

Cadena Productiva de Cacao de Honduras

Adriana Escobedo Aguilar



Serie técnica
Informe técnico no. 311

Cadena Productiva de Cacao de Honduras

Adriana Escobedo Aguilar



Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza, CATIE
Turrialba, Costa Rica, 2012

CATIE (Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza) es un centro regional dedicado a la investigación y la enseñanza de posgrado en agricultura, manejo, conservación y uso sostenible de los recursos naturales. Sus miembros son el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), Belice, Bolivia, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, República Dominicana, Venezuela, España y el Estado de Acre en Brasil.

© Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE), 2012

ISBN 978-9977-57-589-6

633.748

E74 Escobedo Aguilar, Adriana

Cadena productiva de cacao de Honduras / Adriana Escobedo Aguilar. –
1° ed. – Turrialba, C.R : CATIE, 2013.
16 p. : il. – (Serie técnica. Informe técnico / CATIE ; no.311)

ISBN 978-9977-57-589-6

1. Theobroma cacao – Cadena productiva – Honduras. 2. Theobroma cacao –
Mercadeo – Honduras. I. CATIE II. Título III. Serie.

Créditos

Autor

Adriana Escobedo

Revisión técnica

Marilyn Villalobos, Sith Yin Sánchez

Coordinación General

Shirley Orozco

Diagramación

Rocío Jiménez, Oficina de Comunicación e Incidencia

División de Investigación y Desarrollo

Sede Central, CATIE

www.catie.ac.cr

Contenido

INTRODUCCIÓN	5
OBJETIVOS	6
METODOLOGIA	6
CADENA PRODUCTIVA DE CACAO	7
Caracterización de eslabones	10
Eslabón: Insumos	10
Eslabón: Producción	11
Eslabón: Acopio	13
Eslabón: Transformación Primaria	14
Eslabón: Comercialización	15
Eslabón: Transformación Secundaria	16
Servicios Operacionales	16
Servicios Estratégicos	17
Rol de Género en la Cadena	18
Limitaciones (cuellos de botella)	20
CONCLUSIONES	22
BIBLIOGRAFIA	24



INTRODUCCIÓN

La dinámica en que está inmerso el mercado internacional ha promovido una evolución importante para la reactivación y repunte de productos con características sostenibles. La demanda de productos por consumidores con mayor conciencia social y ambiental abre una serie de oportunidades para que empresas u organizaciones puedan brindar un producto diferenciado y en contraparte obtener un mayor beneficio.

En el mundo, el cacao tiene un papel importante en los ingresos de los países productores y es clave para los países transformadores y consumidores con conciencia social y ambiental. La producción mundial está en manos de los pequeños productores y productoras (alrededor de un 90%), se estima que esta actividad converge de 5 a 6 millones de productores directamente y produce beneficios en los medios de vida de entre 40-50 millones de personas (WCF 2010).

El mercado europeo es el mayor impulsador de estas nuevas tendencias (reflejándose hace más de una década), demandando un mayor volumen de productos sostenibles que cumplan con la normativa y parámetros de calidad. Esta corriente se refleja en el incremento de volumen y precios de ciertos productos entre los que se incluye el cacao, el cual desde 2004 ha elevado en un 7,7% su volumen de producción (WCF 2010), luego de haber sufrido una fuerte crisis en los años noventa en Centroamérica.

La diferenciación por calidad, aspectos sociales, certificación y denominación de origen son algunas de las pautas comparativas que deben buscar los países de Centroamérica para competir en un mercado que es dominado en un 70% por los países africanos, representando Latinoamérica sólo un 12% de la producción, de la cual los países centroamericanos producen un porcentaje casi imperceptible.

Si bien Centroamérica no puede competir por volumen es necesario aumentar el nivel de competitividad diferenciando el cacao producido para poder entrar a los mercados nicho que ofrezcan mayores niveles de retorno. Para el caso de Honduras, la producción de cacao de calidad con diferenciación se presenta como una oportunidad para acceder a precios mayores y recibir más beneficios (no sólo económicos).

Mejorar la competitividad del sector cacao hondureño implica un proceso continuo, interinstitucional e intersectorial. Para analizar la situación actual del sector cacao se realizó un análisis de la cadena productiva de cacao de Honduras, bajo el marco del Proyecto Cacao Centroamérica (PCC) del Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE), con la cooperación de la Mesa de Cacao de Honduras, poniendo principal importancia en la identificación de actores clave, cuellos de botella y participación de género.

OBJETIVOS

- Analizar los componentes de la cadena productiva o de valor de cacao de Honduras por medio del mapeo de cadenas para actualizar la información del sector
- Identificar el rol de la mujer en cada uno de los eslabones de la cadena de cacao hondureña
- Determinar las principales limitaciones (cuellos de botella) que presenta actualmente la cadena productiva o de valor de cacao de Honduras

METODOLOGIA

La investigación se realizó en la cadena productiva o de valor de Honduras en los meses de julio a septiembre de 2011. Para su realización se recurrió a contactos clave de las organizaciones y actores de la cadena en las diferentes zonas productivas de cacao del país.

Las etapas que se realizaron para compilar la información fueron:

1. Recopilación de información secundaria:

búsqueda de literatura, publicaciones y material gris sobre área de cultivo, productores, volúmenes de producción, precios históricos, principales actores, género en la cadena.

2. Recopilación de información primaria:

para recolectar esta información se recurrió a encuestas y entrevistas semi-estructuradas con preguntas abiertas y cerradas, dirigidas a los actores de la cadena.

3. Mapeo de la cadena productiva o de valor de cacao con enfoque de género:

para esto se usó la metodología de Lundy et al. (2003) complementada con la de Eschborn (2007) y con enfoque de género de Flores et al. (2007). La cual consiste en:

- a. Identificar la secuencia de funciones desde la producción hasta el consumo final. Para la definición de funciones se tomarán las identificadas por Lundy et al. (2003), las cuales serán complementadas con las específicas de la cadena productiva de cacao.
 - b. Para cada una de las funciones identificadas se ubicaron los operadores o actores de la cadena (nombre específico).
 - c. Identificar las funciones y actores en el mapa, colocando las relaciones contractuales respectivas entre los actores (formales e informales y exclusivas).
 - d. Para cada actor se identificaron las organizaciones que brindan el sistema de apoyo en la cadena, ya sean operacionales (transporte, aduanales, entre otros) o estratégicos (apoyo técnico, financiero, empresarial).
 - e. En cada eslabón se colocó información clave que refleja el flujo del producto, precios y personas (por género) que participan en las transacciones. Además se usaron símbolos para denotar las limitaciones (rayo) u oportunidades de diferenciación que la organización puede explotar para mejorar su competitividad y escalar (estrella).
 - f. En cada eslabón se expone información sobre las funciones realizadas por hombres y mujeres, así como proporción de personas involucradas por género, como lo sugiere Flores et al. (2007), complementadas por los instrumentos de la Caja de Herramientas de CATIE-Unidad Regional de Asistencia Técnica (RUTA)-y la Cooperación Técnica Alemana (GTZ).
- ### 7. Análisis de información:
- para el análisis de los datos se procedió a separar los actores por eslabón y se compararon aspectos similares (volumen, precio, participantes por género) para entender el flujo del producto. Además, se establecieron las limitaciones de los actores según su función en la cadena resaltando los cuellos de botella según la metodología de Lundy et al. (2003).

CADENA PRODUCTIVA DE CACAO

Antecedentes:

La producción de cacao en Honduras tuvo un gran auge en los años 80 y 90, prácticamente hasta el año 97, periodo en el cual el cultivo tuvo un fuerte crecimiento respaldado por precios atractivos que brindaba el mercado. Gran parte del auge estuvo asociado a la planta procesadora de cacao de la Asociación de Productores de Cacao de Honduras (APROCACHO), puesto que los productores y productoras percibían seguridad al ser la planta una demandante de su cacao.

La situación de estabilidad y crecimiento del sector cacao fue impactada negativamente por varias causas, entre ellas, el paso del Huracán Mitch (1998) el cual afectó severamente muchas áreas productivas, lo anterior sumado al brote de la moniliasis (hongo: *Moniliophthora roreri*) entre los años 2001-2002 y a la baja en los precios internacionales, provocaron el abandono del cultivo y las prácticas de mantenimiento. Lo anterior aunado al cierre de la planta procesadora de cacao, ocasionó la baja de rendimientos en las fincas y por ende la producción nacional y las exportaciones en el país cayeron. Además, por la incertidumbre y los bajos precios hubo un gran reemplazo del cultivo de cacao por otros más rentables en ese momento como lo fue la palma africana, café y frutales (Mejía y Canales, 2010).

