

ACUERDO MARCO PARA LA COMPETITIVIDAD DE LA CADENA AGROALIMENTARIA DEL RUBRO DE CACAO ENTRE LA SECRETARÍA DE ESTADO EN LOS DESPACHOS DE AGRICULTURA Y GANADERÍA, Y EL SECTOR PRIVADO (2019 – 2022)

La **Secretaría de Estado en los Despachos de Agricultura y Ganadería**, representada por el señor Mauricio Guevara Pinto, mayor de edad, casado, Licenciado en Administración de Empresas Agrícolas, hondureño, con Tarjeta de Identidad No. 0801-1969-01452, de este domicilio, nombrado mediante Acuerdo Ejecutivo No. 156-2018 de fecha 02 de mayo 2018 y los miembros del **Comité Nacional de la Cadena de Cacao**, representados por actores privados como: Productores, Proveedores de Insumos y Servicios, Empresas Cacaoteras, Procesadores, Comercializadores, Escuelas Agrícolas, Universidades y otros actores en acciones de generación y transferencia tecnológica, e instituciones de apoyo entre ellas: Proyectos de Desarrollo, Organizaciones No Gubernamentales, Cooperación Internacional, Organismos de Investigación Nacional y Regional, entre otras; hemos convenido suscribir como en efecto lo hacemos, Acuerdo Marco de Competitividad 2019-2022, denominado en adelante **Acuerdo**, como instrumento para la generación, fortalecimiento y consolidación de ventajas competitivas de la Cadena Agroalimentaria del Rubro de Cacao, de tal forma que garantice el desarrollo de su capacidad para competir exitosamente en el ámbito regional e internacional, bajo los considerandos siguientes:

I. CONSIDERANDOS

CONSIDERANDO: Que la Secretaría de Estado en los Despachos de Agricultura y Ganadería (SAG), como institución rectora de las políticas del sector agropecuario nacional mediante Acuerdo Ministerial 711-2003 de fecha 15 agosto/2003, constituyó los Comités de Cadenas por rubro integrados por representantes de los sectores público y privado, como instancias idóneas de diálogo, concertación y rendición de cuentas de las acciones realizadas por todos los actores de la Cadena y de la planificación consensuada del desarrollo del rubro.

CONSIDERANDO: Que desde el año 2011 se ha venido firmando Acuerdos Marco de Competitividad (AMC), con el apoyo del sector privado y cooperación externa, logrando avances significativos, entendiendo que la cadena demanda de planteamientos y acciones que apunten a las exigencias del mercado nacional e internacional y mediante Acuerdo Ministerial 923-2013 del 20 de diciembre del 2013 se oficializó el AMC de la Cadena Agroalimentaria del Rubro de Cacao 2014-2018.

CONSIDERANDO: Que los actores de la cadena del Rubro de Cacao, reconocen logros y mejoras de productividad y calidad, en el sector, avances en el proceso de la transformación, imagen del cacao hondureño en el mundo y en la gobernanza del sector, sin embargo, estos son insuficientes para lograr un posicionamiento competitivo a nivel regional e internacional, por lo tanto, se requiere fortalecer la concertación público - privada para la generación de Políticas Públicas que contribuyan en un Marco Regulatorio, que brinde seguridad jurídica en el entorno de negocios y al acceso a la calidad de los servicios de apoyo por parte de los actores de los diferentes eslabones de la cadena.

CONSIDERANDO: Que el Comité Nacional de Cadena de Cacao, evaluó el cumplimiento de metas y objetivos estratégicos planteadas en el AMC 2014-2018 y desarrolló diferentes talleres a nivel regional y nacional, con la finalidad de realizar un análisis de la situación actual del rubro, los principales avances, sus limitaciones internas y externas, sus fortalezas y oportunidades, identificando áreas cultivadas, objetivos, estrategias, acciones, compromisos, responsables e indicadores de desempeño para lograr el desarrollo sostenible de la cadena de cacao.

CONSIDERANDO: Que un país para competir exitosamente necesita alcanzar un nivel de producción, productividad, calidad, potenciar las ventajas comparativas y crear ventajas competitivas (a nivel de los servicios de apoyo, marco regulatorio y sistemas de producción y valor agregado), a fin de generar un crecimiento sostenible, contribuyendo de esa manera a mejorar los ingresos y la calidad de vida de las familias productoras de cacao, para esto fue necesario el análisis, la concertación, discusión y socialización de cómo abordar el tema de la problemática planteada, mediante estrategias, acciones, indicadores, metas y responsables en el Plan de Acción del actual AMC.



CONSIDERANDO: Que la persona humana es el sujeto central del desarrollo y debe ser el participante activo y el beneficiario del derecho al desarrollo; por lo que, la cadena de valor es un medio para asegurar la libre y plena realización de la persona humana, así como el bienestar individual y colectivo de los diferentes actores participantes en la cadena.

El presente **Acuerdo Marco de Competitividad** como instrumento legal de políticas públicas que fomenta la alineación, apropiación y armonización entre actores y funciones de la cadena para lograr mejores posiciones competitivas del cacao hondureño, se establece bajo las cláusulas siguientes:

CLÁUSULA PRIMERA ANTECEDENTES Y SITUACIÓN ACTUAL DE LA CADENA DEL RUBRO CACAO

A. Breves datos de contexto país

Honduras es un país con una **población** total de 9,012,229 habitantes al 2018, y una población rural del 45.4%¹. En el **Índice de Desarrollo Humano** el país es de desarrollo medio (0.617), lo que lo posiciona en el puesto país 133/189, la población que vive por debajo de la línea de **pobreza** es del 60.9% y un 19% con menos de \$1.90 al día (2017) ².

En cuanto a aspectos de trabajo, el país muestra una **tasa de empleo** en relación con la población de 65.1% (de 15 años o más), y en cuanto al **empleo en agricultura** es de un 36.1% del empleo total y se considera en condiciones de **vulnerabilidad**. En lo relacionado al acceso a empleo en el mercado laboral local, solamente un 42% de la población percibe que este es bueno. Entre otros factores, esto ha provocado una migración constante del campo a la ciudad y en los últimos años la migración hacia el extranjero, especialmente a Estados Unidos, ha crecido exponencialmente.

En este contexto, los aportes de la cadena de valor del cacao son claves para el desarrollo de la población de vocación agrícola en Honduras.

B. La producción del cacao en el país

Honduras produce cacao mayoritariamente de variedades trinitarias³ que se caracterizan por producir un cacao fino y de aroma, lo que le ha permitido obtener premios internacionales. En cuanto al potencial para el cultivo, el **área que es apta para plantaciones** de cacao en el país es de 32,000 hectáreas de suelo⁴, según datos del 2013 de la Fundación Hondureña de Investigación Agrícola (FHIA).

El **cultivo del cacao se centra** actualmente en nueve (9) departamentos en las regiones del Litoral Atlántico, Zona Noroccidental, región oriental y la Mosquitia, específicamente en los departamentos de Atlántida, Colón, Cortés, Santa Bárbara, Copán, Yoro, Olancho, El Paraíso y Gracias a Dios.⁵

La producción del cacao tuvo una caída significativa desde **1998**, con la llegada del huracán Mitch y el brote de la enfermedad de moniliasis (*Moniliophthora roreri*). Además, los bajos precios internacionales del cultivo ocasionaron que muchos productores abandonaran sus plantaciones. Como resultado la producción disminuyó de 5,500 Toneladas métricas (TM) que se producían en 1998 a 500TM en el año 2007.

A partir del año **2009** se hacen esfuerzos continuados para recuperar la producción, lo que permite que para el año **2015** se estime una producción de 1,428 TM de cacao seco —se cultivaban 4,463 hectáreas en sistemas agroforestales tradicionales, establecidas por unos 3,470 productores⁶. Para el **2018**, el cultivo de cacao se ha establecido como una actividad agrícola importante para los pequeños productores⁷, en los últimos años se ha promovido la **producción de cacao orgánico** y existen productores que realizan este tipo de cultivo en un aproximado de 1,600 hectáreas⁸.

¹ INE.2017. Boletín día mundial de la población. Proyecciones nacionales de población 2013 - 2030

² Datos del 2017, según índices e indicadores de desarrollo humano. Actualización estadística de 2018. PNUD

³ Los tipos de cacao presentes en el país son de orígenes acriollados, forasteros e híbridos de origen trinitario. La época de cosecha depende de las condiciones climáticas de la región y genética. Los períodos de cosecha comprenden octubre-diciembre y febrero-mayo.

