



Un trato
justo con
el campo

ESTUDIO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA JUVENTUD RURAL EN
EL SECTOR DE CAFÉ Y CACAO EN PERÚ
(CON ÉNFASIS EN CAJAMARCA, JUNIN Y SAN MARTIN)



Lima, julio de 2017



Mario Casanova Sáenz

Contenido

I. RESUMEN EJECUTIVO.....	5
II. OBJETIVOS DEL ESTUDIO.....	10
2.1.- Objetivo general.....	10
2.2.- Objetivos específicos.....	10
III. ALCANCE Y METODOLOGÍA.....	10
3.1.- Alcance.....	10
3.2.- Metodología.....	13
IV. CONTEXTO SITUACIONAL DE LA CADENA DE CAFÉ Y CACAO EN PERU CON ÉNFASIS EN JUNÍN, CAJAMARCA Y SAN MARTÍN.....	16
4.1.- Cadena productiva del Café.....	16
4.2.- Comercio exterior del Café.....	21
4.3.- Cadena productiva del Cacao.....	22
4.4.- Desafíos en la cadena de café y cacao.....	26
4.5.- Institucionalidad en la cadena del café y cacao.....	28
V. CARACTERIZACIÓN DEL JOVEN EN EL PERÚ.....	29
5.1.- Situación General.....	29
5.1.1.-Cambio demográfico en el país.....	29
5.1.2.- Crecimiento heterogéneo a nivel de sectores.....	30
5.1.3.- Población nacional joven y Educación.....	31
5.1.4.- Población nacional joven y empleo.....	32
5.2.- Características específicas de los jóvenes rurales.....	33
VI. CARACTERIZACIÓN RELEVANTE: SOCIODEMOGRÁFICAS Y ECONÓMICAS DE LOS JÓVENES INVOLUCRADOS EN LA CADENA DE CAFÉ Y CACAO.....	40
VII. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PERMANENCIA O NO DE LOS JÓVENES EN EL SECTOR AGRÍCOLA RURAL.....	55
VIII. PERSPECTIVAS DE LOS JÓVENES INVOLUCRADOS EN LA CADENA DE CAFÉ Y CACAO	62
IX. MARCO NORMATIVO QUE FOMENTA LA INCLUSIÓN DE LOS JÓVENES EN LA AGRICULTURA Y EL EMPLEO JUVENIL.....	66
X. PROPUESTA DE LINEAMIENTOS PARA LA INTERVENCIÓN ORIENTADAS HACIA LOS JÓVENES PARA FOMENTAR SU INSERCIÓN EFECTIVA EN LA CADENA DE CAFÉ Y CACAO.....	80
XI. TESTIMONIOS.....	83
XII. CONCLUSIONES.....	89
XIII.RECOMENDACIONES.....	92
XIV.BIBLIOGRAFÍA:.....	93
XV. ANEXOS:.....	94

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Proceso metodológico del estudio	13
Gráfico 2: Evolución Producción de café (TM)	17
Gráfico 3: Producción Según Regiones	17
Gráfico 4: Exportaciones de Café en TM	21
Gráfico 5: Unidades agropecuarias de Cacao	24
Gráfico 6: Evolución Producción de Cacao en TM	25
Gráfico 7: Producción de Cacao por regiones en TM	25
Gráfico 8: Perú, Pirámide de población por área de residencia y rangos de edad, 2007 y 2015, (%)	30
Gráfico 9: Perú, Productividad laboral, 2015. (Soles Constantes2007)	31
Gráfico 10: Productores Agropecuarios según grupos de Edad 1994 – 2012 (%)	37
Gráfico 11: Productores según sexo y rangos de edad – 2012 (En miles)	37
Gráfico 12: Unidades Agropecuarias 1994-2012 (En miles)	38
Gráfico 13: Población Joven por sub Grupos de Edad	40
Gráfico 14: Población Joven por Sexo	41
Gráfico 15: Estado civil de los Jóvenes entre 15 y 35 años, Cadena café y cacao 2017	41
Gráfico 16: Estado civil Jóvenes, Cadena café y cacao 2017	42
Gráfico 17: Número de Hijos Población Rural y Jóvenes entre 15 y 35 años, Cadena café y cacao 2017	42
Gráfico 18: Nivel educativo	43
Gráfico 19: Nivel Educativo por Sexo	44
Gráfico 20: Capacitación para el trabajo	44
Gráfico 21: Capacitación para el trabajo por sexo	45
Gráfico 22: Migración por nacimiento	45
Gráfico 23: Actividades adicionales en la que participan los jóvenes (%)	46
Gráfico 24: Rol en la actividad principal que realiza	47
Gráfico 25: Recursos financieros para sus actividades	47
Gráfico 26: Jóvenes que han accedido al crédito	48
Gráfico 27: Entidad de donde accedió al crédito	48
Gráfico 28: Expectativas por creación de negocios (%)	49
Gráfico 29: Razones que impulsan a los jóvenes a iniciar negocios (%)	49
Gráfico 30: Factores que creen que facilitan un nuevo negocio (%)	50
Gráfico 31: Principales trabas para iniciar un negocio	51
Gráfico 32: Tasa de uso de Internet	51
Gráfico 33: Cobertura de Salud	52
Gráfico 34: Capital Social	53
Gráfico 35: Aspectos que afecta el Cambio climático	53
Gráfico 36: Principales productos que afecta el CC	54
Gráfico 37: Como afecta a los cultivo el CC	54
Gráfico 38: Resultados de los Factores que influyen en la permanencia o no de los jóvenes en el sector agrícola	55
Gráfico 39: Factores a nivel de Regiones	56
Gráfico 40: Principales factores por Regiones de estudio	57
Gráfico 41; Factores por sexo	57
Gráfico 42: Factores por grupos de edad	58
Gráfico 43: Factores por migración por nacimiento	59
Gráfico 44: Factores por expectativa Migratoria	59
Gráfico 45: Factores por actores en la cadena de café y cacao, 2017	61
Gráfico 46: Comparación de Factores	61

Índice de Cuadros

Cuadro 1: Datos históricos y proyecciones del Café en Peru (2000 – 2019)	19
Cuadro 2: Rendimientos en Café	20
Cuadro 3: Principales destinos del Café Peruano	22
Cuadro 4: Datos históricos y proyecciones del Cacao en Peru (2000 – 2019)	23
Cuadro 5: Perú, Población según diversas variables, 2007 y 2015	29
Cuadro 6: Perú, Ingreso neto promedio mensual de productores agrarios 2010-2015 (Nuevos Soles constantes de 2015)	31
Cuadro 7: La estructura de la población peruana por grandes grupos de edad y énfasis en las regiones del estudio; 2015	33
Cuadro 8: Población joven Perú por área de residencia y región natural	33
Cuadro 9: Características Generales de los jóvenes según área urbana y rural (%) .34	
Cuadro 10: Estructura del mercado laboral juvenil según área urbana y rural (miles)	35
Cuadro 11: Categorías de Ocupación de los jóvenes por ámbito de residencia (En miles y %)	36
Cuadro 12: Rama de Actividad de los Jóvenes (%) e ingresos mensuales (en soles) 36	
Cuadro 13: Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo	67
Cuadro 14. Ministerio de Agricultura y riego	70
Cuadro 15. Planes, Políticas y Estrategias Nacionales	72
Cuadro 16: Proyectos relacionados a jóvenes y/o ámbito Rural	75
Cuadro 17: Otros fondos concursables	78

“ESTUDIO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA JUVENTUD RURAL EN EL SECTOR DE CAFÉ Y CACAO EN PERÚ; CON ÉNFASIS EN CAJAMARCA, JUNIN Y SAN MARTIN”

I. RESUMEN EJECUTIVO.

La primera Encuesta Nacional de la Juventud del año 2011, estimó que la población total de jóvenes¹ en las edades entre 15 y 29 años es de 8,1 millones de personas; representando el 27.5% de la población total. Se trata de una población numerosa pero a la vez heterogénea, es decir, no todos los jóvenes tienen las mismas trayectorias, necesidades y/o expectativas; las cuales se diferencian principalmente por el lugar de residencia, es decir, espacios rurales y urbanos. El 84% del total de la población joven peruana vive en el área urbana y solamente el 16% en el área rural, es decir, 1,3 millones de jóvenes viven en las zonas rurales de los cuales el 49.5% son varones y el 50.5% mujeres; asimismo, del 1,3 millones de jóvenes rurales, 31% viven en la sierra (0.4 millones), 14% en la selva (0.18 millones) y el 55% en la costa (0.72 millones).

En el área rural, durante el período 2007-2015, hubo un decrecimiento de la población menor de 19 años (-4,1% para la población de 0 a 4 años y -2,8% para la población de 5 a 19 años), un incremento de la población adulta mayor (3,3%) y un lento crecimiento de la población de 25 a 64 años (0,3%). Estos resultados revelan el envejecimiento de la población rural, la menor participación relativa de la población en edad escolar y la migración de la población en edad de trabajar, que se intensifica sobre los 20 años, que incide en el bienestar de las familias, especialmente en la necesidad de fortalecer mecanismos de protección social para adultos mayores y, en el desarrollo de oportunidades de mercado de trabajo rural para jóvenes vinculados en cadenas de valor con potencial de mercado y sostenibilidad ambiental.

Al reflexionar sobre estas cifras, nos refiere la importancia de conocer y analizar a este grupo etareo principalmente en las zonas rurales y en específico en el sector agropecuario, para ello, ha sido necesario revisar variables sociodemográficas, económicas, de salud, educativas, entre otras; así como levantamiento de información primaria de los jóvenes involucrados en la cadena de café y cacao; considerando: diferencias por sexo, sub grupo de edad, condición de migración, perspectivas de migración, etc.

El rango de edad considerado como joven, para la Encuesta Nacional de la Juventud (ENAJUV 2011), personas entre 15 y 29 años. Para el estudio se define a los jóvenes como aquellas personas que oscilan entre las edades de 15 a 35 años, se amplió un grupo de interés adicional, siendo el intervalo de 29 a 35 años como un grupo de análisis intermedio entre la categoría de jóvenes y adultos; estableciéndose así cuatro rangos de edad que obedecen a la articulación entre los momentos o ciclo de vida y los momentos de la escolaridad y educación superior siendo:

- 15-19 (Estudios secundarios).
- 19-24 (estudios superior técnicos).
- 25-29 (estudios superiores y empleo).
- 30-35 (transición hacia la adultez).

Con ello, el sujeto de estudio son los jóvenes involucrados en la cadena de café y cacao; que oscilan entre 15 y 35 años, tienen una relación directa con las cooperativas cafetaleras (socios, hijos de socios, nietos de socios, y/o alguna otra relación familiar);

¹ Cuando Hablamos de jóvenes nos referimos a jóvenes varones y jóvenes mujeres.

territorialmente, el estudio hace énfasis a las regiones de Cajamarca, Junín y San Martín.

El estudio inicia con una caracterización de la juventud rural, analiza y valida factores que influyen en la permanencia o no del joven en el sector rural; analiza expectativas de los jóvenes sobre su participación en el sector agropecuario; y en particular en la cadena de café y cacao; desarrolla y analiza un inventario del marco normativo que fomenta la inclusión de jóvenes en el agro; finalmente, propone algunas líneas de intervención orientadas hacia los jóvenes para fomentar su inserción efectiva en la cadena de café y cacao.

La caracterización de la juventud rural abarca aspectos socio-demográficos, educativos y de salud, aspectos económicos y laborales (condiciones en los que participan los jóvenes en la cadena del café y el cacao), emprendimientos, expectativas de migración, participación política y comunal y auto percepción (visión de futuro personal y de su cooperativa). Además esta caracterización es complementada con aspectos del contexto como la situación del café y cacao (producción, mercados, actores), relaciones familiares (relevo generacional), capital social y el cambio climático; así como otros aspectos que durante el trabajo de campo se percibieron como determinantes. La caracterización se realiza de manera diferenciada por género, para identificar las necesidades específicas de cada grupo, hacer comparaciones entre mujeres y varones y establecer líneas de intervención más acotadas a la realidad, pues existen condicionantes culturales por las que éstas diferencias generan brechas entre ambos géneros; visualizándose principalmente en algunos factores que influyen en la permanencia o no de los jóvenes en el sector rural, así como en la visión de futuro y acceso a espacios de toma de decisiones.

El análisis y la validación de los factores que influyen en la permanencia o no de los jóvenes en el agro; involucra una priorización y caracterización, destacando diferencias por grupos de edad, sexo, regiones de estudio, expectativas migratorias y migración por nacimiento. Los factores priorizados y analizados fueron: 1) acceso a servicios de educación y capacitación para el trabajo; 2) empleo; 3) inclusión financiera; 4) acceso a servicios para el desarrollo de negocios; 5) capital social; 6) institucionalidad; 7) cambio climático; 8) acceso a tecnología e información y conectividad; y 9) servicio de recreación y comerciales.

Para el análisis de los factores ha sido necesario, elaborar un indicador dándole a cada factor una valoración entre 0 y 1. Para cada factor se ha analizado el nivel de importancia de las variables a través de un parámetro de proporcionalidad; así como la definición de una hipótesis:

“Si el resultado de cada factor es superior a 0.5 significa que el factor está contribuyendo a que los jóvenes se queden en la zona rural; mientras que si el resultado del factor es menor a 0.5 significa que el factor está contribuyendo a que los jóvenes salgan de la zona rural”.

El estudio tiene un carácter exploratorio y descriptivo, ha utilizado fuentes primarias y secundarias; así como varias técnicas de recolección de información: levantamiento de encuesta Ad hoc, entrevistas individuales, grupos focales, desarrollo de talleres de reflexión y recojo de testimonios; para el procesamiento y análisis de información generada a partir de las fuentes primarias y secundarias se han utilizado métodos y herramientas estadísticas. El proceso metodológico se ha estructurado en fases: 1)

organización y preparación; 2) implementación; 3) procesamiento y análisis; y 4) socialización y validación de resultados.

Las principales fuentes de información secundaria utilizadas son: Encuesta Nacional de la Juventud, SENAJU, 2011; IV Censo Nacional Agropecuario, MINAGRI, INEI, 2012; Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG) INEI, 2015 y Población Juvenil en el Perú, cifras regionales, SENAJU, 2015.

Las principales fuentes primarias utilizadas son: Encuesta Ad hoc a jóvenes varones y mujeres involucrados en la cadena de café y cacao para las regiones de Cajamarca, Junín y San Martín, realizada en Marzo de 2017; desarrollo de grupos focales, desarrollo de talleres de reflexión y validación, entrevistas a actores clave de la cadena de café y cacao y recojo de testimonios.

Como principales resultados a partir del estudio son:

- i) Existencia de brechas considerables entre los jóvenes de la zona rural y los jóvenes de la zona urbana principalmente respecto a: estado civil, rangos de edades, niveles educativos, empleo, estructura del empleo, condiciones de trabajo y sectores donde se ocupan los jóvenes.
- ii) Se ha realizado una caracterización de los jóvenes involucrados en la cadena de café y cacao respecto a: formación de sub grupos de edad, sexo, estado civil, número de hijos, nivel educativo aprobado, por sexo, capacitación para el trabajo, condición de migración, actividades que realiza a parte de la producción y comercialización del café y cacao, rol que desempeña en su actividad principal, inclusión financiera, servicios para el desarrollo de negocios, acceso a internet, cobertura de salud, relación con su entorno y percepción del cambio climático.
- iii) Se conoce los principales factores que influyen en la permanencia o no de los jóvenes en el sector rural.
- iv) Se cuenta con un inventario del marco normativo de fomento a los jóvenes.
- v) Se cuenta con líneas de intervención para mejorar la situación actual de los jóvenes en la zona rural y en específico para los jóvenes involucrados en la cadena de café y cacao.

Las principales conclusiones a partir del estudio son:

- i) De acuerdo al estudio los tres principales factores que influyen para que los jóvenes salgan del ámbito de la zona rural son:
 - a) Bajo acceso a servicios para el desarrollo de negocios,
 - b) Baja inclusión financiera,
 - c) Bajo acceso a servicios educativos;

Estos tres factores coinciden con la lectura por parte de los actores involucrados en la cadena de café y cacao. El factor capital social (relación con su entorno), la percepción del cambio climático e institucionalidad con valores del indicador superior a 0.5; se tienen que seguir fortaleciendo para que sean factores que influyan en la decisión de los jóvenes en quedarse en la zona rural; sin embargo, por ser aún un estudio exploratorio, es necesario ahondar más en el análisis de cada uno de los factores.

- ii) Al analizar los 9 factores frente a la variable de expectativa migratoria en los jóvenes; existen brechas en los factores de empleo, capital social y en menor medida el acceso a servicios de educación. Significando que el joven que no tiene expectativa de salir de su territorio tiene mejor relacionamiento en su localidad y cuenta con un empleo mejor que los que están pensando en salir; lo cual explican que el empleo es uno de los principales factores por lo que salen los jóvenes.
- iii) Al evaluar los factores respecto a hombres y mujeres jóvenes, se observan unas brechas en los factores de acceso a empleo y de capital social, es decir, en la zona rural prevalece el mayor acceso para los hombres que para las mujeres; a nivel de capital social, se observa una brecha considerable debido a que las mujeres tienen una baja participación en los espacios donde viven, por ejemplo, espacios promovidos por las municipalidades como es el presupuesto participativo, juntas vecinales, organizaciones de productores, etc, esto debido a que están realizando labores de estudio o labores en la casa; existe una brecha positiva en cuanto al acceso a la inclusión financiera y los servicios para el desarrollo de los negocios; es decir, las mujeres cuentan con mayor garantía, seriedad para endeudarse. Esta información fue contrastada con las entidades financieras que manifiestan que la tasa de morosidad es mayor en varones que en mujeres; las mujeres hoy en día buscan más oportunidades que los varones en desarrollar negocios con el fin de lograr el derecho económico, y con ello, ser independiente de la pareja o esposo.
- iv) Los jóvenes tienen claridad respecto a su visión de futuro, es decir, respecto a lo que quieren ser, están buscando la independencia económica a partir de la generación de hacer empresa y emprender desde algo pequeño, son conscientes de la realidad que viven y las dificultades y retos que hay en la cadena de café y cacao, desean diversificar con otras producciones, como son las crianzas de animales menores; a muchos jóvenes les gusta vivir en su territorio y quieren aportar ahora que son profesionales e incursionar en política, desean ofrecer servicios de asistencia técnica para mejorar la productividad de sus cultivos y son capaces de emprender acciones para mitigar los problemas generados por el cambio climático.
- v) Los jóvenes como visión de futuro, no solo se ven en el cultivo de café y cacao, sino en los diversos eslabones de la cadena, cumpliendo diversos roles, para ello, es necesario que los programas de fortalecimiento de capacidades tienen que ser más variados y especializados. Esta afirmación nos conlleva a concluir que el factor tierra tiene una menor relevancia para los jóvenes.
- vi) Los jóvenes tienen mucho interés por generar nuevos negocios, sin embargo, enfatizan la importancia de la formación principalmente en identificación de los mercados, siempre buscan la independencia económica a pesar de que muchos ofrecen sus servicios profesionales y/o técnicos a las cooperativas o empresas agrarias, creen en las propuesta de negocios conjuntos entre jóvenes en la medida que sean capaces de generar confianza entre ellos.

- vii) Respecto a su cooperativa, los jóvenes manifiestan que ven a los socios como los responsables del éxito o fracaso de la cooperativa en el tiempo; proponen que haya un cambio de los directivos a pesar de que pueden estar haciendo muy bien su trabajo, pues es importante dar oportunidad a otros socios. También señalan que los servicios deberían llegar no sólo al socio sino también a la familia y que se debiera continuar fortaleciendo a los socios con los principios cooperativos.
- viii) Los jóvenes están demandando nuevos servicios concretos que deben ser atendidos por su cooperativa, entre ellos análisis de suelos, proyectos ambientales y la implementación de procesos tecnológicos que atraigan a los jóvenes a las cooperativas; sin embargo, es clave que estos servicios lleguen a todos los socios; no se ha ahondado en el tema pero da la impresión que muchos servicios que se ofrecen por la cooperativa, según los grupos focales, solo llegan a los dirigentes; esta es una oportunidad para que las cooperativas puedan evaluar la cobertura de sus servicios actuales para ir mejorando día a día.
- ix) Los jóvenes rurales siguen siendo invisibilizados a nivel de normas, planes y programas de intervención, que en su mayoría están centrados y responden a la problemática urbana y en el mejor de los casos periurbana. Sigue existiendo la oportunidad de promover programas específicos para jóvenes varones y mujeres en zonas rurales varones y mujeres que actualmente tienen mejores niveles educativos, acceso a servicios de información y con altos niveles de interés por generar negocios en sus territorios, sin embargo, falta fortalecer las capacidades con programas de mediano y largo plazo liderados desde los sectores de Agricultura, Educación, Producción y Trabajo. La problemática de la juventud rural no está en la agenda pública actual, las iniciativas mostradas en su mayoría responden a trabajos liderados por la cooperación internacional de países como Bélgica, Suiza, Canadá, etc.
- x) Las principales líneas de intervención a proponer están enfocadas directamente a los jóvenes y otras de manera indirecta a actores clave en la cadena de café y cacao como son las cooperativas. Resumiendo proponemos: programas de fortalecimiento de capacidades para desarrollo de negocios, programa de formación para la gestión de las unidades productivas, encuentros de los actores directos e indirectos de la cadena de café y cacao, formación en gestión organizacional y empresarial para jóvenes de las cooperativas, programa de reestructuración en la gestión de las cooperativas, servicios de mano de obra especializada para las cooperativas y programas de fortalecimiento a entidades financieras en el diseño de productos financieros para el agro y para jóvenes con emprendimientos.

II. OBJETIVOS DEL ESTUDIO.

2.1- Objetivo general

Elaborar el estudio de la situación de la juventud rural en el sector de café y cacao en Perú con énfasis en Cajamarca, Junín y San Martín.

2.2.- Objetivos específicos

- Caracterizar a la juventud rural en el sector agrícola en el Perú y su problemática; con énfasis en la cadena productiva de café y cacao, en las regiones priorizadas.
- Analizar, complementar y validar los factores que influyen en la permanencia o no del joven en el sector agrícola rural en la cadena de café y cacao.
- Analizar las expectativas de los jóvenes sobre su participación en la agricultura; y en particular en la cadena de café y cacao.
- Desarrollar un inventario del marco normativo que fomenta la inclusión de jóvenes en el agro y un mapeo de entidades que contribuyen a la inclusión de ellos, con énfasis en los sectores de estudio.
- Proponer líneas de intervención orientadas hacia los jóvenes para fomentar su inserción efectiva en la cadena de café y cacao; incluyendo políticas que contribuyan al cambio estructural para favorecer su inclusión.

III. ALCANCE Y METODOLOGÍA.

3.1.- Alcance

Para caracterizar a la juventud rural en el sector agrícola en el Perú y su problemática; con énfasis en la cadena del café y cacao en las regiones priorizadas; es necesario, definir los rangos de edad de los jóvenes. De acuerdo a los requerimientos de VECO Andino, "jóvenes" son aquellas personas que oscilan entre las edades de 15 a 35 años. Se propone un grupo de interés ampliado para el estudio; que en el rango de edad considerado como joven según la Encuesta Nacional de la Juventud (ENAJUV 2011), se considera como jóvenes a aquellas personas entre 15 y 29 años. Siguiendo dicha estratificación etaria el grupo entre 29 y 35 años será considerado como un grupo de análisis intermedio entre la categoría de jóvenes y adultos; es decir, como grupo en transición, en una fase parcial de independización y consolidación económica.

Para el estudio se estableció cuatro rangos de edad que obedecen a la articulación entre los momentos o ciclo de vida y los momentos de la escolaridad y educación superior, a los que hemos debido incorporar el criterio de la disponibilidad de información secundaria. El estudio se realiza teniendo en cuenta cuatro sub grupos:

- 15-19 (Estudios secundarios).
- 19-24 (estudios superior técnicos).
- 25-29 (estudios superiores y empleo).
- 30-35 (transición hacia la adultez).

La caracterización abarca aspectos socio-demográficos, educativos y de salud, aspectos económicos y laborales (condiciones en los que participan los y las jóvenes en la cadena del café y el cacao), emprendimientos, expectativas de migración, participación política y comunal y auto percepción (visión de futuro personal y de su cooperativa). Además

está caracterización fue complementada con aspectos del contexto como situación del café y cacao (producción, mercados y rentabilidad), relaciones familiares (relevo generacional), capital social y el cambio climático; así como otros aspectos que durante el trabajo de campo se percibieron como determinantes. La caracterización se realiza de manera diferenciada por género, para identificar las necesidades específicas de cada grupo, hacer comparaciones entre mujeres y varones y establecer líneas de intervención más acotadas a la realidad, pues existen condicionantes culturales por las que estas diferencias generan brechas entre ambos géneros; visualizándose principalmente en algunos factores que influyen en la permanencia o no de los jóvenes en el sector rural.

El estudio analiza y valida factores que influyen en la permanencia o no de los jóvenes en el campo; VECO Andino en los términos de referencia del estudio propone los siguientes factores:

- Acceso a empleo, formal e informal
- Capacidad de generación de ingresos como no asalariado.
- Acceso a tierras.
- Acceso a servicios financieros.
- Acceso a educación formal e informal; con énfasis en la educación técnica (vinculando a la demanda laboral).
- Acceso a tecnología e información.
- Acceso a servicios para el desarrollo de negocios.
- Capacidad de integración organizativa.
- Políticas públicas que favorecen la situación socio económica del joven rural.

El equipo responsable del estudio en coordinación con VECO Andino en reuniones previas a la elaboración de los instrumentos de recolección de información se analizaron y priorizaron cada uno de los factores en base a tres criterios siendo: i) disponibilidad y facilidad de levantar información del factor; ii) sensibilidad del informante al momento de levantar la información principalmente en el tema de ingresos y acceso a tierras; y iii) independencia del factor, es decir, algunos de ellos eran resultados de otros factores.

Con estos criterios se tomó la decisión conjunta entre el equipo responsable del estudio y VECO Andino; descartar los siguientes factores:

- Acceso a tierras.
- Capacidad de generación de ingresos como no asalariado.
- Capacidad de integración organizativa.
- Políticas públicas que favorecen la situación socio económica del joven rural.

HELVETAS Swiss Intercooperation en su propuesta de trabajo incluyó algunos otros factores importantes a analizar y validar siendo:

- Cambio climático.
- Redes sociales /capital social
- Institucionalidad.
- Servicios de recreación y comerciales.

Finalmente se hace una caracterización de los factores priorizados, destacando diferencias por grupos de edad, sexo, regiones de estudio, expectativas migratorias y migración por nacimiento; generadas principalmente a partir de la implementación de la ficha de encuesta.

Los factores priorizados y analizados son:

1. **Acceso a servicios de educación y capacitación para el trabajo;** incluye información sobre educación formal, es decir, la ofrecida por las instituciones educativas ya sean públicas y privadas; información del nivel de capacitaciones específicas en aspectos que han posibilitado que los jóvenes consigan trabajo; e información de la educación informal, la aprendida a través de la experiencia en alguna empresa, taller o la propia finca y ahora constituye su oficio.
2. **Empleo;** considera la condición de la actividad, trabajo realizado en las parcelas de café y cacao en el último año; detalle de las labores a lo largo de la cadena de producción y comercialización; años de trabajo en su ocupación principal.
3. **Inclusión financiera;** incluye obtención de recursos financieros para sus actividades e instituciones financieras de donde obtuvo los recursos.
4. **Acceso a servicios para el desarrollo de negocios;** cuenta o no con un negocio, piensa iniciar un negocio, organización jurídica del negocio, razones que impulsan a iniciar el negocio y factores que facilitan crear uno nuevo.
5. **Capital social;** pertenencia y participación en alguna organización de su comunidad, percepción sobre actitudes sociales² y percepción de valoración de su entorno³.
6. **Institucionalidad;** incluye el sentido integral (público: instituciones del Estado) y privado: gremios, asociaciones etc.) factor condicionante que incide en la persona porque la presencia de instituciones del Estado asegura la provisión de servicios al ciudadano y desde el ámbito privado es una forma de relación de las personas en función al beneficio común; este factor mide la relación que tienen los jóvenes con las instituciones de su territorio.
7. **Cambio climático;** Perú es el tercer país más vulnerable a los efectos del cambio climático, que afectan directamente en las personas cuyos medios de vida dependen de los recursos naturales y la agricultura es una de las actividades más susceptibles a dichos efectos pues depende de la variabilidad climática, suelo y agua. Se mide la percepción de los jóvenes en los eventos observados no normales en su territorio, los efectos ocasionados, y la afectación en sus sembríos.
8. **Acceso a tecnología e información y conectividad;** expresa la identidad, participación en la dinámica social de un entorno, intercambio de información, obtención de soporte (económico, social, psicológico, técnico), además que amplían las posibilidades de relaciones interpersonales y contribuyen en alguna medida a formar y caracterizar a la persona, brindar oportunidades; incluye el acceso a telefonía móvil, servicio y uso del internet y percepción de conectividad⁴.
9. **Servicio de recreación y comerciales;** mide la frecuencia de visitas a ciudades más grandes de la que vive y las actividades que realiza en ella.

Para determinar cuál es la situación actual de los factores, que influyen en las decisiones de los jóvenes; ha sido necesario analizar las variables en cada factor, elaborar un indicador dándole a cada factor una valoración entre 0 y 1. Para cada factor se ha analizado el nivel de importancia de las variables a través de un parámetro de proporcionalidad de influencia; el cual se detalla en anexo referido a la construcción de los indicadores de cada factor.

Para la interpretación de los resultados ha sido necesario definir una hipótesis: "***Si el resultado de cada factor es superior a 0.5 significa que el factor está***

² Los pobladores contribuyen a lograr objetivos, trato entre pobladores, diferencias económicas, posesión de tierras, genero, jóvenes y adultos.

³ Le gusta vivir en su localidad, se siente a gusto con sus vecinos y le gustaría trabajar con sus vecinos.

⁴ Como considera la distancia entre su parcela y su vivienda, la cooperativa y el mercado local.

contribuyendo a que los jóvenes se queden en la zona rural; mientras que si el resultado del factor es menor a 0.5 significa que el factor está contribuyendo a que los jóvenes salgan de la zona rural”.

En la elaboración del inventario normativo se buscó evidenciar políticas públicas a favor de los jóvenes rurales, incluido el marco normativo que sea pertinente; la realidad encontrada es que las políticas para jóvenes rurales cruzan diversos ámbitos de acción; las políticas agrarias y/o de desarrollo rural, las políticas de desarrollo de la juventud, las políticas de promoción de la empleabilidad y empresariedad rural, políticas de desarrollo económico local o en su defecto políticas sociales de mayor alcance como las políticas educativas, políticas de protección social y salud entre otras.

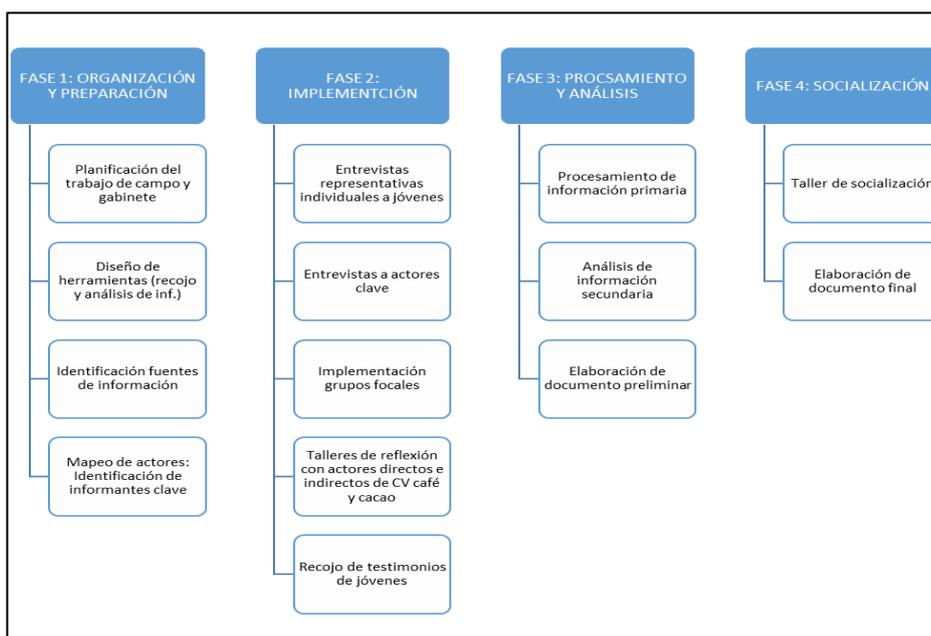
Se desarrolló un mapeo general de entidades tanto del sector público como privado y de la cooperación internacional, que están orientados a fomentar a que jóvenes rurales desarrollen actividades agrícolas y afines primordialmente en los sectores de café y cacao; definiendo sus metas y roles principales.

3.2.- Metodología

La metodología se enfoca en conocer cómo está y cómo se manifiesta la situación de los jóvenes rurales principalmente en la cadena del café y cacao en el Perú con énfasis en las regiones de Junín, Cajamarca y San Martín; por ello, el estudio tiene un carácter exploratorio y descriptivo, ha utilizado fuentes primarias y secundarias; así como varias técnicas de recolección de información entre ellas: entrevistas individuales, grupos focales, desarrollo de talleres de reflexión y elaboración de testimonios; para el procesamiento y análisis de información generada a partir de las fuentes primarias y secundarias se han utilizado métodos y herramientas estadísticas.

El proceso ha seguido una ruta siendo: recolección, procesamiento y análisis de información cuantitativa y cualitativa, que permita conocer la situación actual de los jóvenes en el Perú en términos demográficos, sociales, económicos y de acuerdo a la información disponible. El proceso metodológico se ha estructurado a nivel de fases.

Gráfico 1: Proceso metodológico del estudio



Fase 1: Organización y preparación

Fase caracterizada por la preparación y organización del equipo responsable del estudio, así como la elaboración, revisión y ajustes de los instrumentos de planificación para el trabajo a nivel de gabinete y de campo. Se han elaborado y diseñado las herramientas de recolección de información, búsqueda y consolidación de información secundaria; así como la identificación de los informantes clave del estudio a través de un mapeo de actores.

Fuentes de información:

Por tratarse de un estudio específico de la situación de los jóvenes en el sector rural, se utiliza como fuente principal a la Encuesta Nacional de la Juventud a pesar que tiene muchos cuestionamientos; existen varios estudios en donde hacen referencia a esta fuente; sin embargo, también es importante la Encuesta Nacional de Hogares. Por motivo de realizar comparaciones con los resultados a nivel de las fuentes primarias, se utiliza los documentos oficiales y específicos de la Juventud en el Perú.

- Encuesta Nacional de la Juventud, SENAJU, 2011.
- IV Censo Nacional Agropecuario, MINAGRI, INEI, 2012.
- Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO) INEI, 2015.
- Población Juvenil en el Peru, cifras regionales, SENAJU, 2015.
- Encuesta Ad hoc, para el estudio, Marzo de 2017.

Informantes Clave:

- Jóvenes y adultos (padres/madres) en el sector rural vinculados en la cadena del café y cacao; se han trabajado con los integrantes de las cooperativas seleccionadas en coordinación con VECO Andino, siendo: CAC Satipo y CAC Pangoa, región Junín; CAC Oro Verde región San Martín; CAC APROCASSI y CAC Prosperidad Chirinos, región Cajamarca.
- Representantes de las cooperativas cafetaleras Agrarias a nivel directivo y de gestión.
- Gremios de organizaciones de productores: Junta Nacional del Café y Asociación Peruana de productores de cacao - APPCACAO.
- Cámara Peruana de Café y Cacao.
- Profesionales del sector educativo o académico (CETPROS, Institutos Tecnológicos, Universidades regionales o de provincia, entre otros).
- Actores del sector público: MINAGRI y PRODUCE; MINTRA, MINEDU, Gobierno Regional de San Martín y Gobierno Regional de Cajamarca.
- Entidades Financieras: Agrobanco, Caja Huancayo, CAC Norandino, Caja Sipan, CrediPangoa, Crediflorida.
- Gobiernos Locales: Municipalidad provincial Jaen, Municipalidad el Dorado.
- Organismos no gubernamentales - ONGs: Caritas del Peru, IDMA, programa Formagro.

Fase 2: Implementación

En esta fase se ha realizado la implementación de las herramientas de recolección de información de acuerdo a los informantes clave, para ello, se realizó un cronograma de trabajo para cada región en donde se evidencian las principales actividades. El promedio de días de trabajo de campo por región fue de 6 días con un equipo de trabajo de 3 profesionales; siendo 2 de HELVETAS Swiss Intercooperation y uno de VECO Andino. Durante las visitas de campo en cada región se han desarrollado las siguientes acciones:

- **Encuestas representativas individuales a jóvenes** de familias involucradas en la cadena del café y cacao considerando los subgrupos identificados; se han implementado 146 entrevistas individuales totales, es decir, un promedio de 48 por región.
- **Entrevistas a actores clave** de la cadena de café y cacao de acuerdo al mapeo de actores; se han realizado un total de 30 entrevistas a actores clave, siendo 10 por cada región.
- **Implementación de grupos focales;** se han desarrollado un total de 6 grupos focales, siendo 2 por cada región con la participación de grupos homogéneos de acuerdo a la tipificación realizada en el intervalo de los jóvenes en edades entre 15 a 35 años; el eje principal del grupo focal fue: perspectivas para su inserción laboral, visión de futuro, factores que influyen en los jóvenes en salir o quedarse en su territorio, visión con su cooperativa, entre otros aspectos.
- **Talleres de reflexión con actores directos e indirectos de la cadena de café y cacao,** con énfasis en la participación de integrantes de las juntas directivas de la cooperativas de café y/o cacao más representativa en cada región; se realizaron dos talleres de reflexión; uno en Junín y el otro en Cajamarca; con un promedio de 10 participantes.
- **Recojo de Testimonios;** se han recogido tres testimonios de familias jóvenes, que muestran su experiencia en la cadena del café y cacao y la perspectiva que tienen frente a su territorio; familias jóvenes con altas probabilidades de éxito.

Fase 3: Procesamiento y análisis

En esta fase se ha realizado el procesamiento de la información generada a través de los informantes clave a nivel de fuentes primarias y de fuentes secundarias; en donde a través de métodos y herramientas estadísticas: prueba t, análisis de varianza y el análisis de covarianza, entre otros; haciendo posible realizar algunas inferencias y relación de variables, comparaciones y relación de los factores de estudio.

En esta fase la metodología se enfoca en un análisis cuasi-experimental a fin de validar las variables cualitativas además de las cuantitativas a fin de conocer como está y como se manifiesta la situación de los jóvenes rurales principalmente en las cadenas del café y cacao en el Perú con énfasis en las regiones de Junín, Cajamarca y San Martín. El diseño cuasi experimental es factible por las siguientes razones:

- Permiten realizar investigaciones dentro de un marco de restricciones como la falta de aleatoriedad.
- Facilitan el desarrollo de estudios en ambientes naturales.
- A través de los cuasi-experimentos es posible inferir relaciones causales entre la variable independiente y la variable dependiente.

En esta fase con los resultados del procesamiento de información de fuente primaria y análisis de información de fuentes secundarias se elabora el documento preliminar de acuerdo a la estructura definida en coordinación con VECO Andino.

Fase 4: Socialización y validación de resultados.

Con el fin de lograr una mayor valoración de los resultados obtenidos en el estudio se ha socializado y validado los resultados con los actores públicos y privados de la cadena de café y cacao así como con los informantes clave que fueron entrevistados en el estudio; evento realizado el 9 de junio de 2017, en donde los principales aportes están relacionados principalmente al plan de acción a implementar a partir de los resultados presentados en el estudio

IV. CONTEXTO SITUACIONAL DE LA CADENA DE CAFÉ Y CACAO EN PERU CON ÉNFASIS EN JUNÍN, CAJAMARCA Y SAN MARTÍN.

4.1.- Cadena productiva del Café

Nuestro país ocupó en el 2013 el séptimo lugar entre los productores de café a nivel global⁵, con 4 millones de sacos de 60 kg. aprox. producidos en 425 mil hectáreas. De ellos, el 70% va al mercado convencional y 30% a mercados de cafés diferenciados.

En el Perú existen dos grandes territorios cafetaleros, el territorio cafetalero Nor Oriental, conformado por las regiones de Cajamarca, San Martín, Amazonas y Piura y el territorio cafetalero Selva Central, conformado por las regiones de Junín, Pasco y Huánuco.

Un tercer territorio sería la zona Sur Oriental conformada por la regiones Cusco y Puno, con una menor participación en el mercado cafetalero nacional. Las regiones Ayacucho, Ucayali, Lambayeque, La Libertad, Loreto, Madre de Dios y Huancavelica tienen una mínima participación en la producción cafetalera de Perú, representando en conjunto sólo el 3.2% de la producción nacional en 2013.

El fraccionamiento territorial actual, genera la existencia de varias cadenas de valor del café en el país, cada una con su propia realidad, problemas y características: empresas, intermediarios, acopiadores, productores, proveedores de insumos, organizaciones de apoyo públicas y privadas, entre otros actores. Si bien hay varios temas comunes y objetivos de alcance nacional, hay particularidades que deben expresarse en propuestas concretas de trabajo a nivel regional y local. También hay similitudes en tecnología, comercialización e institucionalidad.

