Junta Nacional del Café

El Cafetalero

AÑO 5
N° 22

ENERO/
FEBRERO
2007

PRECIO:
S/. 5.00

INFORMATIVO DE LA JUNTA NACIONAL DEL CAFÉ

WEB: www.juntadelcafe.org.pe



Aroma de café inundó el Congreso

Ya está a la venta

Agenda Cafetalera 2007

En su interior podrá encontrar directorios actualizados de las Cooperativas y Asociaciones agremiadas a la JNC, Presidentes Regionales, Direcciones Agrarias, Certificadoras y Ministerios, entre otros. También cuenta con cuadros estadísticas de la producción cafetalera, cifras de exportación y precios históricos de chacra, además de importantes eventos.



Características:
Tapa de cuero
Repujado con el nombre de su institución (a pedido)
Papel marfileño
12 páginas a colores

Costo:
S/.13 – Socios de la Junta Nacional del Café
S/.15 – Público en general

Contacto:
Malena Andía
Tlf: 332-7914 / 4331477
Secretaria@juntadelcafe.org.pe

Indice



Prompex estudia promover café peruano en mercado internacional
Alta dirección analiza propuestas de la Junta Nacional del Café para incorporar al principal producto agrario de exportación en sus planes de trabajo.

Pág. 05



Demandan exonerar a agricultores con ingresos menores a 20 UIT
La Junta Nacional del Café ha planteado una serie de propuestas de tributación que promoverían el desarrollo de la pequeña y mediana agricultura, mejorando la calidad de vida de los productores, que en su gran mayoría viven en situación de pobreza

Pág. 08



Congreso apoyará sector cafetalero
Parlamentarios de diferentes bancadas reconocieron el gran aporte que hacen los pequeños productores organizados y comprometieron su apoyo para sacar adelante ley de autogravamen.

Pág. 13



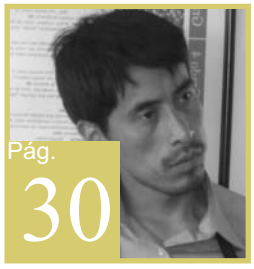
Entrevista: "Es hora de unirnos para promover el café"
El presidente de la región San Martín, César Villanueva, sostiene que para repotenciar es sector cafetalero se necesita una política conjunta, en la que estén unidos productores, empresarios y autoridades gubernamentales,

Pág. 20



Capacitación para más calidad y productividad
Con la finalidad de mejorar la calidad y productividad se lleva a cabo el proyecto "Capacitación de Extensionistas, y capacitadotes de Extensionistas para la produción de Cafés Especiales

Pág. 23



La partida de Augusto Gonzales, joven gerente emprendedor
Estuvo siempre convencido de que la fórmula del éxito incluye el incansable empeño por mejorar la calidad del producto, fortalecer la organización de los pequeños agricultores y contar un eficaz sistema de administración

Pág. 30

CONSEJO DIRECTIVO J.N.C.

César Rivas Peña
Presidente (CAC La Florida)

Roberto Acuña Acuña
Vicepresidente (COCLA)

Beltrán Apaza Enríquez
Director (CECOVASA)

Juan Ventura Mendoza
Director (Bagua Grande)

Lucila Quintana Acuña
Directora (CECANOR)

COMITÉ DE ASESORÍA TÉCNICA

Lic. José Rivera Campoverde
Ing. Eliseo Cóndor Ayre
Ing. Juan Del Mar
Ing. Esperanza Dionisio
Dr. Alberto Julca
Ing. Alfonso Lizárraga
Ing. Félix Marín Ludeña
Ing. Gerardo Medina
Ing. Wilfredo Necochea
Ing. César Paz López
Mg. Sc. Susana Schuller Petzold
Ing. Helgar Zelada
Ing. Rudolf Schwarz

EDITOR GENERAL

Lorenzo Castillo Castillo
Secretario Ejecutivo J.N.C.

Coordinación
Luis Suárez Puelles

Administración
Cecibel Tito

Correspondencia
Jr. Ramón Dagnino 369 Jesús María
Lima 11 - Perú

Telefax: (51-1) 332 7914
(51-1) 433 1477

e-mail: jncperu@terra.com.pe
jnc@juntadelcafe.org.pe

Diseño, Diagramación e Impresión.
Gino Graf E.I.R.L.
Telf.: 428-4546 Cel.: 965-31802

Auspicio :

FOS BELGICA
Cooperación Belga al Desarrollo .be
AGRITERRA

Los artículos firmados no responden necesariamente al punto de vista institucional de la Junta Nacional del Café

La Fuerza Empresarial de la Pequeña Agricultura Cafetalera

Nuestro país ha sido notificado que en la actividad agraria surgen, y con creciente expectativa, nuevos protagonistas del desarrollo rural, rebatiendo las afirmaciones fundamentalistas que aseguraban que sólo la gran agricultura genera desarrollo sostenible.

Se trata de la organización empresarial de los pequeños agricultores dedicados al cultivo del café , ubicados en las zonas más remotas, y trabajando en las condiciones más adversas. Este proceso acaba de ser testimoniado en el Congreso de la República, a través de la Comisión Agraria del parlamento ,luego de presentarse una investigación sobre las empresas de productores cafetaleros , realizada por la socióloga María Isabel Remy, del Instituto de Estudios Peruanos, y con el auspicio de OXFAM Internacional.

La investigación reporta aspectos sumamente interesantes sobre lo que significan las empresas de agricultores y campesinos de origen andino , pero afincados en tierras inhóspitas de la amazonía .Trabajan un producto para el mercado internacional que lidera nuestras exportaciones agrarias , cultivado lejos de la costa y puertos de embarque . Tiene los mayores sobre costos de transporte , soportan una discriminación de incentivos tributarios, además de ser excluidos de los planes gubernamentales de promoción.



Se trata de empresas con valores de integración, de solidaridad, y que operan como una cadena productiva transparente, donde comparten riegos y beneficios sus asociados. Por su desempeño comercial, pueden ser calificadas como pequeñas (las recién constituidas), medianas y grandes empresas, pero con una multitud de socios, que respetan y aplican normas y reglamentos internos, lo cual las hacen confiables en su entorno regional y en sus relaciones con el mercado local e internacional.

Se trata de un nuevo tipo de cooperativas, diferentes a las existentes en las décadas del 70 y 80, aunque se cobijan en la misma normativa promulgada hace 27 años, en el marco de la Constitución de 1979. Son cooperativas que se rigen por la ley de sociedades ,sin los incentivos con que cuentan otras formas empresariales, inclusive de las hermanas cooperativas de ahorro.

Estas empresas de agricultores brindan diversos servicios, adicionales a la comercialización de la cosecha de sus asociados, como asistencia técnica, créditos de cosecha (con su ahorro interno), servicios mutuales, e inversiones en infraestructura vial.

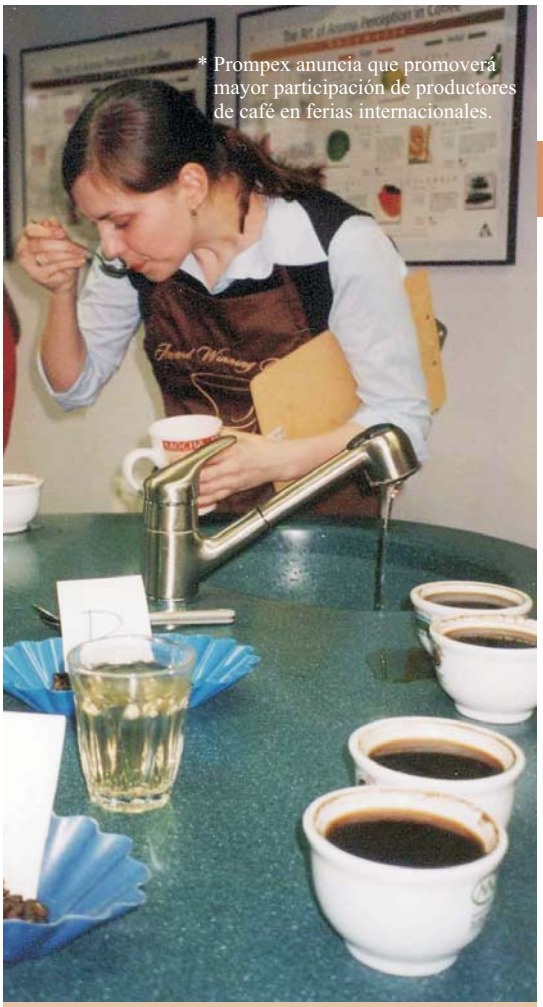
Actualmente operan 67 cooperativas agrarias cafetaleras, de las cuales 59 están afiliadas a la Junta Nacional del Café , donde también participan asociaciones de segundo grado, con la misma política de gestión que las cooperativas, aunque difieran en aspectos de participación patrimonial. Hay cooperativas que surgieron en 1962 (hace 45 años) y otras de reciente data. Todas pasan por una etapa de aprendizaje, de alguna manera guiadas por aquellas cooperativas o centrales de cooperativas de mayor desarrollo. Sin esta solidaridad, pocos avances se hubieran visto en el país.

Las empresas cooperativas se han convertido en invalorable instrumento de paz y desarrollo, en las fronteras de economía ilícita. El tejido social empresarial sobre la base de las cooperativas muestra un liderazgo en la innovación tecnológica, relación sostenible y confiable con el mercado, pero sobre todo una cultura por la calidad, tanto del producto tranzable como de la persona. Su preocupación central es el bienestar de la familia, aspecto que les ha ganarse el respecto de los actores de la economía ilícita.

Fue un acierto de la Comisión Agraria del Congreso abrir las puertas del poder legislativo para presentar este trabajo. Otros sectores del agro aprecian que la organización empresarial de pequeños agricultores si es posible desarrollar en nuestro país, a pesar de las adversidades que tenemos en nuestro entorno, donde las leyes y las disposiciones en materia económica se formulan para excluirlos, y premiar a los que mucho tienen y manejan las relaciones privilegiadas con el poder.

Los pequeños agricultores que cultivan maíz, algodón, de arroz, palma aceitera, caña de azúcar, banano y hasta mango, y también los criadores de camélidos, aprecian que su futuro depende de su integración, a fin de ganar ,mediante economía de escala, condiciones de competitividad en el mercado. Esta experiencia de los cafetaleros cooperativistas constituye, así lo reconocen hoy los más amplios sectores, un aporte alentador al desarrollo rural de nuestro país, generando empleo sostenible y la reducción efectiva de la pobreza.

EL CONSEJO DIRECTIVO JNC



* Prompex anuncia que promoverá mayor participación de productores de café en ferias internacionales.

PROMPEX estudia promover Café peruano en mercado internacional

Alta dirección analiza propuestas de JNC para incorporar al principal producto agrario de exportación en sus planes de trabajo

En concurrida cita empresarial el doctor José Ezeta Carpio, flamante Director Ejecutivo de PROMPEX, entidad pública encargada de la promoción de exportaciones peruanas, presentó la nueva política que su entidad desarrollará para incrementar nuestras exportaciones para el período 2007 – 2011. Esta propuesta se encuadra dentro de los objetivos del Plan Estratégico Nacional Exportador - 2003 - 2013 (PENX13), como bien lo refirió en su disertación.

Señaló como nuevo enfoque promover la mayor participación del sector privado y gremios empresariales en el quehacer de la entidad, procurando mayor coordinación y transparencia, como también sinergias público - privadas. Precisó "**que se promoverá** la oferta exportable con mayor valor económico, y que al interior del país se fomentará el desarrollo de capacidades empresariales para exportar".

Roberto Limo, gerente central de sectores productivos, brindó mayores luces sobre los planes de PROMPEX para el presente año. Refirió que durante el 2006 "**las exportaciones agroindustriales crecieron 19% y las agrícolas 73%**", y a continuación presentó, bajo el título "**principales productos exportados del sector agro y agroindustria**" las cifras de exportación del período 2001 -2006, en las cuales el café brilla por su ausencia, a pesar de su indiscutible liderazgo. Destaca que la agroindustria exportó 56 partidas y el sector agro 34 partidas. Reportó que para productos agroindustriales se promoverá la asistencia a 5 ferias internacionales, la formación y fortalecimiento de 7 asociaciones de productores, y se ejecutarán 21 actividades diversas, en las cuales tampoco figura el café, a pesar de superar los 508 millones de dólares, y destacar por su importancia económica, concordante con las referencias estratégicas anunciadas por el director de PROMPEX.



IGUAL POLÍTICA PARA EL 2006

Los dirigentes y el equipo técnico de la JNC analizaron esta injustificable decisión para con el principal producto agrario de exportación, y consideraron conveniente hacer pública esta exclusión, precisando que se trataba de una política equivocada de PROMPEX, en la medida que en los planes y presupuestos del 2006 mostraron similar conducta, argumentando que el gobierno central había reducido el presupuesto de la institución a cifras ínfimas.

En previsión que esta política no se repita en el 2007, la JNC planteó desde julio 2006, de manera reiterada, una agenda para la promoción internacional del café, orientada a consolidar la presencia del café peruano en los mercados más exigentes, y al mismo tiempo revertir la actual situación de desventaja en la calificación del café peruano en la bolsa de Nueva York.

CAFÉ PRODUCTO BANDERA

Los fundamentos del gremio cafetalero para la promoción del café fueron reiterados por el presidente de la JNC, Cesar Rivas Peña y Lorenzo Castillo, en calidad de gerente, en una reunión con el doctor José Ezeta, Ricardo Limo y Fausto Robles. Expusieron que los productores buscan concertar una estrategia global con todos los actores,



con fines de promover adecuadamente el café peruano. Recordaron que meses atrás la JNC presentó una agenda fundamentada, la cual motivó un par de reuniones de trabajo con los ejecutivos de PROMPEX. La agenda de la JNC se refería a las siguientes medidas:

1) **Incorporar al café** en la lista de los productos bandera, en razón a su **importancia económica** (mayor contribución de divisas agrarias), **importancia social** (generador de empleo con 46 millones de jornales y promotor de paz con desarrollo en zonas cocales), y por su contribución a la preservación del ecosistema en la selva alta (café con sombra en el 95% de las 330 mil hectáreas).

2) **Promoción de la marca colectiva: "Café del Perú"**, que nos permita promover de manera sostenible la imagen del café peruano, procurando que los cafés que se registren como tales correspondan a estándares de calidad que nos prestigien en todos los mercados, y de esta manera superar la actual cotización del café peruano, equivalente a (menos) 6 dólares por quintal de café convencional, como podrá comprobarse en los registros de embarques en la SUNAT-Aduanas.

3) **Acceso al DRAW BACK, para los cafés especiales**, especialmente los orgánicos, que debido a su sistema de manejo del proceso productivo, certificación, control de calidad y trazabilidad, son reconocidos internacionalmente como "no tradicionales", en la medida que estos procesos le otorgan un valor agregado cuantificable y verificable. Este beneficio tributario que se otorga a otros productos agrarios, sin las exigencias que tienen los cafés especiales, es un derecho ganado mediante inversiones adicionales para un manejo del cultivo en armonía con la naturaleza, capacitación a los productores, asistencia técnica, promoción internacional, entre otros factores.

4) Promoción del café en ferias de especialidad, (SCAA, SINTERCAFE, etc.). La participación en ferias de especializad es una constante de los países productores e importadores. Lamentablemente Perú no logra presentarse de manera adecuada en estos escenarios, a pesar de la expectativa de los operadores internacionales que respetan a nuestro país por su creciente oferta de cafés de calidad. "Nadie entiende el aislamiento cafetero internacional de Perú. Participa con fuerza en eventos internacionales para presentar productos que apenas suman 100 mil dólares de venta, y llevan años de inversión", comentaba con exportadores peruanos en el último evento centroamericano de SINTERCAFE en Costa Rica.

EXCLUSIÓN DESDE MINCETUR

Los funcionarios de PROMPEX refirieron que la política de su institución obedecía a decisiones de la alta dirección del Ministerio de Comercio Exterior (MINCETUR), la cual se orienta a promover los productos no tradicionales, donde café no califica.

