sonara raro y hasta ilógico pero esta es la realidad que se presento durante el trabajo de campo.

La razón de esta desorganización se deriva de varios aspectos como: la pérdida del interés colectivo por la del interés personal que recae una vez más en el factor económico, el poco o nulo interés del gobierno tanto estatal como federal por impulsar el cultivo de vainilla, los cambios climáticos que mantienen el cultivo de vainilla bajo sequias o en el peor de los casos de las abundantes lluvias por temporadas. Y aunado a esto, está el desinterés de las nuevas generaciones por apropiarse de este cultivo ancestral; estas son algunas de las razones por las que día a día las organizaciones poco a poco van desintegrándose.

Más no siempre es mejor y esta realidad se encuentra muy reflejada dentro de las organizaciones vainilleras ya que de todas las organizaciones existentes en la región, aun no se aprecia un avance como tal. Con forme pasan los años las demandas y las necesidades en cuanto a producción y comercialización van en aumento y las soluciones cada vez se ven más distantes. Por lo que son cada vez más los productores inconformes que se alejan no solo de la organización sino que también van dejando olvidado su vainillal y que en el mayor de los casos buscan un cultivo que les deje más beneficios. Esta manera de proceder de las organizaciones suele presentarse desde su devenir, ya que la mayoría de ellas a diferencia de la asociación “1 de mayo”, han seguido desde el momento de su constitución objetivos muy diferentes a los que marcan sus estatutos.

Desde un principio este tipo de organismos se alineo bajo la consigna de obtener respuesta a las dificultades por las que se encontraban los productores como el producir y comercializar. Por un tiempo funcionaron las cosas para los productores bajo ese sistema pero así como todo en el país hasta este tipo de organizaciones se han visto corrompidas cuando el aspecto económico se apodera del interés de los lideres o de unos cuantos productores, perdiendo con ello ese sentido de pertenencia hacia la organización y no solo hacia a ella también hacia los demás productores vainilleros.

Esta acción de dejar de lado los intereses de la organización para enfocarse solo en un bien personal, y el dejar muy por encima el beneficio en común que es lo que rige y hace que una organización se mantenga a flote. Por ello es que ese tipo de organizaciones no pasa más que de un simple organismo que en lugar de organizarse para resolver y contrarrestar sus problemas, se ve afectado tanto por los representantes y miembros que la integran ya que solo se ocupan de extraer más y mejores beneficios dejando a un lado el verdadera finalidad de estos organismos.

El factor económico dentro de las organizaciones vainilleras puede provocar varios escenarios; el primero de ellos es el de proporcionar a las organizaciones de los medios y recursos necesarios para crecer como organismo a través de otorgar apoyos que pueden ser empleados tanto para la implementación de tecnologías que ayuden, a mejorar e incrementar la producción de vainilla así como del promover de capacitaciones a los mismos productores, e inclusive mediante este tipo de recursos se ha logrado beneficiar a los productores en cuanto a la comercialización de vainilla. Esta es sin duda alguna la mejor forma de emplear los recursos económicos que dichas organizaciones reciben tanto por parte del gobierno así como de sus múltiples dependencias.

Ahora bien este fue solo un escenario de cómo el factor económico puede repercutir dentro de las organizaciones vainilleras y aunque en algunos casos suele presentarse de este modo, son más las ocasiones en que las organizaciones en lugar de beneficiar a los productores y mejorar la producción

lo único que propician en su desintegración. He allí el por qué el aspecto económico sigue representando un factor clave dentro de las organizaciones vainilleras. Así como pueden lograr que estas se desarrollen también pueden propiciar su perdición; el factor económico dentro de las organizaciones se ha llegado a convertir desde hace mucho en un mal necesario, ya que a estas alturas el productor que continua produciendo en forma tradicional y por ende a menor escala se encuentra muy limitado en cuanto al volumen de producción.

Esta forma de cultivo tanto tradicional como a menor escala ha provocado una competencia desleal puesto que los productores que emplean esta forma de producir se han visto amenazados e incluso desfasados en cuanto a la calidad y volumen en comparación con productores a mayor escala y con plantaciones tecnificadas. He aquí la importancia de las organizaciones vainilleras; ya que estos organismos tienen como su principal función es el organizar a los grupos de productores, gestionar recursos y bajar esos recursos para impulsar la producción; pero al encontrarse inmersos dentro del factor económico se pierde el principal sentido por el que las organizaciones se consolidaron como tal.