Situación actual:

A partir del alza en los precios internacionales del cacao, como respuesta a una demanda creciente de productos provenientes de sistemas sostenibles, se generó una recuperación del sector, el cual, apoyado por organismos no gubernamentales, el sector privado y en menor medida el

gobierno, ha demostrado una reactivación con tendencias al alza al aprovechar su ventaja comparativa y ser proveedor de cacao fino (sistema agroforestal= aroma y sabor).

La reactivación del marco interinstitucional ha sido una de las fuerzas motoras para que el sector cacaotero hondureño esté retomando su papel, la introducción de material genético productivo y con resistencia a enfermedades por parte del CATIE, la capacitación en cuanto a manejo del cultivo, así como la mejora en los precios internacionales han sido el primer paso hacia el crecimiento, pero queda mucho camino que recorrer.

El sector cacaotero hondureño está inmerso en un entorno económico, político y financiero que impide o afecta el desarrollo de un proceso adecuado y motivador para poder alcanzar la estabilidad y la competitividad. Estos son algunos de los puntos clave a abordar en el marco interinstitucional para poder encontrar maneras que mitiguen dichas dimensiones y que con ello se pueda dar el paso de una cadena productiva a una de valor.

Para que un producto llegue a las manos del consumidor, este debe pasar por una serie actores (personas, empresas u organizaciones), los cuales ofrecen diferentes servicios para que pueda ser trasladado o transformado en lo que el consumidor compre. Esta serie de pasos o etapas, junto con los actores presentes, es conocida como una cadena productiva, la cual está integrada por una serie de eslabones (etapas) en los cuales interactúan personas o empresas (actores) para la provisión de un bien o servicio (producto final), desde la producción hasta su consumo.

Una cadena productiva es el conjunto de actividades e interacciones entre actores que trabajan en un producto en común (actores independientes). Si se quiere optar por

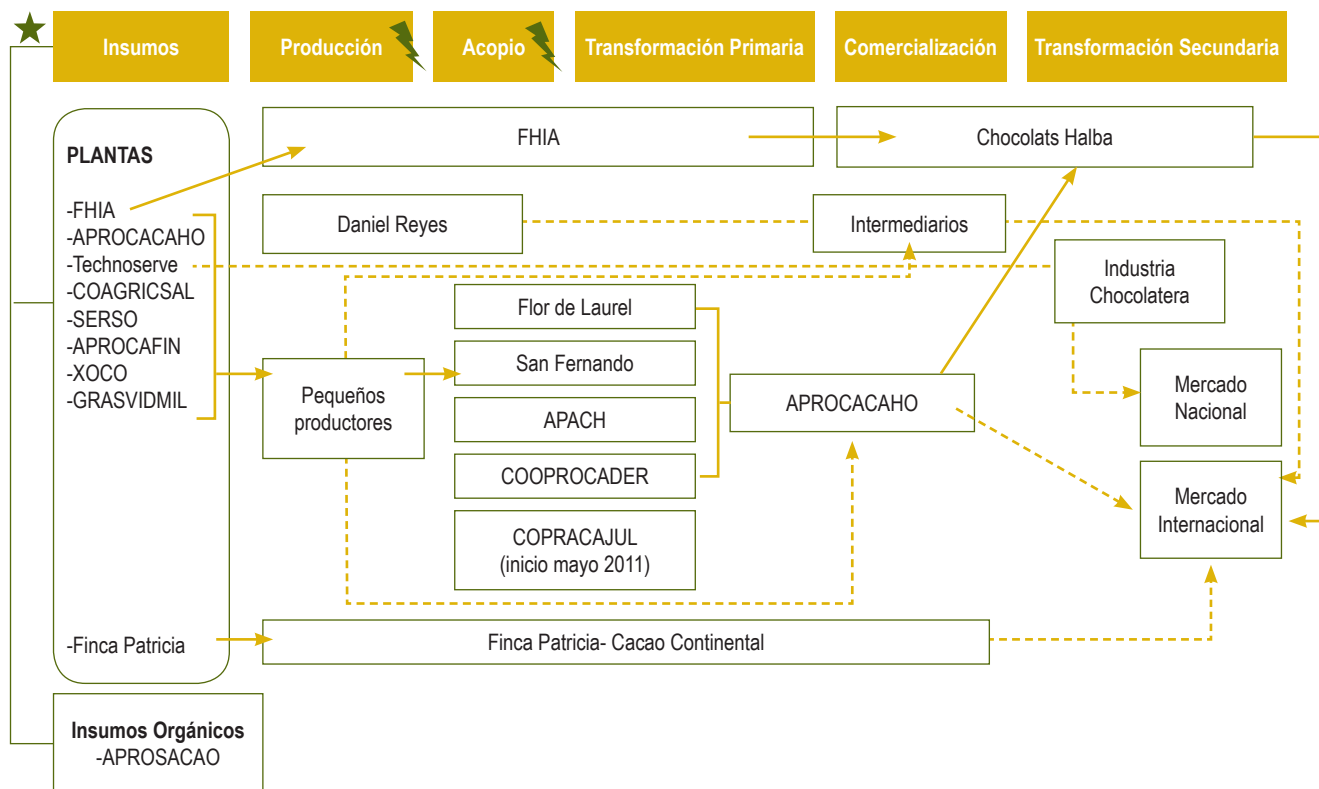
un mayor beneficio y responder a demandas de mayor valor y diferenciación, se debe entrar en un proceso que lleve la cadena productiva hacia una cadena de valor, esta última comprende el concepto de cadena productiva pero le adhiere las relaciones verticales y horizontales entre actores y eslabones para poder generar un mayor valor en el producto que se está comercializando, puesto que se busca tener un buen flujo de información desde la demanda hacia la oferta, lo que permita la identificación de oportunidades y el fortalecimiento de capacidades para aprovechar dichas oportunidades.

El cacao en Honduras se ubica, bajo las anteriores explicaciones, como cadena productiva con rasgos de cadena de valor que deben ser fortalecidos. Actualmente, la cadena está compuesta por los eslabones de insumos, producción, acopio, transformación primaria (fermentado y secado), comercialización y transformación secundaria (productos finales) (Figura 1). En cada uno de los eslabones hay una serie de actores clave que se han ido sumando al fortalecimiento del sector y actualmente se cuenta con una Mesa Nacional de Cacao en la que interactúan los actores importantes que promueven el sector.

Cadena de Cacao de Honduras

Acrónimos

APACH	Asociación de Productores de la Cuenca del Río Choloma
APROCACHO	Asociación de Productores de Cacao de Honduras
APROCAFIN	
APROSACAO	Asociación de Productores de Sistemas Agroforestales con Cacao orgánico de Olancho
ASEPAC	
BANADESA	Banco Nacional e Desarrollo Agrícola
BANCAFE	Banco Hondureño del Café
BCIE	Banco Centroamericano de Integración Económica
CATIE	Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza
CEDEC	Centro Experimental y Demostrativo de Cacao
COAGRICAL	Cooperativa Agrícola Cafetalera San Antonio Limitada
COOPRACAGUAL	Cooperativa de Producción Agrícola Cacaoteros de Guaymas Limitada
COPRACAJUL	Cooperativa de Producción Agrícola Cacaotera de Jutiapa Limitada
COPROCADER	Cooperativa de Productores de Cacao del Rancho Limitada
EACPAC	Empresa Asociativa Campesina de Producción de Cuyamel
FHIA	Fundación Hondureña de investigación Agrícola
FUNDER	Fundación para el Desarrollo Empresarial Rural
GIZ	Cooperación Alemana
GRASVIDMIL	
PCC	Proyecto Cacao Centroamérica
SERSO	Asociación Servicio de Solidaridad Honduras
XOCO	Industria Chocolatera XOCO



