

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Ciencias e Ingenierías

**Estudio de mercado para la comercialización nacional e internacional de
vainilla natural (*Vanilla tahitiensis*)**

Elvia Aracely Porras Rubio

Raúl de la Torre, Ph.D., Director de Tesis

**Tesis de grado presentada como requisito para la obtención del título de
Ingeniera en Agroempresas**

Quito, Noviembre del 2013

Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Ciencias e Ingenierías

**Estudio de mercado para la comercialización nacional e internacional de
vainilla natural (*Vanilla tahitiensis*)**

Elvia Aracely Porras Rubio

Raúl de la Torre, Ph.D.

Director de Tesis.

Mario Caviedes, MSc. Dr.

Miembro del comité de Tesis.

Antonio León, Ph.D.

Miembro del comité de Tesis.

Eduardo Uzcátegui, Ph.D.

Coordinador de Agroempresas.

Ximena Córdova, Ph.D.

Decana de la Escuela de Ingeniería

Quito, Noviembre 2013

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma:

Nombre: Elvia Aracely Porras Rubio

C. I.: 0503352825

Fecha: Quito, Noviembre del 2013

DEDICATORIA

Dedicado a mis padres Elvia Rubio y Jaime Porras, quienes fueron mí guía, y mi gran inspiración; gracias a su apoyo he llegado a realizar la más grande de mis metas, la cual constituye la herencia más valiosa que pudiera recibir.

Gracias por hacer de este sueño una realidad.

AGRADECIMIENTO

A mis padres porque sin escatimar esfuerzo alguno, han sacrificado gran parte de sus vidas para formarme y porque nunca podré pagar todos sus desvelos.

De igual forma mi cariño y gratitud a mis hermanas/os Edisse, Britty, Jimmy y Klever, quienes me extendieron su mano en todo momento. Gracias por su apoyo incondicional.

Mi cariño especial a Francisco Ochoa, por todo el amor y apoyo brindado.

A mis maestros a quienes les debo gran parte de mi conocimiento: gracias a Raúl de la Torre por guiarme en este proyecto, a Mario Caviedes por su ánimo y estímulo, y de manera muy especial a Eduardo Uzcátegui por ser el pilar fundamental en estos años de carrera, por su confianza, cariño y apoyo brindado.

Finalmente, mi eterna gratitud a todo el personal docente y administrativo de esta prestigiosa universidad quienes con su calidad humana han sabido ganarse mi respeto y cariño.

Resumen.

Ecuador cuenta con importantes recursos naturales, características climáticas aptas, y ubicación geográfica ventajosa para el cultivo de vainilla, todo lo cual podría favorecer el posicionamiento de este producto, tanto en el mercado interno como en los mercados de exportación, convirtiéndolo en un importante rubro para la diversificación de la oferta agroexportable del país y en un valioso aporte al desarrollo económico nacional.

El presente proyecto está enfocado en la comercialización internacional de vainilla natural producida orgánicamente bajo condiciones de invernadero y beneficiada en la zona de Santo Domingo de los Colorados, Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. De la producción esperada se estima una venta de 360,000 vainas en el primer año y aumentos de 5% en los años siguientes.

El estudio de mercado realizado en la ciudad de Quito reveló que existe desconocimiento de la vainilla natural entre los consumidores (63%), razón por la cual la demanda que podría esperarse es baja, no así entre los chefs entrevistados en otra encuesta, quienes pese a conocer las características y atributos de este producto y a utilizarlo en sus preparaciones todavía constituyen un segmento muy limitado en su demanda actual y potencial (77%). Frente a esta realidad se ha considerado en el proyecto la opción de venta al exterior, habiéndose identificado como mercados meta dos países de Europa (Suiza y España) y dos países de América del Sur (Colombia y Perú). El estudio financiero demuestra que el proyecto es viable ya que todos los indicadores financieros (TIR de 141%, VAN de \$371,327.55, relación beneficio-costos de \$5,77 y un punto de equilibrio igual al 10% de la producción) son altamente satisfactorios.

Abstract

Ecuador depends on substantial natural resources; the climatic conditions are suitable and its geographic location is an advantage for growing vanilla, all of which could favor the positioning of this product, both in the domestic and export markets, making it an important item for the diversification of the agricultural export of the country and also contributes to the national economic development.

This project is focused on the international marketing of organically produced vanilla under greenhouse conditions and harvested in the area Santo Domingo de los Colorados, Province of Santo Domingo de los Tsáchilas. From the current crops, the estimated sale is 360,000.00 vanilla pods in the first year with an increase of 5% in the following years.

The market survey revealed that in the city of Quito there is a lack of natural vanilla within the consumers (63% of the people surveyed), which is why the expected demand is very low. Not among chefs interviewed in another survey, who despite knowing the characteristics and attributes of the product its commons in their preparations (77% of the people surveyed), still represent a very limited percentage in its current and potential demand. Acknowledging this fact has been considered in the project, the option of sales abroad, two countries of the European continent (Switzerland and Spain) and two countries of South America (Colombia and Peru) have been identified as target markets. The financial analysis shows that the project is viable because of all financial indicators (IRR of 141%, NPV of \$ 371,327.55, benefit-cost ratio of \$ 5.77 and a low break-even point that corresponds to 10% of the production) are highly satisfactory.

Tabla de contenido

1.	INTRODUCCION:	13
2.	BREVE RESEÑA HISTÓRICA DE LA VAINILLA	14
3.	JUSTIFICACIÓN:	15
4.	OBJETIVOS.....	16
4.1.	Objetivo general:.....	16
4.2.	Objetivos específicos	16
5.	ESTUDIO DE MERCADO	17
5.1.	OFERTA	18
5.1.2.	Oferta internacional:	18
5.2.	DEMANDA.....	22
5.2.1.	Demanda nacional.	22
5.2.2.	Demanda internacional	26
6.	ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN.....	29
6.1.	Políticas de venta.....	30
7.	NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL.	30
7.1.	Análisis de riesgos.....	31
7.2.	Cotizaciones y formas de pago.....	31
7.3.	FORMA DE PAGO	31
8.	PROCESO DE EXPORTACIÓN:.....	32
8.1.	Mercados potenciales para la vainilla a producir en el presente proyecto:.....	33
8.2.	PERU	33
8.2.1.	Documentos para la aduana.....	34
8.2.2.	Empaque, embalaje y etiquetas	35
8.2.4.	Logística y distribución interna.	35
8.2.5.	Subpartida arancelaria para la exportación de vainilla a Perú.....	36
8.3.	COLOMBIA	37
8.3.1.	Nacionalización:.....	38
8.3.2.	Subpartida arancelaria para la exportación de vainilla a Colombia:	38
8.4.	ESPAÑA.....	38
8.4.1.	Requisitos Generales de Acceso al Mercado.....	38
8.4.2.	Subpartida arancelaria para la exportación de vainilla a España.....	39
8.4.3.	Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado	40

8.4.4. Precios en el mercado de España	40
8.5. SUIZA:.....	41
8.5.1. Legislación Agroalimentaria de Suiza.....	41
8.5.2. REQUISITOS ETIQUETADO	41
8.5.3. Subpartida arancelaria para la exportación de vainilla a Suiza	42
9. ESTUDIO TECNICO	43
9.1. Tamaño del proyecto:	43
9.2. Localización del proyecto:.....	43
9.3. Ingeniería del proyecto:	44
9.4. Requerimientos del cultivo	44
9.5. Clima	44
9.6. Suelo.....	45
9.7. Labores culturales	45
9.8. Fertilización.....	45
9.9. Plagas y enfermedades	46
9.10. Cosecha y poscosecha:	46
9.10.1. Densidad y rendimiento.....	46
9.10.2. Acondicionamiento de las vainas	47
9.10.3. Clasificación.	47
9.10.4. Enmaletado.	47
9.10.5. Depósito.....	47
9.10.6. Calidad.-	48
9.10.7. Envasado.....	48
9.10.8. Marcado y etiquetado	48
10. ESTUDIO FINANCIERO	51
10.1. TABLA DE INVERSIONES.....	51
10.1.1. Inversiones en activos:.....	51
10.2. CAPITAL DE TRABAJO.....	53
10.3.1. Detalle de financiamiento	53
10.3.2. Tabla de amortización	53
10.3.3. Ingresos.....	54
10.4. Flujo de Caja:	57
10.5. Evaluación financiera	58

10.5.1. Tasa interna de retorno.....	58
10.5.2. Valor actual neto.....	58
10.5.3. Relación beneficio-costo.....	58
10.6. Punto de equilibrio.....	59
11. Conclusiones.....	61
12. Recomendaciones.....	63
13. BIBLIOGRAFÍA:.....	64
13.1. Anexos:.....	70

LISTA DE GRAFICOS

Gráfico 1. Producción mundial de vainilla (2010).....	19
Gráfico 2. Exportaciones- Vainilla 2010.....	21
Gráfico 3. Opinión de la población sobre el helado de vainilla natural.....	25
Gráfico 4. Opinión sobre el grado de satisfacción.....	26
Gráfico 5. Principales importadores de vainilla (2010).....	27
Gráfico 6. Canales de comercialización.....	30
Gráfico 7. Diagrama de flujo del método de beneficiado de la vainilla.....	49

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Composición química de la vainilla procesada.....	16
Tabla 2. Valor de la producción de vainilla (2010).....	20
Tabla 3. Exportación mundial de vainilla 2010.....	21
Tabla 4. Países importadores de vainilla, cantidades y precios (2010).....	27
Tabla 5. Precios anuales a los productores 2010.....	29
Tabla 6. Subpartida arancelaria para la exportación de vainilla a Perú:.....	36
Tabla 7. Subpartida arancelaria para la exportación de vainilla a Colombia:.....	38
Tabla 8. Subpartida arancelaria para la exportación de vainilla a España.....	39
Tabla 9. Precios de vainilla en España.....	41
Tabla 10. Subpartida arancelaria para la exportación de vainilla a Suiza:.....	42
Tabla 11. Clasificación taxonómica de la vainilla.....	43
Tabla 12. Características de calidad.....	50
Tabla 13. Inversiones en activos.....	51
Tabla 14. Depreciación.....	52
Tabla 15. Costos fijos y variables (año 1).....	52
Tabla 16. Amortización.....	53
Tabla 17. Proyección del rendimiento de vainilla beneficiada.....	54

Tabla 18. Porcentajes de vainilla y sus derivados	54
Tabla 19. Ingresos en vainas beneficiadas	55
Tabla 20. Ingresos en polvo de vainilla.....	55
Tabla 21. Ingresos en caviar de vainilla	55
Tabla 22. Ingresos totales.....	56
Tabla 23. Flujo de caja del proyecto.	57
Tabla 24. Punto de equilibrio	59

1. INTRODUCCION:

La vainilla pertenece a la familia de las Orquídeas, tribu de las ofrideas, cuyas especies habitan en regiones tropicales de América. Planta herbácea trepadora, tallo cilíndrico poco ramificado, largo, flexible, succulento, verde; produce hojas opuestas alternas subsésiles, de forma oblonga-elíptica lanceolada, ápice agudo acuminado, de 10 a 20 centímetros de longitud, 4 a 8 centímetros de ancho y 1 a 2 milímetros de espesor, de consistencia carnosa y superficie lustrosa cutinizada, principalmente en el haz. En los nudos, al lado opuesto de la hoja, desarrolla pares de raíces adventicias aéreas con las cuales se adhiere a los árboles u otros soportes. Las inflorescencias se producen en racimos axilares de diez a veinte flores colocadas en espiral. Las raíces desarrollan sin profundizar en el suelo, extendiéndose superficialmente a varios metros de distancia (Damián, 2004). El clima tropical y subtropical es ideal para el cultivo de vainilla; la temperatura media anual es de 23 a 25 grados centígrados como máximo. La altitud y el clima, zonas que están por debajo de los 300 metros sobre el nivel del mar, no se debe tener una altitud superior a los 500 metros (Morales y Jiménez. 2010)

La vainilla es un importante aromatizante natural usado en varios productos tales como alimentos, bebidas, fármacos, cosméticos y tabaco. La vainilla se originó en México y en algunos países de Centro América como Costa Rica y Honduras. Sin embargo, hoy en día se la cultiva en muchas partes del mundo y los principales países productores son Madagascar, Indonesia, China, Comoras y en menor medida, Tonga, Reunión, Guadalupe y Turquía. En México, el área de producción principal se encuentra en el Totonacapan, ubicada en la parte norte del estado de Veracruz.