Esa ruptura entre el bien común por la búsqueda de la satisfacción personal es lo que ha propiciado que se deje de lado las necesidades colectivas; por lo que los productores y más aun los representantes de las mismas, hagan un mal uso de los recursos que se les brindan. A través de esta situación es como las organizaciones en lugar de impulsar y mejorar las condiciones de producción y de comercialización de la vainilla se convierten cada vez más en el obstáculo por el que en lugar de permitir un desarrollo en general que en lugar de traer beneficios solo propicia que cada vez más se vean limitados los recursos.

Recursos hay y medios para solucionar los problemas que aquejan a los productores vainilleros de la zona también. El motivo por el cual este tipo de problemáticas continua, se debe a que tales recursos son desviados y no llegan a las personas a las cuales debieran de llegar; estas acciones se derivan mucho del aspecto político tanto dentro como fuera de las organizaciones, los favores para ocupar un puesto al final son cobrados y la forma más recurrente

de hacerlo es a través del desvío de recursos, favoreciendo a unos cuantos productores a costa de los demás. Las organizaciones en parte si cumplen con sus funciones puesto que es un hecho que si gestionan créditos para los productores y si bajan recursos. De que no llegan a las personas que en verdad lo necesitan es aparte; he aquí donde sale a relucir si en efecto estas organizaciones en verdad ayudan a los productores en torno a los problemas de producción como de comercialización o solo representa un trampolín o un medio para que unos cuantos se hagan del recurso destinado para la organización en apoyo a los productores. La respuesta es sencilla y no muy favorecedora para los productores que pertenecen a este tipo de organizaciones, ya que para todos los productores de vainilla la situación es la misma; los recursos no llegan, y si llegan solo van destinados a unos cuantos si a producción se refiere, pero si lo que se busca es comercializar la organización no puede hacer mucho ya que aunque quiera apoyar a los productores al comprarles la vainilla, el pago no es inmediato, por el contrario este es realizado mucho después de entregada la vainilla, ya que primero la acaparan, después la benefician, la comercializan y al termino de ello es cuando realizan el pago a los productores el cual puede tardar, meses.

La falta de liquidez por parte de las organizaciones sigue orillando a los productores a depender aun del coyotaje e intermediarios. Estos aspectos en general son los que provocan que las organizaciones vainilleras se conviertan en un organismo que en vez de ayudar a los productores, represente un mecanismo que los oprime aun más, ya que desde hace mucho han dejado de lado los elementos que hacen posible que toda organización que se forma, se mantenga y consolide como tal: la integración y cooperación, por lo que resulta mucho más difícil lograr vencer las dificultades que se presentan a los productores si de manera interna no se cuenta con el apoyo ni el respaldo por parte de los representantes de la organización.

Tal vez esto se deba a que desde un principio este tipo de organizaciones o la mayoría de ellas, perdieron de vista los objetivos en común, además de que fueron dejando de lado las razones por las que se integraron como tal; esto llega a pasar cuando las organizaciones son creadas por el gobierno a lo que Castaños nombró como organizaciones formales, ya que no existe ni el interés por parte de los representantes de mejorar las condiciones de los productores. Este es el riesgo que corren las organizaciones que se integran bajo esa modalidad, ya que no surgen del interés de los productores.

Por lo que si se resuelven o no las dificultades de producción y de comercialización da lo mismo para los representantes de las organizaciones ya que el dinero que manejan no les cuesta por lo que no les da ni el más mínimo remordimiento en gastarlo en asuntos que no van precisamente en pos de los productores ni de la organización como tal. Este es en parte el motivo por el que existen tantas organizaciones vainilleras, y por el que se siguen conformando más ya sea de representación estatal como regional, la causa es que al no existir una organización que realice bien sus funciones y que en verdad genere un cambio dentro del sector vainillero se van creando nuevas organizaciones. Estas nuevas organizaciones en un principio llegan con toda la disposición de ayudar y de generar un cambio en favor de los productores, pero con el correr del tiempo, caen en los mismos vicios que trataron de evitar.

Se corrompen por el poder y por el dinero, dejando una vez más de lado las necesidades de los productores agremiados. Por lo mismo es que los productores tampoco tienen ese compromiso y sentido de pertenencia hacia las organizaciones que los representan; y si de ambas partes no existe tal compromiso simplemente no se pueden lograr cambios, por eso es que el sector vainillero sigue cayendo cada vez más bajo, ahora los productores han optado también por jugar el mismo juego que los representantes de las organizaciones. Los productores también buscan el hacerse de un recurso y para ello se afilian no solo a una organización si no a varias.

Un mismo productor puede ser parte de varias organizaciones y esto es lo que se ha venido manejando durante ya varios años; la relación entre productor y organización no es tan estrecha como se supone debería de ser, y esto precisamente es lo que propicia que no se dé ese sentido de pertenencia por parte de los productores hacia la organización y viceversa. Tal situación ha acrecentado esa ruptura entre ambas partes.

