



Análisis de la Cadena de Valor de Marañón de Honduras

27 de Octubre del 2008

*Conglomerado de Marañón de La Región Sur de Honduras
Centro de Desarrollo Humano (CDH), www.centrocdh.org
VECO Mesoamérica (VECO-MA), www.vecoma.org*



Tabla de Contenido

| | |
|--|-----------|
| Reseña Histórica | 2 |
| Mapa de la Cadena | 5 |
| Priorización de Problemas | 8 |
| Estrategias de Mercadeo | 10 |
| Plan de Acción | 13 |
| Anexos | 16 |
| Bibliografía | 17 |

Centro de Desarrollo Humano (CDH)
Col. Matamoros, Calle Circuito Santander, Casa 2919,
Tegucigalpa, Honduras. Tel. 221-5882/84
Germangeofredo2003@yahoo.com, manaset25@yahoo.com

VECO Mesoamérica (VECO-MA)
Col. Lomas del Mayab, Ave. Copán, Callé Chortí, Casa 3359,
Tegucigalpa, Honduras. Tel. 235-7000
coordinadorSACD@vecoma.org, annabell@vecoma.org
www.vecoma.org

VECO Mesoamérica, 2008. Todos los Derechos Reservados.

Reseña Histórica

En el año de 1,972, se introduce en la Región Sur de Honduras el cultivo de Marañón como una iniciativa orientada a la reforestación pero con aprovechamiento comercial. Esta iniciativa fue promovida y apoyada por el Gobierno de Honduras. El proyecto consideró la instalación de una planta procesadora en el municipio de Namasigue; es así como muchas organizaciones del sector reformado (asentamientos campesinos y cooperativas agropecuarias), principalmente de la zona de El Triunfo y Namasigue deciden cultivar el marañón. Debido a que la planta procesadora no se instaló, los productores no tenían mercado, eliminándose muchas plantaciones, causando desmotivación entre los productores. En la década de los años 90 surgen empresas campesinas procesadoras de nuez de marañón como CREPAIMASUL por ejemplo. En este momento aumenta significativamente la demanda de la semilla del marañón en la región, motivando nuevamente a los productores a la explotación del rubro.

La región sur de Honduras agrupaba alrededor de 662,789 personas para el año 2005, que representa el 10% de la población total del país. La mayoría de la población vive bajo la línea de pobreza (8 de cada 10 son pobres). El alfabetismo llega hasta el 68.8 % de la población total (la media nacional es 71%). La cobertura de servicios de salud es sumamente limitada, afectando mayormente a la población más vulnerable como los niños menores de 5 años, mujeres jefes de hogar y ancianos. La débil dinámica económica en la región, provoca fuerte emigración hacia otros territorios y países (especialmente de jóvenes). El rubro del marañón se encuentra en manos de pequeños campesinos de la región sur y en su mayoría articulados a organizaciones gremiales de base. Su procesamiento incorpora fuertemente a la mujer. Por lo cual, este rubro puede potenciar la generación de empleos e ingresos para las familias pobres. Este cultivo tiene muy pocas exigencias técnicas y de insumos (se produce a un bajo costo), siendo una alternativa para los productores de escasos recursos. Se estima que actualmente beneficia indirectamente a 1,800 personas, ya que requiere un uso intensivo de mano de obra. El marañón se adapta plenamente a las condiciones climáticas desfavorables de la zona.

El Conglomerado del Marañón del Sur de Honduras nace como efecto de las necesidades sentidas por las principales organizaciones dedicadas a la producción y procesamiento del marañón. Aunque el cultivo representa un patrimonio importante, la misma no se ha consolidado como una fuente sostenible de ingresos y calidad de vida para sus productores. La idea del Conglomerado surge después de un proceso de consulta del Centro de Desarrollo Humano durante el primer semestre de 2007. El estudio fue patrocinado por VECO Mesoamérica (www.vecoma.org) para identificar las líneas estratégicas de cooperación para la Cadena de Marañón en la región Sur de Honduras. Se identificaron como líneas de trabajo la agricultura campesina, con opciones a una mejor inserción al mercado. En el segundo semestre del 2007 se inició la segunda parte de la alianza CDH/VECO-MA, elaborándose un Plan de Acción 2008, que incluyó un diagnóstico del marañón y la definición y conformación del Conglomerado.

Como parte del Plan de Acción 2008, se trabajó en el fortalecimiento organizativo y articulación empresarial y gremial (principalmente entre productores y procesadores artesanales). También se elaboró participativamente el Plan Estratégico 2009–2011. El conglomerado está compuesto por 5 organizaciones gremiales (UNC, CNTC, ACAN, AHMUC y UTC); 2 empresas de productores (CREPAIMASUL y EGL); 15 grupos campesinos; 2 cooperativas agropecuarias; 77 empresas asociativas y 9 procesadores artesanales (totalizando 1,160 productores).

El soporte técnico y administrativo del Conglomerado del Marañón lo realiza CDH a través del Programa de Desarrollo Local Alternativo. Se promueven procesos organizativos, producción para la seguridad alimentaria y la promoción de patrimonios locales para su articulación al mercado (marañón entre ellos). Por lo tanto, el esfuerzo de planificación y acompañamiento al Conglomerado del Marañón, se inscribe dentro de la estrategia general de desarrollo empresarial de CDH.