⁴ Esas áreas poseen pendientes menores al 16 %, altitudes entre 200 a 900 msnm, precipitaciones medias entre 1,500-3,000 mm y temperatura media de 21° C a 26° C, con moderado a buen drenaje.

⁵ Información oficial página Programa Nacional de Desarrollo Agroalimentario (PRONAGRO).

⁶ Según el documento "Situación actual de la cadena de valor de cacao desde una perspectiva regional"

⁷ Según datos de la SAG (2014) más del 55% de los productores de cacao siembran menos de 0.7 ha, y un 41% son productores de mediana escala que cultivan entre 0.7 a 3.5 ha.

⁸ Datos del documento: 2016. Tapia, Salvador. Situación actual de la cadena de valor del cacao, VECO Mesoamérica, Cadena



Handwritten signature in blue ink.



En el 2019, se estima que Honduras cuenta con 6,875 hectáreas de cacao y 5,482 productores en los 9 departamentos cacaoteros⁹.

C. Comercialización del cacao

Según la zona del país y sus características geográficas el precio del cacao puede variar, además, este puede aumentar al garantizar una calidad homogénea en el producto. Para abordar esto último, en el 2009 se inician esfuerzos de mejora en el proceso de postcosecha, orientadas a optimizar las condiciones de cosecha y beneficiado del cacao. Para ello, se construyen centros de acopio, fermentación y secado apropiados; y se ha invertido en mejorar las capacidades de productores asociados en buenas prácticas durante la cosecha, fermentado y secado de tal manera que se garantice la calidad homogénea del producto.

En lo relacionado con la **comercialización**, actualmente los productores venden su cacao a las asociaciones a las que pertenecen, y en algunos casos a intermediarios que compran cacao corriente de finca en finca y en pequeños volúmenes — estos acopiadores están conectados al mercado centroamericano, además de comprar la mayoría del cacao corriente, compran cacao convencional calidad “B” —. El **precio promedio** de venta, alcanzado en el 2018, por libra de cacao en baba fue de 9.00 a 12.00 Lempiras y el precio promedio del cacao seco fermentado fue de 33.00 a 40.00 Lempiras.

En cuanto al comportamiento de las **exportaciones** del cacao en grano¹⁰, en los últimos años ha registrado un aumento de 322.7 TM en el 2013 a 909 TM exportadas en el 2017¹¹. Los principales destinos del grano de cacao son los países centroamericanos y Europa, este último demanda cacao de calidad; fino y de aroma, con certificaciones orgánico y de comercio justo. Esta es la razón por la cual el cacao hondureño está principalmente orientado a satisfacer la demanda de los mercados especiales.

La **exportación del cacao con sello orgánico** en el 2017 se reportó en 130 TM, Los actores de forma organizada han logrado suscribir contratos con precios diferenciados de hasta USD \$ 4,000 por TM de cacao de alta calidad que cumple con sellos orgánicos y de comercio justo, especialmente con la empresa exportadora Chocolats Halba.

Por otro lado, la **importación de derivados del cacao** se ha incrementado en los últimos años, siendo los principales productos de consumo, el cacao en polvo endulzado, cubierta de chocolate y las barras de chocolates sólido. Este aumento se refleja en que en 2014 se importaron 78 TM de cacao en polvo sin azúcar versus 192 TM en el 2018¹² y, en cuanto al chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao esta aumentó de 4,562 TM en el 2012 a 5,505 TM en el 2018. En esencia el país sigue siendo un importador neto de productos derivados del cacao, aspecto que no beneficia el consumo interno del producto nacional, ni a las industrias artesanales¹³ que según censo están establecidas en los departamentos de Santa Bárbara, Cortés, Atlántida, Olancho y Colón.

D. Actores del sector

La cadena de valor del cacao en Honduras actualmente está constituida por una diversidad de actores que en los últimos años ha incrementado su número, especialmente en los eslabones de producción, insumos¹⁴ y procesamiento, evidenciándose un aumento en producción y exportación. En buena medida, estos actores son parte de una estructura definida en consenso para impulsar acciones que mejoren la competitividad del sector¹⁵.

Esta instancia de concertación es el **Comité Nacional de la Cadena de Cacao (CNCC)** que está conformada por actores del eslabón de producción, en su mayoría asociaciones y cooperativas aglutinadas en la Federación Nacional de Productores de Cacao de Honduras

cacao, Heifer International y Cooperación Suiza en América latina.

⁹ SINATEC, 11.04.19

¹⁰ Entero o partido, crudo o tostado.

¹¹ Banco Central de Honduras (BCH)

¹² Datos del BCH hasta agosto 2018 (actualizados al 05 de noviembre 2018).

¹³ Este eslabón es uno de los más débiles en la cadena de valor, ya que las empresas formadas tienen problemas en cuanto a la calidad y la presentación del producto.

¹⁴ Se han incorporado actores que producen material genético — viveros, producción de plántulas y material vegetativo—, para el mercado y sus propias necesidades. Entre estos actores están la Fundación Hondureña de Investigación Agrícola (FHIA), y varias organizaciones cacaoteras (existen 17 cooperativas con viveros registrados).

¹⁵ Aunque la mayor parte de los actores del sector participan en el Comité Nacional de la Cadena de Cacao (CNCC), no se debe desconocer que existe una buena cantidad de personas naturales y jurídicas que producen, procesan y comercializan cacao en forma independiente,



Handwritten signature in black ink.

Handwritten signature in blue ink.



(FENAPROCAHAHO¹⁶); acopiadores; entes gubernamentales y regulatorios; proveedores de insumos; organizaciones que proveen servicios de apoyo e implementan proyectos y programas para apoyar el desarrollo del sector cacao¹⁷; instancias o instituciones pertenecientes a la academia; comercializadores, compradores y transformadores; representantes de la cooperación internacional.

Para facilitar su quehacer, el CNCC cuenta en su estructura organizativa con los **Comités Regionales de la Cadena de Cacao (CRCC)** que funcionan en las diferentes regiones donde existe o se está potenciando el cultivo del cacao. Adicionalmente, han establecido **Comisiones** de trabajo para apoyar temas concretos a nivel estratégico y técnico.

Este Comité Nacional ha facilitado en los últimos años que los actores conectados con la cadena de cacao establezcan sinergias y complementariedad en sus intervenciones para mejorar la producción, post cosecha, procesamiento y comercialización, a través del espacio de concertación y diálogo institucional.

E. Principales retos que enfrenta el sector

A continuación, se presentan los desafíos que debe afrontar el sector cacaotero para mejorar su competitividad y sostenibilidad. Al lado derecho del detalle de retos, se presentan datos relevantes de situación actual.

1) Producción primaria

- Mejorar la productividad** abordando problemas por baja densidad de siembra, plantas improductivas, suelos inadecuados, falta de riego, mal manejo de fincas, ataque de plagas y enfermedades, y plantaciones antiguas.
- Ampliar y consolidar sistemas de asistencia técnica**, que respondan a las necesidades de los productores y que impulsen prácticas y tecnologías adecuadas a las necesidades de cada zona, y se adapten a las condiciones de variabilidad climática. La asistencia técnica debe promover modelos productivos más sostenibles y resilientes tales como los Sistemas Agro Forestales (SAF), Sistemas diversificados, etc.
- Encontrar **mecanismos que permitan incrementar el alcance de la asistencia técnica** de forma sostenible.

Datos producción 2019

- Área establecida de cacao:** 6,875 Hectáreas.
- Número de productores de cacao en 9 departamentos:** 5,482
- Producción aproximada:** 1,063 Toneladas métricas (TM)
- Productividad promedio:** 310 kg/ha en plantaciones de ladera y 493 kg/ha en zonas planas (Plantaciones mayores a 7 años)
- Hectáreas nuevas:** 3,000.
- Hectáreas certificadas:** 1,200
- Número de productores certificados:** 1,164
- Reactivación de finca:** 1,000 hectáreas.
- Viveros registrados ante SENASA:** 16 cooperativas/asociaciones e independientes.
- Clones autorizados siendo utilizados en viveros:** 6 CATIE y 29 de FHIA.
- Jardín clonal registrado:** 1



2) Adaptación al cambio y variabilidad climática

- Incidir a nivel político para asegurar el impulso y apoyo al cultivo del cacao que se realiza bajo el enfoque de SAF.** Esto incluye la articulación con instancias estatales pertinentes y la inclusión de la temática en sus normativas y reglamentos.
- Articular** el abordaje de la temática de **adaptación, resiliencia y mitigación al cambio climático en el área de producción**, para asegurar su incorporación de forma práctica y permanente en el manejo adecuado de la finca —tecnologías adecuadas y adaptación según variantes—.