Por un lado los productores continúan aprovechando lo más que se pueda a los organizaciones haciéndose de algunos financiamientos u apoyos ya sea para fecundar como para mejorar su producción, esto también se ha hecho presente al momento de comercializar, ya que los productores buscan al mejor postor. Los productores van en busca de quien les oferte más por su producción de vainilla, por lo que fácilmente traicionan a la organización a la que estén afiliados tras la obtención de unos pesos más.

De esta manera es como se derivan los principales problemas de organización y comercialización que existen dentro de la zona vainillera. Al no a ver un sentido de pertenencia y un compromiso como tal por parte de los productores y de sus dirigentes, todo el trabajo se viene abajo; no se da un dialogo como tal, los acuerdos no son respetados, los recursos son desviados, y los únicos que resultan beneficiados no son otros más que las casas beneficiadoras. Como dice un refrán popular - “A río revuelto ganancia de pescadores” -, y esto es precisamente lo que ocurre tanto en la región como fuera de ella.

Las organizaciones al no ser una base sólida que respalde a los productores y busque el bienestar general de los mismos ha ido propiciando que cada vez más los productores se conviertan en una presa fácil para los intermediarios y coyotes y por ende que los beneficiadores sigan haciendo con mayor frecuencia de las suyas. Esto ha venido acrecentándose, y el resultado más inminente de todo ello, es el desinterés por parte de los productores con años de trascendencia, la apatía de las nuevas generaciones por seguir con este legado.

Así como los productores pueden ser parte de una o varias organizaciones también ocurre algo muy similar con los dirigentes de esas organizaciones, es el caso del Consejo Nacional de Productores Vainilleros A.C., el Consejo Estatal de Productores de Vainilla Veracruzanos A.C., y el Comité Nacional Sistema Producto Vainilla.

Estas 3 organizaciones se encuentran presididas por el mismo dirigente; y ya son varios periodos los que esta persona sigue encabezando no solo a los productores sino que también a varios de los agentes que integran la cadena productiva de la vainilla. Esta cadena se conforma por varios agentes los cuales ya fueron abarcados dentro del capítulo II. Donde se encuentran integrados desde productores, beneficiadores, hasta representantes por parte de artesanos como de la industria.

Es allí donde se da lugar a la discordancia, por un lado este dirigente dentro del Consejo Nacional y Estatal aboga por el bienestar de los productores mientras que por el Comité de Sistema Producto ve por los beneficiadores; aquí es donde no se puede ser juez y parte, de qué manera se puede estar abogando por unos mientras que por el otro lado se está agrediendo al resto. Simplemente resulta algo absurdo a primera vista que una misma persona este de ambas partes, pero por otro lado no resulta una idea tan descabellada; siempre y cuando la persona que este entre ambas lados logre un equilibrio y de pie a la conciliación entre productores y beneficiadores. Esta acción si se podría realizar ya que esta persona sabe y ha vivido también en carne propia por lo que acontecen los productores vainilleros; él también ha sido testigo de lo que son capaz de hacer los beneficiadores por adueñarse de la producción.

Por lo tanto conoce el medio y las condiciones en que se desenvuelven ambos actores, esta resultaría desde luego una gran ventaja porque ya sabe a lo que se enfrenta; sin embargo aun teniendo el poder y las facultades para generar un cambio, la situación sigue igual y los productores siguen sometidos cada vez más.

De muy poco les ha servido a los productores conciliarse como organización siendo que su dirigente nacional no ve del todo por sus intereses ya que sirve a un amo que le genera mayores intereses. Por último y al realizar el recuento de todos los elementos que vienen restringiendo el desarrollo no solo de los productores si no del cultivo de vainilla como tal, es que se presenta el riesgo inminente de que no solo sea la apatía por continuar con el cultivo de unos cuantos productores lo que pone en riesgo el cultivo de vainilla; ya que este riesgo ha estado latente desde el momento en que se desplomaron los precios en el 2004. La situación aquí es más compleja de lo que parece, ahora los cambios climáticos también fungen como un detonador, aunque es un aspecto externo no se puede dejar de lado, que desde hace unos años el cultivo de vainilla se ha visto afectado por las lluvias y sequías que se presentan por temporadas durante el año.