<p>Volumen: más de 1 millón plantas/año</p> <p>Costo: 19 lempiras</p> <p>Precio: 28 lempiras</p> <p>Género: 32 mujeres para actividad vivero</p> <p>Calidad: 24 clones validados</p>	<p>Área: 1.443ha, prom 1,5ha/productor</p> <p>Productores: 1800 (19% mujeres)</p> <p>Volumen: 203,3kg/ha y 293.3TM/año total</p> <p>Costo: 17,3lempiras/kg</p> <p>Precio: 44 lempiras/kg org. 35-44 lempiras/kg int.</p> <p>Género: mujeres encargadas cosecha y quebrado de mazorcas</p>	<p>Organizaciones: Flor de Laurel, Kawobucaya, Cooprocader, San Fernando, APACH, COPRACAJUL, COPRACAGUAL, APROCACAHO</p> <p>Agrupar: 375 productores (7,7% mujeres)</p> <p>Volumen: Organizaciones: 45,2TM (57% calidad A) Intermediarios: 808,4 TM</p> <p>Costo: Organizaciones: 52 lempiras/kg Intermediarios: 49 lempiras/kg FHIA: 5,5 lempiras/kg beneficiado</p> <p>Género: poca participación de mujeres en organizaciones.</p>	<p>Volumen: 853.6 TM en total (100% exportación)</p> <p>Costo (administrativo, transporte y exportación) Organizaciones: 13,5 lempiras/kg Intermediarios: 2,6lempiras/kg</p> <p>Precio: Organizaciones: 66,1 lempiras/kg (Calidad A) y 52,9 lempiras/kg (calidad B) Intermediarios: 54,6 lempiras/kg</p> <p>Género: poca participación de mujeres en intermediación (4 identificadas).</p>	<p>Empresa: Industria chocolatera (cacao hondureño)</p> <p>Volumen: 480 unidades/año de producto (tabletas de chocolate Precio venta: 35 a 40 lempiras/unidad)</p> <p>Género: Pequeña empresa manejada por madre e hija</p>
---	---	--	--	--

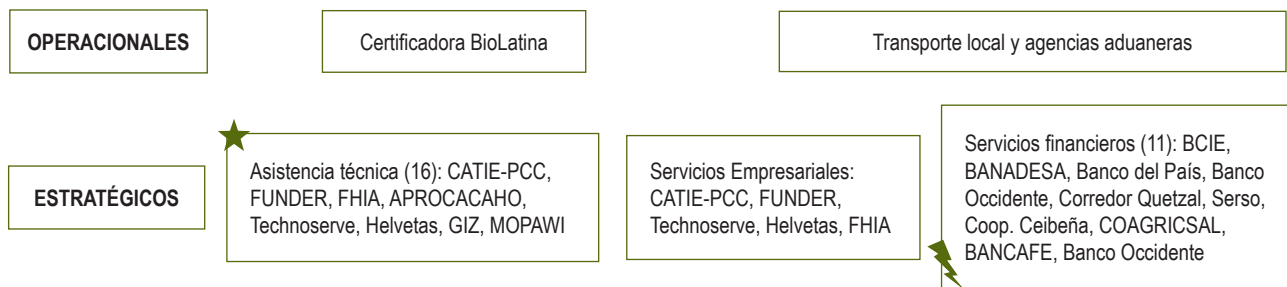


Figura 1. Representación gráfica de la cadena productiva de cacao de Honduras (Volumen anual)

Caracterización de eslabones

Eslabón: Insumos

La base para el fortalecimiento de la cadena es la provisión del material genético e insumos agrícolas de calidad tanto para la renovación como para el establecimiento de las áreas de cultivo. Según este estudio, se identificaron 12 actores, de los cuales 11 proveen plantas y APROSACAO que elabora y comercializa insumos orgánicos (Cuadro 1).

La producción anual de material injertado en el país se estima en más de un millón de plantas (**1.158.000 plantas/año**), siendo Technoserve y COAGRICAL los mayores proveedores, es importante señalar que ambos actores se han enfocado en la capacitación y asistencia técnica para el desarrollo de las capacidades necesarias para el establecimiento de viveros (injertación y manejo), por lo que, han establecido diferentes viveros con los productores y productoras y venden junto con la planta un paquete de asistencia técnica.

El material producido es destinado principalmente para la venta a los productores asociados o vinculados y a proyectos que se están desarrollando en las diferentes zonas de impacto (La Lima, Choloma, Olancho, Tegucigalpa y Omoa). Para la producción de plantas se están empleando injertos, usando como varetas los materiales validados del CATIE y de la FHIA (24 clones) para garantizar las características de producción y resistencia a enfermedades. Para el caso de XOCO no se obtuvo información sobre cantidad y calidad de las plantas que propagan y comercializan.

Para producir una planta injertada se estima un costo promedio de 19 ($\pm 3,7$) lempiras, el cual comprende el pago de mano de obra, bolsas y materiales del vivero. Para la venta del material se tiene un precio promedio de 27,7 ($\pm 4,8$) lempiras, lo que da un margen de ganancia en promedio de 31,5% para los diferentes actores. Es importante señalar que los precios son fijados por el mercado y que en el caso de Technoserve y COAGRICAL el precio contempla un paquete de asistencia técnica.

Para el caso de COAGRICAL, el paquete técnico contempla un costo para el productor o productoras de 5.000 a 6.000 lempiras por establecimiento y 4.000 lempiras por mantenimiento/año. Para acceder a este paquete se deben cumplir 3 requisitos: tener sombra establecida, autorizar un plan de fertilización (estudio de suelo) y realizar el manejo técnico como se indica.

El actor que ha fijado el menor costo al productor es APROCACHO, puesto que cubren los costos de la bolsa, material e injertador y el productor sólo debe llenar la bolsa para hacer la siembra respectiva.

El único proveedor de material privado es la Finca Patricia, el cual posee sus propias instalaciones, cuenta con el material y personal necesario para el establecimiento de 100 mz de cacao (alrededor de 78.000 plantas), las cuales se sembraron en 2011. El material que están reproduciendo sale de la misma finca y en su mayoría corresponde al indio amelonado rojo, el cual tiene una buena aceptación en el mercado por sus cualidades organolépticas.

Cuadro 1. Información clave de actores proveedores de insumos en la cadena

Actor	Volumen producción anual	Comprador	Costo (lempiras)	Precio Venta (lempiras)
FHIA	60.000	Productores y proyectos (CEDEC, ASEPAC y EACPAC)	14	25
APROCACHO-PCC	120.000	Productores	0,13**	-
Technoserve	400.000 (6 viveros)	Productores y proyectos (SERSO y GRASVIDMIL)	20	25 a 27
COAGRICAL	500.000	Productores afiliados	23	25
APROCAFAN*				
XOCO*				35
Finca Patricia	78.000	No venden, producción empleada para la finca	18 a 20	-
APROSACAO*		Proveen insumos orgánicos	-	-

*No se obtuvieron datos para esta investigación

** Este monto representa sólo el costo de la bolsa para las plantas

Eslabón: Producción

La producción de cacao Hondureño se ubica en los departamentos de Atlántida, Cortés, Gracias a Dios, Santa Bárbara y Yoro (Figura 2). En el país, en 2009, se estimó un área establecida de plantaciones de 1.443 ha de las cuales un 20% correspondió a plantaciones con menos de 3 años de establecidas (Mejía y Canales 2010). Es importante mencionar que hay plantaciones con menos de 3 años en el departamento de Olancho, las cuales se estiman en 124 mz y se plantarán en total 690mz para 2013, con el apoyo de Helvetas.

Las labores de producción están en las manos de los pequeños productores y productoras del país, los cuales realizan las actividades desde la siembra hasta el partido de las mazorcas. En Honduras, se estima que hay alrededor de 1.800 personas¹ dedicadas a la producción de cacao, las cuales se ubican principalmente en los departamentos de Cortés y Gracias a Dios (83,4%).

El área promedio de un cacaotal ronda los 1,5 ha por productor, con un rendimiento de producción de 203,3kg de

cacao seco/ha. Las plantaciones cacaoteras son relativamente jóvenes en Honduras (45% plantaciones entre 3 y 12 años de establecidas) producto de las renovaciones y reactivación del sector en los últimos 5 años (Mejía y Canales 2010).

Según estos datos se puede estimar una producción total de 293.362 kg de cacao seco/año proveniente de pequeños productores y productoras y 65.435,5 kg de los grandes productores, dando una producción anual de 358.797 kg. Es importante señalar que la diferencia de los intermediarios de acopio respecto a la producción se debe a la falta de información sobre la producción, puesto que en el país deben existir más productores con más área de cultivo para poder abastecer las 808 TM de cacao que los intermediarios están acopiando.

Dentro del eslabón de producción se identificaron dos tipos de actores, los pequeños productores (mayoría) y los grandes productores. Cada tipo de productor tiene características (costos, ingresos, calidad) y dinámicas diferentes.