Vredeseilanden ó VECO (www.vredeseilanden.org) es una organización no gubernamental belga de cooperación al desarrollo, que trabaja con organizaciones campesinas gremiales y/o económicas que reciben apoyo técnico, metodológico y financiero en el Desarrollo de Cadenas de Valor en Agricultura Sostenible, en Incidencia Política a favor de la Soberanía y Seguridad Alimentaria, y en Consumo Responsable. VECO-MA (www.vecoma.org) es el programa regional Mesoamericano de Vredeseilanden. En Nicaragua, Costa Rica y Honduras; VECO acompaña económicamente a organizaciones campesinas en agricultura sostenible y orgánica, acceso a mercados, enfoque de equidad de género, interculturalidad y participación ciudadana. Una de las cadenas priorizadas por VECO-MA es el Marañón Orgánico, debido a su compatibilidad con el medio ambiente y su potencial económico.

Objetivos del Análisis de Cadena

- Elaborar un plan de acción para mejorar la competitividad de la Cadena de Marañón en el Sur de Honduras.
- Estudiar el funcionamiento de los eslabones de producción, procesamiento y comercialización; así como sus actores, servicios de apoyo y canales de comercialización.
- Promover una colaboración participativa entre actores del Conglomerado de Marañón del Sur de Honduras.



La metodología usada en este análisis utiliza herramientas de metodologías reconocidas en el ambiente de desarrollo empresarial rural (ver las referencias bibliográficas). El análisis incluyó cuatro etapas principales: el mapeo de la cadena, la priorización de problemas, la definición de estrategias de mercadeo y la elaboración del plan de acción. El proceso consistió en charlas teóricas, ejercicios grupales y encuestas a nivel de productores campesinos organizados (Línea de Base). El informe fue socializado entre representantes del Conglomerado para mejorar sus análisis. El cuadro No. 1 lista los participantes que contribuyeron a construir este análisis.

Cuadro No. 1. Participantes en el análisis de la Cadena de Valor de Maraón en Honduras. Octubre 2008.

| NOMBRE | INSTITUCIÓN | TELEFÓNOS |
|----------------------------|--|---------------------|
| Carlos Rodríguez Pavón | CREPAIMASUL | 9913-5920 |
| Porfirio Martínez | ESTRASUR | 9744-0346 |
| Antonio Salinas Hernández | UNC | 3295-7649 |
| Reminelio Zepeda Rodríguez | EGL | 9982-1737 |
| Lucía del Carmen Ordóñez | AHMUC | 3260-1029 |
| Catalina Cabello | UTC | 9781-4578 |
| José Valentín Zepeda | TRIUNFEÑITA | |
| Francisco Aguilera | Cooperativa de Productores de APACILAGUA | 3369-2714 |
| Gabriel Corrales | SENASA | 782-0348 |
| Pedro Baquedano | CREPAIMASUL | |
| Wilfredo Contreras Santos | UNC, Valle | 3365-6858 |
| Mariano Muñoz | ACAN | 3394-1889 |
| Sixto Méndez | CNTC | 3354-7686 |
| Miguel Ángel Cerrato | Cooperativa de Productores de APACILAGUA | 754-7844 |
| Nery Luz Zuniga | FORCUENCAS | 780-4231 |
| Isabel Cruz | VISION MUNDIAL | |
| Ramón Pineda | VISION MUNDIAL | 795-4147, 9949-8480 |
| Cecilio Maradiaga | EGL | 9855-2044 |
| Annabel Guzmán | VECO-MA | 235-7000, 9945-6172 |
| Marco Vásquez Maldonado | VECO-MA | (505) 278-3775 |
| Fredis Alonzo Mendoza | CDH | 782-0063 |

Mapa de la Cadena

La figura No. 1 presenta el Mapa de la Cadena de Marañón en Honduras; en éste se observa que existen muchas organizaciones de pequeños productores de marañón como AHMUC, CNTC, UTC, UNC Estrasur, UNC Estravalle, ACAN y Red de Productores de Apacilagua. También existen grupos de productores orgánicos certificados como CREPAIMASUL y SOPROCOMA; los cuales tienen centros de acopio en las comunidades para almacenar producto y llevarlo a sus fábricas de procesamiento. Otro actor importante son los productores independientes. El cuadro No. 2 muestra los indicadores de la Línea de Base del Conglomerado de Marañón para la familia promedio dedicada a este cultivo (Fuente: CDH, 2008). Con apoyo de VECOMA se está elaborando una Línea de Base a nivel de familias de beneficiarios del Conglomerado la cual se publicará en el 2009.

Cuadro No. 2. Indicadores de la familia promedio del Conglomerado de Marañón. Fuente: CDH, 2008.

| INDICADOR | RESULTADO |
|--|----------------------------------|
| Capital Humano | |
| Número de Miembros | 5 a 7 miembros |
| Miembros de 1 a 10 años de edad | 15% |
| Miembros 11 a 20 años de edad | 23 % |
| Miembros de 21 a 60 años de edad | 49% |
| Miembros mayores de 60 años de edad | 13% |
| Personas analfabetas | 29% |
| Personas con primaria incompleta ¹ | 38% |
| Personas con primaria completa | 25% |
| Personas con secundaria incompleta ² | 4% |
| Personas con secundaria completa | 4% |
| Capital de Producción | |
| Área de Siembra promedio | 2.5 manzanas/productor |
| Rendimiento promedio en plantaciones viejas ³ | 12 qq/Mz semilla con cáscara |
| Rendimiento promedio en plantaciones nuevas ⁴ | 15 qq/Mz semilla con cáscara |
| Época de cosecha | Desde febrero a mediados de mayo |
| Productores con tierra propia individual | 50% |
| Productores con tierra colectiva ó grupal | 50% |
| Destino de la producción | 100% a la venta |
| Tierra con título definitivo y/ó dominio pleno | 35% |
| Tierra con título en hipoteca | 4% |
| Tierra con documento en garantía de posesión | 12% |
| Tierra con documento de dominio útil | 38% |
| Tierra en solicitud de adjudicación | 5% |
| Tierra ó propiedades en recuperación ⁵ | 2% |
| Tierra en conflicto | 4% |

¹ Primaria incompleta se refiere a personas que han cursado hasta tercer grado.