Aunque el cambio climático representa un problema inminente del cual los productores no tienen control, aun así se han visto afectados de manera directa ya que la producción se ha ido reduciendo paulatinamente; la floración de la vainilla ya es poca, y la que se alcanza a fecundar no logra madurar por lo que se desprende de la planta antes de finalizar el tiempo de maduración. Ante esta situación no se tiene una solución ni se tendrá, es algo que sencillamente sobrepasa la capacidad de las organizaciones como la de los productores. La cuestión referente al cambio climático es un problema que se ha ido incrementando y de la cual no se tiene una solución, muy por el contrario esta situación se está agravando con el paso de los años. Con esto queda por hecho que no solo el problema en torno a la organización y comercialización de vainilla son las únicas causas de la paulatina pérdida de su producción.

Lo que nos arroja este análisis es que a pesar de todas las organizaciones vainilleras que se encuentran en la región del totonocapan son muy pocas las que cumplen con los principios que describe el autor Gerardo Gómez que debieran de regir a todas las organizaciones como: identidad, participación, libertad y autonomía, distribución de utilidades y trabajo, capacitación y apoyo

político. Y las que si llegan a cumplir con varios de estos principios se quedan estancadas muchas veces en la consolidación que es solo una parte de las etapas de la organización. Y aunque para algunas de estas la autogestión sea un avance como en el caso de la asociación 1° de mayo, esta no ha dado un resultado más allá del problema de la producción en un principio y posterior a ello del beneficiado.

Pero aun pese a que resolvieron algunas dificultades fueron apareciendo nuevos retos a los cuales no pudieron enfrentar. Sin embargo hay otro tipo de organizaciones como el consejo estatal y nacional se encuentren muy lejos de alcanzar los objetivos por los que fueron constituidas, y como no estarlo si desde la creación de las mismas se han visto inmersas en meras declaraciones que se quedan ya sea en papel o en palabras que han sido pronunciadas tras discurso sin enunciar eco alguno.

Este tipo de organización en particular son las que nacen bajo algún ofrecimiento político del momento, por lo tanto no es de extrañarse que sean las primeras en desaparecer; la razón es fácil no hay participación por parte de los productores debido a que como este tipo de organizaciones nacen de los intereses de terceros y no de los intereses de los mismos productores. Es aquí cuando la organización se disgrega ya que al no contar con cimientos sólidos este tipo de organizaciones se vuelve un punto muy débil hacia cualquier dificultad que se puede presentar.

Es por ello que las organizaciones no llegan a una consolidación como tal, aunque para algunas de ellas el camino se vuelve cada vez más estrecho para otras esta situación además de provocar la desintegración de la misma, ocasiona que los productores busquen nuevas alternativas para obtener otros ingresos que con el cultivo de vainilla no podrían percibir. Esto a la vez deja ver que los productores no han podido dar ese despegue al parecer su tiempo de vida dura solo poco tiempo después de recibir el recurso otorgado ya sea para polinizar, mejorar el cultivo y posterior a ello se desintegran; por otra parte esto nos habla de la poca participación por parte de los integrantes que conforman

este tipo de organizaciones en las que ha prevalecido un interés individual muy por encima de los intereses que como organización puedan tener. Ante este tipo de situaciones la vainilla ha venido cediendo cada vez más ante una inminente crisis en la que todos los sectores salen afectados llámense, productores, coyotes y/o intermediarios, beneficiadores, comercializadores, artesanos, sector industrial y productores. Es evidente que aunque los afectados sean muchos unos resultan más perjudicados que otros y en este caso los que llevan la peor parte son los productores.

VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Como resultado de la investigación se identificaron varios elementos de continuidad histórica que marcaron el rumbo del cultivo de la vainilla y de los sectores involucrados dentro de su proceso de producción y comercialización. Lo acontecido durante el devenir histórico en torno a este aromático producto ha contribuido a definir la situación por la que actualmente atraviesan la producción y comercialización de vainilla así como la de los diferentes actores involucrados dentro de su proceso productivo; llámense productores, beneficiadores, comercializadores. Aunque cada uno de estos elementos han sido en parte los responsables de la situación actual que atraviesa la vainilla, la realidad es que cada uno de ellos ha influido de manera diferencial; generando impactantes cambios y transformaciones.

El primero de estos elementos fue su consumo, ya que dejó de ser solo ofrenda de Dioses, tributo de reyes y guerreros para después ser degustado solo por una parte de la sociedad debido a sus elevados precios y, en la actualidad, puede ser consumida por la mayoría de la población a un precio mucho más accesible. Muy acorde con eso México dejó de ser el único país en producirla para convertirse, en solo su país de origen, sin embargo, en el presente, ese dato ha pasado a convertirse en un recuerdo para los habitantes de la región ante el gran auge que la vainilla tuvo en décadas anteriores.