2. BREVE RESEÑA HISTÓRICA DE LA VAINILLA

Durante la segunda mitad del siglo XVIII y hasta la tercera década del XIX, la comercialización de vainilla mexicana para la exportación, tanto silvestre como sembrada fue de muy reducidas dimensiones. México era entonces el único país exportador de vainilla en el mundo. La estimación observada de exportación promedio anual de vainilla mexicana de mediados a fines del siglo XVIII era de alrededor de 1,000 a 1,300 kilogramos de vainillas beneficiadas. Según datos obtenidos se estima que entre 1802 y 1828 México exportó un promedio de 2,067 kilogramos al año. Desde que la alta sociedad francesa adoptó la costumbre de tomar chocolate durante el curso del siglo VXII, el consumo de vainilla mexicana en Europa mantuvo una fuerte tendencia histórica al alza. No había entonces más vainilla en el comercio que la de México, y las cantidades que en aquellas épocas se exportaban eran, como se ha visto, muy modesta, por lo que los precios de la vainilla solían ser, en promedio, extraordinariamente altos. Debido a que la vainilla ya seca es un producto muy ligero, la relación entre su precio y su peso resulta muy alta. Los Estados Unidos importaron un promedio anual de casi 4,000 kg de vainilla mexicana, los cuales, sumados a los registrados por las aduanas francesas, dan una exportación promedio de alrededor de 11,700 kg por año para la década de 1860 (Kouri y College. 2000).

Para la década de 1880, en cambio, las series estadísticas de exportación muestran un promedio anual de 48,296 kilogramos, y las de importación (Estados Unidos y Francia) dan una cifra todavía más alta, cerca a los 50,000 kilos por año.

En términos absolutos, la producción promedio en Papantla, ubicada en México, crece de 6,000 a alrededor de 33,000 kilogramos de vainilla por año; el resto proviene principalmente de las inmediaciones de Jicaltepec-San Rafael. Esto significa que la producción Papanteca se incrementó en 550% en un lapso de dos décadas, lo que equivale a

una tasa de crecimiento promedio de 28% por año; cabe señalar que este auge vainillero en Papantla fue primordialmente el resultado de una extraordinaria expansión de la superficie dedicada al cultivo de la vainilla, ya que el método de polinización artificial (el cual aumenta el rendimiento de las plantas) no se popularizó en Papantla sino hasta mucho después (Kouri y College. 2000).

3. JUSTIFICACIÓN:

Por su aroma y sabor exclusivos, la vainilla ha sido utilizada ampliamente en industrias alimenticias, siendo éstas las que ocupan uno de los principales renglones dentro de las industrias de transformación en el país y en el mundo. La vainilla es la segunda especia más cara del mundo y es utilizada no solo en la industria alimentaria sino en otras como la cosmética (perfumes) y la decoración. Su uso se centra en el sabor y el aroma característicos de este fruto, antes que en la funcionalidad y el valor nutricional de los productos derivados de la extracción de las vainas de vainilla. El mercado de este sabor tiene su mayor demanda en los mercados franceses e italiano, principalmente para la fabricación de helados (De la Cruz, 2009).

Composición química de la vainilla procesada:

De una manera general, los granos procesados contienen vainillina, ácido vínlico, ácido p-hidroxibenzoico, p-hidroxibenzaldehído, proteínas, azúcares, fibra como la hemicelulosa y la celulosa, ceras, resinas, pigmentos, taninos, minerales y aceites esenciales (De la Cruz, 2009).

Tabla 1. Composición química de la vainilla procesada.

COMPONENTES	g/kg
Vainillina	20
Acidovainílico	1
P-hydroxybenzaldehydo	2
Acido p-hydroxybenzoic	0.2
Azúcar	250
Lípidos	150
Celulosa	150-300
Minerales	60
Agua	350

Fuente: FAO, 2010

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo general:

- Determinar la factibilidad de la comercialización nacional e internacional de vainilla orgánica natural.

4.2. Objetivos específicos:

- Analizar el mercado actual y potencial de la vainilla natural, tanto en América como en Europa.
- Implementar una estrategia de mercado para la comercialización de vainilla.
- Estimar costos de producción y rentabilidad de una explotación comercial.

5. ESTUDIO DE MERCADO

Este proyecto tiene la finalidad de identificar estrategias para comercializar vainilla orgánica. La producción de esta vaina en Ecuador es muy poco demandada, y es por esto que su producción es limitada. Para obtener una buena calidad de las vainas y una mayor competitividad en los mercados del mundo es necesario dar mayor atención al cultivo, proceso de cosecha, poscosecha y secado, a fin de eliminar la presencia de materias extrañas y poder lograr una calidad uniforme, manteniendo las características más importantes del producto como son: sabor, aroma, color, tamaño.

Cabe señalar que la vainilla orgánica conseguirá una buena posición y se cotizará a un precio ventajoso en el mercado, siempre que se mantenga la calidad ya que éste es un factor fundamental que exigen los países demandantes; es también importante la clasificación de la vainilla, la misma que se efectúa conforme a dos criterios: por largo de cápsula y por contenido de vainillina (Franz y Jörn. 2000).

Desde principios de los años 80's la tendencia de los mercados internacionales para los productos naturales ha ido en aumento. Estos productos se consideran seguros y no representan una amenaza para la salud humana. Esta tendencia induce cambios importantes en la forma en la que los alimentos son producidos, procesados y manipulados, así como en las leyes de seguridad alimentaria, reglamentos y procedimientos de los países importadores, destinados a proteger a los consumidores en cuanto a la salud y reducir el costo de su cuidado. En el mercado mundial la vainilla es uno de los productos naturales de mayor disponibilidad para hacer frente a la competencia de los sabores sintéticos. El mayor interés por la vainilla natural ha traído como consecuencia el aumento de su precio, lo cual ha constituido un estímulo para el cultivo de la vainilla en México y el mundo (De la Cruz, 2009).

En el Ecuador se cuenta con importantes recursos naturales, características climáticas favorables, disponibilidad de infraestructura y ubicación geográfica ventajosa para posicionar a la vainilla como un sector estratégico que contribuya a la diversificación de la oferta exportable y, en suma, al desarrollo económico nacional.

5.1. OFERTA.

5.1.1. Oferta interna:

El análisis de la oferta precisa la situación actual en términos de la capacidad de producción instalada y utilizada. La oferta nacional de la vainilla natural resulta ser muy baja debido a que se trata de un cultivo nuevo en el país. En la actualidad se conoce de dos productores de vainilla natural, como es el caso de Vainillas del Ecuador quienes producen 266 kilos por año; su plantación está ubicada en Santo Domingo de los Colorados (Uzcátegui, 2013.). Por otro lado, la Asociación Kallary, productores de productos orgánicos, están ubicados en el Tena en la amazonia ecuatoriana y produce alrededor de 100 kilos por año (Kallari, 2007).

5.1.2. Oferta internacional:

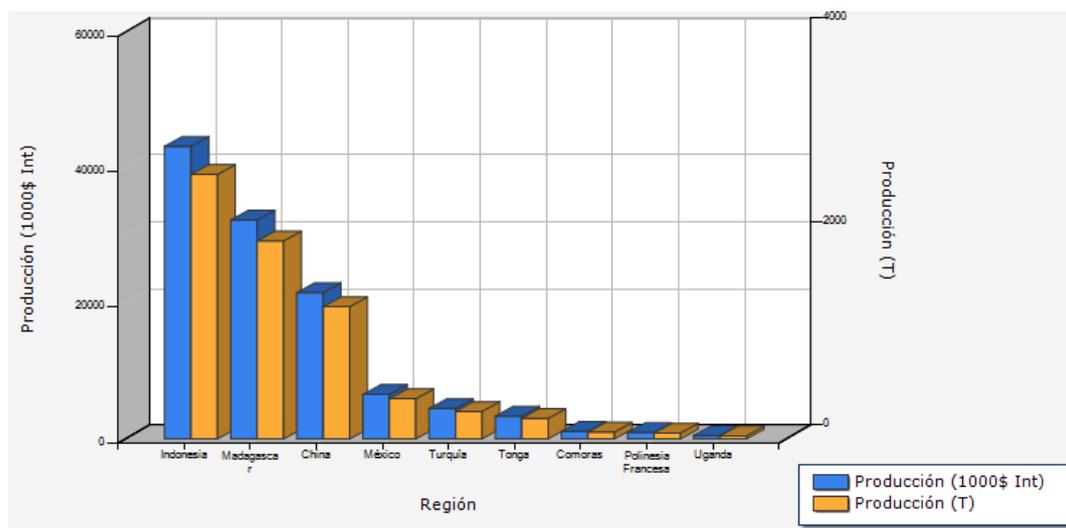
Para ofertar una vaina de excelente calidad es necesario realizar todas las actividades culturales en la plantación y así proporcionar la materia prima para la industria y llevar a cabo todos los productos y subproductos a elaborar.

Los principales países productores y exportadores de vainilla de calidad en el mercado son: Indonesia, con una producción anual de alrededor de 2,600 toneladas que representa un 41 al 43% de la producción total mundial; Madagascar registra una producción de 1,946 toneladas, China y México, producciones de 1,300 y 395 toneladas por año, respectivamente (FAO. 2010).

Hoy en día, detrás de estos países productores se sitúan las Islas Comores, las Macarenas y las Sechelas, Java y algunas islas de las Antillas Menores. La vainilla de cultivo ecológico proviene sobre todo de Madagascar, las Comores, las Islas Borbonas, las Filipinas, Indonesia, Haití, Uganda y en cantidades pequeñas de México y Costa Rica (Franz y Jörn. 2000).

En cuanto a la vainilla tahitensis, su producción es menor a 10 toneladas anuales, es decir menos del 0.5% de la producción mundial anual total de vainas de vainilla (León, 2005). En lo concerniente a la productividad del cultivo, en México en la actualidad se pueden encontrar productores eficientes que sacan entre 5 y 6 toneladas en una hectárea (Díaz, 2008).