² Secundaria incompleta se refiere a personas que solo han cursado el ciclo común.

³ Plantaciones viejas se consideran las mayores de 25 años.

⁴ Plantaciones nuevas se consideran las menores de 25 años.

⁵ Propiedades en recuperación son tierras adjudicadas sin documento legal y cuyos propietarios no han sido indemnizados

Los intermediarios locales compran la nuez con cáscara en finca entre 200 a 380 Lps/qq; su volumen promedio puede oscilar entre 20 a 50 qq/año. También hay intermediarios guatemaltecos, salvadoreños y nicaragüenses quienes sacan este producto fuera del país, su volumen promedio de compra es de 5,000 qq/año. Es común que entreguen anticipos de dinero a los productores entre agosto a diciembre (antes de inicio de la cosecha); con lo cual amarran a los productores con precios bajos. La nuez con cáscara se compra a calidad de campo (sin clasificar). Es muy importante hacer notar que aproximadamente se producen alrededor de 37,000 Toneladas Métricas por año de falso fruto, el que principalmente se destina como alimento de ganado, consumo fresco, abono orgánico o se tira a la basura.

Las empresas procesadoras asociativas tienen capacidades de hasta 19,000 qq/año; mientras que los procesadores artesanales independientes pueden andar alrededor de 150 a 600 qq/año. La calidad es de campo y sus precios de compra varían entre 380 a 420 Lps/qq. Algunos procesadores que extraen la almendra cruda (sin el proceso de fritura), también extraen el aceite de la cáscara. Los procesadores principalmente venden la nuez sin cáscara a los exportadores. En el caso de Sureñita, son los únicos que venden a supermercados (almendra tostada). Unas pocas empresas exportan la nuez sin cáscara precocida y/o cocida hacia el exterior; PROMALIPA exporta hacia El Salvador, CREPAIMASUL hacia el Mercado Justo en Estados Unidos y La Sureñita hacia el Mercado Justo en Europa.