Ahora solo el recuerdo queda de todo el renombre, la gran producción y la calidad que tanto caracterizaba a la vainilla de Papantla, no solo en México si no en el mundo; recordemos que no por nada llegó a nombrársele a ésta como “la ciudad que perfuma al mundo”. Han sido innumerables los cambios; la producción de vainilla con el pasar del tiempo se ha ido diversificando, esto se ha ido suscitando a través de la adaptación a nuevas condiciones naturales de la región, pero a la vez ha ido obedeciendo también a los requerimientos externos como la producción de la vainilla orgánica que poco a poco fue sustituyendo la producción de vainilla convencional.

Es así como se da un proceso paulatino de abandono por parte de algunos productores de las actividades encaminadas a una producción regional, para enfocarse más a la producción del mercado nacional e internacional. En consecuencia, se dio un fuerte aumento en la comercialización de la producción de vainilla; sin embargo, el continuo incremento y la disminución del precio término por debilitar a los productores. A la par se fueron desarrollando organizaciones de productores no solo a nivel regional, sino también a nivel tanto Estatal como Nacional; este tipo de organizaciones extendieron su alcance hasta el punto de ubicarse en los diferentes estados productores de vainilla en todo el país.

Estas organizaciones se estructuran en primera instancia bajo el uso integral y múltiple de los recursos con los que contaban los productores y posteriormente optaron por la innovación e introducción de nuevas tecnologías para mejorar los medios de producción. Con estas transformaciones, en cuanto a la productividad, se buscan las condiciones para incrementar y mejorar tanto producción como calidad; sin embargo, las condiciones climáticas y el tan demandante cuidado del cultivo de vainilla no permiten que sea de esa manera. A pesar de los esfuerzos de estas organizaciones por impulsar la producción de vainilla, la realidad es que estas acciones lejos de causar modificaciones, lograron varios efectos negativos dentro de la estructura organizacional de las mismas.

Es importante señalar que estas estructuras se han visto afectadas e influenciadas por otros factores tales como la política, el mercado, la lucha de los mismos productores por la adquisición de más recursos o aquella que se deriva a raíz del poder, e incluso esta aquel condicionamiento impuesto por los factores naturales. Las organizaciones de productores vainilleros que se formaron en la Región del Totonacapan se constituyeron por grupos de productores con intereses diferentes, pero con el firme propósito de conjuntar acciones y decisiones que transformaran la producción.

Por desgracia, estas organizaciones o la mayoría de ellas, centran la mayor parte de sus acciones en el aspecto productivo y solo una pequeña porción de sus acciones se orientan en la lucha por la obtención y regularización de precios en torno a este aromático producto. La producción y comercialización de vainilla en la Región del Totonacapan como en los diferentes estados productores del país están atravesando por momentos difíciles. Durante el desarrollo de esta investigación quedó al descubierto que organizaciones van y organizaciones vienen, pero lo que no se va y muy por el contrario sigue estando presente son las dificultades en torno a la comercialización y que, en parte, se derivan de la forma en que se desenvuelven estas mismas organizaciones. La realidad es que aun siguen quedándose atrasados en resolver los problemas que giran en torno a la comercialización, enfocándose más en lo productivo y menos en la colocación o regularización de los precios; cada vez los puntos de venta en la región se encuentran más reducidos.

Ahora que si a esto le sumamos el poco o nulo apoyo que reciben por parte del gobierno estatal, el cual ya no se da de la misma manera que antes; el campo, los productores y sus cultivos se están quedando cada vez más olvidados; ahora el gobierno le apostó a otros sectores productivos y de servicios pero al campo lo sigue dejando en segundo o tercer plano. Las organizaciones, por su parte, sin el apoyo del gobierno se ven muy limitadas y si antes no pudieron con las dificultades en torno a la producción y comercialización; ahora, sin recursos económicos menos. Hoy por hoy, los productores de vainilla afiliados a estas organizaciones han ido perdiendo la esperanza y con ello también el interés por seguir con este cultivo.

Aquéllos productores que continúan con este cultivo, lo hacen sólo por la fuerte tradición que ha existido entre sus familias o comunidades; estos productores son el legado de una larga cadena de productores que dedicaron toda su vida y esfuerzo al cultivo de la vainilla. Los pocos productores de vainilla que quedan en la región son gente ya adulta, la cual continúa la tradición de este cultivo, por lo que el conservar su producción es de vital importancia no viéndola desde el

aspecto económico sino más bien como una forma de preservar su historia definida a través de su cultura, tradiciones e, incluso, como una forma de vida. Por lo tanto, aunque no les represente ganancia alguna y ya no les sea tan costeable, continúan con el cultivo de la vainilla aunque sea a menor escala, por el simple hecho que les representa una satisfacción personal por continuar con el legado y la actividad de toda una vida. Estos productores han sido parte fundamental en la historia de la producción de la vainilla y han sido pieza clave para conservar la tradición y la cultura vainillera regional, y, sin lugar a duda serán fundamentales para que se logre el despegue de la misma. Estos actores cuentan con todo un gran legado de sabiduría y conocimientos, unos transmitidos de generación en generación y otros que ellos mismos han ido adquiriendo con el pasar de los años.