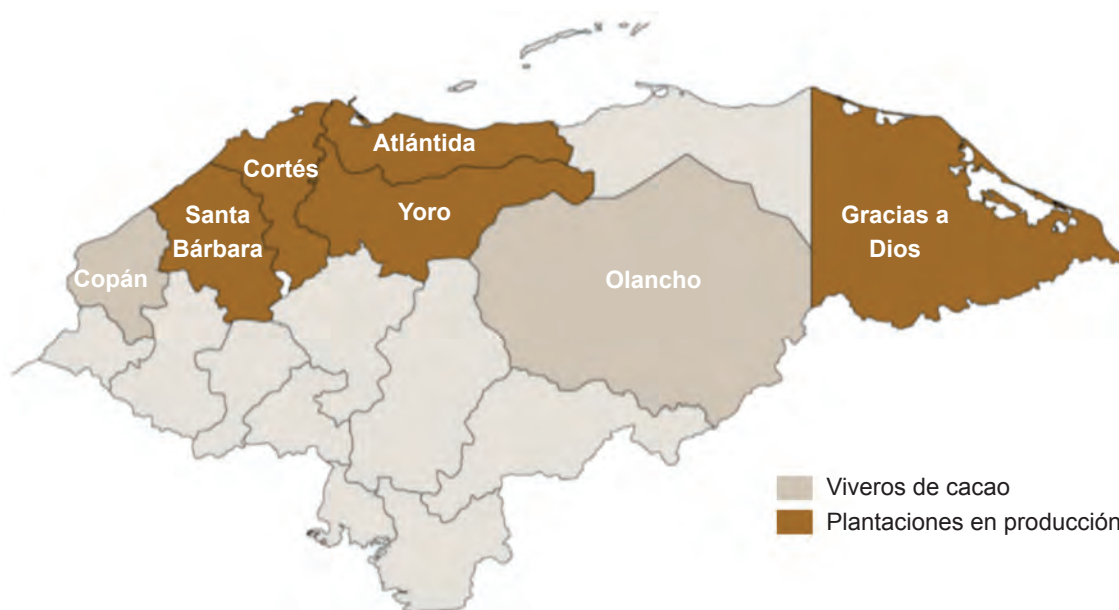


Figura 2. Áreas productivas de cacao de Honduras. Tomado de Mejía y Canales (2010)

1 Ayala, A. 2011. Contexto histórico de la producción de cacao en Honduras (entrevista). San Pedro Sula, Honduras. APROCACAO (E-mail: cacaohonduras@aprocacaho.com)

Pequeños productores y productoras

Según el estudio realizado por Cárdenas (2009), en promedio el hogar cacaotero hondureño está conformado por 4.8 personas (± 2.03), cuyos jefes de familia tienen 48 años (± 12.61), el nivel de escolaridad es bajo puesto que la mayoría (47%) sólo ha alcanzado algún nivel de educación primaria, un 5% educación secundaria y un 1,7% educación universitaria. Un aspecto importante a resaltar es el nivel de experiencia que tienen los productores sobre el cacao, la mayoría de estos tienen de 1 a más de 20 años manejando o relacionándose con el cultivo (70%), esto es clave y muestra la fortaleza del capital humano que se tiene en el país (Mejía y Canales 2010).

Los miembros de las familias se dedican principalmente a actividades agrícolas (dentro o fuera de la finca) en un 63%, mientras que el 37% desarrollan otros tipos de ocupaciones como el servicio público, comercio, servicios domésticos, entre otros (Cárdenas, 2009).

La producción de cacao demanda un manejo adecuado por parte de los dueños o dueñas de las fincas, los cuales recurren a la contratación de mano de obra o a la colaboración de la mano de obra familiar.

Costos:

Dependiendo del manejo del cultivo por parte del productor o productora, se emplean en promedio **48 jornales/año/ha**, los cuales son realizados principalmente por los hombres, siendo las labores de cosecha y quebrado de mazorcas las únicas en las que intervienen las mujeres (Cuadro 2).

Cuadro 2. Actividades realizadas en los cacaotales de pequeños productores

Actividad*	Jornales/año/ha	Mano de obra según género
Resiembra	2	Hombre
Chapía/limpia	12	Hombre
Poda	12	Hombre
Deshija	6	Hombre
Control monilia	16	Hombre
Cosecha y quebrado de mazorcas		Hombre y mujer (especialmente para el quebrado)

*Las actividades señaladas se basan en un promedio de 3 pequeños productores representativos que fueron entrevistados para este estudio

La contratación de mano de obra externa para las labores de la finca depende de la extensión del área de cultivo y el trabajo de los dueños de las fincas. Las comunidades de donde provienen los entrevistados (La Camisa, Santo Domingo y San Marcos) han fijado el costo de un jornal promedio en 130 lempiras (± 20 lempiras).

Tomando como referencia la cantidad de jornales promedio para la realización de actividades en una hectárea de cacao se estima un costo promedio de **6.240 lempiras/ha/año** (equivalente a US\$330,4²), lo que proyecta un costo por kilogramo de cacao a **17,3 lempiras/kg** (promedio producción 203,3kg/ha). Es importante mencionar que esta estructura de costos no contempla transporte, ni el tiempo que se emplea para administrar la finca.

Ingresos:

Los productores entrevistados tienen una producción promedio de 360 kg de cacao seco/ha/año, estos pueden vender su producción a un intermediario³ o a una organización de productores (cooperativa o asociación).

El precio promedio que reciben los productores y productoras en las organizaciones es de 20 lempiras/libra, lo que equivale a 44 lempiras/kg de cacao seco. Con estos datos se puede estimar que el ingreso promedio por hectárea es de 15.858 lempiras/año (equivalente a US\$839.5), lo que da un margen de ganancia del 60,65% al productor. Aunque el margen de ganancia es alto, se debe tomar en cuenta que faltan más rubros como el transporte, que en algunas comunidades está valorado en 50 lempiras por quintal de cacao seco, así como el costo de las plantas y el tiempo de los dueños para la administración de la finca.

Grandes productores

En la cadena de cacao de Honduras se identificaron tres grandes productores de cacao ubicados en La Lima, Tegucigalpa y Aldea 35 de Guaymas (Cuadro 3). Estos productores han establecido cacaotales que representan el 9,2% del área destinada para el cultivo del cacao en Honduras.

2 Tipo de cambio al 25 de agosto de 2011 un dólar estadounidense equivale a 18,89 lempiras

3 En Honduras se emplea la palabra coyote para describir a las personas que hacen la intermediación de manera independiente

Cuadro 3. Grandes productores de cacao de Honduras

Actor	Área (ha)	Producción anual (kg)	Costo total anual	Costo/kg	Precio venta (kg)	Mercado
Finca Patricia	83,9	40.500	1.157.372	28,6	66,1	El Salvador, Alemania, Estados Unidos
FHIA	38,0	23.940	570.000	29,3	68,3	Chocolats Halba
Daniel Reyes	11,2	995	13.200	13,3	63,8	FHIA e intermediarios

Los actores identificados producen alrededor de **65,4 TM** de cacao seco/año con un rendimiento promedio de **491,8kg/ha/año**, un 26,8% más que los pequeños productores, como respuesta a prácticas de manejo, renovación de cacaotales y material genético validado.

Para las diferentes actividades de mantenimiento y cosecha, en todos los casos, se contrata mano de obra fuera de la finca, del total de empleados permanentes para los 3 casos (alrededor de 125 personas), el 12,8% son mujeres contratadas principalmente para las actividades de vivero, cosecha y quebrado de mazorcas.

En promedio se incurre en el pago de 100 jornales/ha por año para el desarrollo de las diferentes actividades en la finca, se estima que el costo promedio para los grandes productores de cacao es de **23,7 lempiras/kg** un 20,9% más que los pequeños productores (mejor pago de jornal estimado en 140 lempiras en promedio).

Eslabón: Acopio

El cacao producido en finca puede ser acopiado por 2 actores de la cadena los intermediarios o las organizaciones de productores.

Intermediarios:

En la cadena se identificaron diferentes niveles de intermediación en los cuales están: intermediarios que le compran a los productores en los pueblos (intermediarios pequeño), intermediarios que le compran el cacao a los pequeños intermediarios y a algunos productores (intermediarios medianos) y los intermediarios que le compran a los medianos (grandes intermediarios).

Para esta investigación, se entrevistó a los grandes intermediarios de cacao de Honduras, puesto que por ellos pasa la mayor cantidad de cacao que se acopio. En total se identificaron cuatro grandes intermediarios, los cuales compran el cacao de las diferentes comunidades (Tegucigalpa, La Ceiba, Chivana, Tela, Puerto Cortés,

Omoa, La Masica, Jutiapa entre otras) para esto cuentan con transporte propio e instalaciones para el posterior almacenamiento y secado.