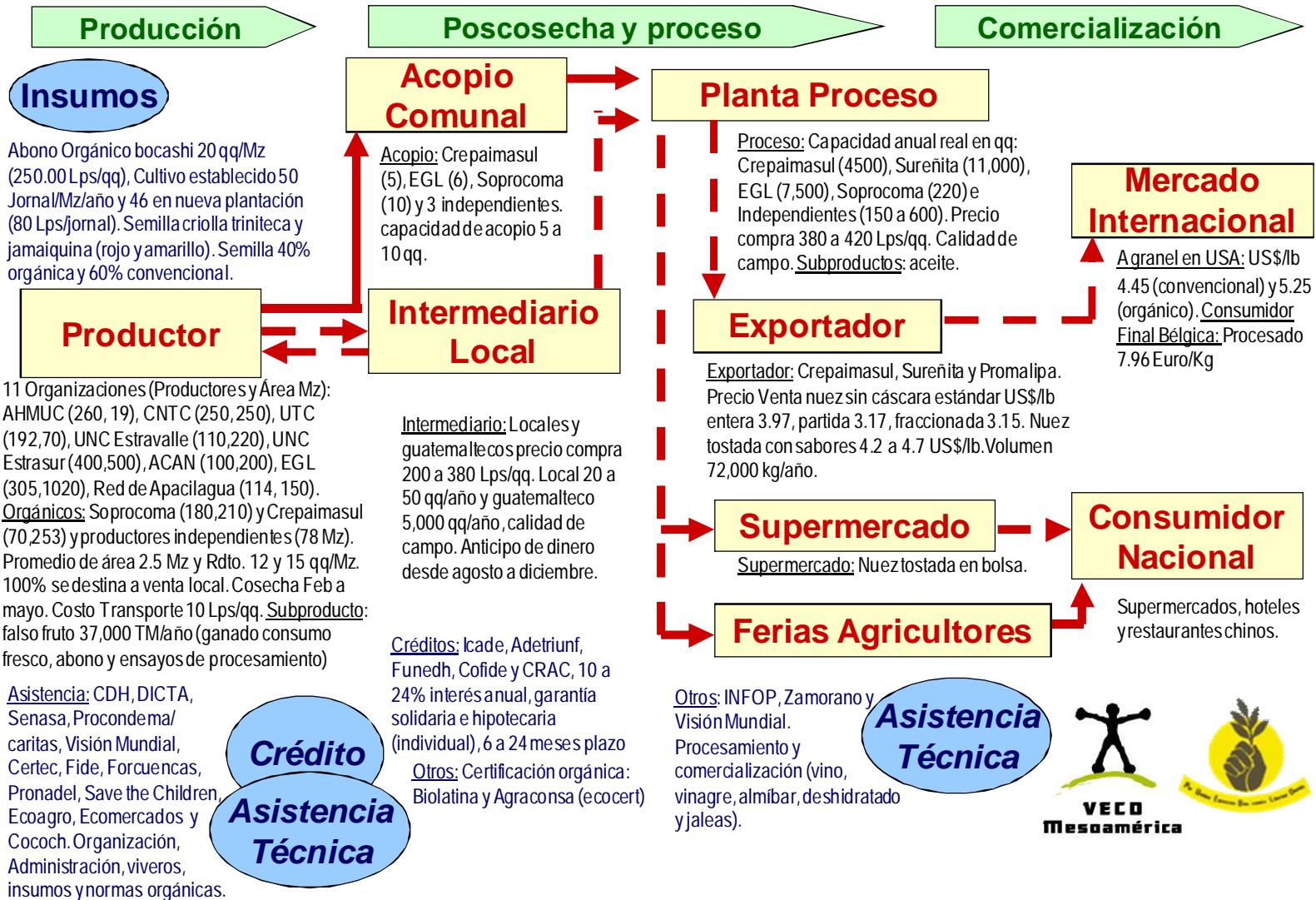


Los servicios de apoyo al productor incluyen asistencia técnica en organización, administración, viveros, insumos y normas orgánicas; estos servicios son gratuitamente proporcionados por CDH, DICTA, SENASA, PROCONDEMA/CARITAS, Visión Mundial, FIDE, FORCUENCAS, CERTEC, PRONADEL, Save The Children, ECOAGRO, ECOMERCADOS Y COCOCH. Los proveedores de crédito son ICADE, COFIDE, ADETRIUNF, FUNEDH y cajas rurales (promovidas por FUNDER), la tasa de interés varía entre 10 a 24% anual; las garantías pueden ser solidarias e hipotecarias (individual) y los plazos pueden ser de 6 a 24 meses. Los proveedores de servicios de certificación orgánica son BIOLATINA y AGROCONSA (ECOCERT). En el eslabón de procesamiento, INFOP, PRAC/ZAMORANO y Visión Mundial apoyan el procesamiento y/o la comercialización de productos procesados derivados como vinos, vinagre, almíbar, pasas (deshidratados) y jaleas.



En cuanto a las relaciones entre actores, se observa que la mayoría son informales, la única relación de confianza y más sólida es la que ocurre entre los productores que son parte de las empresas CREPAIMASUL, EGL y SOPROCOMA en donde existen reglas transparentes en cuanto a los precios de compra.

Figura 1. Mapa de la Cadena de Valor de Marañón en Honduras. Octubre 2008.



Priorización de Problemas

El conglomerado definió que los problemas más comunes en el eslabón de producción son:

- La falta de recursos económicos.
- La sequía prolongada (períodos de muchos días sin lluvia, normalmente entre junio y agosto).
- Los cambios bruscos de clima (fuertes vientos ó lluvias en días calientes, los que causan caída de flores y/o frutos).
- Mala calidad de semilla (baja germinación y desconocimiento de la variedad).
- Plagas del suelo (comején y hongos) y plagas del cultivo (chinchas, rapadores y chinche pata de hoja, los cuales dañan flores y frutos pequeños).
- La falta asistencia técnica (manejo y podas).
- Plantaciones viejas (baja producción, mala ramificación en podas y muerte).

En el eslabón de procesamiento se identificaron como problemas comunes:

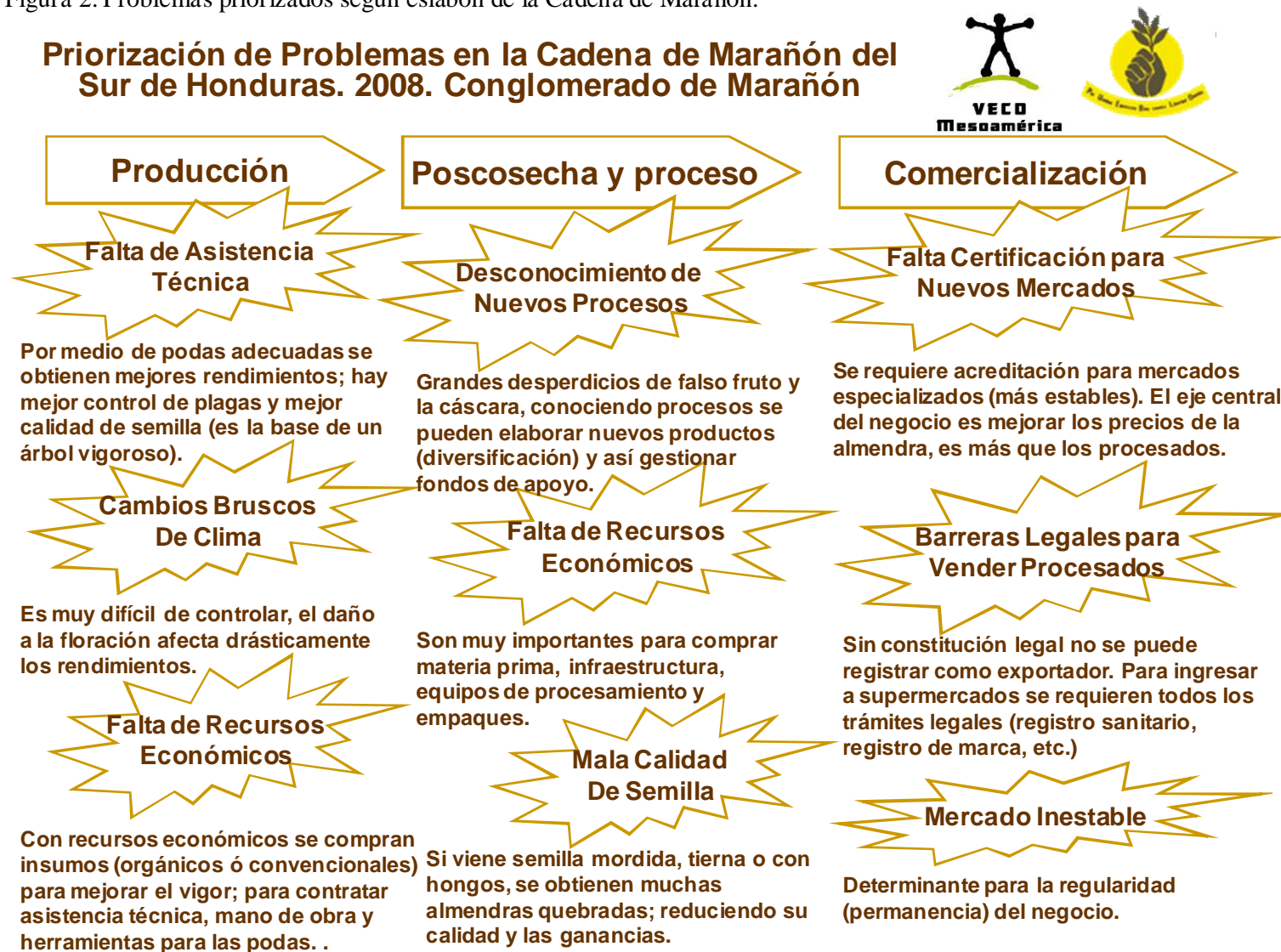
- La mala calidad de semilla ó nuez con cáscara.
- La inadecuada infraestructura y equipos de procesamiento.
- El desconocimiento de nuevos proceso de nuez y falso fruto.
- La falta de materiales y equipos para el empaque y la falta de recursos económicos.