"Tenemos que hablar con la alta dirección de MINCETUR para discutir las inquietudes de la JNC, que, según sus puntos de vista, pueden ser valederas", planteó el doctor Ezeta, para luego ofertar la gestión de una reunión de la JNC con la propia Ministra Mercedes Araos.

Ricardo Limo, gerente central de productos, ofreció estudiar la promoción de una marca colectiva del café peruano, señalando que este mismo parecer expuso la representación de la Cámara Peruana del Café (CPC) en la reunión sostenida en la mañana del 03 de febrero. "Apreciamos que hay coincidencias entre productores y exportadores, lo cual facilitará nuestro trabajo" expresó Limo, anunciando que buscará recursos para una consultoría sobre el tema.

En relación al DRAW BACK para el café orgánico ofertaron estudiar la propuesta pero veían difícil de





alcanzarse debido a la política del MEF de limitar este mecanismo de incentivos, en la medida que deberá crearse sub partidas arancelarias específicas. "Es un mecanismo de apoyo a los productos no tradicionales, que generan valor agregado. El café no tiene esta condición" expresó Fausto Robles, gerente de la promoción agroindustrial.

PRODUCTO BANDERA ES POLÍTICA

La JNC ilustró a la alta dirección de POMPEX que en el café se contaba con 85 mil hectáreas certificadas como cafés especiales, sobre la base de normativas internacionales, que los diferencia de los cafés convencionales, y que tal proceso implicaba un valor agregado, reconocido en un mayor precio, aspecto reconocido en distintos países cafetaleros. "Un buen número de nuestros productos agrarios considerados no tradicionales no tienen ingredientes de transformación, ni se acercan al sistema productivo que tienen los cafés especiales" aclaró la JNC, agregando que en el 2006 se habían exportado cafés con valor agregado (especiales) un volumen superior a los 850 mil quintales, por un valor estimado en 110 millones de dólares.

Llamó la atención la reacción del gerente de agroindustrias de PROMPEX al calificar de "política" y no técnica nuestra propuesta de considerar como producto bandera al café. "Sí, es política nuestra propuesta, como es política la exclusión del café de la promoción por parte del ente estatal. El café tiene demasiados pergaminos en relación a algunos productos que son promocionados como tales. Mire sus propios cuadros estadísticos y su factor de costo beneficio en relación al café. Les sugerimos por lo menos debatir el tema" planteó la JNC, aspecto que fue aceptado por los ejecutivos estatales.

PRECUPANTES PROPUESTAS DEL PENX

Las autoridades de PROMPEX tienen como guía para su trabajo el famoso PENX, documento, cuya orientación central es promover "cluster" agroindustriales para la agro-exportación, en el cual se considera como *factores básicos* (pág.12) buen clima, suelos abundantes y excelentes condiciones, **ubicación geográfica y mano de obra barata**. El café, por su lejanía de puertos, no califica, y en cuanto a mano de obra soporta la competencia desleal de la economía ilícita del narcotráfico en el 60% de las zonas cafetaleras.

Al describir el perfil del agricultor peruano (pág.17), clasifica tres categorías: 1) **agricultor moderno**, produce en función a la demanda y preferencias del consumidor, y emplea insumos especializados de calidad; 2) **agricultor tradicional**, produce en función a la disponibilidad de sus recursos, con bajo valor agregado (en este rubro han considerado al café); y 3) agricultor de **subsistencia**, cuya producción se destina al autoconsumo, minifundistas sin capacidad de asociarse.

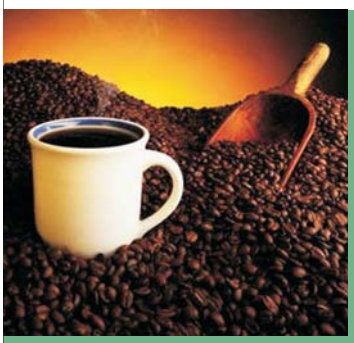
Esta clasificación, con alta dosis de arbitraria, ignora la creciente área de cafés especiales, impulsada por la demanda internacional, para lo cual las organizaciones realizaron significativas inversiones, uso de tecnología, y adopción de estándares de calidad. De alguna manera, este enfoque explicaría, aunque no lo justifica, el trabajo actual de PROMPEX. A continuación presenta una canasta de 38 productos, donde equivocadamente señala la región San Martín como la principal zona de café orgánico, e ignora Cajamarca y Amazonas como regiones cafetaleras (pág.18)

El documento enfoca el desarrollo de la agricultura de costa como alternativa política a seguir, señalando a frutas frescas y hortalizas como los productos a promover. Al abordar las políticas a seguir para las cadenas productivas para la agricultura moderna, tradicional y subsistencia (pág. 53) refiere importantes medidas a implementar en el corto y mediano plazo, cuya implementación no debe desconocer a las principales instituciones privadas, que en el caso del café la JNC tiene un trabajo reconocido nacional e internacionalmente.

"Tenemos 26 empresas cooperativas y asociaciones de productores, articuladas directamente al mercado internacional. Cuentan con un sistema de control de calidad y trazabilidad que genera confianza en el mercado. Por eso reclamamos que el café sea considerado, en función a su importancia, parte de la agenda de promoción de las exportaciones" reiteró César Rivas, a nombre de la JNC.

PROMPEX se ha comprometido estudiar las demandas del gremio de productores y, luego de un estudio a realizar por la alta dirección, volver a reunirnos próximamente, para priorizar actividades de promoción internacional. Esto esperamos.





Demandan exonerar a agricultores con ingresos menores a 20 UIT

La Junta Nacional del Café plantea una política tributación que promueba el desarrollo de la agricultura familiar, mejorando al mismo tiempo la calidad de vida de los productores, que en su gran mayoría viven en situación de pobreza Formalizacion de pequeños productores soloes posible mediante sus organizaciones

A pesar de que la caficultura peruana genera 508 millones de dólares en exportaciones al año, contribuye con 45 millones de jornales en la selva alta de nuestro país y beneficia a cerca de 2 millones de personas que viven de la actividad cafetalera, es prácticamente el sector más olvidado, pues no existe una política cafetalera, ni cuenta con algún tipo de incentivo tributario que impulse este creciente sector, basado esencialmente en la pequeña agricultura.

A diferencia de otros sectores de la agricultura convencional, la pequeña agricultura, y en especial la cafetalera, no puede acceder a ciertos beneficios tributarios como la recuperación de crédito fiscal por la compra de insumos (abarrotes) y servicios, y en lugar de ello deben pagar altos precios por abonos orgánicos, que no son exceptuados de impuestos.

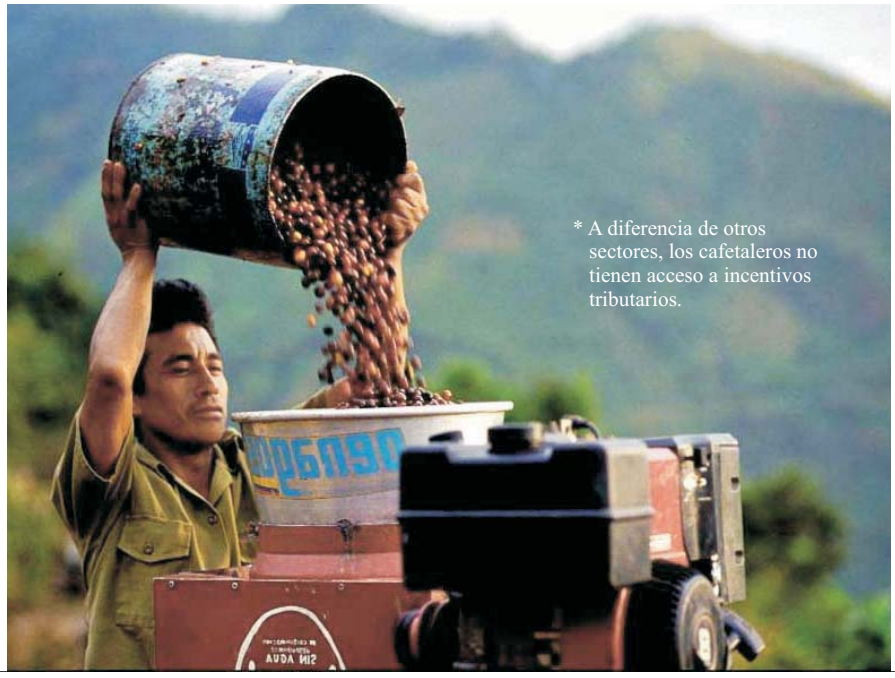
Adicionalmente, los pequeños agricultores no pueden formalizarse por los altos costos que ello significa, en cuenta la lejanía de su ubicación geográfica, la falta de vías de comunicación e información, así como las limitaciones de los productores debido a su bajo nivel educativo.

La Junta Nacional del Café (JNC) ha presentado un conjunto de propuestas de tributación para la agricultura familiar. Sus principales objetivos son: incentivar la formalización de los productores agrarios mediante la integración empresarial, especialmente de cooperativas de servicios; disminuir los costos de producción evitando el impacto tributario negativo; y promover la reinversión y capitalización de las empresas de pequeños productores en zonas de pobreza y economía ilícita.

PASOS IMPORTANTES

En primer lugar se tiene que empezar con la formalización de los pequeños productores, mediante un Registro Especial a través del RUC de la organización empresarial agraria a la que pertenecen. De esta manera se contará con mayor facilidad, con la información necesaria sobre el predio del agricultor, pues se generará una relación de colaboración entre el productor, la organización empresarial en la que están asociadas y la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (Sunat).

A partir de esta base de datos se podrá acceder a una serie de incentivos tributarios que ya existen para otros sectores. Por ejemplo, establecer una base de exoneración tributaria (que puede darse a través del IGV, IR, o



* A diferencia de otros sectores, los cafetaleros no tienen acceso a incentivos tributarios.



* Junta Nacional del Café presentó un conjunto de propuestas tributarias para incentivar la formalización de los productores agrarios.

ITAN) a los ingresos agrarios que obtengan los agricultores, en su calidad de personas naturales, y estén por debajo de de las 20 unidades impositivas tributarias (UIT). También se recomienda que los agricultores que desean obtener crédito fiscal puedan optar por el régimen de su interés, sea General o Especial.

MEDIDAS URGENTES

La propuesta de la JNC destaca cuatro tipos de acciones prioritarias para la organización de familias productoras:

1. **INCENTIVO A LA CAPACITACION**. Incentivar la reinversión de utilidades mediante crédito tributario del 50% del IR a las empresas de productores que cumplan con capacitación especializada de sus asociados formalizados y/o trabajadores permanentes.

2. **FACILIDADES EXPORTACION**. Eliminación del IGV a fletes de embarque de muestras o ventas de exportaciones vía courier para empresas de pequeños productores.

3. **DRAWBACK PARA CAFÉS ORGÁNICOS**. Incentivar el posicionamiento y el esfuerzo de los pequeños productores, con el 5% del valor de sus exportaciones de café orgánico certificado, que promueva valor agregado al café, especialmente en zonas de economía ilícita.

4. **FOMENTO DE LA AGRICULTURA ORGÁNICA.** Mediante exoneración de IGV a insumos ecológicos, dándoles similar trato que en la agricultura convencional.

Pero además, se plantea apoyar la asociación de los pequeños agricultores, a través de un régimen de importación temporal que permita a las empresas de productores agrarios acogerse a un plazo de hasta 24 meses para adquirir insumos, maquinaria y equipos sin pagar impuestos, a fin mejorar su competitividad en los mercados nacional e internacional.

Asimismo se propone la deducción del Impuesto a la Renta (IR) en el caso de las inversiones para traslado de plantas industriales y diversos equipos a la amazonía.

BUENOS RESULTADOS

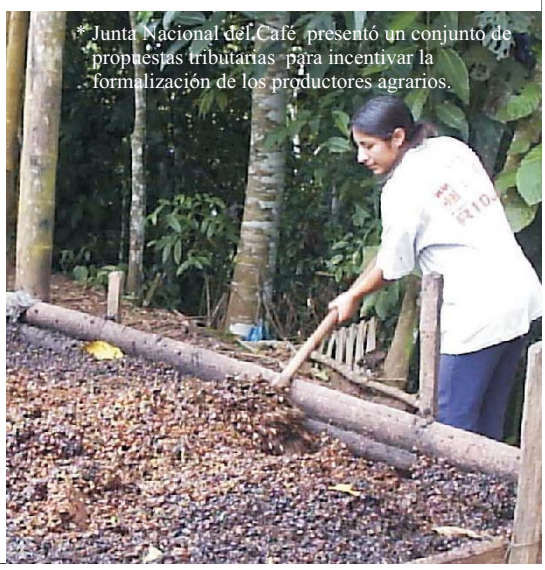
De esta manera se logrará, en primer lugar, un incremento sostenido del empleo rural, reduciendo los índices de pobreza rural, que en la selva llega al 74% de la población. Y a partir de allí se obtendrá:

- Incremento de la producción agraria con valor agregado, e innovación tecnológica.
- Desarrollo del tejido social empresarial de los pequeños agricultores.
- Descentralización económica y desarrollo territorial focalizado.
- Aumento de las exportaciones.
- Disminución de conflictos sociales en zonas de economía ilegal.

De esta manera todos ganan. Se reduce los índices de pobreza, los productores mejoran su calidad de vida, aumentan las exportaciones y ello tiene un efecto directo en la economía nacional.

Sin embargo ello solo se puede conseguir con la decisión y participación efectiva de las partes involucradas en el sector cafetalero. Por su parte las organizaciones agrarias y de cafetaleros se comprometen a facilitar y acelerar la formalización de la agricultura familiar y mejorar así la competitividad del sector agrario y cafetalero, mediante la gestión con economías de escala y valor agregado de la producción agropecuaria.

Mientas el sector público debe comprometerse a instrumentar los mecanismos y herramientas tributarias necesarias para hacer realidad el gran despegue agrario y cafetalero



* Junta Nacional del Café presentó un conjunto de propuestas tributarias para incentivar la formalización de los productores agrarios.

Quintal de Datos



AUMENTAN VENTAS DE CAFÉ A COLOMBIA

Nuestro país vecino de Colombia se ha convertido en importante comprador de café peruano. Los embarques durante el 2006 registraron un volumen de 124 mil quintales, contra 84 mil del año pasado, significando un incremento de 48%. El valor de ventas sumó 7 millones 449 mil dólares, con un precio promedio de 59.95 dólares por saco de 46 kilos, mientras que el año pasado el valor de café embarcado al país de la cumbia fue de 4 millones 942 mil dólares, con un precio promedio de 58.93 dólares.

Se trata de cafés conocidos como "segundas", destinado a la industria de café soluble, rubro en el cual tiene un desarrollo creciente.

RELANZAMIENTO DEL CONSEJO DEL CAFÉ

El Consejo Nacional del Café con la presidencia del Ingeniero Augusto Sayán busca su pronto relanzamiento, luego de 2 años de discusión sobre el particular. Una forma de avanzar en este rumbo es lograr la incorporación de los gobiernos regionales en razón a su producción, estimándose no más de 5, en la medida que representan más del 85% de la oferta nacional. Se espera el OK de los exportadores a través de la Cámara Peruana del Café.

LIBRO DE CONSULTA OBLIGADA

Con el auspicio del Instituto de Prensa y Sociedad fue presentado el libro *"La guerra oculta en el Huallaga, Monzón y Aguaitia"*, cuyo autor es el ex presidente de la Cooperativa Naranjillo, quien también se desempeñó mucho tiempo como periodista. Es un documento de lectura obligada para entender la relación de la violencia social, la influencia del narcotráfico, y las políticas gubernamentales para enfrentarlas.

PERU : SEXTO EXPORTADOR MUNDIAL

Reportes de la Organización Internacional del Café – OIC- ubican a Perú como el 6º país exportador durante el año 2006, asignando un volumen de 3 millones 600 mil sacos de 60 kilos. Lo proceden Brasil, con 27.1 millones de sacos, Vietnam con 13 millones; Colombia con 10 millones; Indonesia con 55 millones; India con 37 millones. Estas cifras pueden variar, como en caso de Perú, cuyos embarques fueron de 3 millones 875 mil quintales.