Handwritten signature or mark.

¹⁶ Antes APROCACHO, y que se legalizó como Federación en el año 2018.

¹⁷ Prestación de servicios, asistencia técnico y capacitación.



3) Beneficiado y postcosecha

- Promover procesos de validación de tecnologías y adaptación de infraestructura de postcosecha de acuerdo con las características de las diferentes zonas donde se ubican las plantaciones cacaoteras.
- Definir y consolidar la estrategia para trabajo en red de los centros y microcentros de acopio, como mecanismo para optimizar la infraestructura postcosecha y mejorar la eficiencia en el abastecimiento del producto.
- Diseñar e implementar mecanismos efectivos para la capitalización de las asociaciones de productores que aseguren la sostenibilidad financiera de procesos de beneficiado y postcosecha: Inversión en instalaciones y equipos, mantenimiento, contratación y capacitación de personal, etc.
- Implementar buenas prácticas ambientales, el manejo correcto de desechos sólidos y líquidos.

Datos postcosecha 2018

- Microcentros de acopio: 5 en Omoa, Cortes
- Tecnologías promovidas en buenas prácticas de cosecha: 3 (cosecha de fruto maduro, clasificación de mazorcas previo a su partida, clasificación de baba según calidades del cacao).
- Alianzas establecidas con proveedores de servicios: 7 alianzas / FHIA, LWR, FHH, Rikolto, IDE, CURLA, UNAH, INFOP/PROJOVEN, FUNDER.

4) Industria

- Establecer empresas de transformación artesanal que respondan a un estudio de mercado y de factibilidad que asegure su rentabilidad y sostenibilidad.
- Asegurar procesos de acompañamiento técnico y financiero efectivos.
- Formular e implementar una estrategia de impulso al consumo del cacao y sus derivados a nivel nacional.
- Incidir para la inclusión de derivados del cacao como parte de la merienda escolar desde el nivel normativo y programático —coordinar con SEDIS u otras instituciones relacionadas con la temática—.

Datos industria

- Industrias artesanales establecidas: 14 en departamentos de Santa Bárbara, Cortes, Atlántida, Olanchito y Colón.



5) Mercado y exportación

- Trabajar en el desarrollo de marcas de origen o marcas colectivas que posicionen el cacao hondureño a nivel internacional.
- Buscar nichos de mercado con precios competitivos para cacao convencional.
- Analizar la información existente sobre metales pesados —cadmio—, para toma de decisiones sobre cómo debe abordarse o incorporarse a los planes de asistencia técnica de la cadena de cacao.

Datos mercado y exportación

- Exportación: 909.08 Tm
- Cacao comercializado con sello orgánico: 130 Tm
- Toneladas métricas con precio justo: 200 TM

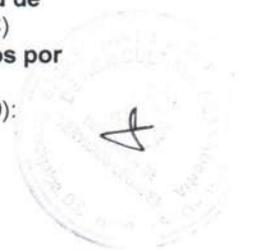


6) Servicios no financieros

- Mejorar el sistema de generación y transferencia de conocimiento para: i) asegurar que la información y resultados obtenidos de estudios e investigaciones pueda ser utilizada para la toma de decisiones oportuna y la orientación de la asistencia técnica que se brinda en el sector; ii) establecer mecanismos de recolección, triangulación y análisis de información que faciliten el acceso a información actualizada y confiable sobre la cadena y el sector; iii) generar información sobre indicadores o metas concretas que aporten en evidenciar avances en aspectos de producción y productividad.
- Asegurar que los resultados de investigaciones y estudios sean divulgados y utilizados por diversos actores de la cadena para la toma de decisiones estratégicas, técnicas y administrativas que beneficien al sector.
- Homologar aspectos relacionados con el paquete de formación básica a productores, facilitadores de Escuelas de Campo (ECA's) y técnicos en el sector; y los paquetes de tecnologías más adecuados para

Datos servicios no financieros

- Investigaciones y estudios: 12 Metales pesados, tipos genéticos de cacao, resistencia genética a enfermedades, postcosecha, pruebas regionales de clones de cacao, compatibilidad sexual, nutrición orgánica e inorgánica en fincas, efectos de la nutrición en viveros, tamaño de bolsas y tiempo en vivero de las plantas, evaluación de la diversidad genética de cacaos de Honduras, a través de marcadores moleculares SSR y SNP's.
- Diplomados en producción de cacao en SAF: 3 (CURLA, USAP y UNA).
- Diplomado para formación como tecnólogo en industrialización y calidad de cacao: 1 (UNAH_SINATEC)
- Productores acompañados por medio de ECA: 1,566 productores asistidos (2019):



el sector según zonas geográficas. Estas acciones deben ir acompañadas de un **sistema efectivo de seguimiento** en aspectos como adopción e implementación de prácticas o tecnologías.

Zona Nor-occidental y Litoral Atlántico 63 ECAS (1071 productores), Olancho 23 ECAS (345 productores) y El Paraíso (150 productores).

7) Servicios financieros

- Consolidar los **sistemas de financiamiento** al servicio de los productores de cacao, evaluar que sean accesibles y respondan a las características y necesidades del sector. Estos sistemas financieros deben estar disponibles en todas las regiones donde existen cultivos de cacao.
- Capitalizar la experiencia de algunos de los Programas y Proyectos en el desarrollo e implementación de productos financieros para diseñar una **estrategia de financiamiento del Sector Cacao** con aporte de los diferentes cooperantes y de ser posible, del gobierno.
- Buscar una alternativa hipotecaria o de garantía para aquellos productores cuyas tierras de cultivo están dentro de **terrenos de reserva** que dificulta el obtener titulación de dominio pleno.

Datos servicios financieros

- **Productos financieros:**
8 productos en zona norte /PROCACAOH.

8) Gobernanza del sector

- **Consolidar y dinamizar la gobernanza del sector.** Es necesario asegurar la incorporación, permanencia y contribución de más actores para fortalecer las acciones impulsadas a nivel nacional y regional a favor de la cadena de cacao.
- **Asignar responsabilidades** en cuanto a procesos de coordinación, impulso, implementación o monitoreo que es necesario realizar para asegurar el desarrollo y efectividad del AMC. Esta distribución puede realizarse y revisarse de forma anual —puede ser acorde a temas de interés, función clave o agenda de trabajo de los actores involucrados—, esta asignación se puede realizar cuando se elabore la **planificación operativa**.
- Elaborar el **reglamento de los Comités Regionales de la Cadena de Cacao (CRCC)** para orientar su quehacer y establecer aspectos generales sobre su funcionamiento y dinamización. Esto asegurará una labor más efectiva y más alineada con el quehacer del Comité Nacional de la Cadena.
- **Diseñar y gestionar un mecanismo de sostenimiento económico** para las estructuras y operación del Comité Nacional de la Cadena.

Datos Gobernanza

- **Comités Regionales de la Cadena de Cacao (CRCC):** Se han consolidado los CRCC en Olancho, Zona Norte y Zona Litoral Atlántico. En formación Comités Regionales para la Moskitia y Zona Oriental.
- **Censo de productores:** 1 para los departamentos de Atlántida, Colón, Cortés y Santa Bárbara. 2017



9) Cooperación internacional

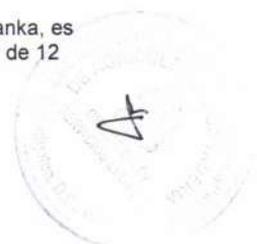
- Asegurar que los proyectos o programas se **alineen y armonicen con el AMC 2019 -2022** para dar un cumplimiento más completo a las estrategias y acciones proyectadas, y asegurar el cumplimiento de metas. Adicionalmente se debe orientar las acciones para asegurar una prestación de servicios mejor distribuida y más eficiente —nivel geográfico y técnico.
- Establecer espacios y mecanismos que aseguren que las **instituciones y programas** que trabajan con el sector cacaotero **compartan y actualicen información** con relación a las acciones realizadas, los logros obtenidos e información o datos sobre aspectos como producción, productividad, comercialización, etc. Esto facilitará el monitoreo, evaluación y obtención de información actualizada sobre el sector.

Datos cooperación internacional

- **Número proyectos gestionados:** 18 proyectos o programas / 8 vigentes en periodo 2019-2021¹⁸
- **Inversión aproximada de proyectos 2014 -2018:** \$25.4 millones de dólares
- **Áreas de influencia de proyectos o programas:** Cortés, Santa Bárbara, Copán, Yoro, Atlántida, Colón, Olancho, El Paraíso y Gracias a Dios.