En el eslabón de comercialización se identificaron como problemas comunes:

- La falta de mercado estable (sin contratos y bajos precios).
- El desconocimiento de mercado de la almendra y derivados.
- La falta certificaciones para entrar a mercados especializados (orgánico y comercio justo).
- Las barreras legales para comercializar procesados.

Usando la herramienta “Matriz de doble entrada”, se priorizaron los tres problemas más críticos para cada eslabón; el ANEXO 1 muestra los resultados de las matrices por eslabón. La figura 2 muestra los resultados de la priorización de problemas así como sus justificaciones.

Figura 2. Problemas priorizados según eslabón de la Cadena de Marañón.



Estrategias de Mercadeo

A continuación se presenta un breve análisis de las importaciones mundiales de nuez de marañón, luego de las exportaciones hondureñas y finalmente se presentan las estrategias de mercadeo del Conglomerado de Marañón de Honduras. A nivel mundial la nuez ó almendra de marañón sin cáscara (“Shelled” ó “without shell”) tiene un mercado mucho mayor que la nuez con cáscara. El cuadro 3 muestra que en el 2006 el valor de importaciones de nuez de marañón sin cáscara a nivel mundial alcanzó 1.23 billones de Dólares Americanos (US\$), equivalentes a 272,165 toneladas. Se observa que los países que representan el 80% de las importaciones son en orden de importancia USA (43%), Holanda, Reino Unido, Alemania, Australia, Canadá y Francia. Esto muestra que este producto tiene un gran potencial de mercado a nivel mundial.

Cuadro 3. Importaciones mundiales de nuez de marañón sin cáscara (crudo ó cocido). Fuente: Centro Internacional del Comercio (ITC).

| Importadores | Valor de las importaciones (miles de US\$) | Toneladas Importadas en 2006 | Valor Unitario (US\$/Ton.) | % de Participación |
|------------------------|---|-------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------|
| Estimación Mundial | 1,231,354 | 272,165 | 4,524 | 100% |
| USA | 525,167 | 115,087 | 4,563 | 43% |
| Países Bajos (Holanda) | 174,575 | 35,723 | 4,887 | 14% |
| Reino Unido | 85,265 | 21,377 | 3,989 | 7% |
| Alemania | 73,439 | 14,459 | 5,079 | 6% |
| Australia | 60,737 | 14,130 | 4,298 | 5% |
| Canadá | 40,593 | 9,444 | 4,298 | 3% |
| Francia | 29,547 | 6,300 | 4,690 | 2% |
| Resto del Mundo | 242,018 | 5,825 | 4,539 | 20% |

Desde el 2002 al 2007 las exportaciones mensuales promedio de almendra sin cáscara fueron de 11,532 kilos. Los meses con mayores exportaciones promedio son agosto, octubre y noviembre; mientras que los meses con menores exportaciones son marzo, abril y julio (en enero son nulas).