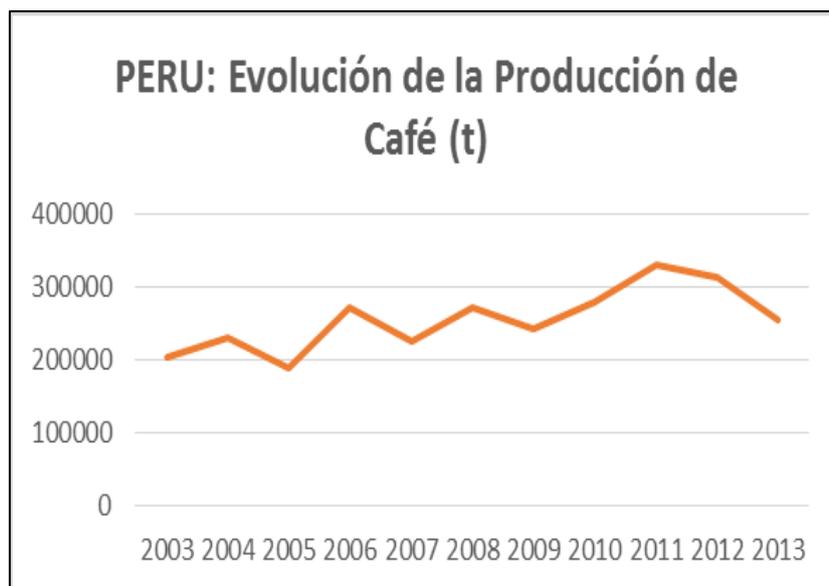
La producción nacional de café ha tenido un comportamiento variable en la última década, subiendo y bajando los volúmenes de producción; por ejemplo, se observan crecimientos en el volumen de producción durante los años 2004, 2006, 2008 y 2010, llegándose a producir más de 300 mil toneladas en el 2011 y 2012, para volver a bajar en el 2013 a 256 mil toneladas.

El crecimiento de la producción de café convencional está directamente vinculado a la demanda internacional y a los acontecimientos que ocurren en la producción en otros países, como Brasil, Colombia y otros principales productores a nivel global. En los últimos años, Perú ha logrado un crecimiento importante en el segmento de cafés diferenciados (orgánico y comercio justo principalmente), posicionándose en determinados nichos de mercado. Sin embargo, la caída de la producción nacional de café en los últimos tres años ha afectado gran parte de la producción cafetalera en el país, inclusive a los cafés diferenciados⁶.

⁵ Según la International Coffee Organization el ranking de producción fue el siguiente: Brasil 49 millones de sacos de 60 kilogramos, Vietnam 28, Indonesia 12, Colombia 11, Etiopía 7, India 5, Perú 4, Honduras 4, México 5 y Uganda 4, entre otros.

⁶ <http://legacy.sweetmarias.com/library/content/peru-1>

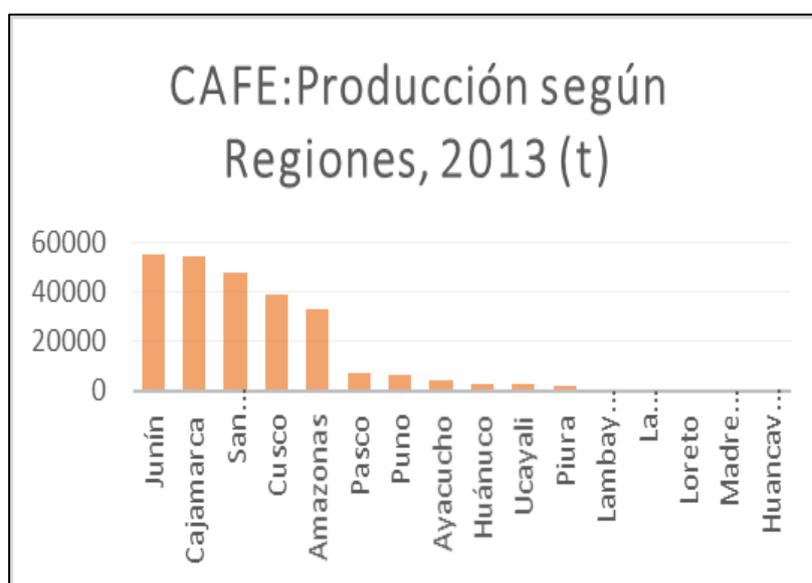
Gráfico 2: Evolución Producción de café (TM)



Fuente MINAGRI

La producción de café se concentra mayormente en la zona nororiental, en las regiones de Cajamarca, San Martín, Amazonas y Piura; en conjunto reúnen a 132 mil productores (60%) de los 224 mil productores que existen a nivel nacional. En un segundo lugar de importancia figura la zona central del país, denominada selva central, conformada por las regiones de Junín, Huánuco y Pasco, que reúne a aproximadamente a 47 mil productores (31%). Otras regiones importantes por la cantidad de productores de café son Cusco (25 mil productores) y Ayacucho (6 mil productores), muchos de ellos ubicados también en el VRAEM⁷.

Gráfico 3: Producción Según Regiones



Fuente MINAGRI

⁷ El Valle del Río Apurímac, Ene y Mantaro (VRAEM) es una zona geográfica ubicada en la parte sur oriental de los Andes, conformada por las regiones de Ayacucho, Cusco y Junín, caracterizada por ser la principal cuenca cocalera del mundo.

Durante las últimas cuatro décadas (1970-2010) la producción de café a nivel nacional ha experimentado cambios importantes. En este periodo, la zona nororiental empieza a tener una mayor importancia productiva, desplazando a la selva central, donde décadas atrás se concentraba la producción nacional de café; ello debido al surgimiento del terrorismo.

En Cajamarca la producción pasó de 7 mil toneladas en 1970 a 54 mil toneladas en 2010 incrementándose en más de 7 veces la producción; lo mismo pasó con la región San Martín, ya que aumentó de 5 mil toneladas en 1970 a 53 mil toneladas en el 2010 teniendo un incremento de más de 10 veces en la producción del 2010. En la región Junín, específicamente en las provincias de Chanchamayo y Satipo zonas tradicionalmente cafetaleras, la producción también se ha incrementado, pasando de 21 mil toneladas en 1970 a 68 mil toneladas en 2010.

En San Martín, a raíz de la violencia política ocurrida en la década del 80, la presencia del narcotráfico y dadas las características agroecológicas para la producción de café, se implementaron muchos proyectos orientados a mejorar la producción y comercialización cafetalera, logrando relativos resultados favorables. Debido a la sustitución de cultivos de la hoja de coca por productos como el café y el cacao en la región San Martín, el narcotráfico se desplazó a otras regiones cercanas como la ceja de selva, Cajamarca (Jaén, San Ignacio), donde también se tuvo que implementar proyectos orientados a mejorar la producción y comercialización cafetalera como alternativa a los cultivos ilegales de coca y amapola. En ambas regiones, San Martín y Cajamarca, se explica de esta manera el cambio significativo ocurrido en la producción de café y la importancia que están teniendo con este cultivo a nivel nacional.

El incremento de producción y cambios ocurridos en dichas zonas traen nuevos desafíos, por ejemplo, necesidad de desarrollar sistemas agroforestales para evitar la deforestación y erosión de suelos generadas por la ampliación de la frontera agrícola del café; el desarrollo del mercado interno en Lima y regiones incrementando la demanda de consumidores.

El incremento de producción a nivel nacional y en diversas regiones del país revela los siguientes aspectos: a) demanda existente en el mercado internacional, permite que se pueda ampliar el cultivo y producción de café a nivel nacional; b) durante los últimos 30 años se ha introducido y promovido la producción de café en nuevas zonas, donde programas de lucha contra cultivo ilícito de hoja de coca han desempeñado un rol importante; c) violencia política de la década del 80 marca un estancamiento en la producción que luego se levanta de manera significativa.

Uno de los años más relevantes para la caficultura peruana por sus resultados positivos fue 2011, tanto en precios como en área sembrada, producción y rendimientos. Sin embargo, a partir de 2013 se observa una fuerte tendencia a la baja, en todos los aspectos.

En el cuadro siguiente se observa en primer lugar una caída sustancial en los precios entre el 2011 y el 2013. Sin embargo, más importante aún es observar como la superficie cosechada crece estimulada por los precios, a la vez que la producción cae irremediamente por el problema de la Roya, pero el hongo es a la vez, sólo otro efecto del problema de fondo: debilidad generalizada de las plantaciones por falta de nutrientes, agravada en ciertos casos por envejecimiento, en un entorno climático en cambio. Luego en el 2014 los rendimientos se desplomarían a la mitad en 2011, récord

sólo aparente pues logró igualar el rendimiento logrado en 1951, después de 60 años de desarrollo tecnológico, según cifras del Ministerio de Agricultura.

Cuadro 1: Datos históricos y proyecciones del Café en Peru (2000 – 2019)

Años	Producción (Tn)	Superficie cosechada (ha)	Rendimiento		Precio en chacra (S./Kg)
			kg/ha	QQ/ Ha	
Año 2000	191651	264492	725	16	3.46
Año 2001	196232	274252	716	16	2.31
Año 2002	212771	287379	740	16	1.86
Año 2003	203147	291844	696	15	2.33
Año 2004	231447	295139	784	17	2.71
Año 2005	188611	301534	626	14	4.58
Año 2006	273178	321449	850	19	4.13
Año 2007	225992	324062	697	15	4.79
Año 2008	273780	333388	821	18	5.05
Año 2009	243479	342621	711	16	5.4
Año 2010	279199	349633	799	18	6.18
Año 2011	331547	367096	903	20	9.2
Año 2012	314471	390523	805	18	6.33
Año 2013	255857	399636	640	14	4.89
Proyección					
Año 2014	330086	411866	784	17	5.084
Año 2015	339137	423951	741	17	5.084
Año 2016	348188	435892	754	17	5.084
Año 2017	357239	447691	750	17	5.084
Año 2018	366290	459351	751	17	5.084
Año 2019	375341	470871	751	17	5.084
Tasa Crecimiento	2.25%	3.23%	-0.95%	-0.95%	2.70%

Fuente MINAGRI

El precio en chacra del café ha experimentado un crecimiento en los últimos 10 años, pasando de S/. 2.33 el kg en 2003 a S/. 4.89 el kg en 2013. Durante este periodo, los mejores precios se registraron entre los años 2010 y 2012, llegando a pagar el 2011 hasta S/. 9.20 el kg. Si bien el precio se incrementa durante el periodo evaluado, se observa inestabilidad, con una tendencia a la baja en los últimos tres años.

En el 2013 se pagó el mejor precio en chacra en las regiones de Amazonas (S/. 5,69 el kg) y Cajamarca (S/. 5.04); por encima del promedio nacional (S/. 4.89 el kg). El precio en chacra en Junín fue S/. 4,75 por kg y en San Martín S/. 4.35. El mayor precio pagado en Amazonas y Cajamarca se debe al cultivo y comercialización de cafés especiales.

A nivel de producción, superficie y rendimientos por hectárea podemos observar que en 20 años la productividad (Kg/Ha) ha decrecido en 1%; continua siendo un desafío la

mejora de la productividad a través de la implementación de nuevos sistemas de producción e implementación de procesos tecnológicos agroforestales.

Se conoce que 224 mil familias rurales se dedican a su cultivo, de las cuales 85% son pequeños productores con menos de 5 ha, un 14.5% con hasta 100 ha y un 0.5% con hasta 500 ha. En total, el café representa una fuente de empleo de 70 millones de jornales por año.

Para la Junta Nacional del Café, el eslabón más débil de la cadena del café corresponde al primer eslabón, es decir, al productor. Solamente el 28% de las familias cafetaleras están organizadas en cooperativas, asociaciones, comités y empresas comunales. Se estima un total de 42 mil familias, integradas en 730 organizaciones, en su mayoría con grandes limitaciones para las negociaciones empresariales.

La evolución de la producción y productividad del café en los últimos años ha sido registrada por la Junta Nacional de Café desde 1995 hasta el 2014, los datos se muestran a continuación.

Cuadro 2: Rendimientos en Café

Año	Superficie cosechada (ha)	Producción (T.M)	Rendimiento (Kg/ha)
1995	163,382	96,697	592
1999	230,544	155,204	673
2002	265,010	176,000	664
2004	298,175	223,100	748
2006	311,578	259,900	834
2008	349,788	239,200	684
2009	369,809	202,085	546
2010	389,560	241,500	620
2011	406,435	332,100	817
2012	425,200	266,294	626
2013	429,000	252,800	589
2014	429,000	220,800	515

Fuente: MINAGRI

El descenso en la productividad en el 2012 se explica por el impacto de la roya amarilla, la cual devastó el 65% de la superficie dedicada al café en la región San Martín, mientras que en el 2013 se reportó el daño de 272 mil hectáreas, perdiéndose aproximadamente 150 millones de dólares. Este fenómeno, relacionado al cambio climático, tuvo efectos perniciosos en la dinámica económica de las regiones cafetaleras. Algunas de estas consecuencias fueron el abandono de las plantaciones por parte de los productores, un incremento de la deserción escolar, migración hacia zonas productoras de coca, así como empobrecimiento y endeudamiento de productores.

Durante la campaña del 2014 los daños reportados fueron mayores, con una caída en la producción del 31% entre enero y mayo de ese año, según datos de MINAGRI. La crisis de la roya repercutió en la toma de acciones por parte del Estado. Las tres principales medidas desarrolladas fueron i) otorgamiento de 120 millones de soles para mitigación de la plaga mediante kits, ii) créditos para la renovación de 80,000 hectáreas lo largo de 4 años y iii) creación del Instituto Peruano del Café para tecnificar la caficultura en el país. Esta última medida; sin embargo, no se concreta aún.

El café se erige como el principal producto agrícola de exportación del país. Según la Junta Nacional del Café, el café peruano se encuentra actualmente en una posición

favorable en el mercado mundial y con una tendencia hacia el alza. Hace aproximadamente 20 años, el Perú se mantenía en el puesto 15 a nivel mundial en cuanto a exportaciones de café. En el 2006, el país mejoró su ubicación, llegando hasta el puesto 6. Históricamente, el mayor comprador de café peruano ha sido Estados Unidos, pero en la actualidad esa posición es constantemente reñida con Alemania. Los primeros cinco países de la lista de compradores de café peruano se llevan el 74% de la producción nacional. Sus compradores son medianos y grandes tostadores, cada vez más interesados en la calidad del café peruano, que se viene distinguiendo por la calidad de taza (aroma, cuerpo y sabor).

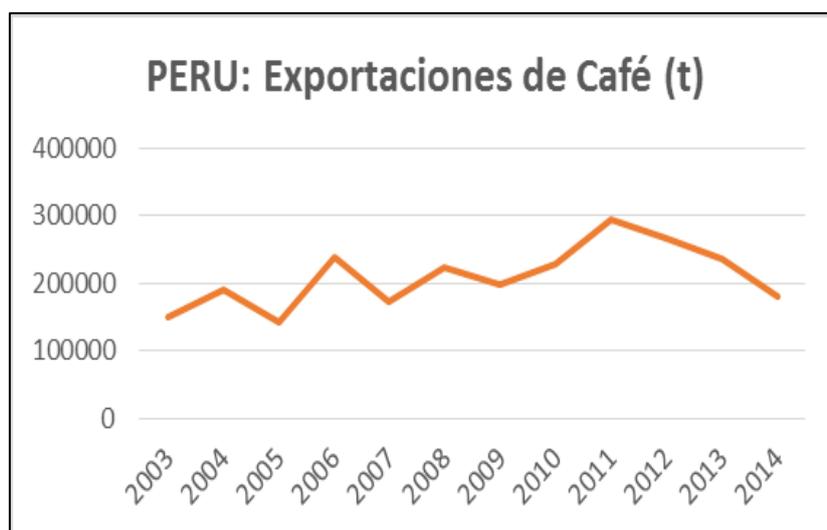
4.2.- Comercio exterior del Café

El café es el principal producto agrícola de exportación del Perú, el cual se envía a más de 40 países entre los que destacan Estados Unidos de Norte América, países miembros de la Unión Europea y Colombia. Perú ocupa el séptimo lugar entre los países exportadores siendo Brasil, Indonesia y Vietnam los países de mayor volumen exportado. Sin embargo, hay que destacar que Perú es uno de los primeros exportadores de cafés diferenciados, contando con cerca de 120,000 hectáreas de cafés certificados (cerca del 30% del área sembrada).

En términos monetarios, la exportación de café pasó de 181 millones de dólares en 2003 a 729 millones en 2014, es decir, tuvo un incremento del 400%. Entre los años 2000 y 2012 las exportaciones crecieron sostenidamente, registrando el año 2011 un valor récord de USD de 1,600 millones, como resultado del alto nivel de precios internacionales y de factores naturales. Sin embargo, la caída del precio internacional junto con la caída de la producción de las plantas debilitadas por el esfuerzo productivo, impactó en el nivel de exportación de café durante los últimos cuatro años.

Durante el año 2014 las exportaciones alcanzaron un valor de alrededor de USD 730 millones, menos de la mitad del 2011. Según SUNAT, el valor de los embarques entre enero y agosto de 2014 fue de USD 320 millones, mientras durante el mismo periodo de 2015 se obtuvieron apenas USD 228 millones. No se vislumbra una recuperación. La perspectiva sigue siendo a la baja.

Gráfico 4: Exportaciones de Café en TM



Fuente MINAGRI

Cuadro 3: Principales destinos del Café Peruano

Nro.	País	Precio FOB	Quintales (46 kg)	Precio Quintal
1	EE.UU.	188,529,843.00	1,232,615	152.95
2	Alemania	167,544,083.00	1,125,966	148.80
3	Bélgica	62,097,513.00	397,559	156.20
4	Suecia	34,441,665.00	212,681	161.94
5	Canada	28,778,420.00	171,172	168.13
6	Italia	22,022,441.00	155,402	141.71
7	Francia	20,322,633.00	138,483	146.75
8	Reino Unido	19,315,660.00	114,472	168.74
9	Corea del Sur	18,840,719.00	139,600	134.96
10	Países Bajos	13,482,172.00	85,130	158.37
11	México	12,396,049.00	144,059	86.05
12	Colombia	8,520,380.00	177,712	47.94
13	Australia	5,707,920.00	34,334	166.25
14	Rusia	5,602,285.00	41,592	134.70
15	España	4,778,975.00	35,086	136.21
16	Japón	4,551,777.00	28,410	160.22
17	Grecia	3,826,564.00	27,263	140.36
18	Panamá	3,126,980.00	21,970	142.33
19	Egipto	2,716,199.00	25,515	106.45
20	India	2,651,217.00	44,530	59.54

Fuente: Junta Nacional de Café (2016).

4.3.- Cadena productiva del Cacao

Desde el punto de vista de la producción, Perú produce menos del 2% de la producción mundial de cacao, sin embargo, representa el 13% del cacao de alta calidad. El cacao (*Theobroma cacao* L.) es especie nativa de la Amazonía. Y de las ocho variedades existentes en el mundo, el Perú posee seis. Se sabe que alguna de las variedades del Bajo Urubamba, posee más alcaloides que la hoy famosa variedad "cacao blanco" de Piura.

Desde el punto de vista del mercado, observamos que por ser las variedades nativas las más apreciadas por sus cualidades organolépticas y por su origen amazónico, el cacao producido por la Comunidades Nativas posee un gran potencial diferenciador para incursionar con éxito en el segmento de cacao fino del mercado global.

Sobre estos fundamentos podremos sustentar sólidamente otros aspectos que complementan su diferenciación en el mercado: el ser un producto de conservación (del bosque) y étnico a la vez, ambos en boga en el mercado de cacao fino.

La participación de mercado de la producción peruana de cacao creció entre 2000 y 2013 a una tasa anual de 8.5%, de manera tal que al final del periodo resultó ser 2.9 veces mayor. Y la superficie sembrada creció a una tasa anual de 6.9 %, resultando al final del periodo 2.4 veces mayor. Sin embargo, el rendimiento por hectárea creció durante el periodo a una tasa anual de apenas 1.57%, pasando de 601 kilos a 736 kilos por hectárea, resultando al final sólo un 22% mayor.

Cuadro 4: Datos históricos y proyecciones del Cacao en Peru (2000 – 2019)

Años	Producción (Tn)	Superficie cosechada (ha)	Rendimiento (kg/ha)	Precio en Chacra (S./Kg)
Año 2000	24,786.00	41,264.00	601.00	2.00
Año 2001	23,671.00	45,815.00	517.00	2.00
Año 2002	24,353.00	49,188.00	495.00	3.32
Año 2003	24,214.00	49,787.00	486.00	4.07
Año 2004	25,921.00	50,879.00	509.00	3.44
Año 2005	25,257.00	50,313.00	502.00	3.75
Año 2006	31,676.00	56,732.00	558.00	3.65
Año 2007	31,387.00	59,835.00	525.00	5.04
Año 2008	34,003.00	63,626.00	534.00	5.77
Año 2009	36,803.00	66,335.00	555.00	4.53
Año 2010	46,613.00	77,192.00	604.00	6.24
Año 2011	56,499.00	84,174.00	671.00	6.08
Año 2012	62,492.00	91,497.00	683.00	4.80
Año 2013	71,838.00	97,611.00	736.00	5.00
Proyección				
Año 2014	80,149.06	104,112.84	762.64	5.22
Año 2015	88,636.85	110,614.69	806.23	5.31
Año 2016	97,124.64	117,116.53	838.92	5.41
Año 2017	105,612.42	123,618.37	878.62	5.51
Año 2018	114,100.21	130,120.21	913.81	5.60
Año 2019	122,588.00	136,622.06	951.90	5.70
Tasa Crecimiento	8.53%	6.85%	1.57%	7.30%

Fuente: MINAGRI series históricas

Es claro que en general hay un riesgo alto de que futuros y actuales incrementos de la producción en el Perú sea soportada por el ecosistema, dado el bajo nivel de adición de valor de las prácticas agrícolas generalmente aplicadas. De no tomarse acciones decididas, el crecimiento de producción de pequeños productores e incluso de los más grandes impactará negativamente sobre la fuente de la calidad excepcional del cacao fino peruano: el bosque amazónico y sus servicios ambientales.

Más aún si consideramos que la práctica de *rozo, quema y rotación* practicada por productores en la Amazonía en general, es la principal fuente de las emisiones peruanas de gases de efecto invernadero y por ende, nuestro principal contribución al agravamiento del cambio en el clima global.

Al respecto la industria alimentaria convencional se prepara para una *nueva norma* en su ordenamiento, incorporando criterios como la huella de carbono, que antes eran monopolio de los sellos.

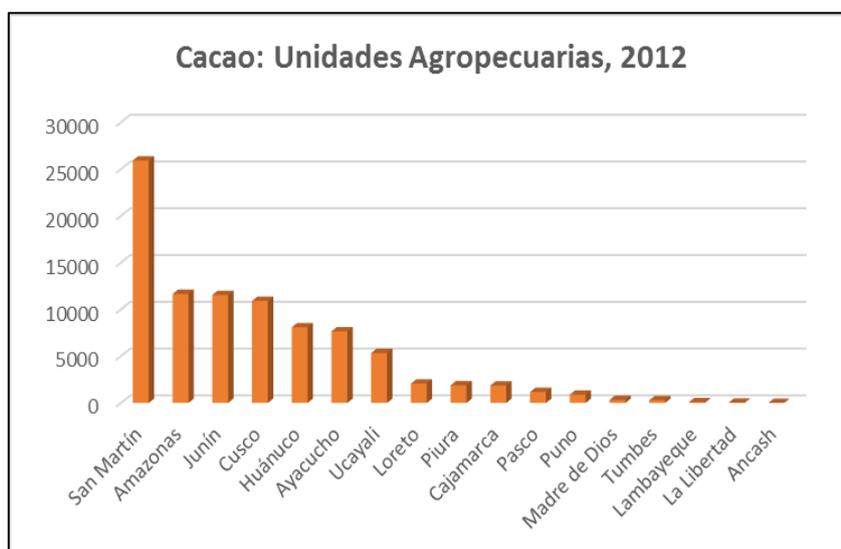
Adicionalmente a este desafío, ha surgido una restricción en los reglamentos de importación de alimentos de los países de la Unión Europea (desde el 2014) que ha subido los estándares de contenido de metales pesados entre los que se encuentra el cadmio y la lista de productos incluye el chocolate. Es importante que las entidades de investigación en el Perú realicen mapeos de zonas cacaoteras con presencia de cadmio y se vean también las posibilidades de remediación.

Los productores de cacao en el Perú son cerca de 45,000 familias campesinas de la Amazonía peruana que son básicamente proveedores de materia prima (ya sea esta cacao en grano o manteca de cacao) para la exportación y en mucho menor grado para el consumo local.

La demanda del mercado externo de cacao genera una dinámica cadena de valor en la que participan pequeños productores organizados (40%) en cooperativas y asociaciones, empresas, intermediarios, acopiadores, proveedores de insumos, organizaciones de apoyo entre otros en diversas regiones del país.

La distribución de producción de cacao a nivel de Perú, considerando unidades productivas tiene dos grandes zonas: zona Nor Oriental (San Martín y Amazonas) que produce en promedio el 42%; y la zona VRAEM con el 34% que involucra las regiones Junín, Cusco y Ayacucho

Gráfico 5: Unidades agropecuarias de Cacao

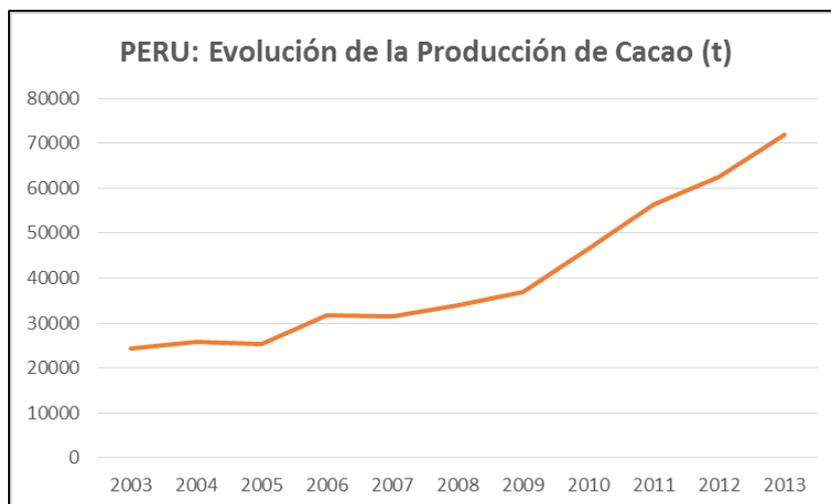


Fuente MINAGRI

La producción de cacao en el Perú ha ido creciendo de acuerdo al crecimiento de la demanda internacional. Los programas de desarrollo alternativo a la coca del Estado y de la Cooperación Internacional han jugado un rol importante en la expansión del cultivo.

Como puede apreciarse en el siguiente cuadro, la producción nacional de cacao ha experimentado un crecimiento significativo en la última década, pasando de 24 mil toneladas el 2003 a 72 mil toneladas el 2013. En esta década se ha triplicado la producción.

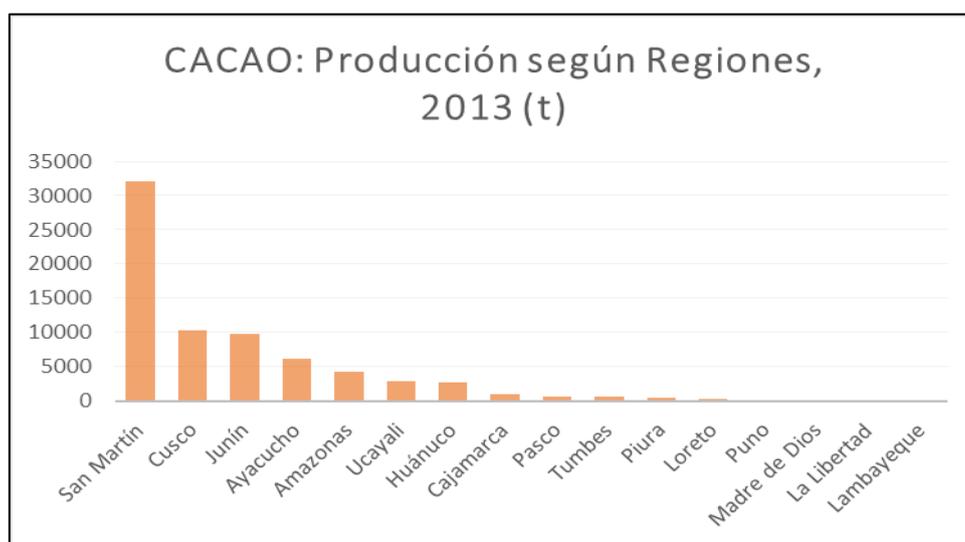
Gráfico 6: Evolución Producción de Cacao en TM



Fuente MINAGRI

Es claro que San Martín es la primera región productora destacando significativamente del resto. Coincide en esta tendencia el mayor número de unidades agropecuarias y por lo tanto mayor producción. Le siguen en ambas variables de medición las regiones de Cusco y Junín.

Gráfico 7: Producción de Cacao por regiones en TM



Fuente MINAGRI

4.4.- Desafíos en la cadena de café y cacao

A.- Desafíos Comerciales

Mercado Interno

Un gran desafío es el desarrollo del mercado interno, constituyéndose en una ruta comercial complementaria a la venta para la exportación. El consumo nacional per cápita de café y cacao en la población es bajo; cada peruano consume en promedio 0.6Kg/año de café; mientras que Suiza que es el tercer país con mayor consumo de café está en 9Kg/año. Para el caso de chocolate, Perú se ubica en el quinto lugar de consumo per cápita para América Latina, siendo de 0.7Kg/año y el primer lugar es Chile con 2.1Kg/año⁸. Existe una gran oportunidad para incidir en ello, rol que pueden desempeñar los jóvenes involucrados en estas cadenas.

Mercado Externo

Además hay que consolidar la producción y exportación de productos manejados de forma sostenible y de alta calidad, tanto de cafés especiales como de cacaos finos de aroma. Perú puede lograr un posicionamiento diferenciado en el mercado internacional con productos de calidad, situación que se tiene que reforzar a nivel de producción, tanto en cultivo de variedades que permitan estos productos de mejor calidad como en las actividades de post cosecha que garanticen la calidad.

Intermediarios

Es importante promover experiencias de cadenas cortas, llamado también circuitos cortos de comercialización, entre productores y demás actores de la cadena, reduciendo número de actores que intermedian el proceso de comercialización, y con ello lograr menor vulnerabilidad de precios.

B.- Desafíos Tecnológicos

Asistencia Técnica

Hay que mejorar la asistencia técnica⁹ en parcelas para elevar la **productividad** de manera sostenible, el secado del café y la fermentación del cacao en condiciones ópticas y en los procesos de tostado y molido, si se tienen en perspectiva incrementar el consumo interno. Faltan programas de apoyo y asistencia técnica en las diferentes fases de la producción para la formación de capacidades; oportunidad para ser realizado por los jóvenes a partir de programas de formación en articulación con entidades académicas locales principalmente Institutos Tecnológicos y CETPRO¹⁰.

Calidad

El cuidado de las variedades de cafés especiales y cacao fino de aroma es un reto para quienes apuestan por esta diferenciación, desarrollo de material genético, de suelos adecuados y condiciones de riego. Para el caso del café es un desafío muy importante desarrollar desde la misma producción el conocimiento del concepto de calidad de taza.

Deforestación

Las tendencias del mercado en café y cacao, caracterizada por una creciente demanda insatisfecha pueden generar el aumento de las tasas de deforestación en la Amazonía. Por tanto, es importante que los sistemas de producción de café y cacao sean sostenibles haciendo un adecuado manejo de suelos en zonas y territorios aptos para esta agricultura y en general se pueda llegar a responder la demanda del mercado mediante el aumento de productividad y no de expansión de frontera agrícola.

⁸ Consultora Euromonitor Internacional y América Económica, 2014.

⁹ Según la Junta Nacional de Café hay un aproximado de 400 extensionistas siendo la demanda de cerca de 4,000 que atiendan a alrededor de 50 productores cada uno.

¹⁰ Centros Tecnológicos de producción; existe una iniciativa interesante en Satipo con el CETPRO La Rioja, forma a jóvenes en Barismo.

Articulación con empresas privadas

Es importante ver de cerca las experiencias de articulación de servicios de capacitación y asistencia técnica desde el sector privado en empresas como ECOM, Grupo Requejo (Programa Familia) o de Negocio Inclusivo del Café con PERHUSA. Una interesante oportunidad es ver cómo estos esquemas se pueden multiplicar mediante su sistematización y difusión en el sector privado.

Cambio Climático

Promover sistemas agroforestales que permitan la adaptación y mitigación a los efectos climáticos, a partir de la promoción actual de línea de crédito para financiar estos sistemas por ejemplo el reciente lanzamiento del proyecto Banco Verde del Agrobanco que cuenta ahora con un línea de crédito de 50 millones de euros para financiar dentro de ellos los sistemas agroforestales de café y cacao.

Infraestructura

Se necesita mejorar instalaciones para el tratamiento post cosecha, como secado del café o fermentación del cacao. Ausencia de un capital físico adecuado incide negativamente en la calidad del producto obtenido en campo, lo cual repercute en el precio y por lo tanto, en el fortalecimiento del capital financiero.

Valor Agregado

Cuando se quiere tostar, moler y envasar café o hacer chocolate, las condiciones de infraestructura son mínimos, haciéndose un trabajo artesanal y con poco profesionalismo que incide también negativamente en la calidad del producto que se ofrece.

C.- Desafíos Institucionales

Cooperativas

Las cooperativas son bastante vulnerables a diversas amenazas del entorno social y político en las regiones donde se produce café y cacao. Faltan espacios de concertación y un ambiente institucional de mayor confianza y colaboración entre los diversos actores. No hay capacidades tecnológicas ni de gestión en las cooperativas y es necesario pensar en el recambio generacional para ver un futuro más optimista. Organizacionalmente las cooperativas necesitan trabajar procesos de innovación al interior para tener una mayor fidelidad comercial por parte de sus socios.

Capacidades de Gestión

Falta formar capacidades en temas de gestión de organizaciones de productores, tanto a nivel de asociaciones como de cooperativas. Entre productores no hay líderes que tengan formación académica en capacidades y habilidades gerenciales y de manejo contable y financiero, con manejo de sistemas de información, formulación y control de presupuesto y elaboración de planes de negocios que permitan un fortalecimiento institucional interno de las organizaciones.

Institucionalidad e Innovación

Un desafío muy importante es el de construir institucionalidad para la innovación de abajo hacia arriba. Es importante identificar regiones piloto que tengan buenas condiciones (sobre todo presencia de actores interesados) para facilitar procesos de innovación en la cadena de café y cacao alrededor de temas aglutinantes como los de acceso a mercados que prioricen los productos de calidad (cacao finos de aroma y cafés especiales).

4.5.- Institucionalidad en la cadena del café y cacao

Existen muchas instituciones a nivel de actores directos e indirectos en la cadena de café y cacao; sin embargo, por la complejidad de estas dos cadenas, el estudio describe a algunos actores en base a las acciones que realizan sinérgicamente a nivel de instituciones públicas y privadas; a continuación se hace un listado de instituciones que trabajan en estas cadenas; en anexo del documento se detalla el objetivo o finalidad que persiguen, su alcance, y las posibilidades de trabajar de manera articulada a favor de la sostenibilidad y rentabilidad de estas dos cadenas importantes en la zona rural de la selva de nuestro Perú.

Públicas:

MINAGRI: SENASA, INIA, AGRORURAL, Dirección General Agraria – DGA, SENAMHI; PRODUCE, Dirección de Cooperativas e Institucionalidad; MINAM; Instituto Tecnológico Peruano – ITP; DEVIDA, el Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana (IIAP); MINCETUR; CONCYTEC; SERFOR, Agencias Agrarias de las Direcciones regionales de Agricultura.

Gremiales:

Consejo Nacional del Café; Junta Nacional del Café; Mesa Técnica del Cacao; Asociación Peruana de Productores de Cacao; Cámara Peruana del Café y Cacao; Alianza Cacao Perú; Central Café y Cacao. APECAFE.

Centros de Innovación:

CITE Piura; CITE Cacao y Frutas Tropicales; Instituto de Cultivos Tropicales (ICT).

Cooperación Internacional:

IICA; VECO- Andino; ICRAF; Soluciones Prácticas; Rainforest Alliance; Helvetas, Swiss Intercooperation Perú; GIZ- Pro Ambiente; Lutheran World Relief (LWR)

Empresa Comercializadora:

ECOM Perú, café Direct y su fundación.

Sistema Financiero: Root Capital; ALTERFIN, Solidaridad de Holanda; Agrobanco, cajas municipales, CAC NorAndino, Aprocredic, CrediPangoa, Crediflorida.

Sistema Educativo: CETPRO La Rioja en Satipo, Instituto tecnológico en San Martín y Cajamarca.

V. CARACTERIZACIÓN DEL JOVEN EN EL PERÚ

5.1.- Situación General

5.1.1.-Cambio demográfico en el país

Durante el período 2007-2015, la población peruana creció a una tasa promedio anual de 1,3%; sin embargo, se observan diferencias a nivel de sus regiones naturales: la Costa lidera el crecimiento poblacional (1.7%), seguida de la Selva (1.2), mientras que el dinamismo de la Sierra es relativamente menor (0.7%). Uno de los factores que explicaría este resultado es el proceso de migración interna debido al incremento y desarrollo de nuevas oportunidades de generación de ingresos a través de empleo, ampliación de mercados urbanos, mejora de servicios educativos, etc.

El 76,7% de la población vive en el área urbana, la cual ha crecido a una tasa promedio anual de 2,1% durante el período 2007-2015; mientras que en el área rural se ha contraído a una tasa anual de -1,2%. En los últimos 10 años se ha generado una expansión de las ciudades intermedias (Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Iquitos, Piura, Cusco, Chimbote, Huancayo, Tacna, Juliaca y Pucallpa), a partir del crecimiento económico y el dinamismo de sus mercados regionales. El desarrollo de la agroindustria, minería, turismo y la creciente aparición de centros comerciales y de tiendas por departamento han dinamizado la demanda de trabajo de estas ciudades.

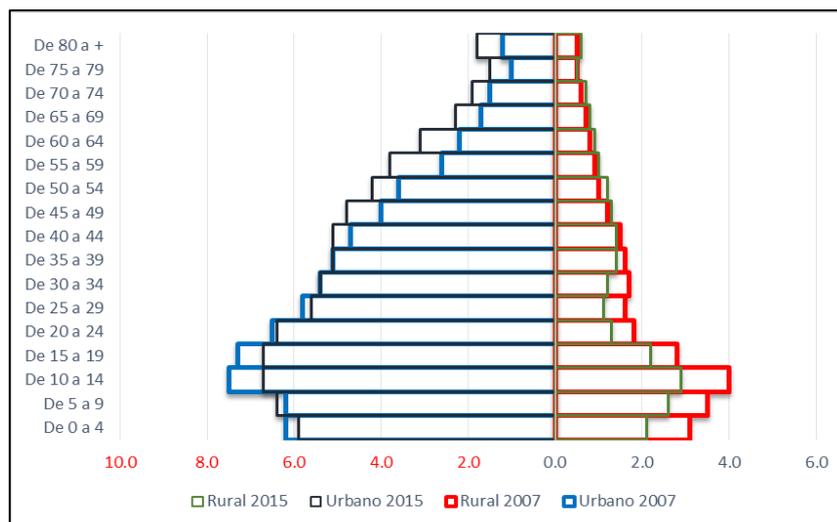
Cuadro 5: Perú, Población según diversas variables, 2007 y 2015

Variables	2007		2015		Tasa de Crecimiento Promedio Anual (%)
	Absoluto	%	Absoluto	%	
Población total	28481908	100%	31143655	100%	1.3
Regiones Naturales					
Costa	15377348	54.0%	17244935	55.4%	1.7
Sierra	9428378	33.1%	9898294	31.8%	0.7
Selva	3676182	12.9%	4000426	12.8%	1.2
Area de Residencia					
Urbana	20602679	72.3%	23885661	76.7%	2.1
Rural	7879230	27.7%	7257995	23.3%	-1.2

Fuente: INEI. ENAHO 2007 y 2015.

En el área rural, durante el período 2007-2015, se observa un decrecimiento de la población menor de 19 años (-4,1% para la población de 0 a 4 años y -2,8% para la población de 5 a 19 años), un incremento de la población adulta mayor (3,3%) y un lento crecimiento de la población de 25 a 64 años (0,3%). Estos resultados revelan el **envejecimiento de la población rural, la menor participación relativa de la población en edad escolar y la migración de la población en edad de trabajar**, que se intensifica sobre los 20 años, que incide en el bienestar de las familias, especialmente en la necesidad de fortalecer mecanismos de protección social para adultos mayores y, en el desarrollo de oportunidades de mercado de trabajo rural para jóvenes vinculados en cadenas de valor con potencial de mercado y sostenibilidad ambiental.