Los productores, las organizaciones y los beneficiadores juegan un papel de suma importancia en la producción y mercado de la vainilla. Es por ello que así como han sido partícipes en su desarrollo, declive, en la actualidad en mantener y reimpulsar su desarrollo, es fundamental retomar el conocimiento que cada uno de ellos pudiera aportar tanto en lo individual como en lo colectivo.

Al contar con una trascendencia histórica y con el gran conocimiento en la producción de vainilla, es factible en términos de recursos y de tiempo que estas organizaciones a través de los productores asociados, logren un mejor desempeño y con ello mejor producción, beneficiado, y hasta incluso, mejorar la forma de comercializarla. Solo así es como los productores, a través de las organizaciones, podrán lograr un desarrollo en materia de producción y comercialización de este aromático producto.

VIII. LITERATURA CITADA.

- Astorga Enrique. 1978. Organización, Lucha y Dependencia Económica. CIDER, México. 109 p.
- Castañón Carlos Manuel. 1987. Organización Campesina: La estrategia trunca. México. 55 p.
- Chávez Hita Naveda Adriana. 1990. Papantla Veracruz: imágenes de su historia. Turmex, México. 31 p.
- CONACOOOP. 1981. Curso básico de comercialización para Cooperativas Agropecuarias. Confederación Nacional Cooperativa de la República Mexicana. México. 24 p.
- Consejo Nacional de Productores Vainilleros A. C. 2009. Platillos y Postres de Vainilla Natural, Pixel Creativo, México. vii p.
- Curtí Díaz Erasmo. 1995. Cultivo y beneficiado de vainilla en México. Organización Nacional de Vainilleros Indígenas de México, México.
- De la Tejera Hernández Beatriz. 1996. Movimientos agrarios en el estado de Michoacán. UACH, México. 35 p.
- Gaceta Oficial del Estado de Veracruz. N° 236 de fecha 27 de noviembre de 2000.
- García Salas Luis. 1986. Cachiquin, Graphos, Xalapa, Veracruz. 64-65 p.
- Gómez González Gerardo. 1981. Organización campesina y lucha de clases. UACH, México. 12 p.
- Herrera Rojas, Juan José. 2010. Apuntes del curso Teoría de la Organización: Cooperativismo y Economía Solidaria en México. SR-UACH, México.
- López Sinicio. 2008. 20 AÑOS de CHAPINGO en la REGIÓN DEL TOTONACAPAN. UACH, México. 31 p.
- Martínez Estela. 1991. Organización de Productores y Movimiento Campesino. México. 164 p.
- Mayorga Castañeda Francisco J. 2002. Revista mensual producida y editada por Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria, Órgano Desconcentrado de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, México.
- Menchaca García Rebeca Alicia. 2009. "La Vainilla" Revista de Divulgación Científica y Tecnológica de la Universidad Veracruzana. <http://www.uv.mx>, 30 de Noviembre de 2009.
- Peña Garza, Juan Manuel. 1982. Comercialización de Productores agropecuarios. Instituto Nacional de Capacitación del Sector Agropecuario, A.C. México. 2 p.
- Rello Fernando. 1990. Las Organizaciones de Productores Rurales en México. UNAM, México. 18 p.
- Reyes López Delfino. 2008. Beneficiado tradicional de Vainilla. Puebla, México.
- Zaleta, Leonardo. 2001. Postales de Papantla, Amatla Litografía, México. 125 p.

IX. ANEXOS.

9.1 ENTREVISTA A PRODUCTORES.

Fecha ____/____/2010.

1. Localidad
2. Municipio
3. Nombre de la organización
4. ¿Cómo surge la organización fue por iniciativa propia o por un agente externo?

SI ☐ NO ☐

5. ¿Quien la promovió?
6. ¿Cómo se origino la organización?
7. ¿La organización está legalmente constituida? SI ☐ NO ☐
8. ¿A qué tipo de organización pertenecen?
9. Nombre del representante de la organización.