Gráfico 1. Producción mundial de vainilla (2010)



Fuente:FAO. 2010

Tabla 2. Valor de la producción de vainilla (2010)

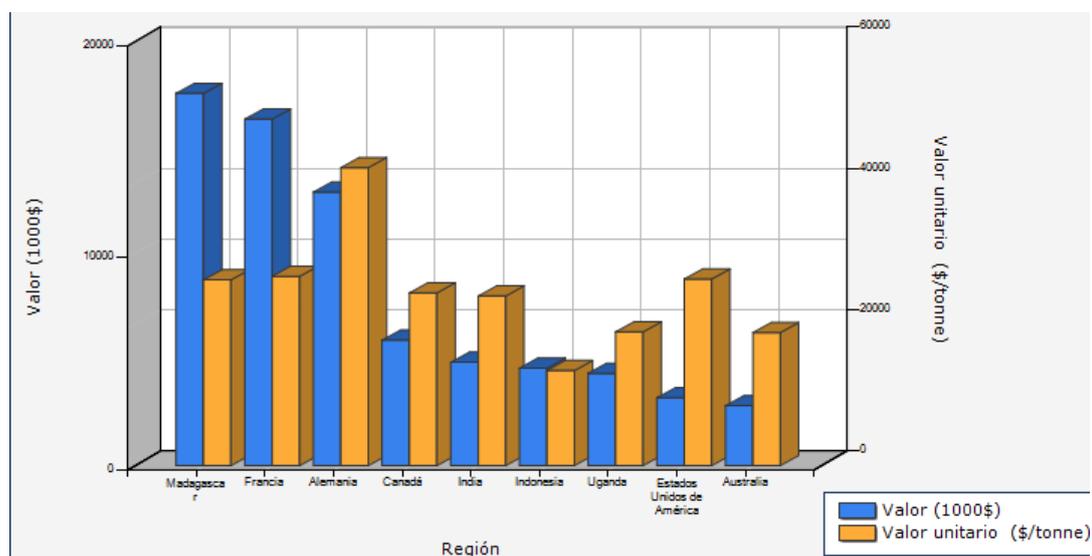
Posición	País	Valor de la producción (\$ x 1000)	Producción(ton)
1	Indonesia	\$ 43,163	2,600
2	Madagascar	\$ 32,306	1,946
3	China	\$ 21,581	1,300
4	México	\$ 6,557	395
5	Turquía	\$ 4,482	270

Fuente: Faostat. 2010

5.1.3. Países exportadores:

Madagascar ha encabezado la exportación de vainilla desde principios de los años 80's hasta finales de los 90's; este país ha exportado 668 toneladas en el año 2010, lo cual le ha permitido ostentar el récord mundial como el principal país exportador de vainilla. Francia es el segundo exportador a nivel mundial, con una participación de alrededor de las 610 toneladas anuales en el mismo año (FAO. 2010)

A pesar de que Francia no aparece en la lista de países productores de vainilla, su alta participación (segundo lugar) en el mercado de exportación obedece a que la producción de sus pre colonias situadas en la región tropical, como la Isla de la Reunión, la destinan a este país que concentra en esta forma una apreciable oferta para luego comercializarla en el exterior (FAO. 2010).

Gráfico 2. Exportaciones- Vainilla 2010.

Fuente: Faostat. 2010

Tabla 3. Exportación mundial de vainilla 2010

Posición	Región	Cantidad (ton)	Precio unitario (\$/ton)	Valor (1000 \$)
1	Madagascar	668	\$ 26,280	\$ 17,555
2	Francia	610	\$ 26,785	\$ 16,339
3	Alemania	306	\$ 42,160	\$ 12,901
6	Indonesia	342	\$ 13,444	\$ 4,598
4	Canadá	242	\$ 24,442	\$ 5,915

Fuente. Faostat. 2010

Como se puede observar en las tablas 2 y 3, Madagascar produce 1946 toneladas y exporta 668 toneladas, esta diferencia se puede dar, debido a que la producción de vaina en verde es el 100% pero al pasar por las diferentes etapas de procesamiento las vainillas pierden un porcentaje de hasta el 75% de humedad, lo que hace que el peso final sea bajo con respecto al peso inicial. Es decir el número de vainas serán las mismas pero el peso es diferente debido a la pérdida de humedad. Por otro lado, no siempre lo que se produce se exporta, la

vainilla es un producto no predecible que se conserva en condiciones adecuadas favorables. Lo mismo sucede con la producción y exportación de Indonesia.

5.2. DEMANDA.

5.2.1. Demanda nacional.

Tal como ocurre con la falta de información sobre la producción interna de vainilla, tampoco existe información estadística de la demanda y consumo de vainilla natural en el Ecuador. Se conoce que la mayor parte de la vainilla empleada en la industria alimentaria y en las preparaciones domésticas corresponde a esencias sintéticas y en menor proporción a extractos de la vainilla natural.

Con el fin de caracterizar la demanda actual y obtener algunas estimaciones sobre la demanda potencial de la vainilla en el mercado nacional se realizaron dos encuestas a nivel local en la ciudad de Quito. La primera fue dirigida a chefs de tres universidades (USFQ, UDLA, UTE) de la ciudad, quienes tienen un alto conocimiento de la vainilla para la elaboración de sus recetas, en tanto que la segunda estuvo basada en una prueba de degustación en la que participaron personas (consumidores) de nivel socioeconómico medio alto, debido a su nivel de educación.

La primera encuesta se aplicó a una muestra representativa de 39 personas: 10 representantes al sexo masculino y 29 al sexo femenino. Los cuestionarios incluyeron 10 preguntas que aparecen en el anexo 1. Por otra parte, para la evaluación en la prueba de degustación se tomó una muestra representativa de 100 personas. Esta encuesta, consiste en una degustación de helados elaborados con vainilla natural y vainilla sintética, tuvo por el objeto determinar si los consumidores son capaces de distinguir la vainilla natural de la sintética y de confirmar, como era de esperar, que la vainilla natural realza el sabor de las preparaciones en la que se la utiliza.

Se esperaba que estas encuestas proporcionaran información sobre el grado de aceptación de la vainilla natural en el mercado a fin de determinar la viabilidad de comercializarla en el Ecuador y, por ende, estimar la demanda interna del producto para posteriormente proyectarla hacia la exportación.

Resultados de la primera encuesta:

Primera pregunta: ¿Consume vainilla?

De los 39 chefs participantes que llenaron los cuestionarios acerca del consumo de vainilla, 37 (94.9%) respondieron afirmativamente, que si consumen vainilla y solo 2 (5.1 %) que no lo hacen. Es necesario aclarar que esta pregunta se refería al consumo de vainilla, ya sea natural o sintética.

Segunda pregunta: ¿Qué tipo de vainilla consume?

En base al tipo de vainilla que consumen, 30 personas, equivalentes a 77% de la muestra indicaron que consumen vainilla natural y las 9 restantes (23%) que consumen usualmente consumen vainilla natural, pero ocasionalmente vainilla sintética.

Tercera pregunta: ¿Con qué frecuencia utiliza vainilla?

Las respuestas a esta pregunta fueron las siguientes; 2 chefs (5.1%) respondieron que la utilizan diariamente, 17 (43.5%) que la utilizan cada semana, 17 (43.5%) cada mes y 3 (7.7%) que la utilizan anualmente.

Cuarta pregunta: ¿ Qué usos le da a la vainilla que consume?

De las 39 personas entrevistadas 28 (71.8%) respondieron señalando que utilizan vainilla para pastelería, 4 (10.2%) que la usan para la comida gourmet, 4 (10.2%) que la utilizan como aromatizante y 3 (7.7%), para la elaboración de helados.

Quinta pregunta: ¿Conoce la vainilla natural?

La respuesta de todos los chefs (100%) a esta pregunta fue afirmativa, ratificando que todos conocen la vainilla natural.

Sexta pregunta: ¿Ha consumido vainilla natural?

De la misma manera que en la pregunta anterior, todos los chefs participantes afirmaron utilizar vainilla natural en sus preparaciones.

Séptima pregunta: ¿Cree usted que utilizar vainilla realza el sabor de las preparaciones en las que se la utiliza?

Una vez más se pudo determinar que el 100% de los chefs encuestados considera que la vainilla natural realza el sabor de las preparaciones, resaltando las propiedades organolépticas, impartiendo volatilidad del aroma y confiriendo fuerza al sabor.

Octava pregunta: Conoce si existe alguna diferencia entre la vainilla natural y la vainilla sintética?

Los 39 chefs contestaron afirmativamente esta pregunta, es decir, confirmaron que si existe una diferencia entre las dos clases de vainilla.

Novena pregunta: Si la vainilla natural muestra mejor calidad, aroma y rendimiento que la vainilla sintética ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por vaina?

Once de los 39 chefs (28.2%) respondieron señalando que pagarían \$1 por cada vaina, mientras que 19 (48.7%) estarían dispuestos a pagar \$2; 6 (15.3%) pagarían \$4 y los 3 restantes (7.7%), hasta \$6 por cada vaina.

Resultados de la segunda encuesta (Prueba de degustación).

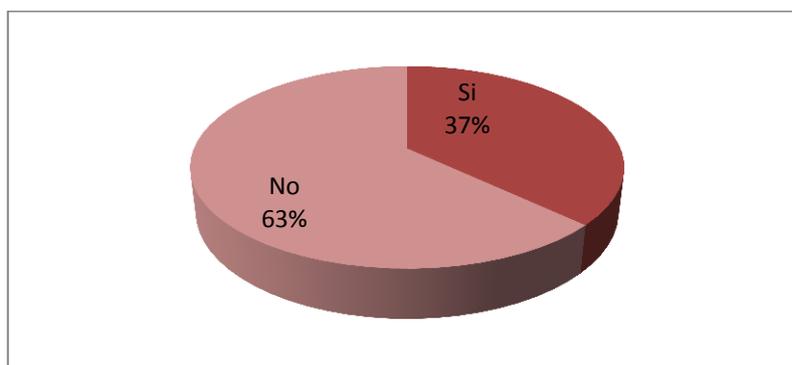
La prueba de degustación del producto estuvo dirigida a posibles usuarios de la vainilla, con el propósito de precisar el grado de aceptación del producto y saber si éste cubre o no las expectativas y si cumple o no con las exigencias organolépticas, acordes al gusto del consumidor. Con esta prueba se buscó obtener resultados sobre el nivel de satisfacción y agrado de las personas participantes luego de degustar helado de vainilla, con el objeto de estimar la participación alcanzable en el mercado nacional y el grado en que el nuevo producto podría captar clientes.

El diseño del muestreo fue mixto y dirigido a un número de 100 personas, de las cuales 63 fueron hombres y 37 mujeres, con un promedio de edad de 26 años.

Primera pregunta. ¿Ha probado alguna vez vainilla natural?

El 63% de la población muestral nunca ha probado un helado de vainilla natural, mientras que el 37% restante si lo han probado.

Gráfico 3. Opinión de la población sobre el helado de vainilla natural



Segunda pregunta: ¿Cuánto le gustó el helado de vainilla?

Para el 64% de los participantes, el producto tuvo una excelente aceptación palatina; estas personas expresaron su satisfacción señalando que les gustó muchísimo el helado, mientras que 33% respondió afirmando que les gustó mucho y solo 3% que les gustó moderadamente.

Gráfico 4. Opinión sobre el grado de satisfacción



Según los resultados obtenidos en esta investigación se puede concluir que existe una falta de conocimiento de la vainilla natural en Ecuador, ya que buena parte de los participantes nunca antes había consumido algún producto elaborado con vainilla natural. No obstante, el grado de aceptación del producto degustado fue muy alto en la muestra, toda vez que solamente 3 de las 100 personas participantes catalogaron su aceptación como moderada.