¹⁸ 8 proyectos o programas están aún vigentes y apoyan al sector cacaotero hasta el 2020 (3) y 2021 (5). Prawanka, es el único proyecto que trasciende el horizonte del Acuerdo Marco de Competitividad 2019-2022 (Tiene una duración de 12 años, con finalización hasta el 2028).



10) Fortalecimiento del enfoque de derechos

- Reconocer y promover el trabajo de la Cadena de Valor de Cacao en el marco de los derechos económicos, Sociales, culturales y ambientales.
- Respetar y cumplir todas las normas nacionales e internacionales de protección de los derechos humanos de las personas que interactúan al interior de la cadena de valor de cacao, incluidos los derechos de terceros que puedan verse afectados por las acciones de los miembros de la cadena.
- Prevenir, hacer frente y/o reparar las consecuencias negativas sobre los derechos humanos que puedan producirse por el quehacer de los miembros que integran la cadena de valor de cacao.
- Aprobar al más alto nivel, políticas y procedimientos apropiados que garanticen el respeto y la protección de los derechos humanos, que implique:
 - Un compromiso político de asumir su responsabilidad de respetar los derechos humanos;
 - Un proceso de debida diligencia en materia de derechos humanos para identificar, prevenir, mitigar y rendir cuentas de cómo abordan su responsabilidad sobre los derechos humanos;
 - Mecanismos que permitan reparar las consecuencias negativas sobre los derechos humanos que hayan provocado o contribuido a provocar.

CLÁUSULA SEGUNDA

MARCO CONCEPTUAL DEL COMITÉ NACIONAL DE LA CADENA DE CACAO

Este Acuerdo Marco de Competitividad es un instrumento legal que busca generar y fortalecer acciones y condiciones que mejoren las ventajas competitivas del sector cacaotero, especialmente de los productores orientados a producir y comercializar cacao fino y de aroma. Por lo cual se plantea como elementos claves para orientar su quehacer:

VISIÓN: Una cadena de cacao organizada, fortalecida, incluyente e influyente, generando conocimiento y riqueza para los actores de sus diferentes eslabones de manera equitativa, justa, sostenible y competitiva.

MISIÓN: Somos una plataforma de actores público-privados, comprometidos a posicionar el cacao hondureño y sus derivados en los mercados de calidad, para mejorar el bienestar de los involucrados en la cadena y del país.

CLÁUSULA TERCERA

OBJETIVO GENERAL DEL ACUERDO MARCO DE COMPETITIVIDAD

Definir los lineamientos concertados entre el sector público y el sector privado, para que gobierno, actores de los eslabones de la cadena, la cooperación internacional y los proveedores de servicios, contribuyan en forma coordinada a la sostenibilidad y competitividad del cacao hondureño y sus derivados.

CLÁUSULA CUARTA

ÁREAS ESTRATEGICAS

El mejoramiento del sector estará basado en la concertación del esfuerzo entre el sector privado, el gobierno y la cooperación internacional, a través del Comité Nacional de la Cadena de Cacao como: i) plataforma de diálogo para facilitar la implementación de intervenciones a corto, mediano y largo plazo; ii) instancia para la promoción de la participación, representatividad, equidad de género, respeto a los derechos humanos, rendición de cuentas y transparencia, como elementos claves de la buena gobernanza; y iii) espacio para la incidencia política a través de propuestas innovadoras y constructivas.

En ese sentido, se han definido acciones a ejecutar en siete áreas estratégicas:

- (1) Producción primaria
- (2) Beneficiado – postcosecha
- (3) Transformación y turismo
- (4) Comercialización
- (5) Servicios no financieros
- (6) Servicios financieros
- (7) Gobernanza e incidencia del sector



CLÁUSULA QUINTA
OBJETIVOS DE LAS ÁREAS ESTRATÉGICAS CONTENIDAS EN EL PLAN DE ACCIÓN

- 1) Incrementar la producción y la productividad del cacao a nivel nacional.
- 2) Establecer mecanismos y estrategias para la adaptación, resiliencia y mitigación al cambio climático.
- 3) Aumentar la capacidad y la calidad del beneficiado y post cosecha para atender la producción total de cacao.
- 4) Crear las condiciones necesarias para que los esfuerzos de transformación del cacao y el turismo relacionado al cultivo sean rentables.
- 5) Incrementar el volumen comercializado de cacao de calidad fino y de aroma, con énfasis en los sellos orgánicos, comercio justo y otros, de acuerdo con los requerimientos del mercado.
- 6) Facilitar el acceso a los servicios no financieros que contribuyan a la competitividad de la cadena.
- 7) Ampliar la cobertura y los montos disponibles para atender las necesidades de financiamiento de los actores de la Cadena de Cacao.
- 8) Fortalecer la gobernanza del Comité Nacional de la Cadena de Cacao (CNCC) como instancia que brinde orientación estratégica y operativa para la implementación efectiva del presente Acuerdo Marco de Competitividad (AMC).

CLÁUSULA SEXTA
PLAN DE ACCIÓN Y CRONOGRAMA
PERIODO 2019 - 2022

Para alcanzar los objetivos establecidos, las partes se comprometen a ejecutar todas las acciones necesarias, mediante la ejecución de Planes Operativos Anuales concertados de acuerdo con las necesidades planteadas de la cadena en el Acuerdo Marco de Competitividad y aprovechar las oportunidades de mercado en el ámbito nacional e internacional acorde a lo descrito en el **Plan de Acción**.

La implementación del Plan de Acción del presente AMC será apoyada por un Sistema de Seguimiento y Monitoreo de las acciones planeadas, revisado periódicamente por el Comité Nacional de la Cadena de Cacao.

Las acciones aquí establecidas son de carácter dinámico y efectivo, sujetas a acuerdos específicos futuros que con base en evaluaciones objetivas las desarrollen, amplíen, modifiquen, sustituyan o complementen de la manera que mejor convenga al logro de los propósitos establecidos.



| ÁREA ESTRATÉGICA | OBJETIVO | ESTRATEGIA | ACCIONES | INDICADOR | METAS | | | | RESPONSABLES |
|---------------------|--|---|---|---|-------|------|------|--------|---|
| | | | | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| PRODUCCIÓN PRIMARIA | Incrementar la producción y la productividad del cacao a nivel nacional. | Aumentar la productividad de las áreas ya cultivadas a través de la renovación y repoblación de fincas. | <ul style="list-style-type: none"> • Construir un sistema confiable de información de cultivos, con actualización periódica desde la base. • Desarrollar programas de rehabilitación, cambio de copa y repoblación de fincas. • Impulsar el manejo agronómico adecuado y permanente de los cultivos. • Ofrecer capacitación para el buen manejo del cultivo a técnicos y a productores. • Implementar mayores densidades de población. • Incentivar innovaciones y tecnología que permitan incrementar la productividad. • Dar continuidad a la certificación de viveros que garantice la calidad del material genético de venta en el país. | Número de hectáreas renovadas y/o repobladas (Hectáreas por año). | 143 | 203 | 213 | | CAHOVA |
| | | | | | 35 | 70 | 105 | 140 | FENAPROCACAHO/FUNDER (PROCACAHO, GEMA, COMRURAL, CONECTA +) |
| | | | | | 175 | 196 | 219 | | FHH/ Cacao Olancho UE/ APROSACAO |
| | | | | | 234 | 234 | | | ICADE/APROBIL |
| | | | | | 10 | 40 | 40 | | PROGRESA-SWISSCONTACT |
| | | | | 5 | 5 | 5 | 5 | SENASA | |
| | | | | Número de viveros nuevos certificados cada año. | | | | | |



[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

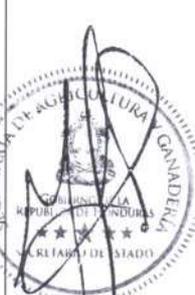
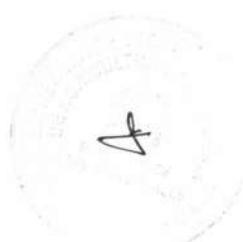


[Handwritten signature]