Gráfico 8: Perú, Pirámide de población por área de residencia y rangos de edad, 2007 y 2015, (%)



Fuente: INEI. ENAHO 2007 y 2015.

5.1.2.- Crecimiento heterogéneo a nivel de sectores

Entre los años 2001 y 2015, el Producto Bruto Interno (PBI) del Perú ha crecido a una tasa promedio anual de 5,7%. Este periodo de expansión económica ha significado el aumento del empleo y la disminución de la pobreza monetaria.

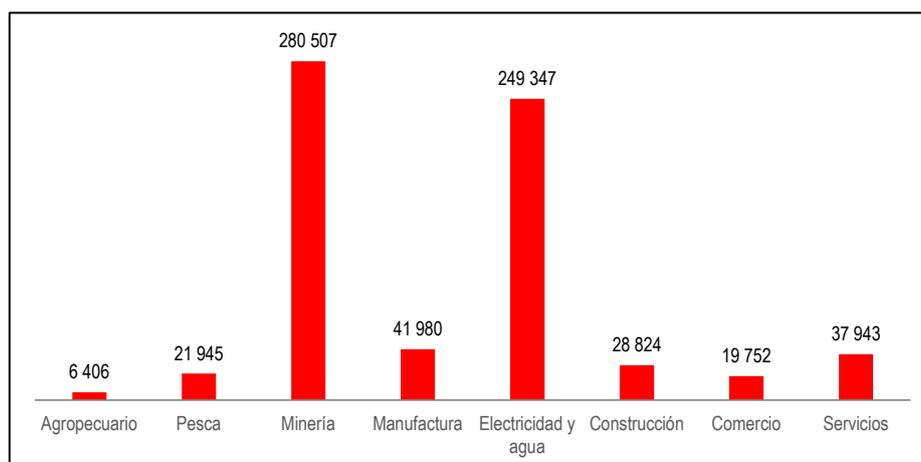
De acuerdo a los estudios de la CEPAL (2012)¹¹, el Perú estaría entre los países con heterogeneidad estructural severa. Esto se traduce en que los sectores de productividad alta (minería, hidrocarburos, finanzas, electricidad y agua) emplean solo al 2,5% de la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada y los de productividad baja (servicios sociales y personales, venta al por mayor y menor y agricultura, caza, silvicultura y pesca) emplean al 74,7% de la PEA. A esta brecha de productividad sectorial se agrega la dimensión del tamaño de las empresas. En general, las empresas grandes y medianas tienen una productividad laboral que es entre 3,5 y 8 veces la productividad de las empresas pequeñas (OECD, 2015)¹². El Gráfico 8 confirma esta tendencia para el año 2015, mostrando que la productividad laboral de la minería y el sector de la electricidad y el agua son las más altas, siendo la agricultura el sector con la menor productividad del trabajo.

La baja productividad laboral de la agricultura es explicada en mayor parte por la atomización y fragmentación de la tierra, la escasa dotación de activos públicos y privados a los que acceden productores, pobreza rural, y limitado desarrollo de mercados agrarios (trabajo, crédito, asistencia técnica, información, seguro, entre otros).

¹¹ CEPAL (2012). "Eslabones de desigualdad. Heterogeneidad estructural, empleo y protección social".

¹² OECD (2015) "Multi-dimensional Review of Peru: Volume I. Initial Assessment, OECD Development Pathways". OECD Publishing.

Gráfico 9: Perú, Productividad laboral, 2015. (Soles Constantes2007)



Fuente: INEI. BCRP.

La menor productividad laboral tiene su correlato en la retribución del trabajador. En el Cuadro siguiente se observa el ingreso neto promedio mensual de productores independientes, de trabajadores agropecuarios dependientes y de trabajadores de otros sectores de la economía para los años 2000-2015. Si bien los trabajadores agropecuarios dependientes muestran un mayor ingreso que los independientes, ambos obtienen unos ingresos menores a la de los trabajadores de otros sectores de la economía. Por ejemplo, para el 2015, trabajadores independientes recibieron un 38% de los ingresos de los trabajadores de otros sectores, mientras que para los trabajadores agropecuarios dependientes fue el 50%.

Cuadro 6: Perú, Ingreso neto promedio mensual de productores agrarios 2010-2015 (Nuevos Soles constantes de 2015)

Tipo de Trabajador	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Productor Agrario Independiente	546	582	564	550	534	540
Trabajadores agropecuarios dependientes	540	631	650	672	705	705
Trabajadores de otros sectores	1288	1340	1392	1383	1404	1420

Fuente: INEI. ENAHO, varios años.

5.1.3.- Población nacional joven y Educación

La tasa neta de asistencia a educación superior entre los jóvenes de 17 a 24 años ha experimentado un crecimiento de apenas 4% desde el año 2009. Sólo el 27% de las y los jóvenes del país asisten a un centro educativo de educación superior para el año 2014, porcentaje que es bajo ya que un 75% de los jóvenes de este grupo de edad no registra asistencia a la educación superior. Un fenómeno importante en este periodo ha

sido la mayor velocidad con que creció la tasa de asistencia de las mujeres respecto a los hombres. Para el año 2014 la tasa neta de asistencia a educación superior para los jóvenes de 17 a 24 años de edad ha sido de 29% para las mujeres y 26% para los hombres.

La tasa neta de asistencia a educación superior para los jóvenes que residen en el área rural ha experimentado un mayor crecimiento de 5,5% del año 2009 al 2014 que probablemente se encuentre relacionado con la puesta en marcha del Programa Beca 18; el cual a la fecha el programa cuenta con una lista de espera de 9,968 becados elegibles y con 1762 jóvenes elegibles que ya vienen realizando sus estudios.

La CEPAL ha considerado que en el Perú se requieren mínimamente 12 años de estudio para tener menor probabilidad de caer en la pobreza que el promedio; y 15 años de estudio para tener ingresos laborales mayores que el promedio. El número promedio de años de estudio de la población joven de 25 a 29 años de edad ha pasado de 11.1 años en el 2009 a 11.5 años a nivel nacional en el 2014. La región de Junín es la que más cerca se encuentra al promedio nacional con 11.4 años en el 2014, mientras que las regiones de Cajamarca, con 9.5 años; y San Martín con 9.6 años, se encuentran en el extremo opuesto con los promedios más bajos a nivel nacional.

5.1.4.- Población nacional joven y empleo

Para el año 2014 la población en edad de trabajar (PET) joven (15-29 años) bordeaba los 8 millones de jóvenes a nivel nacional, sin distinción de género. De este total, un 63,5% es parte de la población económicamente activa (PEA), mientras que un 36,5% es Población Económicamente Inactiva (PEI). Dentro de la PEA, el 92,4% se encuentra ocupada y el 7,6% desocupada.

En el año 2014 la tasa de desempleo adulto era de 1,7% y la tasa de desempleo juvenil alcanzada el 7,6%. Mientras que el desempleo adulto ha tendido hacia la baja en el periodo 2009-2014, la tasa juvenil se ha mantenido constante durante el mismo periodo. Más aún, teniendo en cuenta los datos de desempleo juvenil, se debe considerar que la informalidad y empleo precario son una realidad bastante común entre los jóvenes ocupados.

Una de las explicaciones que se ha dado a este fenómeno es el de la correlación entre nivel educativo y presencia o no del contrato de trabajo. Se ha encontrado que la población sin nivel educativo o que cuenta con solo inicial se encontraba en el año 2009 laborando totalmente sin contrato. En el caso de los que cuentan con primaria o secundaria la tendencia es similar.

Otro aspecto del empleo juvenil, es el autoempleo o para otros en emprendimientos propios. Es de notar que el porcentaje que estos jóvenes representan es muy reducido en relación al total de la población económicamente activa. En el 2009 este grupo representaba el 0.69% de la PEA ocupada, porcentaje que al 2014 se redujo a 0.43%.

El año 2009 el empleo formal inició con un 9.34% de la población joven ocupada, durante los siguientes años este creció poco a poco hasta llegar a un 12.3% en el 2014. Por su parte, el empleo informal mantiene cifras bastante elevadas a pesar de que también han mostrado un descenso de hasta seis puntos porcentuales entre los años analizados.

Finalmente, acerca del ingreso promedio de los jóvenes en el Perú, podemos notar que en el año 2009 este era de S/. 716 soles, notándose un incremento al 2014 con S/. 1,007

soles. Como comparación, en ese mismo periodo los ingresos promedio de la población adulta (30-65 años) fueron de S/. 1,125 soles al 2009 y S/. 1,385 soles al 2014.

5.2.- Características específicas de los jóvenes rurales

Considerando las cifras de la primera Encuesta Nacional de la Juventud del año 2011, se estima que la población total de jóvenes en las edades entre 15 y 29 años es de 8,1 millones de personas; representando el 27.5% de la población total. Se trata de una población numerosa pero a la vez heterogénea, es decir, no todos los jóvenes tienen las mismas trayectorias, necesidades y/o expectativas.

El cuadro siguiente muestra que en las tres regiones del estudio el promedio es muy parecido al nacional según grandes grupos de edad, siendo más notorio en los jóvenes que bordea el 27%.

Cuadro 7: La estructura de la población peruana por grandes grupos de edad y énfasis en las regiones del estudio; 2015

Departamento	Niños/adolescentes (0-14)	Jóvenes (15-29)	Adultos (30-59)	Adultos mayores (60 a más)
Peru	27.9%	26.9%	35.5%	9.7%
Cajamarca	31.0%	26.7%	34.0%	8.3%
Junín	31.3%	27.9%	31.9%	8.9%
San Martín	29.8%	25.9%	37.2%	7.1%

En base a: SENAJU – Informe Nacional de Juventudes. 2015

Considerando el **lugar de residencia** de los jóvenes, su distribución es: 84,3% del total de la población joven peruana reside en el área urbana y solamente el 15,7% en el área rural, es decir, 1,3 millones de jóvenes viven en las zonas rurales de los cuales el 49.5% son varones y el 50.5% mujeres; asimismo, del 1,3 millones de jóvenes rurales, 31.1% viven en la sierra (0.4 millones), 13.5% en la selva (0.18 millones) y el 55.4% en la costa (0.72 millones).

Cuadro 8: Población joven Perú por área de residencia y región natural

Área urbana y rural, y región	Total		Sexo			
			Hombre		Mujer	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
TOTAL	8 171 356	100,0	4 047 225	100,0	4 124 131	100,0
Urbana	6 892 373	84,3	3 402 808	84,1	3 489 565	84,6
Rural	1 278 983	15,7	644 417	15,9	634 566	15,4
Costa	1 970 516	24,1	980 778	24,2	989 738	24,0
Sierra	2 539 266	31,1	1 223 283	30,2	1 315 983	31,9
Selva	1 103 109	13,5	554 167	13,7	548 942	13,3
Lima Metropolitana 1/	2 558 465	31,3	1 288 997	31,8	1 269 468	30,8

1/ Incluye Provincia Constitucional del Callao
Fuente: INEI - Primera Encuesta Nacional de la Juventud 2
Elaboración: SENAJU - DINDES

Aparentemente en nuestro país existen mayor cantidad de jóvenes mujeres que jóvenes varones (50.5%), sin embargo, esta cifra es explicada por el área urbana (50.6%),

puesto que a nivel de la zona rural las mujeres jóvenes representan el 49.6%(634,566) del total de jóvenes; cifras que pueden dar indicios de migración de jóvenes mujeres a centros urbanos para realizar labores domésticas y/o estudios.

Respecto a su **estado civil** observamos que existen más jóvenes solteros en la zona urbana (78%) respecto a los jóvenes en la zona rural (62%); podríamos suponer que es a consecuencia de la existencia de mayor información en las áreas urbanas respecto a educación sexual, relacionado también en la zona rural las familias jóvenes se casan o conviven mayoritariamente debido a que se han embarazado. Otra hipótesis podría ser que las parejas jóvenes con embarazo se quedan en el área rural con sus papás y los jóvenes que no tienen hijos a tan temprana edad migran a espacios urbanos.

Respecto a los **rangos de edades** es notoria el porcentaje menor de jóvenes en la zona rural (29%) en las edades de 20 a 24 años respecto a los jóvenes de la zona urbana (33%); esto estaría explicando el proceso de migración de los jóvenes en busca de mejores condiciones de trabajo, mejora de ingresos, estudios, mejores condiciones de vida, etc.

En cuanto a los **niveles educativos**, sigue existiendo una brecha considerable entre las zonas urbanas y las rurales, la cual se refleja también en el acceso a la educación superior de los jóvenes; en donde, 40% de los jóvenes en las zonas urbanas acceden a estudios superiores ya sea superior técnica o universitaria; mientras que en la zona rural esta cifra es del 10%; significando que a pesar de que se ha mejorado el acceso a educación en las zonas rurales, siguen siendo escasos los centros de estudios superiores, su baja calidad no motivan a que los jóvenes estudien en la zona rural, generando la migración a espacios urbanos a ciudades intermedias; donde perciben que la educación puede ser mejor. Otro factor es la falta de recursos económicos que impide al joven estudiar fuera del ámbito donde vive.

Cuadro 9: Características Generales de los jóvenes según área urbana y rural (%)

	Urbano	Rural	Total
Sexo			
Varón	49.4%	50.4%	49.5%
Mujer	50.6%	49.6%	50.5%
Estado civil			
Casado	22%	38%	25%
Soltero	78%	62%	75%
Rangos de edad			
15-19	40%	42%	41%
20-24	33%	29%	33%
25-29	27%	28%	27%
Nivel educativo			
Sin nivel/inicial	0%	1%	0%
Primaria	6%	32%	10%
Secundaria	54%	57%	54%
Superior no universitaria	19%	7%	18%
Superior universitaria	21%	3%	18%
Total	100%	100%	100%

Fuente: ENAJUV 2011

Las características relacionadas con el **empleo** de los jóvenes que residen en zonas rurales difieren respecto a las zonas urbanas; lo cual se visualiza cuando se analiza la condición de estudio o trabajo, desagregado por área de residencia. Para la zona rural solo el 17% estudia y solo el 53% solo trabaja; mientras que el 11% estudia y trabaja y un 19% ni estudia ni trabaja. Esta desagregación nos permite observar que el desempleo es un fenómeno frecuente a nivel de la zona urbana; teniendo como tasa de desempleo el 8% y a menos del 4% en las zonas rurales.

Cuadro 10: Estructura del mercado laboral juvenil según área urbana y rural (miles)

Categorías	Urbano	Rural	Total
PET	6892	1279	8171
PEA	4543	854	5397
Ocupados	4172	820	4992
Desocupados	371	34	405
Inactivos	2349	425	2774
Tasa de participación	66%	67%	66%
Tasa de desempleo	8%	4%	8%

Fuente: ENAJUV 2011

Respecto a la **estructura del empleo**, es notorio que entre jóvenes rurales la principal forma de inserción laboral es el trabajo independiente (56%), destacando el trabajo familiar no remunerado (TFNR 29%); mientras que para los jóvenes en las zonas urbanas el trabajo independiente es solamente el 35%; constituyéndose como principal mecanismo de inserción laboral el trabajo en empresas privadas (micro y pequeñas empresas) con el 65%. Para el caso de los jóvenes rurales el trabajo en empresas privadas es el 44%.

Las formas de inserción, están también determinadas por las **condiciones de trabajo**, por ejemplo en las zonas urbanas el 24% de los jóvenes cuentan con seguro social; mientras que en la zona rural se reduce al 3%; asimismo, la modalidad de contratación para las zonas urbanas es que el 43% cuenta con contrato mientras que en la zona rural solamente un 15% de asalariados jóvenes cuentan con contrato; concluyendo que, en la zona rural existe mayor informalidad en el trabajo juvenil.

A nivel de los **sectores en los que se ocupan los jóvenes**, se puede observar que el 70% de los jóvenes de la zona rural se dedican a la agricultura o pesquería a diferencia de los jóvenes urbanos solamente el 9%; otros sectores interesantes para los jóvenes rurales es el sector construcción (10%) y de servicios (7%) mientras que para los jóvenes en la zona urbana éstos dos sectores ocupan el 56%. Finalmente, los ingresos mensuales en el ámbito rural son menores para todos los sectores respecto a los salarios de los jóvenes en la zona urbana; representando incluso el 35%.

Cuadro 11: Categorías de Ocupación de los jóvenes por ámbito de residencia (En miles y %)

Categorías	Urbano	Rural	Total	Urbano	Rural	Total
Ocupados	4172	820	4992	100%	100%	100%
Empresas privadas	2696	360	3056	65%	44%	61%
Micro (1 a 9)	1284	227	1510	31%	28%	30%
Pequeña (10 a 50)	664	82	745	16%	10%	15%
Mediana (51 a 100)	116	3	119	3%	0%	2%
Grande (101 a más)	167	9	176	4%	1%	4%
No especificado	466	39	505	11%	5%	10%
Patrones o empleadores	98	21	119	2%	3%	2%
Trabajador independiente	965	188	1152	23%	23%	23%
TFNR	284	239	523	7%	29%	10%
Trabajadores del hogar	125	7	132	3%	1%	3%
Otros	4	5	9	0%	1%	0%
Otros	20	15	34	1%	1%	1%

Fuente: ENAJUV 2011

Cuadro 12: Rama de Actividad de los Jóvenes (%) e ingresos mensuales (en soles)

Rama	Ocupados			Ingreso mensual		
	Urbano	Rural	Total	Urbano	Rural	Total
Agricultura y pesca	9%	70%	19%	492	239	337
Minería	8%	4%	7%	513	185	480
Industria	8%	1%	7%	731	415	723
Electricidad	6%	5%	6%	779	626	759
Construcción	31%	10%	27%	554	454	548
Comercio, restaurantes y hoteles	10%	3%	9%	537	303	525
Transporte y comunicaciones	4%	1%	3%	669	385	661
Servicios	25%	7%	22%	679	674	679
Total	100%	100%	100%	607	310	558

Fuente: ENAJUV 2011

Los jóvenes rurales con la actividad agropecuaria.

La realidad del agro peruano según información intercensal del CENAGRO (1994 y 2012) señala que la población joven entre 15 y 29 años de edad en condiciones de productores agropecuarios ha disminuido en 3%, es decir, paso de 15.1% del total de productores a 12.1%; en cifras absolutas podemos notar que en 18 años solamente se han incrementado los jóvenes en el agro en 4%, pasando de 260,946 productores jóvenes en el (1994) a 271,850 jóvenes al 2012. Al observar el cuadro observamos además que

los productores mayores de 60 años se han incrementado en 5% respecto a la proporción intercensal, es decir, paso de 15.8% (1994) a 20.8% (2012); en cifras absolutas pasamos de 273,043 productores adultos (1994) a 467,314 productores adultos (2012), es decir, un incremento del 70% en 18 años; significando un envejecimiento generacional en el agro peruano y ratificando la tendencia a migrar de los jóvenes.

Gráfico 10: Productores Agropecuarios según grupos de Edad 1994 – 2012 (%)

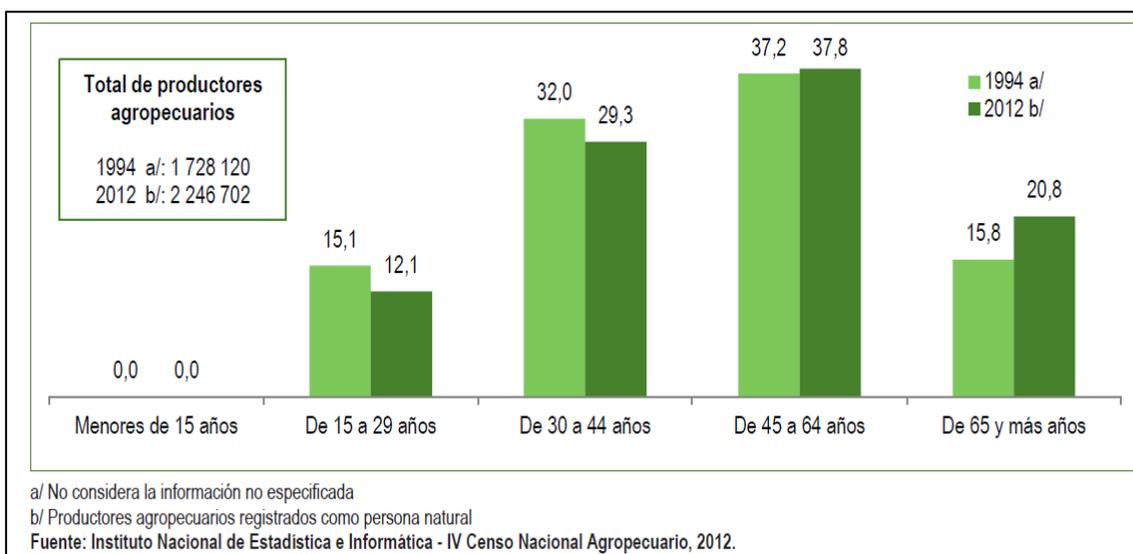
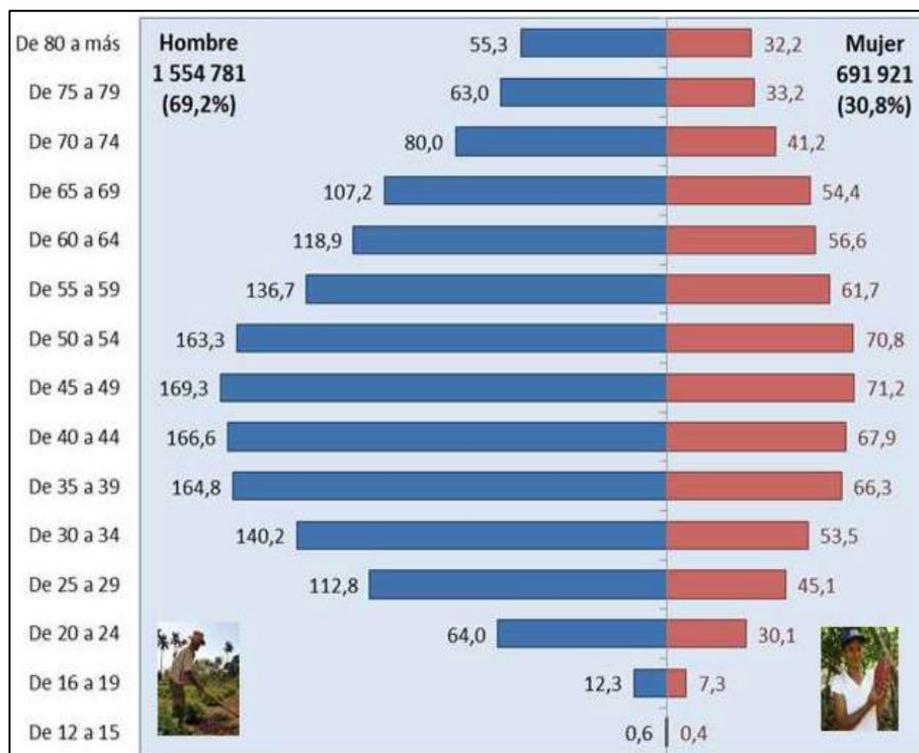


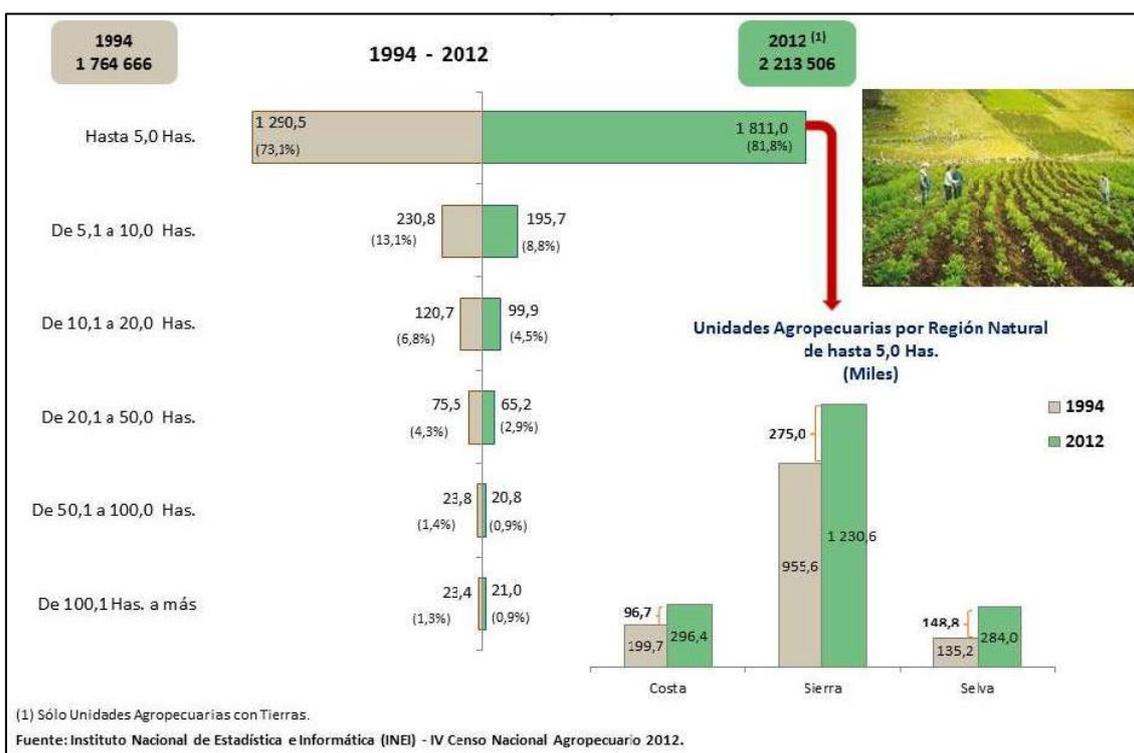
Gráfico 11: Productores según sexo y rangos de edad – 2012 (En miles)



Fuente: INEI. IV CENAGRO.

Se observa que el mayor número de productores agropecuarios oscilan entre 45 y 49 años tanto en varones como en mujeres; sin embargo, en el caso de los hombres le siguen los de 40 a 44 años, generalmente son los conductores agropecuarios de sus parcelas, mientras que en mujeres le siguen las de 50 a 54 años de edad. A nivel de los jóvenes en el agro observamos que tanto los varones como las mujeres en edades de 16 a 29 años, constituyen un 12% de los productores.

Gráfico 12: Unidades Agropecuarias 1994-2012 (En miles)



Se observa que las unidades agropecuarias más pequeñas (hasta 5 Ha.) se incrementaron en 40.3%, es decir, pasaron de 1 290,500 unidades a 1 811,000 intercensal; representando el 81% del total de las unidades productivas (2012); así mismo las medianas (20 a 100 Ha.) y grandes unidades agropecuarias (más de 100 Ha.) han disminuido de 15.5 y 11.5% respecto al año 1994; reafirmando que a pesar que muchas veces los padres no entregan las tierras a los hijos jóvenes; se sigue fragmentando la tierra en unidades agropecuarias cada vez más pequeñas.

El mayor incremento de las unidades agropecuarias (hasta 5 Ha) se da en la sierra y selva de nuestro país siendo 275 mil y 149 mil respectivamente, mostrando el problema de la fragmentación de la tierra en el agro peruano.

Finalmente, a manera de incrementar algunas características de los jóvenes rurales en el Perú; se presenta un resumen del estudio realizado por Adriana Urrutia denominado Una Presencia invisible ¿Qué sabemos de los jóvenes rurales en el Perú hoy?; quien describe 10 características importantes de los jóvenes rurales teniendo como fuente principal la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH) de los años 2005 - 2015.

1. **Menores niveles de convivencia y mayor permanencia en el hogar paterno. Persisten brechas entre hombre y mujeres;** es decir, en la edad de 15 y 29 años el 34% de las mujeres conviven mientras que solo el 22% de los hombres lo hacen sin embargo, hace diez años el 41% de la mujeres convivía a esa edad, significando que existe un cambio en la situación de las mujeres jóvenes en la zona rural.
2. **Una Juventud diversa;** 33% de los jóvenes rurales tienen una lengua materna, mientras que los jóvenes urbanos solamente el 20%, significa una identidad más compleja con respecto a generaciones anteriores.
3. **Incremento en el acceso a servicios básicos;** persisten brechas geográficas entre jóvenes rurales y urbanos; mientras que 2% de los jóvenes urbanos no reciben ningún servicio básico; en los jóvenes rurales es el 14%. Sin embargo, en los últimos 10 años la tendencia es a cerrar estas brechas.
4. **Avances en Cobertura de Salud;** Actualmente, 76% de los jóvenes están cubiertos por algún seguro de salud mientras que para los jóvenes urbanos solamente el 60%; siendo notorio el sistema integral de salud (SIS) que tiene una cobertura del 93% en los jóvenes rurales.
5. **Conectividad;** hace 15 años 9 de cada 10 jóvenes no habían accedido a internet; hoy 6 de cada 10 jóvenes acceden semanalmente.
6. **Acceso al sistema financiero;** solamente el 13% de los jóvenes rurales cuentan con una cuenta de ahorro, mientras que los jóvenes urbanos acceden en un 24%.
7. **Jóvenes trabajan menos y estudian más;** la tasa de ocupación ha caído en favor de la asistencia al sistema educativo.
8. **Persiste fenómeno Ni-Nis;** hoy jóvenes rurales que no estudian ni trabajan es el 15% hace 10 años era el 12% y en mujeres jóvenes aún es más alto alcanzando 21%.
9. **Trabajo no remunerado a asalariados;** en el 2005 50% de los jóvenes rurales era trabajador no remunerado hoy en día es el 37%; significando cambio en la oferta laboral en la zona rural, mayores empleos, principalmente servicios.
10. **Juventud con sesgo agrícola, pero no es atractivo;** según CENAGRO 12% de productores son jóvenes de los cuales el 63% es propietario de la parcela donde trabaja, superficie promedio es de 2.8 Ha. En adultos es 5.1 Ha. Problema minifundización; solamente el 48% de (2.8 Ha.) es utilizado para producción para venta; otro problema acceso a capacitación no llega ni al 3% de acceso; finalmente solamente el 6% accede a un préstamo. Solo el 18% cuenta con una actividad secundaria al agropecuario.

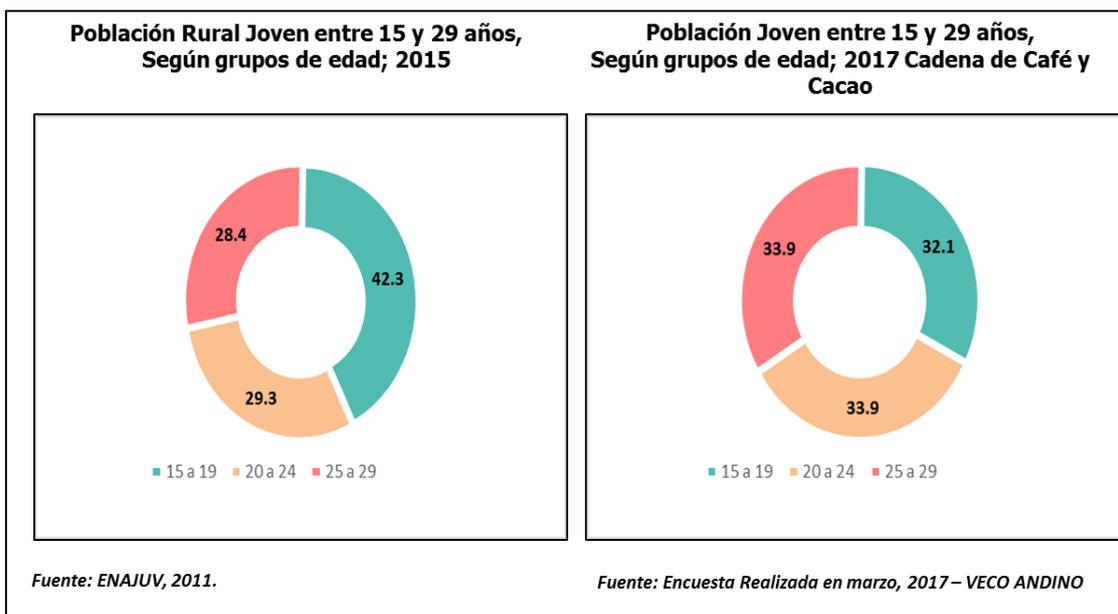
VI. CARACTERIZACIÓN RELEVANTE: SOCIODEMOGRÁFICAS Y ECONÓMICAS DE LOS JÓVENES INVOLUCRADOS EN LA CADENA DE CAFÉ Y CACAO

En el acápite 5 se hace una caracterización de la situación de los jóvenes rurales a nivel nacional usando diferentes fuentes secundarias de información; en esta parte del documento mostramos las principales características a partir de la información generada en el estudio para los jóvenes involucrados en la cadena de café y cacao para las regiones de Cajamarca, San Martín y Junín; asimismo, se hacen algunas comparaciones con información secundaria generada por la Secretaría Nacional de la Juventud Adscrita al Ministerio de Educación del documento "Población Juvenil en el Perú. Cifras regionales 2015"; El análisis se realiza utilizando los promedios de las tres regiones de estudio.

La generación de variables de fuente primaria utiliza información como grupo objetivo al joven varón o mujer involucrado en las actividades a lo largo de la cadena de valor de café y cacao que oscila entre las edades de 15 a 35 años; asimismo, la condición de los entrevistados es que tengan una relación directa con los socios integrantes de las cooperativas agrarias cafetaleras seleccionadas en las tres regiones. A continuación se muestran los resultados.

Población Joven por sub grupos de Edad

Gráfico 13: Población Joven por sub Grupos de Edad

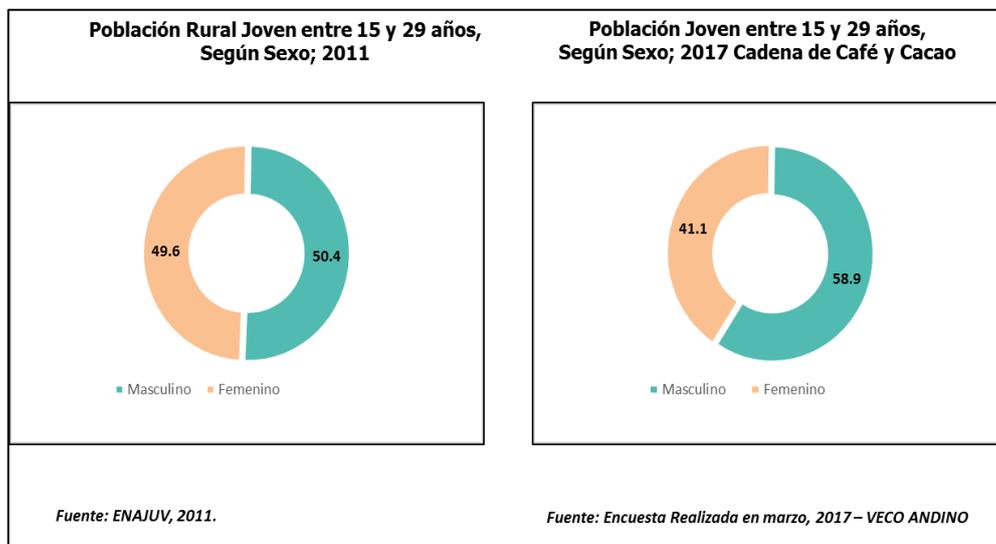


Elaboración Propia.

Respecto a la población joven por grupos de edad en la zona rural a nivel nacional, se observa que 4 de 10 jóvenes oscilan en edades de 15 a 19 años; mientras que para el caso de la cadena de café y cacao es de 3 cada 10 jóvenes; significando que existe un desinterés de los jóvenes en este sub grupo en la zona rural por la actividad agrícola influenciados por factores que permiten su expulsión de los jóvenes; los cuales se analizan en el acápite siete del estudio.

Población Joven por Sexo

Gráfico 14: Población Joven por Sexo



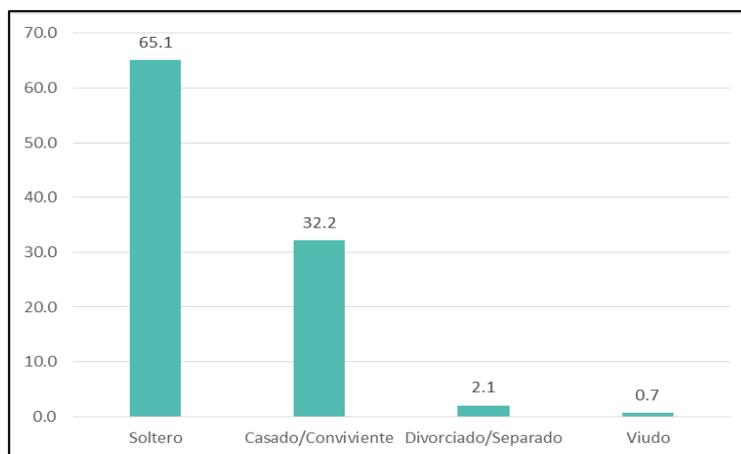
Elaboración Propia.

El gráfico 12 muestra que no existe diferencias considerables entre número de varones y mujeres en las zonas rurales; sin embargo, a nivel de la cadena de café y cacao el porcentaje es más notorio, es decir, de 10 jóvenes involucrados en la cadena de café y cacao 6 son varones y 4 son mujeres; significando que aún existen brechas en el campo por la gestión y manejo de las parcelas por mujeres jóvenes; dedicándose a otras actividades, que generalmente son estudios o labores de la casa.

Estado civil:

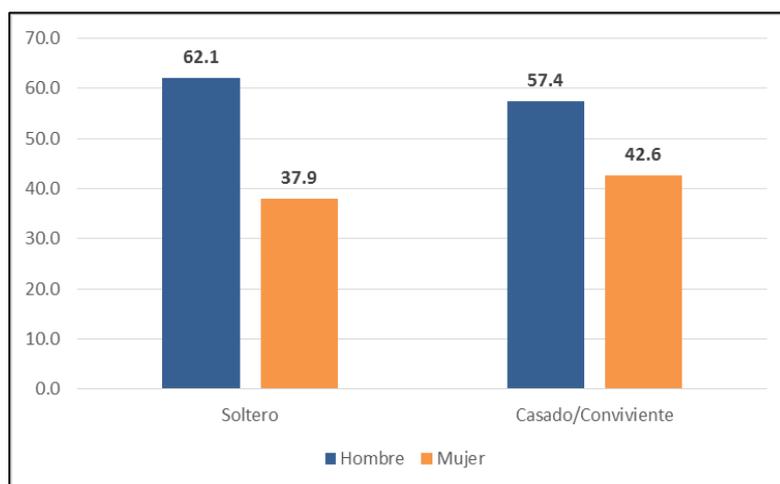
Según el SENAJU del año 2011 los jóvenes en la zona rural el 59% son solteros, 37% casados/conviviendo y separados el 2.7%; el gráfico siguiente muestra que para la cadena de café y cacao las cifras son muy parecidas los jóvenes entre 15 y 35 años el 65% son solteros, 32% casados y 2% separados; conclusión tienen el mismo comportamiento, sabiendo que las tres regiones del estudio en su mayoría son en zona rural.

Gráfico 15: Estado civil de los Jóvenes entre 15 y 35 años, Cadena café y cacao 2017



Fuente: Encuesta VECO HELVETAS, 2017.
Elaboración Propia.

Gráfico 16: Estado civil Jóvenes, Cadena café y cacao 2017



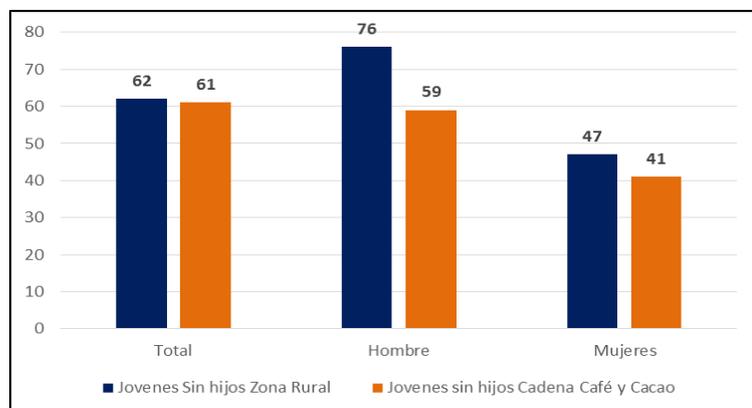
Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración Propia.

La condición de soltería en los jóvenes en la cadena de café y cacao, está siendo explicada por los hombres jóvenes debido a que alcanza el 62% mientras que las mujeres solamente el 38%, teniendo una brecha de 24%; a nivel de los casados la brecha disminuye respecto a los solteros (15%), es decir, los varones casados constituyen el 57% y la mujeres casadas el 43%.

Número de Hijos:

Según el SENAJU del año 2011 los jóvenes sin hijos representan el 61% para las zonas rurales del total; mientras que en la cadena del café y cacao la cifra es muy parecida (62%). Según sexo; los hombres jóvenes sin hijos en zonas rurales alcanza el 76%; sin embargo, en la cadena de café y cacao es de 59%, para el caso de las mujeres jóvenes en la zona rural es del 47% y en la cadena de café y cacao alcanza el 41%. Estas cifras es necesario ahondar más con otros estudios; para el caso de café y cacao una hipótesis es que, cuando los jóvenes ya esperan un hijo, necesariamente la primera opción es quedarse en el campo, disminuyendo otras alternativas de migración.