* Presidente regional de Amazonas, Oscar Altamirano

REGION AMAZONAS APUESTA POR EL CAFÉ

Las autoridades regionales de Amazonas, lidera por el ingeniero Oscar Altamirano, han decidido apostar por el café. Ejecutarán obras de infraestructura vial en la cuenca de Lonya Grande, donde las vías carrozables se tornan intransitables en época de cosecha. También han considerado recursos para fortalecer capacidades de los productores, y adicionalmente un fondo de 1 millón 200 mil soles para atender una emergencia fitosanitaria en la región.

COLOMBIA NEGOCIA CAFÉ EN PESOS DEBIDO A DÓLAR BARATO

Amediados de enero se inauguró el mercado peso-dólar en la Bolsa de Commodities de Nueva York, un sistema impulsado para las operaciones comerciales del cafépor la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, y que reduce la pérdida económica por la tasa de cambio.

El ministro de Hacienda de Colombia, Alberto Carrasquilla, celebró el inicio de estas operaciones, asegurando que "es un gran ejemplo de la Federación de Cafeteros buscando soluciones creativas a los desafíos del mercado cambiario".

El presidente de la junta directiva del New York Board of Trade, (NYBOT), Frederick Schoenhut, estuvo de acuerdo en que este sistema es un buen mecanismo para garantizar la estabilidad de la industria del café y todo el sector exportador.

La primera operación se realizó el 12 de enero a las 10 de la mañana y se trató de la compra de un contrato de 100 millones de pesos. Dos horas después ya se habían negociado 12 mil millones de pesos, equivalentes a 120 contratos peso-dólar, cantidad que demostró el gran interés que despertó este sistema en los operadores de la bolsa y los exportadores colombianos.

El gerente general de la Federación Nacional de Cafeteros, Gabriel Silva, definió este sistema de contratos como un "gran avance para todos los exportadores e importadores", precisando que ayuda además a mantener la transparencia del mercado, por lo que la organización que representa comenzará a usarla regularmente.

El Perú puede tratar de impulsar un sistema como este, y reducir así el riesgo económico por la continua devaluación del dólar en los últimos meses, que ha perjudicado a productores y exportadores de café. Solo en el 2006, por ejemplo, se perdió el 4% de los 508 millones dólares que se generaron por la exportación de café, lo que equivale a la suma de 20 millones de dólares.



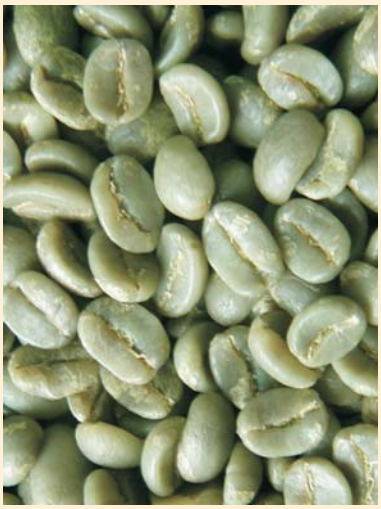
SUNAT CONTRA AGRICULTURA FAMILIAR

La reciente norma de la SUNAT sobre la incorporación de agricultores o comerciantes de frutas, hortalizas, legumbres, tubérculos, raíces, semillas y demás bienes especificados en el Apéndice I de la Ley del IGV, que trata de formalizar a los productores ¸deja de lado el criterio de integración empresarial de la agricultura familiar.

La forma de aplicación de esta norma resulta, al final, inaplicable debido a la lejanía geográfica del sistema bancario, limitaciones culturales, y busca, al final, sólo captar ingresos, sin considerar los costos de producción.

Se trata de ventas menores a 60 mil soles anuales, por las cuales no habrá carga tributaria alguna ¸pero tampoco deja el camino que les permita deducir costos ¸lo cual puede ser un mecanismo confiscatorio. A continuación el texto de la norma de la SUNAT

CATEGORÍA ESPECIAL DEL NUEVO RUS PARA AGRICULTORES Y COMERCIANTES



La **Categoría Especial del NUEVO RUS** está dirigida a aquellos contribuyentes cuyos ingresos brutos y sus adquisiciones anuales no exceda, cada uno, de S/. 60,000.00 (sesenta mil y 00/100 Nuevos Soles), y siempre que se trate de:

a. Sujetos que se dediquen únicamente a la venta de frutas, hortalizas, legumbres, tubérculos, raíces, semillas y demás bienes especificados en el Apéndice I de la Ley del IGV e ISC, realizada en mercados de abastos.

b . Sujetos dedicados exclusivamente al cultivo de productos agrícolas y que vendan sus productos en su estado natural.

LA CUOTA MENSUAL APLICABLE A LOS CONTRIBUYENTES UBICADOS EN LA "CATEGORÍA ESPECIAL" ASCIENDE A S/. 0.00 NUEVOS SOLES.

Es importante precisar que los contribuyentes ubicados en la **"Categoría Especial del NUEVO RUS "**deberán presentar anualmente una declaración jurada informativa a fin de señalar sus 5 (cinco) principales proveedores, en la forma, plazo y condiciones que establezca la **SUNAT .**

A TOMAR EN CUENTA:
Los contribuyentes de la Categoría Especial no efectúan ningún pago a la SUNAT por concepto de impuestos, ni están obligados a presentar declaraciones mensuales.

Para incorporarse a la **Categoría Especial del NUEVO RUS** se deberá presentar el **Formulario 2010** (Comunicación de ubicación en la Categoría Especial del Nuevo Régimen Único Simplificado). Cabe precisar que el referido formulario será recepcionado a través de la Red de Bancos que reciben declaraciones de la **SUNAT .**

Para ubicarse en esta categoría los contribuyentes deberán:

Si se trata de contribuyentes que inician actividades en el ejercicio	Presentar el **Form. 2010** correspondiente al período tributario de inicio de actividades.
Si se trata de contribuyentes que provienen de otras categorías del **NUEVO RUS**	Presentar el **Form. 2010** correspondiente al período tributario en que se produce el cambio.
Si se trata de contribuyentes que provienen del Régimen General o Especial del Impuesto a la Renta.	Presentar el **Form. 2010** correspondiente al período tributario en que se produce el cambio, hasta la fecha de vencimiento respectivo.

A TOMAR EN CUENTA:
Los contribuyentes que al 31 de diciembre de 2006 se encontraban ubicados en la Categoría Especial del Nuevo RUS, no estarán obligados a presentar el Formulario Nº 2010, siempre que a partir del 1 de enero de 2007, cumplan con los requisitos establecidos para ubicarse en la referida categoría.



MINAG aprueba Interesante hoja de ruta para el agro

Dispositivo busca promover el desarrollo de la agricultura y la vida rural en el país bajo cuatro pilares, la sostenibilidad, competitividad, equidad y gobernabilidad

Mediante el decreto Supremo 072-2006-AG el Ministerio de Agricultura aprobó los lineamientos de políticas de Estado que se tendrá en cuenta para promover el desarrollo de la agricultura y la vida rural en el país. El plan prevé la aplicación de estrategias para que al 2021 el sector agrario y el medio rural sea "integralmente desarrollado, productivo y de algo valor agregado, posicionado en los mercados mundiales y nacionales", pero todo esto en base a una gestión participativa en la que el sector público y privado trabajen de la mano.

Los objetivos estratégicos pasan por fomentar y desarrollar la modernización del sector agrario, sobre la base de la competitividad, sostenibilidad, equidad y gobernabilidad; pero además mejorar las condiciones de vida de los agricultores y la población rural.

La hoja de ruta para alcanzar esta meta pasa principalmente por fortalecer la institucionalidad de la interacción de los sectores público y privado, desarrollar la agroindustria e insertarla en los mercados internos y externos, usar fondos de garantías y de seguros para el sector agrario y el desarrollo rural, transferir tecnología y capacitar a los productores, contar con una política de conservación de los recursos naturales, priorizar la titulación para poder ingresar al sistema financiero, así como apoyar a los productos agrarios considerados como "sensibles".

En materia de competitividad se espera desarrollar y fortalecer los mercados nacionales, crear mecanismos para desarrollar una política de financiamiento que exprese la realidad social y económica de los micro y pequeños productores rurales, así como promover programas de investigación e innovación tecnológica para la pequeña y mediana empresa rural.

En el campo de la sostenibilidad se busca conservar la biodiversidad de cada piso ecológico, promover el uso de energías renovables y programas de buenas prácticas agrícolas, ganaderas y de manufactura, entre otras cosas. Mientras que en el tema de la equidad, se facilitará el acceso de la población a los servicios de salud, educación, vivienda y alimentación, así como facilitar el acceso a los factores de producción, es decir, la tierra, capital, trabajo y conocimiento.

Y en materia de gobernabilidad, se quiere fortalecer los espacios de diálogo y compromisos de asociación, garantizando de esta manera una alta participación de la ciudadanía.

El reto, entonces, es cómo se implementa esta política, de la mano con los productores organizados empresarialmente.ntidades internacionales.



* Ministerio de Agricultura busca, mediante la hoja de ruta, mejorar las condiciones de vida de los agricultores y la población rural.

Congreso apoyará sector cafetalero

Parlamentarios de diferentes bancadas reconocieron el gran aporte que hacen los pequeños productores organizados y comprometieron su apoyo para sacar adelante la ley de autogravamen



* Cafetaleros llegan al Congreso. El 31 de enero último impregnaron el parlamento con el aroma de café.

El aroma del café inundó el Congreso de la República. El olor a café tostado, pasado, recién hecho, se impregnó en los pasillos hasta llegar al hall de los pasos perdidos, y sedujo algunos parlamentarios hasta llevarlos a la sala donde se estaba presentando el libro "Cafetaleros Empresarios", publicado por el Instituto de Estudios Peruanos y Oxfam de Gran Bretaña.

La sala estaba llena de personas vinculadas al café: pequeños productores, dirigentes e investigadores agrarios. A ellos se sumaron congresistas de diversas bancadas, los que, uno a uno, reconocieron el arduo y silencioso esfuerzo de los cafetaleros peruanos que ha terminado por convertir este producto en el de mayor exportación en nuestro país.

"Es destacable la labor que están realizando los empresarios cafetaleros a pesar de la falta de compromiso de muchos gobiernos. Los cafetaleros se han unido para desarrollarse, crear empleo, dar valor agregado al producto, impulsar el desarrollo tecnológico y todo ello ayuda a superar la pobreza y desempleo que tanto afecta a la nación", sostuvo el vicepresidente del Congreso, José Vega Antonio, al inaugurar el evento.

Recordó que el café se cultiva en más de 67 provincias y 388 distritos del país y que el año pasado lideró las exportaciones peruanas, superando los 500 millones de dólares. "Pero lo que poco se conoce es que una gran parte es producido por pequeños cafetaleros, reunidos en cooperativas y asociaciones que han sabido impulsar y convertir la pequeña agricultura en un éxito".

SOLITARIO ESFUERZO

El vicepresidente del Congreso reconoció que la asociación nacional de cafetaleros tiene un papel muy importante en el desarrollo productivo del país, aunque lamentó que algunas autoridades gubernamentales no reconozcan el esfuerzo de los pequeños productores organizados.

"Falta difundir y promover nuestro café, que es de mucha calidad. Cuando uno viaja a la Comunidad Europea ve que el café brasilero y colombiano tienen gran presencia porque sus gobiernos los impulsan agresivamente, lo mismo que Chile con la fruticultura. Nosotros, desde el Parlamento estamos para garantizar que el Estado tome el rol promotor para difundir la calidad de nuestro café", se comprometió,

A su lado, el presidente de la Junta Nacional del Café (JNC), César Rivas Peña, asentía con satisfacción. Esta declaración era la primera muestra de haber llamado la atención del parlamento. "Quisimos impregnar el



* César Rivas, presidente de la Junta Nacional del Café lideró la presentación del libro "Cafetaleros Empresarios", publicado por el IEP y Oxfam Gran Bretaña.

aroma de café en el Congreso y esperamos que se quede aquí y les recuerde a nuestros padres de la Patria, que pueden ayudarnos a seguir desarrollando esta actividad, pues como han visto en cifras, es la mayor generadora de riqueza de la población rural del país".

Señaló que, el libro "Empresarios Cafetaleros" explica el largo y solitario camino que han tenido que recorrer los pequeños productores asociados para convertir al Perú en un país cafetalero. "Ya no van a decir que solamente Colombia es un país cafetero, nosotros debemos tener orgullo de decir, que el Perú es un país cafetalero".



El dirigente destacó que tras las cifras está el rostro de cada uno de los miles de cafetaleros que han hecho posible esta realidad, muchos de ellos pequeños productores que desafiaron todas las adversidades para sacar adelante a su familia y mejorar sus condiciones de vida, de su región, del país.


* Congresista Luis Wilson.

"El gremio del café nunca ha puesto piedras en el camino. Más bien hemos presentado propuestas de desarrollo y lo seguiremos haciendo. Porque lo que queremos es trabajar todos juntos para sacar adelante este sector, que puede ser el ejemplo para sacar al resto de la agricultura en el Perú", dijo emocionado el presidente de la JNC.

EXPERIENCIA PARA APRENDER

La investigadora María Isabel Remy, autora del libro "Empresarios Cafetaleros", explicó que la experiencia asociativa del café es una realidad del que se puede aprender mucho. Para empezar es uno de los cultivos más amplios del sector, pues la franja cafetalera va desde Piura, en la frontera con el Ecuador y llega hasta Puno, en la frontera con Bolivia. Son doce departamentos del país que tienen producción cafetalera, su producción abarca unas 270 mil a 300 mil hectáreas, involucra a unos 136 mil agricultores, la mayoría de ellos pequeños y genera al año 41 millones de jornales en el país.

"Es uno de nuestros más importantes productos agrícolas, por extensión, por población, pero también es nuestro principal agrícola de exportación, más que los espárragos, alcachofas, mango, uvas, uvas de mesa, paltas, etc.", dijo, precisando que sin embargo, es un sector invisible y no figura entre las prioridades del Estado peruano.

"Hay una parte del Perú que no estamos viendo y que trabaja muy bien a través de empresas asociativas. Podemos detectar elementos que sean útiles para otros pequeños agricultores, porque tenemos que abrir el horizonte de posibilidades de la pequeña agricultura, que sí las tiene, ya han demostrado los cafetaleros todo lo que se puede lograr con la asociación", indicó.

Es por ello que Oxfam Gran Bretaña financió esta investigación. Su gerente, Martín Beaumont, refirió que la experiencia cafetalera demuestra que la agricultura de pequeña es viable y un modelo de desarrollo sostenible. "Debemos dejar de ver a los agricultores de pequeña escala, a los que viven en la sierra y selva, como beneficiarios de programas contra la extrema pobreza, y verlos en su real dimensión, como sujetos dinámicos, dispuestos a afrontar grandes dificultades, con iniciativa y tesón para mejorar su calidad de vida, llevar bienestar a sus familias, sus comunidades y el país en general".

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Por su parte, Felipe Llona, ex presidente de la Asociación de Gremios Productores Agroexportadores del Perú, el café no solo es líder en términos cuantitativos, sino como generador de divisas, por lo que requiere de todo el apoyo de un Estado que sea un socio estratégico y facilitador y no obstaculizador. "La JNC sin duda es el mejor ejemplo de lo que significa la institucionalidad. Es impresionante ver la cantidad de cooperativas agrarias que existen, aunque se piensa que son parte de un pasado histórico, pero existe un son una clarísima realidad de cómo en el tiempo esta asociatividad ha ido madurando".

La gerente de operaciones de Sierra





* María Isabel Remy, investigadora que muestra la viabilidad del sector cafetalero, agrupado en cooperativas y asociaciones .

Exportadora, Sonia Arce, lo confirmó. "Algunos dicen que la pequeña agricultura de la sierra no es viable, y es cierto si la vemos de manera fraccionada, pero aplicando modelos de asociatividad sí es viable, como lo ha sido los diferentes modelos en el sector cafetalero".

Enfatizó que el futuro de esta experiencia es convertirse en empresas articuladoras, pues han crecido de tal manera que ahora incluso están otros sectores productivos. "Yo veo la organizaciones cafetaleras como empresas articuladoras, y no es una idea suelta, sino que ya lo están haciendo, como CEPICAFE, de Piura, que tiene una alianza estratégica con productores de cacao, o sea está yendo más allá de su cadena productiva, o la cooperativa cafetalera de Bagua Grande que están acopiando tara, que no es un producto de ceja de selva".