[Handwritten signature]

| ÁREA ESTRATÉGICA | OBJETIVO | ESTRATEGIA | ACCIONES | INDICADOR | METAS | | | | RESPONSABLES | | |
|---------------------|---|--|--|--|-------|------|------|------|---|---------------------------------------|---------------|
| | | | | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | | | |
| PRODUCCIÓN PRIMARIA | Establecer mecanismos y estrategias para la adaptación, resiliencia y mitigación al cambio climático. | Diseñar paquetes tecnológicos que permitan la adaptación y mitigación de los efectos del cambio climático. | <ul style="list-style-type: none"> • Verificar y ajustar que el diseño agroforestal de la finca sea el apropiado para adaptarse al cambio climático. • Promover el uso de sistemas de riego para atender las sequías. | Número de sistemas de riego instalados y en funcionamiento (Sistemas de riego instalados por año). | 30 | 40 | 50 | 70 | FENAPROCACAHO/FUNDER (PROCACAHO, GEMA, COMRURAL, CONECTA +) | | |
| | | | | | 35 | 45 | 45 | | | FHH/ Cacao Olancho UE/ APROSACAO | |
| | | | | | 5 | 4 | | | | | ICADE/APROBIL |
| | | Generar información climática para orientar la toma de decisiones en el sector cacao. | <ul style="list-style-type: none"> • Promover el establecimiento de estaciones de monitoreo climático. • Definir los parámetros requeridos para el sector cacao. • Implementar mecanismos de registro de información. • Preparar informes de perspectiva climática. • Vincular al Sistema de Información de la Unidad de Cambio Climático de SAG e INFOAGRO. | Número de Informes de perspectiva climática socializados por año. | 4 | 4 | 4 | 4 | INFOAGRO | | |
| | | | | | 1 | | | | | ICADE/APROBIL | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | Identificar las oportunidades que pueda generar el pago por servicios ambientales para el sector agro forestal de cacao. | <ul style="list-style-type: none"> • Incidir en la divulgación y aplicación de leyes, normativas y mecanismos para acceder a servicios ambientales. • Realizar intercambios de conocimientos y experiencias en pago por servicios ambientales con países vecinos. • Gestionar a través de las organizaciones de productores y las autoridades locales algunos proyectos orientados al pago por servicios ambientales. | Número de nuevos proyectos percibiendo pagos por servicios ambientales por año. | 5 | 3 | 2 | | FENAPROCACAHO/FUNDER (PROCACAHO, GEMA, COMRURAL, CONECTA +) | | |
| | | | | | 1 | 1 | 1 | 1 | | FHH/Olancho UE/ PUR Project/APROSACAO | |
| | | | | | | | | 1 | | | ICADE/APROBIL |
| | | | | | | | 1 | 2 | | | |



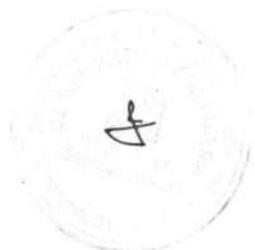
| ÁREA ESTRATÉGICA | OBJETIVO | ESTRATEGIA | ACCIONES | INDICADOR | METAS | | | | RESPONSABLES |
|-----------------------------|--|---|--|--|-------|------|------|------|---|
| | | | | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| BENEFICIADO- POSTCOSECHA | Aumentar la capacidad y la calidad del beneficiado y post cosecha para atender la producción total de cacao. | Establecer una red de centros y microcentros de acopio y beneficiado en las regiones de mayor concentración de cacao. | <ul style="list-style-type: none"> Identificar los puntos geográficos en que se requiere de centros y microcentros de acopio, acorde a la producción proyectada. Desarrollar modelos de asociatividad para el uso de microcentros de fermentación y acopio de cacao. Gestionar recursos para el financiamiento de infraestructura de beneficiado y post cosecha a tasas de interés preferenciales. Implementar modelos de coinversión para la construcción de infraestructura. Gestionar la provisión de secadoras artificiales más eficientes, económicas y que se adapten a las condiciones de la zona. | Número de nuevos centros y microcentros de acopio y beneficiado construidos y en operación, por año. | 2 | | | | CAHOVA |
| | | | | | 1 | 8 | 6 | 7 | FENAPROCACAHO/FUNDER (PROCACAHO, GEMA, COMRURAL, CONECTA +) |
| | | | | | 1 | 1 | | | FHH/ Cacao Olancho UE/ APROSACAO |
| | | | | | 4 | 1 | | | ICADE/APROBIL |
| | | | | | 1 | 1 | | | SAG-PRONAGRO/USDA |
| | | | | | 1 | 1 | | | PROGRESA-SWISSCONTACT |
| | | | | | 5 | 2 | 4 | 6 | FENAPROCACAHO/FUNDER (PROCACAHO, GEMA, COMRURAL, CONECTA +) |
| | | | | | 1 | 1 | | | FHH/ Cacao Olancho UE/ APROSACAO |
| | | | | | 4 | 1 | | | ICADE/APROBIL |
| | | | | | 1 | 1 | | | SAG-PRONAGRO/USDA |
| | | | | | 1 | 1 | | | PROGRESA-SWISSCONTACT |
| | | | | | | | | | |



| ÁREA ESTRATÉGICA | OBJETIVO | ESTRATEGIA | ACCIONES | INDICADOR | METAS | | | | RESPONSABLES |
|--------------------------|---|--|---|---|-------|------|------|------|------------------|
| | | | | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| TRANSFORMACIÓN Y TURISMO | Crear las condiciones necesarias para que los esfuerzos de transformación del cacao y el turismo relacionado al cultivo sean rentables. | Diseñar e implementar un plan de incidencia para el impulso del consumo interno del chocolate y otros productos derivados del cacao en Honduras. | <ul style="list-style-type: none"> Desarrollar alianzas con medios de comunicación para preparar una campaña de información sobre los beneficios del chocolate producido en Honduras. Promover el consumo de otros productos derivados del cacao, diferente al chocolate. Gestionar ante la Unidad Técnica de Seguridad Alimentaria y Nutricional (UTSAN) la inclusión del chocolate en la merienda escolar. Gestionar la agilización de registros sanitarios, trámites administrativos y fiscales para empresas transformadoras. | Porcentaje de incremento anual en ventas de chocolate y otros productos artesanales derivados del cacao a nivel nacional. | 20% | 20% | 20% | 20% | REDMUCH RETCACAO |
| | | Preparar a las empresas transformadoras para que trabajen con un enfoque de mercado. | <ul style="list-style-type: none"> Estudiar la demanda de los derivados del cacao en los mercados nacionales e internacionales. Crear una base de datos de compradores de derivados del cacao con valor agregado. Socializar con los transformadores los requerimientos de calidad exigidos por el mercado. | Número de planes de mercadeo desarrollados para empresas transformadoras cada año. | 9 | 10 | 10 | 10 | REDMUCH RETCACAO |



[Handwritten signature]



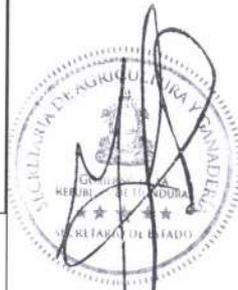
| ÁREA ESTRATÉGICA | OBJETIVO | ESTRATEGIA | ACCIONES | INDICADOR | METAS | | | | RESPONSABLES |
|--------------------------|---|---|--|--|-------|------|------|------|----------------------------------|
| | | | | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| TRANSFORMACIÓN Y TURISMO | Crear las condiciones necesarias para que los esfuerzos de transformación del cacao y el turismo relacionado al cultivo sean rentables. | Fortalecer a las empresas transformadoras e iniciativas artesanales. | <ul style="list-style-type: none"> Levantar un censo completo de las empresas y grupos artesanales dedicados a la transformación del cacao. Gestionar la provisión de asistencia técnica con vistas a reducir los costos, mejorar la calidad y la presentación. Realizar estudios de rentabilidad para las iniciativas artesanales. Incidir en el diseño de productos financieros especialmente dirigidos a iniciativas de transformación del cacao. | Número de organizaciones transformadoras rentables cada año. | 3 | 3 | 3 | | CAHOVA |
| | | | | | 1 | 1 | 1 | 1 | FHH/ Cacao Olancho UE/ APROSACAO |
| | | | | | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| | | Promover las Fincas Turísticas para lograr mayor afluencia de visitantes. | <ul style="list-style-type: none"> Organizar el Festival Nacional del Cacao anualmente. Realizar Festivales Regionales del Cacao anualmente. Coordinar giras de productores a las Fincas Turísticas con fines de capacitación en aprovechamiento turístico y en transformación artesanal del cacao. | Realización del Festival Nacional del Cacao. | 1 | 1 | 1 | 1 | REDMUCH RETCACAO |
| | | | | Realización de Festivales Regionales del Cacao. | 4 | 4 | 4 | 4 | REDMUCH RETCACAO |