Gráfico 17: Número de Hijos Población Rural y Jóvenes entre 15 y 35 años, Cadena café y cacao 2017

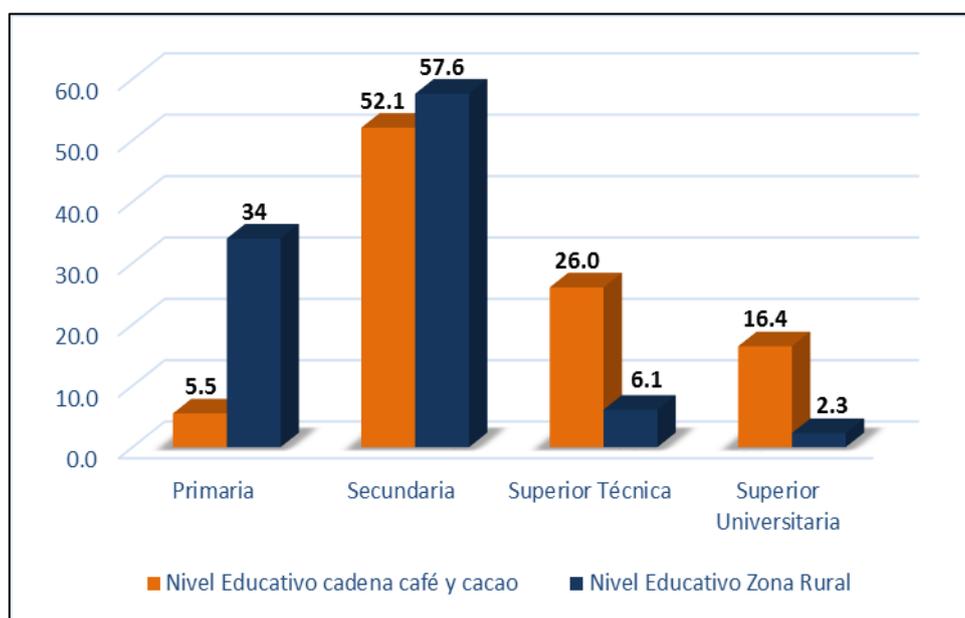


Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración Propia.

Nivel Educativo aprobado:

Comparando los dos cuadros siguientes, se nota que en la cadena de café y cacao, el 52% de los jóvenes han terminado la secundaria similar al promedio rural de Perú; sin embargo, vemos que a nivel de superior técnica en la cadena de café y cacao el 26% ha terminado su educación superior técnica; sin embargo, el promedio nacional para las zonas rurales es del 6%; lo mismo se observa para el caso del nivel universitario el promedio nacional rural es de 2.3% mientras que en la cadena de café y cacao es del 16% significando que hay jóvenes con mayor número de años de educación aprobado en estas dos cadenas; sin embargo, es necesario ahondar más en estas cifras por ser la muestra pequeña.

Gráfico 18: Nivel educativo

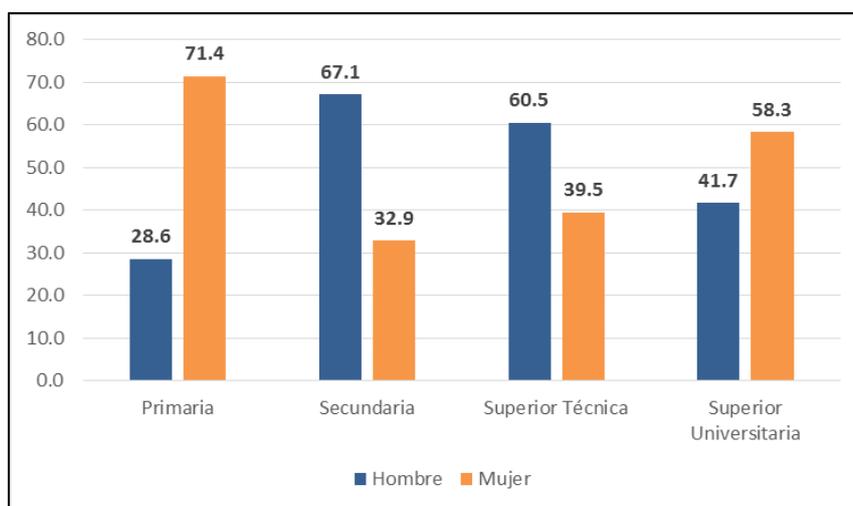


Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO; SENAJU 2011.
Elaboración Propia.

Nivel educativo aprobado por sexo

El nivel educativo aprobado por los jóvenes a nivel de sexo en la cadena de café y cacao, las mujeres tienen un alto nivel educativo respecto a los jóvenes hombres a nivel de educación superior siendo 58% para las mujeres y el 42% para los hombres; asimismo, para el caso del nivel secundario observamos que los hombres es más alto respecto a las mujeres, es decir, 71% en hombres y 33% en mujeres, datos que nos da indicios de que las mujeres jóvenes en las zonas rurales no terminan su secundaria por razones de salir a trabajar a zonas urbanas o porque se embarazan al estar estudiando la secundaria. Otra cifra importante también se observa que los hombres jóvenes en la cadena de café y cacao, están optando por estudiar carreras técnicas profesionales más que carreras universitarias, no se sabe si es por acceso a universidades en las zonas de estudio o por buscar resultados más a corto plazo.

Gráfico 19: Nivel Educativo por Sexo

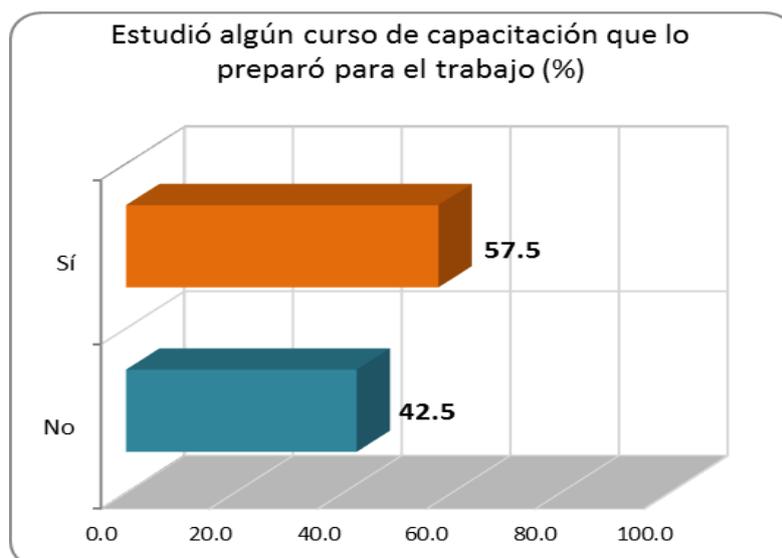


Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración Propia.

Capacitación para el trabajo

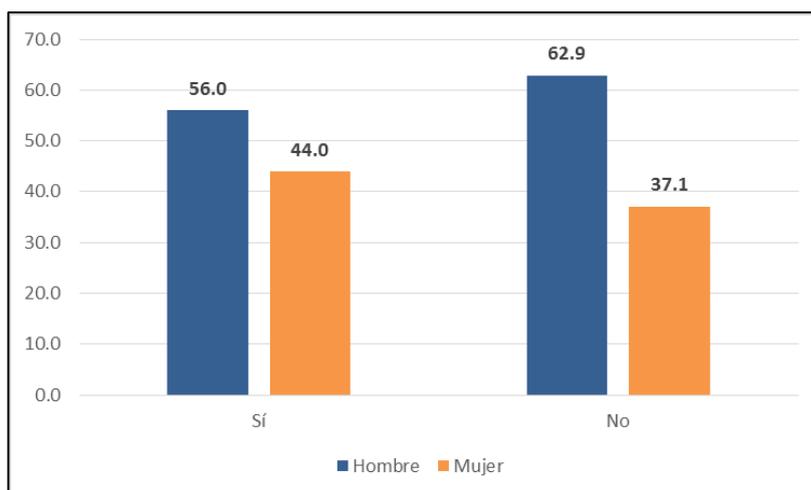
Los jóvenes varones y mujeres involucrados en la cadena de café y cacao muestran un nivel alto de formación educativa formal, mostrado en el cuadro anterior; asimismo, se observa que bordeando el 58% de los jóvenes han realizado cursos de capacitación que les ha servido para conseguir trabajo o mejorar sus labores en su unidad productiva; siendo estos cursos ofrecidos en su mayoría por las cooperativas agrarias cafetaleras; destacando temas nivel técnico: control de plagas, fertilización capacidades y agregación de valor en café y cacao y a nivel de gestión tenemos principalmente la formación en generación de emprendimientos. El cuadro siguiente muestra los porcentajes mencionados.

Gráfico 20: Capacitación para el trabajo



Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración Propia.

Gráfico 21: Capacitación para el trabajo por sexo



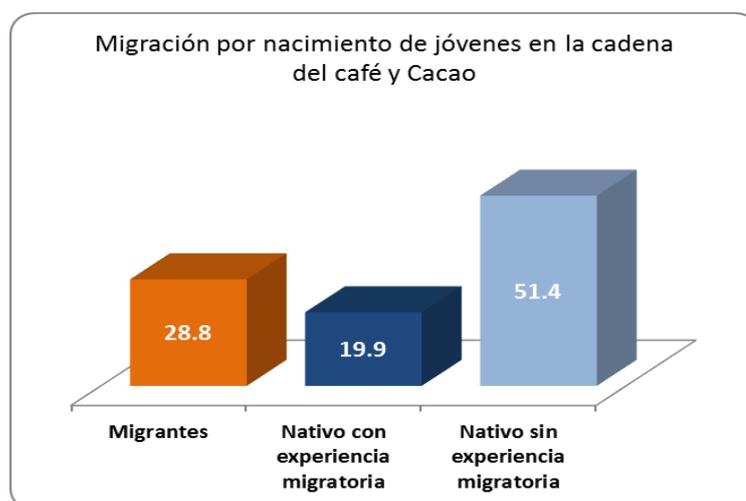
Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración Propia.

El cuadro muestra que el 44% de jóvenes capacitados en algún curso que les sirvió para el trabajo son mujeres, confirmando, la participación de las mujeres en la cadena de café y cacao de 4 a 10 y de los varones de 6 a 10.

Condición de migración de los jóvenes

Para el caso de los jóvenes involucrados en la cadena de café y cacao observamos que existe un alto porcentaje con experiencia migratoria(49%) y que el 29% son netamente migrantes, es decir, no nacieron en el territorio donde se les levantó la encuesta, esto da indicio a que son jóvenes que vinieron cuando eran niños con sus familias de otros territorios principalmente de la sierra como es Cajamarca, Huancavelica, Huancayo y de la costa norte como es Piura; finalmente un 20% de los nativos tienen experiencia migratoria, es decir, salieron del territorio donde nacieron hacia la costa principalmente, regresaron porque les fue mal y otros regresaron con capital y compraron tierras y ahora son productores y socios de las cooperativas; en el siguiente gráfico se muestran los resultados a nivel de las tres regiones.

Gráfico 22: Migración por nacimiento

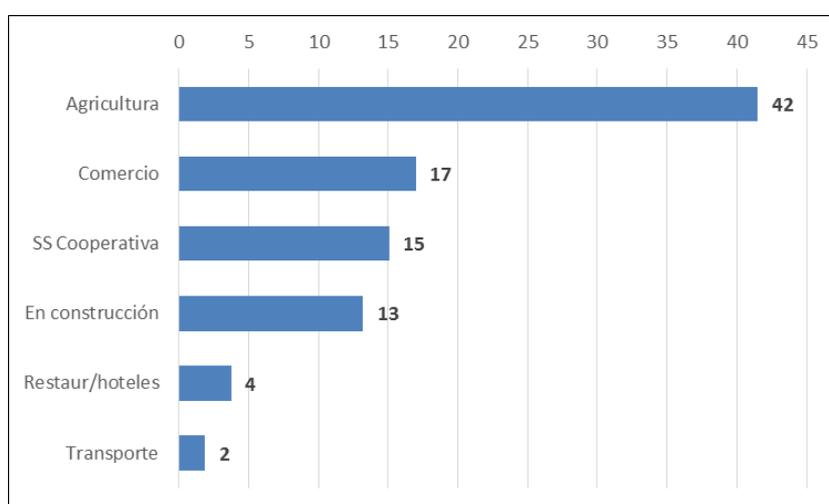


Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración Propia.

Actividades adicionales en la que participan los jóvenes

Para el caso de los jóvenes involucrados en la cadena de café y cacao observamos que el 90% están involucrados en labores culturales y agroindustriales del café y cacao; el 10% restante está dedicado a la gestión de la unidad productiva; sin embargo, por ser un cultivo que no requiere labores todo el año; los jóvenes se dedican también a otras actividades que les genera ingresos siendo las más resaltantes la agricultura de otros productos(42%) piña, banano, yuca, crianzas de animales menores, etc, comercio¹³ (17%); otros jóvenes ofrecen su mano de obra como técnicos o profesionales a las cooperativas (15%); el gráfico siguiente muestra lo mencionado.

Gráfico 23: Actividades adicionales en la que participan los jóvenes (%)



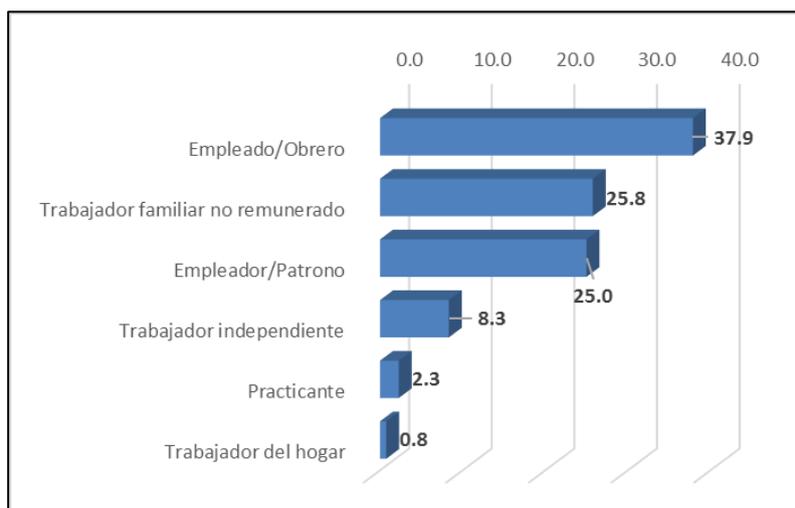
Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración propia

Rol que desempeña en la actividad principal

Los jóvenes en la cadena de café y cacao la labor que desempeñan en su actividad principal en un 38% lo realizan como empleados/obreros; es decir, venden su mano de obra a otros productores; 26% son trabajadores familiares no remunerados; trabajan en las parcelas generalmente del padre y/o madres y/o suegros y 25% como empleadores/patronos, es decir, son dueños de su parcela; cifras que muestran alto porcentaje de dependencia (64%) frente a 33% independientes que tienen negocios y/o son dueños de su unidades productivas. A continuación se muestra el gráfico correspondiente.

¹³ Comercialización de productos de pan lleva y productos de primera necesidad; compra y venta de animales.

Gráfico 24: Rol en la actividad principal que realiza

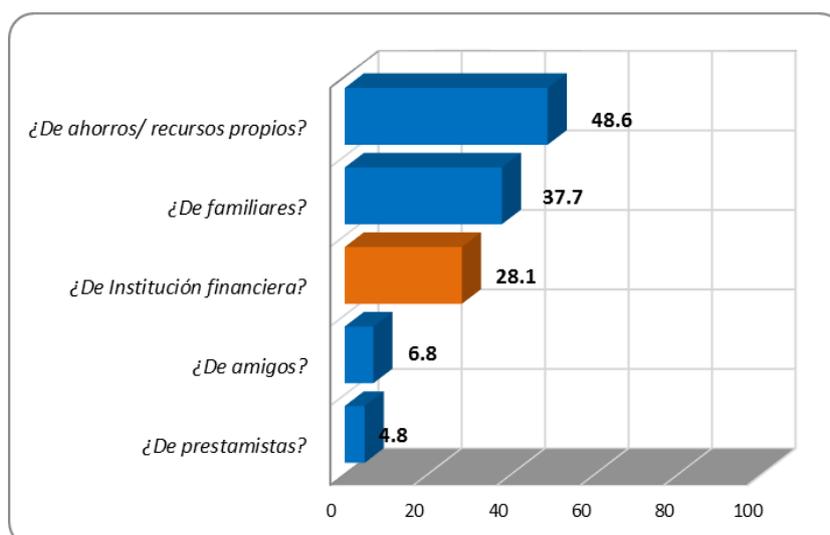


Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración propia.

Inclusión financiera de los jóvenes:

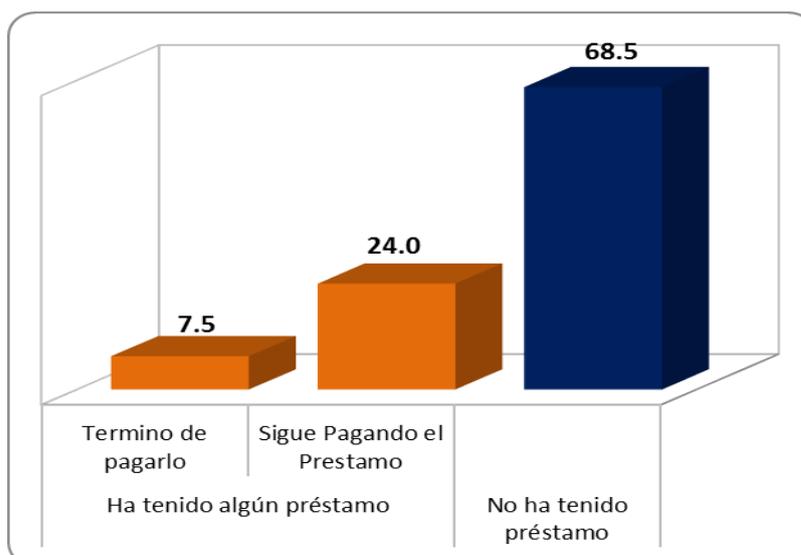
Del total de los jóvenes en la cadena de café y cacao solamente, el 28% ha tenido experiencia en financiar algunas de sus actividades con entidades financieras; de las cuales el 24% a la fecha del levantamiento de la encuesta siguen pagando su préstamo y un 7.5% ha concluido en la devolución del préstamo. Las entidades que más ofrecen créditos a los jóvenes en las zonas rurales son las cooperativas de ahorro y crédito ubicadas a nivel de los distritos y provincias de las regiones en estudio (66%); le sigue Agrobanco, con un 12%(Plan de renovación de cafetales) y la banca privada con un 9%; esto nos lleva a la conclusión que hay una muy buena oportunidad de trabajar con entidades financieras para fomentar la oferta de nuevos productos financieros acordes con la necesidades de los jóvenes en zonas rurales. A continuación mostramos algunos cuadros que describen la situación financiera de los jóvenes.

Gráfico 25: Recursos financieros para sus actividades



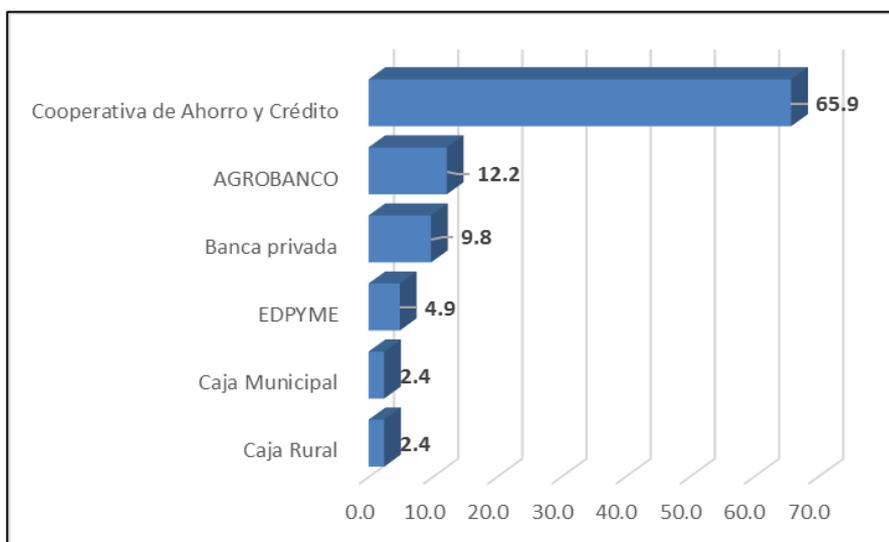
Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración propia.

Gráfico 26: Jóvenes que han accedido al crédito



Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración propia.

Gráfico 27: Entidad de donde accedió al crédito

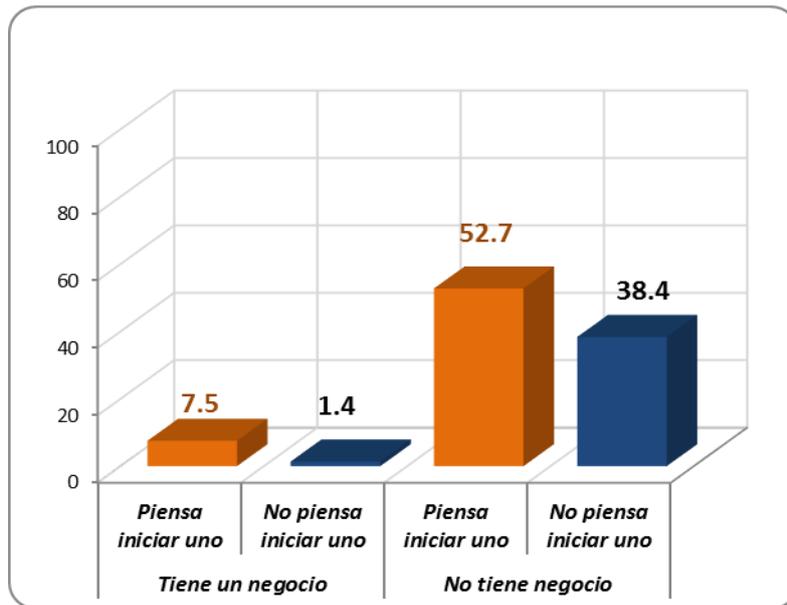


Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO.
Elaboración propia.

Servicios para el desarrollo de negocios:

Solo el 9% de los jóvenes tienen un negocio en marcha; sin embargo, el gráfico muestra que de los que no tienen negocio actualmente (91%); el 53% estaría interesado en emprender uno. Datos importantes en el diseño de programas para emprendimientos en la zona rural.

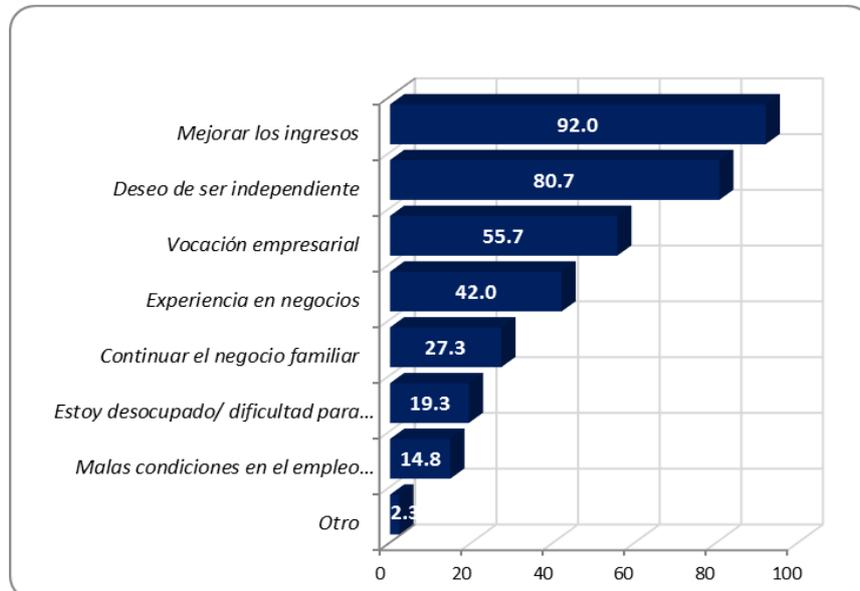
Gráfico 28: Expectativas por creación de negocios (%)



Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO.
Elaboración propia.

Las tres principales razones que les impulsa hacer un nuevo negocio está en primer lugar mejorar ingresos, ser independiente y vocación empresarial; información que se ha validado al momento de describir las perspectivas de los jóvenes en los grupo focales; tienen claridad en su futuro, buscan la independencia económica principalmente.

Gráfico 29: Razones que impulsan a los jóvenes a iniciar negocios (%)

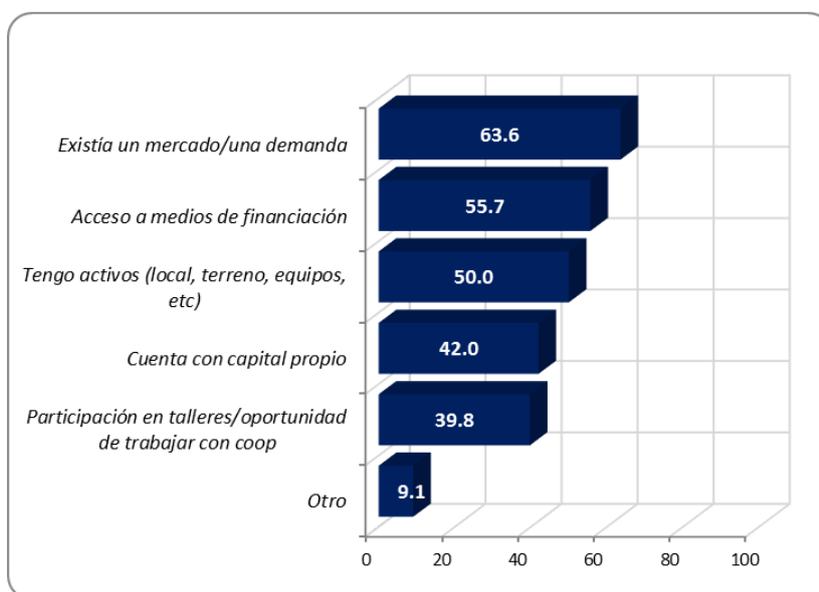


Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración propia.

Los factores que facilitan hacer nuevos negocios para los jóvenes es: existencia de mercado, financiamiento, contar con activos, entre otros. Es importante resaltar que los

jóvenes involucrados en la cadena de café y cacao valoran mucho la identificación de mercado, es decir, que los negocios son exitosos en la medida que se ha identificado bien la demanda de mercado.

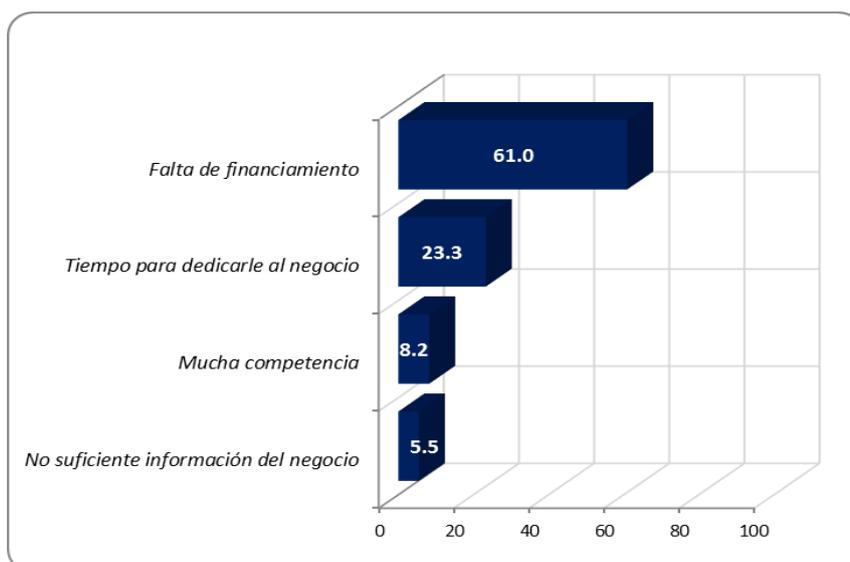
Gráfico 30: Factores que creen que facilitan un nuevo negocio (%)



Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración propia.

Según los jóvenes involucrados en la cadena de café y cacao, las principales trabas que existen en la zona rural para desarrollar negocios tiene que ver con un tema de capital de trabajo para poner en marcha el negocio; otra importante variable es tiempo para dedicarle al negocio, algunos están estudiando su carrera profesional otros están trabajando en base a lo que estudiaron; por lo que, les queda muy poco tiempo para emprender un negocio y algunos jóvenes mencionaban que cada vez existe mayor competencia a nivel local para hacer los negocios, buscan alternativas de negocio con mercados más grandes, por lo que, les lleva a tomar la decisión de salir de sus territorios distritales a algo más grande como la provincia o la capital de departamento según el negocio a emprender.

Gráfico 31: Principales trabas para iniciar un negocio

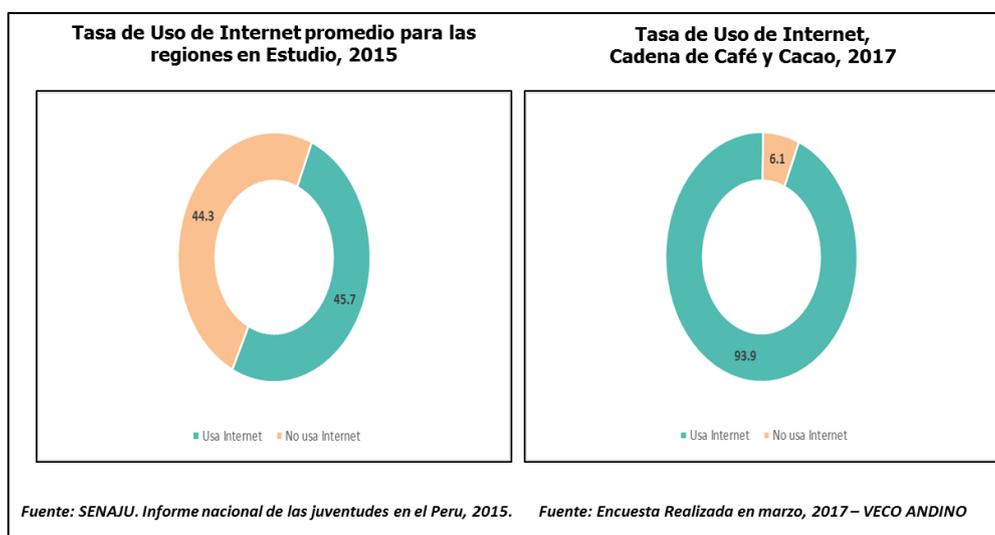


Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración propia.

Acceso a Internet

Hoy en día una característica importante de los jóvenes es la utilización o no del internet, que mide que tan conectados están las personas con su entorno a nivel global; para ello, utilizando la fuente del SENAJU del 2015, se ha realizado un promedio para las regiones de Cajamarca, Junín y San Martín; y luego se compara las tasas con la información generada en el estudio; en donde se observa que en la cadena de café y cacao, 9 de cada 10 jóvenes usa el internet, sin embargo, el promedio para las tres regiones de estudio es solamente 4 de 10 jóvenes; significando que actualmente los jóvenes hoy en día están más conectados en relación a hace dos años y más aún por ser zona rural; es una muy buena fortaleza que tienen los jóvenes para fortalecer capacidades o intercambiar experiencias de manera virtual y en general para estar informados.

Gráfico 32: Tasa de uso de Internet

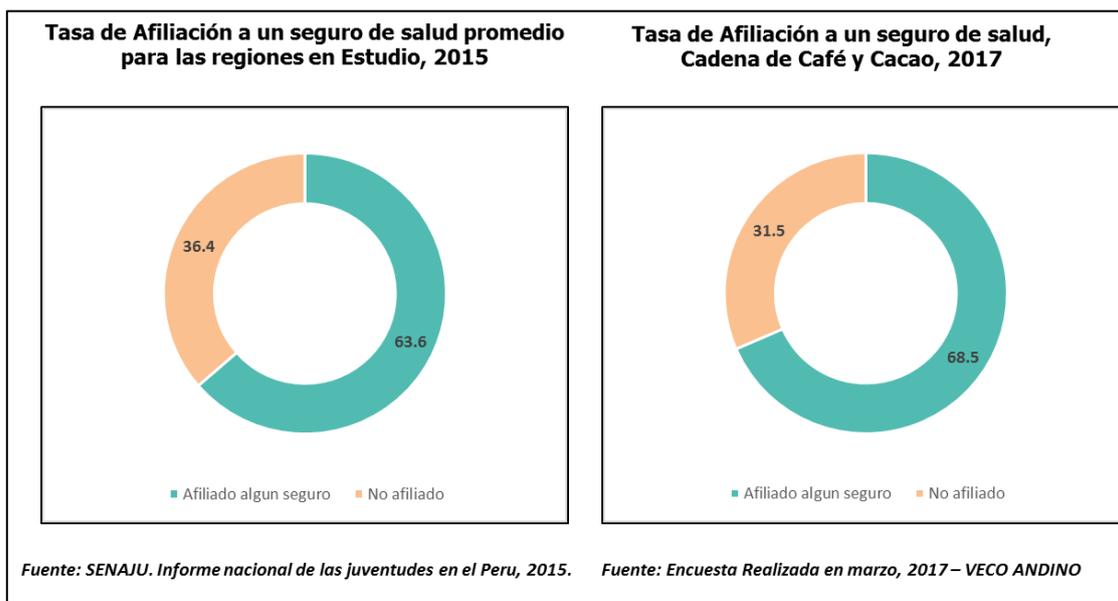


Fuente: SENAJU. Informe nacional de las juventudes en el Perú, 2015. Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO

Cobertura de Salud

La cobertura promedio de afiliación a algún tipo de seguro de salud por los jóvenes para las regiones del estudio es de 63.6%, lo que significa que 6 de cada 10 jóvenes en la edad de 15 a 29 años cuenta con un seguro; mientras que para los jóvenes involucrados en la cadena de café y cacao es de 7 cada 10 jóvenes cuentan con ese beneficio; la tasa es alta debido a la mayor cobertura de los últimos 3 años del sistema integral de salud, SIS; el cual tiene un 93% de cobertura en los jóvenes.

Gráfico 33: Cobertura de Salud

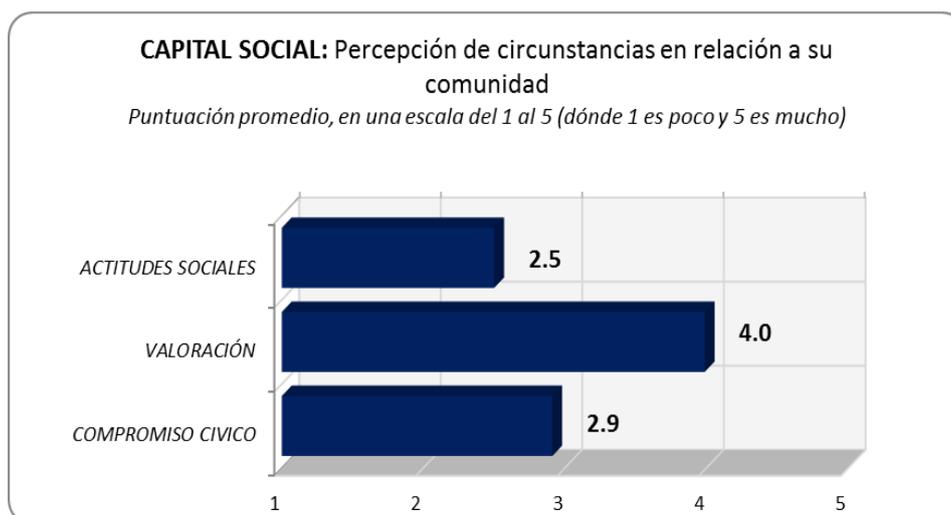


Relación con su entorno:

Para ello, se ha evaluado al joven respecto a las actitudes sociales, valoración de su territorio y el compromiso cívico que tiene; con la finalidad de cuantificar el aspecto cualitativo se ha realizado una puntuación en donde 1 es poco y 5 es mucho.

Resumiendo, los jóvenes en la cadena de café y cacao, tienen una baja percepción de lo que ocurre en su territorio, no tienen interés por las relaciones entre actores que se ubican en su territorio; sin embargo, si valoran muy bien a su comunidad, les gusta vivir en ella y estarían dispuestos a realizar acciones conjuntas; finalmente una baja percepción del compromiso cívico principalmente en estar informado de lo que sucede en su territorio, esto también tiene un relación con la participación, el respeto por los bienes ajenos, entre otros aspectos.

Gráfico 34: Capital Social



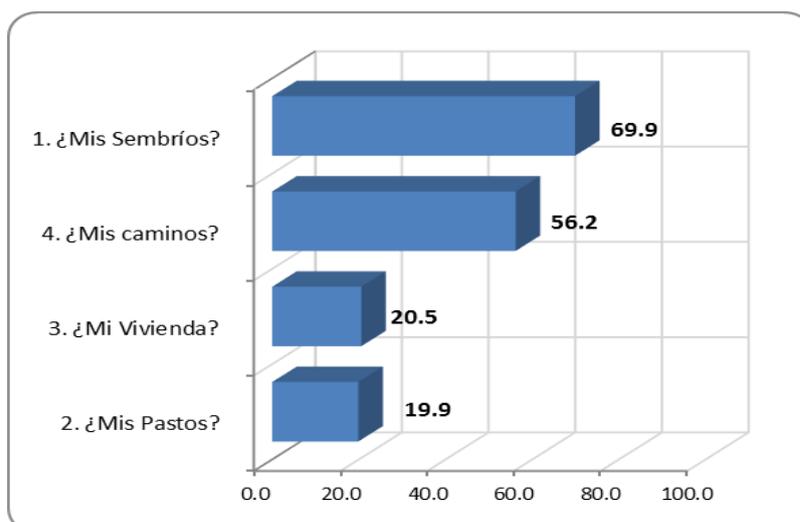
Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración propia.

Percepción del Cambio Climático:

Para los jóvenes la percepción que tienen respecto al cambio climático, está relacionado principalmente a la afectación de cultivos en general, sin embargo, cuando se les pregunta a que cultivos te refieres hacen referencia primero al café, luego al banano y en tercer lugar al cacao; ésta información nos hace suponer que hay pocas extensiones de cacao aún en las zonas de estudio, el cultivo del cacao es más resistente a los efectos del cambio climático respecto del café o que en los encuestados predominaba la producción de café.

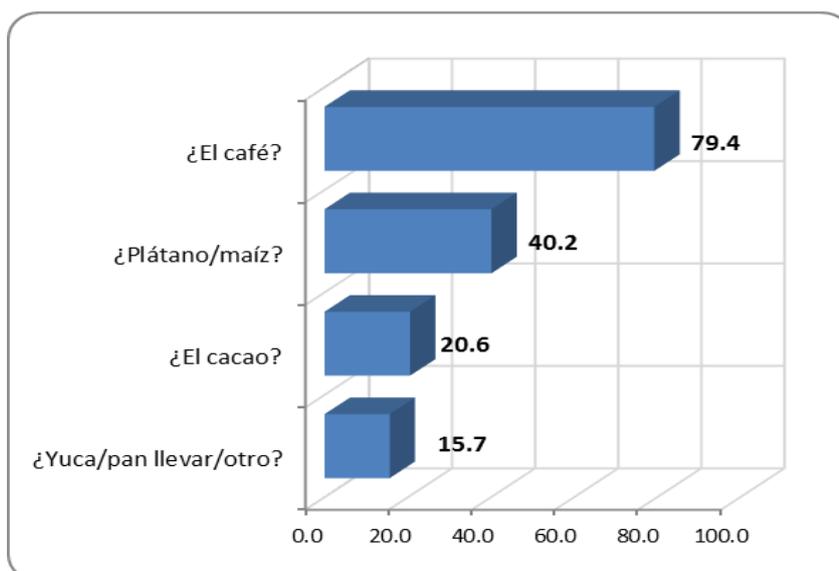
La afectación en los cultivos se da a nivel de aparición de plagas incrementando el costo de producción, pérdida de la producción, disminuyendo la productividad; y la falta de agua en algunos territorios.