En cuanto a las exportaciones hondureñas de nuez de marañón ha habido cambios importantes, ya que durante 2002 y 2003 no se reportaron exportaciones de acuerdo a los datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE)⁶; por otro lado, se ve una reducción significativa en las exportaciones de nuez sin cáscara y un aumento significativo en la nuez con cáscara en el 2007⁷. El cuadro 4 muestra que la *nuez sin cáscara* tiene un promedio anual de **511,499 US\$, 89,601 kilos** y un precio FOB de **6.06 US\$/Kg**; el crecimiento promedio anual es de **6%** pero cabe destacar que durante el 2007 hubo una reducción muy drástica de 89%. En cuanto a la nuez con cáscara tiene un promedio anual de **44,336 US\$; 65,447 Kilos** y un precio FOB de **0.62 US\$/Kg**; su crecimiento promedio anual es de **148%**, esto puede deberse al ingreso de intermediarios de otros países que se llevan la semilla con cáscara (guatemaltecos, salvadoreños y nicaragienses).

| Cuadro 4. Exportaciones de Nuez Sin Cáscara (08013200) y con Cáscara (08013100) de Honduras. Fuente: INE. Análisis: Conglomerado de Marañón del Sur de Honduras, CDH y VECO Mesoamérica. | | | | | | |
|--|--------------------|---------|---------|---------|---------|----------------|
| Partida Arancelaria | Concepto | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | Promedio Anual |
| Sin Cáscara 08013200 | US Dólares | 435,016 | 686,898 | 799,414 | 124,667 | 511,499 |
| | Kilos | 69,783 | 106,026 | 163,785 | 18,808 | 89,601 |
| | Precio FOB US\$/qq | 6.23 | 6.48 | 4.88 | 6.63 | 6.06 |
| | % Incremento | | | | | |
| | Kilos | | 52% | 54% | -89% | 6% |
| Con Cáscara 08013100 | US Dólares | | 20,826 | 17,603 | 94,580 | 44,336 |
| | Kilos | | 40,775 | 29,803 | 125,853 | 65,477 |
| | Precio FOB US\$/qq | | 0.51 | 0.59 | 0.75 | 0.62 |
| | % Incremento | | | | | |
| | Kilos | | | -27% | 322% | 148% |

El cuadro 5 muestra el análisis del destino de las exportaciones. Se observa que para la nuez sin semilla sus principales países de destino son Alemania y El Salvador mientras que para la nuez con cáscara son Guatemala y Nicaragua (en donde realizan la extracción de la almendra).

| Cuadro 5. Exportaciones de Nuez Con y Sin Cáscara de Honduras. Fuente: INE. Análisis: Conglomerado de Marañón del Sur de Honduras, CDH y VECO Mesoamérica. | | | | | | | |
|--|--------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------------|-----------------|
| Producto | País | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | Promedio Anual Kilos | % Participación |
| Sin Cáscara 08013200 | ALEMANIA | 54,541 | 49,175 | 79,352 | | 61,023 | 51% |
| | EL SALVADOR | 15,242 | 38,249 | 80,337 | 12,858 | 36,672 | 31% |
| | HOLANDA | | 18,599 | | | 18,599 | |
| | ESTADOS UNIDOS | | 3 | 4,096 | 5,950 | 3,350 | |
| | TOTAL | 71,787 | 108,031 | 165,791 | 20,815 | 119,643 | |
| Con Cáscara 08013100 | GUATEMALA | | 40,775 | 7,076 | 122,404 | 56,752 | 68% |
| | NICARAGUA | | | 22,727 | | 22,727 | 27% |
| | ESTADOS UNIDOS | | | | 3,449 | 3,449 | |
| | TOTAL | | 40,775 | 29,803 | 125,853 | 82,928 | |

⁶ Estadísticas del Banco Central de Honduras muestran tendencias muy similares a las del INE.

⁷ Estadísticas del BCH muestran que a Septiembre 2008 las exportaciones de nuez con cáscara eran 112% mayores que las del 2007.

Para definir las estrategias de Producto/Mercado se utilizó la matriz de Ansoff (producto/mercado); el Conglomerado decidió trabajar en las estrategias de penetración de mercado, desarrollo de mercado, desarrollo de producto y diversificación. El cuadro 6 muestra los productos y mercados específicos para cada estrategia. Estas estrategias aumentarán la competitividad del conglomerado ya que el aprovechamiento de subproductos no solo aumentará la diversificación de oferta sino que aumentará las ventas. Por otro lado, se propone la incursión en nuevos segmentos de mercado a nivel regional e internacional.

Cuadro 6. Matriz de estrategias de producto/mercado para el conglomerado de marañón de Honduras.

| | Mercados Existentes | Mercados Nuevos |
|----------------------|--|--|
| Productos existentes | <p><u>PENETRACIÓN MERCADO</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuez (con cáscara) a intermediario nacionales, guatemaltecos, salvadoreños, nicaragüenses y procesadores • Almendra cruda a intermediario • Almendra precocida a intermediarios • Crepaimasul almendra pre y cocida certificado orgánico exportada a Mercado Justo de USA (Transfair). | <p><u>DESARROLLO MERCADOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Almendra cruda a Aprainores • Almendra precocida orgánica a Europa y Oro Verde Costa Rica. • Almendra precocida a El Salvador (Diana, Bazzini) |
| Productos Nuevos | <p><u>DESARROLLO PRODUCTO</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dulce de marañón con panela exportada a Mercado Justo USA | <p><u>DIVERSIFICACIÓN</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuez tostada con sal, panela, chile y/o limón al consumidor (mercadito, supermercado) • Procesados de falso fruto vino, pasa, jalea, vinagre, almíbar y jugo concentrado en supermercados. • Concentrado para ganado (fibra) • Jarabe de marañón para tiendas naturistas • Mantequilla de marañón • Aceite de cáscara para la industria de pinturas, curado madera y otros. • Cáscara como insecticida orgánico (mata zompopos) |

Plan de Acción

Una vez priorizados los problemas más críticos de la cadena así como las estrategias de mercadeo del conglomerado, se definió el plan de acción a un plazo de 3 años, el cual contiene la visión, misión, objetivos, actividades e indicadores de desempeño (agrupado para cada eslabón de la cadena y según objetivo).