Handwritten signature in blue ink.



| ÁREA ESTRATÉGICA | OBJETIVO | ESTRATEGIA | ACCIONES | INDICADOR | METAS | | | | RESPONSABLES | |
|------------------|---|--|--|--|---|------|------|------|--|--|
| | | | | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | | |
| COMERCIALIZACIÓN | Incrementar el volumen comercializado de cacao de calidad fino y de aroma, con énfasis en los sellos orgánicos, comercio justo y otros de acuerdo con los requerimientos del mercado. | Incentivar la asociatividad, fortaleciendo las organizaciones ya existentes. | <ul style="list-style-type: none"> Apoyar el fortalecimiento de cooperativas y asociaciones cacaoteras. Ofrecer a los productores independientes beneficios que les incentiven a asociarse. Proponer modelos asociativos exitosos. Desarrollar modelos de negocios inclusivos en beneficio de los productores. | Número de productores asociados. | 2250 | 2500 | 2700 | 2800 | FENAPROCACAHO/FUNDER (PROCACAO, GEMA, COMRURAL, CONECTA +) | |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> Implementar planes de mejora que incrementen el desempeño empresarial de las organizaciones de productores. | | 450 | 480 | 500 | 530 | FHH/ Cacao Olancho UE/ APROSACAO | |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> Identificar servicios que las cooperativas y asociaciones puedan ofertar a productores independientes. | | 250 | 350 | 375 | 450 | PROGRESA-SWISSCONTACT | |
| | | | Facilitar conocimiento sobre las tendencias del mercado, los beneficios de los sellos orgánicos, comercio justo y otros. | <ul style="list-style-type: none"> Desarrollar capacidades organizativas con visión empresarial. | Aumento porcentual anual en la rentabilidad de las cooperativas y asociaciones acompañadas. | 1.5% | 1.5% | 1.5% | 1.5% | FENAPROCACAHO/FUNDER (PROCACAO, GEMA, COMRURAL, CONECTA +) |
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> Promover una campaña nacional sobre tendencias del mercado y certificaciones dirigida al sector productivo organizado y no organizado. Realizar una Conferencia Anual sobre tendencias del mercado y certificaciones. | | 5% | 5% | 5% | 5% | FHH/ Cacao Olancho UE/ APROSACAO |
| | | | | | | | | | | |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> Facilitar conocimiento sobre las tendencias del mercado, los beneficios de los sellos orgánicos, comercio justo y otros. | Número de nuevas hectáreas de producción certificadas como orgánicas cada año. | 300 | 300 | 300 | 300 | FENAPROCACAHO | |



| ÁREA ESTRATÉGICA | OBJETIVO | ESTRATEGIA | ACCIONES | INDICADOR | METAS | | | | RESPONSABLES |
|------------------|---|---|---|-----------------------------|-------|------|------|------|-----------------------|
| | | | | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| COMERCIALIZACIÓN | Incrementar el volumen comercializado de cacao de calidad fino y de aroma, con énfasis en los sellos orgánicos, comercio justo y otros de acuerdo con los requerimientos del mercado. | Identificar nichos de mercado para cacao de calidad fino y de aroma convencional. | <ul style="list-style-type: none"> Identificar nuevos mercados que estén dispuestos a comprar cacao de calidad fino y de aroma convencional. Participación en ferias y eventos relacionados para la comercialización de cacao de Honduras. Promocionar el cacao de Honduras en bloque comercial como país en eventos internacionales articulando agencias. | Número de nuevos contratos. | 1 | 2 | 2 | | CAHOVA |
| | | | | | 1 | 1 | 1 | 1 | FENAPROCACAHO/FUNDER |
| | | | | | | | 1 | | PROGRESA-SWISSCONTACT |
| | | | | | | | | | |



| ÁREA ESTRATÉGICA | OBJETIVO | ESTRATEGIA | ACCIONES | INDICADOR | METAS | | | | RESPONSABLES |
|--------------------------|--|--|---|--|-------|------|------|------|-----------------------|
| | | | | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| SERVICIOS NO FINANCIEROS | Facilitar el acceso a los servicios no financieros que contribuyan a la competitividad de la cadena. | Formular una agenda integral de investigación que responda a las necesidades de los actores de la Cadena de Cacao. | <ul style="list-style-type: none"> Identificar los temas prioritarios de investigación aplicada. Potencializar los proyectos de gestión del conocimiento que ya han sido realizados. Involucrar a la Academia en el proceso de investigación y validación. Diseñar procesos de socialización de los resultados de las investigaciones con énfasis en buenas prácticas. Sistematizar los procesos de gestión de conocimiento en la cadena. Crear mecanismos para la sostenibilidad económica de la investigación. | Proyectos de investigación realizados y presentados al Sistema Nacional de Asistencia Técnica (SINATEC), cada año. | 2 | 1 | 2 | 2 | CAHOVA |
| | | Fortalecer la identidad del productor, las familias y las asociaciones cacaoteras como actores valiosos de la Cadena de Valor y de la vida del país. | <ul style="list-style-type: none"> Acompañar los procesos de asistencia técnica con un enfoque psico-social que facilite la adopción de nuevas actitudes y prácticas del productor. Realizar diagnósticos Finca-Hogar para medir nivel de pertenencia del productor como actor de la Cadena del Cacao. Promover intercambios regionales que fortalezcan la identidad del productor. Preparar promotores psico sociales para acompañar a las organizaciones cacaoteras. Fomentar la inclusión de mujeres y jóvenes en todos los eslabones de la cadena. Promover el conocimiento y respeto de los derechos humanos, especialmente lo relativo a los Principios Rectores sobre Empresas y DDHH. | Número de promotores psico sociales capacitados por año. | 20 | 20 | 20 | 20 | PRAWANCA |
| | | | | Número de profesionales del área psico social apoyando a las organizaciones de productores cada año. | 2 | 3 | 3 | 4 | FENAPROCACAAHO/FUNDER |



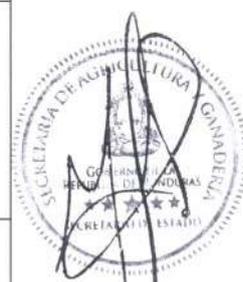
| ÁREA ESTRATÉGICA | OBJETIVO | ESTRATEGIA | ACCIONES | INDICADOR | METAS | | | | RESPONSABLES |
|--------------------------|--|---|--|--|-------|------|------|------|---|
| | | | | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| SERVICIOS NO FINANCIEROS | Facilitar el acceso a los servicios no financieros que contribuyan a la competitividad de la cadena. | Asegurar mayor cobertura de servicios de asistencia técnica integral, buenas prácticas y de calidad, bajo el modelo de Sistemas Agroforestales. | <ul style="list-style-type: none"> Homologar criterios técnicos de prácticas de producción en el sistema agroforestal y de post-cosecha. Promover iniciativas de capacitación técnica, diplomados y Escuelas de Campo. Creación y fortalecimiento de unidades técnicas dentro de las organizaciones para ofrecer servicios a sus socios. Coordinar los esfuerzos de asistencia técnica de los proveedores de servicio. Generar y socializar un Directorio de Servicios No Financieros. Crear un Sistema de Certificación para proveedores de Servicios de Asistencia Técnica. Monitorear y evaluar la efectividad de los servicios de asistencia técnica. | Número de fincas que cuentan con asistencia técnica consistente, cada año. | 163 | 213 | 223 | | CAHOVA |
| | | | | | 2250 | 2500 | 2700 | 2800 | FENAPROCACAHO/FUNDER (PROCACAHO, GEMA, COMRURAL, CONECTA +) |
| | | | | | 610 | 700 | 773 | | FHH/ Cacao Olancho UE/ APROSACAO |
| | | | | | 441 | 441 | 441 | 441 | ICADE/APROBIL |
| | | | | | 260 | 300 | 350 | | PROGRESA-SWISSCONTACT |