Gráfico 35: Aspectos que afecta el Cambio climático



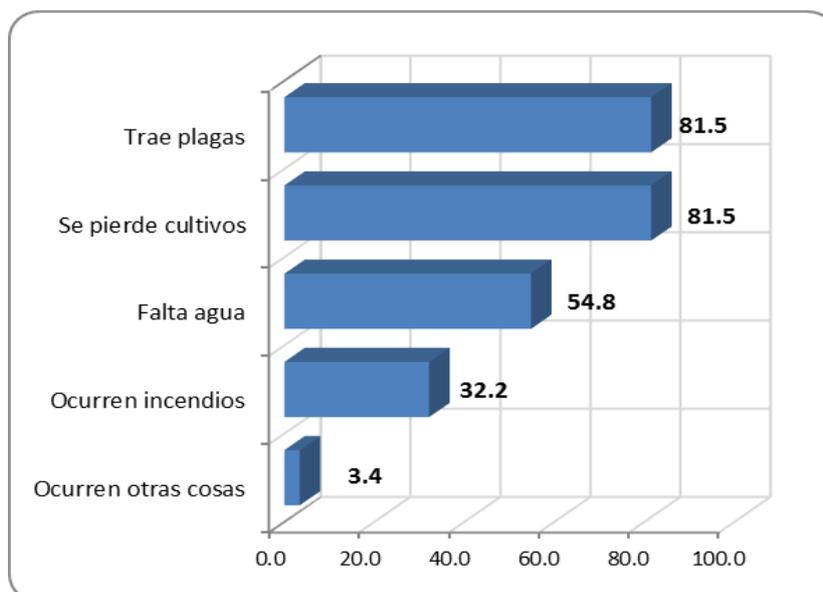
Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración propia.

Gráfico 36: Principales productos que afecta el CC



Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración propia.

Gráfico 37: Como afecta a los cultivo el CC



Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración propia.

VII. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PERMANENCIA O NO DE LOS JÓVENES EN EL SECTOR AGRÍCOLA RURAL.

El estudio analiza 9 factores que influyen en la permanencia o no de los jóvenes en el sector rural; en el alcance y metodología del estudio se describe como se han definido los factores y que variables se consideran en cada factor a partir de la información recolectada en las tres regiones definidas en el estudio; la principal fuente de información de estos factores son la ficha de encuesta levantada a los jóvenes de acuerdo a sexo, sub grupos de edad y otras variables; se utiliza también información recogida en los grupos focales.

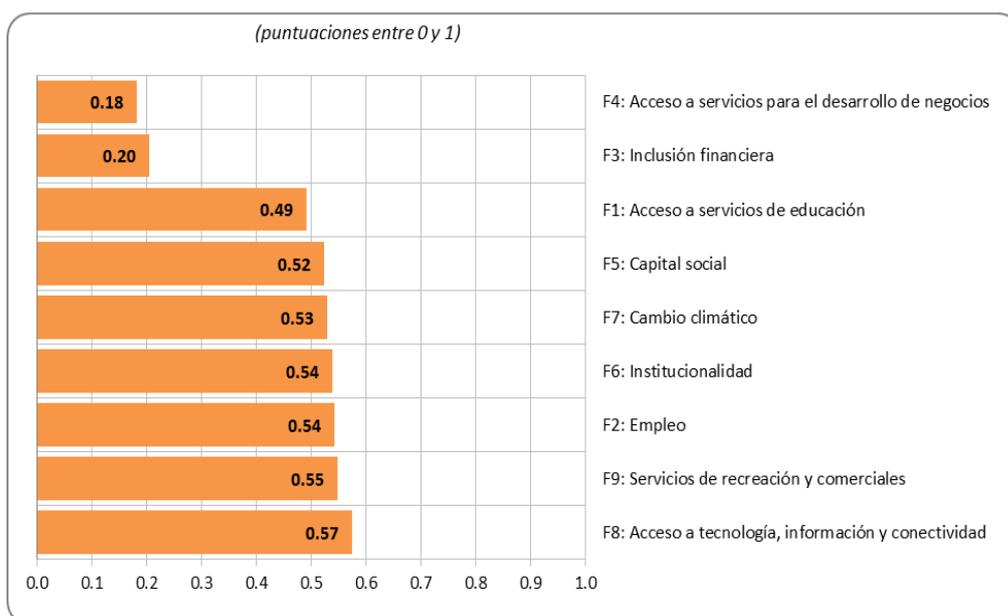
Los factores analizados son:

1. Acceso a servicios de educación y capacitación para el trabajo;
2. Empleo.
3. Inclusión financiera.
4. Acceso a servicios para el desarrollo de negocios.
5. Capital social.
6. Institucionalidad.
7. Cambio climático.
8. Acceso a tecnología e información y conectividad.
9. Servicio de recreación y comerciales

Los resultados de los factores se han analizado y comparado a nivel de regiones, subgrupos de edad, sexo, condición de migración y expectativa de migración. Los resultados también nos sirven para comparar con los resultados cualitativos de la percepción de los actores involucrados en la cadena de café y cacao así como para la elaboración de la propuesta de líneas de intervención. La estructura y elaboración de los indicadores de los factores se encuentra en anexo.

Resultados de los Factores

Gráfico 38: Resultados de los Factores que influyen en la permanencia o no de los jóvenes en el sector agrícola



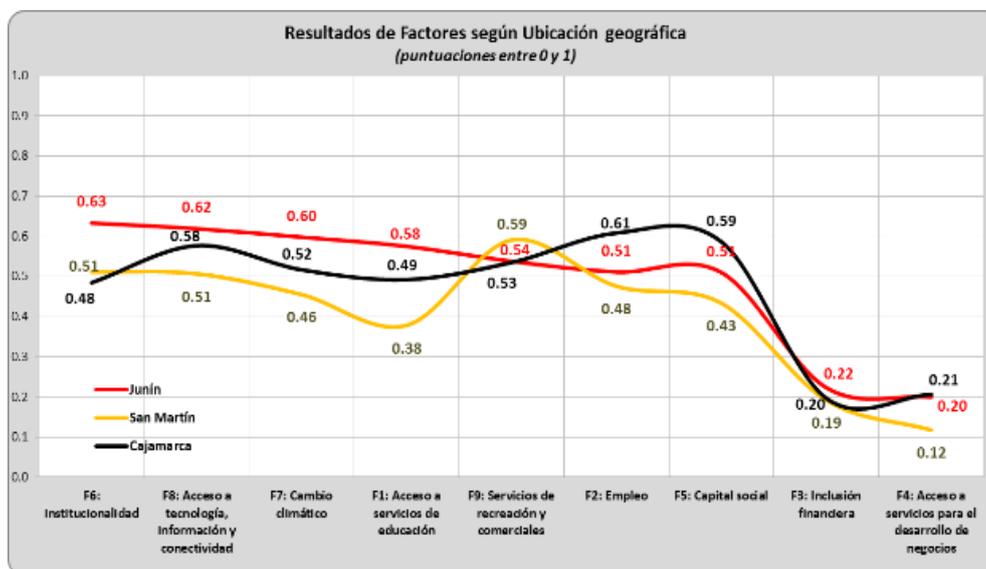
Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración propia.

Los factores que influyen a que los jóvenes salgan de la zona rural son: Bajo acceso a los servicios para el desarrollo de negocios; baja inclusión financiera en los jóvenes y bajo acceso a los servicios educativos de calidad; al comparar con la información cualitativa podemos decir, que los jóvenes rurales están buscando independencia económica, por ende, necesitan acceso a servicios para el desarrollo de negocios; capital de trabajo; así como, fortalecer sus capacidades con una educación de calidad. A pesar que en los últimos 10 años se han implementado en toda la zona rural algunas iniciativas para promover emprendedurismo juvenil por programas y proyectos generalmente de organismos no gubernamentales, es notorio la existencia del bajo acceso a estos servicios; asimismo, el acceso a capital de trabajo por los jóvenes a pesar de que ha mejorado las finanzas rurales en general sigue excluido el ofrecer productos financieros para financiar planes de negocio, ideas de negocio, proyectos de inversión, etc.

El factor capital social (relación con su entorno), la percepción del cambio climático, institucionalidad y empleo con valores 0.52; 0.53 y 0.54 respectivamente; tienen que fortalecerse para que se constituyan como factores que ayudan a que los jóvenes se queden en las zonas rurales a pesar que están sobre un puntaje superior al 0.5. Finalmente, por ser un estudio exploratorio, es necesario ahondar más en cada uno de los factores.

Factores a nivel de las regiones de estudio

Gráfico 39: Factores a nivel de Regiones

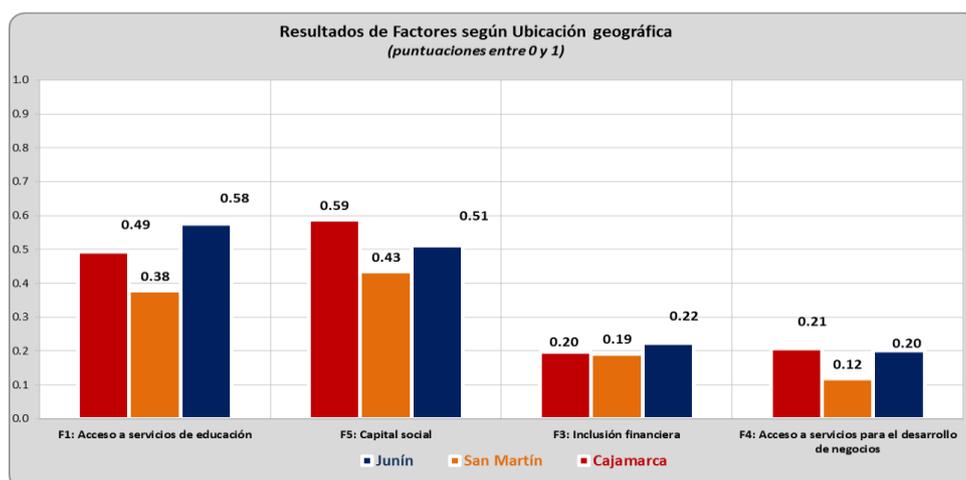


Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración propia.

Notamos que las tres regiones tienen que trabajar por mejorar el acceso a los servicios para el desarrollo de negocios y la inclusión financiera principalmente. Junín y San Martín ponen énfasis en el acceso a empleo y capital social; mientras de Cajamarca y San Martín se da más importancia al acceso a servicios de educación.

A continuación observaremos los 4 factores más importantes a trabajar comparados a nivel de las regiones de estudio:

Gráfico 40: Principales factores por Regiones de estudio



Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración propia.

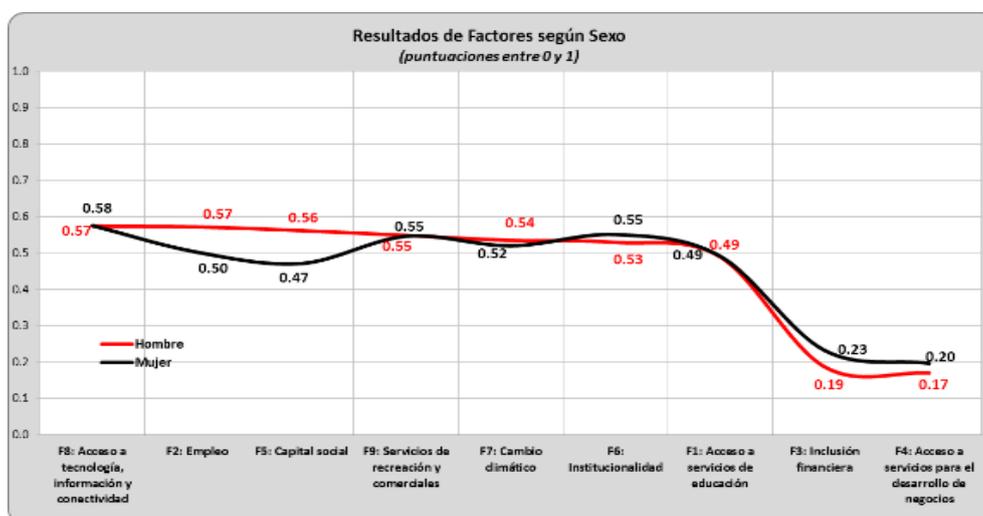
San Martín es una de las regiones que tiene menor valor en los 4 factores mostrados, en comparación a Junín y Cajamarca; en los grupos focales los jóvenes respondían la necesidad de salir de su localidad por estudiar debido a que en otras regiones existe mejor calidad educativa y que la localidad donde ahora viven no tienen posibilidad de generar nuevos negocios por ser la demanda muy baja.

Cajamarca, tiene un buen puntaje referido al capital social, significando que existe una mayor participación del joven con su entorno y en especial con su cooperativa; es notorio el resultado al hacer las visitas de campo se observó un liderazgo de los jóvenes en sus cooperativas, principalmente en la gestión.

Junín, muestra un nivel sobre el promedio en cuanto al factor Educación, sin embargo, esta educación no necesariamente se ha realizado en los territorios donde viven los jóvenes, sino que han regresado después de haber estudiado, siendo la ciudad más cercana Huancayo.

Factores a nivel de Hombres y Mujeres Jóvenes

Gráfico 41; Factores por sexo



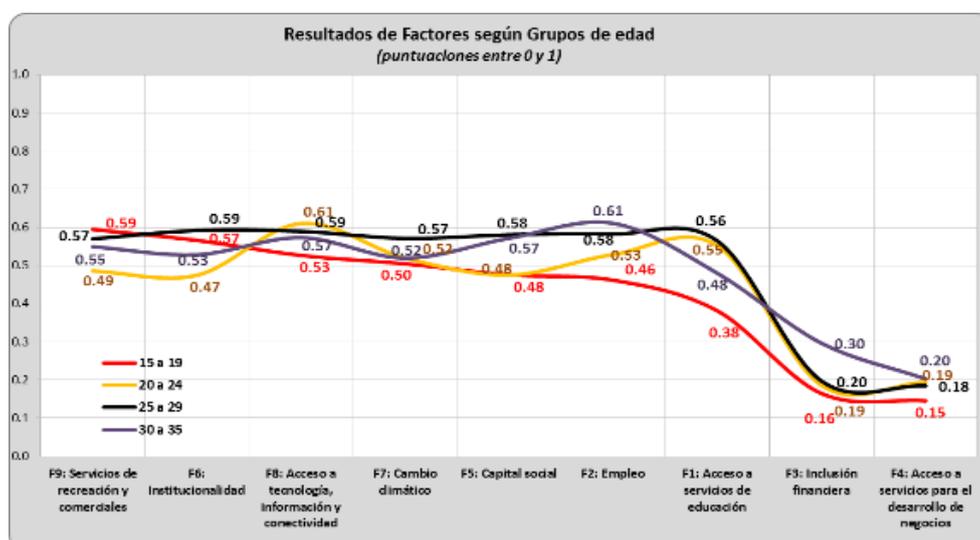
Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración propia.

Las principales brechas entre hombres y mujeres jóvenes se dan en los factores de acceso a empleo y el capital social; es decir, en la zona rural prevalece el mayor acceso al empleo para los hombres que las mujeres; a nivel del capital social, está referido a la poca participación de las mujeres en espacios donde vive y la relación con su entorno, es decir, está realizando actividades de estudio o labores en la casa.

Existe una brecha positiva en cuanto a inclusión financiera y los servicios para el desarrollo de los negocios se observa que las mujeres tienen un mayor valor en estos dos factores, significando que cuentan con mayor garantía, seriedad para endeudarse; al validar con las entrevistas a las entidades financieras, nos manifestaban que la tasa de morosidad es mayor a nivel de los varones que de las mujeres; siendo lo mismo en cuanto a acceso a servicios de desarrollo de negocio, puesto que, las mujeres vienen buscando alternativas para lograr el derecho económico dentro de su familia.

Factores a nivel de Sub grupos

Gráfico 42: Factores por grupos de edad

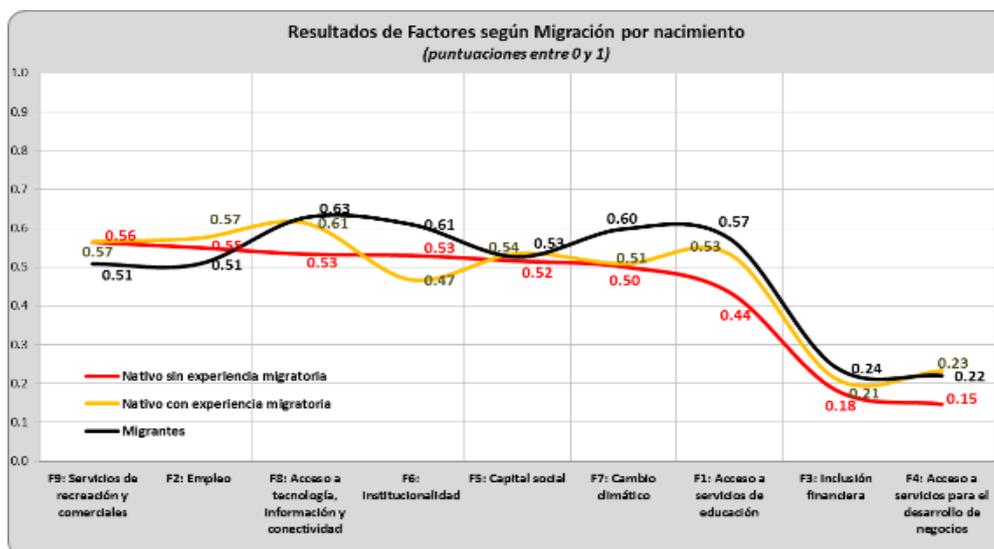


Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración propia.

Como se observa en el cuadro, no hay mayores diferencias de comportamiento en los factores respecto a los sub grupos dentro del intervalo estudiado (15-35 años); quizá es importante mencionar el comportamiento de los factores acceso a la inclusión financiera con una diferencia de 15 puntos (0.16 - 0.30) entre el grupo de 15 a 19 años y el grupo de 30 a 35 años; significando que el tema financiero en las zonas rurales están directamente ligados a la edad y a las garantías que ofrecen los que solicitan un crédito, es más entidades financieras entrevistadas la edad mínima para los préstamos es de 22 años. Otro aspecto se observa la consolidación del empleo del sub grupo 30 a 35 años con un valor del (0.61); sin embargo, a nivel de educación el grupo de 25 a 29 años tiene un mayor valor (0.56).

Factores según migración por nacimiento

Gráfico 43: Factores por migración por nacimiento

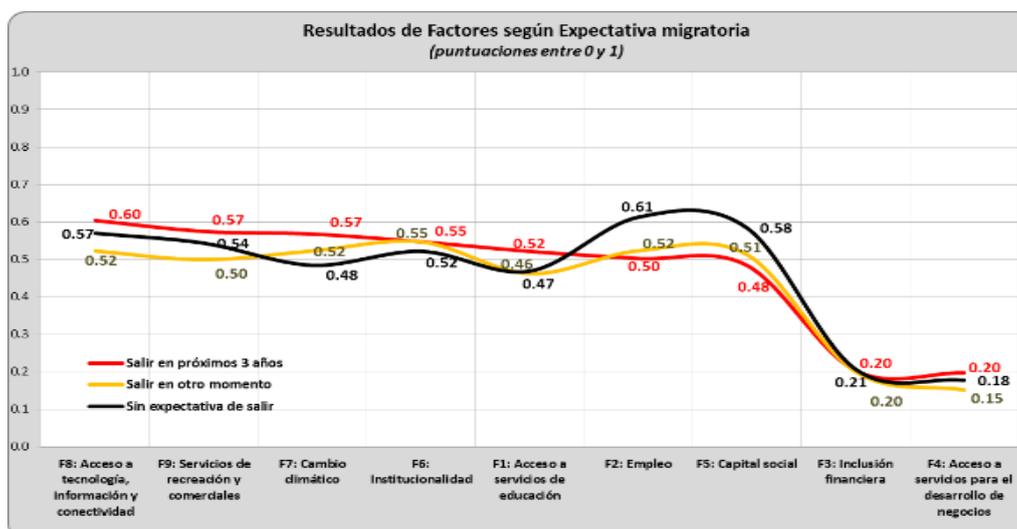


Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración propia.

Se observa que los jóvenes migrantes solamente tienen menor puntaje en los factores de Servicios de recreación y empleo por debajo de los nativos sin y con experiencia, mientras, que en los demás factores están superiores; por ejemplo se hace notorio en acceso a servicios de educación, percepción del cambio climático y la Institucionalidad de su territorio. Los resultados nos permite formular una hipótesis siendo que: *"los migrantes son amantes del riesgo, tienen mejor visión de futuro y a la vez mayor responsabilidad de mejorar su calidad de vida en el territorio donde viven actualmente respecto de donde nacieron"*.

Factores por expectativa migratoria

Gráfico 44: Factores por expectativa Migratoria



Fuente: Encuesta Realizada en marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración propia.

Finalmente, realizando el cruce de los 9 factores con la variable de expectativa migratoria en los jóvenes; se observa de las principales brechas se muestran en los factores de empleo, capital social y en menor medida el acceso a servicios de educación. Significando que el joven que no tiene expectativa de salir de su territorio tiene mejor relacionamiento en su localidad y cuenta con empleo que los que están pensando en salir; explicando que el empleo es uno de los principales factores por lo que salen los jóvenes.

También se observa que a pesar de que tiene expectativa de salir los jóvenes en la fecha tienen mejores valores en cuanto a acceso a tecnología, servicios de recreación, cambio climático Institucionalidad y acceso a servicios de educación en comparación a los que no quieren salir en un periodo mayor a tres años y los jóvenes sin expectativa de salir.

Una mirada de los Factores desde actores en la cadena de café y cacao

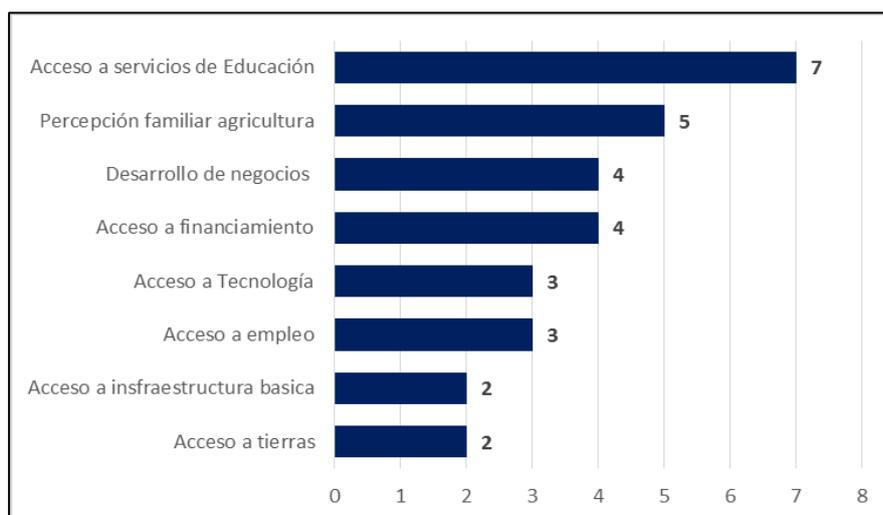
Con el objetivo de contrastar la información generada a partir de las fichas de encuesta con los propios jóvenes; y la visión que tienen los actores involucrados en la cadena de café y cacao a nivel del sector público y privado intentamos validar la situación actual de estos factores que influyen en los jóvenes en salir o no de las zonas rurales.

A la pregunta de ¿cuáles son los factores que influyen en la salida de los jóvenes en las zonas rurales?; los actores respondieron en promedio hasta cuatro factores de manera indistinta; los cuales se muestran a continuación:

- **Acceso a servicios de Educación;** poco acceso, baja calidad del servicio y brechas entre una educación a nivel de distrito con las de una provincial.
- **Percepción familiar sobre agricultura;** relacionan agricultura a pobreza; no seas igual que yo, tienes que estudiar; sigue estudiando sino vas a la chacra; ven a la agricultura como castigo, discriminación por lo rural en espacios urbanos.
- **Acceso a financiamiento;** poco acceso, muy burocrático, muy caro, siempre solicitan garantía que es ofrecida por los padres y éstos muchas veces no están motivados para solicitar un prestamos por miedo o desconocimiento.
- **Acceso a Empleo;** buscan trabajo remunerado y que tengan una permanencia mayor a un año.
- **Acceso a Tecnología;** principalmente a comunicaciones, pero también a tecnología para agregación de valor para productos.
- **Desarrollo de negocios;** principalmente en formación para emprendimientos y otorgamiento de incentivos como capital semilla.
- **Acceso a tierras;** referido a la posición de las tierras de manera informal y cada vez más fragmentada en la sierra y selva; los padres no les dan con documentos las parcelas como anticipo de herencia a los hijos.
- **Acceso a infraestructura básica;** condiciones mínimas para vivir mejor como agua, luz, salud; etc.

Una vez identificados los factores se ha cuantificado considerando el número de frecuencias o veces que se repiten los factores en cada una de las entrevistas realizadas a los actores en la cadena de café y cacao. A continuación se muestra los resultados de los factores de acuerdo a su importancia.

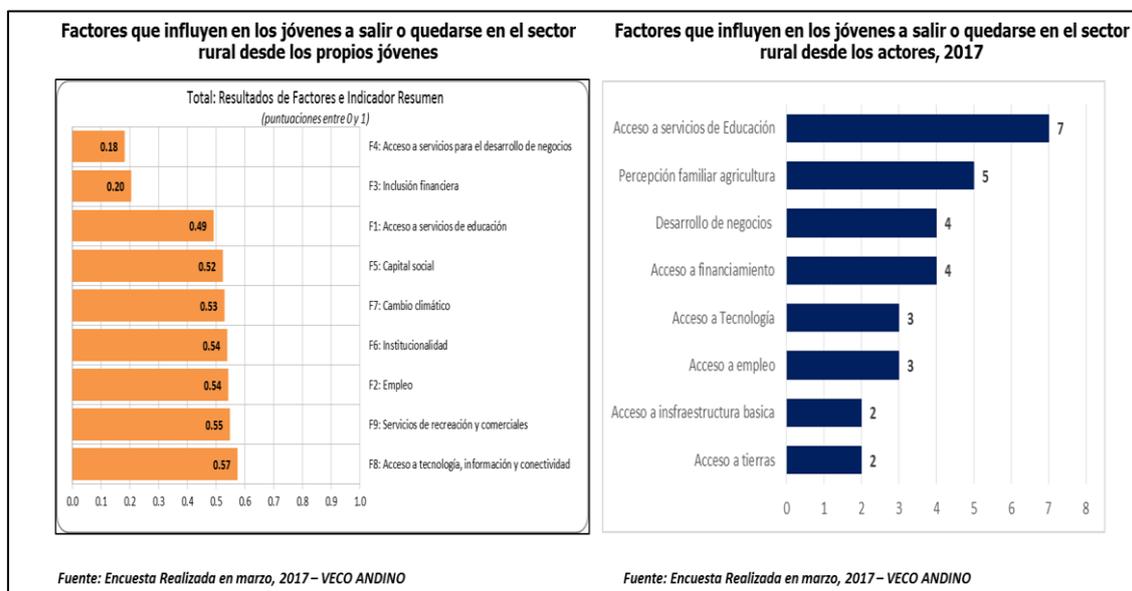
Gráfico 45: Factores por actores en la cadena de café y cacao, 2017



Fuente: Entrevistas actores clave en la cadena de café y cacao marzo, 2017 – VECO ANDINO
Elaboración propia

Notamos que el factor más importante de salida según los actores entrevistados son el acceso a servicios educativos, le sigue la percepción familiar sobre la agricultura; es decir, relación común entre agricultura y pobreza, lema a diario en la zona rural *sigue estudiando sino vas a la chacra*, discriminación por ser rural; etc; el acceso al financiamiento y el desarrollo de negocios. Tenemos un bloque de cuatro factores que si bien es cierto importante no se enfatiza en las entrevistas como son acceso a tecnología, empleo, infraestructura y acceso a tierras.

Gráfico 46: Comparación de Factores



Al comparar los factores que influyen en los jóvenes que salgan del sector rural, vemos que para el caso de los actores involucrados en la cadena de café y cacao si tienen una acertada lectura de la situación actual de los jóvenes coincidiendo en tres factores que influyen a que salgan los jóvenes siendo: acceso a educación, desarrollo de negocios y acceso a financiamiento.

VIII. PERSPECTIVAS DE LOS JÓVENES INVOLUCRADOS EN LA CADENA DE CAFÉ Y CACAO

Para conocer las perspectivas de los jóvenes en las edades de 15 a 35 años involucrados en la cadena de café y cacao se desarrollaron grupos focales con los jóvenes de acuerdo a su edad y territorio; a través de los cuales los jóvenes de manera voluntaria respondían algunas preguntas que les hacía el facilitador de los grupos focales.

Con el propósito de mostrar las perspectivas que tienen los jóvenes y la diversidad de opiniones existentes a nivel de cada territorio se ha realizado un esfuerzo por generar bloques de temas vinculados a los jóvenes de manera personal y la percepción que tienen respecto a su entorno y en específico a su cooperativa.

A.- Perspectivas como jóvenes

1.- Visión de Futuro:

- Estudiar más y especializarme en barismo, administración y regresar a ofrecer lo aprendido.
- Tener un negocio independiente de servicio de consultoría contable, para permanecer más con mi familia.
- Contar con mi empresa propia de construcción, debido a que soy ingeniero industrial, no depender de nadie.
- Tener una empresa relacionada al café y a la crianza de cerdos como propuesta de diversificación.
- Continuar con el negocio familiar de contar con mi farmacia y ampliarme a otras provincias.
- Quiero a mi tierra, estudie lejos de ella, regrese y estoy aportando a mi tierra tengo el anhelo de ser alcaldesa de mi provincia.
- Me motiva quedarme en mi territorio el haber nacido acá y estudiado acá, las oportunidades están acá, el desafío es identificarlas y aprovecharlas.
- Dedicarme la producción de ovinos, producción lechera para ayudar a la desnutrición infantil, continuar el negocio de mis padres.
- Vender servicios de asistencia técnica especializada en café y cacao a instituciones que vienen ejecutando proyectos como es la municipalidad.
- Ser buenos profesionales y asentarse en ciudades intermedias como Tarapoto, Lambayeque y Huancayo.
- Incrementar parcelas de cacao e ir haciendo la conversión entre café y cacao; pero también mejorando la productividad, es decir más quintales de cacao por Ha.
- Por el cambio climático el café ya no será negocio el café, por ende me dedicare a otra producción de procesos más cortos y diversificare con actividad pecuaria.

Conclusión: *Los jóvenes tienen claridad en lo que quieren ser, están buscando la independencia económica a partir de la generación de hacer empresa y emprender algo pequeño, son conscientes de la realidad que viven y las dificultades y retos que hay en la cadena de café y cacao, desean diversificar con otras producciones, como son las crianzas de animales menores; muchos jóvenes les gusta vivir en su territorio y quieren aportar ahora que son profesionales e incursionar en política, desean ofrecer servicios de asistencia técnica para mejorar la productividad de sus cultivos y son capaces de emprender acciones para mitigar los problemas generación por el cambio climático.*

2.- Limitantes que enfrentan:

- Los jóvenes quieren seguir aprendiendo, sin embargo, las distancias aún dificulta para seguir estudiando.
- Predomina el lema "No seas como tu padre", debiera cambiarse a nivel de la familia, ver la chacra como un negocio.
- Existe muchos padres que son socios y no le dan los papeles de las parcelas a sus hijos, generan incertidumbre y hacen que el joven emigre.
- Queremos hacer negocios pero no tenemos capital y mejorar la gestión de los negocios, tenemos que capacitarnos más.
- Poca socialización de experiencias e intercambio entre jóvenes a nivel regional, nacional e internacional que ayuden a despertar el interés de nosotros en el marco de una campaña de capacitación y sensibilización.
- Los jóvenes quieren y sueñan siempre con un buen sueldo; no sueñan con tener empresa.
- Los estudios debieran estar acorde con la tecnología para aplicarlos en el campo no mucha teoría y con resultados concretos.
- Los técnicos agropecuarios están inclinados más a la producción agropecuaria en la crianza de animales menores mientras que los profesionales universitarios como agrónomos quieren formar empresas en otras ciudades y ofrecer servicios a empresas grandes; ser dependientes.

Conclusión: *Los jóvenes enfrentan limitantes de distancia para seguir estudiando, no cuentan con capital para desarrollar negocios, existe incertidumbre en la familia al momento de entregar la herencia para trabajarla, los técnicos agropecuarios tienen mucha inclinación por el tema de crianzas no hay incentivos para la agricultura.*

3.- Razones por la que sale del campo

- En busca de Trabajo mejor remunerado, es decir, mejor pagado.
- El campo necesita mayor movimiento comercial, acceso a servicios de educación, tecnología (internet).
- Salir de mi territorio porque los sueldos son bajos cuando era soltero si alcanzaba con familia es complicado.
- Salir por educarme mejor, en otros lugares hay, mejor calidad de universidades y por temas de salud.
- Uno sale del campo a la ciudad por mejoras económicas, sin embargo, al migrante en la costa los tratan mal, por tanto regresan con algo de ahorros y compran alguna parcela y empiezan a incursionar en la chacra pero ya como negocio.

Conclusión: *Los jóvenes salen del campo por buscar mejores sueldos, mejor empleo, por educarse mejor y generar mejoras económicas que por ahora su territorio no le puede ofrecer; esto confirma los factores que influyen a que salgan los jóvenes del sector rural como es la educación de calidad, mejoras económicas, y empleo.*

4.- Perspectiva por promover negocios:

- Los negocios conjuntos son importantes en la medida que sean promovidas por instituciones que conocen el tema y logren impacto, no como meta que hacen las municipalidades.

- Necesitamos fortalecer capacidades en identificación de mercados, muchos hemos fracasado poniendo el negocio donde no vendemos mucho, es clave conocer el tamaño del mercado.
- Existe el temor a emprender algo, el sistema en la zona rural está basado en los adultos no en los jóvenes; ahora viene promoviéndose de manera lenta por parte de ONGs no por instituciones locales.
- Los jóvenes que no son parte o no tienen relación de las cooperativas lo ven muy negativo debido que es regresar a la chacra los jóvenes ahora quieren carreras de oficina.
- Es importante tener varios ingresos no solo depender del sueldo, tener iniciativa por algún negocio pequeño.
- Tener otro negocio en mi tierra como es la apicultura relacionada a mi finca de café, crianza de animales menores como gallinas ponedoras y cuyes por que se ha incrementado la demanda por la cantidad de migrantes que vienen a la selva.
- Los negocios conjuntos funcionan en la medida que los integrantes no son egoístas y más bien trabajan en base a su confianza para lograr lo propuesto.
- Los emprendimientos deben estar acompañados de uso y adaptación de nuevas tecnologías, para ello se debe formar a los jóvenes en esa adaptación.
- Involucrarme en negocio de los restaurantes de comida criolla, pollo y chifa no solo a nivel del distrito sino en la provincia.

Conclusión: *Los jóvenes tienen mucho interés por generar nuevos negocios, sin embargo, enfatizan la importancia de la formación principalmente en identificación de los mercados, siempre buscan la independencia económica a pesar de que muchos ofrecen sus servicios profesionales a las cooperativas, creen en las propuesta de negocios conjuntos entre jóvenes en la medida que sean capaces de generar confianza entre ellos.*

5.- Limitantes para promover negocios

- Bajo acceso al capital de trabajo para los jóvenes, existencia de tasa muy altas de interés y muchas condiciones para acceder al capital de trabajo como es edad mínima, garantías, etc.
- Poco capital con el que cuentan por lo que es necesario la existencia de una financiera en el territorio, la cual pueda prestar dinero para compra de activos. (ej.: una chacra, instalaciones etc.).
- La principal fuente de financiamiento en los territorios son las cooperativas cafetaleras que tienen sus brazos cofinanciadores; pero estos ofrecen préstamos a nombre de los socios no a los hijos.

Conclusión: *La principal limitación para promover negocios con los jóvenes es el acceso al capital de trabajo, las pocas iniciativas que existen en los territorios, es a partir de las entidades financieras propias de las cooperativas que ofrecen el capital pero a los socios de la cooperativa no a los hijos como tal, generando muchas veces conflictos entre hijos y padres*

B.- Perspectivas frente a su Cooperativa

1.- Visión de la cooperativa

- La cooperativa son los socios; sus exigencias y decisiones, hacen de la cooperativa un espacio vivo en el que el aumento de la oferta de servicios dependerá del interés de cada uno de sus socios.
- Las cooperativas serán más grandes y con mejores rendimientos en la producción, sin embargo, siguen adoleciendo en la gestión organizativa, es decir, entre socios ni se conocen y los dirigentes de las cooperativas nunca llegan a las comunidades, es decir, crecen en número de socios pero no maduran como organización.
- Las cooperativas deben cambiar sus directivos, las cabezas en las organizaciones son importantes pero no deben quedarse por mucho tiempo en los cargos.
- Las cooperativas deben ser sostenibles en el tiempo, sigue siendo necesario el fortalecimiento de los socios en los principios cooperativos, es un trabajo continuo de trabajar el sistema.
- Las cooperativas deben ofrecer más servicios no solo al socio sino a la familia, en la medida que todos los integrantes de la familia reciben los servicios estos serán más sostenibles en el tiempo.
- Veo cooperativas con mayor número de socios pero con menos producción de café por los factores climáticos.

Conclusión: *Los jóvenes ven a los socios como los responsables del éxito o fracaso de la cooperativa en el tiempo; proponen que haya un cambio de los directivos a pesar de que pueden estar haciendo muy bien su trabajo, es importante dar oportunidad a otros socios, que los servicios lleguen no son al socio sino también a la familia y que se debiera continuar fortaleciendo a los socios con los principios cooperativos.*

2.- Percepción sobre los servicios que ofrece su cooperativa

- Los pocos servicios que ofrece la cooperativa a sus socios llegue a la totalidad de los socios, no solo a unos cuantos, es decir, nos visiten en nuestras parcelas a todos no solo a los dirigentes.
- Las cooperativas debieran ofrecer el servicio de análisis de suelos, no es posible que sigamos abonando sin saber que necesita nuestros suelos.
- Las cooperativas deben generar más proyectos ambientales para ser frente a las variaciones del clima que afecta al medio ambiente y al propio producto.
- Las cooperativas deben implementar procesos tecnológicos para atraer a los jóvenes; eso nos gusta.
- Fortalecer las relaciones padre a hijo a través de un acompañamiento y fortalecimiento de capacidades en administrar y gestionar los recursos familiares.
- Fomentar el tema cultural en los jóvenes, hay a la fecha un orgullo por lo productivo pero nos falta por los platos típicos, folclore, etc.

Conclusión: *Los jóvenes están demandando nuevos servicios concretos como es el análisis de suelos, proyectos ambientales y la implementación de procesos tecnológicos que atraigan a los jóvenes a las cooperativas; sin embargo, es clave que estos servicios lleguen a todos los socios; no se ahondado en el tema pero da la impresión que muchos servicios que se ofrecen por la cooperativa, según los grupos focales solo llegan a los dirigentes; es oportunidad para que las cooperativas puedan evaluar la cobertura de sus servicios para ir mejorando día a día.*

IX. MARCO NORMATIVO QUE FOMENTA LA INCLUSIÓN DE LOS JÓVENES EN LA AGRICULTURA Y EL EMPLEO JUVENIL.

Se creyó conveniente ahondar en los programas, mecanismos, fondos y proyectos que guarden relación con los ejes del presente estudio: jóvenes, desarrollo rural, empleo y agricultura; con especial énfasis en la cadena de café y cacao. Cabe señalar que la recopilación realizada busca presentar información vigente y actualizada.

A continuación se presentarán cinco cuadros divididos de la siguiente forma:

1. Programas e Iniciativas llevadas a cabo por el Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo - MINTRA
2. Programas e Iniciativas llevadas a cabo por el Ministerio de Agricultura y Riego - MINAGRI
3. Planes y estrategias nacionales.
4. Proyectos relacionados a jóvenes y/o ámbito rural
5. Fondos que fomentan emprendimientos

En relación a las políticas de empleo que brinda el Estado peruano a través del Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo, se tiene solo un programa que tiene como beneficiarios directos a la población joven. El programa **Jóvenes Productivos**, antes denominado Jóvenes a la Obra tiene los siguientes roles:

- Brindar formación laboral gratuita
- Facilitar el acceso al mercado laboral de los jóvenes
- Apoyar el emprendimiento juvenil
- Desarrollar capacidades para la generación de negocios en zonas urbanas y rurales

Si se toman en cuenta las acciones por ámbitos, en el ámbito urbano, como lo menciona su página web oficial "el programa interviene con capacitación técnica e inserción laboral, orientando su acción al empleo dependiente e independiente y al emprendimiento de negocios, facilitando incluso el capital inicial de trabajo". Y en el ámbito rural, "el programa interviene con capacitación técnica productiva, orientando su acción al empleo independiente, promoviendo la implementación de centros de producción y desarrollando emprendimientos productivos".

Por otro lado, se encuentra el **Servicio de Orientación Vocacional e Información Ocupacional – SOVIO**, el cual se enfoca en los jóvenes hasta los 24 años de edad, a los cuales se les brinda el servicio de asesoría vocacional para que puedan contar con mayor información y conocimiento al momento de elegir una carrera universitaria, técnica u ocupacional.