Esto muestra que la capacidad de gestión, de organización, de gestión comercial de las empresas cafetaleras les está permitiendo establecer alianzas con otros productores de cadenas productivas.

IMPORTANTE RESPALDO

El congresista Luis Wilson Ugarte estuvo presente en el evento. Seducido desde hace mucho por el aroma del café presentó hace dos meses un proyecto de ley para fomentar la investigación y promover este sector a través de un autogravamen. "El aroma del café me ha tomado hace mucho tiempo y he propuesto un proyecto de ley que espero sea respaldado".

Explicó que en la actualidad el sistema cooperativo cafetalero ejerce el autogravamen de alguna manera, y deja de pagar a sus socios para poder financiar ingenieros que les brinden asistencia técnica, para la investigación y para realizar actividades de promoción del consumo de café.

"Y de lo cual goza todo el resto de los agricultores. La ausencia del Estado ha generado estos costos que recaen sobre los hombros de las empresas cooperativas. Con la ley se pretende cobrar un sol por quintal de exportación y generar a través de eso un fondo que permita la investigación y promoción ye la asistencia técnica", dijo.

La presidenta de la Comisión Agraria del Congreso, Nidia Vílchez, clausuró el evento con un importante anuncio, comprometiéndose a respaldar la ley de autogravamen y hacer suyos además, las diez demandas del sector cafetalero, elaboradas por consenso a fines del año pasado, durante el Diálogo Nacional Cafetalero.

"En esta comisión hay una preocupación y compromiso por trabajar la selva emprendedora y exportadora que ustedes lo han hecho con propio esfuerzo. Por ello en la Comisión Agraria hacemos nuestro el pronunciamiento que ustedes elaboraron el año pasado en Chanchamayo. El primer punto que acordaron fue la promulgación de una ley para generar fondos con fines de investigación, asistencia técnica, promoción y desarrollo institucional, aplicando un descuento a las exportaciones de café similar al que se aplica en otros países cafetaleros. Pues, lo hacemos nuestro y garantizamos que por la correlación de fuerzas que hay en el Parlamento, que no será difícil lograr que este proyecto sea prontamente una ley".

En medio de aplausos, la parlamentaria anunció que el Ministerio de Agricultura acaba de comprometerse a buscar financiamiento para renovar las plantaciones de café, muchas de las cuales tienen entre 15 y 20 años, por lo que su rendimiento es reducido.

Vílchez aseguró que el aroma del café que los pequeños productores llevaron al Congreso permanecerá allí para recordarles el arduo esfuerzo que día a día realizan desde los más lejanos recónditos del país, tarea que merece todo el apoyo posible.



* El vicepresidente del Congreso, José Vega Antonio, inauguró el evento e instó a los parlamentarios a apoyar más al sector cafetalero .

La investigadora del Instituto de Estudios Peruanos, María Isabel Remy, presentó a fines de enero el libro "Cafetaleros Empresarios" un arduo trabajo de campo que muestra el empeño de las asociaciones y cooperativas cafetaleras para superar sus obstáculos, obtener un producto de calidad y convertir el grano aromático en el mayor producto de exportación.



* Los pequeños agricultores cafetaleros encontraron el éxito organizándose en cooperativas y asociaciones.

Las cooperativas de café, historias de esfuerzo y éxito

"El café toca a montones de personas. Miles de peruanos tomamos café todas las mañanas, sin saber de dónde viene ni todo el esfuerzo desplegado para que llegue a nosotros", refirió María Isabel Remy, tratando de explicar los motivos que la llevaron a investigar el tema. "Pocos saben que el café es uno de los pocos productos que provienen de empresas asociativas y cooperativas de éxito en el país", añadió.

Una consultaría que le encargó la Oxam, de Gran Bretaña, le permitió entender cómo en nuestro país, donde hay muy pocas organizaciones agrarias, y la pequeña agricultura está muy dispersa, los productores de café han logrado mantenerse y crecer a través de los años.

"El éxito de estas empresas tiene mucho que ver con sus fórmulas organizativas fuertes, ya sea a través de cooperativas o empresas asociativas. Las primeras aparecieron en los años 60, antes de la reforma agraria del gobierno militar, y las segundas, se crearon en los años 80 y 90, cuando se veía al cooperativismo como algo improductivo. Sin embargo, para el café, a diferencia de otros productos, estas modalidades funcionan", sostuvo.

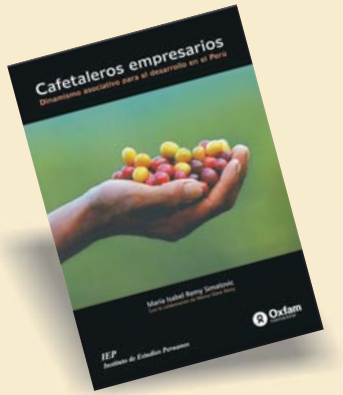
Explicó que a diferencia de las cooperativas creadas por la reforma agraria, en el caso del café éstas aparecieron de forma espontánea, cuando los campesinos empezaron a colonizar las tierras en la selva alta. "Ellos descubrieron que la fórmula empresarial que se adapta mejor a la pequeña agricultura son las cooperativas de servicios, que no involucran la tenencia de la tierra, la que sigue siendo del productor".

Estar organizados les permitió consolidarse en el mercado en base a un cambio tecnológico para acceder al mercado de cafés especiales y al Comercio Justo, que difícilmente hubieran podido hacer de manera individual. Además, con el tiempo, la organización les permitió agruparse en la Junta Nacional del Café, lo que les permite tener cierta interlocución con el gobierno.

COOPERATIVAS FUNCIONAN

En el libro se explica que la transparencia de las cooperativas es una de las características que fortalecieron la experiencia. "La alta gerencia de las cooperativas invierte gran cantidad de tiempo en visitar a los pequeños agricultores para darles información y discutir sus dudas, las oficinas de las cooperativas están abiertas para que cada productor sea informado sobre dónde se vendió su café y a qué precio. Esta política de transparencia y comunicación está vinculada a la capacitación permanente de los pequeños agricultores", dijo Remy.

Otra de las diferencias que contribuyeron en su desarrollo es que las cooperativas cafetaleras no afecta la propiedad de los socios. "El principal problema en las cooperativas azucareras y otras similares es la propiedad de la tierra, pues al ser de Sociedad Anónima, todo el mundo agarra el pedazo que puede".



Los cafetaleros hacen una novedosa combinación entre pequeña agricultura y empresa asociativa, así el agricultor es un parcelero, dueño de sus 2 ó 3 hectáreas, y si es un buen productor sus beneficios van directamente a su familia. Pero al mismo tiempo, por estar en una cooperativa cuentan con mecanismos para que todos puedan trabajar mejor.

Esta combinación permite que los pequeños productores puedan acceder una serie de beneficios como asistencia técnica, apoyo al control ambiental, sistemas de crédito y comercialización.



VENTA DIRECTA

A diferencia de otros productos, en el caso del café, se ha logrado una comercialización directa en lugar de la cadena productiva que necesita de intermediarios. De esta manera reciben precios más altos y tienen mejor capacidad de negociación. En esto ha contribuido mucho los mercados de cafés especiales y el Comercio Justo.

"No crea un intermediario, sino que pone en contacto a las empresas asociativas y cooperativas con las empresas que compran el café. Esto es muy valioso porque los cafetaleros tuvieron que aprender a manejar todos los temas vinculados a la importación y se autocapacitaron. Ahora tienen oficinas de comercialización, viajan a países compradores para conocer a los clientes, manejan su propia cartera de clientes. Es decir, se organizaron como empresa y no solo como grupo de productores", indicó la investigadora social.

Para los cafetaleros su éxito tiene que ver precisamente con la exportación directa, en llevar sus productos directamente a los puertos de Europa y Estados Unidos, sin necesidad de intermediarios.

SUMA DE ESFUERZOS

El libro está salpicado de historias de vida de personas vinculadas a la producción cafetalera. Se incluye la visión de los dirigentes, productores mayores, mujeres, sin olvidar a los jóvenes, de cuatro grandes cooperativas y asociaciones cafetaleras: Cepicafé en Piura, la Central de Cooperativas del Valle de Sandia (CECOVASA) en Puno, la Central de Cooperativas de La Convención y Lares (COCLA), y la Cooperativa La Florida, en Chanchamayo. Cada uno cuenta cómo se fue haciendo camino al andar.

"Hay que rescatar, por ejemplo, el papel de los mayores en la época de la violencia política, cuando muchas de cooperativas fueron atacadas, sus activos íntegramente destruidos y asesinaron a varios dirigentes, porque los consideraban un enemigo que impedía el desarrollo de la violencia al ofrecer siempre buenos mercados a los productores. Sin embargo, hubo cooperativistas que decidieron mantener sus empresas, seguir buscando mercados y enfrentar las deudas por la destrucción de sus activos. Poco a poco salieron adelante", señala Remy.

Los jóvenes, hijos de los primeros colonos, cuentan sus experiencias, que los alejaron temporalmente de la tierra, estudiaron carreras técnicas o universitarias, y luego se hicieron cargo de la gestión de las cooperativas. "Esto significó un progreso, cambiar formas de operar, pasar de la dinámica reivindicativa, en que los representantes de los cooperativistas se enfrentaban al gerente como si fueran trabajadores demandando mejores precios. Ahora están todos en un trabajo conjunto, apuntando por la calidad y abriéndose nuevos y mejores mercados".

Un modelo para copiar

María Isabel Remy considera que la experiencia cafetalera puede servir como modelo para iniciar una política pública de apoyo a la pequeña agricultura para lograr vínculos directos con los compradores en el exterior.

La experiencia del café ha mostrado que es un camino viable, no solo para la exportación pues en ese momento algunas de las cooperativas están colocando cafés especiales, gourmet, o ecológicos en los supermercados de la capital. "Están tostando su café, tienen laboratorios para catar café y vender un producto de calidad también en el mercado interno. Todo eso lo han conseguido con el trato directo".

Remy manifestó que en nuestro país se ha satanizado a las cooperativas. "Cuando yo cuento lo que pasa con los cafetaleros la gente no puede creer que existen cooperativas grandes, que invierten en el país, piensan que este sistema ha fracasado en el Perú. Pocos saben que este sistema se utiliza también en varios países de Europa".

Indicó que el cooperativismo en España y Francia funciona muy bien para la pequeña agricultura. Muchos vitivinícolas y productores de champaña u olivos pertenecen a cooperativas, es decir, son pequeños agricultores que recogen su producto y lo llevan a sus cooperativas para procesar el champaña, el vino, el aceite de oliva. "Los productos más gourmet son de las cooperativas".



* Cooperativa Agraria La Florida, una de las experiencias analizadas en el libro de María Isabel Remy.

Essalud estudia incorporar 5 mil cafetaleros durante el 2007



* Representantes de los cafetaleros reunidos en el taller nacional de salud.

Las principales provincias cafetaleras del Perú no cuentan con centros de salud adecuados, tampoco medicinas y médicos suficientes. Los cafetaleros, organizados en la Junta Nacional del Café, aprobaron mediante un taller nacional una propuesta para mejorar los servicios de salud, la cual será presentada al Ejecutivo.

JNC demanda seguro de salud para agricultores

Las zonas donde viven las principales comunidades productoras de café carecen de centros médicos, las medicinas escasean y la ausencia de profesionales de la salud salta a la vista.

Sin embargo los cafetaleros organizados han decidido que es momento de presentar una propuesta para que el Estado se haga presente en sus provincias y, por su parte, el gobierno ha dado algunas muestras de querer solucionar las limitaciones de acceso a la salud de las poblaciones cafetaleras.

En este contexto se llevó a cabo en Lima, el 4 y 5 de enero, el "Taller Nacional Políticas de Salud para Familias Cafetaleras", donde los principales gremios cafetaleros estuvieron representados para afinar las propuestas de salud trabajadas de manera participativa en sus propias regiones. El resultado será presentado a las instancias del gobierno esperando que tomen cartas en el asunto Lo antes posible.

SINCERANDO LAS CIFRAS

Las palabras del coordinador nacional del Foro Salud, Julio Castro, fueron contundentes: "los promedios nacionales esconden realidades muy duras". Y es que a pesar de que las estadísticas aseguran que solo uno de cada cuatro niños menores de cinco años en el Perú sufre de desnutrición la situación en algunos departamentos del país es mucho más grave.

En Cajamarca y Junín dos de las principales provincias cafetaleras- al menos dos de cada cuatro niños están desnutridos. Pero la situación empeora si observamos la realidad dentro de las provincias de estos departamentos.

Indicadores demográficos y de salud en Chanchamayo y San Ignacio

Indicadores	Chanchamayo	San Ignacio
Tasa bruta de natalidad	24.1 por mil habitantes	26.6 por mil habitantes
Tasa global de fecundidad	4.5 hijos por mujer	6.4 hijos por mujer
Gestantes adolescentes	34.67%	Sin dato
Tasa de mortalidad materna	149 por 100 mil	183 por 100 mil
Tasa de mortalidad infantil	30 por mil	68.2 por mil
Desnutrición crónica	28.3%	47%
Infecciones respiratorias menores de 5 años	37%	32%
Enfermedades diarréicas me nores de 5 años	29%	16.2%
Parasitosis	29%	15.5.%

Fuente: Diagnóstico participativo sobre la problemática de salud de los productores cafetaleros de la Selva Central (Junín) y San Ignacio (Cajamarca) Enero - 2006.





* Julio Castro, presidente de Foro Salud.

Chanchamayo, Satipo, San Ignacio y Jaen presentan índices más elevados e incluso presencia de enfermedades endémicas tan peligrosas como la bartomelosis.

"Los bajos niveles de educación de la población de estas zonas, sumados a los deficientes y escasos servicios de asistencia sanitaria que existen en el lugar hacen que los niveles de vida de la población linden con lo infrahumano", asegura el experto.

Lucila Quintaña Acuña, presidenta de la Coordinadora Nacional de Mujeres Cafetaleras y productora de Lonya Grande, en Amazonas, ha visto este problema en la vida diaria de muchas de sus compañeras. "Registramos altos índices de pobreza extrema, donde la desnutrición infantil y la presencia de enfermedades endémicas provocan altos índices de mortalidad infantil y de madres gestantes. No podemos acceder a un servicio médico adecuado, sea por falta de dinero o porque las postas cercanas no cuentan con médicos ni medicinas", relata.

"Qué paradoja tenemos los cafetaleros peruanos: lideramos, de lejos, las exportaciones agrarias de nuestro país, y al mismo tiempo los pueblos cafetaleros también lideran las estadísticas de pobreza rural, como ocurre en Satipo, San Ignacio, Sandia, Bagua Grande, entre otros", añade.

PROPUESTAS PARTICIPATIVAS

En el evento participaron funcionarios del Ministerio de Salud, de ESSALUD, del Foro Nacional de Salud, Vicariato de Jaén, Cáritas del Perú, Mesa de Concentración de San Ignacio, y organismos no gubernamentales especializados en salud pública, quienes compartieron información especializada, como también lineamientos políticos para compartir tareas comunes en torno a servicios de salud en los pueblos rurales.



Los cafetaleros piden al gobierno concretar el ofrecimiento de brindar atención a sus comunidades a través del Seguro Agrario para poder combatir las inclemencias con las que tienen que convivir. Se trata de una propuesta concreta elaborada en base a una serie de talleres participativos realizados en las mismas comunidades cafetaleras para saber cuáles son los principales problemas que tienen que enfrentar.

Julio Castro, explicó que las iniciativas para elaborar las propuestas sanitarias fueron realizadas de manera participativa en Cajamarca y Junín. "Las poblaciones cafetaleras de la zona participaron activamente en nuestros talleres y juntos pudimos llegar a conclusiones importantes que han sido revisadas y mejoradas en este Taller realizado en Lima", explica.

ATENCIÓN UNIFICADA

Pero la idea de que los cafetaleros tengan acceso a un seguro agrario no es la solución a sus problemas. Éste de acuerdo a la normativa vigente- dependería del Ministerio de Salud (Minsa), es decir los asegurados tendrían que atenderse en dependencias del Minsa en el interior del país. Castro explicó que la mayoría de provincias sobre todo las cafetaleras- carecen de una sede del Minsa.