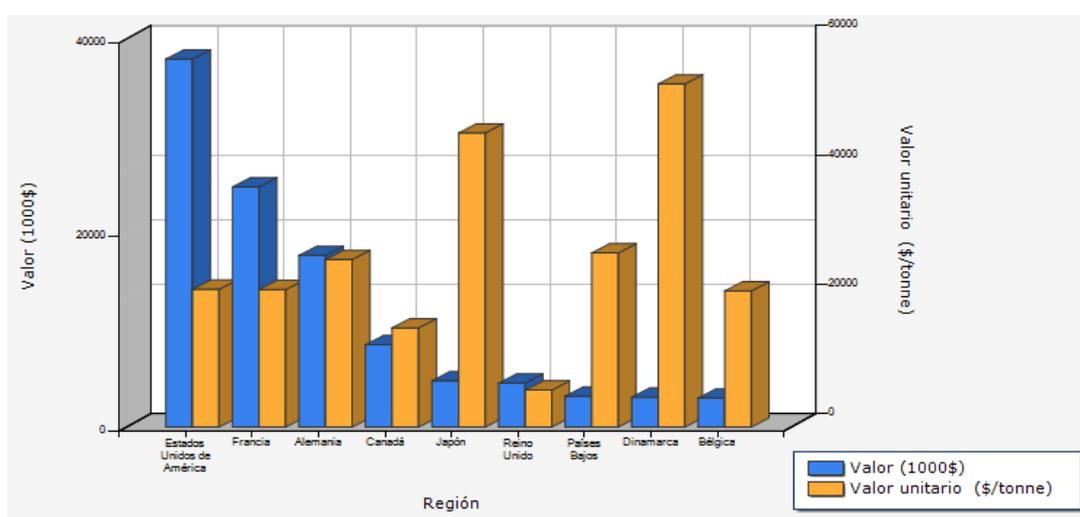
5.2.2. Demanda internacional

Los países productores en conjunto requieren tan solo de 1,900 toneladas para lograr suplir totalmente las necesidades de los consumidores de vainilla en todo el mundo. El mercado de los que venden productos similares a la vainilla, llegan a disponer de más de 9,000 toneladas (Díaz, 2008); en consecuencia, la demanda de vainilla natural ha decrecido desde el 2005, lo cual conlleva a que a los productores no les conviene tener un producto

en un mercado que puede fluctuar hasta diez veces en su precio en un lapso corto (Soto Arenas, 2006).

En el 2006 Estados Unidos importó unas 253 toneladas, de las cuales, 217, que representan el 86%, provinieron de de Madagascar (primer productor mundial que define los precios) y el resto de distintos países de Asia y África. En Europa los principales importadores son Francia y Alemania. Francia se abastece principalmente de sus propios territorios en regiones tropicales (por ejemplo, la Isla de la Reunión) (FAO. 2010)

Gráfico 5. Principales importadores de vainilla (2010)



Fuente: Faostat. 2010

Tabla 4. Países importadores de vainilla, cantidades y precios (2010)

Posición	Región	Cantidad (ton)	Precio unitario (\$/ton)	Valor (1000 \$)
1	Estados Unidos	1,781	21,296	37,928
2	Francia	1,164	21,261	24,748
3	Reino Unido	792	5,707	4,520
4	Alemania	683	25,895	17,686
5	Canadá	553	15,338	8,482

Fuente: FAO. 2010

Respecto a los países que importan la vainilla, estos la utilizan como insumo en la elaboración de diversos productos; aunque es inferior el número de países que la requieren. Lo significativo es que son las naciones más industrializadas, como Estados Unidos, Francia, Alemania, Canadá, entre otros países. La excepción la constituye Francia, país que según las estadísticas de la FAO ocupa el segundo lugar entre los importadores, pero que también figura en la nomina de los países exportadores como el segundo mayor exportador mundial, lo cual sugiere que Francia produce y consume solo una parte del volumen que importa, el resto lo exporta.

5.2.3. Precios de la vainilla en el mercado internacional.

Es importante referir que la vainilla beneficiada llegó a tener hace dos años un precio de 500 dólares el kilogramo (\$500,000 la tonelada), siendo ésta su más alta valoración; sin embargo, el año pasado se vendió a 50 dólares el kilogramo, sobre todo en los Estados Unidos.

La vainilla tiene una alta cotización internacional, llegando normalmente a alcanzar entre 150 a 200 mil dólares por tonelada de vainilla beneficiada (Díaz, 2008). Desastres naturales y conflictos sociales en los principales países productores provocaron durante 2002- 2003 un incremento en el precio de la vainilla hasta alcanzar la suma de 480 dólares por kilo de vainilla curada. Estos precios estimularon una mayor producción, la cual devino a corto plazo en una caída del precio. Por ello, lo ideal sería tener un precio más o menos constante entre 100 y 200 dólares el kilo, un precio que permite a la industria emplear el producto natural y que aún así resulta conveniente para los productores (Soto Arenas, 2006). En Ecuador el kilo de vainilla curada se cotiza entre \$300 a \$400 dólares, dependiendo del tamaño de la vaina. (Uzcátegui, 2013.).

Tabla 5. Precios anuales a los productores 2010

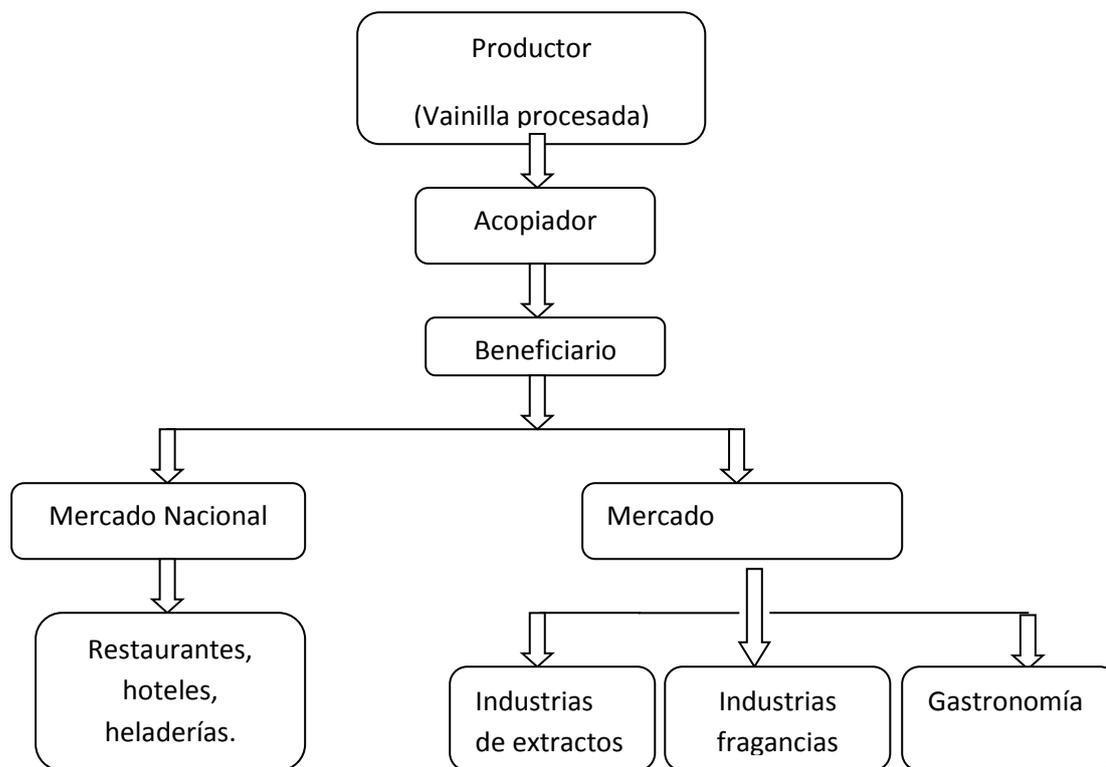
PAIS	PRODUCTO	PRECIO (USD/TONELADA)
Indonesia	Vainilla verde	\$ 585.50
Madagascar	Vainilla verde	\$ 1,437.00
México	Vainilla verde	\$ 3,683.00

Fuente: FAO. 2010

6. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN:

Para planear una estrategia de comercialización, es importante saber organizar los canales y esquemas empleados en el mercado. Los canales son tradicionales, caracterizados por la presencia de personas que se dedican al acopio del producto y lo preparan para su venta; estos intermediarios poseen los contactos adecuados para mover la vainilla y hacerla llegar a la industria con mucha seguridad y están garantizados por sistemas de traslado bien identificados (Gráfico 6). La vainilla que se envía debe ser en paquetes muy bien empacados que viajen con todas las normas oficiales de seguridad, garantizando los requerimientos y exigencias de los compradores. Sin embargo, lo ideal sería lograr que las ventas de la vainilla se hagan de forma directa con las grandes empresas, identificando mercados especiales que requieran de vainilla orgánica en cantidades importantes, para disminuir los costos de la transacción e incrementar el margen de utilidad del productor/exportador.

En el presente proyecto se tienen previsto negociar directamente con empresas importantes de los países que han sido seleccionados como mercados objetivo.

Gráfico 6. Canales de comercialización

Fuente: Gobierno del estado de Veracruz. Monografía de la vainilla. 2010.

6.1. Políticas de venta.

La política recomendada será la venta a crédito. También es necesario adoptar una política de comercialización con precios negociados de acuerdo a la calidad de las vainas, para así identificar diferentes grados según su tamaño y textura, cuerpo, aroma, flexibilidad, color y brillantez.

7. NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL.

Siendo el objetivo primordial de este proyecto la comercialización de la vainilla en los mercados internacionales con una rentabilidad razonable que asegure el mantenimiento del negocio a largo plazo y, considerando que las cantidades a producir son altas, resulta indispensable la búsqueda de un mercado mayorista.

El principal reto que todo exportador debe asumir es mantener los contratos en el exterior, mediante el cumplimiento de los compromisos adquiridos, en términos de calidad, cantidades y plazos de entrega. Para ello, es necesario generar mecanismos que permitan enfrentar imprevistos de manera oportuna.

7.1. Análisis de riesgos

En este punto es importante comprender que el riesgo implícito en el negocio de exportación no es solo la pérdida de la mercancía sino de los contratos y los esfuerzos realizados para su consecución. Por lo general las exportaciones hortofrutícolas están sometidas a múltiples riesgos durante su tránsito: robos, saqueos, daños al producto, etc. Por ello, además de cumplir con las recomendaciones para la conservación de la carga en cuanto a empaques y embalajes, es importante también fraccionar los embarques a fin de reducir las pérdidas en caso de que un embarque llegara a perderse.

Para establecer las responsabilidades y obligaciones, tanto del comprador como del vendedor en una compraventa internacional, en lo referente al transporte, entrega de la mercancía, las licencias, las autorizaciones y las formalidades aduaneras en los países de origen y destino, es de vital importancia remitirse a los Incoterms de la Cámara Internacional de Comercio (Manual de exportación. 2000)

7.2. Cotizaciones y formas de pago

El importador en el exterior debe confirmar al exportador la compra de la mercancía aceptando las condiciones de la negociación y la forma de pago.

7.3. FORMA DE PAGO

Crédito a 15 días.

8. PROCESO DE EXPORTACIÓN:

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañada factura y documentación con la que se cuente previo al embarque. Dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante (PROECUADOR, 2013.).