Finalmente, se tiene el **Programa Impulsa Perú**, el cual busca mejorar la empleabilidad a través de capacitaciones y el **Mecanismo Centro de Empleo**, que tiene como fin promover la inserción laboral brindando servicios gratuitos de promoción del empleo, empleabilidad y emprendimiento

Cuadro 13: Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo

Nombre	Creación	Población beneficiada	Objetivo	Página web
Programa Jóvenes Productivos (antes denominado "Jóvenes a la Obra")	Se creó en agosto del 2011 mediante Decreto Supremo N° 013-2011-TR, bajo el nombre de Jóvenes a la Obra	Personas entre 15 a 29 años de edad	Facilitar el acceso de los jóvenes al mercado laboral formal a través de capacitación laboral, asistencia técnica para el emprendimiento e intermediación laboral. El programa brinda formación laboral en los siguientes rubros: Agropecuario, Comercio, Construcción, Industria, Pesca, Servicios y Transporte, almacenamiento y comunicaciones	http://www.jovenesproductivos.gob.pe/
Programa Impulsa Perú (antes denominado "Vamos Perú")	Decreto Supremo N° 003-2015-TR, Decreto Supremo que aprueba el cambio de denominación del Programa Vamos Perú por Impulsa Perú	Personas mayores de edad que: <ul style="list-style-type: none"> • se encuentren en riesgo de desempleo. • Perciben menos de 2mil soles como ingreso anual bruto. • trabajar independiente que haya reducido sus ingresos. • trabajadores que retornaron al Perú desde el 2008. • trabajadores dependientes del sector público o privado que perdieron sus trabajos desde el 2010 	Promover el empleo, mejorar las competencias laborales e incrementar los niveles de empleabilidad en el país a través de la información sobre oportunidades laborales, asesorías a los emprendedores de forma personalizada, capacitaciones según la demanda del mercado laboral y certificando a los trabajadores que no tienen educación formal en su oficio.	http://www.impulsaperu.gob.pe/portal/

Nombre	Creación	Población beneficiada	Objetivo	Página web
Mecanismo Centro de Empleo - RED CIL PROEMPLEO	Creado en 1996	Ciudadanos y empresas	Promover del empleo para la inserción laboral, mejora de la empleabilidad y desarrollo de emprendimientos sostenibles, brindando en un solo lugar los servicios gratuitos de promoción del empleo, empleabilidad y emprendimiento que presta el Estado, tanto a los ciudadanos como a las empresas.	http://silnet.trabajo.gob.pe:8080/empleoperu/Pedido.do?method=inicio
Servicio de Orientación Vocacional e Información Ocupacional – SOVIO	Creado en el 2014	Jóvenes con tercer de secundaria concluido y hasta los 24 años de edad.	Promover la construcción de un proyecto d vida de los jóvenes y orientarlos para la elección de la carrera profesional, técnica u ocupacional que podrían seguir al egresar de la etapa escolar.	http://testvocacional.trabajo.gob.pe:8080/si.sistestext/doPresentacion.do

Tomando en cuenta las políticas relacionadas al sector agrario llevadas a cabo por el Ministerio de Agricultura y Riego, se pueden mencionar dos programas que señalan como beneficiarios directos a los/las productores/as agrarios/as.

El **Programa de Desarrollo Productivo Agrario Rural - Agro Rural**, busca diseñar, promover y gestionar modelos de desarrollo agrario rural que faciliten la articulación de las inversiones público-privadas. Este programa nació de la fusión y sinergia de Organismos Públicos Descentralizados y Programas activos del Ministerio tales como PRONAMACHCS¹⁴, PROABONOS¹⁵, PROSAAMER¹⁶, MARENASS¹⁷, ALIADOS, CORREDOR PUNO CUZCO, PROYECTO SIERRA NORTE Y PROYECTO SIERRA SUR; y abarcó inicialmente 1000 distritos del ámbito rural del Perú, con 200 sedes y subsedes existentes ubicadas en 20 departamentos a lo largo del país.

También se cuenta con el **Programa de Compensaciones para la Competitividad – Agroideas**, el cual beneficia a los pequeños productores agrarios de todo el país que desarrollan sus actividades en unidades productivas sostenibles. Este programa se ejecuta a través de un fondo concursable que busca mejorar la competitividad de las cadenas productivas a nivel nacional. Cabe señalar que si bien en el año 2016 culminaba, ese mismo año por medio de una ley se extendió el programa hasta el año 2019.

Finalmente, se cuenta con una iniciativa avocada solo a los jóvenes que estén en el último ciclo de universidad o que recién hayan egresado. La Iniciativa se denomina **Jóvenes Talentosos para el Desarrollo Agrario – AGROJOVEN**, la cual fue aprobada en el año 2016 y tendrá vigencia hasta el 2021, periodo en el que estima atender a más de 1600 jóvenes a nivel nacional. La implementación de las prácticas en campo recién se realizará a partir del primer trimestre del 2017. Los jóvenes que accedan a una vacante podrán participar del plan por un periodo de ejecución de hasta un año y recibirán un pago mensual de acuerdo al marco legal de la Ley N° 28518 sobre modalidades formativas laborales.

¹⁴ Programa Nacional de Manejo de Cuencas Hidrográficas y Conservación de Suelos

¹⁵ Proyecto Especial de Promoción del Aprovechamiento de Abonos Provenientes de Aves Marinas

¹⁶ Programa de Servicios de Apoyo para Acceder a Mercados Rurales

¹⁷ Unidad de Coordinación del Proyecto Manejo de Recursos Naturales en la Sierra Sur.

Cuadro 14. Ministerio de Agricultura y riego

Nombre	Creación	Población beneficiada	Objetivo	Página web
Programa de Desarrollo Productivo Agrario Rural - Agro Rural	Se creó en marzo del 2008 mediante Decreto Legislativo N° 997.	Productores y productoras agrarios/as en zonas rurales	Diseñar, promover y gestionar modelos de desarrollo agrario rural que faciliten la articulación de las inversiones público-privadas y que contribuyan a la reducción de la pobreza y a la inclusión de las familias rurales	http://www.agrorural.gob.pe/
Programa de Compensaciones para la Competitividad - Agroideas	Se creó en el 2008 y en el 2016 la Ley 30462 extendió el programa hasta el 2019.	Productores y productoras agrarios/as	Beneficiar a los pequeños productores agrarios de todo el país que desarrollan sus actividades en unidades productivas sostenibles	http://www.agroideas.gob.pe (web no habilitada)
Iniciativa de Jóvenes Talentosos para el Desarrollo Agrario - AGROJOVEN	Se creó en el 2016 mediante el Decreto Supremo N° 007-2005-TR.	Estudiantes de los dos últimos ciclos, estudiantes egresados de las universidades hasta el primer año de culminados los estudios regulares y estudiantes y egresados de universidades que desarrollan su trabajo de tesis.	Involucrar una labor coordinada con las universidades del país, como aliados estratégicos para contribuir a la mejora de capacidades y de desempeño de los estudiantes y egresados, fomentando la participación de los jóvenes en el campo y aumentando su conocimiento y experiencia en las diferentes actividades agrarias. El Plan AGROJOVEN ha firmado convenios con 9 universidades de las siguientes regiones: Lima, Ayacucho, Cusco, Ancash, San Martín, Piura, Huánuco e Ica	http://www.minagri.gob.pe/sites/index.php/preguntas

A continuación se presentan los planes, políticas y estrategias nacionales que se tienen en materia de juventud, agricultura y diversificación productiva.

En el año 2009 entró en vigencia el **Plan Sectorial de Acción para la Promoción del Empleo Juvenil**, el cual involucraba en una primera etapa al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y a mediano plazo se esperaba que se convierta en el Plan Nacional de Acción por el Empleo Juvenil y que además involucre a otros sectores. A mediados el año 2014 entró en vigencia el **Plan Estratégico Nacional de Juventud**, el cual tendrá vigencia hasta el año 2021 y fue elaborado por el Ministerio de Educación. Este Plan expresa la política pública en materia de juventudes y busca que las y los jóvenes tengan igualdad de oportunidades, en el marco de una política nacional que garantiza su inclusión social y el acceso a servicios de calidad.

Por otro lado, en relación al sector agrario se cuenta con una **Política Nacional Agraria** que en el 2016 se aprobó y está enmarcada en el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional denominado PLAN BICENTENARIO: El Perú hacia el 2021, que establece a través de ejes estratégicos relacionados a oportunidades y acceso a los servicios; economía, competitividad y empleo; desarrollo regional; recursos naturales y ambiente; entre otros; objetivos, lineamientos y prioridades para el desarrollo nacional, que incluye a la materia agraria.

También se tiene la **Estrategia Nacional de Agricultura Familiar**, ya que es fundamental para la generación de desarrollo e inclusión social en el Perú pues la Agricultura Familiar representa el 97% del total de las unidades agropecuarias además de concentrar más del 83% de trabajadores agrícolas¹⁸. Así mismo se cuenta con la **Estrategia Nacional de Desarrollo Rural** que se aprobó en el 2004 y sigue vigente.

Si se toma en cuenta la cadena de café, debido a los estragos que dejó la plaga de la roya amarilla el Ministerio de Agricultura y Riego decidió fortalecer la cadena productiva del café en el Perú para ganar competitividad. Por ello, en el año 2016 se aprobó la continuidad del **Plan Nacional de Renovación de Cafetales**, a ejecutarse en el transcurso de siete años bajo la supervisión técnica del Servicio Nacional de Sanidad Agraria y el Instituto Nacional de Innovación Agraria. Asimismo, la administración de los fondos estará a cargo de Agrobanco, el cual otorgará financiamientos directo para consolidar la deuda a los productores cafetaleros bajo condiciones financieras específicas

Finalmente, se cuenta con el **Plan Nacional de Diversificación Productiva**, llevado a cabo por el Ministerio de Producción, el cual cuenta con tres ejes centrales: diversificación productiva, eliminación de sobre costos y expansión de la productividad.

¹⁸ Información obtenida del documento de la "Estrategia Nacional de Agricultura Familiar" en <http://www.agrorural.gob.pe/wp-content/uploads/2016/02/enaf.pdf>

Cuadro 15. Planes, Políticas y Estrategias Nacionales

Plan	Vigencia	Objetivo	Ministerio a cargo
Plan Sectorial de Acción para la Promoción del Empleo Juvenil	Del 2009 II al 2012 I	Desarrollar e implementar estrategias que permitan a los jóvenes construir trayectorias de trabajo digno y productivo.	Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo
Plan Estratégico Nacional de Juventud	Del 2014 al 2021	Expresa la política pública en materia de juventudes y tiene como visión que al 2021, las y los jóvenes tienen igualdad de oportunidades, en el marco de una política nacional que garantiza su inclusión social y el acceso a servicios de calidad. Las juventudes participan de manera protagónica en los procesos de desarrollo nacional y locales, en un país libre de violencia y discriminación.	Ministerio de Educación
Política Nacional Agraria	Del 2015 al 2021	Esta política se centra en doce ejes: Manejo Sostenible de Agua y Suelos, Desarrollo Forestal y de Fauna Silvestre, Seguridad Jurídica sobre la tierra, Infraestructura y tecnificación del riego, Financiamiento y seguro agrario, Innovación y tecnificación agraria, Gestión de Riesgo y Desastres, Desarrollo de Capacidades, Reconversión productiva y diversificación, Acceso a mercados, Sanidad Agraria e inocuidad Agroalimentaria y Desarrollo Institucional.	Ministerio de Agricultura y Riego
Estrategia Nacional de Agricultura Familiar	Del 2015 al 2021	Orientar y organizar la intervención integral del Estado a favor del logro de resultados favorables para los agricultores y agricultoras familiares, en el marco de una apuesta por la inclusión social y económica de la población rural.	Ministerio de Agricultura y Riego
Estrategia Nacional de Desarrollo Rural	Desde el 2004	Impulsar el desarrollo humano en el espacio rural con criterios de sostenibilidad económica, social y ambiental, equidad, y democratización de las decisiones locales.	Ministerio de Agricultura y Riego

Plan	Vigencia	Objetivo	Ministerio a cargo
Plan Nacional de Renovación de Cafetales	Vigencia hasta el 2021	Fortalecer la cadena productiva del café en el Perú y ganar en competitividad. Se espera que a diciembre del 2021, el Perú haya incrementado su producción de café en un 25% respecto al 2012, representando un incremento aproximado de US \$300 millones.	Ministerio de Agricultura y Riego
Plan Nacional de Diversificación Productiva	Del 2014 al 2024	Generar nuevos motores de crecimiento económico que lleven a la diversificación y la sofisticación económica, la reducción de la dependencia a los precios de materias primas, la mejora de la productividad, el aumento del empleo formal y de calidad, y un crecimiento económico sostenible de largo plazo.	Ministerio de Producción

Se mapearon algunos proyectos que se han llevado a cabo tomando en cuenta a los jóvenes como beneficiarios directos en las regiones del interés del estudio y en otras que se consideraron pertinentes por el valor que generó la intervención.

Como se puede observar en el cuadro 16, **Soluciones Prácticas** ha ejecutado recientemente proyectos en la cadena de café en la región de San Martín buscando el incremento en su productividad. Además, en el periodo del 2004 al 2010 gestionó proyectos que promovían la capacitación de jóvenes buscando generar desarrollo económico.

Otro proyecto importante financiado por el gobierno canadiense, representado por **SUCO**, es el Programa de Formación Agraria y de Apoyo al emprendimiento Juvenil en el Perú – FORMAGRO, el cual tiene como zona de influencia a las regiones de Lima y Ancash, las cuales son gestionadas por el Instituto de Desarrollo y Medio ambiente - IDMA y Allpa Perú en las regiones.

Por otro lado, la **Central de Café y Cacao** estuvo a cargo del proyecto “Fomento y Desarrollo de Competencias Empresariales para el Fortalecimiento de Emprendimientos en Jóvenes Rurales” en la región de Madre de Dios. Este proyecto se llevó a cabo gracias al financiamiento de Agroideas.

En el cuadro 16 se detallan proyectos ejecutados por la **Asociación Especializada para el Desarrollo Sostenible –AEDES** para la cadena del cacao en la región San Martín así como un proyecto que buscó capacitar a jóvenes líderes ganaderos en la región de Ancash y finalmente un proyecto gestionado por el **Centro de servicios para la capacitación laboral y el desarrollo –CAPLAB** en la región Cajamarca que buscó fomentar los emprendimientos juveniles.

Cuadro 16: Proyectos relacionados a jóvenes y/o ámbito Rural

Organización	Región	Nombre Proyecto	Vigencia	Beneficiarios	Socios
Soluciones Prácticas	San Martín	Proyecto Café o Caficultura	En ejecución – 3 años	600 caficultores organizados en 23 comités de productores de la cooperativa Oro Verde; 1800 pequeños caficultores muy pobres, cabezas de familia.	Volens, Capirona
Soluciones Prácticas	San Martín	Proyecto Incremento de la competitividad productiva –comercial de cafetaleros	Del 2013 al 2016	180 beneficiarios	Financiado por Fondo Empleo (sin información de socios)
Soluciones Prácticas	San Martín y Cajamarca	Estamos Listos. Jóvenes emprendedores en cadenas productivas de San Martín y Cajamarca	Del 2008 al 2010	450 jóvenes beneficiarios	Junta nacional del café (filial Cajamarca), Cooperativa de productores Acopagro, Centro técnico productivo Óscar Romero (Cajamarca), Centro técnico productivo Inca Atahualpa (San Martín)
Soluciones Prácticas	San Martín	Facilitando el acceso de los jóvenes a las oportunidades de desarrollo en corredores económicos de la selva alta del Perú.	Del 2004 al 2006	150 jóvenes como beneficiarios directos del I Curso de Capacitación Ocupacional Juvenil. Los beneficiarios indirectos son jóvenes de sectores C y D de los tres distritos usuarios del Sistema de Información para Empleos Juvenil	Consejos de Participación de la Juventud (CPJ), CADES (Consultora local) y CEDISA (ONG local) integrantes del consorcio Jóvenes Ya!
SUCO	Lima y Ancash	Programa de Formación Agraria y de Apoyo al emprendimiento Juvenil en el Perú – FORMAGRO	Del 2015 al 2020	2000 jóvenes productoras y productores con mejores capacidades productivas y de transformación agrícola; 10 000 personas tienen acceso a una formación agrícola y empresarial de calidad; 20 000 personas en 4 provincias participan a la	Allpa (Ancash) e IDMA (Lima)

Organización	Región	Nombre Proyecto	Vigencia	Beneficiarios	Socios
				dinamización de su economía regional.	
Central café y cacao (David Fundes)	Madre de Dios	Fomento y Desarrollo de Competencias Empresariales para el Fortalecimiento de Emprendimientos en Jóvenes Rurales en la provincia de Tambopata.	Del 2013 al 2015	40 beneficiarios	Financiado por Agroideas (sin información de socios)
Asociación Especializada para el Desarrollo Sostenible (AEDES)	San Martín	Producción y Comercialización de Cacao Orgánico en la Cooperativa Alto Huayabamba	Del 2015 al 2019	150 beneficiarios	Cooperativa Agraria Cacaotera Alto Huayabamba
Allpa Perú	Ancash	Formación de líderes ganaderos	Del 2013 al 2014	25 jóvenes líderes han recibido la formación reconocida por el Ministerio de Educación.	SUCO, Municipalidad de Huari, Centro de Educación Técnica productivo (CETPRO) de Huari, Unidad de Gestión Educativa Local (UGEL)
CENTRO DE SERVICIOS PARA LA CAPACITACIÓN LABORAL Y EL DESARROLLO (CAPLAB)	Cajamarca	Proyecto Promoción de Emprendimientos Juveniles sostenibles en la zona rural de la Región Cajamarca	En ejecución	<ul style="list-style-type: none"> - 210 jóvenes con competencias para la formulación de planes de negocio, capacidades emprendedoras y personales. - 135 jóvenes con planes de negocio viables elaborados. - 50 jóvenes implementan sus planes de negocio con capital semilla. 	Financiado por Fondoempleo (sin información de socios)

Finalmente, se identificaron dos fondos y un programa que incentivan la creación de pequeñas y medianas empresas así como el incentivo a mejorar la empleabilidad de las personas.

Se tiene el **Fondo Nacional de Capacitación Laboral y de Promoción del Empleo - FONDOEMPLEO**, el cual financia proyectos dentro de sus cuatro líneas: concursal, sectorial, de apoyo a trabajadores y de administración de fondos a terceros. Como se puede observar en el cuadro 4 algunos proyectos fueron financiados por este fondo, el cual busca ser, según mencionan en su página web oficial, “una institución líder en el financiamiento de proyectos a nivel nacional, con alto impacto en el desarrollo de competencias para el empleo, que promueve la articulación del sector productivo con la oferta formativa, que cuenta con recursos humanos altamente calificados, y que realiza una gestión efectiva y de calidad”.

También se cuenta con el **Fondo para el Fortalecimiento Productivo de las MYPE – Forpro**, que tiene como beneficiarios al micro y la mediana empresas mediante el financiamiento para la adquisición o renovación de activo fijo y capital de trabajo. Cabe resaltar que Forpro se creó a inicios de este año y por eso aún no se tienen resultados mediables.

El Ministerio de Producción lidera la iniciativa **Start Up Perú**, la cual promueve el surgimiento y consolidación de nuevas empresas peruanas que ofrezcan productos y servicios innovadores, con alto contenido tecnológico. Los concursos que ofrecen son tres: Emprendedores innovadores, Emprendimiento Dinámicos y Empresas de Alto Impacto¹⁹.

¹⁹ Como lo menciona la web oficial de Start Up Perú, un emprendimiento de alto impacto y dinámico debe mostrar un potencial de crecimiento anual de 35% en ventas.

Cuadro 17: Otros fondos concursables

Nombre	Creación	Población beneficiada	Objetivo	Página web
Fondo Nacional de Capacitación Laboral y de Promoción del Empleo - FONDOEMPLO	Persona jurídica de derecho privado con autonomía administrativa, económica y financiera creada en 1998 que permanece en vigencia.	Posee cuatro líneas de financiamiento: concursal, sectorial, de apoyo a trabajadores y de administración de fondos a terceros. La población beneficiaria dependerá de las bases del concurso.	Mejorar la empleabilidad de las personas - preferentemente de aquellas en situación de vulnerabilidad en el empleo - y contribuir a la mejora de su productividad laboral.	http://www.fondoempleo.com.pe/
Fondo para el Fortalecimiento Productivo de las MYPE - Forpro	Creado en el 2017	Micro y mediano empresas	Facilitar e impulsar las micro y medianas empresas (Mypes) mediante el financiamiento para la adquisición o renovación de activo fijo y capital de trabajo canalizándose a través de las Instituciones del Sistema Financiero (IFI) reguladas por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS).	No existe
Start Up Perú	Creado en el 2012	Personas peruanas o residentes en el Perú con mayoría de edad	Promover el surgimiento y consolidación de nuevas empresas peruanas que ofrezcan productos y servicios innovadores, con alto contenido tecnológico, de proyección a mercados internacionales y que impliquen la generación de empleos de calidad.	http://www.start-up.pe/

A manera de conclusiones:

- i. Los jóvenes rurales siguen siendo invisibilizados a nivel de normas, planes y programas de intervención, que en su mayoría están centrados y responden a la problemática urbana y en el mejor de los casos periurbana, sigue existiendo la oportunidad de promover programas específicos para jóvenes varones y mujeres en zonas rurales varones y mujeres que actualmente tienen mejores niveles educativos, acceso a servicios de información y con altos niveles de interés por generar negocios en sus territorios, sin embargo, falta fortalecer las capacidades con programas de mediano y largo plazo liderados desde los sectores de Agricultura, Educación, Producción y Trabajo; la problemática de la juventud rural no está en la agenda pública actual; las iniciativas mostradas en su mayoría responden a trabajos liderados por la cooperación internacional de países como Bélgica, Suiza, Canadá, etc.
- ii. Los dos programas que promueve el Ministerio de Trabajo con la finalidad de capacitar adultos y jóvenes para mejorar su inserción al mercado laboral o la creación de su propio emprendimiento están enfocados a un público urbano. Por ejemplo, el programa Impulsa Perú tiene capacitaciones en los siguientes sectores: Administración y Comercio, Agroindustria, Construcción – Acabados, Cueros y Calzado, Electrotecnia, Finanzas, Hotelería y Turismo, Industrias Alimentarias, Industrias Gráficas, Maquinaria Pesada, Metal Mecánica, Mecánica Automotriz, Telecomunicaciones y Textil y confecciones. Y por otro lado, el programa Jóvenes Productivos ofrece cursos principalmente enfocados a los sectores de ventas, construcción y gastronomía.
- iii. El Programa Agrojovent si bien empezó a implementarse desde este año tiene un enfoque novedoso al facilitar el trabajo del talento joven con el objetivo de promover el desarrollo agrario, sin embargo, no hay resultados a la fecha pero si una fuerte expectativa y controversia a la vez a nivel del interno de las direcciones zonales de Agricultura en todo el país.
- iv. Los planes y programas de los ministerios de Trabajo, Agricultura y Producción tienen agendas independientes aunque se puedan avocar a un mismo público y plantearse objetivos similares; sin embargo, tanto el Ministerio de Trabajo como el de Producción aún tienen pendiente la tarea de mirar hacia el ámbito rural.

Algunos Desafíos:

- i. Enfocar los esfuerzos del Ministerio de Trabajo de manera que incluya sectores de interés tanto para el ámbito urbano como rural, generando espacios de diálogos con otros actores involucrados en el tema.
- ii. Se tiene una necesidad de alinear los planes nacionales y las políticas que se han generado desde el Estado para que se articulen a un mismo objetivo.
- iii. El financiamiento que brindan las iniciativas y fondos como Start Up Perú, Forpro, FONDO EMPLEO y Agroideas tienen el reto pendiente de medir el impacto de estas grandes sumas que invierte el Estado; así como generar aprendizajes y/o escalar experiencias con altas probabilidades de éxito.

X. PROPUESTA DE LINEAMIENTOS PARA LA INTERVENCIÓN ORIENTADAS HACIA LOS JÓVENES PARA FOMENTAR SU INSERCIÓN EFECTIVA EN LA CADENA DE CAFÉ Y CACAO.

Considerando los resultados del diagnóstico a nivel de cada región se proponen algunos lineamientos a dos niveles: a) Trabajo directo hacia los jóvenes y b) Trabajo indirecto que actores del entorno mejoren la inclusión del joven en el sector:

Las propuestas expresadas cumplen con algunas características generales como: la innovación de principio a fin, despertar interés en los jóvenes a partir de considerar la disponibilidad de los tiempos para su implementación y la gestión de información para la sistematización de las intervenciones, concluyendo con factores de éxito y lecciones aprendidas.

A.- Trabajo directo hacia los jóvenes:

Programa de fortalecimiento de capacidades en desarrollo de negocios; A partir de que es un factor que para las tres regiones cuenta con el menor puntaje, significando que los jóvenes buscan hacer negocios pero no cuentan con las capacidades se constituyen un factor que vienen contribuyendo a que los jóvenes salgan de la zona rural, por ello se propone implementar un programa que tenga algunas características mínimas:

- Facilitar la participación de aquellos jóvenes con ideas de iniciar nuevos negocios y con los jóvenes que ya tienen negocios y los desean ampliar, generando con ello un efecto reflejo de cómo se hacen desde la práctica.
- Mayor cobertura, no reducirse a los jóvenes involucrados en café y cacao; incorporar el término de diversificación productiva; es decir, diversificar con otros negocios de acuerdo a potenciales de demanda en sus territorios, los jóvenes tienen mucho interés de hacer negocios en apicultura, crianzas de animales menores (cuyes y gallinas de postura), porcicultura, gastronomía; biohuertos, producción de plántones de café y cacao, etc.
- Estrategia clara de la gestión del negocio, se propone que sea conjunto para disminuir riesgo en cuanto al financiamiento, una estrategia válida para negocios conjuntos es la de redes empresariales donde 5 a 6 jóvenes se juntan para implementar un negocio conjunto en base a sus relaciones de confianza.
- Articulado a algún centro académico de innovación tecnológica ya sea Institución superior tecnológica y/o los CETPRO, con la finalidad de darle sostenibilidad al programa de formación.
- Contar con incentivos para que los jóvenes con mayor interés y capacidad puedan conocer otras experiencias de negocios conjuntos juveniles a través de pasantías, concursos en planes de negocio.
- Las actividades a desarrollar en el programa debieran ser cofinanciadas por los jóvenes de acuerdo a un análisis rápido de la condición económica.
- Articulación con FORMAGRO, y retroalimentarse con lecciones de otros programas de formación.

Programa de fortalecimiento de capacidades para la gestión de su unidad productiva; Este programa estaría dirigido principalmente a todos los jóvenes socios de las cooperativas que tienen el interés de fortalecer capacidades para que verdaderamente vean a su unidad productiva como unidad de negocio, sin embargo, es necesario solucionar urgentemente algunos aspectos importantes visualizados en Campo: Abonamiento, control de plagas y enfermedades, certificación, proceso de

Postcosecha; instrumentos de gestión empresarial (costos de producción, márgenes y punto de equilibrio). El programa debiera contar con algunas características mínimas:

- Realización de visitas de parcelas tipo, para realizar intercambio de saberes a nivel de unidad productiva.
- Incentivos a través de concursos entre participantes para ver quien gestiona mejor su unidad productiva.
- Las cuotas de participación en el programa de formación debiera incluir a todos los caseríos donde tenga socios las cooperativas.
- Articulado a algún centro académico de innovación tecnológica ya sea Institución superior tecnológica y/o los CETPRO, con la finalidad de darle sostenibilidad al programa de formación.
- Articulados con instituciones educativas que hayan desarrollado mallas curriculares modulares desde el nivel básico de la gestión hasta la capacitación especializada

B.- Trabajo indirecto que fomenta el entorno inclusivo del joven rural

Este rol debiera estar liderado por las cooperativas cafetaleras en cada uno de sus territorios, siendo capaces de colocar en agenda pública el tema de los jóvenes rurales, para ello, se propone iniciar con algunas líneas de intervención:

Articulación territorial De Actores Directos E Indirectos En La Cadena De Café Y Cacao; tiene por objetivo conocerse entre actores directos e indirectos y ver las posibilidades de hacer sinergias, articulación y negociación de bienes y servicios financieros y no financieros; generando oportunidades para los jóvenes a partir del intercambio de información; debe tener las siguientes características:

- Liderado por las cooperativas en alianza con los Gobiernos locales de su territorio.
- Constituirse en el futuro como una rueda de negocios entre actores directos e indirectos de la cadena del café y cacao.
- La facilitación del encuentro debiera estar a cargo de personal conocedor para articular oferta y demanda de bienes y servicios.
- Articularse con otras entidades del estado que promueven estos eventos por ejemplo PRODUCE, promociona la participación de ruedas de negocio en sectores específicos; MINAGRI.
- Fortalecer o creación de espacios de discusión y dialogo de los actores involucrados en la cadena de café y cacao en un territorio generando acuerdos de acción colectiva a favor de los jóvenes y gobernanza de las cooperativas.

Programa de Formación de Gestores Juveniles para Cooperativas Agrarias; enfocado a formar jóvenes con capacidades previas que contribuyan a la mejora de la gestión de las cooperativas a través de su formación basada en la práctica y en el intercambio de saberes a través de pasantías y estudios especializados de gestión en otras regiones, debe tener algunas características.

- Contar con un perfil básico de postulante, proceso claro de postulación y selección.
- Promover la formación específica en gestión de cooperativas.
- Claridad de cómo se devuelve el financiamiento de la cooperativa en la formación del joven, siendo la entrega de sus servicio en la gestión.
- Articulado con los gremios de la cadena de café y cacao, la Junta Nacional del Café y la APPCACAO están interesados en el tema para cofinanciar este proceso.

- Tener convenio con otras cooperativas en Ecuador, Costa Rica, Guatemala, Honduras, etc. Para lograr el intercambio de saberes en la gestión.

Programa de restructuración De Estatutos en las Cooperativas Para Incorporación De Jóvenes En La Gestión; Cuota Mínima De Jóvenes; Enfocado al consejo directivo de las cooperativas para que puedan modificar sus estatutos de acuerdo a sus necesidades y oportunidades para que de manera clara y efectiva incluyan a los jóvenes en la gestión de las cooperativas, como propuesta se tiene la incorporación de cuotas mínimas en los consejos directivos más que formar un comité de jóvenes, se trata de transversalizar en toda la columna vertebral de la gestión; para ello se muestra algunas características:

- Diagnóstico rápido de cada cooperativa de su estatuto actual.
- Línea de base para conocer la situación actual de los jóvenes en la gestión de cada cooperativa.
- Discusión de las cuotas mínimas de jóvenes en la gestión de las cooperativas a nivel de directivos y de trabajadores en asamblea general extraordinaria.
- Presentación de resultados después de un año de gestión y de haber implementado el nuevo estatuto.

Programa de incubadoras de empresas para venta de servicios De Mano De Obra Especializada Demandada Por Las Cooperativas;

Enfocado a las cooperativas para que puedan analizar económicamente que servicios que actualmente utilizan los podrían tercerizar, como una estrategia de inclusión a los jóvenes en el sector agrario y que éstos puedan ofrecerlo de manera organizada de acuerdo a modelos de negocio viables y validados, debiera tener las siguientes características:

- Diagnóstico rápido de cada cooperativa de los servicios que demanda a lo largo de la producción y comercialización del café y cacao.
- Priorizar de manera piloto por lo menos tres servicios a tercerizar.
- Convocar a jóvenes organizados para que ofrezcan estos servicios.
- Acompañar en el proceso de la entrega del servicio.
- Evaluando beneficio/costo a nivel de la cooperativa y de los que ofrecen el servicio.
- Sistematizar la experiencia para ofrecer en otros lugares.

Programa de fortalecimiento a entidades financieras; enfocado a las entidades financieras a nivel de las regiones donde operan las cooperativas agrarias cafetaleras para que sean capaces de diseñar productos financieros a las necesidades de la cadena del café y cacao y para los jóvenes con emprendimientos; trabajo a realizarse bajo el enfoque sistémico de desarrollo de mercados; algunas características del programa.

- Mapeo de las entidades financieras en los territorios.
- Análisis de las cadenas y líneas de negocio a financiar por posibles entidades.
- Diseño de productos financieros de acuerdo a las necesidades y oportunidades que ofrecen las cadenas y líneas de negocio.
- Implementación de los nuevos productos financieros.
- Evaluación de los resultados.
- Sistematización del proceso.

XI. TESTIMONIOS.

En afán de mostrar que existen jóvenes con mucho interés en la cadena de café y cacao y que vienen constituyéndose como algunos ejemplos a seguir para otros jóvenes en su territorio; alcanzamos tres testimonios de parejas jóvenes involucradas en la cadena de café y se hicieron la entrevista a nivel de la familia.

TESTIMONIO 1

Gumersinda Rody Perez Hinostroza

Integrante Cooperativa Pangoa – Satipo Junín

¿Desde qué tiempo están en el negocio del café?

Nosotros somos de Huancavelica, desde que llegamos acá a Pangoa, en el año 2005 ofrecíamos nuestra mano de obra, es decir, como personal; ya en el año 2008 compramos un terreno de 2 cuadras nomás (2Ha); venimos toda la familia con mi hijo que tenía 1 año; en ese tiempo bueno como era la costumbre que sembrábamos café. No estábamos en ninguna asociación ni cooperativa, nada

¿Y Uds. han tenido experiencia del café en Huancavelica o nunca?

No. Allá siempre nos dedicábamos a lo que eran granos, como maíz, no conocíamos ese producto (café), nuevo era. Y claro, como personal (mano de obra), como cosechando café trabajábamos, pero nunca habíamos sembrado, ofreciendo mano de obra hicimos capital y en esa forma compramos terreno de 2 hectáreas. En eso empezamos a sembrar café y en si no sabíamos cómo sembrar y hacíamos lo que nos salía y así empezamos; con el tiempo que iba pasando ya nos asociamos a la cooperativa.

Con el pasar de los años seguimos comprando terreno más grande y justo en 2013 cuando empezó la roya, en ese año compramos 2 terrenos con café de seis cuadras y bueno... como recién habíamos comprado con el banco y todo eso nos fuimos de caída...

¿Con qué banco se financiaron?

Con Agrobanco, 12 hectáreas. Luego lo vendimos para poder completar y tener todo en su solo lugar. Lo vendimos nomás y nos quedamos con 12 hectáreas que teníamos y de café había necesario 6 hectáreas, pero como vino la enfermedad en ese año devastó y nos quedamos sin nada. Ahí sin capital, sin nada, porque habíamos invertido todo en ese terreno. Y no hemos podido sembrar más. Ahorita recién, hace tres años, estamos empezando de nuevo; tenemos una cuadra (Ha.) renovada y café que había quedado se quedó 1 hectárea. Total, lo que está produciendo ahorita tenemos 2 y media y uno que está renovado; siendo 3.5 Ha.

¿Cuál es el rol de la familia?

Yo soy la socia de la cooperativa y mi esposo es jornalero. En el café trabajamos nosotros todos juntos; me ayuda a cocinar también mi esposo.

¿Suelen contratar jornaleros?

En el tiempo de campaña y cosecha, cuando ya nos gana la cosecha si contratamos, pagamos 5 soles la lata y les damos almuerzo, desayuno, se llama mesa adentro, con cama y todo; vienen de allá de mi pueblo de Huancavelica.

¿Cuál es el rol de sus tres hijos?

Tenemos nuestro organigrama en nuestra chacra, él [su esposo] es gerente y yo soy subgerente. El [su hijo mayor] es el administrador y mi hija es secretaria. Ella anota los pasajes y todo lo que nos ayudan nuestros colaboradores. Y mi hijo David se sentía

afuera, recién tiene 8 años, pero igual lo hemos puesto como fiscal. Siempre nos hace recordar lo que hacemos. Y de esa manera trabajamos organizados.

A ver Luis Miguel [el hijo mayor] cuéntanos ¿desde qué tiempo has ido empoderándote? ¿Qué actividades has venido desarrollando en esta finca?

Bueno así con lo que es el café, lo que comenzamos, como dice mi papá desde cero, cuando hemos venido a empezar era difícil teníamos que limpiar todo el campo y si lo veo rentable.

Cuéntanos ¿qué haces en las labores de administración?

Yo hago registros de precios, guardo las boletas cuando compramos, dónde compramos...y demás.

¿Cuánto te queda después de todos los costos, tienes algunos datos?

No, todavía no tenemos datos porque recién hemos empezado. El café está bajo, poco todavía; nos falta sacar y saber las ganancias.

¿Y en algún momento pensaron regresarse o irse a otro lado?

El esposo responde, No. Porque nosotros ya habíamos salido de nuestros pueblos, venimos sin nada. Regresarse igual no nos convenía y aparte de eso nos asociamos a la cooperativa y la cooperativa nos empezó a asesorar en la siembra y darnos unos apoyos para poder salir adelante; eso nos motivó más para seguir con el café y bueno, la familia como siempre estaba constante, juntos y no podíamos dar paso atrás si no seguir adelante.

La Esposa responde, No, tanto así que nos daba vergüenza no era así. Sino que nos gustaba estar aquí en la selva, me gusta estar en la chacra, trabajar. No veo yo como trabajo, sino que estando en mi propia finca es parte de lo que uno hace, lo disfruto como un deporte. No me dificulta machetear, no digo "yo soy mujer" o "por qué yo debo machetear", no, sino que me gusta, me encanta y hay todo ahí, sino que falta que lo trabajemos.

¿Y tú (Gumersinda) qué estudios tienes, hasta que año estudiaste?

Esposa: Yo estudié hasta segundo año de secundaria. No pude terminar por motivos familiares y al poco tiempo ya nos vinimos aquí.

¿Y tú, Orlando?

Yo también solamente estudié hasta tercer año de secundaria.

¿Qué cambios significativos han encontrado en todo este tiempo que han estado aquí entre el 2005 y el 2017?

Lo que es en trabajo, gracias a la cooperativa hemos aprendido a sembrar café, hemos adquirido bastantes conocimientos en lo que es la siembra de café y ahora ya sabemos. Somos orgánicos y lo que queremos es llegar más allá, hacer café de calidad.

Esposa: La cooperativa también nos ha apoyado en educación a la familia y gracias a eso también mejoramos. En igualdad de género y eso ahí estamos mejorando.

¿Qué otro logro creen que han tenido?

Bueno lo más importante que hemos logrado hasta ahora es mantener a la familia unida, y bueno, lo económica aun no lo tenemos porque vamos invirtiendo y ganancias aun no lo vemos en cantidad; pero en eso estamos y ya, nuestra familia es unida, nuestro hijo nos apoya en muchas cosas y mi esposa.

[El hijo interviene:] Bueno, también hemos sociabilizado. Cuando nos hemos asociado a la cooperativa como que cuando llegamos teníamos miedo de hablar, participar, ahora ya no.

¿Cómo decidieron que tú seas socia y no Orlando?

Mediante de un socio antiguo nos sugirió que nos asociemos a la Cooperativa Pangoa y yo ese día tenía los documentos y con suerte me ha acompañado y Orlando no había traído sus documentos, y así ya.

Orlando: No, de todas maneras, yo también quería dar la oportunidad a mi esposa, ella antes era un poco tímida, no era muy social y pensé "le doy una oportunidad". Y siempre cuando había algunos proyectos, capacitaciones, talleres le digo que vaya, por eso más, para que ella sobresalga, no solamente yo, porque cuando ella adquiere conocimiento también ayuda. Es un apoyo.

¿Qué aprendieron de sus papas?

Mis papas me enseñaron la responsabilidad y la honestidad, así como el respeto, siempre tienes que saludarles a las personas conozcan o no.

Yo no crecí con mi papá, a él lo conocí a los 13 años y no viví con él. Mi mamá fue importante y, a pesar de que no sabe leer ni escribir, no tiene ningún tipo de conocimientos, pero siempre me ha importado que me dijo la honradez y el respeto. Ella era contra de las mentiras, no quería que nada por ningún motivo mienta. Así hayas hecho cosas malas lo importante es que digas la verdad. Tienes que trabajar en todo y aprendí a conocer.

Luis Miguel; mi madre me dijo saludalo....ética como comer como vestirse, no mientas la mentira tiene patas cortas...

¿Al 2021 cómo se ven ustedes?

Esposa: Al 2021 queremos tener sembrar café a 5 cuerdas (5Ha), pero tecnificado y ser una finca biodinámica. Biodinámica es respetar nuestro medio ambiente y ver a mi suelo, a mi chacra que tiene vida y esa finca biodinámica que vi en una pasantía que nos llevó la cooperativa en Villa Rica me gustó que trabajan diferente allá. Ese es nuestro sueño para el 2021. Quiero mejorar la infraestructura.

Queremos ser un modelo de excelencia, así como de aquí vamos a pasantías a otros lugares ¿por qué no vienen a mi terreno?

¿Cuánto están produciendo este año?

Actualmente recién con 45 quintales y para el 2021 estamos pensando llegar a sobre 100; Esa es nuestra meta.

TESTIMONIO 2

Rolando Aparicio Belito

Integrante Cooperativa Pangoa – Satipo Junín

¿Desde qué tiempo están ustedes en el negocio del café?