"Lo que tenemos que lograr de manera paralela es concretar un convenio entre el Minsa y EsSalud para que la atención de los asegurados pueda hacerse indistintamente en dependencias de una u otra institución", dijo Castro Gómez.

Por ello los cafetaleros acordaron pedir al gobierno concretar el ofrecimiento de brindar atención a sus comunidades a través del Seguro Agrario de Salud que pueda usarse tanto a través de Essalud como de las dependencias del Ministerio de Salud, así como se incremente el número de médicos que trabajan en las zonas rurales.

Esta inquietud fue recogida por la alta dirección de Essalud, cuyo representante se comprometió a estudiar un mecanismo de acceso directo a través de las cooperativas, que permita la incorporación de no menos de 5,000 productores cafetaleros en el 2007, y que en los próximos años se pueda triplicar el número de asociados, comprometiéndose, igualmente, a coordinar con el Minsa la mejora de la infraestructura y atención médica en las principales zonas cafetaleras.



Propuestas de políticas de salud en zonas cafetaleras

I. Salud y desarrollo: Garantizar el acceso a la salud a través del reconocimiento de que es un derecho del ciudadano recibir atención del Estado en caso de requerirla. Combatir la desnutrición infantil y las enfermedades endémicas.

II. Modelo de atención integral de salud en zonas cafetaleras: con énfasis en la promoción y prevención.

III. Acceso universal a atención integral de calidad: Lograr el acceso universal de la población cafetalera al seguro agrario y el convenio Minsa- EsSalud.

IV. Participación organizada de los cafetaleros en la conducción del sistema de salud. Conformar comités de salud locales y una red de promotores de salud.



Afirma al presidente regional
de San Martín, César Villanueva

"Es hora de unirnos para promover el café"

Invoca a todos los involucrados en la producción, desde los pequeños agricultores hasta las autoridades gubernamentales, a trabajar en una política conjunta para incrementar el mercado interno y externo del café



* Presidente regional de San Martín, César Villanueva, asegura que su región apoyará a los cafetaleros .

-¿Qué perspectivas ve usted en los cultivos de café?

-San Martín es una de las zonas con más alto potencial para el café. Actualmente ya estamos por encima de las 35 mil hectáreas de café en toda la región, desde la zona del alto Huallaga hasta el Alto Mayo. Nosotros, desde el gobierno regional vamos a trabajar intensamente no solo en mejorar la calidad de café sino en fortalecer las organizaciones de productores de este grano aromático.

-¿De qué manera lo harán?

-Queremos coordinar con el sector público, con la parte del gobierno que tiene un programa de apoyo al café y también con las instituciones privadas que trabajan con asistencia técnica, para que esta ayuda llegue realmente a los productores. Es muy importante que todas las instituciones públicas y privadas, que las organizaciones del Estado, de productores, de financiamiento participen en un solo plan que sirva para fortalecer las capacidades de la región San Martín.

-¿Para mejorar e incrementar la producción de café?

-Nosotros no solo estamos preocupados en la calidad del producto, sino en fortalecer la organización de los pequeños agricultores, en articularlos con el mercado, en asesorarlos para que puedan acceder a financiamientos, todo aquello que colaborará en su desarrollo y por ende de la región.

-Sin embargo es una tarea de mediano plazo…

-Pero tenemos que empezar a hacerlo de manera urgente. Ha llegado la hora de comenzar.

-¿Cuánto influye la producción de café en la economía de la región?

-El café es un producto muy importante para la economía de los campesinos en el Alto Huallaga, donde los cultivos son incluso mayores que los de la coca. Tenemos un café de calidad que puede competir con los mejores del mundo, y poco a poco el café peruano se está imponiendo en el mercado. La mayor parte del café que tenemos es para la exportación, se va a los Estados Unidos y varios países de Europa.

-Pero la competencia en dura y el mercado interno es aún muy pequeño…

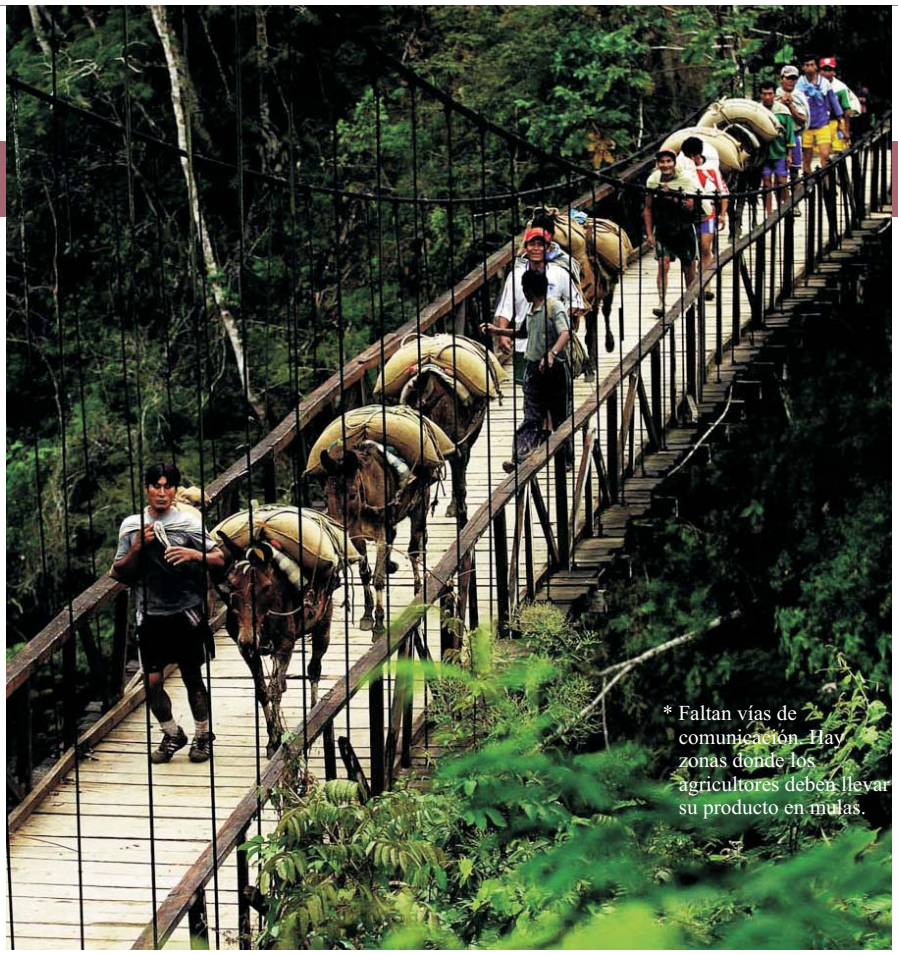
-Por eso nosotros en la región empezamos a trabajar para concientizar y sensibilizar a la gente de nuestras comunidades sobre las virtudes del café peruano, para ensanchar el mercado

interno de nuestro producto. Aunque suene paradójico, la mayor parte de nuestro producto se va a la exportación y muchas veces nosotros tomamos café producido en otros países, como Ecuador, o procesado como el caso de Chile, que se lleva un café peruano barato y nos lo vende luego al triple de su precio. Como presidente regional de San Martín yo me comprometo a trabajar para cambiar este fenómeno. Lo mismo deberían hacer las demás autoridades regionales, especialmente las vinculadas a zonas cafetaleras.

-¿Cuáles serían los principales temas que debe contener ese plan?

-Uno de los temas que podemos trabajar a nivel nacional, es por ejemplo, promover una suerte de comercio justo de forma interna, que sirva para empezar a valorar los cafés de buena calidad, especiales, orgánicos, y así no se vayan solo al exterior, sino, podamos disfrutarlos en el Perú. Es curioso que incluso en las zonas donde se produce café, el mismo cafetalero consume productos que vienen de otros países, como "Don Café", que es un producto ecuatoriano que ha desplazado al café peruano en esta región.

Los presidentes regionales debemos trabajar juntos para sacar adelante el café peruano



* Faltan vías de comunicación. Hay zonas donde los agricultores deben llevar su producto en mulas.

-¿Por qué esto sucede?

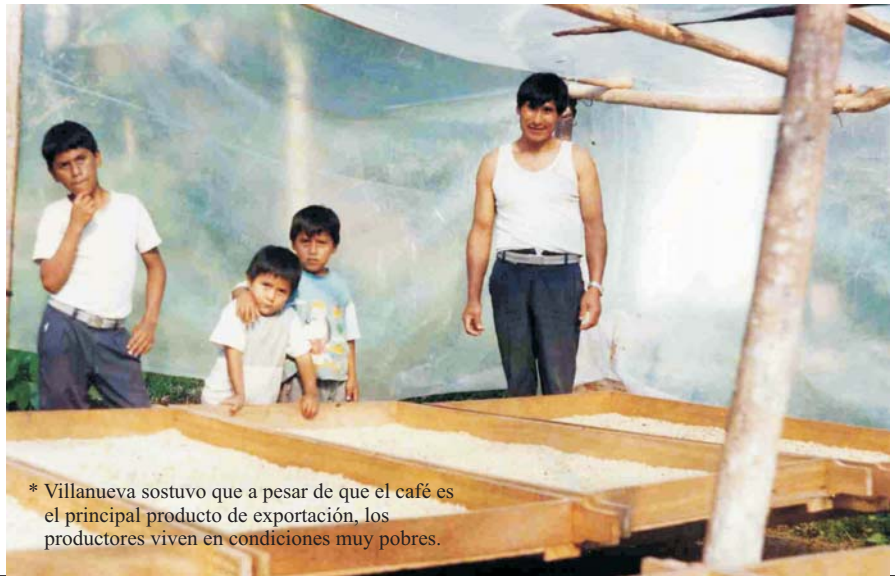
-Es que nosotros no hemos sabido desarrollar un marketing interno y promover el consumo de nuestro café, por eso nos hemos dejado avasallar por los productos importados, aún cuando la calidad del nuestro es mucho mejor y más barato. Lo demostré durante mi campaña política, pues mientras que se vende la bolsa de kilo de café pergamino de la región a 2 ó 2.50 soles, "Don Café" se vende en bolsitas de 100 gramos a 0.50 céntimos, lo que en un kilo hace 5 soles, el doble o más que el café de la zona. Mientras eso ocurra seguiremos siendo pobres.

-Por lo que dice, ¿promover el café podría ser parte de una política de lucha contra la pobreza?

-Así es. Por eso necesitamos de una política nacional que involcre a todos los que estén relacionados al café, las cooperativas, la Junta Nacional del Café, las autoridades políticas y locales de las zonas productoras y también las autoridades nacionales. Creo que éste es el momento para que los presidentes regionales, que como yo, estamos en zonas cafetaleras trabajemos en un programa en conjunto si queremos sacar adelante el café peruano. No hay más alternativa que trabajar todos juntos, concertar con los productores, con los organismos técnicos, etc.

-Hay un tema concreto que limita la comercialización de café y otros productos agrícolas como la inaccesibilidad de las zonas de cultivo por la falta de adecuadas vías de comunicación….

-Es cierto, la falta de vías de comunicación es un problema serio que debe ser resuelto no solo desde las instancias nacionales, sino también regionales. En nuestro caso, nosotros tenemos previsto abrir varias trochas y carreteras rurales que permitan acercar la producción de nuestra gente a los mercados, pues de lo contrario, la utilidad que pueden tener los productores más alejados es muy pequeña, ya que tienen que pagar altos costos en el transporte, que básicamente se hace a través de acémilas. Por eso ya estamos trabajando en ello a través de un convenio para que el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) nos dé un préstamo con ese fin. Pero insisto, la promoción del café es una tarea en la que debemos estar involucrados todos los peruanos.



* Villanueva sostuvo que a pesar de que el café es el principal producto de exportación, los productores viven en condiciones muy pobres.

* Credinka ganó la paloma de Oro de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, por su programa de ahorro para mujeres indígenas.



CREDINKA ganó premio de Creatividad Empresarial



Caja Rural fue galardonada por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas en reconocimiento a su programa de microahorro para campesinas

Por su importante apoyo a los pequeños productores y comunidades indígenas, la cooperativa de Caja Rural de Ahorro y Crédito Quillabamba, Credinka, fue galardonada a fines de diciembre pasado por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, que cada año premia la creatividad empresarial.

El 27 de diciembre Credinka recibió el Premio Especial Fundación Eduardo y Mirtha Añaños a la Creatividad Descentralizada por el programa de microahorro para mujeres de comunidades indígenas, que esta entidad está promocionando en las zonas rurales y que hasta el momento ha captado alrededor de 3 millones de soles.

Éste proyecto nació con la intención de penetrar en los sectores de menos ingresos. Además está orientado a un tema de género, pues las mujeres en estas comunidades son las que toman las decisiones económicas del hogar", afirmó Jacinto Barreto, gerente de negocios de esta institución.

IMPULSANDO EL CRÉDITO

Credinka inició sus actividades el 12 de febrero de 1994, siendo su fundador y accionista principal la Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras (COCLA), que agremia a 23 asociaciones cafetaleras del Valle de La Convención y Lares. También forman parte del accionariado la Asociación de Productores de Cacao (APROCAV) e Indaco.

Su ámbito de influencia llega a las provincias de la Convención, Canchas, Abancay y Cusco.

La Caja Rural tiene tres productos o servicios financieros que están dando importantes resultados y colaborando en la reducción de la pobreza y la exclusión social en las zonas rurales: el Crediwarmi, el crédito para mujeres de comunidades indígenas y el crédito de convenio agrario.

El recientemente premiado microcrédito para mujeres de comunidades indígenas, es un sistema promocional por el cual se busca incentivar el ahorro en las comunidades altoandinas de Cuso y Puno. Para ello se trata de llegar a ellos usando su lenguaje nativo, se ha creado ventanillas preferenciales, e incluso se les otorga una tasa especial y un incentivo en forma de bonos. Las familias que mantienen un vínculo permanente, con el tiempo pueden acceder a créditos para pequeños negocios, impulsando así su economía.

A través del Crediwarmi, las mujeres socias o esposas de socios de organizaciones cooperativas o asociaciones de productores de café y cacao, pueden financiar actividades productivas paralelas como la crianza de animales menores, panificación, artesanías y otras actividades económicas, que les permite mejorar los niveles de ingresos y la calidad de vida de la unidad familiar. Los préstamos fluctúan entre 100 y 500 dólares americanos.

Mientras que el Crédito de Convenio Agrario tiene como propósito financiar actividades de cosecha, sostenimiento y necesidades de consumo principalmente de los pequeños y micro productores de Café y Cacao. Para ello se ha suscrito un convenio con las organizaciones agrarias, mejorando así las condiciones de financiamiento con tasas de interés preferenciales y plazos sujetos al tiempo de producción y comercialización.

Por Susana Schuller

Capacitación para más calidad y productividad

La calidad comienza con educación y termina con educación (Karou Ishikawa)



* Participantes valoran tareas de la ocupación.

El pasado 16 y 17 de enero se realizaron en la ciudad de Pichanaki dos talleres para analizar las ocupaciones del Productor de Cafés Especiales y del Asistente Técnico para la Producción de Cafés Especiales, con el objetivo de diseñar un programa de capacitación por competencias. Estos talleres forman parte de las actividades del proyecto "Capacitación de Extensionistas, y de capacitadores de extensionistas, para la producción de Cafés Especiales", ejecutado por la JNC, en alianza estratégica con la Central Café Perú y el Instituto Nacional de Investigación y Extensión Agraria, con cofinanciamiento de INCAGRO.

CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD

La capacitación es de importancia clave para la calidad, la productividad, y por ende, la competitividad de cualquier organización o empresa. Los expertos de la productividad han encontrado que la capacitación no influye solamente en la ocupación del capacitado. Cuando las condiciones laborales lo permiten, aporta simultáneamente al conocimiento y capacidad de su organización o empresa (Mertens, 2000).