Nombre (s)	Apellido paterno	Apellido materno

10. Edad ____ (Años)
11. Sexo: Hombre ____ Mujer ____

12. Número de integrantes de la organización y composición:

Sexo	Hombre	Mujeres	Total
Número			

13. Grado de parentesco de los integrantes de la organización:

1. Familiares directos ____	2. Familiares indirectos ____	3. No familiares ____
-----------------------------	-------------------------------	-----------------------

14. ¿Cuál es su estructura interna?
15. ¿Cuáles son las funciones que desempeñan sus integrantes?
16. ¿Cómo era la situación social de los integrantes de la organización antes de constituirse como tal?
17. ¿Cuentan con algún reglamento interno?
18. ¿Cuáles son sus objetivos como organización?
19. ¿De que dependen dichos objetivos?
20. ¿Cómo se toman las decisiones dentro de la organización?
21. ¿Cuáles son los proyectos que realizan como organización?
22. ¿Entre esos proyectos cuales han sido exitosos y cuáles no?
23. ¿Han recibido algún tipo de apoyo o crédito por parte del gobierno?
SI ☐ NO ☐ Especifique otro:
24. ¿Por parte de que dependencia?
25. Tipo de apoyo recibido.

1. Adquisición de maquinaria y equipo	4. Contratación de asesoría
2. Construcción de infraestructura	5. Adquisición de plantas.
3. Adquisición de insumos	6. Otros.

26. ¿Cuál es el impacto que representa la organización a nivel regional?

27. ¿Existe alguna relación con otras organizaciones?

SI ☐ NO ☐

28. ¿Con cuales?

29. ¿Qué beneficios tiene para la organización, la relación que se establecen con otras organizaciones?

30. ¿Qué beneficios brinda la organización a sus integrantes y familias?

31. ¿Cuáles han sido las problemáticas a las que se han enfrentado como organización?

32. ¿Qué actividades han realizado para resolver dichas problemáticas?

33. ¿Cómo organización cuáles son sus expectativas a futuro?

34. ¿De que dependen dichas expectativas?

35. ¿Cómo organización cual es la superficie cultivada de vainilla?

36. ¿Qué tipo de tipo de cultivo tienen?

Convencional ☐ Orgánico ☐ Ambos ☐

37. ¿A cuánto asciende la producción?

Vainilla verde ☐ Vainilla beneficiada ☐

Vainilla convencional ☐ Vainilla Orgánico ☐

38. ¿En qué año empezaron el proceso de beneficiado?

39. ¿A qué problemas se enfrentaron al momento de beneficiar?

40. ¿A qué tipo de mercado se dirige su producción?

1. Autoconsumo	3. Mercado Estatal	5. Exportación
2. Mercado Local	4. Mercado Nacional	6. Otro.

41. ¿Cómo comercializan sus productos?

1. Por un intermediario	2. En un centro de acopio	3. Consumidor final
-------------------------	---------------------------	---------------------

42. ¿Cual es el precio promedio de venta de la producción?

Vainilla verde ☐ Vainilla beneficiada ☐

Vainilla convencional ☐ Vainilla Orgánica ☐

43. ¿Al momento de la venta a que dificultades se enfrentan?

9.2 ENTREVISTA A BENEFICIADORES.

Fecha ____/____/2010.

1.- Nombre de la empresa

2.- Ciudad en la que se encuentra ubicada.

3.- ¿Desde hace cuantos años se dedican a la comercialización de vainilla?

4.- ¿Tienen plantación de vainilla?

5.- ¿Cuánta es la superficie cultivada?

Si	No	
----	----	--

6.- ¿A cuánto asciende su producción? 7.- ¿Contratan gente para polinizar?

	Si	No	A veces
--	----	----	---------

8.- ¿Su producción abastece la demanda actual?

9.- ¿Compran a alguna organización o a productores particulares?

10.- ¿Piden algunas normas de calidad al momento de comprar?

11.- ¿Cuál es el precio con el que compraron este año?

12.- ¿Cuánta compraron?

13.- ¿Cómo establecen el precio para comprar la vainilla?

14.- ¿La pagan inmediatamente o les dan crédito?

15.- ¿Benefician la vainilla?

16.- ¿Qué proceso utilizan para beneficiar?

Extranjero	Si	No	
País	Si	No	

17.- ¿La venden al extranjero o en el país? 18.- ¿A qué lugares?

19.- ¿Le dan algún valor agregado? 20.- ¿Que productos tienen?

Si	No	
----	----	--

21.- ¿Se han visto afectados con la entrada de vainilla sintética al mercado?

9.3 LEYENDA DE LA VAINILLA.

La vainilla es una cultivo endémico de la región del Totonocapan cuya historia es contada por los pobladores del lugar, quienes relatan que “en tiempos del rey totonaca Teniztli tercero, una de sus esposas tuvo una hija que, por su belleza, fue llamada Tzacopontziza (Lucero del Alba), la cual fue consagrada al culto de Tonacayohua, diosa de la siembra y los alimentos... Esta joven se enamoró de un príncipe llamado Zkatan-oxga (Joven Venado), a pesar de que tal sacrilegio estaba penado con la muerte.