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Datos personales del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite)
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresará a Zona Primaria como depósito temporal del distrito aduanero en donde será la registrada y almacenada previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo
- Canal de Aforo Automático

8.1. Mercados potenciales para la vainilla a producir en el presente proyecto:

Del estudio de mercado para identificar posibles países de destino de la vainilla orgánica nacional se identificaron cuatro países: Colombia y Perú, vecinos y miembros de la Comunidad Andina de Naciones y dos naciones europeas: España, miembro de la Unión Europea y Suiza. La selección de estos mercados tomó en consideración algunas variables como volúmenes de importación, preferencias arancelarias, regulaciones a la importación y comportamiento del mercado en los últimos años. A continuación se presenta un resumen de las características de estos mercados junto con sus principales políticas y requisitos comerciales.

8.2. PERU

La República de Perú, situada en la parte occidental e intertropical de América del Sur, limita al norte con Ecuador y Colombia, al este con Brasil, al sureste con Bolivia, al sur con Chile y al oeste con el Océano Pacífico.

A continuación se presentan las principales características de las condiciones de acceso físico desde Ecuador al mercado de destino en término de los diferentes medios de transporte.

Vía marítima, acceso al mar

Perú cuenta con una infraestructura portuaria compuesta por catorce puertos ubicados en el Litoral Pacífico. Los puertos marítimos más importantes son Callao y Paita.

Callao es la puerta de entrada de la mayoría de productos a Perú desde el exterior por su puerto marítimo, que es considerado como uno de los más seguros y espacioso de Sur América. Se encuentra ubicado a 712 millas náuticas de Guayaquil - Ecuador

Paita está ubicado al Norte, cerca de la frontera con Ecuador. Desde Ecuador, existe ruta directa, desde el puerto de Guayaquil, hacia los puertos de Callao y Paita. Los tiempos de tránsito alcanzan 2 días y menos de 1 día (horas), respectivamente (PROECUADOR, 2011).

8.2.1. Documentos para la aduana.

- Declaración Única de Importación.
 - Conocimiento de Embarque, según el medio de transporte arribado al país.
 - Factura Comercial.
 - Certificado de Inspección o Supervisión (original y 2 copias).
 - Certificado de Origen.
 - Póliza de Seguro.
 - Certificado o autorización según corresponda.
 - Papeleta de Inventarios (por avería de bultos).
 - Autorizaciones especiales para casos de mercancías restringidas.
 - Guía de entrega de documentos, para casos de las Aduanas que no cuenten con sistema automatizado.

8.2.2. Empaque, embalaje y etiquetas

Los requisitos de etiquetado para Perú son relativamente simples. Los productos normalmente mantienen sus etiquetas originales; el nombre y número de identificación de contribuyente (RUC) importador/distribuidor debe agregarse al empaque.

El envase debe ser característico del producto, brindar una buena presentación y toda la información respecto a la composición del mismo, la procedencia (código de barra) e información adicional en el idioma del país de destino.

8.2.3. Normativa sanitaria y fitosanitaria, institución que autoriza, tiempos, requisitos

El Servicio de Sanidad Agraria SENASA tiene establecido un marco normativo que regula el ingreso de toda mercancía o producto vegetal y animal al territorio peruano, esto con el fin de evitar el ingreso de plagas y enfermedades que puedan impactar negativamente en la producción de los cultivos (PROECUADOR, 2011)..

8.2.4. Logística y distribución interna.

La distribución de alimentos y bebidas en Perú se realiza tanto a través de supermercados, así como por el canal tradicional minorista, compuesto de pequeñas bodegas y tiendas.

La Ley Arancelaria del Perú indica que la factura debe llevar la siguiente información:

- Puerto de entrada.
- La fecha, el lugar y los nombres del comprador y del vendedor; si la mercancía es para la venta o si hay un contrato de venta, la fecha y el origen del cargamento y los nombres del embarcador (expedidor) y del destinatario, si la mercancía es para consignación.

- Una descripción detallada de la mercancía, incluidos el nombre por el que se conoce cada artículo, el grado o la calidad, y las marcas, los números y los símbolos que utiliza el vendedor o el fabricante en la venta comercial en el país de exportación, junto con las marcas y los números de los paquetes que contienen la mercancía.
- Las cantidades en pesos y medidas.
- El precio de compra de cada artículo, si la mercancía es para la venta o si hay un contrato de venta.
- La clase de moneda.
- Todos los cargos sobre la mercancía, detallados por nombre y cantidad, incluidos el flete, el seguro, la comisión, las cajas, los contenedores, las envolturas y el costo de empaque
- El país de origen

8.2.5. Subpartida arancelaria para la exportación de vainilla a Perú:

El estado peruano aplica la tarifa cero a las exportaciones de vainilla procedentes del Ecuador dentro de la subpartida 0905.00.

Tabla 6. Subpartida arancelaria para la exportación de vainilla a Perú:

Código de Producto	Descripción del Producto	Descripción Régimen Comercial	Tarifa Aplicada	Equivalente del Total Ad Valorem (estimado)
0905000000	Vainilla	Tarifa Preferencial para Países de la CAN.	0%	0%

Fuente: SENAE. 2012.

8.3. COLOMBIA

Los requisitos para el ingreso de mercaderías de origen vegetal a Colombia empiezan con la solicitud de expedición de los requisitos fitosanitarios para la importación del producto, que a continuación se detallan:

- Fecha,
- Nombre del importador,
- Dirección (incluir ciudad),
- Producto (en caso de material para la siembra discriminar líneas, variedades, híbridos),
- Cantidad (únicamente kilos y unidades para ornamentales),
- País de origen,
- Nombre del exportador,
- Dirección (incluir país y ciudad),
- Medio de transporte,
- Puerto de salida (incluir país y ciudad),
- Puerto de llegada (incluir ciudad),
- Destino uso,
- Tipo de embarque,
- Partida arancelaria,
- Nit o cédula del importador,
- Observaciones adicionales,
- Firma del importador.

8.3.1. Nacionalización:

En el momento de llegada de las importaciones de material vegetal, productos y subproductos, estos deberán estar acompañados de su respectivo certificado fitosanitario expedido por la autoridad sanitaria del país de origen (ICH. 2010).

8.3.2. Subpartida arancelaria para la exportación de vainilla a Colombia:

La república de Colombia aplica la tarifa cero a las exportaciones de vainilla procedentes del Ecuador dentro de la subpartida 0905.00.

Tabla 7. Subpartida arancelaria para la exportación de vainilla a Colombia:

Código de Producto	Descripción del Producto	Descripción Régimen Comercial	Tarifa Aplicada	Equivalente Tarifa del Total Ad Valorem (estimado)
0905000000	Vainilla	Tarifa Preferencial para Países de la CAN.	0%	0%

Fuente: SENAE. 2012

8.4. ESPAÑA

8.4.1. Requisitos Generales de Acceso al Mercado

España es un país abierto a las importaciones, siempre que éstas cumplan con los trámites y requisitos exigidos por la legislación aplicable nacional y la legislación aplicable a los países miembros de la Unión Europea. (PROECUADOR, 2013)

8.4.2. Requisitos específicos para productos ecuatorianos con potencial

1. Todo exportador debe estar dado de alta y portar su RUC otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) del Ecuador.
2. Registro como exportador a través de la Aduana del Ecuador.
 - Obtención de los documentos de autorización para productos específicos (aduana),

- Obtención del certificado de origen. En el caso de tener como destino la Unión Europea el documento será el certificado de origen estándar.
- Certificado de calidad de su empresa o del organismo oficial que regule su actividad.

España, como muchos otros países europeos, se caracteriza por una amplia apertura comercial; por lo tanto, los aranceles son bastante bajos. Sin embargo, la tarifa promedio para los productos agrícolas de la “naciones menos favorecidas” (NMF) en el 2009 fue de 13.5%, muy por encima de aquellas aplicadas a todos los productos (5.3%) y a los productos no agrícolas (4%), lo que evidencia una protección a dicho sector.

8.4.2. Subpartida arancelaria para la exportación de vainilla a España:

El gobierno de España aplica la tarifa pero a las exportaciones de vainilla procedentes del Ecuador dentro de la subpartida 0905.10.

Tabla 8. Subpartida arancelaria para la exportación de vainilla a España

Código de Producto	Descripción del Producto	Descripción Comercial	Régimen	Tarifa Aplicada	Equivalente Tarifa del Total Ad Valorem (estimado)
0905100000	Vanilla, sin triturar ni pulverizar	Preferencia Arancelaria para los países beneficiarios del régimen especial de estímulo para el desarrollo sostenible		0%	0%

Fuente: SENAE. 2012

Ecuador es país beneficiario del Sistema General de Preferencias y, por tanto, el arancel que aplica a la mayoría de productos que ingresan a la Unión Europea y por ende a España es CERO %. Así ocurre con los productos que más se exportan a excepción de camarón que paga un arancel del 3,60 %.

8.4.3. Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado

Las indicaciones que con carácter obligatorio deben aparecer en el etiquetado de los alimentos son las siguientes:

- La denominación de venta del producto.
- La lista de ingredientes.
- La cantidad de determinados ingredientes o categoría de ingredientes.
- El grado alcohólico en las bebidas con una graduación superior en volumen al 1,2 %.
- La cantidad neta, para productos envasados.
- La fecha de duración mínima o la fecha de caducidad.
- Las condiciones especiales de conservación y de utilización.
- El modo de empleo, cuando su indicación sea necesaria para hacer un uso adecuado del producto alimenticio.
- Identificación de la empresa: el nombre, la razón social o la denominación del fabricante o el envasador o de un vendedor establecido dentro de la Unión Europea y, en todo caso, su domicilio.
- El lote.
- El lugar de origen o procedencia, cuando el producto proceda de países terceros o procediendo de un país comunitario la no indicación pueda inducir a error al consumidor.

8.4.4. Precios en el mercado de España:

En la Tabla 6 se presenta información sobre precios de vainilla de distintas procedencias en el mercado español:

Tabla 9. Precios de vainilla en España.

Producto	Unidad de vainilla	Variedad	Precio euros	Precio dólares/unidad
Vainilla	2vainillas	Madagascar	3,56	4,76
Vainilla	2 vainillas	Tahití	13,43	17,96
Vainilla	2 vainillas	Bourbon de reino	10,64	14,23
Vainilla	2 vainillas	Bourbon de Madagascar	6,80	9,09

Fuente: AGROTERRA. 2013

8.5. SUIZA:

8.5.1. Legislación Agroalimentaria de Suiza

La normativa sanitaria y fitosanitaria suiza está prácticamente homologada con la de la UE.

8.5.2. REQUISITOS ETIQUETADO

Los requisitos de etiquetado se aplican principalmente a los productos alimentarios.

Por regla general, la etiqueta o el embalaje de los bienes de consumo debe indicar lo siguiente:

- Nombre específico del producto (en francés, alemán o italiano), medida métrica,
- Precio de venta,
- El precio unitario,
- El peso de cada componente en el caso de los productos mezclados,
- Los ingredientes y aditivos en orden decreciente de peso.

La Ordenanza de productos alimentarios específica la información adicional que debe proporcionarse en el caso de determinados productos, incluidos el nombre del fabricante o distribuidor, país de origen del producto, y por el uso la fecha. Un número creciente de distribuidores prefiere que proporcione información adicional sobre sus etiquetas, como el 'código EAN' para la recuperación de datos por computadora, y / o el valor energético o nutricional del producto.