Los 4 intermediarios identificados (**Marvin Handal, Osmín Flores, Freddy Ayala, y Miguel Reyes**) han participado de la actividad por más de 16 años, ya son reconocidos en el gremio y dicen comprar a otros intermediarios y algunos productores de las zonas antes mencionadas. Un aspecto importante a mencionar es que en las comunidades se identificaron al menos cuatro acopiadoras que compran el cacao a los productores en las comunidades.

Los intermediarios grandes acopian cerca de **808,4 TM** de cacao seco por año (Figura 2) para lo cual usan transporte propio y fijan el precio de compra con base en el mercado (precio pagado por las organizaciones de productores), en promedio están pagando al intermediario pequeño **48,5 lempiras/kg** (lo que indica que en las comunidades el precio pagado por intermediarios pequeños puede rondar los **35 lempiras/kg**).

La totalidad del cacao que acopian es exportado principalmente a El Salvador y Guatemala, los cuales pueden tener o no contratos con las industrias nacionales o intermediarios de esos países.

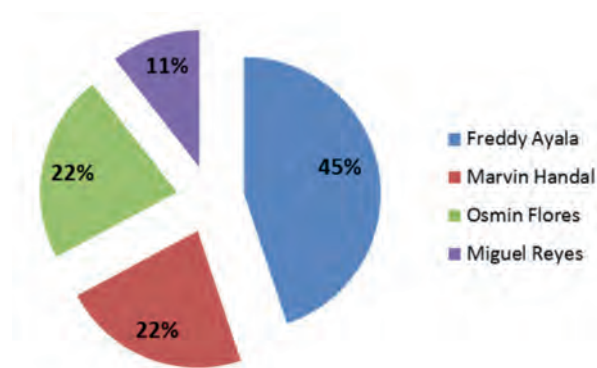


Figura 2. Representación porcentual del acopio por parte de los grandes intermediarios

Los costos en que incurren los intermediarios en el acopio son principalmente transporte, mano de obra (chofer o personas acompañantes para el acopio), compra de cacao y administración o tiempo del dueño en las actividades. Se estima que el costo general promedio de acopio es de 49 lempiras/kg de cacao seco.

Organizaciones de productores:

El otro tipo de acopio que se realiza es por medio de las organizaciones de productores, las cuales realizan la función de intermediación con sus asociados y asociadas en busca de un mejor comprador y mayores beneficios, se identificaron 7 organizaciones en la cadena (Cuadro 4).

Estas organizaciones agrupan a 375 productores y productoras, de los cuales el 7,7% son mujeres (en su mayoría jefas de hogar). En el caso de APROCACAHO, es una asociación de segundo nivel puesto que en esta se agrupan las demás asociaciones. En 2010, estas organizaciones acopiaron alrededor de 45,2 TM de cacao seco (que pasó por el proceso de fermentación), un 56,7% de este cacao fue calificado como Calidad A y se vendió a Chocolats Halba, lo demás se vendió como Calidad B, en cuyo trámite de venta intervino APROCACAHO.

APROCACAHO brinda apoyo a las organizaciones desde la parte técnica hasta la comercialización (no cobra por este tipo de servicios), además de servir de negociador entre Chocolats Halba y las demás organizaciones. Es importante mencionar que Halba acordó apoyar a APROCACAHO con US\$ 100/TM exportada para sus gastos operativos, puesto que la asociación no les cobra a sus socios por el servicio y vínculo con el comprador final. APROCACAHO también apoya en la comercialización de las organizaciones en cuanto a cacao Calidad B (por lo que no es competencia para Halba), compra cacao directamente a 214 productores independientes

(32,2% mujeres) de calidad B, el cual es exportado posteriormente a El Salvador o Guatemala.

El precio de compra de las organizaciones a los productores se basa en la bolsa más un plus, siempre buscando los mayores beneficios para sus asociados y asociadas (promedio **44,1 lempiras/kg**). El precio pagado de Chocolats Halba a las organizaciones se basó en un acuerdo de volumen y en promedio se pagó a US\$ 3.700/TM (alrededor de 69.89 lempiras/kg).

Tanto intermediarios como organizaciones de productores acopian en Honduras alrededor de 853,6 TM de cacao seco por año, de los cuales el 95% es acopiado y comercializado por parte de los intermediarios (Figura 3).

Un parámetro clave en el acopio del grano se relaciona directamente con la calidad y requisitos que piden los compradores. Los intermediarios son los que exigen la menor calidad puesto que solo le piden al productor que sea el cacao no tenga moho y este seco. Esto se hace por que esas son las características que solicitan sus principales compradores en El Salvador y Guatemala.

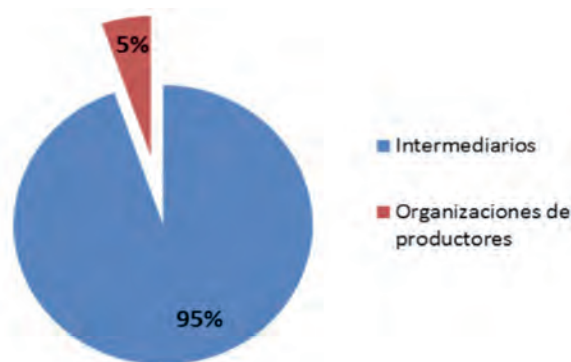


Figura 3. Distribución porcentual del acopio de cacao en Honduras

Cuadro 4. Acopio de organizaciones de productores de cacao de Honduras (cosecha 2010-2011)

Organización	Comunidad	Asociados	Acopio (kg seco)
Flor de Laurel y Kawobucaya	Mosquitia	215 (7,5% mujeres)	24.000 (Calidad A)
COPROCADER	Rancho	48 (8.3% mujeres)	4.859 (21.8% Calidad A)
Cooperativa San Fernando	Ormoa	58 (9.4%)	6.703,6 (7,6% Calidad A)
APACH	Ormoa	25 (0% mujeres)	2.644,8 (2,3% Calidad A)
COOPROGUAGUL	Gayma	29 (20.8%)	-
APROCACAHO	Choloma	Organizaciones y compra a productores independientes (214 -32.2% mujeres-)	7.000 (100% Calidad B)*

*APROCACAHO compra el cacao a productores independientes de las organizaciones así como producto que no cumple con los requisitos para calidad A.

Estos requisitos no fomentan la mejora en la calidad de la producción hondureña y por ende la participación de mercados que paguen mejores precios.

Por otra parte, las organizaciones están pidiendo mayor calidad al productor para poder responder a los requisitos internacionales y con esto poder obtener un mayor valor en el mercado con el cacao hondureño (Chocolats Halba). Hay que resaltar los espacios de fortalecimiento en la cadena con respecto al tema de acopio, el cual, además de los aspectos mencionados, está relacionado con la capacidad de las organizaciones (nivel organizativo, gerencial y comercial) que debe ser fortalecida con el apoyo de los demás actores de la cadena, para así, poder lograr mayor acopio y de mayor calidad.

Eslabón: Transformación Primaria

La transformación primaria se refiere a las actividades que comprende el proceso de beneficiado (fermentación y secado). Según los encuestados, los productores y productoras no realizan las prácticas mencionadas, se limitan a quebrar las mazorcas y dejarlas secar, ya sea en sacos o en cajones y en el caso de pertenecer a una asociación entrega en baba. Este es un punto clave, puesto que la calidad del grano se ve seriamente afectada y se disminuyen las oportunidades de entrar a un mercado con mayores exigencias de calidad.

Los actores que mencionaron realizar la transformación primaria son las organizaciones de productores, FHIA y Finca Patricia (Chocolates Continental), puesto que son los actores que están comercializando producto de mayor calidad y poseen compradores que les restringen la calidad de la semilla recibida.

Costos

Los costos del proceso de beneficiado para un gran productor como la FHIA rondan los **5,5 lempiras/kg**, esto implica un proceso de fermentación, pre-secado y secado (alrededor de 9,5 días) según el proceso que se aplica ahí.

La mayoría de las organizaciones realizan el proceso de beneficiado (promedio 6 días de fermentación y 9 de secado). Con esta información se estima que el costo promedio de transformación ronda los 6-7 lempiras/kg. Los costos estimados corresponden al beneficiado de un volumen bajo de cacao, el cual va a disminuir al aumentar el volumen de acopio de sus asociados.

Eslabón: Comercialización

La comercialización del cacao tiene cuatro vías a través de intermediarios, organizaciones de productores, empresa privada y FHIA.

Intermediarios:

El volumen acopiado por parte de los intermediarios es destinado a la exportación, principalmente a El Salvador y Guatemala (empresas industrializadoras o intermediarios nacionales).