Cuenta la leyenda que un día, cuando la joven salió del templo a buscar tortillas para ofrecer a la diosa, huyo con el joven príncipe hacia la montaña, donde se les apareció un monstruo que los envolvió en llamas obligándolos a retroceder. A su regreso, los sacerdotes los esperaban y sin explicación alguna fueron degollados y llevados al adoratorio, en donde tras sacarles el corazón y ponerlos en piedras votivas en aras de la diosa, fueron arrojados a una barranca. En el lugar en que se les sacrificó, la hierba empezó a secarse como si la sangre de las dos víctimas, allí esparcida, tuviera un maléfico influjo. Tiempo después, empezó a brotar un arbusto elevándose a varios palmos del suelo y cubierto de follaje.

Al alcanzar su desarrollo total, comenzó a crecer junto a su tallo, una orquídea trepadora sobre el tronco del arbusto. Una mañana, la planta se cubrió de flores y todo el sitio se bañó de exquisitos aromas. Ante el asombro de los sacerdotes, no dudaron en creer que la sangre de los dos príncipes se había transformado en arbusto y orquídea. Su sorpresa fue mayor, cuando las hermosas flores se convirtieron en largos y delgados frutos que al madurar desprendían un dulce y suave perfume, como si el alma inocente de Lucero del Alba esenciara, en él, las fragancias más exóticas.”⁵⁸

⁵⁸ Núñez J. José y Domínguez, 2008, "Leyenda", La Vainilla del Totonacapan un Regalo de Veracruz al Mundo. <http://www.vanillamexico.com>, 26 de Noviembre de 2009.

A partir de ese momento la vainilla forma parte de la cultura totonaca y pasa a ser considerada por los habitantes de la región como planta sagrada, lo que viene a representar la cosmovisión que este pueblo tenía para explicar el universo, en el que la vainilla jugaba un papel fundamental.

9.4 EL TOTONACAPAN.

La región totonaca es el nombre que se le dio a una región mexicana que se sitúa fundamentalmente en el norte del Estado de Veracruz. Esta región se conformó originalmente en torno a la ciudad prehispánica de El Tajín y posteriormente, en la época colonial y hasta la actualidad, en torno a la ciudad de Papantla. Aunque comprende una amplia zona, en la que se desarrolló la cultura totonaca, actualmente comprende desde el río Cazonas, al norte, hasta las poblaciones de Gutiérrez Zamora y Tecolutla, al sur. Algunas otras localidades de Veracruz comprendidas en la región del Totonacapan, son, entre muchas otras, Cazonas, Coatzintla y Poza Rica.

Mapa. Región del Totonacapan.



Fuente: [HTTP://WWW.VANILLAMEXICO.COM](http://www.vanillamexico.com)

9.5 ENTRE PASADO Y EL FUTURO.



Foto: Mujer y Vainilla.



Foto: Planta de vainilla.

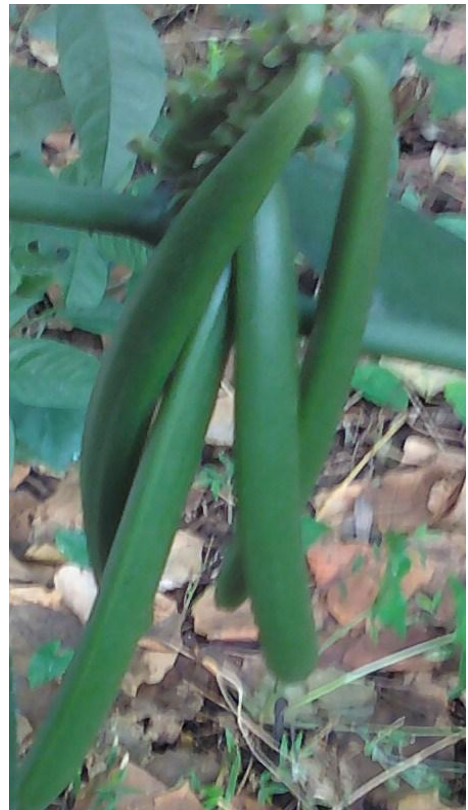


Foto: Vainas.



Foto: Asociación 1 de mayo.



Foto: Proceso de beneficiado.



Foto: Proceso de beneficiado.



Foto: Proceso de beneficiado.



Foto: Proceso de beneficiado.



Foto: Organización de productores.