Visión del Conglomerado de Marañón

Somos pequeños y medianos productores, procesadores y comercializadores del patrimonio de marañón, sus derivados y servicios ambientales, que pretendemos consolidarnos como un Conglomerado líder en la región sur de Honduras, mejorando las condiciones de vida de las familias y comunidades participantes.

Misión del Conglomerado de Marañón

Convertirnos en una organización fuerte, competitiva, líder en el mercado Nacional e Internacional agregando valor al marañón, para lograr una economía solidaria e independiente y sostenible en el tiempo.

Cuadro 7. Plan de Acción 2009-2010 del Conglomerado de Marañón de Honduras.

| Eslabón | Objetivos | Actividades | Indicadores | 2009 | 2010 | 2011 | |
|---|---|--|---|-----------------------------|------|------|--|
| Producción | Productores accediendo a asistencia técnica en producción | Elaborar un diagnóstico de necesidades de A.T. (manejo del cultivo) | 1 diagnóstico | | | | |
| | | Contratar 3 técnico especialista para asistencia en elaboración de abonos orgánicos, podas de recepa y sanidad, elaboración de terrazas y fertilización por comaleo | 3 técnicos contratados | | | | |
| | | Capacitar a productores en elaboración de abonos orgánicos, manejo de plagas y follaje, podas de recepa, clasificación de semilla, injertación, riego suplementario (botellón), costos de producción y barreras vivas. | 300 productores capacitados | | | | |
| | | Hacer giras de intercambio en Centroamérica | 3 giras en C.A. y 3 giras nacionales | | | | |
| | | Socializar informes de giras | 6 socializaciones locales | | | | |
| | | Legalizar el conglomerado de marañón | 1 constitución legal | | | | |
| | Reducido el riesgo de cambios bruscos de clima | Montar una Escuela de Campo para Marañón (ECA) para plantaciones nuevas | 1 ECA ejecutada | | | | |
| | | Sembrar barreras rompeviento alrededor de fincas (quama, laurel, caoba) | 30% de productores con barrera | | | | |
| | | Mejorar nutrición de la planta (macro y micronutrientes) | | | | | |
| | | Realizar podas tipo jardín (copa) | 50% de productores con poda jardín | | | | |
| | Productores accedendo a recursos económicos | Evaluar la opción de seguro agrícola | Identificada una opción de seguro | | | | |
| | | Identificar fuentes de donaciones para el conglomerado (ERP, CMC,) | 5 fuentes de donaciones | | | | |
| | | Preparar y gestionar propuestas para el conglomerado | 5 Propuestas gestionadas | | | | |
| | | Identificar fuentes de financiamientos blandos | 5 fuentes de financiamiento | | | | |
| | | Preparar y presentar solicitudes a instituciones financieras | 5 solicitudes a fuentes financieras | | | | |
| | | Ejecutar acción de incidencia en BANADESA como conglomerado | 1 reunión trimestral con BANADESA | | | | |
| | Procesamiento | Procesadores dominan nuevos procesos de nuez y falso fruto | Formar cajas rurales por medio de fideicomiso BANADESA | 10 cajas rurales instaladas | | | |
| | | | Capacitación sobre procesamiento de marañón en INFOP e ICTA Guatemala | 2 capacitaciones/giras | | | |
| Contratar una asesoría agroindustrial para el desarrollo de nuevos procesados de nuez y falso fruto | | | 1 asesor contratado | | | | |
| Capacitar a procesadores en los nuevos productos procesados | | | 12 prototipos de procesados | | | | |
| Elaborar una guía de procesamiento | | | 1 guía de procesamiento | | | | |
| Capacitar a procesadores en Buenas Prácticas de Manufactura (higiene) | | | 5 Procesadores capacitados | | | | |
| Procesadores accedendo a recursos económicos | | Capacitar a procesadores en certificación orgánica | 5 Procesadores capacitados | | | | |
| | | Identificar fuentes de donaciones para el conglomerado (ERP, CMC,) | 5 fuentes de donaciones | | | | |
| | | Preparar y gestionar propuestas para el conglomerado | 5 Propuestas gestionadas | | | | |
| | | Identificar fuentes de financiamientos blandos | 5 fuentes de financiamiento | | | | |
| | | Preparar y presentar solicitudes a instituciones financieras | 5 solicitudes a fuentes financieras | | | | |
| | | Negociar anticipos por parte del Comercio Justo | 1 Negociación con Comercio Justo | | | | |
| Procesadores obteniendo buena calidad de nuez | | Validar alternativas energéticas para la fritura y horneado | 3 prototipos de hornos mejorados | | | | |
| | | Capacitar a productores en poscosecha de nuez | 30% de productores capacitados | | | | |
| | | Garantizar al productor un precio competitivo | Consensuado un precio justo | | | | |
| | | Definir un estándar de calidad | 1 estándar de calidad de nuez | | | | |

Continuación cuadro 7...