Los principales costos en que incurren los intermediarios son el transporte, alquileres servicios, sueldos y lo referente a trámites de exportación. Este último rubro ronda las 1.095 lempiras por exportación (contenedor exportado), si se asume un promedio de 3 exportaciones mínimas por año para los grandes intermediarios, el costo promedio de exportación ronda los **0.2 lempiras/kg** de cacao.

Los demás costos en que incurren pueden estar alrededor de un 3-5% sobre el precio de compra del cacao, por lo que un estimado general del costo de comercialización para los intermediarios grandes se estima en promedio **2.6 lempiras/kg**⁴.

Para la fijación de precio se recurre al de bolsa más un plus (siempre se busca ganar como mínimo 10% sobre el precio de compra) en promedio del precio de venta ronda los **54,6 lempiras/kg** (margen de ganancia mínima del 11,2%).

Organización de productores

Las organizaciones de productores comercializan el cacao seco (mayoría beneficiado) bajo dos clasificaciones: Calidad A⁵ y Calidad B⁶, dependiendo de la calidad en que se clasifique toma dos canales de comercialización:

- 4 Este costo fue estimado usando los datos recolectados y asumiendo un 5% sobre el precio de compra de cacao a intermediarios pequeños o medianos que rondan los 48,5 lempiras/kg más el costo de exportación, es un dato general no concreto de algún intermediario.
- 5 Los requisitos son granos grandes (mínimo es de 1.058g/grano), buena fermentación (75%), 6,5% de humedad, máximo 8% grano violeta, máximo 1% de moho e insectos (requisitos de Halba Chocolats)
- 6 Se refiere a todos los granos que no cumplen los parámetros de calidad A más todo el cacao seco sin beneficiar.

Chocolates Halba o APROCACAHO respectivamente. Ambas calidades son para exportación a Suiza en el primer caso y los mercados de El Salvador y Guatemala en el segundo caso.

Los costos en que incurren las organizaciones de productores son principalmente el transporte y los costos administrativos. Para el caso de APROCACAHO a los costos mencionados se le suma el de exportación (1.094 lempiras/exportación) y transporte (para poder cubrir de alguna manera estos costos se tiene el aporte de US\$100/TM por parte de Chocolats Halba). De manera general (no se obtuvo un dato concreto por organización en cuanto a costos) se estima un costo de comercialización para una organización en **13,5 lempiras/kg**⁷.

El precio de venta del cacao está condicionado al tipo de calidad al que fue clasificado. Actualmente, se está pagando a **66,1 lempiras/kg** de calidad A y **52,9 lempiras/kg** por el cacao Calidad B.

Es importante mencionar el papel de Chocolats Halba en Honduras, puesto que representa una gran oportunidad, para las organizaciones de productores con visión a un mercado fijo a largo plazo, para elevar los ingresos de los productores y organizaciones. Es el actor que ofrece el mejor precio (un 20% más) y el impulsor del incremento de la calidad en el país en base a sus requisitos. Además, ha apoyado a las organizaciones de productores con financiamiento no reembolsable (inversión de infraestructura, costos de investigación y capacitación) para mejorar la calidad y capacidades de los productores, así como adelantos de 100% de los fondos para la compra de cacao en baba sin costo financiero.

Empresa privada

El único actor en la cadena que realiza las actividades desde el vivero hasta la exportación es la Finca Patricia, la cual vende su cacao bajo el nombre de Cacao Continental.

Esta empresa comercializa su producción a clientes de El Salvador, Alemania, Estados Unidos y fija su precio con base en la bolsa más un plus. Este puede estar en el rango **de 61,7 a 66,1 lempiras/kg de cacao**.

⁷ Este costo comprende el pago de un salario administrativo de medio tiempo y transporte, no se toma en cuenta el costo de servicios.

FHIA

El otro gran comercializador es la FHIA, la cual además de comercializar su propia producción, compra a otros productores como es el caso de Daniel Reyes el cual vende el 70% de su producción a este actor (vende en baba).

El cacao calidad A es vendido en su totalidad a Halba, el cual paga un precio promedio de 66,1 lempiras/kg de cacao seco. El precio es fijado en base a la bolsa más un plus mas la certificación orgánica más la certificación comercio justo. Y el cacao calidad B lo comercializa por medio de APROCACAHO el cual paga un precio promedio de **50,7 lempiras/kg**.

Eslabón: Transformación Secundaria

Honduras es un país con una débil o inexistente cultura de consumo de cacao nacional, por lo que, el cacao empleado para la elaboración de subproductos alimenticios es importado de otros países centroamericanos (en su mayoría ya procesado). En la industria nacional se identificaron una serie de actores importantes que intervienen (Lactosa, Industrias Sula, Leiden, Alimentos Cortés entre otros), todos estos importan los derivados del cacao para la industrialización de sus productos.

Sólo se identificaron algunos casos de transformadores secundarios (emplean cacao hondureño) como lo es la pequeña empresa "Industria Chocolatera", la cual es dirigida por 2 mujeres (madre e hija) y elaboran tabletas de chocolate (cacao proveniente de clientes de Technoserve). Las tabletas se venden en cajas de 4 unidades con precios de 35 a 40L/caja, en promedio venden 40 por mes.

El eslabón de transformación secundaria es uno de los que, en términos de importancia, tiene el menor desarrollo, como respuesta a la poca cultura de consumo de cacao nacional, comparado a países como Guatemala, El Salvador y Nicaragua.

Servicios Operacionales

Los servicios operacionales dentro de la cadena se refieren a todos aquellos servicios de terceros que son necesarios para la provisión del producto, que en este caso es el cacao.

En Honduras, las organizaciones están negociando el cacao que proviene de un sistema orgánico, lo que les genera la oportunidad de obtener mayores ganancias

que si se vendiera de forma convencional. Para poder diferenciarse de esta forma es necesaria una certificación que legalice lo que se está vendiendo, para lo cual se ha contratado a la certificadora BioLatina, que es el ente regulador que vela por el cumplimiento de los reglamentos y normas para los cultivos orgánicos.

Otro de los servicios operacionales en la cadena es el transporte a nivel de finca, organizaciones y exportación, puesto que sin la contratación, alquiler o compra de estos servicios no se podría llevar el producto hasta el comprador. El productor comúnmente lleva el cacao en su transporte propio (animal, motocicleta o vehículo) a las instalaciones de las organizaciones, las cuales contratan camiones para el traslado del grano hasta su comprador.

En el caso de que el productor vendiera a intermediarios, este último es el que asume el transporte hasta la finca o al intermediario pequeño del pueblo. Además de este tipo de servicios, en esta clasificación entran los servicios aduanales o de exportación que en el país se estima que tiene un costo de 1.092 lempiras por exportación.

Servicios Estratégicos

Los servicios estratégicos se refieren a aquellos que apoyan directamente a los actores de la cadena y que no son indispensables para la provisión del producto, pero

si necesarios para el fortalecimiento de capacidades y oportunidades para los actores de la cadena. Los servicios se clasifican en 3 categorías que son: Asistencia técnica, Servicios Empresariales y Servicios Financieros.

En la cadena productiva de cacao de Honduras se identificó un marco amplio de servicios estratégicos brindados tanto por Organizaciones No Gubernamentales (ONG) como por la empresa privada (Figura 4). En la cadena se cuenta con el apoyo de más de 25 proveedores de servicios estratégicos.

Asistencia técnica:

En el marco de servicios estratégicos la asistencia técnica es la que cuenta con el mayor número de actores (más de 16), los cuales están brindando capacitaciones y apoyo técnico en fincas y organizaciones, se abarcan temas como: reproducción de cacao, viveros, semillas, conversión de fincas, manejo agronómico de la finca, poda, árboles superiores, control de enfermedades e injertación, entre otros.

En esta clasificación colaboran principalmente ONG y centros de investigación, los cuales trabajan con las organizaciones o productores en el fortalecimiento de las capacidades y capital humano como clave en el fortalecimiento del sector y aumento de producción.



Figura 4. Actores que brindan servicios estratégicos en la cadena de cacao

Servicios empresariales:

En el marco de la cadena son pocos los proveedores de este tipo de servicio que se lograron identificar siendo las ONG y centros de investigación los que están presentes (5 proveedores). Si bien, el tema empresarial es clave y las capacidades en este tema deben ser fortalecidas, es clave la incentivación de estos servicios, especialmente a nivel de organizaciones para que se logre un crecimiento igual en las diferentes áreas que conforman la producción y comercialización del cacao en el país.

