

# LA ASOCIATIVIDAD DE PRODUCTORES DE VAINILLA (*Vanilla planifolia* Jacks. ex Andrews) COMO ESTRATEGIA PRODUCTIVA Y COMERCIAL

Barrera-Rodríguez, A.I.<sup>1\*</sup>; Anastacio Espejel-García, A.<sup>2</sup>; Herrera-Cabrera, B.E.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>UCh. Depto. de Prepa Agrícola, <sup>2</sup>CONACYT-UCh-Posgrado en Ciencia y Tecnología Agroalimentaria. Chapingo, km 38.5 carretera México-Texcoco, México. C.P. 56230. <sup>3</sup>Programa en Estrategias para el Desarrollo Agrícola Regional, Colegio de Postgraduados Campus Puebla, Boulevard Forjadores de Puebla 205, San Pedro Cholula, Puebla, México.

\*Autor de correspondencia: lariadna.barrera@gmail.com

## Problema

El mercado internacional de vainilla (*Vanilla planifolia* Jacks. ex Andrews) exige el cumplimiento estricto de reglamentaciones de calidad e inocuidad a fin de poder ingresar a mercados más rentables y competitivos; la alternativa de las organizaciones de productores es lograr consolidar la integración y una agroindustria capaz de garantizar el abasto de materia prima de sus socios, aumentar los rendimientos de sus plantaciones y calidad, así como, certificar el proceso de transformación para elaboración de subproductos. Las condiciones actuales del mercado son incentivo para que los productores vean la asociatividad como estrategia de competitividad, y para ello requieren del acompañamiento de actores

que complementen el proceso de profesionalización de su estructura interna para que se transformen en empresas rurales sólidas y autogestoras. Las asociaciones de productores de vainilla atraviesan crisis estructurales por su bajo nivel de cooperación e interacción (densidad) y fidelidad entre sus socios, capacidades gerenciales y administrativas limitadas, bajo nivel de gestión y vinculación con actores complementarios, y bajo nivel de rendición de cuentas (Figura 1).

Se trabajó conjuntamente con la Universidad LA HAN de Holanda para realizar un análisis del consumo de vainilla en Europa, lo cual permitió identificar que los productos demandados por el mercado holandés, a saber: vainilla en vaina y en polvo.

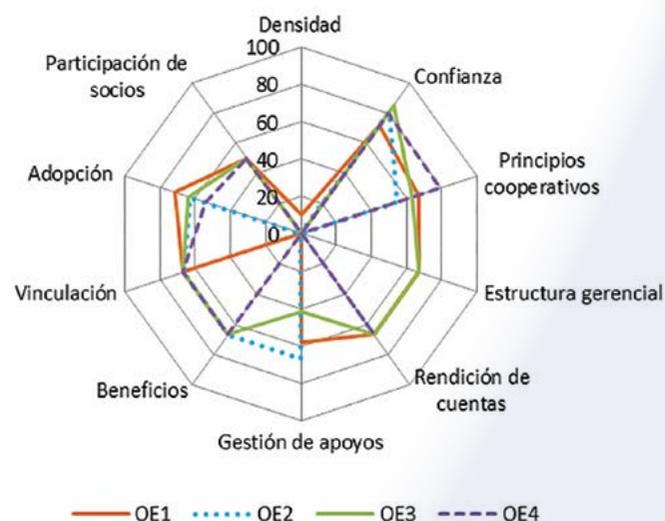


Figura 1. Factores que integran el nivel de asociatividad de organizaciones económicas productoras de vainilla

## Solución planteada

Considerando una muestra de cuatro organizaciones de productores de vainilla cuyas variables de selección fueron su capacidad productiva, grado de desarrollo industrial, y cobertura comercial: Suame Titekijtok Tonantzin SPR de R.L de C.V. ubicada en la Sierra Nororiental de Puebla; Sociedad de Productores de Vainilla de Cachikin S.C. de R.L. de C.V. localizada en Veracruz; Comité Estatal Sistema Producto y Sembradores de Vainilla Fuente de Vida SPR de RL, localizadas en San Luis Potosí, demostró que un componente relevante de la asociatividad es la capacidad de establecer y gestionar una red de actores institucionales que facilite el acceso a fuentes de financiamiento; asistencia técnica, capacitación e innovación. Con base en la información analizada ( $R^2=0.99$ ), se determinó que la confianza y participación de los socios inciden directamente en la rentabilidad de las organizaciones. Esto significa que en la medida en que aumenta la confianza entre socios, aumenta su participación y ambas variables inciden positivamente

en el ingreso económico. Para mejorar la inserción de las organizaciones de productores de vainilla en mercados de mayor valor, se debe fortalecer la asociatividad en las organizaciones económicas de productores favoreciendo mayor interacción con dependencias de gobiernos, instituciones académicas, de investigación,

empresas privadas, y agencias de desarrollo. Las actividades desarrolladas se centraron en la impartición de talleres participativos sobre organización, misión y visión empresarial, cálculo de costos de producción, requisitos para comercializar, el consumo nacional de vainilla, los requerimientos para exportar (Figura 2,3).



**Figura 2.** Talleres participativos para transferencia de innovaciones productivas



**Figura 3.** Talleres participativos para transferencia de innovaciones sociales (administrativas, organizativas y de comercialización).

**Impactos e indicadores**

Innovación	Impacto	Indicador	Producto
Adopción de un esquema de asociatividad (herramientas gerenciales, económicas, organizativas).	Formalización de una organización económica de productores de vainilla, y fortalecimiento de la estrategia de proveeduría de las organizaciones.	Índice de densidad (Número de interrelaciones entre los socios de las organizaciones).	Organizaciones de productores consolidadas.
Buenas prácticas de manejo en el vainillal.	Incremento en rendimiento y calidad (tamaño) del fruto	Índice de adopción de innovación; productores capacitados.	Desarrollo de capacidades de innovación en productores.
Conocimiento del mercado mexicano y europeo.	Planeación en procesos productivos y de transformación sobre producción y requerimientos para la exportación.	Adopción de innovaciones sobre comercialización.	Estudio local sobre el consumo de vainilla.