Ordenanza sobre las **sustancias extrañas y los componentes admitidos** en los productos alimentarios:

- Ordenanza sobre higiene,
- Ordenanza sobre el valor nutritivo
- Ordenanza sobre indicación de procedencia de las materias primas.

8.5.3. Subpartida arancelaria para la exportación de vainilla a Suiza:

El gobierno de Suiza aplica la tarifa arancelaria cero a las exportaciones dentro de la subpartida 0905.00, procedentes del Ecuador.

Tabla 10. Subpartida arancelaria para la exportación de vainilla a Suiza:

Código de Producto	Descripción del Producto	Descripción Régimen Comercial	Tarifa Aplicada	Equivalente del Valorem (estimado)	Tarifa Total Ad
0905000000	Vainilla	Derechos NMF (Aplicada)	0%	0%	

Fuente: SENAE. 2012

9. ESTUDIO TECNICO

Clasificación taxonómica

Tabla 11. Clasificación taxonómica de la vainilla

Especie:	Planifolia
Sub especie:	Tahitensis
Género:	Vainilla
Familia:	Orchidaceas
Tribu:	Ofrideas
Orden:	Orchidales
Clase:	Monocotiledoneas
Sub-división:	Angiospermas
División:	Embryophyta Siphonogama (Espermafitas, antofitas, fanerógamas)

Fuente: Castro. G. 2008

9.1. Tamaño del proyecto:

El proyecto se está ejecutado en un invernadero de 4.000m², donde se encuentran sembradas 3.600 plantas, es decir 1 planta por metro cuadrado. Cada planta produce 100 vainas por año. La duración de este proyecto se estima en 5 años, periodo en el cual se podrán obtener 1'800,000 vainas.

9.2. Localización del proyecto:

Este proyecto se lo está realizando en el sector de Santo Domingo de los Tsáchilas, ubicado en las estribaciones de la Cordillera Occidental a 133 kilómetros de Quito, Capital

del Ecuador. Este sitio se encuentra a una altitud de 500 metros sobre el nivel del mar y su temperatura fluctúa entre los 22 grados y los 24 grados centígrados, por lo cual goza de un clima tropical húmedo. Por su ubicación geográfica, la zona del proyecto tiene un comercio muy activo a nivel nacional ya que se ha constituido en el puerto terrestre más importante para el intercambio entre la Sierra y la Costa (Kallari, 2007).

9.3. Ingeniería del proyecto:

Dado que la vainilla es una planta trepadora, ésta necesita un soporte para poder trepar y alcanzar así su pleno desarrollo; es por esta razón que se utilizaron postes de metal como tutores en el invernadero. Los postes de metal tienen a una altura máxima de 2 metros y dejan una distancia de 6 metros entre postes; entre cada poste se encuentran dispuestas mallas de acero con el objeto de permitir que las plantas de vainilla se enreden. Este método es útil para que las obreras a cargo de la polinización y la cosecha puedan realizar sus tareas con comodidad y así asegurar la calidad de las vainas de vainilla (Uzcátegui, 2013).

9.4. Requerimientos del cultivo:

9.5. Clima

En términos generales, las condiciones climáticas necesarias para el crecimiento de la vainilla ocurren en las zonas de clima cálido húmedo, a una temperatura media aproximada de 22 a 25 grados centígrados y una precipitación pluvial de unos 1,500 milímetros anuales. Por otro lado, el rango latitudinal de mejor crecimiento para la vainilla es de 360 a 400 msnm (Castro, 2008).

9.6. Suelo

Le son favorables los suelos sueltos levemente ácidos, con buen drenaje, abundante materia orgánica, pH entre 5,5 y 6,9 y un buen contenido de Ca y K (León, 2005).

9.7. Labores culturales:

Con la finalidad de obtener una alta producción de vainas, la operación básica que debe llevarse a cabo es la polinización manual, que consiste simplemente en mover el róstelo y llevar la masa de polen al estigma; para esto con la ayuda de un palillo se separa primeramente el labelo para que quede expuesta la columna de polen, después se acomoda el palillo bajo el róstelo y se acciona hacia arriba quedando libre en esta forma el espacio entre el estigma y la masa polínica, la cual se dobla hacia abajo con el dedo para que haga contacto con la parte femenina (Castro, 2008). Esta operación se realiza en las primeras horas de la mañana puesto que las flores solamente perduran hasta el medio día; al siguiente día se abren nuevas flores.

Otra labor importante y necesaria es el control de las malas hierbas, práctica que normalmente se la realiza en forma manual.

9.8. Fertilización

En las zonas de cultivo de vainilla, como parte de materia orgánica se utilizan abonos provenientes de la descomposición de hojas, residuos del fruto de cacao, pulpa de café; también suele aplicarse tierra negra de montaña.

9.9. Plagas y enfermedades:

Aunque los problemas por ataque de plagas y enfermedades en la vainilla no son severos en nuestro medio, es necesario tenerlos en cuenta para evitar posibles daños en el cultivo. Uno de los problemas que puede enfrentar el cultivo de la vainilla es el daño causado por insectos como el piojo de la vainilla.

Piojo de la vainilla.- Se trata de un chinche que alcanza aproximadamente 8 milímetros de longitud, fácilmente reconocible por su color rojizo. Se localiza generalmente en el envés de las hojas. Su biología se desconoce, su presencia no reviste gran importancia económica, ya que su aparición no es permanente. Sin embargo, las lesiones que produce propician el desarrollo de enfermedades fungosas (Damirón, 2004).

Por lo general, el control de estas enfermedades se trata de realizar con los cuidados culturales (control de humedad y sombra, etc.)

9.10. Cosecha y poscosecha:

La cosecha se la debe realizar de forma manual, sin herramientas o utensilios para evitar daños físicos a las vainas. Esta labor se realiza nueve meses después de la fecundación; cuando los frutos comienzan a volverse de color amarillo pálido es el momento indicado para empezar la cosecha. Aquí se debe separar el fruto del raquis de una manera ligera, presionando la parte lateral del fruto. Las vainas así obtenidas son luego transportadas a la planta de beneficio que está localizado en Tumbaco.

9.10.1. Densidad y rendimiento.

En 4.000 metros cuadrados, que es el tamaño del invernadero, se sembraron 3.600 plantas de vainilla. La producción de la vainilla comienza 3 años después de haberse sembrado y

puede durar hasta 20 años. El promedio de vainas que se espera producir es de 360.000 por año a partir de las 3600 plantas (Uzcátegui, 2013.)

9.10.2. Acondicionamiento de las vainas

Los procesos más comunes para la agro industrialización de la vainilla son sistemas artesanales, los cuales los realizan personas capacitadas en todas las labores que deben realizarse hasta obtener su beneficio. A continuación se detallan los procesos.

9.10.3. Clasificación.- Los frutos se clasifican con base a su condición física, color y tamaño, cuyas proporciones varían de acuerdo a la madurez del fruto. Seguidamente se los somete al sol por un mes hasta obtener un color castaño; luego son colocados bajo sombra por dos meses. Aquí las vainas empiezan a emitir olores volátiles. Luego viene el proceso de sudado de las vainas, el cual consiste en tapar las vainas con cobijas y colocarlas en cajones para evitar que la temperatura disminuya durante 24 horas. Este proceso tiene la finalidad de favorecer la deshidratación continua de la vaina (Uzcátegui, 2013).

9.10.4. Enmaletado.- Una vez clasificada la vaina verde, ésta se distribuye en maletas compactas de frutos. Previamente a la colocación de los frutos, estos se cubren en cobijas de algodón y sobre estas cobijas se colocan alrededor de 1000 o más frutos que pesan de entre 18 y 23 kilogramos, a los cuales se le asperja poca cantidad de agua y se envuelven formando maletas (Damián, 2004).

9.10.5. Depósito.- El objetivo del depósito es comprobar que el contenido de humedad, aceites saborizantes y aromáticos presentes en la vaina beneficiada permitirá la conservación del fruto a largo plazo. Esto significa que las vainas deben ser jugosas, aceitosos, tomar un color marrón - chocolate, estar perfectamente formadas. (De la Cruz, 2009).

9.10.6. Calidad.- Dependiendo del grosor, color, uniformidad, cantidad de manchas y el grado de sequedad, las vainas se las clasifican en grandes, medianas y pequeñas. Después de la clasificación, los palos de vainilla se lían, se la envuelve en papel encerado y se envasan en aluminio o cajas de madera.

9.10.7. Envasado.- Los mazos resultantes se colocan en envases de cartón o de plástico con tapas de rosca, bolsas de plástico de una sola capa (polietileno o polipropileno). La dimensión del envase depende de las especificaciones del comprador y las condiciones económicas del beneficiador (De la Cruz, 2009).

9.10.8. Marcado y etiquetado.- El producto debe llevar en el exterior una etiqueta con caracteres legibles e indelebles, redactados en español, con los datos siguientes:

- Nombre del producto.
- Nombre comercial, marca o identificación simbólica del productor
- Nombre y dirección del beneficiador o distribuidor
- Zona regional de producción y la leyenda “Vainillas del Ecuador”.
- Fecha de cosecha y/o envasado.
- Contenido neto en kilogramos.

Diagrama de flujo del método de beneficiado de la vainilla

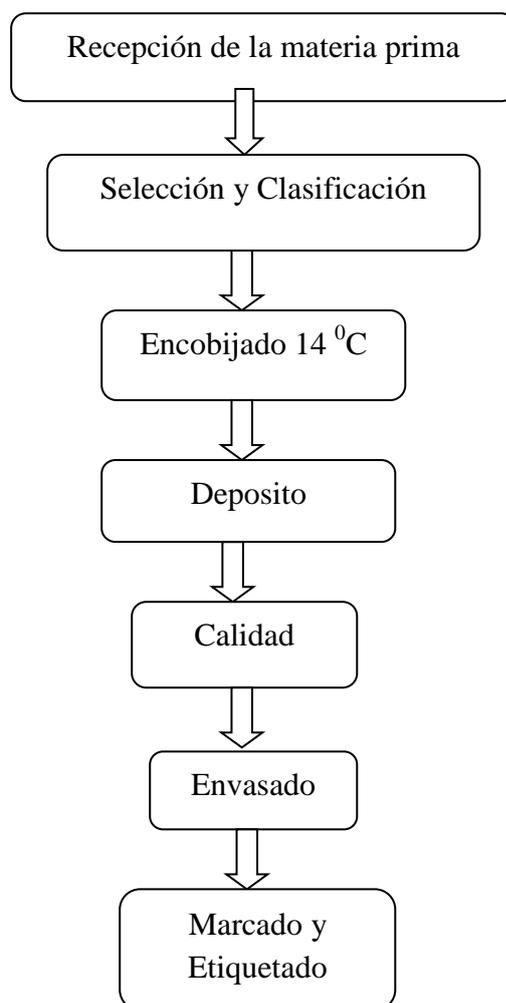
Gráfico 7. Diagrama de flujo del método de beneficiado de la vainilla

Tabla 12. Características de calidad

Características de calidad	Los valores mínimos y máximos
El gusto y el olfato	Típico de la variedad, fuerte y aromáticos
Pureza	Libre de agentes externos, es decir, arena, piedras, conchas partes e insectos.
Vainillina	Mínima: 2.0 %
Ceniza	Máximo: 7.0 %
Cenizas soluble en ácido clorhídrico	Máximo: 0.5 %
Residuos	
Pesticidas	No se puede medir
Microorganismos	
Moho fungi	Máximo: 100,000/g
Escherichia coli	Máximo: 10,000/g
Bacillus cereus	Máximo: 10,000/g
La reducción de Clostridium sulfito	Máximo: 10,000/g
Staphylococcus aureus	Máximo: 100/g
Salmonella	No detectable en 20gramos
Micotoxinas	
Aflatoxina B1	Máximo 2 Sg/kg
Total aflatoxinas B1, B2, G1, G	Máximo: 4 Sg/kg

Fuente: De la Cruz. 2009

10. ESTUDIO FINANCIERO.

10.1. TABLA DE INVERSIONES.

10.1.1. Inversiones en activos:

El detalle de las inversiones en activos se presenta en la Tabla 1 y en ella se puede apreciar que los mayores rubros están dados por la adquisición del terreno (\$16,000), la construcción e instalación de infraestructura, dentro de la cual el invernadero es el rubro más representativo (\$32,000), y la adquisición de las plantas de vainilla (\$18,000).