Es el capital intelectual que les permite a las empresas identificar los requerimientos de los clientes, e implementar rápidamente los cambios requeridos en los procesos productivos. En el contexto de globalización, la capacidad y velocidad de reacción adquiere una importancia invalorable para la competitividad, y esta se relaciona claramente con el personal, con su conocimiento, y sobre todo, con su creatividad, voluntad y actitud.

Es allí donde la capacitación con el enfoque por competencias ofrece ventajas sustantivas, en comparación con el enfoque tradicional. Recoge las demandas reales de capacitación, por ser diseñado de acuerdo a lo expresado por el sector productivo. Va mas allá de la trasmisión de conocimientos, apunta simultáneamente a la generación de habilidades, destrezas y actitudes para realizar bien una labor. Tal como lo señala Mertens (2000); "La competencia laboral tiene como atractivo para la gerencia ese vínculo entre aprendizaje y desempeño individual, por un lado, y su articulación con los objetivos del negocio, por el otro".

ASISTENTE TÉCNICO: CLAVE PARA LA PRODUCCIÓN DE CAFÉS ESPECIALES

En el contexto del sector cafetalero, donde la articulación al mercado de los cafés especiales ha generado un proceso de reorganización en las organizaciones, un crecimiento de las exportaciones, y un posicionamiento del café peruano en el mercado global, la labor del asistente técnico o extensionista es de importancia estratégica. El se ocupa que el café sea entregado de acuerdo a determinados estándares de calidad, que se relacionan tanto con el mismo producto, como con los procesos durante su producción. Es el encargado de informar, capacitar y asistir a los productores, para que estos adquieran la capacidad de proporcionar el producto de acuerdo a los requerimientos del mercado.

Sin embargo, cabe preguntarse, si el asistente técnico actualmente está en capacidad de realizar bien tan importante labor? Los extensionistas y asistentes técnicos que trabajan en los programas de café especial son mayormente técnicos agropecuarios, bachilleres e ingenieros en agronomía y ciencias afines. Si bien cuentan con una formación profesional, mayormente tienen poca experiencia en el manejo del cultivo. Las universidades o los institutos, salvo raras excepciones, no ofrecen asignaturas específicas sobre caficultura, agricultura orgánica y sostenible, ni procesos de certificación o de aseguramiento de la calidad. Existe una carencia de formación y entrenamiento en métodos de capacitación para agricultores.

CAPACITACIÓN POR COMPETENCIAS

La OIT define la competencia como una "capacidad de hacer, de efectuar las funciones de una ocupación claramente especificada conforme a los resultados deseados" (OIT, 2006). Los expertos en educación y capacitación le atribuyen a la competencia tres componentes: el


* El facilitador explica la metodología del taller.

conocimiento, la habilidad y la actitud (Grafico 1). El primer componente, el conocimiento, se relaciona con conceptos, definiciones, fundamentos y datos. El segundo, la habilidad, se refiere a procedimientos, técnicas, métodos y estrategias que deben ser aplicadas para obtener el resultado deseado. El tercer componente se refiere a la disposición que la persona debe adoptar para realizar determinada labor.

La capacitación por competencias es un enfoque que se desarrolló hace décadas, sin embargo en Perú aún no se encuentra muy difundido en el sector agrario. En otros países, como Colombia, se desarrollaron dos estructuras curriculares para el sector cafetalero, por la Mesa Sectorial del Café, en la cual se reunieron empresarios, trabajadores, representantes del sector publico, de centros de investigación y educación (Vargas, 2004). En Nicaragua, elaboraron los perfiles ocupacionales del extensionista, investigador, metodólogo, promotor y capacitador rural (La Prensa, 2005).

Mientras la educación tradicional enfatiza el componente conceptual, el enfoque por competencias integra a los tres componentes, apuntando al mismo tiempo al desarrollo de habilidades y actitudes (Cuadro 1).

ETAPAS DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN POR COMPETENCIAS

Un programa de capacitación por competencias implica un proceso bastante complejo, que pasa por las siguientes etapas: 1) Análisis, 2) Diseño, 3) Desarrollo, 4) Implementación o entrega, y 5) Evaluación.

Primeramente, es necesario analizar una ocupación determinada, es decir describir en que consiste, que es lo que se hace, y como se hace. En esta etapa es importante involucrar a los principales actores sectoriales, para que la descripción final de la ocupación, el perfil ocupacional, la refleje lo mejor posible.

Una vez elaborado este perfil ocupacional, e identificadas las capacidades que se esperan lograr, se procede a diseñar el programa curricular, y el plan de capacitación. En la etapa de desarrollo, se definen los contenidos, la estrategia metodológica, y se elaboran los materiales didácticos. En la etapa de implementación, el programa de capacitación será ofertado y entregado al grupo meta. La evaluación es un proceso continuo, que tiene por objetivo optimizar el programa de capacitación.

ANÁLISIS OCUPACIONAL: HERRAMIENTA PARA ELABORAR UN CURRÍCULO

Una de las principales diferencias del enfoque por competencias es que el programa curricular se elabora en base a un perfil ocupacional trabajado desde el sector productivo. Se emplean varios métodos para realizar análisis de ocupaciones. A continuación, se explicará la metodología del Análisis Ocupacional Participativo, que se orienta en el método DACUM (Devoloping A CUrriculuM, o Desarrollando un Currículo), que se caracteriza por ser rápido y de bajo costo (Vargas *et al,* 2002, OEI, 1996).

Parte de tres supuestos: 1) Los trabajadores expertos son los mas idóneos para describir y definir su ocupación. 2) Cualquier trabajo se puede describir en términos de funciones y tareas. 3) La realización de toda tarea implica conocimiento, habilidad y actitud. Consiste de los siguientes de pasos:

1) Planificación del taller: convocar y comprometer la participación de un panel de expertos, coordinaciones logísticas para el taller,
2) Ejecución del taller de análisis ocupacional y elaboración del perfil ocupacional,
3) Validación del perfil ocupacional,
4) Revisión del perfil ocupacional,
5) Publicación del perfil ocupacional.

Durante el taller de análisis los participantes conversan sobre la ocupación. Primeramente, se define la ocupación a ser descrita. Luego, se pasa a subdividir la ocupación en las principales funciones (o áreas de responsabilidad), y tareas que realizan los trabajadores competentes de una ocupación. Estas se escriben en tarjetas, las cuales son ordenadas y reordenadas, hasta que los participantes coincidan en que el conjunto de tarjetas describe adecuadamente la ocupación (ver foto 1 y 3). También se identifican las competencias generales de la ocupación, y los equipos y materiales que se requieren.

TALLERES DE ANÁLISIS OCUPACIONAL DEL ASISTENTE TÉCNICO PARA LA PRODUCCIÓN DE CAFÉS ESPECIALES

El pasado 16 y 17 de enero se realizaron en la ciudad de Pichanaki dos talleres para analizar las ocupaciones del Productor de Cafés Especiales y del Asistente Técnico para la Producción de Cafés Especiales.

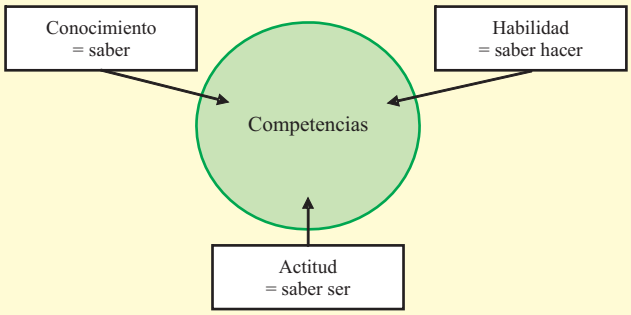
El objetivo de estas reuniones fue reunir información de primera mano, de gerentes y dirigentes de organizaciones cafetaleras, productores, de asistentes técnicos en la producción de cafés especiales, y de educadores o



* El resultado del taller de análisis ocupacional realizado el 17 de enero, el principal insumo para elaborar el perfil ocupacional del Asistente Técnico para la Producción de Cafés Especiales

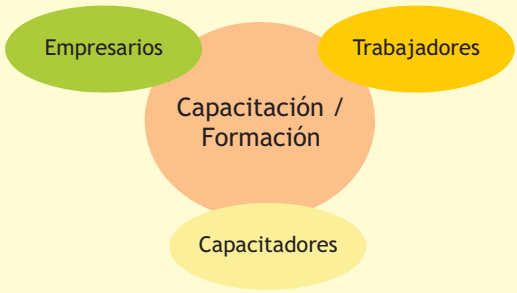
capacitadotes relacionados al sector cafetalero, los principales actores interesados en la capacitación de los productores, y de los asistentes técnicos. Los talleres fueron facilitados por el especialista en capacitación por competencias, el Ing. Dick López. Con la información recogida en estas dos reuniones, se elaborará el Perfil Ocupacional del Productor de Cafés Especiales, y el Perfil del Asistente Técnico para la Producción de Cafés Especiales. Estos perfiles constituirán la base sobre la cual se diseñará el programa de capacitación dirigido a los asistentes técnicos que laboran actualmente en los programas de cafés especiales.

Gráfico 1: Los componentes de las competencias



Tomado de CAPLAB, 2006

Gráfico 2: Los actores involucrados en un enfoque por competencias.



Tomado de CAPLAB, 2006

Cuadro 1. Comparación del modelo tradicional de capacitación con el modelo por competencias

	Modelo basado en contenidos	Modelo basado en competencias
Perfil elaborado desde:	• entidades de educación y capacitación.	• sector privado.
Centrado en:	• contenidos de carácter informativo.	• desarrollo de capacidades y competencias.
El formador:	• transmisor del conocimiento.	• facilitador del aprendizaje
Metodología:	• aprendizaje de contenidos.	• aprender haciendo.
Formación:	• larga duración y de estructura rígida.	• flexible y personalizada.
Participante:	• pasivo: recepciona información, memoriza y repite.	• activo: analiza, investiga, aporta su saber.
Evaluación:	• grupal. • en un momento. • mediante simulaciones de la realidad.	• individualizada. • es un proceso. • con evidencias del desempeño en el trabajo.
Escala de evaluación:	• numérica	• "competente", o "aún no competente".

Tomado de CAPLAB, 2006, y OEE, 1996

Bibliografía consultada

1. CAPLAB, 2006. Curso "Sensibilización para la Aplicación del Enfoque por Competencias en el Desarrollo de Acciones de Capacitación y Extensión en el Área Rural". Guía de Autoaprendizaje. Lima.
2. La Prensa de Nicaragua. 2005. Organizan perfiles de técnicos del agro. 19 de mayo. http://www.simas.org.ni/noticia.php?idnoticia=1617.
3. Mertens, L. 2000. La Gestión por Competencia Laboral en la Empresa y la Formación Profesional. Madrid, España. Programa de Cooperación Iberoamericana para el Diseño de la Formación Profesional (IBERFOP). http://www.oei.es/oeivirt/fp/iberfop01.pdf.
4. Organización de Estados Iberoamericanos. 1996. Seminario: Formación basada en Competencias. Situación actual y perspectivas para los países del MERCOSUR. http://www.oei.es/oeivirt/fp/cuad2a05.htm .
5. Vargas, F. 2001. La formación por competencias. Instrumento para incrementar la empleabilidad. http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/sala/vargas/for_comp/iii_a.htm. 2006, http://webdev.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/000/borrar/index.htm.
6. Vargas, F. 2004. Competencias clave y aprendizaje permanente. CINTERFOR. http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/vargas/index.htm.
7. Vargas, F., Steffen, I. & Brígido, R. 2002. Certificão de competencias profissionais. Análise Cualitativa do Trabalho, Avaliação e Certificação de Competências. Referenciais Metodológicos. Organización Internacional del Trabajo. http://www.ilo.org/public/portugue/region/ampro/brasilia/info/download/referenciais.pdf.



* En mayo estará lista la primera planta agroindustrial de CEPICAFÉ, que servirá para procesar café, cacao y otros productos.

CEPICAFÉ instala una planta para el futuro

La primera planta agroindustrial para procesar café, azúcar, cacao y otros productos comenzará a funcionar desde mayo próximo en Piura. Tienen planeado invertir 3 millones de dolares en agroindustria

En mayo próximo estará lista la primera etapa de la planta agroindustrial que está construyendo en Piura la empresa asociativa CEPICAFÉ, la cual servirá no solo para procesar el grano aromático, sino también para darle valor agregado a otros productos de la zona y de esta manera poder exportar mermeladas y licor de cacao, entre otros.
El gerente general de CEPICAFÉ, Santiago Paz, explicó que ésta es la primera planta agroindustrial en instalarse en el Perú que permitirá exportar café tostado, lo que significa un primer paso hacia la comercialización de productos con valor agregado. "Es un reto que estamos listos a enfrentar, pues nosotros podemos exportar no solo materia prima. Con el aporte de todos estamos construyendo esta planta que promoverá el desarrollo de la zona", dijo.

La planta de café forma parte de un megaproyecto agroindustrial que será realidad con una inversión de 3 millones de dólares, la que se está financiando en gran parte con recursos propios de CEPICAFÉ, pero cuenta también con un préstamo logrado a través de bancos holandeses a pagar en 7 años, así como un aporte de la Unión Europea de 200 mil dólares.
"Se trata de un negocio que funciona y tiene futuro. Pero lo más importante es que es que es una iniciativa que ha nacido desde los productores, que saben que con esfuerzo todo se puede conseguir. Tenemos mercado, aliados comerciales, financiamiento. La clave es la organización y la seguridad de saber hacia donde se quiere llegar", manifestó.





* En la planta de CEPICAFÈ se tostará el grano aromático, como parte de un programa de valor agregado.

EN DOS ETAPAS

El proyecto se inicia con la planta de café que facilitará la selección del grano para exportación, así como una tostadora que permitirá comenzar una nueva etapa de comercialización de productos con valor agregado. "Seríamos la primera organización en exportar café tratado", recalcó Paz.

Explicó que este proyecto es un ansiado sueño que comenzó hace varios años, pero que no podían hacer realidad porque no contaban con la maquinaria adecuada y tenían que limitarse a la escasa oferta de servicios de procesamiento que había en la zona.

Indicó que el objetivo es pasar de la exportación de materia prima a productos de valor agregado, especialmente en el caso del café.

"Nuestro país exporta básicamente materia prima. Casi todo el café se exporta en grano, pero con esta planta seremos los primeros en exportar café tostado. Ha habido ya otras iniciativas de productores de otros países y es un reto que estamos dispuestos a enfrentar. Así obtendremos mayor precio para el café de nuestros socios, se dinamizará más el mercado y habrá más trabajo, porque la industrialización requiere de otros servicios, como elaboración de etiquetas, latas, envases, etc", sostuvo.

La segunda etapa, que deberá estar lista a fin de año, consiste en implementar la planta con moderna maquinaria para procesar agroindustrialmente azúcar, mermelada de diversos productos de la zona, además de secar, fermentar e incluso comenzar a procesar licor de cacao para la exportación.

"La idea es fortalecer y ampliar la experiencia que tenemos en exportación, para mostrar así nuestras potencialidades", refirió Paz agregando que en la actualidad se exporta panela, mermelada y cacao en barra, pero a pequeña escala.

OBJETIVOS CONCRETOS

Paz insistió en que la creación de esta planta es iniciativa privada de los pequeños agricultores que con ello demuestran que están apostando por el Perú, a pesar de los problemas que tienen que afrontar como la falta de vías de comunicación que encarece el flete del producto.

A pesar de ello seguimos trabajando con el fin de ampliar nuestra producción y exportación, que ya llega a cantidades bastante significativas. Por eso hemos decidido juntar esfuerzos para hacer la realidad la instalación de esta planta agroindustrial y demostrar así que los productores tenemos iniciativa", precisó.

Por el momento CEPICAFÉ exporta alrededor de 50 mil quintales de café verde por campaña, cifra que se piensa duplicar cuando empiece a funcionar la planta agroindustrial. En el caso del café tostado la empresa asociativa tiene ya un pedido inicial para exportar 5 contendedores. "Y esto es solo el principio", dijo paz con orgullo.

En cuanto al cacao, el año pasado se exportó 6 contenedores, y la proyección para este año es llegar a los 50 contenedores, lo que fácilmente podrán ampliar en el 2008 con la moderna maquinaria que instalarán en la planta.