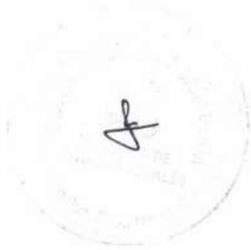
[Handwritten signature]



| ÁREA ESTRATÉGICA | OBJETIVO | ESTRATEGIA | ACCIONES | INDICADOR | METAS | | | | RESPONSABLES |
|-----------------------|--|---|--|---|-------|------|------|------|---|
| | | | | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| SERVICIOS FINANCIEROS | Ampliar la cobertura y los montos disponibles para atender las necesidades de financiamiento de los actores de la Cadena de Cacao. | Ampliar oferta financiera a nivel nacional. | <ul style="list-style-type: none"> Gestionar con nuevos actores para ampliar mecanismos de financiamiento a nuevas regiones. Desarrollar una oferta de productos financieros para grupos vulnerables (mujeres, jóvenes). Fomentar mayor acceso por medio del fortalecimiento de cajas rurales, coinversión y otros. Construir una red de información sobre la oferta de productos financieros. | Monto de financiamiento de fondos privados colocados en el mercado (Millones de Lempiras por año). | 70 | 75 | 90 | 85 | FENAPROCACAAHO/FUNDER (PROCACAAHO, GEMA, COMRURAL, CONECTA +) |
| | | Realizar gestiones para lograr el acceso a fondos públicos. | <ul style="list-style-type: none"> Promover la inversión pública en el sector cacaoero de forma más inclusiva. Identificar decretos gubernamentales que vinculen fondos PYMES-Cacao. Desarrollar una campaña de incidencia aprovechando a actores públicos que ya forman parte del Comité Nacional de la Cadena de Cacao. | Número de productos financieros con fondos públicos, diseñados y accesibles especialmente para cacao, cada año. | 1 | 2 | 3 | 3 | SAG |
| | | Facilitar una campaña de educación financiera a organizaciones y familias cacaoteras. | <ul style="list-style-type: none"> Diseñar instrumentos de educación financiera, adaptados al sector cacao. Desarrollar comités para coordinar los espacios y jornadas de educación financiera. Medir los efectos y resultados de la campaña de educación financiera. Fortalecimiento de las organizaciones y asociaciones cacaoteras para convertirse en sujetos de crédito. | Número de productores atendidos por la campaña de educación financiera, cada año. | 250 | 300 | 350 | 400 | FENAPROCACAAHO/FUNDER (PROCACAAHO, GEMA, COMRURAL, CONECTA +) |



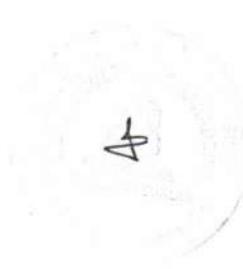

| ÁREA ESTRATÉGICA | OBJETIVO | ESTRATEGIA | ACCIONES | INDICADOR | METAS | | | | RESPONSABLES |
|-------------------------|---|---|---|---|---|------|------|------|--------------------------------------|
| | | | | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| GOBERNANZA E INCIDENCIA | Fortalecer la gobernanza del Comité Nacional de la Cadena de Cacao (CNCC) como instancia que brinde orientación estratégica y operativa para la implementación efectiva del presente Acuerdo Marco de Competitividad (AMC). | Fortalecer la estructura organizativa y las interacciones en el Comité Nacional de la Cadena de Cacao (CNCC). | <ul style="list-style-type: none"> Definir y validar una estructura organizativa que dinamice el funcionamiento del CNCC y los Comités Regionales para que respondan a los retos del sector. Crear y aprobar reglamentos y normativas que orienten el quehacer de las estructuras organizativas del CNCC. Diseñar e implementar la estrategia de sostenibilidad financiera del CNCC y sus Comisiones. | Porcentaje de cumplimiento de los acuerdos documentados en las Actas del Comité Nacional. | 90% | 90% | 90% | 90% | Secretaría Técnica del CNCC. |
| | | | Implementar una estrategia comunicacional efectiva. | <ul style="list-style-type: none"> Definir la estrategia de comunicación interna y externa del Comité Nacional de la Cadena de Cacao. Promover y divulgar una imagen positiva del sector cacao a nivel nacional, regional e internacional. Organizar, mantener y difundir en forma digital, información técnica y sectorial de relevancia para los actores de la cadena. Monitorear la efectividad de la estrategia de comunicación implementada. | Porcentaje de cumplimiento de los acuerdos documentados en las Actas de los Comités Regionales. | 90% | 90% | 90% | 90% |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> Definir la estrategia de comunicación interna y externa del Comité Nacional de la Cadena de Cacao. Promover y divulgar una imagen positiva del sector cacao a nivel nacional, regional e internacional. Organizar, mantener y difundir en forma digital, información técnica y sectorial de relevancia para los actores de la cadena. Monitorear la efectividad de la estrategia de comunicación implementada. | Porcentaje de implementación de la estrategia de comunicación interna y externa. | 90% | 90% | 90% | 90% | Comisión de Comunicaciones del CNCC. |



| ÁREA ESTRATÉGICA | OBJETIVO | ESTRATEGIA | ACCIONES | INDICADOR | METAS | | | | RESPONSABLES |
|-------------------------|---|---|---|---|-------|------|------|------|--|
| | | | | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| GOBERNANZA E INCIDENCIA | Fortalecer la gobernanza del Comité Nacional de la Cadena de Cacao (CNCC) como instancia que brinde orientación estratégica y operativa para la implementación efectiva del presente Acuerdo Marco de Competitividad (AMC). | Promover y fortalecer sinergias entre actores ligados a la Cadena de Cacao. | <ul style="list-style-type: none"> Realizar un análisis de los factores que obstaculizan y facilitan las relaciones con actores ligados a la cadena de cacao. Firmar un convenio de ética entre los actores del CNCC que incluya mecanismos de resolución de conflictos. Desarrollar una herramienta para la resolución de conflictos a nivel de Comités Regionales. Análisis, seguimiento de tendencias y políticas de participación a nivel regional e internacional. Definir estrategia consensuada para la participación en eventos internacionales. | Número de convenios firmados entre los actores ligados a la Cadena de Cacao, cada año. | 1 | 1 | 1 | 1 | Comisión de Asuntos Estratégicos del CNCC. |
| | | Gestionar evidencias e información para la toma de decisiones en las diferentes instancias de la Cadena de Cacao. | <ul style="list-style-type: none"> Crear un repositorio de información digital de la Cadena de Cacao. Levantar en Censo Nacional de Productores y Producción de Cacao. Mantener un sistema seguro de actualización de datos del Censo Nacional. | Porcentaje de cobertura territorial del Censo Nacional del Sector Cacao, alcanzado año a año. | 30% | 40% | 70% | 100% | |



| ÁREA ESTRATÉGICA | OBJETIVO | ESTRATEGIA | ACCIONES | INDICADOR | METAS | | | | RESPONSABLES |
|-------------------------|---|--|--|--|-------|------|------|------|-------------------------|
| | | | | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| GOBERNANZA E INCIDENCIA | Fortalecer la gobernanza del Comité Nacional de la Cadena de Cacao (CNCC) como instancia que brinde orientación estratégica y operativa para la implementación efectiva del presente Acuerdo Marco de Competitividad (AMC). | Implementar el Sistema de Planificación, Seguimiento y Evaluación. | <ul style="list-style-type: none"> Formular los Planes Operativos Anuales a nivel Nacional y Regional a partir del Acuerdo Marco de Competitividad vigente. Asignar recursos humanos y financieros para establecer un sistema de seguimiento y evaluación que permita monitorear el cumplimiento de la planificación estratégica y operativa —en nivel nacional y regional—. Realizar jornadas anuales de monitoreo y evaluación del Acuerdo Marco de Competitividad. | Porcentaje de cumplimiento de los planes operativos del Comité Nacional de la Cadena de Cacao. | 75% | 90% | 100% | 100% | CNCC |
| | Crear un plan de incidencia que articule y posicione a la Cadena Nacional del Cacao en el contexto del país. | Crear un plan de incidencia que articule y posicione a la Cadena Nacional del Cacao en el contexto del país. | <ul style="list-style-type: none"> Preparar y ofrecer información apropiada para quienes estén interesados en invertir u ofrecer servicios al sector cacao en el país. Incidir en el gobierno central y gobiernos locales para financiar y ofrecer servicios de asistencia técnica. Incidir en pro de la titulación de tierras de los productores cacaoateros. | Número actores participando oficialmente en el Comité Nacional de la Cadena de Cacao cada año. | 50 | 55 | 60 | 65 | Secretaría Técnica CNCC |
| | | | | Número de títulos de tierra otorgados a productores cada año. | 50 | 100 | 150 | 200 | FENAPROCACAHO/FUNDER |



CLÁUSULA SÉPTIMA COMPROMISO DE LAS PARTES

Buscar el apoyo de la Cooperación Internacional y de otros entes nacionales a través de la Secretaría de Agricultura y Ganadería, como ente responsable de la cadena, a efecto de cumplir con las actividades planificadas.