Tabla 13. Inversiones en activos

Rubro	Unidad	Precio unitario (\$)	Total (\$)
Terreno	4,000m ²	4.00	16,000.00
Subtotal			16,000.00
Infraestructura			
Invernadero	4,000m ²	8.00	32,000.00
Alambres	Rollos (3)	130.00	390.00
Postes	114	6.00	684.00
Pintura	3	40.00	120.00
Base	3	20.00	60.00
Volqueta de material	1	120.00	120.00
Cemento	12	6.00	72.00
Mano de obra	Jornales (14)	8.00	112.00
Área pos cosecha	4,000m ²		3,000.00
Plantas	3,600	5	18,000.00
Subtotal			54,558.00
Equipos y herramientas			
Fumigadoras	2	60	120.00
Podadoras	3	55	165.00
Equipos de protección	3	147	441.00
Machetes	3	5	15.00
Vehículo (camioneta)	1	25,000.00	25,000.00
Subtotal			25,741.00
Total			96,299.00

Tabla 14. Depreciación

Rubro	Valor	Vida útil	%depreciación	Depreciación anual (\$)
Infraestructura	54,058.00	5 años	20%	10,811.60
Equipos	741.00	5 años	20%	148.20
Vehículo	25,000.00	5 años	20%	5,000.00
Total				15,959.80

Tabla 15. Costos fijos y variables (año 1)

COSTOS	DETALLE	COSTO ANUAL(\$)
Costos variables	Fertilización orgánica	440.00
	Control fitosanitario	600.00
	Trabajadores permanentes(3) \$318	13,356.00
	Afiliación IEES (3 trabajadores	1,276.45
	Fondos de reserva (3trabajadores)	953.61
	Combustible	800.00
Subtotal		17,426.06
Costos fijos		
	Mantenimiento vehículo	1,200.00
	Electricidad	120.00
	Mantenimiento bomba de agua	200.00
Subtotal		1,520.00
Gastos administrativos	Secretaria (\$318)	4,452.00
	Administrador (1) \$900	12,600.00
	Afiliación IEES	1,352.025
	Fondos de reserva	75.00
	Internet	228.00
	Papelería	180.00
Subtotal		18,887.02
Gastos de venta	Transporte de salida	480.00
	Reuniones	1,800.00
	Empaque	1,200.00
Subtotal		3,480.00
Total		41,313.08

Para los cuatro años siguientes se ha considerado un incremento anual de 4.2%, equivalente al índice de inflación.

10.2. CAPITAL DE TRABAJO

La inversión en capital de trabajo se calculó en \$20.656,54 valor que se obtiene tomando el 50 por ciento de la suma de costos variables, costos fijos, gastos de administración y gastos de venta del primer año.

10.3. FINANCIAMIENTO.

10.3.1. Detalle de financiamiento:

Inversión inicial= 96.299,00

Capital de trabajo= 20.656,54

Inversión total= 116.754,54

Préstamo= 30.000,00 (25,7%)

Aporte capital propio= 86.754,54 (74,3%)

10.3.2. Tabla de amortización.

Capital: \$30,000.00

Tasa de interés: 11,33% anual

Plazo: 2 años

Dividendos: Semestrales

Tabla 16. Amortización.

Periodo	Interés	Capital	Cuota	Deuda
1	187.50	7,430.05	8,944.50	22,569.95
2	141.06	7,476.49	8,944.50	15,093.46
3	94.33	7,523.22	8,944.50	7,570.25
4	47.31	7,570.26	8,944.50	0

10.3.3. Ingresos:

El rendimiento inicial esperado es de 360,000 vainas anuales a partir de las 3,600 plantas sembradas; sobre esta base se proyecta un incremento anual del 5 por ciento durante los cinco años del proyecto, tal como aparece en la Tabla 4 a continuación.

Tabla 17. Proyección del rendimiento de vainilla beneficiada

Año	N. Total vainas/año	Incremento 5%	N. vainas/planta anual
1	360,000	5%	100
2	378,000	5%	105
3	396,900	5%	110.2
4	416,740	5%	115.7
5	437,580	5%	121.5

Tabla 18. Porcentajes de vainilla y sus derivados.

Año	N. Total vainas/año	80% Vainas beneficiadas	10% Polvo vainilla	10% Caviar Vainilla
1	360,000.00	288,000.00	36,000.00	36,000.00
2	378,000.00	302,400.00	37,800.00	37,800.00
3	396,900.00	317,520.00	39,690.00	39,690.00
4	416,740.00	333,392.00	41,674.50	41,674.50
5	437,580.00	350,064.00	43,758.22	43,758.22

Los ingresos esperados están calculados considerando un precio de \$0.80 por vaina, el mismo que se mantendrá constante a lo largo del proyecto.

Tabla 19. Ingresos en vainas beneficiadas

Año	80% Vainas beneficiadas	Precio unitario \$/vaina	Total. \$
1	288,000.00	0.80	230,400.00
2	302,400.00	0.80	241,920.00
3	317,520.00	0.80	254,016.00
4	333,392.00	0.80	266,713.60
5	350,064.00	0.80	280,051.20

Tabla 20. Ingresos en polvo de vainilla

Año	10% Polvo vainilla	kg.	Precio unitario /kg.	Total. \$
1	36,000.00	71	40.00	2,880.00
2	37,800.00	75.6	40.00	3,024.00
3	39,690.00	79.38	40.00	3,175.20
4	41,674.50	83.35	40.00	3,333.96
5	43,758.22	87.52	40.00	3,500.66

Tabla 21. Ingresos en caviar de vainilla

Año	10% Caviar vainilla	kg.	Precio unitario /gr.	Total. \$
1	36,000.00	3.600	1.00	3.600
2	37,800.00	3.780	1.00	3.780
3	39,690.00	3.969	1.00	3.969
4	41,674.50	4.168	1.00	4.168
5	43,758.22	4.376	1.00	4.376

Tabla 22. Ingresos totales

Año	Vainilla beneficiada (\$)	Polvo vainilla (\$)	Caviar vainilla (\$)	TOTAL (\$)
1	230,400.00	2,880.00	3,600.00	236,880.00
2	241,920.00	3,024.00	3,780.00	248,724.00
3	254,016.00	3,175.20	3,969.00	261,160.20
4	266,713.60	3,333.96	4,168.00	274,215.56
5	280,051.20	3,500.66	4,376.00	287,927.86

10.4. Flujo de Caja:

Tabla 23. Flujo de caja del proyecto.

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		236,880.00	248,724.00	261,160.20	274,215.56	287,927.86
Costos Variables		-17426,06	-18157,95	-18920,58	-19715,24	-20543,28
Costos fijos		-1520,0	-1583,84	-1650,36	-1719,68	-1791,90
Gastos de administrativos		-12600	-13129,20	-13680,63	-14255,21	-14853,93
Gastos de venta		-34800	-36261,60	-37784,59	-39371,54	-41025,14
Intereses préstamo		-328,56	-141,64	0,00	0,00	0,00
Depreciación		-15959,8	-15959,8	-15959,8	-15959,8	-15959,8
Utilidades antes del impuesto		154245,58	163489,97	173164,25	183194,10	193753,83
Impuesto		-37970,45	-41205,98	-44591,99	-48102,44	-51798,34
Utilidad Neta		116275,13	122283,99	128572,26	135091,66	141955,49
Inversión inicial act. Fijos	-96098					
Inversión en capital de trabajo	-20656,54					
Inversión total	-116754,54					
Préstamo	\$ 30.000,00					
Depreciación		15959,8	15959,8	15959,8	15959,8	15959,8
Amortización		-14906,54	-15093,48	0	0	0
Flujo de caja	-86754,54	117328,39	123150,310	144532,06	151051,46	157915,29

10.5. Evaluación financiera.

Mediante el estudio de evaluación financiera se demuestra la factibilidad o viabilidad del proyecto. En este caso los indicadores financieros fueron ampliamente satisfactorios, lo cual garantiza la rentabilidad del proyecto.

10.5.1. Tasa interna de retorno.

En el presente proyecto la tasa interna de retorno o TIR, es de 141%, superando ampliamente la tasa de referencia del mercado final de 11.33%, lo cual demuestra que el proyecto es financieramente viable.

10.5.2. Valor actual neto.

El valor actual neto o VAN es de \$ 371.327,55 en el presente proyecto, valor que ratifica su viabilidad financiera.

10.5.3. Relación beneficio-costos.

La relación beneficio-costos se toma de los ingresos y egresos presentes netos, de los cuales obtienen los beneficios por cada dólar que se invierte en el proyecto. En este proyecto la relación beneficio/costos fue de \$5,77. Lo que representa que por cada dólar que se invierte se obtiene una ganancia de \$4,77.

10.6. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que la empresa o proyecto no gana ni pierde, es decir sus costos son iguales al ingreso de sus ventas. Si no se alcanza ese nivel de producción se tienen pérdidas y si se lo supera se tienen ganancias.

El punto de equilibrio se calculó de la siguiente manera.

$$PE = \frac{CFT}{PV - CVP}$$

Donde:

CFT= Costos fijos totales

CVP= Costos variables promedio

PV= Precio unitario de venta

CFT= costos fijos + gastos administrativos + depreciación + intereses.

CVP= costo variable total/ producción esperado (unidades)

En la siguiente tabla se presenta el punto de equilibrio para cada año.

Tabla 24. Punto de equilibrio

Año	CFT	CVP\$	Precio unitario \$	Producción esperado(unidades)	PE (unidades)
1	30408.36	0.048	0.80	360,000.00	40,436.65
2	30814.48	0.048	0.80	378,000.00	40,976.70
3	31290.78	0.048	0.80	396,900.00	41,610.08
4	31934.68	0.047	0.80	416,740.00	42,409.93
5	32605.61	0.047	0.80	437,580.00	43,300.94

De los datos anteriores se deduce que los puntos de equilibrio corroboran la viabilidad del proyecto. Aquí se puede apreciar que el punto de equilibrio en unidades a producir representa un bajo porcentaje del número total de unidades de producción esperado, lo cual

significa que para experimentar pérdidas el número de vainas a vender anualmente debería caer por debajo de los valores presentados en esta tabla; lo cual es improbable. Es importante señalar también que el punto de equilibrio expresado como porcentaje del volumen de producción esperado se reduce año a año, siendo, en consecuencia, necesario producir y vender cada año un menor porcentaje de la producción total para cubrir los costos. Así, mientras en el año 1 las 40,437 vainas requeridas para no perder ni ganar representan el 11.23% de las 360,000 vainas a producir, en el año 5 este porcentaje se reduce a solo 9.89% dejando un mayor margen de utilidad. Es importante señalar que el costo de producción unitario estimado es de 0,23 centavos por vaina.