La comercialización de mermelada tampoco se queda atrás, pues para este año ya tienen un pedido de 7 contenedores para una franquicia internacional.

"Todo ello lo lograremos con la nueva planta agroindustrial que tendrá 12 mil metros cuadrados. Actualmente procesamos el café en Chiclayo, las mermeladas y jugos se procesan en la Universidad de Piura, y la panela en una pequeña planta que tiene muchas limitaciones porque es un lugar acondicionado", refirió.

En el caso del café ya no se tendrá que transportar hasta Chiclayo para su procesamiento, sino que podrá ser trabajado en Piura y llevado luego directamente al puerto de Paita para ser exportado. Ello abaratará los costos y permitirá tener un mejor control de la cadena productiva. "Podremos regir nuestros tiempos y cantidades y ello mejorará también nuestra oferta para la exportación, principalmente de cafés especiales. Ello nos permitirá crecer y brindar un mejor servicio", aseguró Paz.



COCLA busca impulsar cultivos de cacao orgánico

Técnicos e ingenieros de la Central de Cooperativas Cafetaleras COCLA, de La Convención, Cusco, estuvieron dos semanas en Ecuador. Recogieron experiencias exitosas en la producción y exportación de cacao, con el fin de fortalecer el proceso de producción y exportación de este producto



* Técnicos e ingenieros de COCLA visitaron plantas de cacao en Ecuador.

Conscientes de la importancia de la capacitación y el aprendizaje de experiencias exitosas un grupo de técnicos e ingenieros de la Central de Cooperativas (COCLA) participaron en una pasantía de dos semanas en Ecuador, donde tuvieron contacto con una serie de experiencias exitosas en el cultivo y exportación de cacao, algunas de las cuales serán aplicadas en proyectos pilotos para fortalecer la producción de cacao orgánico en nuestro país.

Juan del Mar, de COCLA, explicó que esta visita forma parte de una serie de acciones que la empresa cooperativa está tomando desde hace cuatro años para mejorar e incrementar la calidad del cacao que se cultiva en La Convención, dejando atrás el cultivo convencional, cambiándolo por un producto orgánico, con miras de exportación.

"Hace algún tiempo hubo bastante cacao en el valle, pero las enfermedades y el bajo precio redujeron la producción. Ahora estamos coordinando con los socios para producir un cacao ecológico, debido al interés de nuestros clientes de café en Europa y Estados Unidos que también compran cacao. El año pasado obtuvimos una buena cantidad de cacao bueno y aromático, por lo que nos están pidiendo más", señaló.

Toda esta experiencia fue compartida por los becarios con el personal técnico de COCLA y de las cooperativas





* Visita a la planta Maquita Kusunchic, ubicada en la provincia Los Ríos.

PASANTÍA EN ECUADOR

Pero aumentar la producción requiere de mucho esfuerzo y capacitación. Por ello cuatro técnicos e ingenieros de COCLA visitaron diversas plantas y organizaciones de productores de Ecuador entre el 4 y 15 de diciembre pasado. Los becarios son los ingenieros del programa orgánico de la central de cooperativas, Hubner Camacho y Armando Páucar, el técnico de catación del laboratorio de control de calidad, Martín Martínez y el ingeniero Hugo Salazar, de la cooperativa Mateo Pumacahua, que es la primera proveedora de cacao orgánico.

Ellos confirmaron in situ los avances en el manejo y procesamiento del cacao que ha desarrollado el vecino país, y regresaron convencidos de implementar algunas de estas tecnologías para mejorar la producción del cacao peruano.

Visitaron por ejemplo, la organización de productores "Maquita Kusunchic Comercializando como Hermanos" que está ubicada en la provincia de Los Ríos, en Guayaquil, organización que tiene 2 mil socios que cultivan cacao desde hace 22 años.

"Tienen un acopio de 9,500 toneladas al año, pero cuentan con un manejo más adecuado en cuanto a fertilización, usando productos hechos en la finca como son los abonos orgánicos. Además, tienen una fermentación diferente a la nuestra. Mientras nosotros tardamos 7 días, en dos fases (alcohólica y no alcohólica), ellos lo hacen en solo cuatro días mediante un distinto mecanismo", refirió Juan del Mar, "Implementaremos estas tecnologías primero en un proyecto piloto, a ver si aquí tenemos los mismos buenos resultados", añadió.

El personal de COCLA estuvo también en la plantación, planta de procesamiento y comercialización de la empresa Guangala SA, una empresa privada bastante grande, con una plantación de 200 hectáreas de cacao y cuya producción llega a 50 quintales por hectárea, el triple de lo que rinde en el valle de La Convención.

"Tiene mayor capital, una densidad de 1,500 plantas por hectárea, manejo tecnificado como el sistema de riego por microaspersión, mientras nosotros aquí tenemos microaspersión pero del cielo. Pero la gran diferencia es que ellos usan fertilizantes químicos, nosotros elegimos los orgánicos", aseguró.

Todo esta experiencia fue compartida por los becarios con todo el personal técnico de COCLA y de las cooperativas que la conforman, porque lo más importante es multiplicar los conocimientos adquiridos para poder mejorar la producción.

EXPORTACIONES DE CACAO POR EMPRESAS
ENERO - DICIEMBRE 2006 / VOLUMEN EN TONELADAS

N°	EMPRESAS	CACAO EN GRANO	PASTA DE CACAO, DESGRASADA TOTAL O PARCIAL	MANTECA DE CACAO	CACAO EN POLVO	PASTA DE CACAO SIN DESGRASAR	TOTAL
1	MACHU PICCHU COFFEE TRADING S.A.C.	550.28	1,505.00	1,560.00	706.23	34.08	4,356
2	ROMERO TRADING S A		200.00	637.88	830.00	4.02	1,672
3	GOOD FOODS SA			1,360.00	292.71		1,653
4	COOPERATIVA AGRARIA INDUSTRIAL NARANJILLO	304.00		63.00	257.91	241.02	866
5	COOPERATIVA AGRARIA CACAOTERA ACOPAGRO	450.50					451
6	EXPORTACION E IMPORTACION EDUALEX SOCIED	449.63					450
7	CONSERVAS Y ALIMENTOS S.A.			320.00	360..00		320
8	COOP AGRARIA CAFET VALLE RIO APURIMAC	307.51					308
9	CENTRAL COCLA	269.71					270
10	AGRO ORGANICO SOCIEDAD ANONIMA CERRADA		106.74	53.95	31.32		192
11	COOP AGRARIA CAFETALERA EL QUINACHO	96.81					97
12	ASOCIACION DE PRODUCTORES CACAO VRAE	69.44					69
13	CACAO VRAE S.A.	49.60					50
14	ECOANDINO S.A.C.	23.58			19.31	0.35	43
15	EMP. PRODUCTORA PROCESADORA Y COMER.	34.00					34
16	EXPORTACIONES SIERRA Y SELVA SAC				18.00		18
17	CEPICAFE	16.00					16
18	COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL TOCACHE LTDA	16.00					16
19	CAC PANGOA	9.87					10
20	OTROS	2.26	0.00	0.11	7.56		10
	TOTAL	**2,649**	**1,812**	**3,995**	**2,163**	**279**	**10,898**

Fuente: ADUANAS
Elaboración: Junta Nacional del Café - **JNC.**

* Augusto Gonzales buscó siempre lo mejor para los produtores.



La partida de Augusto Gonzales, joven gerente emprendedor

Augusto Gonzales Cerezo, tenía apenas 32 años y había culminado con éxito su primer año como gerente de la Central de Cooperativas del Valle de Sandia (CECOVASA), en Puno. Cerró sus actividades del 2006 participando en el techado de un almacén en Pampa Grande. Esa noche durmió feliz, satisfecho, pensando en los proyectos que pensaba iniciar en el 2007. Pero un accidente acabó con sus sueños a la mañana siguiente: el 25 de diciembre pasado, la camioneta en la que regresaba sufrió fallas técnicas, resbaló por la carretera, y cayó al barranco.

Augusto falleció en ese fatal accidente, pero su recuerdo sigue vivo en cada una de las personas que lo conocieron. "Llegó en el 2003, empezando desde el cargo más humilde, como acopiador, y en poco tiempo, su empeño y profesionalismo lo llevaron al puesto más importante, el de gerente general", refiere Miguel Paz López, gerente de comercialización de la central.

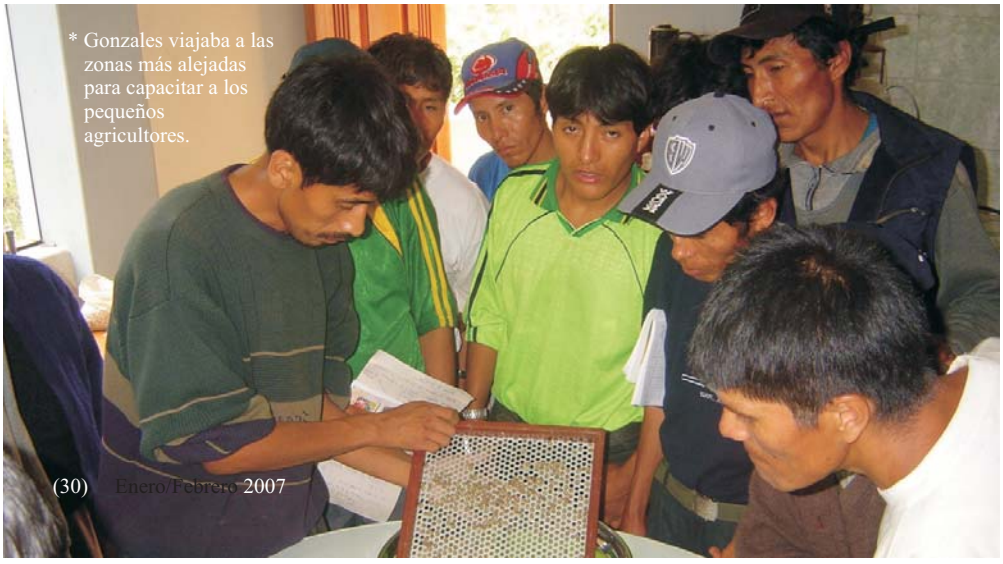
Gonzales nació en Arequipa, pero provenía de una familia cafetalera, pues sus abuelos eran socios de la Cooperativa Charuyo. Culminó sus estudios de Ciencias Biológicas en la Universidad San Agustín, de Arequipa, pero pronto recibió el llamado del café y en el 2003 llegó a CECOVASA, ocupando expuesto de acopiador en la planta de Putina Punco, una de las más importantes del sector.

Al año siguiente fue nombrado jefe de laboratorio, lo que lo llevó a capacitarse en Alemania. Recibió un intensivo entrenamiento en los laboratorios de café de Rothfos y GEPA, en Hamburgo y Wuppertal respectivamente, probando cafés de todo el mundo.

Al regresar prosiguió con su labor de capacitación dentro del laboratorio, pero además salía al campo a capacitar a los productores y técnicos,

"Coordinaba con la gente, con otros técnicos, llevaban una computadora con CPU y se iba en la moto a las parcelas a capacitar a la gente. Por todo ello se ganó su confianza y respeto y al final lo eligieron como gerente general de CECOVASA en abril del año pasado", señaló Paz.

Añadió que su objetivo era buscar calidad. Por eso se empeñaba por visitar los distintos sectores de producción para verificar la calidad del café. Se sentaba con los productores y les explicaba cuál debía ser la calidad, el rendimiento del producto, las ventajas de poder participar con algunos cultivos en el Comercio Justo. Pero además, tenía siempre las puertas abiertas, y los productores sabían que podían llegar al laboratorio para conocer la calidad y rendimiento de su café, en qué mercado estaban vendiendo, etc.



* Gonzales viajaba a las zonas más alejadas para capacitar a los pequeños agricultores.

El gerente general de la Central de Cooperativas del Valle de Sandia (CECOVASA), Augusto Gonzales, estuvo siempre convencido de que la fórmula del éxito incluye el incansable empeño por mejorar la calidad del producto, fortalecer la organización de los pequeños agricultores y contar con un eficaz sistema de administración



Gobierno Regional incorporará a un representante de cafetaleros al Consejo Regional Agrario

Cafetaleros de Amazonas elaboran agenda para desarrollo regional

Dirigentes y técnicos de las principales organizaciones de productores cafetaleros y las autoridades regionales de Amazonas desarrollarán una agenda de trabajo para el desarrollo competitivo de la actividad cafetalera de su ámbito, según compromiso contraído en reciente reunión celebrada en la sede regional.

Se trata de las asociaciones de Rodríguez de Mendoza (APARM), Central de Cafetaleros del Nororiente (CECANOR) y la Cooperativa Bagua Grande, las cuales han constituido la Coordinadora Regional de Organizaciones Cafetaleras de Amazonas en el propósito de impulsar la inversión estatal en infraestructura productiva, desarrollo y fortalecimiento de las organizaciones, además de promover el in cremento de la productividad cafetalera.

En la reunión de trabajo cumplida el sábado 3 de febrero, el gerente regional, ingeniero Víctor Custodio López anunció que para el 2007 han previsto inversiones en el orden de 5 millones de soles, especialmente en infraestructura vial, fortalecimiento de capacidades y control fitosanitario. Este presupuesto último busca controlar el brote epidémico de PHOMA en Rodríguez de Mendoza, y que ha generado gran preocupación entre los productores.

Javier Del Aguila, presidente de APARM, presentó un diagnóstico general de la producción cafetalera de la región, y al mismo tiempo resumió las medidas que requieren implementar a fin de mejorar las condiciones de vida de la población cafetalera, y el desarrollo competitivo de la producción cafetalera. Dijo que en la zona se cuenta con 2,400 hectáreas certificadas como producción orgánica, las cuales vienen incrementándose con el apoyo de FONCODES, requiriéndose concertar una estrategia para generar una marca de origen del café de la zona, mejorar la gestión empresarial de las organizaciones.

La intervención del dirigente mendocino dio lugar a un intercambio de opiniones con los técnicos de la región, entre ellos los ingenieros Fernando Guevara, Director Regional (e) de Agricultura, Humberto Torres y Jorge Caicedo. La dirigente de la JNC, Lucila Quintana, y productora de café de Lonya Grande, refirió que el gremio cafetalero nacional venía negociando con el gobierno una agenda de 10 puntos, cuya aplicación compromete a los gobiernos regionales, y que se referían al empadronamiento de los productores, la titulación de tierras, la aplicación de un autogravamen a la exportación, además de ser declarado el café como producto bandera.

A fin de consolidar un compromiso compartido de trabajo, se suscribió una acta donde el Gobierno Regional incorporará a un representante de la Coordinadora en el Consejo Regional Agrario, cuya elección recayó en Francisco Tenorio, de la CAC Bagua Grande, y como delegados alternos a Yhoni Lobato, de CECANOR, y Javier Del Aguila, de APARM.

Nuevos retos para los jóvenes cafetaleros



El II Encuentro de Jóvenes Cafetaleros se desarrolló con éxito en Lima. Participantes compartieron inquietudes y recibieron capacitaciones para maximizar la producción en sus provincias

Dicen que soñar es de jóvenes. Y eso es lo que hizo un nutrido grupo de jóvenes cafetaleros los días 15 y 16 de diciembre en Lima. Ellos, reunidos en el II Encuentro de Jóvenes Cafetaleros, abrieron sus ojos ante importantes posibilidades de desarrollo de la producción en sus zonas de cultivo y dejaron volar su imaginación en busca de nuevos proyectos y perspectivas. Aprendieron de las experiencias de otros y volvieron a casa para compartirlas con su gente y ponerlas en marcha. Ellos están involucrados desde que nacen en los procesos de elaboración del café. Algunos van a las grandes ciudades a estudiar carreras relacionadas con el ámbito agrícola. Otros trabajan la tierra directamente, son promotores e incluso se convierten rápidamente en socios de las centrales cafetaleras. La idea del encuentro era bombardearlos con conocimientos que puedan ayudarlos a convertirse en buenos empresarios y mejorar así la calidad de vida de la familia cafetalera.