Rolando, Yo personalmente vengo trabajando desde el año 2006. Por primera vez he llegado a Pangoa. Yo soy de Huancavelica, llegué y empecé a cosechar café, antes no conocía el café vendía mi mano de obra; ni sabía cosechar, porque no conocía. Tenía 18 o 19 años y prácticamente 2007 seguía cosechando; 2008 también seguía cosechando. Tres años vendiendo mi mano de obra todo el año. A finales del año 2008 en setiembre compré una chacra, mi parcela. Había juntado mi plata para eso de los 3 años de jornalero. 3.75 hectáreas titulado. Al tener la parcela en un par de días me asocie a la cooperativa por recomendación del dueño anterior de la parcela. Él también era socio. Yo me quedé con esta chacra porque estaba cerca y tenía ya plantaciones. Casi el 90% pero estaba para hacerle una renovación. Y a partir del 2008 empiezo ya a ser parte de la cooperativa. Cosecho mi propio café. 2009 seguía, 2010, 2011 igual, 2012 igual estaba en la cooperativa activamente, en capacitaciones, etc. En el 2012 conozco a Jenny acá en la cooperativa; Jenny: Yo soy hija de socio. Nos conocimos en la cooperativa.

Rolando: No estamos casados, pero como familia estamos. Ella también tiene chacra y trabaja y de vez en cuando nos apoyamos. Entonces ella como es hija de socia su parcela está en otra zona y la cosecha global con su papá. Lo hacen juntos. Actualmente estamos apoyándonos acá. Ella junta y yo también. Igual.

En el año 2007 cuando estaba como trabajador estaba bajo órdenes del patrón. Te exigía. Y con unos compañeros juntos se fueron. Yo me quedé. Y qué se puede hacer porque esa es la única. Alguna vez pasó por mi cabeza regresarme a Huancavelica pero no lo hice. Pero me quedé porque mi objetivo era tener mi propia chacra. Con los amigos que llegué es otro tipo de cultura. Trabajamos y estamos ahí y de un momento a otro se van y te quedas sin amigos y adaptarme a la sociedad de acá fue difícil. Todavía algo me cuesta, porque es otro tipo de gente en esa socialización en el distrito de Pangoa la cooperativa ha sido principal. Me llamó, me sacaba para reuniones. Empecé a conocer amigos, socios, técnicos. Si no hubiese sido socio de la cooperativa estaría solo quizá, trabajando.

¿Cuáles son tus principales logros desde que llegaste?

Uno es que tengo trabajo independiente, el otro es que ya he avanzado personalmente en lo que es conocimiento a través de la cooperativa. He aprendido mucho. Y uno de mis patronos casi el 2015, cuando yo era presidente de la cooperativa, él era presidente del consejo de vigilancia, casi al mismo nivel los dos.

Lo que es el proyecto de calidad del café, en algo he destacado en el 2012 ¿Y tú Jenny, cuál crees que son estos resultados que han podido lograr?

Ser independientes cada uno. Ambos nos ayudamos, pero somos independientes entre los dos. No dependemos de una institución o de otra persona.

¿Hasta qué año estudiaste?

Rolando: Quinto año en Huancavelica

Jenny: Primaria nomás, no me gustó. Yo prefiero las capacitaciones, eso. Administración de finca fue una capacitación que llevé durante ocho meses. Los dos participamos y ahí nos conocimos.

¿Qué recuerdan que hayan aprendido de sus padres?

Lo principal no robar, no hablar malas palabras, eso es en mi familia, pero lo he mantenido hasta la cooperativa. No tocar las cosas ajenas.

Jenny: Estudia, estudia me decía. Eso no me gustaba. "No seas como yo" me decían, pero yo prefería la chacra.

¿Cómo se ven de acá a 5 años?

Con otro negocio. Una industria, derivados de frutas en La Merced, Chanchamayo. Ya estamos avanzando. El próximo año, en marzo queremos ya vender. Desde el 2012 ya estamos en plan de negocio y con un socio estamos tratando de conectar de alguna forma; más o menos de 100 mil dólares estamos hablando. El 60% es propio y el 40% financiado por nosotros nomas. No tengo otro socio.

¿Y cómo ves a la cooperativa de acá a 5 años?

Que va a tener la sostenibilidad similar a este año, de repente algo mejor. Yo percibo de acá a 5 años una buena estabilidad económica.

Pensando en el próximo negocio, ¿cómo van a dividirse las tareas, las parcelas?

Acá voy a darle de repente a mi hermano menor para que administre. Él ya vive acá y yo quizá me voy a Chanchamayo. No voy a estar siempre allá, igual voy a estar viniendo, son tres horas de distancia.

¿Qué es lo que les gustaría que hagan sus hijos lo que hacen ustedes o que se dediquen a otras actividades?

Es probable que sigan los negocios de nosotros, ¿no? Porque si no a quién vamos a dejar. Eso va a depender del hijo. Cuando él sea mayor de edad ya va a decidir.

Al año voy una vez a Huancavelica. Más que nada es por ocio, un par de días. No siempre es por fiesta, pero siempre hay reunión familiar. Te espera la familia y hacen su pachamanca, una reunión.

Años próximos ya pienso salir. Ya hemos estado trabajando y hemos estado solo en Pangoa o Huancavelica. Nos gustaría viajar.

¿Cómo ves el tema de los recursos financieros? ¿Trabajas con bancos o con la cooperativa?

Trabajo con Agrobanco y también con CrediPangoa y con la cooperativa Pangoa. Más es la inversión, pero también tengo ahorros un poco en la cooperativa. Como yo todavía estoy joven no pienso ahorrar, más invierto. Hay pocos ahorros, más están en las inversiones.

TESTIMONIO 3

Omar Córdova Peña

Integrante Cooperativa APROCASSI – San Ignacio, Cajamarca

¿Desde cuándo se dedican a la producción de café?

Están como socios en la cooperativa desde el 2005. Omar ha trabajado de manera independiente en el café desde los 19 años. Judith (esposa), oriunda de Condorcanqui (amazonas) y quien vive en Cajamarca hace bastantes años, era ajena a esa actividad antes. Actualmente la pareja maneja 1 ha de café. Si bien no les ha ido muy bien, el café les está permitiendo educar a sus hijos, alimentarse, es decir, poder vivir.

Como familia, ¿cuáles son los principales cambios que han conseguido dedicándose al café?

El café les ha permitido progresar ya que en la zona no hay otro tipo de negocio como por ejemplo no hay área para el cultivo del cacao. En la zona el cacao no da buenos resultados pero con el café los resultados han sido muy buenos.

Frente a la pregunta si alguna vez pensaron hacer otro negocio en la zona, Judith respondió de que si se podía pero en ese entonces su situación económica era difícil.

Otros posibles negocios que por su situación económica no pudieron realizar fueron, por ejemplo: la crianza de chanchos, o tener un negocio como una tienda de ropa o zapato, especialmente en la época de cosecha (marzo a setiembre).

También se les preguntó si habían tocado las puertas de alguna entidad financiera, a lo cual se respondió que hasta el momento no se han arriesgado a pedir algún préstamo para un negocio pues con el dinero de esta cosecha primero quieren construir su casa aunque quizá puede salir para algún negocio. Los préstamos que han recibido han sido por parte de la Cooperativa y fue destinado a la inversión del cultivo de café (ej. Abono) Fue un total de S/ 3000.00.

El grado de instrucción educativa de Judith es de 3er grado de secundaria. Judith indica que debido al estado de salud de su padre, en su familia no pudieron continuar estudiando y se dedicaron a trabajar para poder mantenerse. Por otro lado, Omar estudió hasta 3ero de secundaria.

Judith, proveniente de una familia católica, recuerda algunas de las enseñanzas de sus padres. Su madre le inculcó buenos valores, los cuales ahora ella inculca en sus hijos como no jalar las cosas ajenas. En cuanto a Omar, él se ha propuesto ser un buen padre para sus hijos, así como sus padres lo fueron para él. Entre las enseñanzas que Omar inculca a sus hijos está el saludo, el ser responsable.

¿Cómo se ven de acá a 5 años?

Ante todo está todo lo que Dios diga, opina Omar. Judith ve a su familia como una familia unida, y buena que se organiza y coordina.

También consideran tener una parcela más de café, lo cual será la herencia para sus hijos.

Durante el tiempo que no están dedicados a la chacra, ¿a qué actividad se dedican?

En ese periodo que coincide con la época de las vacaciones escolares, ellos salen de ahí en busca de trabajo. Toda la familia migra a otra ciudad. En los 2 últimos años Omar ha ido a Nieva, en Amazonas. El jornal está 40.

Los padres de Judith tienen finca en Cajamarca pero su mamá ya no quiere saber más de la chacra porque en donde vive gana más.

XII. CONCLUSIONES.

1. La situación de los jóvenes en la zona rural en general para el Perú está caracterizada por el cambio demográfico que ha vivido nuestro país del 2007 al 2015 en donde el crecimiento poblacional total anual fue del 1.3%, sin embargo, se observa diferencia a nivel de las regiones naturales siendo Costa (1.7%), Selva (1.2%) y Sierra (0,7%); lo que podemos decir, que existe un alto proceso de migración interna debido al incremento de oportunidades de generación de ingresos, empleo, ampliación de mercado urbanos y servicios educativos en la región de la costa principalmente; contrariamente a lo sucedido en espacios rurales. De igual modo entre el 2007 y el 2015 la población urbana creció a una tasa de 2.1% anual, sin embargo, a nivel de la población rural ha existido un decrecimiento del -1.2% anual; este fenómeno generado por la expansión de las ciudades intermedias principalmente en la costa.
2. De acuerdo al estudio los tres principales factores que influyen para que los jóvenes salgan del ámbito de la zona rural de acuerdo al estudio son: Bajo acceso a servicios para el desarrollo de negocios, baja inclusión financiera, bajo acceso a servicios de servicios educativos; estos tres factores coinciden con la lectura por parte de los actores involucrados en la cadena de café y cacao. El factor capital social (relación con su entorno), la percepción del cambio climático e institucionalidad con valores del indicador superior a 0.5; se tienen que seguir fortaleciendo para que sean factores que influyan en la decisión de los jóvenes en quedarse en la zona rural; sin embargo, por ser aún un estudio exploratorio, es necesario ahondar más en el análisis de cada uno de los factores.
3. Al analizar los 9 factores frente a la variable de expectativa migratoria en los jóvenes; existen brechas en los factores de empleo, capital social y en menor medida el acceso a servicios de educación. Significando que el joven que no tiene expectativa de salir de su territorio tiene mejor relacionamiento en su localidad y cuenta con un empleo mejor que los que están pensando en salir; lo cual explican que el empleo es uno de los principales factores por lo que salen los jóvenes.
4. Al evaluar los factores respecto a hombres y mujeres jóvenes, se observan unas brechas en los factores de acceso a empleo y de capital social, es decir, en la zona rural prevalece el mayor acceso para los hombres que para las mujeres; a nivel de capital social, se observa una brecha considerable debido a que las mujeres tienen una baja participación en los espacios donde viven y la relación que tienen con las instituciones de su localidad, esto debido a que están realizando labores de estudio o labores en la casa; existe una brecha positiva en cuanto al acceso a la inclusión financiera y los servicios para el desarrollo de los negocios; es decir, las mujeres cuentan con mayor garantía, seriedad para endeudarse. Esta información fue contrastada con las entidades financieras que manifiestan que la tasa de morosidad es mayor en varones que en mujeres; las mujeres hoy en día buscan más oportunidades que los varones en desarrollar negocios con el fin de lograr el derecho económico, y con ello ser independiente de la pareja o esposo.

5. Los jóvenes tienen claridad respecto a su visión de futuro, es decir, respecto a lo que quieren ser, están buscando la independencia económica a partir de la generación de hacer empresa y emprender desde algo pequeño, son conscientes de la realidad que viven y las dificultades y retos que hay en la cadena de café y cacao, desean diversificar con otras producciones, como son las crianzas de animales menores; a muchos jóvenes les gusta vivir en su territorio y quieren aportar ahora que son profesionales e incursionar en política, desean ofrecer servicios de asistencia técnica para mejorar la productividad de sus cultivos y son capaces de emprender acciones para mitigar los problemas generados por el cambio climático.
6. Los jóvenes como visión de futuro, no solo se ven en el cultivo de café y cacao, sino en los diversos eslabones de la cadena, cumpliendo diversos roles, para ello, es necesario que los programas de fortalecimiento de capacidades tienen que ser más variados y especializados. Esta afirmación nos conlleva a concluir que el factor tierra tiene una menor relevancia para los jóvenes.
7. Los jóvenes tienen mucho interés por generar nuevos negocios, sin embargo, enfatizan la importancia de la formación principalmente en identificación de los mercados, siempre buscan la independencia económica a pesar de que muchos ofrecen sus servicios profesionales a las cooperativas, creen en las propuesta de negocios conjuntos entre jóvenes en la medida que sean capaces de generar confianza entre ellos.
8. Respecto a su cooperativa, los jóvenes manifiestan que ven a los socios como los responsables del éxito o fracaso de la cooperativa en el tiempo; proponen que haya un cambio de los directivos a pesar de que pueden estar haciendo muy bien su trabajo, pues es importante dar oportunidad a otros socios. También señalan que los servicios deberían llegar no son al socio sino también a la familia y que se debiera continuar fortaleciendo a los socios con los principios cooperativos.
9. Los jóvenes están demandando nuevos servicios concretos que deben ser atendidos por su cooperativa, entre ellos análisis de suelos, proyectos ambientales y la implementación de procesos tecnológicos que atraigan a los jóvenes a las cooperativas; sin embargo, es clave que estos servicios lleguen a todos los socios; no se ha ahondado en el tema pero da la impresión que muchos servicios que se ofrecen por la cooperativa, según los grupos focales, solo llegan a los dirigentes; esta es una oportunidad para que las cooperativas puedan evaluar la cobertura de sus servicios actuales para ir mejorando día a día.
10. Los jóvenes rurales siguen siendo invisibilizados a nivel de normas, planes y programas de intervención, que en su mayoría están centrados y responden a la problemática urbana y en el mejor de los casos periurbana, sigue existiendo la oportunidad de promover programas específicos para jóvenes varones y mujeres en zonas rurales varones y mujeres que actualmente tienen mejores niveles educativos, acceso a servicios de información y con altos niveles de interés por generar negocios en sus territorios, sin embargo, falta fortalecer las capacidades con programas de mediano y largo plazo liderados desde los sectores de

Agricultura, Educación, Producción y Trabajo; la problemática de la juventud rural no está en la agenda pública actual; las iniciativas mostradas en su mayoría responden a trabajos liderados por la cooperación internacional de países como Bélgica, Suiza, Canadá, etc.

11. Las principales líneas de intervención a proponer están enfocadas directamente a los jóvenes y otras de manera indirecta a actores clave en la cadena de café y cacao como son las cooperativas. Resumiendo tenemos: programas de fortalecimiento de capacidades para desarrollo de negocios, programa de formación para la gestión de las unidades productivas, encuentros de los actores directos e indirectos de la cadena de café y cacao, formación en gestión organizacional y empresarial para jóvenes de las cooperativas, programa de reestructuración en la gestión de las cooperativas, servicios de mano de obra especializada para las cooperativas y programas de fortalecimiento a entidades financieras en el diseño de productos financieros para el agro y para jóvenes con emprendimientos.

XIII. RECOMENDACIONES

1. Socializar los resultados del estudio con las cooperativas y actores clave con quienes trabaja VECO Andino para que a partir de la información se puedan generar espacios de discusión y dialogo y posibles trabajo conjuntos.
2. Ahondar con el análisis de los 9 factores que influyen en las decisiones de los jóvenes en la cadena de café y cacao a partir de identificar causas que generan estos factores así como acciones para implementar a través de programas y proyectos, los cuales debieran ser discutidos con actores de la cadena de café y cacao.
3. VECO Andino debe poner a disposición los instrumentos de levantamiento de información como es el caso de la ficha de encuesta elaborada en el presente estudio para que otras instituciones gremiales como la Junta Nacional del Café puedan implementarla con sus organizaciones y ahondar más en la situación de los jóvenes en la cadena de valor del café y cacao.
4. VECO Andino, debiera socializar los resultados finales del estudio con actores de la cadena de café y cacao en las regiones donde se realizó el estudio y a partir de allí generar alianzas con actores locales y hacer dialogo permanente para que este en agenda el tema de jóvenes en las instituciones que promueven desarrollo.
5. El estudio ha realizado el énfasis en tres zonas importantes de producción y comercialización de café y cacao (Cajamarca, Junín y San Martín) y con jóvenes ligados a organizaciones de productores y/o cooperativas; por lo que, se hace necesario y conveniente validarlo con jóvenes no organizados para verificar que la caracterización es la misma o no. Así como si las estrategias pueden además cubrir a este público objetivo.
6. La generación de información a partir del estudio, debiera permitir tener una data más precisa sobre la población joven en cada uno de los sectores; sobre todo en la que generan las organizaciones (cooperativas, asociaciones y gremios) en la cadena de café y cacao, para poder precisar mejor la situación y en caso de intervención poder medir la evolución que experimenta la inclusión de jóvenes en ambos sectores.
7. Generar la discusión al interior de las organizaciones sobre los beneficios o no que implica la promoción de la inclusión de jóvenes en términos de competitividad y sostenibilidad de la organización. Así como de las estrategias más efectivas que se debe realizar ante ello, a partir de algunos percepciones y expectativas que resaltan en el estudio.
8. El trabajo con jóvenes necesita una mayor interacción con ellos para poder identificar mucho mejor las necesidades y expectativas y estrategias que contribuyan a su inclusión; creo que la misma opinión de adultos (actores claves) y jóvenes sobre los factores que influyen en la migración; es un claro ejemplo de que existen percepciones diferentes que deben discutirse a profundidad. El trabajo con jóvenes, no implica solo al trabajo con ellos, sino a la interacción con los adultos, sobre todo su familia.

XIV. BIBLIOGRAFÍA:

Boyd, C. (2014). Decisiones de inserción laboral: el caso de los jóvenes rurales peruanos. *Economía*, Vol. XXXVII, N° 74, julio-diciembre 2014, pp. 9-40

Chacaltana, J. & Ruiz, C. (2012). El empleo juvenil en el Perú: diagnóstico y políticas. Disponible en: <http://www.upch.edu.pe/faest/images/stories/egresados/pdf/LDE-2012-01-10.pdf/>

Organización Internacional del Trabajo (2006). Análisis de políticas y programas de empleo juvenil en el Perú.

Disponible en: http://prejal.lim.ilo.org/prejal/docs/an_pol_prg_per.pdf/

Ministerio de Agricultura (2014). Plan Nacional de Renovación de Cafetales.

Disponible en:

http://juntadelcafe.org.pe/sites/default/files/plan_renovacioncafetales_29012014.pdf/

Ministerio de Trabajo (2012). Políticas Nacionales de Empleo.

Disponible en:

http://www.mintra.gob.pe/archivos/comunicados/Politica_Nacional_de_Empleo.pdf

Ministerio de Trabajo (2014). Plan Nacional de Diversificación Productiva. Disponible

en: <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/per142235anx.pdf/>

SENAJU (2016). Población juvenil en el Perú: cifras regionales 2015. Lima, Perú.

Disponible en: <http://juventud.gob.pe/publicaciones/190-población-juventud-en-el-peru-cifras-regionales-2015/>

SENAJU (2015). Informe Nacional de las juventudes en el Perú. Disponible en:

http://juventud.gob.pe/media/publications/PublicacionSENAJU_2.pdf

SENAJU (2012) Encuesta Nacional de la Juventud. Resultados finales. Disponible en:

<http://www.unfpa.org.pe/publicaciones/publicacionesperu/SENAJU-INEI-ENAJUV-2011.pdf>

IV Censo Nacional Agropecuario, MINAGRI, INEI, 2012.

Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO) INEI, 2015.

XV. ANEXOS:

- **Ficha de encuesta.**
- **Institucionalidad en las cadenas de café y cacao.**
- **Lista de entrevistados.**
- **Informe Fotográfico.**

Encuesta a jóvenes en el sector café y cacao

NÚMERO DE MUESTRA

I. UBICACIÓN GEOGRAFICA

REGION		
PROVINCIA		

DISTRITO		
CENTRO POBLADO		

II. INFORMACIÓN SOCIODEMOGRAFICA

1. CONDICIÓN DEL ENTREVISTADO(A) RESPECTO A LA COOPERATIVA:		2. NOMBRES Y APELLIDOS DEL(LA) ENTREVISTADO(A):											
(1) <i>Socio</i> (2) <i>Cónyuge del socio</i> (3) <i>Hijo(a) del socio</i> (4) <i>Otro</i>													
3. SEXO	4. EDAD <i>(en años cumplidos)</i>	5. DNI	6. TELEFONO FIJO/CELULAR	7. ¿CUÁNTAS PERSONAS VIVEN EN SU VIVIENDA?, <i>(incluido Usted)</i>									
(1) <i>Hombre</i> (2) <i>Mujer</i>													
8. ¿CUÁL ES SU RELACIÓN DE PARENTESCO CON EL JEFE DEL HOGAR?		<i>Jefe de hogar 1</i> <i>Cónyuge 2</i> <i>Hijo(a) 3</i> <i>Otro pariente 4</i> <i>Otro no pariente 5</i>											
9. ¿CUÁL ES SU ESTADO CIVIL?		<i>Soltero 1</i> <i>Casado/ Conviviente 2</i> <i>Divorciado/ Separado 3</i> <i>Viudo 4</i>											
10. ¿TIENE HIJOS?		<i>Sí 1</i> <i>No 2</i> ➔ PREGUNTA 12											
11. ¿CUÁNTOS HIJOS TIENE?		Número de hijos: <input style="width: 40px;" type="text"/>											
12. ¿DÓNDE NACIÓ USTED?		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;"><i>Región (País)</i></td> <td style="width: 50%;"></td> <td style="width: 35%;"></td> </tr> <tr> <td><i>Provincia</i></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><i>Distrito</i></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <i>En este lugar 0</i>			<i>Región (País)</i>			<i>Provincia</i>			<i>Distrito</i>		
<i>Región (País)</i>													
<i>Provincia</i>													
<i>Distrito</i>													
13. SIN TENER EN CUENTA EL LUGAR DONDE NACIO, ¿HA VIVIDO USTED EN OTRO LUGAR?		<i>Sí 1</i> <i>No 2</i> ➔ PREGUNTA 16											
14. ¿CUÁL FUE EL ÚLTIMO LUGAR DÓNDE USTED VIVIO ANTES DE VENIR (REGRESAR) ACA?		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;"><i>Región (País)</i></td> <td style="width: 50%;"></td> <td style="width: 35%;"></td> </tr> <tr> <td><i>Provincia</i></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><i>Distrito</i></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>			<i>Región (País)</i>			<i>Provincia</i>			<i>Distrito</i>		
<i>Región (País)</i>													
<i>Provincia</i>													
<i>Distrito</i>													
15. ¿EN QUÉ AÑO LLEGÓ (REGRESO) USTED PARA VIVIR EN ESTA LOCALIDAD?		AÑO <input style="width: 60px;" type="text"/> SI LLEGO (REGRESO) ENTRE 2016 Y 2017, PREGUNTE: ¿En qué mes? <input style="width: 100px;" type="text"/>											

16.¿CUÁL ES EL IDIOMA O LENGUA MATERNA QUE APRENDISTE EN TU NIÑEZ?	<i>Quechua</i>	1
	<i>Ashaninka</i>	2
	<i>Castellano</i>	3
	<i>Otro (Especifique)</i>	4

III. ACCESO A SERVICIOS DE EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA EL TRABAJO

POR FAVOR QUISIERA QUE USTED ME DE INFORMACIÓN SOBRE SU NIVEL DE EDUCACION:

17.¿CUÁL ES EL ÚLTIMO NIVEL DE ESTUDIOS QUE APROBÓ?	18.ÚLTIMO AÑO O GRADO DE ESTUDIOS APROBADO		19.¿ESTUDIO EN UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA O PRIVADA?		20.¿CUÁL ES EL NOMBRE DE LA CARRERA, PROFESIÓN UNIVERSITARIA O TÉCNICA QUE HA ESTUDIADO?
	Año	Grado	1 Pública	2 Privada	
<i>Sin nivel</i>	1		1	2	
<i>Inicial</i>	2		1	2	
<i>Primaria</i>	3		1	2	
<i>Secundaria</i>	4		1	2	
<i>Superior Técnica</i>	5		1	2	
<i>Superior universitaria</i>	6		1	2	

21.EL ÚLTIMO NIVEL DE ESTUDIOS QUE APROBÓ, ¿LO HIZO EN UN CENTRO EDUCATIVO DE SU LOCALIDAD? <i>Sí</i> 1 PREGUNTA 23 <i>No</i> 2	22.¿EN QUÉ LOCALIDAD ESTA UBICADO ESE CENTRO EDUCATIVO?	
	<i>Región</i>	
	<i>Provincia</i>	
	<i>Distrito</i>	
	<i>Localidad</i>	

23.EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS, DESDE 2012 HASTA AHORA, ¿ESTUDIAS O ESTUDIASTE ALGÚN CURSO DE CAPACITACIÓN, O ESPECIALIZACIÓN QUE LO PREPARÓ PARA EL TRABAJO?	24.NOMBRE DE (LOS) CURSOS DE CAPACITACIÓN, DIPLOMADO O ESPECIALIZACIÓN MAS IMPORTANTES QUE SIGUIÓ:	25.¿CÓMO FINAN- CIO EL CURSO?				26. ¿OBTUVO DIPLOMA , CONSTAN- CIA O CERTIFIC A-DO?		27.¿LOS ESTUDIOS LOS SIGUIÓ EN ESTA LOCALIDAD O EN OTRA?		
		<i>Por cuenta propia</i>	<i>Financiado por la cooperativa u. por mi</i>	<i>Financiado totalmente por la cooperativa</i>	<i>Financiado por terceros</i>	<i>Sí</i>	<i>No</i>	<i>Esta localidad</i>	<i>Otra localidad (Especifique)</i>	
<i>Sí</i> 1 CONTINUE CON PREGUNTA 24 <i>No</i> ... 2	1.		1	2	3	4	1	2	1	
	2.		1	2	3	4	1	2	1	
	3.		1	2	3	4	1	2	1	

28.¿HA APRENDIDO ALGÚN OFICIO A TRAVÉS DE LA EXPERIENCIA EN ALGUNA EMPRESA, TALLER O EL CAMPO (<i>capacitación no formal/aprendizaje fuera del aula</i>)? <i>Sí</i> 1 <i>No</i> 2 PREGUNTA 30	29.¿CUÁL ES ESE OFICIO? _____ _____ _____
--	--

IV. EMPLEO

TRABAJO EN ACTIVIDADES AGRICOLAS DE LAS PARCELAS DE CAFÉ Y CACAO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

30. INDIQUE EN CUÁLES DE ESTAS LABORES AGRÍCOLAS Y AGROINDUSTRIALES DEL CAFÉ Y/O CACAO PARTICIPÓ GENERALMENTE, EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES:	Si	No	
	LABORES AGRÍCOLAS:		
	1. ¿Preparación de terreno e instalación del cultivo (limpieza, poceado, siembra, etc.)?	1	2
	2. ¿Labores culturales (fertilización, control fitosanitario, poda, manejo de sombra, riego, etc.)?	1	2
	3. ¿Cosecha y pos cosecha?	1	2
	LABORES AGROINDUSTRIALES:		
	4. ¿Gestión administrativa y logística?	1	2
	5. ¿Comercialización?	1	2
	6. ¿Control de calidad y laboratorios?	1	2
	7. ¿Cata Del café/cacao?	1	2
8. ¿Elaboración y procesamiento del café/cacao?	1	2	
9. ¿No participa?		2	
31. RESPECTO A SU PARCELA, ¿USTED SE DESEMPEÑA COMO:	Conductor (Empleador/Patrono)..... 1 Trabajador jornalero..... 2 Trabajador familiar no remunerado..... 3 Otro (Especifique)..... 4		
32. ¿CUÁNTAS PARCELAS DE CAFÉ/CACAO TRABAJA/CONDUCE EN ESTA ZONA?	Número de parcelas <input style="width: 50px;" type="text"/>		

HABLEMOS DE SUS PARCELAS (O CHACRAS) DE CAFÉ/CACAO QUE CONDUCE:

Número de parcela	Parcela 1	Parcela 2	Parcela 3	Parcela 4
33. Nombre de la parcela....				
34. ¿QUE EXTENSIÓN TIENE SU PARCELA DE CAFÉ/CACAO? UNIDAD DE MEDIDA Ha.....1 m2.....2 Otro.....3 Especifique:.....	Cantidad (extensión) → <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/> Unidad de medida → <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>
35. DE ESTA PARCELA (O CHACRA) DE CAFÉ/ CACAO, USTED ES:				
Propietario con título inscrito en RRPP..... 1	1	1	1	1
Propietario con título no inscrito en RRPP 2	2	2	2	2
Propietario sin título pero en trámite de título ... 3	3	3	3	3
Propietario sin título ni trámite 4	4	4	4	4
Comunero 5	5	5	5	5
Arrendatario 6	6	6	6	6
Posesionario 7	7	7	7	7
Otro (Especifique) 8	8	8	8	8
36. ¿USUALMENTE, DURANTE EL AÑO, ADEMÁS DE TRABAJAR EN SUS PARCELAS O CHACRAS O EN LA CRIANZA DE SUS ANIMALES, REALIZA OTRA ACTIVIDAD PARA CONSEGUIR INGRESOS?	Sí..... 1 No..... 2 PREGUNTA 38			
37. ¿QUÉ ACTIVIDAD PRINCIPAL REALIZA ADEMÁS DE TRABAJAR EN LAS PARCELAS O CHACRAS O EN LA CRIANZA DE SUS ANIMALES?	En agricultura/ganadería/pesca 1 En comercio..... 2 En fabricación de prendas de vestir/otros productos 3 En construcción..... 4			

	<i>En restaurantes y hoteles.....</i> 5
	<i>En transporte.....</i> 6
	<i>Otro (Especifique).....</i> 7

CONDICIÓN DE ACTIVIDAD (en el último mes)

38. ¿EN EL ÚLTIMO MES,, USTED SE ENCONTRABA:

1. ¿TRABAJANDO? (<i>sin contar los quehaceres del hogar</i>).....	Sí..... 1  PREGUNTA 39 No 2
2. ¿TENÍA TRABAJO (<i>empleo fijo</i>) PERO DESCANSÓ? (<i>por huelga, vacaciones, etc.</i>)	Sí..... 1  PREGUNTA 39 No 2
3. ¿NO TRABAJÓ PERO TIENE UN NEGOCIO PROPIO AL QUE VOLVERÁ?	Sí..... 1  PREGUNTA 39 No 2
4. ¿ESTUVO REALIZANDO ALGUNA ACTIVIDAD (<i>al menos una hora</i>) PARA OBTENER INGRESOS EN DINERO O EN ESPECIE? <i>Actividades como:</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Labores en la Finca, Cooperativa, Empresa privada o Negocio pequeño (chocolatería/café), vinculado al café o cacao</i> • <i>Labores remuneradas en la chacra o cuidado de animales</i> • <i>Ayudando a un familiar sin remuneración</i> • <i>Trabajando en algún negocio propio o de un familiar</i> • <i>Ofreciendo algún servicio</i> • <i>Haciendo algo en casa para vender</i> • <i>Vendiendo productos de belleza, ropa, joyas, etc.</i> • <i>Realizando alguna labor artesanal para vender</i> • <i>Haciendo prácticas pagadas en un centro de trabajo</i> • <i>Trabajando para un hogar particular</i> • <i>Fabricando algún producto</i> • <i>Otro</i> <i>(Especifique):</i> _____	Sí..... 1  PREGUNTA 39 No 2  PREGUNTA 48

OCUPACIÓN PRINCIPAL

39. ¿QUÉ TAREAS REALIZASTE EN TU OCUPACIÓN PRINCIPAL?	_____ _____ _____ _____
40. EN TU OCUPACIÓN PRINCIPAL, ¿A QUÉ SE DEDICA EL NEGOCIO, ORGANISMO O EMPRESA EN LA QUE TRABAJÓ?	<i>Agricultura.....</i> 1 <i>Pesquería/Minería.....</i> 2 <i>Industria</i> 3 <i>Comercio.....</i> 4 <i>Transporte.....</i> 5 <i>Servicios.....</i> 6 <i>Otro (Especifique).....</i> 7
41. EN TU OCUPACIÓN PRINCIPAL, USTED SE DESEMPEÑABA COMO:	<i>Empleador/Patrono</i> 1 <i>Trabajador independiente</i> 2 <i>Empleado/Obrero.....</i> 3 <i>Trabajador familiar no remunerado.....</i> 4 <i>Trabajador del hogar.....</i> 5 <i>Practicante</i> 6

42. EN TU TRABAJO, NEGOCIO O EMPRESA, INCLUYENDOTE A TI, ¿CUÁNTAS PERSONAS LABORARON?	Número de personas Hasta 50 personas 1 → <input type="text"/> Más de 50 personas 2
43. ¿CUÁNTO TIEMPO TRABAJA USTED EN ESTA OCUPACIÓN PRINCIPAL?	AÑOS <input type="text"/> <input type="text"/> MESES (Sólo si es menos de 1 año) <input type="text"/>
44. ¿CUÁNTAS HORAS DIARIAS TRABAJÓ EN SU OCUPACIÓN PRINCIPAL?	Número de horas diarias... <input type="text"/> Número de días a la semana..... <input type="text"/>

OCUPACIÓN SECUNDARIA

45. ¿TUVISTE OTRO TRABAJO PARA OBTENER INGRESOS EN EL MES PASADO?	Sí..... 1 No..... 2 ➡ PREGUNTA 50
46. EN ESTE OTRA OCUPACIÓN, ¿A QUÉ SE DEDICA EL NEGOCIO, ORGANISMO O EMPRESA EN LA QUE TRABAJÓ?	Agricultura..... 1 Pesquería/Minería..... 2 Industria 3 Comercio..... 4 Transporte..... 5 Servicios..... 6 Otro (Especifique) 7
47. ¿CUÁNTAS HORAS DIARIAS TRABAJÓ EN SU OCUPACIÓN SECUNDARIA?	Número de horas diarias... <input type="text"/> Número de días a la semana..... <input type="text"/>

PASE A PREGUNTA 50

DESOCUPADOS

48. AUNQUE NO TRABAJO EL MES PASADO, USTED:	¿Quería trabajar, estuvo disponible y buscó? ➡ PREGUNTA ¿Quería trabajar pero no buscó?..... 2 ¿No quería trabajar ni buscó trabajo?..... 3
49. ¿POR QUÉ NO BUSCASTE TRABAJO?	No hay trabajo..... 1 Se cansó de buscar 2 Por su edad 3 Falta de experiencia 4 Sus estudios no le permiten 5 Los quehaceres del hogar no le permiten 6 Razones de salud 7 Falta de capital 8 Otro (Especifique) 9

SEGURIDAD SOCIAL

50. ¿ESTÁS AFILIADO A ALGÚN TIPO DE SEGURO DE SALUD?	Afiliado a ESSALUD..... 1 Afiliado al SIS 2 Afiliado a un Seguro privado..... 3 Afiliado a Otro tipo de seguro de salud..... 4 No está Afiliado..... 5
51. ¿ESTÁS AFILIADO A ALGÚN TIPO DE SEGURO DE PENSIONES?	Afiliado a la AFP..... 1 Afiliado a la ONP 2 Afiliado a Otro tipo de seguro de pensiones..... 3 No está Afiliado..... 4

V. INCLUSIÓN FINANCIERA

52. EN EL ÚLTIMO AÑO, ¿DE DONDE OBTUVO SUS RECURSOS FINANCIEROS PARA SUS ACTIVIDADES (<i>personales, profesionales, educativas, salud, recreación, etc?</i>)		SI	NO	PASE A PREGUNTA 54
	1. ¿De Institución financiera?.....	1	2	
	2. ¿De familiares?.....	1	2	
	3. ¿De amigos?.....	1	2	
	4. ¿De prestamistas?.....	1	2	
	5. ¿De ahorros/ recursos propios?.....	1	2	
	6. ¿De crédito de proveedores?.....	1	2	
	7. ¿De Juntas colectivas?	1	2	
	8. ¿Otro? (Especifique).....	1	2	

Solo para los que en PREGUNTA 52.1 (¿De Institución financiera?) respondieron SI (código 1):	Código de la Institución financiera: <input type="text"/>															
53. MENCIONE LA INSTITUCIÓN FINANCIERA, MÁS IMPORTANTE, DE DONDE OBTUVO EL RECURSO FINANCIERO:	(1)AGROBANCO, (2)Caja Municipal, (3)Caja Rural, (4)Banca privada, (5)EDPYME, (6)Cooperativa de Ahorro y Crédito, (7)ONG's (8)Otro (Especifique)															
54. ¿EN EL ÚLTIMO AÑO HA TENIDO ALGUN PRESTAMO?	Sí.....1 No.....2 ➔ PREGUNTA 58															
55. ¿CUÁL ES EL MONTO DE ESE PRESTAMO?	S/. <input type="text"/>															
56. ¿A QUÉ PLAZOS SE COMPROMETIO A PAGAR EL PRESTAMO?	Número de periodo de pago (del plazo comprometido) <input type="text"/>															
57. ¿YA LO TERMINO DE PAGAR?	Sí.....1 No.....2															
58. EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES HA RECIBIDO:	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Si</th> <th>No</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. ¿Remesas de dinero o bienes de algún familiar residente en el extranjero?</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>2. ¿Remesas de dinero o bienes de algún familiar residente en el país?</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>3. ¿Gratificaciones, bonificaciones?</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>4. ¿Otras rentas, alquileres, intereses?</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table>		Si	No	1. ¿Remesas de dinero o bienes de algún familiar residente en el extranjero?	1	2	2. ¿Remesas de dinero o bienes de algún familiar residente en el país?	1	2	3. ¿Gratificaciones, bonificaciones?	1	2	4. ¿Otras rentas, alquileres, intereses?	1	2
	Si	No														
1. ¿Remesas de dinero o bienes de algún familiar residente en el extranjero?	1	2														
2. ¿Remesas de dinero o bienes de algún familiar residente en el país?	1	2														
3. ¿Gratificaciones, bonificaciones?	1	2														
4. ¿Otras rentas, alquileres, intereses?	1	2														

VI. ACCESO A SERVICIOS PARA EL DESARROLLO DE NEGOCIOS

59. ¿ACTUALMENTE TIENES UN NEGOCIO O EMPRESA QUE CONDUCES?	Sí.....1 No.....2 ➔ PREGUNTA 65
60. ¿HACE CUÁNTOS AÑOS (O MESES) INICIO SU NEGOCIO (<i>más importante?</i>)	AÑOS <input type="text"/> MESES (si es menos de 1 año) <input type="text"/>
61. ¿CUÁNTOS TRABAJADORES TIENE SU NEGOCIO (<i>más importante?</i>)	Número de trabajadores <input type="text"/>
62. ¿CUÁL ES LA ORGANIZACIÓN JURÍDICA DE SU NEGOCIO (<i>más importante?</i>)	Persona natural con negocio..... 1 Empresa individual de responsabilidad limitada 2 Sociedad de responsabilidad limitada 3 Sociedad anónima 4 No tiene 5

63. ¿A QUÉ SE DEDICA SU NEGOCIO (más importante)?	Agricultura.....	1
	Pesquería/Minería.....	2
	Industria.....	3
	Comercio.....	4
	Transporte.....	5
	Servicios.....	6
	Otro (Especifique).....	7

64. ¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES RAZONES QUE TE IMPULSARON A INICIAR UN NEGOCIO O EMPRESA?		Sí	No
	1. ¿Experiencia en negocios?	1	2
	2. ¿Vocación empresarial?	1	2
	3. ¿Estaba desocupado/ dificultad para encontrar empleo dependiente?	1	2
	4. ¿Mejorar los ingresos?	1	2
	5. ¿Deseo de ser independiente?	1	2
	6. ¿Continuar el negocio familiar?	1	2
	7. ¿Malas condiciones en el empleo actual?	1	2
	8. ¿Otro? (Especifique)	1	2

65. EN LOS PRÓXIMOS 3 AÑOS, ¿HAS PENSADO INICIAR UN NEGOCIO O EMPRESA?	Sí.....1
	No.....2 ➡ PREGUNTA 70

66. ¿A QUÉ SE DEDICARÍA SU NEGOCIO?	Agricultura.....	1
	Pesquería/Minería.....	2
	Industria.....	3
	Comercio.....	4
	Transporte.....	5
	Servicios.....	6
	Otro (Especifique).....	7

67. ¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES RAZONES QUE TE IMPULSAN A INICIAR UN NEGOCIO O EMPRESA?		Sí	No
	1. ¿Experiencia en negocios?	1	2
	2. ¿Vocación empresarial?	1	2
	3. ¿Estoy desocupado/ dificultad para encontrar empleo dependiente?	1	2
	4. ¿Mejorar los ingresos?	1	2
	5. ¿Deseo de ser independiente?	1	2
	6. ¿Continuar el negocio familiar?	1	2
	7. ¿Malas condiciones en el empleo actual?	1	2
	8. ¿Otro? (Especifique)	1	2

68. ¿QUÉ FACTORES TE FACILITAN PARA CREAR UN NEGOCIO?		Sí	No
	1. ¿Cuenta con capital propio.	1	2
	2. ¿Acceso a los medios de financiación?	1	2
	3. ¿Existía un mercado/una demanda?	1	2
	4. ¿La participación en talleres/Oportunidad de trabajar con la cooperativa?	1	2
	5. ¿Tengo activos (local, terreno, equipos, vehículos, maquinaria)?	1	2
	6. ¿Otro? (Especifique)	1	2