| Eslabón | Objetivos | Actividades | Indicadores | 2009 | 2010 | 2011 | |
|-------------------------|---|---|---|---|------|------|--|
| Comercialización | Comercializadores debidamente certificados | Identificar y seleccionar las empresas certificadoras | 3 propuestas de certificación | | | | |
| | | Gestionar recursos para la certificación de productores y procesadores | 2 propuestas gestionadas | | | | |
| | | Capacitar a productores en proceso de certificación orgánica y comercio justo | 30% de productores capacitados | | | | |
| | | Ejecutar la certificación orgánica y de comercio justo | 15% productores certificados orgánicos | | | | |
| | | | 5% productores certificados Comercio Justo | | | | |
| | Comercializadores y productos debidamente legalizados | Identificar los requisitos y pasos para legalizar empresas y productos | 1 Guía de legalización | | | | |
| | | Establecer convenios con facultades de derecho de universidades para bajar costos de legalización | 2 convenios | | | | |
| | | Gestionar recursos para la legalización | 2 propuestas gestionadas | | | | |
| | Se logran mercados estables | | Elaborar un estudio del mercado de nuez orgánica y de comercio justo | 1 estudio de mercado de Orgánico y Comercio Justo en USA y Europa | | | |
| | | | Elaborar un estudio del mercado de 12 productos procesados en Tegugicalpa y San Pedro Sula. | 1 estudio de mercado procesados | | | |
| | | | Hacer giras exploratorias en los mercados | 3 giras exploratorias | | | |
| | | | Negociar y promocionar los procesados en supermercados | 20 negociaciones | | | |
| | | | Elaborar un plan de mercadeo de procesados | 1 plan de mercadeo | | | |
| | | | Ejecutar el plan de mercadeo | Aumentar las ventas en 15% | | | |
| | | | Negociar contratos ó intenciones de compra de almendra orgánica y de comercio justo | 3 contratos y/o intenciones de compra | | | |
| | | | Negociar el aceite de marañón con ferreterías, industrias y otros | 3 negociaciones | | | |
| | | | Participar en ferias y Ruedas de Negocios (Expoalimentos, FAO, Zamorano, FIES, Agritrade) | 3 ferias | | | |
| | | | Participar en ferias patronales | 3 ferias | | | |

Anexos

ANEXO 1. Matrices de Priorización de problemas en los eslabones de producción, procesamiento y comercialización.

| PRIORIZACIÓN DE PROBLEMAS DEL ESLABON DE PRODUCCION | | | | | | | | |
|---|------------------------------|-------------------|--------------------------|-------------------------|-------------------------------|--------------------------|---------------------|------------|
| | Falta de recursos económicos | Sequía prolongada | Cambios bruscos de clima | Mala calidad de semilla | Plagas del suelo y el cultivo | Falta asistencia técnica | Plantaciones viejas | Frecuencia |
| Falta de recursos económicos | 3 | sequía | cambios bruscos | recurso económico | recurso económico | recurso económico | recurso económico | 4 |
| Sequía prolongada | 7 | | cambios bruscos | semilla | plagas | asistencia técnica | Plantaciones viejas | 1 |
| Cambios bruscos de clima | 2 | | | cambios bruscos | cambios bruscos | asistencia técnica | Plantaciones viejas | 4 |
| Mala calidad de semilla | 4 | | | | semilla | asistencia técnica | semilla | 3 |
| Plagas del suelo y el cultivo | 6 | | | | | asistencia técnica | Plantaciones viejas | 1 |
| Falta asistencia técnica | 1 | | | | | | asistencia técnica | 5 |
| Plantaciones viejas | 5 | | | | | | | 3 |

| PRIORIZACIÓN DE PROBLEMAS DEL ESLABON DE POSCOSECHA/PROCESAMIENTO | | | | | | |
|---|--------------------------------|---|---|---|------------------------------|------------|
| | Mala calidad de semilla ó nuez | Inadecuada infraestructura y equipos de procesamiento | Desconocimiento de nuevos proceso de nuez y falso fruto | Falta de materiales y equipos para el empaque | Falta de recursos económicos | Frecuencia |
| Mala calidad de semilla ó nuez | 3 | semilla | nuevos procesos | semilla | recursos económicos | 2 |
| Inadecuada infraestructura y equipos de procesamiento | 5 | | infraestructura | empaque | recursos económicos | 1 |
| Desconocimiento de nuevos proceso de nuez y falso fruto | 1 | | | nuevos procesos | nuevos procesos | 3 |
| Falta de materiales y equipos para el empaque | 4 | | | | recursos económicos | 1 |
| Falta de recursos económicos | 2 | | | | | 3 |

| PRIORIZACIÓN DE PROBLEMAS DEL ESLABON DE COMERCIALIZACIÓN | | | | | |
|---|-----------------------|---|---|--|------------|
| | Falta mercado estable | Desconocimiento de mercado de la almendra y derivados | Falta certificaciones para entrar a mercados especializados | Barreras legales para comercializar procesados | Frecuencia |
| Falta mercado estable | 3 | mercado estable | certificaciones | barreras legales | 1 |
| Desconocimiento de mercado de la almendra y derivados | 4 | | desconocer mercados | barreras legales | 1 |
| Falta certificaciones para entrar a mercados especializados | 1 | | | certificaciones | 2 |
| Barreras legales para comercializar procesados | 2 | | | | 2 |

Bibliografía

- ValueLinks Manual. GTZ et al. 2007.
- Diseño de estrategias para aumentar la competitividad de cadenas productivas con productores de pequeña escala. Lundy et al, 2003. CIAT.
- Cadenas de valor. RURALTER.
- Identificación de oportunidades de mercado para productores de pequeña escala. Vásquez et al. 2007.
- Línea de Base del Conglomerado de Maraón. CDH/VECO-MA, 2008.
- Estudio en la Región Sur de Honduras para un posible programa de acceso a mercados con organizaciones de productores. CDH/Logos Asociados/VECO-MA. Abril 2007.