EXPERIENCIA NORTEÑA

Óscar Sandoval Peña, es uno de los jóvenes cafetaleros que llegó a Lima para este encuentro en representación de la Central Fronteriza del Norte de Cafetaleros (Cenfrocafé). "Somos alrededor de dos mil productores asociados en Jaén y producimos cerca de 30 mil quintales de café al año. Nuestro principal mercado en el exterior está en Francia", cuenta.

Explica que en Cenfrocafé tienen clara la meta de plasmar el liderazgo entre los hijos de los socios. "Nosotros los jóvenes- somos los que tendremos que tomar las riendas de los cultivos y de la comercialización dentro de poco. Para eso tenemos que estar preparados", dijo.

Óscar mismo se convirtió en socio de Cenfrocafé hace poco y se ha planteado nuevas metas.

Cenfrocafé está trabajando con los jóvenes en pequeños proyectos de diversificación de la producción: promoción del café tostado en la localidad, crianza de aves menores, gestión del medio ambiente y capacitación en el fortalecimiento de las cadenas productivas de la zona.

"Uno de las transformaciones más importantes es cambiar la tecnología de la producción, no solo en maquinaria sino en maneras de sacarle el provecho a la tierra", explica. De esta manera Cenfrocafé se ha organizado para conseguir becas de estudios en importantes universidades del país para especializar a los jóvenes de la comunidad.

SACANDO PROVECHO A LA TIERRA

El cultivo del café bajo sombra fue uno de los temas principales de la exposición del ecologista Antonio Brack Egg durante el II Encuentro Nacional de Jóvenes Cafetaleros. El reconocido especialista explicó las ventajas de combinar el cultivo de plantaciones de café con la de grandes árboles. "En Villa Rica, Oxapampa, la experiencia ha funcionado de los más bien. Se ha combinado el pacae o guava con los sembríos tradicionales de café. Este árbol da sombra al café, contiene el suelo de laderas con sus raíces, produce materia orgánica que nutre el suelo, en fin… es una maravilla", aseguró.

Otra de la manera de maximizar la producción de las hectáreas destinadas al cultivo del café es la apicultura (crianza de abejas). "La miel es un producto de creciente demanda en los mercados nacionales e internacionales, por eso necesitamos que muchos jóvenes cafetaleros se capaciten en la crianza de abejas", explicó Brack.

Las plantaciones forestales y la piscicultura fueron también recomendadas. "La madera cada vez será más escaso. Si aprovechan al nogal, al romerillo y los colocan como cultivos de borde, combinados con café o en masas forestales podrían incluso combatir el deterioro de las laderas", explicó.

"El Perú puede convertirse en un gran productor de café de calidad, ya tenemos varias medallas de oro. Pensemos en calidad, no solo en cantidad. De la misma manera el cafetalero puede convertirse en un apicultor, un forestal, un artesano… Es cuestión de ser creativos y trabajar duro", instó Brack a los asistentes. El primer paso, como dijimos, es solo soñar.

EXPORTACIONES DE CAFÉ POR EMPRESAS ENERO - DICIEMBRE 2006

N°	EMPRESAS	VALOR FOB US$	PESO NETO QQ - 46 Kg	PRECIO FOB PROMEDIO US$ / QQ
1	PERALES HUANCARUNA	119,827,950	1,214,721	98.65
2	CIA INTERNACIONAL DEL CAFÉ	58,077,803	607,308	95.63
3	COMERCIO & CIA	39,917,535	415,349	96.11
4	CENTRAL COCLA	29,305,388	254,821	115.00
5	PROCESADORA DEL SUR	26,685,773	273,201	97.68
6	ROMERO TRADING	24,850,049	248,328	100.07
7	LOUIS DREYFUS	23,302,926	233,919	99.62
8	MACHUPICCHU COFFEE TRADING	21,794,151	230,708	94.47
9	VALDIVIA CANAL HUGO	18,213,573	194,599	93.60
10	CAFETALERA AMAZONICA	17,044,310	170,896	99.73
11	AICASA EXPORT	12,765,249	130,815	97.58
12	CECOVASA	10,596,287	81,933	129.33
13	CAC LA FLORIDA	10,360,994	80,098	129.35
14	OUTSPAN PERU S.A.C.	8,875,809	93,680	94.75
15	COEX (PERU)	7,831,502	80,296	97.53
16	LAUMAYER PERU	7,257,633	70,913	102.35
17	HVC EXPORTACIONES	6,464,190	66,153	97.72
18	PRONATUR	6,444,563	56,295	114.48
19	SANCHEZ ROSSITER ROSMERY L.	6,338,670	101,964	62.17
20	CEPICAFE	4,992,339	38,612	129.30
21	AZEXSA	4,191,021	43,035	97.39
22	CAFÉ PERU SAC	4,181,223	31,268	133.72
23	VILLA RICA HIGHLAND	3,091,976	26,775	115.48
24	ASOC. R. DE MENDOZA	2,929,971	21,112	138.78
25	PERUNOR SAC	2,764,890	23,851	115.92
26	NEGRISA SAC	2,275,365	22,215	102.42
27	CAC SAN JUAN DEL ORO	1,955,332	14,778	132.31
28	CAC BAGUA GRANDE	1,921,143	15,148	126.82
29	CECANOR	1,671,375	12,000	139.28
30	CAC VALLE RIO APURIMAC	1,657,101	13,335	124.26
31	N B TEALDO Y CIA	1,642,544	15,590	105.36
32	CAC SATIPO	1,598,100	11,513	138.81
33	CAC PANGOA	1,590,988	12,938	122.97
34	CAC ORO VERDE	1,356,556	10,175	133.33
35	PROASSA	1,263,049	9,570	131.98
36	CAC LA PROSPERIDAD DE CHIRINOS	1,140,861	8,025	142.16
37	ANTONIO RINALDI	1,132,926	11,121	101.87
38	APROCASSI	780,838	5,895	132.46
39	UNICAFEC	726,369	5,406	134.37
40	CAC CASIL	723,699	5,363	134.96
41	CAYMA TRADING	722,903	6,975	103.64
42	CAC FRONTERA SAN IGNACIO	588,694	4,350	135.33
43	VEGA CENTENO ROD. LORENZO	578,374	5,850	98.87
44	CAC SOSTENIBLE VALLE UBIRIKI	504,501	4,926	102.41
45	RAINFOREST TRADING	472,484	4,650	101.61
46	CAI NARANJILLO	468,574	3,713	126.20
47	CEPROAP	464,139	3,938	117.88
48	CANDRES SAC	432,009	6,714	64.34
49	CAC DIVISORIA	399,243	2,962	134.79
50	ACPC - PICHANAKI	365,929	3,713	98.57
51	EDUALEX SOCIEDAD	360,684	9,510	37.93
52	APC-JUMARP	344,167	2,475	139.06
53	OTERO SANCHEZ LIDIA	332,829	8,039	41.40
54	CAS CAFE HEMALU	299,402	2,550	117.41
55	BSK SAC	297,206	3,521	84.41
56	COMERCIO Y SERVICIOS SOCIEDAD	286,935	3,713	77.29
57	JUNGLE TECH PERU	234,973	1,681	139.77
58	APAVAM	227,986	1,650	138.17
59	ADISA	160,225	1,268	126.41
60	MIXCAFE DEL PERU	119,306	1,125	106.05
61	SERGIO LAZO RAMIREZ	114,750	1,125	102.00
62	AROHMAR´S INTERNACIONAL SA	100,050	1,500	66.70
63	CA FRUTOS ECOLOGICOS	98,705	815	121.04
64	BIO AZUL S.A.C.	94,541	825	114.60
65	ASOC. DE PROD. DE CHINCHIPE	92,136	825	111.68
66	MOUNTAIN COFFEE	57,750	825	70.00
67	CURMISA S.A.	47,578	360	132.16
68	CAC EL QUINACHO	46,456	414	112.25
69	APESI	44,875	375	119.67
70	APROCANORSI	44,761	413	108.51
71	NOCHE MICK INGOBERT	29,700	300	99.00
72	B & R PACIFIC TRADING S R L	3,240	36	90.00
73	OTROS	3,021	20	149.70
TOTAL EMPRESAS		**507,980,142**	**5,054,875**	**100.49**

Fuente: ADUANAS
Elaboración: Junta Nacional del Café - **JNC.**

EXPORTACIONES DE CAFÉ POR PAÍSES - ENERO - DICIEMBRE 2006

N°	PAÍSES	VALOR FOB US$	PESO NETO QQ - 46 Kg	PRECIO FOB PROMEDIO US$ / QQ
1	ALEMANIA	180,889,052	1,810,477	99.91
2	ESTADOS UNIDOS	112,257,318	1,108,093	101.31
3	BELGICA	72,587,776	712,758	101.84
4	HOLANDA	31,367,680	298,804	104.98
5	SUECIA	15,517,534	146,747	105.74
6	CANADA	12,868,938	116,986	110.00
7	REINO UNIDO	10,963,852	95,025	115.38
8	COREA DEL SUR	10,137,008	105,396	96.18
9	FRANCIA	9,577,907	93,989	101.90
10	COLOMBIA	7,449,142	124,247	59.95
11	JAPON	6,692,027	61,821	108.25
12	SUIZA	6,187,863	62,206	99.47
13	ITALIA	5,803,006	58,198	99.71
14	FINLANDIA	5,251,963	52,386	100.26
15	DINAMARCA	4,574,688	44,645	102.47
16	ESPAÑA	4,543,748	48,693	93.31
17	POLONIA	1,404,485	13,763	102.05
18	NORUEGA	1,320,646	12,441	106.15
19	CHILE	1,307,332	15,788	82.81
20	MEXICO	1,240,698	9,782	126.84
21	AUSTRALIA	1,126,038	10,836	103.92
22	COREA DEL NORTE	707,970	7,718	91.74
23	GRECIA	659,246	6,695	98.47
24	PORTUGAL	559,341	5,325	105.04
25	ISRAEL	507,133	4,929	102.89
26	TAIWAN	413,150	3,839	107.62
27	ECUADOR	349,400	5,957	58.66
28	QATAR	318,150	3,138	101.38
29	NICARAGUA	291,750	4,500	64.83
30	RUMANIA	268,018	2,475	108.29
31	ARGENTINA	194,304	1,650	117.76
32	NUEVA ZELANDA	182,906	1,226	149.25
33	PANAMA	173,411	1,613	107.54
34	RUSIA	128,655	1,350	95.30
35	VENEZUELA	51,116	450	113.65
36	URUGUAY	49,335	413	119.60
37	HUNGRIA	43,810	450	97.40
38	HONG KONG	13,746	71	192.78
TOTAL		**507,980,142**	**5,054,875**	**100.49**

Fuente: ADUANAS
Elaboración: Junta Nacional del Café - **JNC.**

PERÚ: EXPORTACIONES DE CAFÉ VERDE 2005 - 2006

N°	VOLUMEN - QQ 46 Kg		VALOR FOB - US$		PRECIO PROMEDIO FOB		BVNY US$ / QQ
	2005	2006	2005	2006	2005	2006	
ENERO	234,949	171,320	19,892,735	17,566,790	84.67	102.54	121.30
FEBRERO	151,401	76,320	13,105,697	8,284,746	86.56	108.55	114.43
MARZO	52,417	63,817	4,455,531	6,179,264	85.00	96.83	108.65
ABRIL	70,425	64,025	7,744,462	6,485,963	109.97	101.30	111.04
MAYO	213,981	306,230	23,850,664	32,222,441	111.46	105.22	105.27
JUNIO	268,968	425,540	30,082,483	41,854,523	111.84	98.36	98.77
JULIO	338,378	575,387	35,610,336	56,385,885	105.24	98.00	100.26
AGOSTO	333,321	747,735	33,998,034	72,438,289	102.00	96.88	106.48
SEPTIEMBRE	397,148	582,520	36,997,845	57,892,053	93.16	99.38	106.76
OCTUBRE	362,585	809,260	35,058,257	81,473,347	96.69	100.68	108.41
NOVIEMBRE	327,560	722,981	32,454,188	72,829,847	99.08	100.74	119.62
DICIEMBRE	339,112	509,740	32,810,502	54,366,994	96.75	106.66	127.47
TOTAL	**3,090,244**	**5,054,875**	**306,060,734**	**507,980,142**	**99.04**	**100.49**	**110.71**

Fuente: ADUANAS
Elaboración: Junta Nacional del Café - **JNC.**

“El proceso cafetalero mexicano”

Este libro escrito por Cristina Martínez Morales analiza la transición de la producción y comercialización del grano de café en México, tanto a nivel interno como a nivel mundial.
Expone el importante papel que ha tenido el Estado en el desarrollo de la economía cafetalera, que comenzó con la incorporación de más tierras para el cultivo del café a productores campesinos durante el proceso de la Reforma Agraria, tras la revolución mexicana. Relata que al finalizar la segunda guerra mundial y crecer la demanda del café, se fortaleció el apoyo gubernamental a este sector, que hasta entonces era impulsada casi en su totalidad por el sector privado. Cuenta los esfuerzos de las diversas entidades gubernamentales creadas desde entones para impulsar el rendimiento del grano aromático, pasando por Beneficios Mexicanos de Café y la Comisión Nacional del Café, hasta el Instituto Mexicano del Café, entre otras. El libro documenta cómo el esfuerzo de los productores cafetaleros y las autoridades gubernamentales, han hecho de México uno de los principales productores y exportadores de café.

Editores: Instituto de Investigaciones Económicas de la Universidad Nacional Autónoma de México
Teléfono:



Construyendo procesos: “De campesino a campesino”

El Programa de Intercambio, Diálogo y Asesoría en Agricultura Sostenible y Seguridad Alimentaria (PIDAASSA) de Pan para el Mundo presenta los resultados obtenidos a través del proyecto “De Campesino a campesino” llevado a cabo en varios países de centro y sudamérica. Este programa promueve la difusión de métodos de cultivos ecológicos y sostenibles, pero son los mismos agricultores los que comparten sus conocimientos unos con otros, con el objetivo de buscar los métodos de cultivos ideales. Se incluyen testimonios de los pequeños agricultores participantes en este proyecto, que se lleva a cabo en Perú, Bolivia, Argentina, Ecuador, México, Costa Rica, República Dominicana, Cuba, Honduras, El Salvador y Guatemala. Contiene además, un CD con información adicional.

Editores: Asociación de la Promoción para el Desarrollo (Espigas)
Calle Las Camelias 741, Interior A, San Isidro
Teléfono: 221-6909 Fax: 421-8523

Pan para el Mundo (Brot für die Welt)
www.brot-fuer-die-welt.de
Teléfono en Alemania: 0049-711-21590
Telefax: 0049-711-2159-288



“Manuel de Cultivo del Cacao”

A través de este documento se comparte los conceptos y prácticas tecnológicas modernas aplicadas con éxito en proyectos locales de fomento del cacao por el Programa de Desarrollo de la Amazonía (Proamazonía) en varias localidades de la selva peruana. Con este manual se busca preservar las experiencias adquiridas por los agricultores para contar con un producto de calidad, que pueda competir en los mercados internacionales. Este manual es el resultado de un trabajo coordinado con las principales organizaciones públicas y privadas que están vinculadas al cultivo del cacao, y presenta a los cacaoteros los diversos sistemas de plantación, cosecha y tratamiento, entre los que pueden elegir, tomando en cuenta la ubicación del cultivo y las características del suelo, para conseguir un mejor producto.

Editores:
Ministerio de Agricultura
Acción Agraria
Av. Javier Prado Este 596 of 403, San Isidro
Teléfono: 442-0221
Correo electrónico: accionagra terra.com.pe



IV ENCUENTRO CAFETALERO ANDINO



15 - 16 febrero 2007





■ **Organizan:**

Junta Nacional del Café

FECAFEB

CORECAF
CORPORACIÓN ECUATORIANA DE CAFETALEROS

■ **Auspician:**

FOS BELGICA

Cooperación Belga al Desarrollo .be

Oxfam

AGRITERRA

vetsalida

■ **Sede:**
LIMA - PERÚ

■ **Informes:**
JUNTA NACIONAL DEL CAFÉ
Jr. Ramón Dagnino 369 - Jesús María
Telefax: 332 -7914 / 433 -1477
E-mail: secretaria@juntadelcafe.org.pe
jncperu@terra.com.pe
Web: www.juntadelcafe.org.pe