Servicios financieros:

Los servicios financieros identificados para la cadena de cacao de Honduras provienen de 9 proveedores, los cuales son de la banca, proyectos y organizaciones. El cultivo de cacao es un rubro que tiene grandes dificultades para conseguir oportunidades de financiamiento, puesto que, por su ciclo productivo (inicio de cosecha 2-3 años dependiendo de la variedad) y por garantías (problemas de legalidad de tenencia de tierras), limitan el acceso de pequeños productores a sistemas de préstamos. A pesar de esto, dentro de la cadena se identificaron tres oportunidades para el sector cacaotero:

1. **Corredor de Quetzal** (programa de la vicepresidencia): este programa brinda préstamos por 2 años (años de gracia) en los que se paga sólo los intereses y luego de ese periodo se paga los intereses más capital.
2. **BCIE-Cambio:** este programa puede otorgar préstamos por 4 años, pero se maneja tercerizado en donde se le da el dinero a un banco y este es el que lo maneja, pero como se hace por este canal, los bancos piden un certificado de legalidad de la tenencia de la tierra (la cual muchos de los pequeños productores no la tienen y quedan excluidos).
3. **FHIA-ACDI:** en este convenio se regala material para 0,5ha y se pide que se pague de contado el material para otras 0,5ha con miras a establecer 1ha. Con esta política un productor debe poseer al menos 13.050 lempiras para poder pagar el establecimiento de 0,5 (sin tomar en cuenta el costo de transporte, hoyado y sombra temporal), por lo que quedan excluidos los pequeños productores que no poseen en efectivo dicho monto y por condiciones de legalidad de tierra no pueden acceder a un préstamo (522 plantas para 0,5ha a un costo de 25L).

Rol de Género en la Cadena

El análisis de género en la cadena pretende identificar o externalizar las diferentes funciones y actividades que son desarrolladas por las mujeres y los hombres. Esto es clave para conocer el entorno, la estrategia de toma de decisiones y la participación e inclusión de acuerdo al género de las personas.

i. Participación de género en la cadena:

La participación de la mujer se limita a los eslabones primarios como lo es insumos, producción y acopio. En estos eslabones se identificó la participación de 32 mujeres en la provisión de insumos (viveros), 342 como productoras (19% de 1.800 productores según Mejía y Canales 2010), 98 mujeres asociadas y al menos 4 mujeres como pequeñas intermediarias. Es poca o nula la participación de la mujer en puestos altos de toma de decisiones (a excepción de la FHIA y APROCACAO) en las organizaciones y actores en general de la cadena.

ii. Funciones según género en los eslabones

En la cadena productiva se desempeñan diferentes funciones por género las cuales dependen del tipo de actividad (fuerza, destreza o posición de toma de decisiones) que se realice en el eslabón (Figura 5).

Como se describe en la figura anterior, son los hombres los que realizan la mayor parte de funciones en la cadena, incluyendo la ocupación de puestos en las organizaciones y empresas y la toma de decisiones clave desde la producción hasta la comercialización (decide a quien y cuanto vender).

La presencia de la mujer en las organizaciones es poca (7,7%) y la mayoría no ocupan puestos dentro de la junta directiva y en muchos de los casos son productoras asociadas porque han enviudado o sus esposos están fuera del país. Sólo en el eslabón de insumos y transformación secundaria el papel de la mujer es clave, esto atribuido a sus capacidades motoras y al tipo de actividad que deben desarrollar.

iii. Análisis de ingresos

En la cadena productiva no se logró encontrar diferencias en cuanto a los precios pagados por la materia prima según el género de la persona que participa. Un aspecto clave es el nivel de ingresos que llegan a las mujeres,

	Mujeres	Hombres
Insumos	Actividades de vivero (llenado bolsas, varetas, injertos) por facilidad de destreza motora	Funciones de acarreo de plantas, tierra, materiales entre otras
Producción	Cosecha y quiebra de mazorcas	Manejo, administración y mantenimiento de la finca, decide a quien y cuanto vender
Acopio	Intermediación en muy pocos casos a nivel de pueblo	Funciones de intermediación pequeños, medianos y grandes, puestos de poder en organizaciones
Transformación 1		Proceso de beneficiado
Comercialización		Transporte, toma de decisión (a quien vender y cuanto) puestos de poner en organizaciones y empresas
Transformación 2	Elaboración de productos artesanales a base de cacao	

las cuales participan en las actividades de la finca, pero que no se les reconoce el tiempo y esfuerzo, ya que son parte de la mano de obra familiar. Además, las mujeres a lo largo de la cadena, por el tipo de puesto o función que desempeñan, tienden a ganar menos que los hombres que ocupan puestos de mayor poder (comercialización, gerencia, administración).

iv. Identificación de oportunidades para las mujeres en la cadena

Para la inserción de la mujer en la cadena productiva de cacao de Honduras se han identificados 2 oportunidades (Saldivar 2011⁸):

- Proyectos de transformación de cacao en productos artesanales como chocolates y artesanías (esposas de finqueros)
- Diseño de proyectos turísticos “rutas del cacao” en la que participen tanto mujeres como hombres con sus fincas de cacao

Las oportunidades señaladas tienen el potencial de abrir espacios para la inclusión de mujeres, así como demás miembros de las familias en actividades que incrementen los ingresos familiares y promuevan la cultura cacaotera hondureña tanto a nivel nacional como internacional.

vi. Acciones de promoción de género

La cadena no cuenta con una política clara de género en la que se busque la igualdad y equidad de oportunidades a los actores en los diferentes eslabones y puestos

de poder. A excepción de APROCACAO que ha participado en procesos de promoción de género y FHIA que cuenta con una persona especialista en el tema de género no se logró identificar acciones o actores que estén desarrollando actividades de inclusión de género.

La FHIA es el actor con una mayor participación en el tema de género, según su especialista, se están siguiendo estas líneas de acción en la organización:

Se ha planteado una primera aproximación con los siguientes puntos de abordaje estratégico:

- Sensibilización de género a los líderes de la cadena de cacao
- Desarrollo de indicadores sensibles a género en la cadena
- Establecimiento de una estrategia de género de manera conjunta con los actores de la cadena
- Integración de centros educativos de nivel secundario y superiores interesados en abordar el tema cacao y por ende la parte de género ya que esta es una actividad de la familia

Como parte de las líneas estratégicas se han desarrollado una serie de actividades en comunidades con productores, productoras y sus familias, en los siguientes temas:

- Derechos humanos
- Salud reproductiva de la familia
- Acceso y oportunidades
- Talleres de sensibilización para los técnicos de FHIA y sus familias

El tema de inclusión de género en todos los niveles de la cadena es clave, puesto que hasta el momento se

8 Ayala, A. 2011. Contexto histórico de la producción de cacao en Honduras (entrevista). San Pedro Sula, Honduras. APROCACAO. (E-mail: cacaohonduras@aprocacaho.com)

observa una disparidad en la participación de la mujer en las actividades, principalmente, en los puestos de toma de decisión y poder para incluirlas más allá de las actividades netamente productivas.

Limitaciones (cuellos de botella)

Los cuellos de botella se entienden como las limitaciones u obstáculos que están impidiendo hacer más eficiente una cadena productiva o de valor, estos cuellos se pueden referir a aspectos de mercado, transporte, mercadeo, precio, volumen entre otros. Para el caso de la cadena productiva de cacao se identificó para cada uno de los eslabones los principales cuellos de botella o limitaciones que impiden el crecimiento de la cadena (Cuadro 5).

En la cadena productiva de cacao se identificó una serie de limitaciones que frenan el proceso de crecimiento y estabilización del sector. Para revertir y aminorar las limitaciones se han identificado las líneas estratégicas que deben ser abordadas por el marco interinstitucional (Mesa de Cacao) para el diseño de un plan que lleve a la disminución del impacto negativo que están generando estas limitaciones (Figura 6).

Las líneas estratégicas señaladas indican los puntos críticos que están frenando el desarrollo de la cadena, siendo el tema de financiamiento el aspecto más relevante en todos los eslabones de la cadena.

Los diferentes actores mencionaron la falta de recursos económicos para la inversión en infraestructura y compra de materia prima/plantas tanto para los pequeños productores como para las organizaciones, lo cual es clave para abordar el tema de calidad y valor agregado, en miras a optar por mercados que paguen un mejor precio. Este es un gran reto a superar para conseguir financiamiento (principalmente de la banca) por los requisitos que solicitan y el ciclo productivo del cultivo (años).

Otro de los aspectos que sale reiteradamente es la construcción de capital humano capacitado para el desarrollo de las actividades en cada uno de los eslabones en torno al tema de manejo y calidad.