Promover la incorporación de servicios tecnológicos y financieros que optimicen la competitividad de la cadena, teniendo en cuenta las particularidades de la producción agrícola y del proceso productivo del cacao, garantizando que el desarrollo del cultivo se enmarque en los planes de desarrollo económico, social y ambiental.

Gestionar con las autoridades ambientales regionales y locales la unificación de criterios y esfuerzos para la implementación de Planes de Manejo Ambiental en la agroindustria del cacao, teniendo en cuenta la normativa vigente y las condiciones ambientales propias de las regiones donde se desarrolla esta actividad.

CLÁUSULA OCTAVA MODIFICACIONES

El presente Acuerdo Marco de Competitividad podrá ampliarse o modificarse por mutuo acuerdo entre las Partes, para mejorar las acciones y compromisos establecidos mediante Adenda o Memorándum de Cooperación. Las modificaciones que se realicen deben ser consensuadas en el seno del Comité Nacional de Cadena.

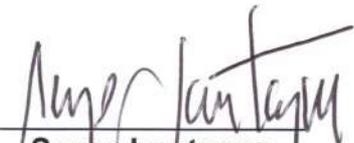
CLÁUSULA NOVENA DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DEL ACUERDO

- 1 El Comité Nacional de la Cadena Agroalimentaria del Rubro de Cacao, en adelante llamado el Comité de Cadena, dirigirá y administrará el presente Acuerdo según el Capítulo I, Artículo I, y el Capítulo III, Artículo 8, del Acuerdo No. 711-03 de la Secretaría de Estado en los Despachos de Agricultura y Ganadería de la República de Honduras.
- 2 El Comité se regirá por las disposiciones consignadas en el Acuerdo No. 71103, de la Secretaría de Estado en los Despachos de Agricultura y Ganadería. De igual manera el Reglamento Interno del Comité Nacional de la Cadena Agroalimentaria de Cacao, regirá la operación y los procesos de toma de decisiones. Este Reglamento debe ser revisado y actualizado anualmente o cuando se estime conveniente.
- 3 El Comité Nacional de la Cadena Agroalimentaria del Rubro de Cacao constituido por productores, transformadores, comercializadores, organizaciones de apoyo, cooperación nacional e internacional y otras instituciones relacionadas con el rubro, realizará las acciones concertadas para el período 2019-2022 del AMC, de acuerdo con el Plan de Acción incluido en la Cláusula Sexta.

Firmado en la ciudad de San Pedro Sula, Departamento de Cortés, en dos (2) originales del mismo contenido y valor, a los veinticinco (25) días del mes de julio del dos mil diecinueve.

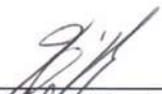

Mauricio Guevara Pinto
Secretario de Estado en los Despachos de
Agricultura y Ganadería




Serge Lantagne
Director
Proyecto CAHOVA-Honduras


Nelson García
Director
CASM

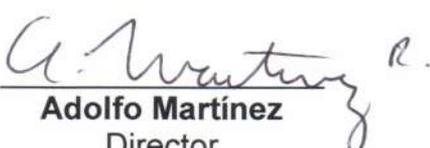

Peter Sulzer
Jefe de Cooperación Suiza
COSUDE


Xiomara Ventura
Directora
Helvetas Honduras


Francisco Posas
Coordinador
COMRURAL


José Manuel Gonzales
Representante
CATIE-Honduras




Adolfo Martínez
Director
FHIA


Miguel Ángel Bonilla
Director Ejecutivo
FUNDER




Ilsa Trinidad Díaz
Presidenta
Fundación Merendón

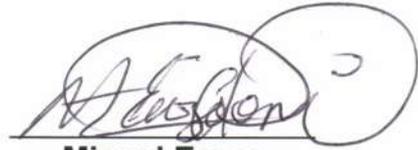

Marco Machado
Director
HEIFER



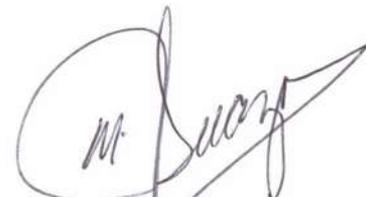
Por el Sector Privado



Luis Barahona
Presidente
FENAPROCAHAO



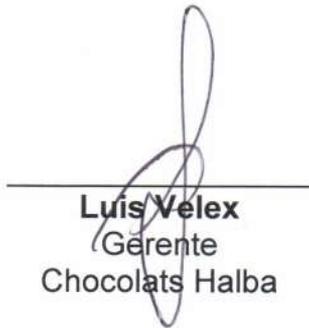
Miguel Erazo
Presidente
APROCAHAO



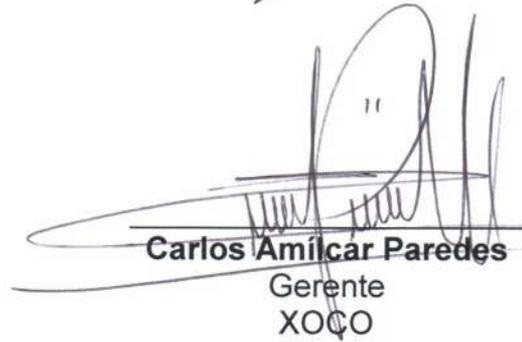
Judith Suazo
Presidenta
REDMUCH



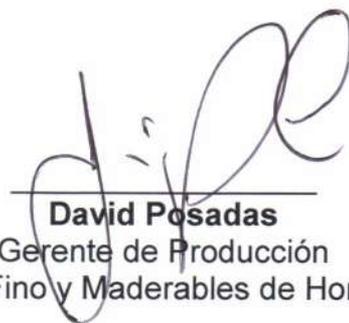
Felipe Martínez
Presidente
RETCACAO



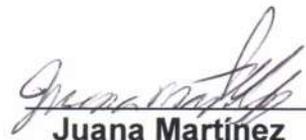
Luis Velez
Gerente
Chocolats Halba



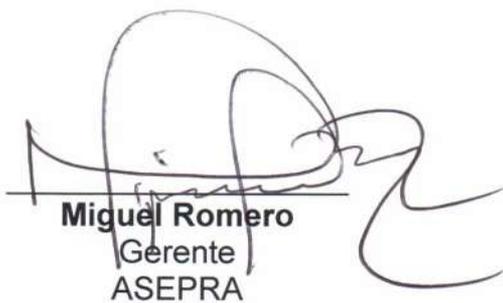
Carlos Amílcar Paredes
Gerente
XOCO



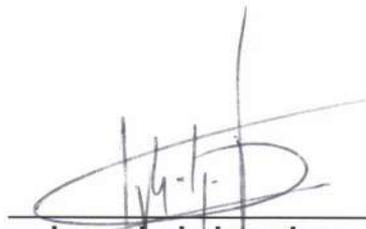
David Posadas
Gerente de Producción
Cacao Fino y Maderables de Honduras



Juana Martínez
Presidenta
DACHOJ



Miguel Romero
Gerente
ASEPRA



Jorge Luis Loasiga
Representante
Biolatina Certificadora Honduras




Alcides Antonio Andrade
Director Ejecutivo
ICADE


Franklin Marín Vargas
Representante en Honduras
IICA




Nelson Fiallos
Coordinador
Programa PROCACAO


Luis Gradiz
Coordinador
Programa PRAWANKA

Michaelyn Baur
Directora Regional
Fundación Solidaridad
Latinoamericana


Ana del Carmen Fortín
Directora de País
Rainforest Alliance

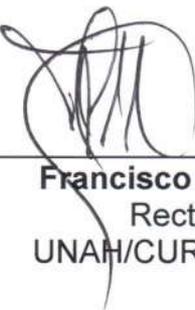

Emmanuel Bejar
Representante para C.A. y Caribe
Servicio Holandés de Cooperación


Fausto Rodríguez
Director en Latinoamérica
Rikolto

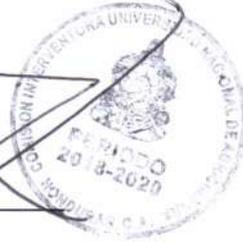

Kenia Contreras
Gerente de Programa
Lutheran World Relief


Iván Rodríguez
Director de País
Swisscontact

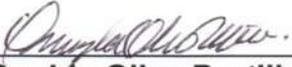




Francisco Herrera
Rector
UNAH/CURLA/ISTT



Felipe Díaz
Comisionado Presidente
Universidad Nacional de Agricultura



Oneida Oliva Portillo
Directora
Escuela Agrícola Valle de Sula