74. EN UNA ESCALA DEL 1 AL 5, ¿CUÁL ES SU PERCEPCIÓN SOBRE LAS SIGUIENTES CIRCUNSTANCIAS EN RELACIÓN A SU COMUNIDAD?

En una escala del 1 al 5

ACTITUDES SOCIALES

1. ¿Diría que los pobladores de su comunidad contribuyen para lograr objetivos comunes de mejoramiento?	Poco 1 2 3 4 5 Mucho
2. ¿Cómo es el trato entre pobladores de su comunidad?	Inadecuado 1 2 3 4 5 Adecuado
3. ¿Ud. Cree que las diferencias en educación entre pobladores de su comunidad tienden a dividirlos?	Poco 1 2 3 4 5 Mucho
4. ¿Ud. Cree que las diferencias económicas entre pobladores de su comunidad tienden a dividirlos?	Poco 1 2 3 4 5 Mucho
5. ¿Ud. Cree que las diferencias de posesión de tierras entre pobladores de su comunidad tienden a dividirlos?	Poco 1 2 3 4 5 Mucho
6. ¿Ud. Cree que las diferencias de género entre pobladores de su comunidad tienden a dividirlos?	Poco 1 2 3 4 5 Mucho
7. ¿Ud. Cree que las diferencias entre jóvenes y adultos entre pobladores de su comunidad tienden a dividirlos?	Poco 1 2 3 4 5 Mucho

VALORACIÓN

8. ¿Le gusta vivir en esta localidad?	Poco 1 2 3 4 5 Mucho
9. ¿Considera que se siente a gusto conviviendo con los vecinos de su localidad?	Poco 1 2 3 4 5 Mucho
10. Si tuviera que participar en la ejecución de un proyecto para su comunidad, ¿se sentiría a gusto trabajar en grupo con sus vecinos?	Poco 1 2 3 4 5 Mucho

COMPROMISO CIVICO

11. ¿Está bien informado sobre los asuntos locales de su comunidad?	Poco 1 2 3 4 5 Mucho
12. ¿Considera que los pobladores de la comunidad, en general, respetan los bienes ajenos?	Poco 1 2 3 4 5 Mucho

75. EN CASO DE UNA EMERGENCIA EN ESTA COMUNIDAD (LOCALIDAD), ¿QUIÉN CREE QUE SE ENCARGARÍA DE LA SITUACIÓN?

	Sí	No
1. ¿El municipio?	1	2
2. ¿La PNP?	1	2
3. ¿La Iglesia?	1	2
4. ¿Otro? Especifique:	1	2
5. ¿Ninguno?		2

VIII. INSTITUCIONALIDAD

76. ACTUALMENTE, ¿CÓMO ES SU RELACIÓN CON LAS SIGUIENTES INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS DE SU REGIÓN?						
	<i>Recibo información útil</i>	<i>Hay coordinación con la</i>	<i>Me he beneficiado de sus</i>	<i>Muy poca/casi nada</i>	<i>Ninguna</i>	<i>No la conozco</i>
1. ¿El Municipio (distrital/provincial)?	1	2	3	4	5	6
2. ¿El Gobierno Regional?	1	2	3	4	5	6
3. ¿SUNAT?	1	2	3	4	5	6
4. ¿Defensa Civil?	1	2	3	4	5	6
5. ¿FFAA/PNP?	1	2	3	4	5	6
6. ¿La Iglesia?	1	2	3	4	5	6
7. ¿La Defensoría del Pueblo?	1	2	3	4	5	6
8. ¿Asociación de productores?	1	2	3	4	5	6
9. ¿Los partidos políticos?	1	2	3	4	5	6
10. ¿La Cooperativa?	1	2	3	4	5	6
11. ¿Otro? (Especifique)	1	2	3	4	5	6

IX. CAMBIO CLIMATICO

77. EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES, ¿HA OBSERVADO EN SU LOCALIDAD LA OCURRENCIA DE ALGUNOS DE LOS SIGUIENTES EVENTOS CLIMATOLÓGICOS?:			78. ¿CUÁNTAS VECES HA OCURRIDO ESTE EVENTO?		79. ¿ESTO ES NORMAL?	
	<i>Sí</i>	<i>No</i>	<i>Número de veces</i>	<i>No sabe / No precisa</i>	<i>Sí</i>	<i>No</i>
1. ¿Granizo?	1	2		9	1	2
2. ¿Periodo prolongado de lluvias?	1	2		9	1	2
3. ¿Huaicos?	1	2		9	1	2
4. ¿Deslizamientos?	1	2		9	1	2
5. ¿Inundaciones?	1	2		9	1	2
6. ¿Sequía?	1	2		9	1	2
7. ¿Otro? (Especifique)	1	2		9	1	2

80. ¿QUÉ SE VIO AFECTADO CON ESTOS EVENTOS?			81. ¿QUÉ PORCENTAJE DEL TERRENO HA SIDO AFECTADO?
	<i>Sí</i>	<i>No</i>	
1. ¿Mis Sembríos?	1	2	
2. ¿Mis Pastos?	1	2	
3. ¿Mi Vivienda?	1	2	
4. ¿Mis caminos?	1	2	
5. ¿Otro? (Especifique)	1	2	

SOLO PARA SEMBRÍOS AFECTADOS:

82. ¿QUÉ SEMBRÍOS FUERON AFECTADOS EN ESTOS EVENTOS?		
	<i>Sí</i>	<i>No</i>
1. ¿El café?	1	2
2. ¿El cacao?	1	2
3. ¿Otro?	1	2
4. ¿Otro?	1	2

83. ¿CÓMO CREE QUE AFECTA A LOS CULTIVOS ESTOS CAMBIOS EN EL CLIMA?		Sí	No
	1. ¿Se pierde cultivos?	1	2
	2. ¿Falta agua?	1	2
	3. ¿Trae plagas?	1	2
	4. ¿Ocurren incendios?	1	2
	5. ¿Otro? Especifique:	1	2

X. ACCESO A TECNOLOGÍA E INFORMACIÓN Y CONECTIVIDAD

84. SU HOGAR TIENE:	SERVICIOS:	Sí	No
	1. ¿Teléfono fijo?	1	2
	2. ¿Conexión a internet?	1	2
	3. ¿Cable o satélite?	1	2
	EQUIPOS:		
	4. ¿Radio?	1	2
5. ¿Televisión?	1	2	
6. ¿Computadora?	1	2	
85. ¿USTED TIENE TELEFONO MOVIL?	<i>Si</i> 1 <i>No</i> 2 ➡ PREGUNTA 90		
86. ¿SU TELEFONO MOVIL CUENTA CON SERVICIO DE INTERNET?	<i>Si</i> 1 <i>No</i> 2 ➡ PREGUNTA 90		
87. ¿LA SEÑAL DEL SERVICIO DE INTERNET ES:	<i>Muy buena</i> 1 <i>Buena</i> 2 <i>Mala</i> 3 <i>Muy mala</i> 4 <i>No hay señal</i> 5		
88. EL MES ANTERIOR, ¿USASTE EL SERVICIO DE INTERNET?	<i>Si</i> 1 <i>No</i> 2 ➡ PREGUNTA 90		
89. EL MES ANTERIOR, ¿EL SERVICIO DE INTERNET LO USASTE PARA:		Sí	No
	1. ¿Comunicarte (e-mail, chat, etc.)?	1	2
	2. ¿Redes sociales (Facebook, twitter, etc.)?	1	2
	3. ¿Búsqueda de información y actividades de capacitación, etc.?	1	2
	4. ¿Para seguir cursos de capacitación en línea?	1	2
	5. ¿Búsqueda de empleo?	1	2
	6. ¿Operaciones de banca electrónica?	1	2
	7. ¿Comprar productos o solicitar servicios?	1	2
	8. ¿Entretenimiento (juegos de video, obtener películas, música, etc.)?	1	2

90. EN UNA ESCALA DEL 1 AL 5, ¿CUÁL ES SU PERCEPCIÓN SOBRE LO SIGUIENTE:	En una escala del 1 al 5					
1. ¿Cómo considera la distancia de su parcela a su vivienda?	Muy cerca Muy lejos <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5		
2. ¿Cómo considera la distancia de su parcela a la Cooperativa?	Muy cerca Muy lejos <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5		
3. ¿Cómo considera la distancia de su parcela al Mercado Local?	Muy cerca Muy lejos <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5		

XI. SERVICIOS DE RECREACIÓN, COMERCIALES Y OPINIÓN DE LOS JÓVENES.

91. ¿CONOCE _____? (ciudad más cercana)	Sí 1 No 2 ➡ PREGUNTA																											
92. ¿CON QUE FRECUENCIA VISITA ESTA CIUDAD?	Rara vez 1 1 vez al mes 2 1 vez a la semana 3 Más de 1 vez a la semana 4																											
93. ¿DÓNDE DUERME DURANTE SU VISITA A ESTA CIUDAD?	Hospedaje 1 Casa de familiar 2 Casa propia 3 Otro (Especifique) 4 No me quedo más de 1 día 5																											
94. CUANDO VISITA ESTA CIUDAD, ¿QUÉ ACTIVIDADES REALIZA?	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Sí</th> <th>No</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. ¿Compras?</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>2. ¿Negocios?</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>3. ¿Estudios/capacitaciones?</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>4. ¿Salud?</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>5. ¿Visita a familiares/amigos?</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>6. ¿Recreación?</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>7. ¿Otro? (Especifique)</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table> ➡ PASE A PREGUNTA		Sí	No	1. ¿Compras?	1	2	2. ¿Negocios?	1	2	3. ¿Estudios/capacitaciones?	1	2	4. ¿Salud?	1	2	5. ¿Visita a familiares/amigos?	1	2	6. ¿Recreación?	1	2	7. ¿Otro? (Especifique)	1	2			
	Sí	No																										
1. ¿Compras?	1	2																										
2. ¿Negocios?	1	2																										
3. ¿Estudios/capacitaciones?	1	2																										
4. ¿Salud?	1	2																										
5. ¿Visita a familiares/amigos?	1	2																										
6. ¿Recreación?	1	2																										
7. ¿Otro? (Especifique)	1	2																										
Solo para los que en PREGUNTA 94.1 (¿Compras?) respondieron SI (código 1):																												
95. ¿QUÉ COSAS COMPRA DURANTE SU VISITA?	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Sí</th> <th>No</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. ¿Electrodomésticos?</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>2. ¿Equipos electrónicos?</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>3. ¿Ropa?</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>4. ¿Juguetes?</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>5. ¿Decoración?</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>6. ¿Herramientas?</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>7. ¿Alimentos?</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>8. ¿Otro? (Especifique)</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table>		Sí	No	1. ¿Electrodomésticos?	1	2	2. ¿Equipos electrónicos?	1	2	3. ¿Ropa?	1	2	4. ¿Juguetes?	1	2	5. ¿Decoración?	1	2	6. ¿Herramientas?	1	2	7. ¿Alimentos?	1	2	8. ¿Otro? (Especifique)	1	2
	Sí	No																										
1. ¿Electrodomésticos?	1	2																										
2. ¿Equipos electrónicos?	1	2																										
3. ¿Ropa?	1	2																										
4. ¿Juguetes?	1	2																										
5. ¿Decoración?	1	2																										
6. ¿Herramientas?	1	2																										
7. ¿Alimentos?	1	2																										
8. ¿Otro? (Especifique)	1	2																										

EXPECTATIVA MIGRATORIA

96. ¿TIENES EXPECTATIVAS (DESEO) DE VIVIR EN OTRA CIUDAD DEL PAÍS O EN OTRO PAÍS?	Sí, en otra ciudad del país 1 Sí, en otro país 2 No 3 ➡ FIN
---	---

97. ¿TIENES PLANIFICADO SALIR EN LOS PRÓXIMOS 3 AÑOS?	<i>Si</i> 1 <i>No</i> 2
98. ¿CUÁL ES LA RAZÓN PRINCIPAL POR LA QUE PIENSAS SALIR DE TU LOCALIDAD?	<i>Por desempleo actual</i> 1 <i>Por mejora económica</i> 2 <i>Por contrato de trabajo</i> 3 <i>Por motivos de estudio</i> 4 <i>Por motivos familiares</i> 5 <i>Por inseguridad ciudadana</i> 6 <i>Por motivos de salud</i> 7 <i>Otro (Especifique)</i> 8

**FIN DE LA ENTREVISTA,
MUCHAS GRACIAS**

Nombre del entrevistador(a): _____

Fecha: ____/ ____/ ____/

Institucionalidad en la cadena de café y cacao

Instituciones	Objetivos/Finalidad	Alcance	Posibles áreas de Articulación y Alianzas
Instituciones Públicas			
INIA	Entidad adscrita al MINAGRI Tiene un importante Programa Nacional de Innovación Agraria (PNIA) que prioriza cultivos agroindustriales entre los cuales están el café y el cacao.	Nacional	Financiamiento mediante fondos concursables para proyectos de extensión en los cuales se pueden presentar organizaciones de productores con entidades aliadas.
SENASA	Ente del MINAGRI responsable de cautelar la seguridad sanitaria, de los programas de prevención, control y erradicación de plagas y enfermedades. Actualmente ejecuta un importante programa de renovación de cafetales con Agro Banco.	Nacional	Reforzar sus capacidades en sistemas de alerta temprana en territorios de café y cacao tomado en cuenta los escenarios climáticos.
Dirección General Agraria - DGA	Dependencia del MINAGRI, promueve el acceso de los productos agrarios a los mercados nacionales e internacionales así como también la organización de productores en cooperativas. Brindan servicios de capacitación y asistencia técnica. Tienen especialistas en las cadenas de café y cacao.	Nacional	Abocados a la fecha en operativizar la plataforma SERVIAGRO. Operativa algunas acciones de contraparte con programas de cooperación técnica como es el FORMAGRO.
SERFOR	Autoridad Nacional Forestal y de Fauna Silvestre. Organismo técnico especializado del MINAGRI , responsable de articular con otros actores e instancias del Estado peruano y la sociedad civil para cumplir la Política Nacional y la Ley Forestal y de Fauna Silvestre.	Nacional	Lidera las propuestas de Medidas Nacionales de Mitigación Apropriada (NAMAS). Se han desarrollado los conceptos de NAMAS café, cacao, palma y ganadería. En el caso de las NAMAS de café y cacao participan el MINAM, Gobiernos Regionales, la GIZ, CIRAD, ICRAF, Rainforest Alliance, CATIE etc. Los NAMAS se implementan del 2016-2025.
Ministerio de la Producción. Dirección de Cooperativas e Institucionalidad	Políticas nacionales y sectoriales para las MYPE, industrias y cooperativas.	Nacional	Trabaja 4 temas importantes: i) Normatividad, ii) Constitución y formalización, iii) Promoción y fomento del modelo cooperativo (temas tributarios) y iv) Políticas públicas.
Instituto Tecnológico de la Producción	Adscrito a PRODUCE coordina una red de centros públicos y privados de innovación tecnológica (red Cites) entre los cuales hay algunas iniciativas para las cadenas del café y del cacao. En ambas cadenas promueven sistemas agroforestales.	Nacional	Transferencia de tecnología de producción y post cosecha de cacao y café
DEVIDA	Entidad adscrita a la PCM que implementa con fondos del estado y de la cooperación internacional proyectos de desarrollo alternativo dentro del marco del combate a las	VRAEM regiones de Junín,	Articulación de programas y proyectos en territorios para no duplicar esfuerzos, con agendas compartidas.

Instituciones	Objetivos/Finalidad	Alcance	Posibles áreas de Articulación y Alianzas
	drogas. Entre los cultivos priorizados están el café y el cacao	Ayacucho, Huancavelica	
Instituciones Gremiales			
Consejo Nacional del Café	Entidad creada en el 2002 para proponer mecanismos de política y normas legales, establecer las prioridades del sector, normas de acreditación y certificación y representar al sector. Integrada por el Ministro de Agricultura o su representante, La Junta Nacional del Café y la Cámara Peruana del Café y Cacao.	Nacional	No está funcionando de manera periódica pero es posiblemente el espacio más importante que hay que seguir para poder ver tema de oportunidades de escalamiento o cambios estructurales
Junta Nacional del Café	Institución que congrega y representa a los productores cafetaleros peruanos organizados y afiliados frente al Estado. Tiene más de 50 socios principalmente cooperativas y asociaciones a los que ofrece servicios de capacitación, apertura de mercados y vínculos con ferias internacionales entre otros.	Nacional	Aliado importante por ser el gremio de los pequeños productores organizados. Importante apoyar los procesos de fortalecimiento de las sedes regionales viendo posibilidades de promover juntos en San Martín, Cajamarca y Satipo.
Mesa Técnica del Cacao	Liderada por el APPCacao, la Cámara Peruana del Café y Cacao y el MINAGRI (secretaría técnica) Son miembros de la Mesa Técnica, varias entidades como MINCETUR, PRODUCE, Alianza Cacao Perú, Swiss Contact, GIZ, el ITC entre otros.	Nacional	Espacio importante si se genera mayor dinamismo. Es un espacio donde se pueden ver propuestas de políticas para la competitividad de la cadena.
Asociación Peruana de Productores de Cacao	Integrada por 25 organizaciones, representa y apoya con servicios de capacitación y asesoría a sus socias (cerca de 14,000 pequeños productores)	Nacional. San Martín es la región de mayor concentración de APP Cacao	Relevo generacional (formación de jóvenes en temas de emprendimientos en la cadena de cacao).
Cámara Peruana del Café y Cacao.	Creada en 1991, reúne a las principales empresas privadas del sector (productores, exportadores e industriales) y está orientada básicamente a la difusión y promoción de la actividad cafetalera y cacaoera peruana en el mundo.	Nacional	Interés en los temas de Negocios Inclusivos que desarrollan algunas de sus asociadas. Interesados en incluir mayor cantidad de jóvenes ofreciendo asistencia técnica a las empresas socias.
Alianza Cacao Perú	Programa promovido por USAID en articulación con DEVIDA busca impulsar la producción de cacao fino y de aroma en las regiones de Huánuco, Ucayali y San Martín promoviendo tecnología de punta, un enfoque de trazabilidad y conexión con el mercado.	Huánuco, Ucayali y San Martín	Se encuentran en su segundo lanzamiento de la Alianza (2016-2021); con un monto de 75 millones de los cuales EEUU aporta 25 millones y 16 empresas nacionales e internacionales 50 millones, para un total de 20 mil familias beneficiarias; para incrementar productividad en cacao y emprendimientos a base del cacao.

Instituciones	Objetivos/Finalidad	Alcance	Posibles áreas de Articulación y Alianzas
Central Café y Cacao	Creada el año 2003, es una entidad de segundo piso productores cafetaleros, organizados en cooperativas. Brindan servicios especializados para fortalecer los sistemas de producción de café y cacao, el desarrollo institucional cooperativo y el fortalecimiento de capacidades de sus recursos humanos.	Huánuco, Junín, Ayacucho, Cuzco y Puno.	Tienen bastante interés en estudiar e impulsar el desarrollo del mercado interno del café.
APE Café	Fundada en 1999 cuando recién se conoce el Specialty Coffee Association (SCA). Al comienzo con bastante apoyo de los industriales y la Junta Nacional del Café pero luego pierde fuerza y se reduce a un número pequeño de productores de selva central que producen cafés especiales. COPAEVIN es la principal asociación del APECAFE formada por 30 asociados de Villa Rica.	Nacional	Podría ser interesante trabajar en un proyecto de cafés especiales con COPAEVIN viendo de que crezca la membresía y mediante incorporación de pequeños productores de Villa Rica
Centros de Innovación			
CITE Piura	Iniciativa privada de la Universidad de Piura con participación de Nor Andino (antes CIPECAFE), ofrece servicios a las empresas u organizaciones productoras de café y cacao.	Piura	
CITE Cacao y Frutas Tropicales	Iniciativa con el ICT la USIL y la UNSM, Oro Verde, APP Cacao. Buscan estandarizar propuesta tecnológica de cacao y café para la región y proveen servicios a empresas y organizaciones.	San Martín	Propuestas de sistemas agroforestales para café y cacao.
Instituto de Cultivos Tropicales (ICT)	Iniciativa de USAID en San Martín para promover innovación en cultivos alternativos a la coca. Ahora es una entidad sin fines de lucro dedicado a la investigación genética y del manejo del cultivo de cacao. Tiene tres estaciones experimentales.	San Martín	Propuestas de sistemas agroforestales para café y cacao. Investigación de semillas resistentes.
Cooperación Internacional			
IICA	Entidad de cooperación internacional que apoya al Estado peruano a través de las entidades ligadas al desarrollo de la agricultura en fortalecer el desarrollo agrícola y el bienestar rural mediante acciones de cooperación técnica. El apoyo del IICA incluye el reforzamiento de capacidades de los actores relacionados a las cadenas de café y cacao	Nacional con énfasis en Cajamarca y San Martín en las cadenas de café y cacao	
VECO- Andino	VECO Andino trabaja en soporte técnico y metodológico en el desarrollo de la cadena y los proyectos; en asistencia	San Martín, Junín	Relevo generacional. Emprendimientos Juveniles.

Instituciones	Objetivos/Finalidad	Alcance	Posibles áreas de Articulación y Alianzas
	técnica, alianzas de actores, facilitación de procesos de dialogo, difusión y financiamiento de proyectos.		Programas de formación empresarial.
ICRAF	Miembro del Grupo Consultivo de Investigación para la Agricultura (CGIAR) es la entidad mundial especializada en agroforestería. Investiga sistemas agroforestales de cacao apropiados a las condiciones ambientales y sociales de los territorios donde se cultiva,	Internacional, Ucayali y San Martín	Participan activamente en las NAMAS de café y cacao Se pueden hacer sinergias para levantar información en los territorios cacaoteros de cómo se están dando las practicas locales de agroforestería con cacao para luego ver patrones de mejora con investigación.
Soluciones Prácticas	Promueve proyectos demostrativos de caficultura sostenible (sistemas agroforestales multiestrato) y de acceso a mercados. Trabajan incidencia en políticas en temas de extensión y en implementación de la Ley Forestal para validar legalmente las posesiones de pequeños caficultores en áreas de protección (para la cesión en uso).	San Martín, Bolivia	VECO podría aliarse con Soluciones Prácticas para explorar de cerca el trabajo de organizaciones de productores con el sector privado en café por ejemplo. SP tiene un proyecto con ECOM en San Martín de negocio directo con formación de extensionistas campesinos.
Rainforest Alliance	Trabaja para conservar la biodiversidad y asegurar medios de vida sostenibles. Tienen trabajo de certificación desde hace unos años con el sello RFA.	Nacional en Amazonía principalmente	Son críticos a lo que está pasando con las certificaciones de comercio justo y de producción orgánica en el Perú. La certificación RFA paso de 7,000 Has el 2006 a 50,000 has con RFA. El 2011. De allí ha bajado porque los productores prefieren sellos menos exigentes
Helvetas, Swiss Intercooperation Perú	Programa de Apoyo a la Agenda de Competitividad del Perú (2014-2018) con apoyo financiero de SECO-CN. Tienen una estrategia de apoyo a temas macro como por ejemplo la asistencia técnica a INACAL : Instituto Nacional de la Calidad en temas de Acreditación de la calidad Certificación de competencias laborales con MINTRA. Para las cadenas de valor han puesto en marcha un fondo concursable para apoyo en resolver cuellos de botella específicos.	Nacional	Se viene ejecutando café y clima con la Cámara Peruana del Café; se apoya la normatividad de la nueva ley de cooperativas.
GIZ- Pro Ambiente	Contribuye a lograr las metas peruanas del uso sostenible y la conservación de ecosistemas, Una de sus líneas es la de Innovación con la que están apoyando iniciativas de investigación en temas de genética del cultivo del cacao...	Nacional	Trabajando en sistemas agroforestales sostenibles a nivel económico y ecológico. Dan asistencia técnica a Gobiernos Regionales en Sistemas Agroforestales
Lutheran World Relief (LWR)	ONG internacional que trabaja temas de agricultura sostenible, gestión de riesgos. Trabajan con la cadena de cacao en varios países entre los que está Perú como parte de un programa internacional	Junín, Cusco, Ayacucho y Huanuco (VRAEM cacaotero)	Experiencia avanzada en Nicaragua con temas de extensionistas campesinos que usan TICS para la asistencia técnica. En Perú tienen en el VRAEM una experiencia de plataforma de servicios para productores de cacao con la empresa ECOM- Bio Azul

Instituciones	Objetivos/Finalidad	Alcance	Posibles áreas de Articulación y Alianzas
Empresas comercializadoras			
ECOM Perú	Empresa internacional compradora de café y cacao que maneja un programa llamado Bio Azul con el sello Sistema de Manejo Sostenible (SMS)	Cajamarca, San Martín, Huánuco, Junín y Cusco	Interesante modelo de negocio con los grupos de productores. Proveen asistencia técnica, acceso a insumos, crédito y comercialización a mercados internacionales, Trabajan con certificación SMS que les sirve a los productores para obtener si requieren otros sellos con facilidad.
Servicios Financieros			
Root Capital	Entidad Financiera de apoyo a organizaciones y empresas rurales para el acceso a mercados	Nacional	Proporcionan créditos a organizaciones de productores, proveen asistencia técnica financiera. Interés en el tema de desarrollo del mercado interno para emprendimientos en café y cacao
ALTERFIN	Cooperativa Belga creada como entidad alternativa a la cooperación al desarrollo. Su finalidad es promover las microfinanzas y las cadenas de valor	Nacional	Tienen un oficial de programa en el Perú y una estructura muy ligera. Perú es el país de mayor inversión Apoyan entidades de microfinanzas y cooperativas como COCLA, Corporación Café Perú, Tienen contactos con la JNC y APP Cacao.
Solidaridad de Holanda	Apoyo al sello FLO de comercio justo y luego UTZ por cerca de 15 años con un concepto más integral (condiciones laborales, buenas prácticas, ambiental y trazabilidad).	Nacional	Grandes tostadores son clientes de varios sellos como UTZ y más recientemente de 4C. Apoyan de cerca a SCAN que tiene el Proyecto Modelo de Desarrollo Sostenible para el Café Peruano.

“ESTUDIO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA JUVENTUD RURAL EN EL SECTOR DE CAFÉ Y CACAO EN PERÚ CON ÉNFASIS EN CAJAMARCA, JUNIN Y SAN MARTIN”

LISTA DE ENTREVISTADOS

LIMA

- | | |
|------------------------------|----------------------------------|
| 1. Gladis Castillo | CARITAS DEL PERU. |
| 2. Lorenzo Castillo Castillo | Junta Nacional del Café. |
| 3. David Gonzales | Cámara Peruana del Café y Cacao. |
| 4. Heber Fundes | PRODUCE. |
| 5. Natalia Lozano | FORMAGRO. |
| 6. Mirtha Salinas | MINAGRI. |
| 7. Luis Mendoza | APPCACAO |

JUNIN

- | | |
|-------------------------------------|----------------------------------|
| 8. Juan Manuel Aquize Veliz | Presidente Cooperativa Pangoa. |
| 9. Jorge Pimentel Ignacio | Caja Huancayo, Satipo. |
| 10. Carlos Cueva Sarmiento | Director Ejecutivo DAS. |
| 11. Esperanza Dionicio Castillo | Gerente Cooperativa Pangoa. |
| 12. Wilber Condori Ortega | Administrador Agrobanco Satipo. |
| 13. Luis Alberto Santibañez Napaico | Director CETPRO La Rioja Satipo. |
| 14. Luis Alberto Silva Mantari | Gerente de CrediPangoa. |
| 15. Rolly Urriburu | Gerente Crediflorida en Pangoa |
| 16. Mirko Fernando Esquivel Segura | Gerente Cooperativa Satipo. |
| 17. Mario Alberto Flores | Presidente Cooperativa Satipo. |

SAN MARTIN

- | | |
|------------------------------------|--|
| 18. Jensen Heredia | DIREPRO PRODUCE San Martín. |
| 19. Kadir Márquez Dávila | Instituto de investigación de la Amazonía Peruana. |
| 20. Camilo Velasquez | Gobierno Regional San Martín. |
| 21. Enrique Tuesta Ríos | Administrador Agrobanco Tarapoto. |
| 22. Julio Flores | Municipalidad provincial El Dorado. |
| 23. Erklin García del Águila | Administrador Norandino Lamas Tarapoto. |
| 24. Tomas Córdova | Presidente Cooperativa Oro Verde. |
| 25. Instituto Superior Tecnológico | IST Tarapoto. |

CAJAMARCA

- | | |
|----------------------------|-------------------------------------|
| 26. Saul Quiñones Aguirre | Presidente APROCASSI. |
| 27. Esgar Elera Martinez | APROCREDI, San Ignacio Cajamarca. |
| 28. Luis Peña Parra | Gerente APROCASSI. |
| 29. Alex Córdova | Gerente DEL Municipalidad Jaen. |
| 30. Abdías Ortiz Medina | Gerente Cooperativa Chirinos. |
| 31. Klever Aguilar Villena | Gerente sub Región Cajamarca, Jaen. |

32. Marvin Nuñez Fernandez
Jaen.

Sub Gerente Regional Cajamarca,

33. Alan Benites

Caja Sipan, Jaen Cajamarca.

TALLER CAJAMARCA

34. Tongo Julón Ablarde
Andina.

Presidente Cooperativa Selva

35. Beker Neyra Puelles

Vicepresidente APROCASSI.

36. Abel Flores Jibaya

Gerencia sub regional Cajamarca.

37. Luis Abad Arriaga

IEST San Agustín Jaen, Cajamarca.

38. Hipólito Torres Llaguento

Apoyo JNC Sede Cajamarca.

39. Martín Urcio

Cooperativa Chirinos.

40. Luis Minga Ticlahuanca

Cooperativa CENFROCAFE.

41. Fany Díaz Montenegro

Emprende Ideas Perú.

42. Calixto Luban Palacios

APROVAT.

43. Endimidio Jiménez

APROVAT.

Construcción de los factores que influyen en los Jóvenes para que permanezcan o no en la zona rural

FACTORES	VARIABLES	INDICADOR	
1. ACCESO A SERVICIOS DE EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA EL TRABAJO	R_EDU: Nivel educativo (peso: 1.80) 1 Primaria 2 Secundaria incompleta 3 Secundaria completa 4 Superior técnica incompleta 5 Superior técnica completa 6 Superior universitaria incompleta 7 Superior universitaria completa 0 ND	I_REDU:	
	P23: Estudio cursos de capacitación: (peso: 1.10)	P23 1 (Si) 2 (No)	I_P23: 1=1 2=0
	P28: Oficio aprendido por la experiencia: (peso: 1.10)	P28 1 (Si) 2 (No)	I_P28: 1=1 2=0
	Suma (I_REDU) + (I_P23) + (I_P28) Resumen indicador IND1 : Valor normalizado de Suma		IND1: $VN = \frac{V_{Real} - V_{Mínimo}}{V_{Máximo} - V_{Mínimo}}$
2. EMPLEO	CONDI: Condición de actividad 1 Ocupados 2 Desocupados	CONDI: 1=1 2=0	
	P30_9: Participa en labores de parcelas de café/cacao 1 Participa 2 No participa	P30_9: 1=1 2=0	
	P43 Años de trabajo en la ocupación principal 1 Menos de 1 año 2 1 a 2 años 3 3 a 6 años 4 Más de 6 años		
	Suma (CONDI+P30_9+P43) Resumen indicador IND2 : Valor normalizado de Suma		$VN = \frac{V_{Real} - V_{Mínimo}}{V_{Máximo} - V_{Mínimo}}$

FACTORES	VARIABLES	INDICADOR	
3.INCLUSIÓN FINANCIERA	Construcción de nueva variable: RP53: Institución financiera más importante que utilizó (recode): 5 Cooperativa de ahorro y crédito (6) 4 AGROBANCO (1) 3 Otros instituciones financieras (2,3,4,5,7,8) 2 Otras fuentes de recursos 1 No obtuvo recursos 0 ND		
	P52 ¿De dónde obtuvo sus recursos financieros?:		
	P52_1: ¿De institución financiera?	P52_1 1 (Si) 2 (No)	RP52_1 1=4 2=0
	P52_2: ¿De familiares?	P52_2 1 (Si) 2 (No)	RP52_2 1=1 2=0
	P52_3: ¿De amigos?	P52_3 1 (Si) 2 (No)	RP52_3 1=2 2=0
	P52_4: ¿De prestamistas? P52_6: ¿De crédito de proveedores? P52_7: ¿De juntas colectivas?	P52_4 P52_6 P52_7 1 (Si) 2 (No)	RP52_4 RP52_6 RP52_7 1=3 2=0
	P52_5: ¿De ahorros/recursos propios?	P52_5 1 (Si) 2 (No)	RP52_5 1=0 2=0
	Suma (RP53+RP52) Resumen indicador IND3 : Valor normalizado de Suma		IND3: $VN = \frac{V_{Real} - V_{Mínimo}}{V_{Máximo} - V_{Mínimo}}$
4.ACCESO A SERVICIOS PARA EL DESARROLLO DE NEGOCIOS	Construcción de nueva variable NEGO: P59: Actualmente tiene un negocio 1 Si 2 No P65: Piensa iniciar un negocio		

FACTORES	VARIABLES			INDICADOR
	1 Si 2 No			
	<u>P59</u> 1 1 2 2	<u>P65</u> 1 2 1 2	<u>NEGO</u> 1 Tiene un negocio y piensa iniciar otro 2 Tiene un negocio y no piensa iniciar otro 3 No tiene negocio y piensa iniciar uno 4 No tiene negocio y no piensa iniciar uno	R_NEGO: 4 3 2 1 0
	RP62: Organización jurídica del negocio actual 2 Tiene (1-4) 1 No tiene (5) 0			I_RP62:
	P67: Principales razones que te impulsan a iniciar un negocio			
	P67_1: ¿Experiencia en negocios?	P67_1 1 (Si) 2 (No)		RP67_1: 1=1 2=0
	P67_2: ¿Vocación empresarial?	P67_2 1 (Si) 2 (No)		RP67_2: 1=1 2=0
	P67_4: ¿Mejorar los ingresos?	P67_4 1 (Si) 2 (No)		RP67_4: 1=1 2=0
	P67_5: ¿Deseo de ser independiente?	P67_5 1 (Si) 2 (No)		RP67_5: 1=1 2=0
	Factores que facilitan crear nuevo negocio:			
	P68_1: Cuenta con capital propio para nuevo negocio	P68_1 1 (Si) 2 (No)		RP68_1: 1=1 2=0 0
	P68_2: Acceso a medios de financiamiento para nuevo negocio	P68_2 1 (Si) 2 (No)		RP68_2: 1=1 2=0 0

FACTORES	VARIABLES		INDICADOR	
	P68_3: Existe mercado/demanda para nuevo negocio	P68_3 1 (Si) 2 (No)	RP68_3: 1=1 2=0 0	
	P68_5: Tengo activos para nuevo negocio	P68_5 1 (Si) 2 (No)	RP68_5: 1=1 2=0 0	
	Suma =(r_nego+i_rp62+rp67i+ rp68i)) Resumen indicador IND4 : Valor normalizado de Suma		IND4: $VN = \frac{VReal - VMínimo}{VMáximo - VMínimo}$	
5.CAPITAL SOCIAL	R_P71: Pertenece o participa en algún Club/Asociación de Su localidad (peso: 0.25)	R_P71 1 (Si) 2 (No)	I_P71: 1=1 2=0	
	P74 Percepción (puntajes) Percepción sobre Actitudes sociales: (peso:0.25) P74_1 Pobladores contribuyen a lograr objetivos comunes (+) P74_2 Trato entre pobladores de su comunidad (+)			
	Recode: P74_4 Diferencias económicas tienden a dividir (-) P74_5 Diferencias de posesión de tierras tiende a dividir (-) P74_6 Diferencias de género tiende a dividir (-) P74_7 Diferencias entre jóvenes y adultos tiende a dividir (-)		Recode: RP74_4 RP74_5 RP74_6 RP74_7	Categorías: 1=5 2=4 3=3 4=2 5=1
	Percepción sobre Valoración: (peso:0.40) P74_8 Le gusta vivir en esta localidad (+) P74_9 Se siente a gusto conviviendo con vecinos (+) P74_10 Se sentiría a gusto trabajar en grupo con sus vecinos (+)			
	Percepción sobre Compromiso cívico: (peso:0.10) P74_11 Está bien informado sobre los asuntos locales (+) P74_12 Pobladores de su comunidad respetan los bienes ajenos (+)			

FACTORES	VARIABLES		INDICADOR
	Suma= $((r_{rp71} * 1.25) + (p74_{1-2} * 1.25) +) + (p74_{4-7} * 1.25) + (p74_{8-10} * 1.40) + (p74_{11-12} * 1.10)$ Resumen indicador IND5 : Valor normalizado de Suma		IND5: $VN = \frac{V_{Real} - V_{Mínimo}}{V_{Máximo} - V_{Mínimo}}$
6.INSTITUCIONALIDAD	P76: Relación con instituciones Para cada Institución ($i=1-11$):	$P76_i$ 1 2 3 4 5 6	RP76_i: 4 3 5 2 1 0
	Suma= $\sum RP76_i$ Resumen indicador IND6 = Valor normalizado de Suma		IND6: $VN = \frac{V_{Real} - V_{Mínimo}}{V_{Máximo} - V_{Mínimo}}$
7.CAMBIO CLIMÁTICO	P79: ¿Esto es normal? Para cada evento observado ($i=1-6$):		
	P80: ¿Qué se vio afectado con estos eventos? Para cada caso observado ($i=1-5$):	$P80_i$ 1 (Si) 2 (No)	RP80_i: 2 1
	P82: Sembríos afectados en estos eventos Para cada caso observado ($i=1-4$):	$P82_i$ 1 (Si) 2 (No)	RP82_i: 1 0 0
	Suma= $(p79_{1-6} * 1.20) + (rp80_{1-5} * 1.30) + (rp82_{1-4} * 1.50)$ Resumen indicador IND7 = Valor normalizado de Suma		IND7: $VN = \frac{V_{Real} - V_{Mínimo}}{V_{Máximo} - V_{Mínimo}}$
8.ACCESO A TECNOLOGÍA E	P84: Acceso a tecnología en el hogar Para cada servicio o equipo ($i=1-6$): Resumen cálculo de I_P84 = $(\sum (R_{P84_i})) / 6$	$P84_i$ 1 (Si) 2 (No)	RP84_i: 1 0

FACTORES	VARIABLES			INDICADOR	
INFORMACIÓN Y CONECTIVIDAD	P85: Tiene teléfono móvil 1 Si 2 No P86: Cuenta con servicio de internet 1 Si 2 No				
	<u>P85</u> 1 1 2	<u>P86</u> 1 2 -	<u>RP85_85</u> 1 Tiene teléfono móvil y Servicio internet 2 Tiene teléfono móvil y No Servicio internet 3 No tiene teléfono móvil	tmovil_inter 3 2 1 0	
	P89: El servicio de internet lo uso para: Para cada caso observado (i=1-8):		<u>P89_i</u> 1 (Si) 2 (No) 0	RP89 _i : 1 0 0	
	Conectividad: P90 Percepción (puntajes) Para cada pregunta de opinión (i=1-3): Recode			Recode: RP90_1 RP90_2 RP90_3	Categorías: 1=5 2=4 3=3 4=2 5=1
	Suma=(p84_1-6)+(tmovil_inter)+(rp89_1-8)+(rp90_1-3) Resumen indicador IND8 = Valor normalizado de Suma			IND8: $VN = \frac{V_{Real} - V_{Mínimo}}{V_{Máximo} - V_{Mínimo}}$	
9. SERVICIOS DE RECREACIÓN Y COMERCIALES Y OPINIÓN DE LOS JÓVENES	P91: ¿Conoce esta ciudad?	<u>P91</u> 1 (Si) 2 (No)		RP91 2 1 0	
	R92: Frecuencia de visita a esta ciudad 1 Rara vez 2 1 vez al mes 3 1 vez a la semana 4 Más de 1 vez a la semana				

FACTORES	VARIABLES		INDICADOR
	P94: Actividades realizadas en la ciudad más cercana Para cada actividad observada (i=1-6):	$P94_i$ 1 (Si) 2 (No)	RP94_i: 1 0
	Suma= rp91+p92+rp94_1+rp94_2+rp94_3+rp94_4+rp94_5+rp94_6 Resumen indicador IND9 = Valor normalizado de Suma		IND9: $VN = \frac{V_{Real} - V_{Mínimo}}{V_{Máximo} - V_{Mínimo}}$

INFORME FOTOGRAFICO



Familia Joven mostrando su unidad productiva de café



Entrevistando a una joven en la región Junín



Desarrollando Grupo Focal en Satipo, Junín



Desarrollando Grupo Focal en Pangoa, Junín



Desarrollando Grupo Focal en San Martín



Entrevista Familia joven en San Ignacio, Cajamarca



Llenado de encuestas dirigida a jóvenes en Cajamarca



Grupo Focal, en San Ignacio, Cajamarca



Taller de socialización de resultados en Jaen, Cajamarca



Taller de socialización de resultados en Jaen, Cajamarca