Cuadro 5. Cuellos de botella en la cadena productiva de cacao Honduras

Eslabón	Limitación identificada	Frecuencia o importancia
Insumos	Financiamiento para adquisición y reproducción de plantas	7*
	Disponibilidad de material genético validado	4
	Personal capacitado producción de plantas	2
	Disponibilidad de insumos orgánicos	1
	Distancia entre proveedores de plantas	1
Producción	Productividad y rentabilidad del cultivo	5
	Financiamiento para actividades productivas	4*
	Manejo del cultivo por parte del productor	3
	Personal-Recursos humano capacitado para Asistencia Técnica	2
	Material genético validado	1
Acopio	Instalaciones para el acopio (falta y adecuadas)	5
	Transporte de cacao (distancia y acceso)	4
	Recurso humano capacitado	4
	Organización de productores	2
	Financiamiento para compra de cacao	2*
	Volumen de producción	1
Transformación primaria	Conocimiento en beneficiado local y apoyo asistencia técnica	6
	Centros de beneficiado(faltan)	5*
	Calidad de cacao beneficiado	3
	Material genético validado	1
Comercialización	Transporte	1
	Volumen y calidad	8
	Conocimiento en certificaciones y calidad	2
	Información de mercados (falta)	2
	Precios (bajos o fluctuantes)	2
	Competencia desleal	1
Transformación secundaria	Fidelidad de productores	1
	Tecnología de transformación (conocimiento y equipo)	6
	Cultura de consumo de chocolate en Honduras	4
	Falta de volumen	2
	Financiamiento e inversión para industrialización	2*
Altas barreras legales para vender transformados de chocolate	1	

ESLABÓN	LÍNEAS ESTRATÉGICAS
Insumos	- Financiamiento para adquisición y reproducción de plantas - Disponibilidad de material genético validado
Producción	- Productividad y rentabilidad del cultivo - Financiamiento para actividades productivas
Acopio	- Instalaciones para el acopio (faltan y adecuadas) - Transporte (vías acceso) - Recursos humano capacitado
Transformación primaria	- Conocimiento en beneficiado local y apoyo asistencia técnica - Establecimiento de centros de beneficiado
Comercialización	- Volumen de cacao de calidad para la comercialización - Información de mercado y certificaciones
Transformación secundaria	- Tecnología de transformación (conocimiento y equipo) - Cultura de consumo de chocolate en Honduras

Figura 6. Líneas estratégicas para el diseño de un plan de fortalecimiento para el sector cacaotero



CONCLUSIONES

- El sector cacaoero hondureño está en medio de un proceso de evolución y crecimiento que surge como respuesta al incremento de la demanda de productos sostenibles y precios internacionales. A diferencia de la realidad que se vivió en los años 80 y 90 (auge del cacao), actualmente se tiene una gran contribución de ONG, sector privado, centros de investigación y el gobierno, se cuenta con material genético validado y la reactivación de un marco interinstitucional.
- Los diferentes actores del sector deben guiar sus líneas de acción al aprovechamiento de la ventaja competitiva y comparativa que tiene el cacao hondureño (clasificado como cacao fino) para llevar al sector al siguiente nivel e incidir en mercados (por ejemplo el gourmet) que ofrezcan mayores beneficios que los actuales. La calidad, volumen y certificaciones, son algunos de los puntos clave para elevar la competitividad y lograr el anterior cometido (mayores beneficios).
- La base de la calidad está en el primer eslabón de la cadena que contempla la producción en material genético validado (asegure calidad, resistencia y producción). Este es el inicio para incrementar los rendimientos de producción y por ende el volumen total producido. Por su importancia, nueve actores están trabajando para brindar el material necesario para la renovación y establecimiento de áreas de cultivo (la capacidad de producción se estima en más de un millón de plantas/año).
- Si bien se estimó en 2009 que en el país hay alrededor de 1.800 productores y productoras (19% mujeres) un área de cultivo de 1.443 ha y una producción promedio de 203,3 kg/ha que arrojaría una producción anual total cercana a las 300 TM, se está reportando un acopio por parte de organizaciones e intermediarios de más de 850 TM, lo que puede interpretarse de dos maneras; aumentó el número de productores o el rendimiento de producción.
- Los intermediarios son actores sumamente importantes en la cadena y las estrategias de mejora en la calidad están ligadas directamente a estos. Acopian cerca del 95% del cacao producido en el país y son ellos los que están imponiendo los requisitos de calidad indirectamente en las fincas, calidad prácticamente inexistente que se refleja en los precios pagados a los productores (35 a 44 lempiras/kg).
- Son pocos los procesos de organización entre los productores, la mayoría de estos siguen realizando sus actividades de forma independiente, perdiendo capacidad de negociación, requisito base para iniciar un proceso que los lleve al aprovechamiento de oportunidades de mercado con mayor valor y por ende mayores beneficios. Se identificaron alrededor de 6 organizaciones de productores que agrupan a 375 productores (representan un 20,8% del total) y tienen dos caminos de venta según calidad Chocolats Halba (Calidad A) y APROCACAHO (Calidad B).
- La calidad, como se ha mencionado, es el punto clave para poder entrar a competir en un mejor mercado. Para elevar la calidad, además de tener un buen material genético, es necesario un buen proceso de beneficiado, el cual es inexistente entre los productores (sólo lo secan). Son pocos los actores que si lo realizan, pero esto en contraposición son los que reciben los precios más altos de venta (66,1/kg de cacao) como lo es FHIA, Finca Patricia y organizaciones que venden a Chocolates Halba.

- La producción nacional se destina netamente a la exportación, principalmente a El Salvador y Guatemala. No se ha desarrollado el eslabón de transformación secundaria en el que sólo hay iniciativas pequeñas y se tiene un mercado nacional que está importando el cacao en forma de derivados para la elaboración de productos a base de cacao. La planta procesadora de APROCACHO es una oportunidad para dar valor agregado a la producción nacional, la cual, no está siendo utilizada y es un opción para ofrecer al mercado internacional productos de mayor valor como el licor de cacao.
- En el sector cacao no se aprecia equidad de género. Son los hombres los que desarrollan las funciones clave (toma de decisión y poder) en la comercialización y dirección de organizaciones y empresas y son muy pocas mujeres las que están apenas cerca de esas funciones. La mujer tienen un rol de mano de obra, especialmente en actividades que exigen destrezas manuales como lo son viveros, cosecha y quiebra de mazorcas. Muy pocas se asocian (no pertenecen a juntas directivas).
- A pesar de haber identificado alrededor de 11 proveedores de servicios financieros, el acceso a crédito es la mayor limitante en la cadena, el cual se torna un gran reto para el marco interinstitucional por las condiciones de cultivo (años para producir) y requisitos legales exigidos (tenencia de la tierra). Además, hay que trabajar en el fortalecimiento del capital humano en temas desde el vivero hasta la transformación secundaria, así como en la promoción del consumo de productos artesanales y el cacao hondureño dentro del país.



BIBLIOGRAFIA

- Cárdenas, A. 2009. Determinación del potencial de mantener, aumentar o adoptar diferentes sistemas de cacao (*Theobroma cacao*) con base en el rol relativo y absoluto que éstos juegan en las estrategias de vida de los hogares en tres países de Centroamérica: Costa Rica, Nicaragua y Honduras. (documento en proceso de publicación)Turrialba, Costa Rica. CATIE.30p
- Eschborn. 2007. Manual ValueLinks: Metodología para el Fomento de la Cadena de Valor con enfoque de género. GTZ. 28p.
- Flores, S; Lindo, P. 2007. Pautas conceptuales y metodológicas: Análisis de género en cadenas de valor. Managua, Nicaragua. SNV/ UNIFEM. 116p.
- Lundy, M., Gottret, V., Cifuentes, W., Ostertag, C., Best, R. 2003. Diseño de estrategias para aumentar la competitividad de cadenas productivas con productores de pequeña escala. CIAT. 83p.
- Mejía, O; Canales, M. 2010. Cadena de Cacao en Honduras 2009: caracterización del eslabón primario. APROCACAHO y PYMERURAL. 36p.
- World Cocoa Fundation (WCF). 2010. Cocoa Market Update. WCF. 6p.

CATIE (Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza) es un centro regional dedicado a la investigación y la enseñanza de posgrado en agricultura, manejo, conservación y uso sostenible de los recursos naturales. Sus miembros son el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), Belice, Bolivia, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, República Dominicana, Venezuela, España y el Estado de Acre en Brasil.



Programa Agroambiental
Mesoamericano

ISBN: 978-9977-57-589-6