11. Conclusiones.

- De acuerdo a las encuestas realizadas se encontró en primer lugar que la vainilla natural es conocida, reconocida y empleada dentro del ámbito de la gastronomía, siendo mayoritario su uso en el área de pastelería (71.8%). Todos los chefs participantes en la primera encuesta concordaron al ponderar sus cualidades y diferenciarla de la vainilla sintética. Sin embargo, al investigar la potencialidad de la demanda interna, la encuesta y la prueba de degustación realizada a un grupo de 100 personas de nivel socioeconómico medio-alto permitió concluir que en nuestra ciudad y, probablemente en todo el país, la mayor parte de la población no conoce ni ha degustado la vainilla natural (63%), pero sin embargo el grado de aceptación fue (64%). Esto significa que la demanda interna por parte de los consumidores es mínima y que para posicionar el producto en el mercado nacional habría que desarrollar un plan de marketing que permita despertar interés en las personas. Estos resultados constituyen evidencia de que la producción esperada en este proyecto debe orientarse al mercado externo, para lo cual se han identificado como destinos prioritarios los países de Suiza, España en Europa, de Perú, Colombia en la subregión andina.
- Con la finalidad de mantener el precio en el mercado internacional y tener una mayor aceptación por parte de los consumidores, es necesaria la participación de intermediarios ya que estos poseen los contactos adecuados para mover la vainilla y hacerla llegar a la industria en los diferentes países a los que se tiene previsto exportar.

- Mediante el estudio de evaluación financiera se concluye que la producción de vainilla orgánica natural si es rentable en la escala comercial, puesto que la TIR (141%), el valor actual neto (\$ 371.327,55), y la relación beneficio-costos (\$5,77) son ampliamente favorables. Así mismo, el punto de equilibrio calculado para los años del proyecto, al ser bajo en relación a la producción, corrobora su factibilidad y demuestra que después de recuperar la inversión deja importante utilidad.

12. Recomendaciones.

- Mejorar tecnología en el procesamiento para exportar un producto terminado de mejor calidad, como extracto de vainilla natural.
- Realizar un estricto control en el manejo poscosecha, para poder ofrecer un producto de muy buena calidad, ya que de ésta depende el precio de las vainas.
- Participar en eventos nacionales internacionales, como ferias y exposiciones, lo que permitirá conocer, las novedades en el mercado. Asimismo sería deseable difundir por distintos medios las características, atributos y beneficios de la vainilla natural, a fin de incentivar la demanda y consumo de este producto en el mercado nacional.
- Por tratarse de la vainilla natural producida orgánicamente, será necesario buscar los nichos de mercado en los países antes señalados donde se reconoce y valora esta condición en términos de precios.

13. BIBLIOGRAFÍA:

1. Agrotterra. 2013. Leading global agrimarket place. Vainilla en rama. España.
2. Castro, G. 2008. Evaluación del cultivo y producción de vainilla en la zona de Papantla, Veracruz, México.
3. Colombia Alternative Development. 2003. Cultivo Vainilla (*Vanilla Planifolia*). Fundación Chemonics Colombia.
4. Damirón, R. 2004. La Vainilla y su cultivo. México, Veracruz. Diciembre.
5. De la Cruz, J. Rodríguez, G. y García, H. 2009. Vanilla: Post-harvest Operations. México.
6. Díaz, R. 2008. Gobierno del Estado de Chiapas Secretaria de Desarrollo Social Proyecto Desarrollo Social Integrado y Sostenible. Manual de Asistencia Técnica para la Producción de Vainilla en Parcela Agroforestal y Acahuales En Chiapas, México.
7. El EDA. 2008. Entrenamiento y desarrollo de agricultores. Honduras.
8. FAO. 2010. Consulta de bases de datos de producción mundial y comercio internacional de Vainilla.
9. Franz A y Jörn B. 2000. Agricultura Orgánica en el Trópico y Subtrópico. Asociación Naturland - 1ª edición. Alemania.
10. Gobierno del estado de Veracruz. 2010. Monografía de la vainilla.
11. Guía práctica para la localización y resolución de barreras comerciales agroalimentarias en terceros países. 2005. Suiza.
12. ICH. 2010. Sistema de información sanitario para importación y exportación de productos agrícolas y pecuarios. Colombia.
13. Kallari. 2007. Artesanos de comercio justo y productores de cacao orgánico.

14. Kouri E. y College D. 2000. La Vainilla De Papantla: Agricultura, Comercio Y Sociedad Rural En El Siglo XIX. México.
15. León, D. 2005. Estudio de pre-factibilidad para la producción e industrialización de vainilla (*Vainilla Planifolia Andrew*) en la zona de plan piloto (Santo Domingo de los Colorados) Pichincha, con fines de exportación. Ecuador.
16. Manual del exportador de fruta, hortaliza y tubérculos en Colombia. 2000
17. Morales, M y Jiménez A. 2010. Primer encuentro de denominación de origen de vainilla de panplata. Cancún, Quitanata Roo.
18. PROECUADOR. 2013. Dirección de inteligencia comercial e inversiones. Centro de comercio internacional. Ecuador.
19. PROECUADOR. 2011. Perfil logístico de la república del Perú. Dirección de inteligencia comercial e inversiones. Agosto.
20. PROECUADOR. 2013. Guía comercial de la república del Ecuador.
21. PROECUADOR. 2011. Guía del exportador.
22. Secretaria de Agricultura, Ganadería, desarrollo rural, Pesca y Alimentación. 2009. Estudio de oportunidades de mercado internacional para la vainilla. Comité estatal sistema producto vainilla de Puebla, A.C.
23. Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE). 2012
24. Servicio de Información y Estadística Agroalimentaria y Pesquera SIAP, SIACON, Anuario Agrícola por Municipio, SAGARPA. 2010. Consulta de Indicadores de Producción Nacional de Vainilla Beneficiada. México.
25. Soto Arenas, M.A. 2006. La vainilla retos y perspectivas de su cultivo. Junio.
26. Uzcátegui, E. 2013. USFQ. Director escuela de Agroempresas. Quito-Ecuador. euscategui@usfq.edu.ec.
27. "Vainilla". Junio, 2009. Fao.org.

Hoja de vida

Elvia Aracely Porras Rubio



Información Personal:

C.I. 0503352825

Nacionalidad: Ecuatoriana

Fecha De Nacimiento: Salcedo 01 De Octubre De 1987

Edad: 26 Años

Estado Civil: Soltera

Dirección Domiciliaria: Calle Nicolás Joaquín de Arteta Oe2-291y Av. Real Audiencia.
Quito - Ecuador.

Números de Teléfono: 099009831- (022) 405530

E-mail: elvitaporras@gmail.com

Formación académica:**Estudios primarios:**

Escuela de Niñas “Rosa Zarate”

Salcedo (Cotopaxi)

Estudios secundarios:

Instituto Tecnológico Superior “Victoria Vascones Cuvi”.

Especialidad Químico Biólogo

Latacunga (Cotopaxi).

Estudios superiores:

Universidad “San Francisco de Quito.

Ingeniera en Agroempresas

Quito (Pichincha)

Cursos asistidos:

- I Congreso Nacional de floricultura.
6 y 7 de Octubre del 2012.
Hotel Quito
- I Simposio de Fisiología Vegetal del 24 al 25 de Febrero del 2012.
Universidad San Francisco de Quito y el Colegio de Agricultura, Alimentos y Nutrición.
- Conferencia del Nuevo Paradigma. Quito 22 De Abril Del 2010.
Universidad San Francisco de Quito.

PASEC:

- “Sigvol”. Servicio de voluntariado.
Pasantía a la comunidad. Proyecto en actividades manuales de danza y teatro.

PASEM:

- Empresa “Avitalsa”.
Pasantía Empresarial. Administradora en un delicatessen y bodega norte.

Experiencia Laboral:

- “Solo Agua S.A”
Agente de ventas en tuberías y accesorios
Fecha: 20 de Mayo al 25 de Julio del 2006
- Estancia De La Vaca Rumbera
Cajera
Fecha: 15 de Julio al 25 de Agosto del 2008
- Avitalsa “Avícola Vitaloa S.A”
Administradora
Fecha: 15 de Mayo al 15 de septiembre del 2011 (1 verano)
Fecha: 15 de Mayo al 15 de septiembre del 2012 (1 verano)

Referencias Personales:

- Ing. Marlon Sempértegui
Director de operaciones “Cinemark del Ecuador”
Teléfono: 0995613647
- Ing. Klever Porras
Gerente nacional de recursos humanos y servicio al cliente “Cinemark del Ecuador”
Teléfono: 0998910098
- Dr. Eduardo Uzcátegui
Gerente general “Vainillas del Ecuador”
Teléfono: 0998374783
- Dr. Miguel Vaca Rojas
Gerente general “Mega Proveedora”
(05) 2678011

- Ing. DayciPérez
Coordinadora de servicio “Talleres IIASA Caterpillar”
Teléfonos: 092755658/084488772/(022)470882 Ext. 185
- Sr.Francisco Ochoa T.
Teléfonos: 098745904

Referencias Laborales:

- Edisse Porras
Gerente general “Solo Agua”
Teléfono: 099251064/(022)376527
- Dr. Manuel Acosta
Gerente general:“Avitala”
Teléfono: 02370770/02372736
- Tgo. Edison Naranjo
Administrador Bodega Norte: “Avitala”
Teléfono: 099693225
- Ing. Fernanda Ayala
Recursos humanos “Avitala”
Teléfono: 0992941305

13.1. Anexos:**Formato de la encuesta sobre consumo de vainilla**

Género: Masculino____ Femenino____

La presente encuesta tiene como objetivo determinar la viabilidad de consumir vainilla natural en Ecuador por la ventaja que tiene su sabor superior sobre la vainilla sintética

1.- ¿Consume vainilla?

SI ____ NO ____

2.- ¿Qué tipo de vainilla consume?

Natural ____ Sintética ____

3.- ¿Con qué frecuencia consume vainilla?Una vez por mes ____ Dos veces por mes ____ Tres veces por mes ____ Cuatro veces por ____
mes**4.- ¿Qué usos le da a la vainilla que consume?**

Comida Gourmet ____ Pastelería ____ Aromatizantes ____ Helados ____ otras ____

5.- ¿Conoce la vainilla natural?

Si ____ No ____

6.- ¿Ha consumido vainilla natural?

Si ____ No ____

7.- ¿Cree usted que utilizar vainilla realza el sabor de las preparaciones que consume?

Si ____ No ____

8.- Conoce si existe alguna diferencia entre la vainilla natural y la vainilla sintética?

Si ____ No ____

Si su respuesta es afirmativa explique cuál es la diferencia que usted reconoce entre estas dos.....

9.- Si la vainilla natural muestra mejor calidad, aroma y rendimiento que la vainilla sintética ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por vaina?

De 1USD ____ 2USD ____ 4USD ____ 6USD ____

10.- ¿Cuál es el sabor de helado que más degustó su paladar?

I ____ D ____

